



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ  
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΑΓΩΓΗΣ  
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΝΗΠΙΑΓΩΓΩΝ



Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια  
γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη  
της μόδας

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου

Επιβλέπων Καθηγητής Κώτσης Κωνσταντίνος

Ιωάννινα, Φεβρουάριος 2022

Η συλλογή και η επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που υποβάλλονται πραγματοποιείται σύμφωνα με τα οριζόμενα στις διατάξεις του Ν.4624/19 και του Κανονισμού (ΕΕ)2016/2019. Το Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων συλλέγει και επεξεργάζεται τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα αποκλειστικά στο πλαίσιο της υλοποίησης του σκοπού της παρούσας διαδικασίας. Για το χρονικό διάστημα που τα προσωπικά δεδομένα θα παραμείνουν στη διάθεση του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων το υποκείμενο έχει τη δυνατότητα να ασκήσει τα δικαιώματά του σύμφωνα με τους όρους του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα 2016/679 (Ε.Ε.) και τα οριζόμενα στα άρθρα 34 και 35 Ν. 4624/2019. Υπεύθυνη Προσωπικών Δεδομένων του Ιδρύματος είναι η κα. Σταυρούλα Σταθαρά (email: dpo@uoi.gr).



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ  
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΑΓΩΓΗΣ  
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΝΗΠΙΑΓΩΓΩΝ**



Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια  
γνώσεων και στάσεων απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της  
μόδας

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου

Επιβλέπων Καθηγητής:  
Κώτσης Κωνσταντίνος  
Καθηγητής του ΠΤΔΕ του  
Πανεπιστημίου Ιωαννίνων

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή:

1. Κώτσης Κωνσταντίνος, Καθηγητής  
του ΠΤΔΕ του Πανεπιστημίου  
Ιωαννίνων
2. Πλακίτση Αικατερίνη, Καθηγήτρια  
του ΠΤΝ του Πανεπιστημίου  
Ιωαννίνων
3. Γαβριλάκης Κωνσταντίνος, Αν.  
Καθηγητής του ΠΤΔΕ του  
Πανεπιστημίου Ιωαννίνων

Ιωάννινα, Φεβρουάριος 2022

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

### ***Ευχαριστίες***

*Θα ήθελα να ευχαριστώ τον επιβλέποντα Καθηγητή μου κύριο Κωνσταντίνο Κώτση για την καθοδήγησή του και την άμεση ανταπόκρισή του στην συνεργασία μας και για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε σε όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω την Πρόεδρο του ΔΜΠΣ Καθηγήτρια κυρία Πλακίτση Αικατερίνη και τον Αν. Καθηγητή κύριο Γαβριλάκη Κωνσταντίνο για την πολύτιμη συμβολή τους στην ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας ως μέλη της τριμελούς επιτροπής.*

*Τέλος θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου και την ευγνωμοσύνη μου στην οικογένειά μου και σε συγκεκριμένα άτομα που πίστεψαν σε μένα και με ώθησαν να ξεκινήσω και να ολοκληρώσω αυτόν τον κύκλο σπουδών.*

## **Περίληψη**

Ο τρόπος που οι άνθρωποι επιλέγουν να ντύνονται, αντικατοπτρίζει μια μορφή γραμματισμού, που κινείται πέρα από τα όρια της απλής κάλυψης του σώματος με ενδύματα. Αφορά σε γνώσεις, σε στάσεις και σε πρακτικές επιλογής και διαχείρισης των προϊόντων της μόδας, οι οποίες διαμορφώνονται από τα εκπαιδευτικά προγράμματα όλων των βαθμίδων. Η παγκοσμιοποίηση, η κουλτούρα των ανεπτυγμένων χωρών, η περιβαλλοντική κρίση και η έννοια της αειφορίας, διαμορφώνουν νέες συνθήκες και κριτήρια για την στάση των ατόμων απέναντι στη διαχείριση των προϊόντων της μόδας. Η βιώσιμη ανάπτυξη συνδέεται με τη μόδα, επειδή η μόδα είναι στενά συνδεδεμένη με τις μεταβαλλόμενες τάσεις και την ταχεία αντικατάσταση προϊόντων, πρακτική όμως που θεωρείται εχθρική προς τις οικολογικές αξίες. Το ζητούμενο είναι μια προοδευτική μορφή εκπαίδευσης για την αειφορία που θα δώσει προτεραιότητα στην ολιστική προσέγγιση της γνώσης, με στόχο να συμβάλλει στη μακροπρόθεσμη αλλαγή προς τη βιωσιμότητα στον τομέα της μόδας.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να μελετήσει το επίπεδο γραμματισμού σχετικά με τις γνώσεις, τις στάσεις και τις πρακτικές απέναντι στη μόδα, όπως αυτές αντικατοπτρίζονται στον τρόπο και τα κριτήρια που οι άνθρωποι επιλέγουν να αγοράσουν και να χρησιμοποιήσουν τα προϊόντα της βιομηχανίας της μόδας, από την σκοπιά της βιώσιμης ανάπτυξης, με βάση το φύλο, την ηλικιακή ομάδα και την επαγγελματική κατάσταση. Πρόκειται για μια ποσοτική έρευνα που σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε από τον Ιούνιο έως τον Δεκέμβριο του 2021. Στην έρευνα συμμετείχαν 290 άτομα του γενικού πληθυσμού της Ελλάδας, στην πλειοψηφία τους γυναίκες (84,1%), χωρίς περιορισμούς στα κριτήρια επιλογής του δείγματος. Η συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε με αυτοσχέδιο ερωτηματολόγιο σε μορφή google forms, κατόπιν επιστάμενης βιβλιογραφικής ανασκόπησης, κυρίως διεθνών άρθρων, εκθέσεων και εμπειρικών ερευνών. Προηγήθηκε πιλοτική χορήγηση του ερωτηματολογίου προκειμένου να ελεγχθεί η εγκυρότητα του εργαλείου. Ο βαθμός αξιοπιστίας ελέγχθηκε με τον συντελεστή αξιοπιστίας Chronbach's alpha, ο οποίος κατέγραψε αποδεκτές τιμές και στις πέντε ενότητες του ερωτηματολογίου ( $\alpha=0,618-0,862$ ). Η επεξεργασία και η περιγραφική και επαγωγική ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πακέτο IBM SPSS 26.

Τα ευρήματα της έρευνας έδειξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των δύο φύλων σε ό,τι αφορά στο επίπεδο γνώσεων σχετικά με τη σύνδεση βιομηχανίας μόδας-ρύπανσης του πλανήτη, ορθών τρόπων διαχείρισης ρούχων ως προς την αειφορία, του κοινωνικού ρόλου της

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

μόδας και στην άποψη για το αν ο γραμματισμός σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να αλλάξει τις στάσεις και τις αξίες των συμμετεχόντων. Σχετικά με την ηλικιακή ομάδα στατιστικά σημαντικές διαφορές παρουσιάζει κυρίως η ηλικιακή ομάδα 46-55 σχετικά με τα κριτήρια επιλογής ρούχων φιλικά προς το περιβάλλον. Στην επαγγελματική ιδιότητα τα επίπεδα γνώσεων σχετικά με τη σύνδεση της βιομηχανίας μόδας-ρύπανσης του πλανήτη, τα κριτήρια επιλογής ρούχων φιλικών προς το περιβάλλον και των ορθών τρόπων διαχείρισης ρούχων προς την αειφορία διαφέρουν στατιστικά σημαντικά μεταξύ των επαγγελματικών ομάδων. Στατιστικά σημαντικά χαμηλότερα επίπεδα γνώσεων κατέγραψαν οι ελεύθεροι επαγγελματίες σε αντίθεση με τους φοιτητές και τους ανέργους. Στατιστικά σημαντικά χαμηλότερα επίπεδο κριτηρίων κατέγραψαν οι ελεύθεροι επαγγελματίες σε αντίθεση με τους ανέργους, ενώ και για τους ορθούς τρόπους διαχείρισης οι ελεύθεροι επαγγελματίες κατέγραψαν στατιστικά σημαντικά χαμηλότερα επίπεδα έναντι των δημοσίων υπαλλήλων, των ιδιωτικών υπαλλήλων των φοιτητών και των ανέργων.

**Λέξεις-Κλειδιά:** *Γραμματισμός, Εκπαίδευση, Βιομηχανία Μόδας, Αειφορία, Αειφόρος Ανάπτυξη.*

## **Abstract**

The way people choose to dress reflects a form of literacy, extending beyond the boundaries of simply covering the body with garments. It concerns knowledge, attitudes and practical selection and management of fashion products. Globalization, the culture of developed countries, especially the West, the environmental crisis and the newest concept of sustainability form new conditions and criteria for the attitude of individuals towards the management of fashion products. Sustainable development is linked to fashion because fashion is so closely linked to changing trends and the rapid replacement of products, but a practice that is considered hostile to ecological values.

The purpose of this paper is to study the level of literacy regarding knowledge, attitudes and practices towards the concept of fashion, as reflected in the way and criteria that people choose to buy and use the products of the fashion industry from the perspective of sustainable development, based on gender, age group and professional status. This is quantitative research designed and implemented by the researcher from June to December 2021. The survey involved 290 people of the general population of Greece, the majority women (84.1%) without restrictions on the selection criteria of the sample. The data collection was carried out with an improvised questionnaire in google forms, which was compiled by the researcher, following a literature review of mainly international articles, theses and empirical research. The questionnaire mostly includes questions of a five-degree Likert scale. It was preceded by a pilot administration of the questionnaire in order to check the validity and reliability of the tool. The degree of reliability was checked by the Chronbach's Alpha reliability factor, which recorded acceptable values in all five sections of the questionnaire ( $\alpha=0.618-0.862$ ). The questionnaire consists of five main sections which correspond to the research questions. The processing and analysis of the data was carried out with the statistical package IBM SPSS 26, the license of which was granted by the University of Ioannina. Descriptive and inductive analysis was carried out.

The findings of the survey showed statistically significant differences between the sexes in terms of knowledge levels on the connection of fashion industry-global pollution, correct ways of managing clothes in terms of sustainability, the social role of fashion and the view on whether literacy on sustainable fashion development could change the attitudes and values of participants. Regarding the age group only the environmentally friendly clothing selection criteria show statistically significant differences between the age groups and specifically for the age group 46-55 against the other three groups. About professional status the levels of

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

knowledge about the connection of the fashion industry-pollution of the planet, the criteria for choosing environmentally friendly clothes and the correct ways of managing clothes to sustainability differ statistically significantly among professional groups. Statistically significantly lower levels of knowledge were recorded by freelancers as opposed to students and the unemployed. Regarding the criteria, statistically significantly lower levels of criteria were recorded again by freelancers as opposed to the unemployed, while for the correct management methods in terms of sustainability, freelancers recorded statistically significantly lower levels compared to civil servants, private employees of students and the unemployed.

**Keywords:** *Literacy, Education, Fashion Industry, Sustainability, Sustainable Development.*



## **Περιεχόμενα**

### **Περιεχόμενα**

Περίληψη .....	ii
Abstract.....	iv
Περιεχόμενα .....	vi
Κατάλογος Εικόνων.....	ix
Κατάλογος Πινάκων .....	xii
Πρόλογος .....	1
Α' Μέρος .....	3
Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> Περιβαλλοντική εκπαίδευση.....	3
1.1 Η πορεία της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης .....	3
1.2 Ιδρυτικά κείμενα- διεθνείς συμβάσεις.....	4
1.3 Στόχοι Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης .....	8
Κεφάλαιο 2ο Η Αειφορία ή Αειφόρος Ανάπτυξη .....	12
2.1 Ορισμοί για την Αειφορία-Αειφόρο Ανάπτυξη.....	12
2.2 Το περιεχόμενο της έννοιας της Αειφορίας -Αειφόρου Ανάπτυξης .....	14
2.3 Ιδρυτικά κείμενα και διεθνής συμβάσεις για την Αειφόρο Ανάπτυξη.....	17
Κεφάλαιο 3ο Η βιομηχανία μόδας .....	22
3.1 Ιστορική αναδρομή .....	22
3.2 Οικονομικά στοιχεία .....	23
3.3 Η γρήγορη μόδα (fast fashion) .....	29
3.4 Οι επιπτώσεις της βιομηχανίας μόδας στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης.....	31
3.4.1 Αέριοι Ρύποι.....	32
3.4. 2 Νερό .....	33
3.4.3 Έδαφος -Οικοσυστήματα.....	35
3.5 Συνέπειες στην υγεία.....	36
3.6 Κοινωνικές προεκτάσεις .....	37
3.6.1 Συνθήκες εργασίας .....	37
3.6.2 Παιδική εργασία .....	39
3.6.3 Απώλειες ζωής .....	40
3.7 Σύνδεση της βιομηχανίας μόδας με τους 17 στόχους της Αειφόρου Ανάπτυξης.....	41
Κεφάλαιο 4 <sup>ο</sup> Διεθνείς Συμβάσεις για τη βιώσιμη ανάπτυξη της βιομηχανίας της μόδας.....	43
4.1 Διεθνείς Συμβάσεις.....	43
4.1.1 Συμμαχία του ΟΗΕ .....	43

4.1.2 Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την Κυκλική Οικονομία.....	45
4.1.3 Το πρόγραμμα Resyntex.....	48
4.1.4 Έκθεση του Ellen MacArthur Foundation.....	50
4.2 Σύγχρονες πρακτικές για τη βιώσιμη ανάπτυξη της βιομηχανίας μόδας.....	51
4.2.1 Οι οίκοι Μόδας.....	51
4.2.2 Αλυσίδες fast-fashion.....	55
Κεφάλαιο 5 <sup>ο</sup> Η Προβληματική της έρευνας.....	61
5.1. Η έννοια του γραμματισμού.....	61
5.2 Γραμματισμός και μόδα.....	63
Β' Μέρος-Ερευνητικό.....	66
1.1 Μεθοδολογία της έρευνας.....	66
1.2 Ερευνητικός σκοπός.....	67
1.3 Ερευνητικά ερωτήματα.....	67
1.3 Λειτουργικοί ορισμοί.....	68
1.3.1 Η έννοια της μόδας.....	68
1.3.2 Η έννοια του Γραμματισμού.....	68
1.3.3 Ο κοινωνικός ρόλος της μόδας.....	69
1.4 Πληθυσμός-Δείγμα.....	70
1.5 Ερευνητικό εργαλείο.....	70
1.6 Δειγματοληψία.....	72
1.7 Επεξεργασία ερευνητικών δεδομένων.....	72
1.8 Αξιοπιστία -Εγκυρότητα.....	72
2.Επεξεργασία Δεδομένων.....	76
2.1 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά.....	76
2.2 Α' Μέρος Σε ποιο βαθμό η βιομηχανία της μόδας συνδέεται με την ρύπανση του πλανήτη;.....	79
2.3 Β Μέρος: Κριτήρια αγοράς ρούχων.....	92
2.4 Γ' Μέρος: Τρόποι διαχείρισης των ρούχων σε σχέση με το περιβάλλον.....	107
2.5 Δ' Μέρος: Ο κοινωνικός ρόλος της μόδας.....	116
2.6 Ε' Μέρος. Σε ποιο βαθμό η εκπαίδευση για την αειφόρο ανάπτυξη της μόδας μπορεί να συμβάλει σε μια νέα στάση ζωής απέναντι στο περιβάλλον;.....	126
3. Αποτελέσματα Επαγωγικής Ανάλυσης.....	133
3.1 Αποτελέσματα.....	134
Συμπεράσματα-Προτάσεις.....	154
Βιβλιογραφικές Αναφορές.....	156
Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία.....	156
Ξενόγλωσση βιβλιογραφία.....	158

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων,  
στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Ιστότοποι.....	165
Παραρτήματα .....	167
Ερωτηματολόγιο .....	167

## **Κατάλογος Εικόνων**

Εικόνα 1.Ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης της διαδικτυακής μόδας.....	24
Εικόνα 2. Οι κορυφαίες σε παραγωγή χώρες σε δις δολάρια το 2019.....	25
Εικόνα 3. Χώρες με τον υψηλότερο βαθμό πωλήσεων παγκοσμίως το 2020.....	27
Εικόνα 4. Το οικολογικό σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....	48
Εικόνα 5 Το πρόγραμμα Resyntex.....	49
Εικόνα 6. Κατάταξη των πιο δημοφιλών εταιριών γρήγορης μόδας σε επίπεδο βιώσιμης ανάπτυξης για το 2021.....	60
Εικόνα 7. Box-plots για τα επίπεδα γνώσεων σχετικά με τη σύνδεση βιομηχανίας μόδας-ρύπανση πλανήτη, ορθών τρόπων διαχείρισης ρούχων ως προς την αειφορία, κοινωνικού ρόλου της μόδας και απόψεις για το αν ο γραμματισμός σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να αλλάξει στάσεις και αξίες, μεταξύ ανδρών και γυναικών.....	135
Εικόνα 8. Box-plots για τα επίπεδα κριτηρίων επιλογής ρούχων φιλικών προς το περιβάλλον μεταξύ των ηλικιακών κατηγοριών.....	136
Εικόνα 9. Box-plots για τα επίπεδα των κλιμάκων $Y_1$ , $Y_2$ και $Y_3$ μεταξύ των επαγγελματικών ιδιοτήτων.....	138
Εικόνα 10. Συσχέτιση μεταξύ των κλιμάκων $Y_1$ και $Y_3$ .....	153
Εικόνα 11. Συσχέτιση μεταξύ των κλιμάκων $Y_4$ και $Y_5$ .....	153

### **B' Μέρος Ερευνητικό**

#### **2.1 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά**

Διάγραμμα 1. Η κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο.....	76
Διάγραμμα 2. Η κατανομή του δείγματος ως προς την ηλικιακή ομάδα.....	77
Διάγραμμα 3. Η κατανομή του δείγματος ως προς την επαγγελματική ιδιότητα.....	77
Διάγραμμα 4. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση .....	79
Διάγραμμα 5. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2.....	80
Διάγραμμα 6. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3.....	81
Διάγραμμα 7. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4α.....	82
Διάγραμμα 8. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4β.....	82
Διάγραμμα 9. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4γ.....	83
Διάγραμμα 10. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4δ.....	83
Διάγραμμα 11. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5.....	84

Διάγραμμα 12. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6α.....	85
Διάγραμμα 13. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6β.....	85
Διάγραμμα 14. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6γ.....	86
Διάγραμμα 15. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7α.....	87
Διάγραμμα 16. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7β.....	87
Διάγραμμα 17. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7γ.....	88
Διάγραμμα 18. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7δ.....	88
Διάγραμμα 19. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8α.....	89
Διάγραμμα 20. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8β.....	90
Διάγραμμα 21. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8γ.....	90
Διάγραμμα 22. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8δ.....	91

### 1.9.3. Β Μέρος: Κριτήρια αγοράς ρούχων

Διάγραμμα 23. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1.....	92
Διάγραμμα 24. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2α.....	93
Διάγραμμα 25. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2β.....	94
Διάγραμμα 26. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2γ.....	94
Διάγραμμα 27. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2δ.....	95
Διάγραμμα 28. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2 <sup>ε</sup> .....	95
Διάγραμμα 29. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2στ.....	96
Διάγραμμα 30. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3α.....	97
Διάγραμμα 31. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3β.....	97
Διάγραμμα 32. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3γ.....	98
Διάγραμμα 33. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3δ.....	98
Διάγραμμα 34. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3ε.....	99
Διάγραμμα 35. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4α.....	100
Διάγραμμα 36. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4β.....	100
Διάγραμμα 37. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4γ.....	101
Διάγραμμα 38. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5.....	101
Διάγραμμα 39. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6.....	102
Διάγραμμα 40. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7.....	103
Διάγραμμα 41. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8.....	103
Διάγραμμα 42. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 9.....	104
Διάγραμμα 43. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 10.....	105

Διάγραμμα 44. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 11.....105

Διάγραμμα 45. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 12.....106

#### 1.9.4. Γ' Μέρος: Τρόποι διαχείρισης των ρούχων σε σχέση με το περιβάλλον

Διάγραμμα 46. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1.....107

Διάγραμμα 47. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2.....108

Διάγραμμα 48. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3.....108

Διάγραμμα 49. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4α.....109

Διάγραμμα 50. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4β.....110

Διάγραμμα 51. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4γ.....110

Διάγραμμα 52. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4δ.....111

Διάγραμμα 53. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4ε.....111

Διάγραμμα 54. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4στ.....112

Διάγραμμα 55. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5.....113

Διάγραμμα 56. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6.....113

Διάγραμμα 57. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7.....114

Διάγραμμα 58. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8.....115

#### 1.9.5. Δ' Μέρος: Ο κοινωνικός ρόλος της μόδας

Διάγραμμα 59. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1α.....116

Διάγραμμα 60. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1β.....117

Διάγραμμα 61. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1γ.....117

Διάγραμμα 62. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1δ.....118

Διάγραμμα 63. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2α.....119

Διάγραμμα 64. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2β.....119

Διάγραμμα 65. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2γ.....120

Διάγραμμα 66. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2δ.....120

Διάγραμμα 67. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3.....121

Διάγραμμα 68. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4.....122

Διάγραμμα 69. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5α.....123

Διάγραμμα 70. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5β.....123

Διάγραμμα 71. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5γ.....124

Διάγραμμα 72. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5δ.....124

Διάγραμμα 73. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5ε.....125

1.9.6. Ε' Μέρος. Σε ποιο βαθμό η εκπαίδευση για την αειφόρο ανάπτυξη της μόδας μπορεί να συμβάλει σε μια νέα στάση ζωής απέναντι στο περιβάλλον;

Διάγραμμα 74. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1α.....126

Διάγραμμα 75. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1β.....127

Διάγραμμα 76. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1γ.....127

Διάγραμμα 77. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1δ.....128

Διάγραμμα 78. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1ε.....128

Διάγραμμα 79. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2.....129

Διάγραμμα 80. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3.....130

Διάγραμμα 81. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4.....130

Διάγραμμα 82. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5.....131

Διάγραμμα 83. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6.....131

## **Κατάλογος Πινάκων**

B' Μέρος Ερευνητικό

1.8. Εγκυρότητα και Αξιοπιστία

Πίνακας I. Chronbach's Alpha, A' Μέρος.....73

Πίνακας II. Chronbach's Alpha, B' Μέρος.....73

Πίνακας III. Chronbach's Alpha, Γ' Μέρος.....74

Πίνακας IV. Chronbach's Alpha, Δ' Μέρος.....74

Πίνακας V. Chronbach's Alpha, E' Μέρος.....75

3.1 Αποτελέσματα Επαγωγικής Ανάλυσης

Πίνακας 1. Αποτελέσματα της δοκιμασίας t-test για τον έλεγχο των διαφορών των επιπέδων των κλιμάκων  $Y_1$ ,  $Y_2$ ,  $Y_3$ ,  $Y_4$  και  $Y_5$  μεταξύ γυναικών και ανδρών.....134

Πίνακας 2. Αποτελέσματα της δοκιμασίας 1-way ANOVA για τον έλεγχο των διαφορών μεταξύ των κλιμάκων  $Y_1$ ,  $Y_2$ ,  $Y_3$ ,  $Y_4$  και  $Y_5$  μεταξύ των ηλικιακών ομάδων.....136

Πίνακας 3. Αποτελέσματα της δοκιμασίας 1-way ANOVA για τον έλεγχο των διαφορών μεταξύ των κλιμάκων  $Y_1$ ,  $Y_2$ ,  $Y_3$ ,  $Y_4$  και  $Y_5$  μεταξύ των επαγγελματικών ομάδων.....138

Πίνακας 4. Συσχέτιση του φύλου με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 1).....139

Πίνακας 5. Συσχέτιση του φύλου με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 2).....139

Πίνακας 6. Συσχέτιση του φύλου με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 3).....	139
Πίνακας 7. Συσχέτιση του φύλου με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 4).....	139
Πίνακας 8. Συσχέτιση του φύλου με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 5).....	139
Πίνακας 9. Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 1).....	140
Πίνακας 10. Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 2).....	140
Πίνακας 11. Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 3).....	140
Πίνακας 12. Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 4).....	141
Πίνακας 13. Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ.5).....	141
Πίνακας 14. Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 1).....	143
Πίνακας 15. Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 2).....	143
Πίνακας 16. Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 3).....	144
Πίνακας 17. Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 4).....	144
Πίνακας 18. Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 5).....	145
Πίνακας 19. Συσχέτιση του φύλου με τον τρόπο διαχείρισης ρούχων σε σχέση με την αειφορία.....	146
Πίνακας 20. Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας στον τρόπο διαχείρισης ρούχων σε σχέση με την αειφορία.....	146
Πίνακας 21. Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας στον τρόπο διαχείρισης ρούχων σε σχέση με την αειφορία.....	148
Πίνακας 22. Συσχέτιση του φύλου με τον γραμματισμό για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας ως νέα στάσης ζωής.....	149
Πίνακας 23. Συσχέτιση του φύλου με τον γραμματισμό για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας ως νέα στάσης ζωής.....	149



*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Πίνακας 24. Συσχέτιση του φύλου με τον γραμματισμό για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας ως νέα στάσης ζωής.....	151
Πίνακας 25. Συντελεστές συσχέτισης κατά Pearson μεταξύ των κλιμάκων της παρούσας μελέτης.....	152

## **Πρόλογος**

Κάθε χρόνο παράγονται εκατομμύρια τόνοι ρούχων, τα οποία φοριούνται και στη συνέχεια απορρίπτονται. Κάθε δευτερόλεπτο, το ισοδύναμο ενός φορτίου σκουπιδιών φορτηγών ρούχων καίγεται ή θάβεται σε χώρους υγειονομικής ταφής. Η βιομηχανία της μόδας είναι ένας από τους σημαντικότερους συντελεστές των πλαστικών μικροϊνών που εισέρχονται στους ωκεανούς του πλανήτη. Για να λυθεί αυτό το πρόβλημα, πρέπει να επαναπροσδιοριστούν οι στάσεις, οι αντιλήψεις και οι αξίες των καταναλωτών απέναντι στη μόδα. Ο επαναπροσδιορισμός αυτός μπορεί να επιτευχθεί μέσα από μια παγκόσμια συνεργασία της βιομηχανίας μόδας, των κυβερνήσεων και της εκπαίδευσης.

Η αειφορία, αποτελεί μια μορφή αντιμετώπισης του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι μπορούν να ζουν στον πλανήτη με την πάροδο του χρόνου, ώστε να προστατεύουν την πολιτιστική και βιολογική ποικιλομορφία. Αναγνωρίζει και καθορίζει τα οικολογικά όρια, προσφέρει δίκαιες και υπεύθυνες κυβερνήσεις και οικονομίες για όλους και στηρίζεται στην ανθρώπινη ικανότητα για προσαρμοστική μάθηση και καινοτομία, προσφέροντας μια τεράστια πρόκληση για την εκπαίδευση. Απαιτεί από τα εκπαιδευτικά ιδρύματα να επανεξετάσουν τις αποστολές τους και να αναδιαρθρώσουν τα μαθήματά τους, τις ερευνητικές προτεραιότητες, την κοινοτική προσέγγιση, και τις λειτουργίες των πανεπιστημίων. Προετοιμάζοντας τους μαθητές και ολόκληρη την εκπαιδευτική κοινότητα, ώστε να είναι πιο έμπειροι και υπεύθυνοι στη λήψη αποφάσεων στο όλο και πιο περίπλοκο, δυναμικό, και αβέβαιο περιβαλλοντικό γίγνεσθαι, η ενσωμάτωση αναλυτικών προγραμμάτων για τη βιωσιμότητα σε όλες τις σημαντικές δραστηριότητες των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων αποτελεί μια τεράστια ευκαιρία (Glasser, Calder, & Fadeeva, 2005).

Η παρούσα διπλωματική ερευνητική εργασία αποτελείται από δύο μέρη, το θεωρητικό και το ερευνητικό. Επιχειρείται διερεύνηση της σχέσης που υπάρχει μεταξύ του γραμματισμού, και των γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στην έννοια της μόδας, όπως αυτές αντικατοπτρίζονται στον τρόπο και τα κριτήρια που οι άνθρωποι επιλέγουν να αγοράσουν τα ρούχα τους, στον τρόπο που τα φορούν και τα διαχειρίζονται, στο ευρύτερο πλαίσιο της αειφορίας. Διερευνάται κατά πόσο ένα δείγμα γενικού πληθυσμού, διαθέτει σήμερα τις γνώσεις, τις αξίες και τις στάσεις ώστε να συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη της βιομηχανίας της μόδας ενισχύοντας την προστασία του περιβάλλοντος και του πλανήτη, εν γένει.

Στο 1<sup>ο</sup> Κεφάλαιο πραγματοποιείται προσέγγιση της Περιβαλλοντικής εκπαίδευσης από τη στιγμή που τέθηκε ως ζήτημα στην επιστημονική κοινότητα. Την πορεία της Περιβαλλοντικής

Εκπαίδευσης συνοδεύουν πολλά ιδρυτικά κείμενα που διατυπώθηκαν μέσα από διεθνείς διασκέψεις και μέσω αυτών καθορίστηκαν οι στόχοι της.

Στο 2<sup>ο</sup> Κεφάλαιο προσεγγίζεται η έννοια της Αειφορίας ή Αειφόρου Ανάπτυξης. Καθώς πρόκειται για μια πολυδιάστατη έννοια, αναφέρονται πολλοί ορισμοί με διαφορετικές οπτικές, ώστε να γίνει κατανοητό το εύρος της έννοιας. Και για την Αειφορία, έχουν πραγματοποιηθεί πολλές Διασκέψεις από την παγκόσμια επιστημονική και πολιτική κοινότητα και έχουν διατυπωθεί βασικές αρχές, στόχοι και πρακτικές.

Στο 3<sup>ο</sup> Κεφάλαιο αναλύεται η έννοια της μόδας και καταγράφεται η πορεία της όπως εξελίχθηκε, ώστε να αποτελεί σήμερα μια από τις πιο κερδοφόρες βιομηχανίες της παγκόσμιας οικονομίας. Ωστόσο δεν θα μπορούσε ως διαδικασία παραγωγής προϊόντων να μην δαπανά ενεργειακούς πόρους και να μην αφήνει περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Ειδικά η γρήγορη μόδα εγείρει πολλά ζητήματα για την επεξεργασία και παραγωγή φθηνών και αναλώσιμων ενδυμάτων. Στο σημείο του περιβαλλοντικού αποτυπώματος δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στα πεδία ρύπανσης αλλά και συσχετίζονται οι 17 στόχοι της Αειφόρου Ανάπτυξης του ΟΗΕ με τα πεδία επιπτώσεων της βιομηχανίας της μόδας, όπως οι υδάτινοι πόροι, το έδαφος και η ατμόσφαιρα, οι κοινωνικές διαστάσεις και οι επιπτώσεις στην υγεία.

Στο 4<sup>ο</sup> Κεφάλαιο αναφέρονται πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης που έχουν υιοθετήσει Διεθνείς Οργανισμοί, όπως ο ΟΗΕ, Ενώσεις, όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση αλλά και Ιδρύματα, Οίκοι μόδας και αλυσίδες γρήγορης μόδας.

Στο 5<sup>ο</sup> Κεφάλαιο προσεγγίζεται η έννοια του γραμματισμού με την ευρύτερη έννοια που περιλαμβάνει -εκτός από γνώσεις- στάσεις, πρακτικές και αξίες απέναντι σε σημαντικά ζητήματα της ζωής. Μεταξύ αυτών αναζητούνται τα σημεία εκείνα που συνδέουν τον γραμματισμό με τη μόδα και την μετατρέπουν σε αντικείμενο παιδείας, μόρφωσης και συμπεριφορών απέναντι στο περιβάλλον και στην κοινωνία.

Στο Β' Μέρος της εργασίας υλοποιείται η έρευνα, της οποίας αρχικά, καθορίζεται ο ερευνητικός στόχος και τα ερευνητικά ερωτήματα. Το κυρίως ερευνητικό μέρος συλλέγει πληροφορίες μέσω ενός αυτοσχέδιου ερωτηματολογίου του οποίου το περιεχόμενο βασίστηκε στις έννοιες της μόδας και του γραμματισμού. Πραγματοποιήθηκε περιγραφική και επαγωγική στατιστική ανάλυση προκειμένου να προκύψουν συμπεράσματα και προβληματικές για περαιτέρω διερεύνηση.

Τέλος πραγματοποιείται συζήτηση σχετικά με τα ευρήματα της έρευνας και διατυπώνονται προτάσεις και σκέψεις για μελλοντική διερεύνηση.

## Α' Μέρος

### Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> Περιβαλλοντική εκπαίδευση

#### 1.1 Η πορεία της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης

Η έννοια της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης κάνει την εμφάνισή της στις αρχές της δεκαετίας του '70, όταν ξεκίνησε να γίνεται λόγος για εκπαιδευτικά συστήματα μέσα από μια σειρά συνέδρια και διακηρύξεις, που επιχειρούν να περιγράψουν το περιεχόμενο και να θέσουν τους στόχους της, σε παγκόσμιο πλαίσιο.

Η πρώτη, διεθνούς εμβέλειας συνάντηση είναι η Συνάντηση της Παγκόσμιας Ένωσης για τη Διατήρηση της Φύσης (IUCN International Union of Conservation of Nature) η οποία πραγματοποιήθηκε το 1970 στο Carson City της Νεβάδα των Ηνωμένων Πολιτειών. Στη συνάντηση αυτή καθιερώθηκε για πρώτη φορά ο όρος «Περιβαλλοντική Εκπαίδευση» και αναζητήθηκαν πρακτικές και προγράμματα που θα συντελούσαν στην ανάπτυξή της. Επίσης διατυπώνεται για πρώτη φορά ο ορισμός της «Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης», ο οποίος αποτέλεσε το θεμέλιο για τον περαιτέρω εμπλουτισμό του όρου. Σύμφωνα λοιπόν με τον ορισμό «*Η περιβαλλοντική εκπαίδευση είναι η διαδικασία που οδηγεί, με την αναγνώριση αξιών και τη διασαφήνιση εννοιών, στην ανάπτυξη των ικανοτήτων και των στάσεων που είναι απαραίτητες για την κατανόηση και την εκτίμηση της συσχέτισης ανθρώπου, πολιτισμού και βιοφυσικού περιβάλλοντος. Η περιβαλλοντική εκπαίδευση συνεπάγεται, επίσης, άσκηση στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και τη διαμόρφωση ενός κώδικα συμπεριφοράς του κάθε ατόμου ξεχωριστά γύρω από τα προβλήματα που αφορούν την ποιότητα του περιβάλλοντος*» (IUCN 1970, στο Παπαβασιλείου 2011, σελ. 22).

Στη Συνάντηση αυτή η ενεργή συμμετοχή του ανθρώπου στα περιβαλλοντικά ζητήματα και η σχέση του με το περιβάλλον καθορίζεται από την κατανόηση των στάσεων, των αξιών και τη συμπεριφορά του ιδίου. Ως κύριος σκοπός της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης κρίθηκε η *μετάδοση γνώσεων και αξιών με στόχο την πρόληψη και αντιμετώπιση των αρνητικών επιδράσεων που ασκούνται στο περιβάλλον εξαιτίας της ανθρώπινης παρέμβασης* (Γαβριλάκης & Σοφούλης, 2005, σελ. 57).

Δύο χρόνια αργότερα (1972) ακολουθεί το Συνέδριο Aix-en-Provence στη Γαλλία. Στο Συνέδριο αυτό διατυπώθηκαν δύο ορισμοί για την έννοια του περιβάλλοντος. Ο πρώτος ορισμός περιγράφει το περιβάλλον ως «*το σύνολο σε μια συγκεκριμένη στιγμή των φυσικών, χημικών, βιολογικών διαστάσεων και των κοινωνικών παραγόντων, ικανών να ασκήσουν μια*

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

*άμεση ή έμμεση, βραχυπρόθεσμη ή μακροπρόθεσμη δράση στους οργανισμούς και τις ανθρώπινες δραστηριότητες». Ο δεύτερος ορισμός περιγράφει την έννοια του περιβάλλοντος ως «το σύνολο των όντων και των πραγμάτων τα οποία συνθέτουν τον κοντινό και μακρινό χώρο του ανθρώπου, στα οποία μπορεί να δράσει και να τα διαφοροποιήσει και, αντίστροφα τα οποία μπορούν να δράσουν στον άνθρωπο και να καθορίσουν με αυτό τον τρόπο, ολικά ή μερικά, την ύπαρξη και τον τρόπο ζωής του» (Αναστασάτος 2005, σελ. 43, στο Παπαβασιλείου, 2011, σελ. 22-23). Εμβαθύνοντας στους δύο αυτούς ορισμούς προκύπτει το συμπέρασμα ότι στο περιβάλλον αλληλεπιδρούν οι βιοτικοί, αβιοτικοί και κοινωνικοί παράγοντες. Επιπρόσθετα στο συνέδριο αυτό αναδείχθηκε η άποψη ότι η εκπαίδευση για το περιβάλλον δεν θα πρέπει να αποτελεί ξεχωριστό μάθημα στα σχολεία αλλά το περιβάλλον (φυσικό και ανθρωπογενές) να προσεγγίζεται ως ολότητα. Κρίθηκε απαραίτητη η επιμόρφωση των διδασκόντων, προκειμένου να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις προκλήσεις της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης. Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση φαίνεται να έρχεται σε αντίθεση με τις παραδοσιακές αρχές διδασκαλίας, οι οποίες δεν αποδέχονται καινοτόμες προσεγγίσεις, με αποτέλεσμα να συναντά δυσκολίες στην εφαρμογή της.*

Παρόμοιο περιεχόμενο διατυπώνεται στο Project Environment από το Schools Council, στη Βρετανία, το 1974, σύμφωνα με το οποίο παρουσιάζονται οι διαστάσεις της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, γύρω από το περιβάλλον, μέσα στο περιβάλλον και για χάρη του περιβάλλοντος (Γαβριλάκης & Σοφούλης, 2005, σελ. 59).

Το 1972 πραγματοποιείται η Διεθνής Διάσκεψη της Στοκχόλμης με θέμα τη «Διακήρυξη για το περιβάλλον του ανθρώπου». Στη Διακήρυξη αυτή διατυπώθηκαν βασικές αρχές που αφορούσαν στη σχέση του ανθρώπου με το περιβάλλον, τη φύση των περιβαλλοντικών προβλημάτων, την αλληλεπίδραση ανθρώπου-περιβάλλοντος και τον ρόλο της επιστήμης και της τεχνολογίας στο μετασχηματισμό του περιβάλλοντος. Στο σημείο στο οποίο δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση, ήταν η αναγκαιότητα να δημιουργηθεί μια κοινή περιβαλλοντική πολιτική, σε τοπικό και διεθνές επίπεδο, ώστε μέσα από τη συνεργασία όλων των χωρών να επιτευχθεί η επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων.

## **1.2 Ιδρυτικά κείμενα- διεθνείς συμβάσεις**

Στη Διάσκεψη της Στοκχόλμης, ουσιαστικά, γεννήθηκε η έννοια της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης. Οι σκέψεις και οι προβληματισμοί σχετικά με το περιβάλλον οδήγησαν στη θεσμοθέτηση του Προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον (United Nations Environment Programme - UNEP). Στη Διακήρυξη επισημαίνεται ο παγκόσμιος χαρακτήρας

των περιβαλλοντικών ζητημάτων και η σπουδαιότητα να αντιμετωπιστούν μέσα από τη συνεργασία όλων των χωρών. Επιπλέον, δόθηκε έμφαση στις αδυναμίες των τεχνολογικών επιτευγμάτων αλλά και στις αυστηρές πολιτικές που ακολουθούνται, ως κύριοι παράγοντες που εμποδίζουν την αντιμετώπισή των ζητημάτων αυτών. Εισήχθησαν νέες έννοιες, όπως ο «αναλαφρητισμός» ο «υπερπληθυσμός», ο «υποσιτισμός» και ο «αφοπλισμός», έννοιες που συνδέονται άμεσα με τα περιβαλλοντικά ζητήματα και διευρύνουν το πεδίο της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης. Στη διάσκεψη της Στοκχόλμης, όμως, φάνηκε να παραγκωνίζεται η εγγενής αξία της φύσης προς όφελος του ανθρώπου, ενώ το φυσικό περιβάλλον προσεγγίζεται ως πηγή για την ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών, η οποία αξιοποίηση των πηγών αυτών, θα πρέπει να αναστέλλεται όταν αρχίζει να προκαλεί προβλήματα στην ποιότητα του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Στη διάσκεψη αυτή συμμετείχαν πολλές αναπτυσσόμενες χώρες του Τρίτου Κόσμου, οι οποίες επεσήμαναν ότι η προσέγγιση του περιβάλλοντος με έμφαση στη ρύπανση, την εξάντληση των φυσικών πόρων και την εξαφάνιση των άγριων οργανισμών δεν συμβάλλει στην ανάπτυξη των χωρών αυτών, καθώς παραγκωνίζει σημαντικά κοινωνικό-πολιτισμικά ζητήματα.

Αυτή η θεώρηση για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, η οποία δεν δείχνει να συμβάλλει στην αντιμετώπιση των κοινωνικό-πολιτισμικών ζητημάτων που προκύπτουν από τα περιβαλλοντικά προβλήματα, έθεσε νέες προβληματικές, ενώ η «εναντίωση» των υπό ανάπτυξη χωρών έθεσε ζητήματα υποστήριξης των χωρών αυτών από τις ανεπτυγμένες χώρες (Γαβριλάκης & Σοφούλης, 2005, σελ. 58).

Το 1975, οργανώνεται στο Βελιγράδι Διεθνές Συνέδριο για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, θέτοντας σε εφαρμογή το Διεθνές Πρόγραμμα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης της Στοκχόλμης όπου συνδέθηκαν τα περιβαλλοντικά ζητήματα με τα κοινωνικά και διαμορφώθηκε το εννοιολογικό πλαίσιο της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (Παπαβασιλείου, 2011, σελ. 23).

Στο Συνέδριο αυτό συντάσσεται η Χάρτα του Βελιγραδίου, στην οποία καταγράφονται τα αποτελέσματα και κρίνεται απαραίτητος ο επαναπροσδιορισμός της έννοιας της «ανάπτυξης», της σχέσης μεταξύ ανθρώπου και περιβάλλοντος και της λήψη μέτρων για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών ζητημάτων. Οι βασικές αρχές και οι στόχοι της Χάρτας αποτέλεσαν το έναυσμα για περαιτέρω διαπραγματεύσεις και συζητήσεις θέτοντας την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση στο κέντρο των παγκόσμιων συζητήσεων αναδεικνύοντας την ανάγκη δημιουργίας ενός ολοκληρωμένου θεωρητικού πλαισίου (Γαβριλάκης & Σοφούλης, 2005, σελ. 61).

Το 1977 η Διάσκεψη της Τιφλίδας, αποτελεί την πρώτη διακυβερνητική διάσκεψη για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, στην οποία διακηρύσσονται οι βασικές αρχές και οι στόχοι της.

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Η Θεματολογία της Διάσκεψης αφορά τα περιβαλλοντικά προβλήματα στις σύγχρονες κοινωνίες, το ρόλο της εκπαίδευσης στην αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών, τις στρατηγικές για την ανάπτυξη της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης σε εθνικό επίπεδο και την ανάγκη περιφερειακής και διεθνούς συνεργασίας για την ανάπτυξη της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (UNESCO, 1978).

Οι Βασικές αρχές της Διάσκεψης της Τιφλίδας είναι οι εξής:

- Προσέγγιση του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος στην ολότητά του.
- Δια βίου διαδικασία μάθησης, στην τυπική και μη τυπική εκπαίδευση.
- Υιοθέτηση διεπιστημονικής προσέγγισης, χρησιμοποιώντας ως πηγές τις ειδικές γνώσεις κάθε επιστημονικού τομέα για μια ολιστική και ισορροπημένη προοπτική.
- Έμφαση στην ενεργό συμμετοχή για την πρόληψη και επίλυση περιβαλλοντικών προβλημάτων.
- Επισκόπηση των κύριων περιβαλλοντικών ζητημάτων σε παγκόσμιο επίπεδο, λαμβάνοντας υπόψη τις τοπικές ιδιαιτερότητες.
- Επικέντρωση στις σύγχρονες και τις μελλοντικές περιβαλλοντικές καταστάσεις, λαμβάνοντας υπόψη και την ιστορική τους πλευρά.
- Εξέταση των σχεδίων ανάπτυξης και της οικονομίας με περιβαλλοντική σκοπιά.
- Ανάδειξη της αξίας και της αναγκαιότητας της συνεργασίας σε επίπεδο τοπικό και παγκόσμιο για την επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων.
- Διευκόλυνση της συμμετοχής των διδασκομένων στον προγραμματισμό των μαθησιακών εμπειριών και της δυνατότητας να λαμβάνουν αποφάσεις και να αποδέχονται τις συνέπειες τους.
- Συσχέτιση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, της γνώσης, της κριτικής σκέψης, της ικανότητας επίλυσης προβλημάτων και της αποσαφήνισης των αξιών, δίνοντας έμφαση στην ευαισθητοποίηση των νέων για τα περιβαλλοντικά προβλήματα.
- Παρότρυνση των διδασκομένων να ανακαλύπτουν τα συμπτώματα και τις πραγματικές αιτίες των περιβαλλοντικών προβλημάτων.
- Χρήση διαφόρων εκπαιδευτικών χώρων και ευρείας ποικιλίας εκπαιδευτικών προσεγγίσεων για τη διδασκαλία και τη μάθηση σχετικά με το περιβάλλον και από το περιβάλλον, με έμφαση στις πρακτικές δραστηριότητες και τις προσωπικές εμπειρίες (UNESCO, 1978, σελ. 27-29).

Οι κύριοι στόχοι της Διάσκεψης της Τιφλίδας είναι οι εξής:

- Επίγνωση: Να βοηθήσει τα άτομα και τις κοινωνικές ομάδες να αποκτήσουν επίγνωση και να ευαισθητοποιηθούν για το συνολικό περιβάλλον και τα συναφή προβλήματα.

- **Γνώση:** Να αποκτήσουν βασική κατανόηση του συνολικού περιβάλλοντος, των συναφών προβλημάτων και την κρίσιμη ευθύνη της ανθρωπότητας για τη θέση και το ρόλο της σε αυτό.
- **Στάσεις:** Να αποκτήσουν ένα σύνολο αξιών και σθεναρά αισθήματα ενδιαφέροντος για το περιβάλλον, και το κίνητρο για ενεργό συμμετοχή στην προστασία και τη βελτίωσή του.
- **Δεξιότητες:** Να αποκτήσουν δεξιότητες, για την επίλυση περιβαλλοντικών προβλημάτων.
- **Ικανότητες αξιολόγησης:** Να αξιολογούν τα μέτρα που λαμβάνονται για το περιβάλλον και τα εκπαιδευτικά προγράμματα σε σχέση με οικολογικούς, πολιτικούς, οικονομικούς, κοινωνικούς, αισθητικούς και εκπαιδευτικούς παράγοντες.
- **Συμμετοχή:** Να αναπτύξουν αίσθημα ευθύνης και αίσθηση του επείγοντος αναφορικά με τα περιβαλλοντικά προβλήματα και να εμπλέκονται ενεργά σε όλα τα επίπεδα, εργαζόμενοι για την επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων (UNESCO, 1978).

Η Διακήρυξη της Τιφλίδας αποτέλεσε το θεμελιώδες καταστατικό για την εξέλιξη τη Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, θέτοντας ως βασικό σκοπό τη δημιουργία «περιβαλλοντικά υπεύθυνων πολιτών». Όλοι οι παραπάνω στόχοι επιδιώκουν την καλλιέργεια ικανών και υπεύθυνων πολιτών οι οποίοι θα μπορούν να αναλάβουν τις ευθύνες τους, ατομικά και συλλογικά, απέναντι στο περιβαλλοντικά προβλήματα. Ο «περιβαλλοντικά υπεύθυνος πολίτης» περιγράφεται ως «ο πολίτης με οικολογική συνείδηση και παιδεία, υπεύθυνος και ενεργός στο κοινωνικό πεδίο» (Φλογαΐτη, 2011β, σελ. 160).

Έπειτα από μια ολόκληρη δεκαετία, το 1987, πραγματοποιείται το Διεθνές Συνέδριο της Μόσχας με θέμα την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Κατάρτιση. Συγκεκριμένα καταστρώθηκε ένα σχέδιο δράσης για την ανάπτυξη και την προώθηση της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης. Στο Συνέδριο της Μόσχας, για πρώτη φορά, αναφέρεται ο όρος «αειφόρος ανάπτυξη», ο οποίος αποτελεί το κλειδί για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών ζητημάτων και το συνδετικό κρίκο μεταξύ της ανάπτυξης και του περιβάλλοντος.

Η πραγμάτωση των στόχων, τόσο της Μόσχας όσο και της Τιφλίδας, δεν ολοκληρώθηκε καθώς προσέκρουσε στο παραδοσιακό εκπαιδευτικό μοντέλο που εφαρμοζόταν μέχρι τότε, αλλά και στην έλλειψη ενός συντονιστικού οργάνου που θα είναι υπεύθυνο να επιβλέπει και να καθοδηγεί τις προσπάθειες των χωρών προς την πραγμάτωση αυτών των στόχων (Γαβριλάκης & Σοφούλης, 2005μ σελ. 63).

Εξαιτίας των αναγκών και των δεδομένων, όπως διατυπώθηκαν στο Συνέδριο της Μόσχας, προέκυψε η ανάγκη να σχεδιαστεί ένα στρατηγικό σχέδιο δράσης με σκοπό την επίτευξη των στόχων της Διακήρυξης της Τιφλίδας οι οποίοι αποτελούν τις εννέα θεματικές ενότητες που



*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

αντικατοπτρίζουν όλες τις όψεις της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης. Συγκεκριμένα οι θεματικές αυτές ενότητες ήταν οι εξής:

- Πληροφόρηση και ανταλλαγή πληροφοριών.
- Έρευνα και πειραματισμός σχετικά με το περιεχόμενο και τις μεθόδους που υιοθετεί η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση.
- Δημιουργία διδακτικού υλικού και προγραμμάτων σπουδών.
- Κατάρτιση αλλά και επιμόρφωση του διδακτικού προσωπικού.
- Ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής διάστασης στην τεχνική και επαγγελματική εκπαίδευση.
- Χρήση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης για την ενημέρωση και την εκπαίδευση του κοινού.
- Ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής διάστασης στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.
- Κατάρτιση ειδικών στα θέματα της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης.
- Συνεργασία σε περιφερειακό αλλά και σε διεθνές επίπεδο (Φλογοαίτη 2011β, σελ. 128).

Η UNESCO σε συνεργασία με τους φορείς του Προγράμματος για το Περιβάλλον (UNEP), προχώρησαν στην οργάνωση του Διεθνούς Προγράμματος Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (ΔΠΠΕ), (IEEP-International Environmental Education Programme). Το πρόγραμμα αυτό δημιουργούσε τις απαραίτητες συνθήκες για την ανάπτυξη του διεθνούς προγράμματος, το σχεδιασμό καινοτόμων και αποτελεσματικών μεθόδων και πρακτικών, το διδακτικό υλικό και την περαιτέρω εκπαίδευση, ώστε να προωθήσει την ενασχόληση των εκπαιδευτικών, ερευνητών και επιστημόνων με προγράμματα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (UNESCO-UNEP 1984).

Συνοψίζοντας τους σκοπούς και τις αρχές των διασκέψεων για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, υψηλής σημασίας κρίνεται η αναλυτική παράθεση των στόχων της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης.

### **1.3 Στόχοι Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης**

Ο πρώτος στόχος της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης διατυπώθηκε στις αρχές της δεκαετίας του '70 από τους Ary, Jacobs, & Razavieh (1972) οι οποίοι διέκριναν έναν κύριο, Υπερεθνικό στόχο για την Ανάπτυξη Προγραμμάτων Σπουδών της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης. Ο Υπερεθνικός Στόχος της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης επεδίωκε να βοηθήσει τους πολίτες να αποκτήσουν περιβαλλοντική γνώση και, πάνω απ' όλα, να τους εφοδιάσει με δεξιότητες οι

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

οποίες θα τους καθιστούσαν πρόθυμους να εργαστούν, ατομικά και συλλογικά, προς την επίτευξη ή/και τη διατήρηση μια δυναμικής ισορροπίας μεταξύ ποιότητας ζωής και ποιότητας του περιβάλλοντος. Ο στόχος αυτός διακρίνεται σε πολλά επίπεδα, τα οποία αφορούν στην οικολογική βάση, την εννοιολογική συνειδητοποίηση ζητημάτων και αξιών, το επίπεδο διερεύνησης και αξιολόγησης και το επίπεδο καλλιέργειας περιβαλλοντικών δεξιοτήτων (Hungerford, Peyton, & Wilke, 1980, σελ. 43-45).

Επίπεδο I. Οικολογική βάση: Το πρώτο επίπεδο έχει οικολογικό υπόβαθρο και επιδιώκει να παράσχει στον αποδέκτη επαρκείς γνώσεις με οικολογικές βάσεις, ώστε να του επιτρέψει να λαμβάνει οικολογικά ορθές αποφάσεις με σεβασμό απέναντι σε περιβαλλοντικά ζητήματα. Το επίπεδο στόχου σε οικολογική βάση θα μπορούσε να περιλαμβάνει τα ακόλουθα εννοιολογικά στοιχεία:

- ✓ Α. Άτομα και πληθυσμούς
- ✓ Β. Αλληλεπιδράσεις και αλληλεξάρτηση
- ✓ Γ. Περιβαλλοντικές επιρροές και περιοριστικούς παράγοντες
- ✓ Δ. Ροή ενέργειας και ανακύκλωση υλικών (βιογεωχημικό κύκλο)
- ✓ Ε. Τις έννοιες της κοινότητας και του οικοσυστήματος
- ✓ F. Ομοιότητα
- ✓ Ζ. Διαδοχή
- ✓ Η. Τον άνθρωπο ως ένα κύριο συστατικό του οικοσυστήματος.
- ✓ Τις οικολογικές επιπτώσεις των δραστηριοτήτων του ανθρώπου και των κοινοτήτων του.

Επίπεδο II. Εννοιολογική συνειδητοποίηση ζητημάτων και αξιών: Το δεύτερο επίπεδο του υπερεθνικού στόχου αφορά στην εννοιολογική συνειδητοποίηση περιβαλλοντικών ζητημάτων και αξιών. Το επίπεδο αυτό επιδιώκει να καθοδηγήσει την ανάπτυξη μιας εννοιολογικής συνειδητοποίησης του τρόπου με τον οποίο οι ατομικές και συλλογικές δράσεις μπορεί να επηρεάσουν τη σχέση μεταξύ της ποιότητας ζωής και της ποιότητας του περιβάλλοντος. Επίσης επιδιώκει να καθορίσει τον τρόπο με τον οποίο οι δράσεις αυτές οδηγούν σε περιβαλλοντικά ζητήματα, τα οποία πρέπει να επιλυθούν μέσω της έρευνας, της αξιολόγησης, της αποσαφήνισης των αξιών, της λήψης αποφάσεων και τέλος, της ενεργού δράσης των πολιτών. Οι στόχοι του Επιπέδου II προκειμένου να παρέχουν ευκαιρίες στους δέκτες να αντιληφθούν, συγκλίνουν στα εξής:

- ✓ Οι πολιτιστικές δραστηριότητες του ανθρώπου (π.χ. θρησκευτικές, οικονομικές, πολιτικές, κοινωνικές κ.λπ.) επηρεάζουν το περιβάλλον από οικολογική σκοπιά.
- ✓ Ότι οι ατομικές συμπεριφορές επηρεάζουν το περιβάλλον από οικολογική σκοπιά.

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

- ✓ Στην ευρεία ποικιλία περιβαλλοντικών ζητημάτων και τις οικολογικές και πολιτιστικές επιπτώσεις αυτών των ζητημάτων.
- ✓ Τις βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις που διατίθενται για την αποκατάσταση διακριτών περιβαλλοντικών ζητημάτων και την οικολογικές και πολιτιστικές επιπτώσεις αυτών των εναλλακτικών λύσεων.
- ✓ Την ανάγκη για διερεύνηση περιβαλλοντικών ζητημάτων και την αξιολόγηση ως προϋπόθεση για την ορθή λήψη αποφάσεων.
- ✓ Το ρόλο που διαδραματίζουν οι διαφορετικές ανθρώπινες αξίες σε περιβαλλοντικά ζητήματα και η ανάγκη για διευκρίνιση προσωπικών αξιών, ως αναπόσπαστο μέρος της περιβαλλοντικής απόφασης.
- ✓ Την ανάγκη υπεύθυνης δράσης των πολιτών (π.χ. πειθώ, καταναλωτισμός, νομική δράση, πολιτική δράση, οικολογική διαχείριση) στην αποκατάσταση περιβαλλοντικών ζητημάτων.

Επίπεδο III. Επίπεδο Διερεύνησης και Αξιολόγησης: Αυτό το επίπεδο προβλέπει την ανάπτυξη των γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται για να επιτρέψουν στους δέκτες να διερευνήσουν περιβαλλοντικά ζητήματα και να αξιολογήσουν εναλλακτικές λύσεις για την αποκατάσταση αυτών των ζητημάτων. Ομοίως, οι αξίες διευκρινίζονται με σεβασμό απέναντι σε αυτά τα ζητήματα και τις εναλλακτικές λύσεις. Οι στόχοι του επιπέδου III έχουν δύο συνιστώσες: η πρώτη αφορά σε στόχους που επιδιώκουν να αναπτύξουν στους δέκτες:

- ✓ Γνώσεις και δεξιότητες που απαιτούνται για τον εντοπισμό και τη διερεύνηση ζητημάτων (χρησιμοποιώντας τόσο πρωτογενείς όσο και δευτερογενείς πηγές πληροφοριών) και να συνθέσουν τα συγκεντρωτικά δεδομένα.
- ✓ Ικανότητες να αναλύσουν τα περιβαλλοντικά ζητήματα και τις σχετικές αξιακές στάσεις σε σχέση με τις οικολογικές και πολιτιστικές επιπτώσεις.
- ✓ Την ικανότητα να εντοπίζουν εναλλακτικές λύσεις για εμφανή ζητήματα και τις ανάλογες αξιακές στάσεις σε σχέση με αυτές τις λύσεις.
- ✓ Την ικανότητα να υιοθετούν εναλλακτικές λύσεις και αξιακές στάσεις σε σχέση με τα διακριτά περιβαλλοντικά ζητήματα σε σχέση με τις πολιτιστικές και οικολογικές επιπτώσεις τους.
- ✓ Την ικανότητα προσδιορισμού και αποσαφήνισης των ατομικών αξιακών θέσεων που σχετίζονται με διακριτά περιβαλλοντικά ζητήματα και τις σχετικές λύσεις τους.
- ✓ Την ικανότητα να αξιολογούν, να διευκρινίζουν και να αλλάζουν τις προσωπικές τους αξιακές στάσεις υπό το φως των νέων πληροφοριών.

Οι στόχοι της δεύτερης συνιστώσας είναι να παρέχουν στους δέκτες ευκαιρίες ώστε:

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

- ✓ Να συμμετέχουν στη διερεύνηση και αξιολόγηση περιβαλλοντικών ζητημάτων.
- ✓ Να συμμετέχουν σε αξιολογικές διαδικασίες κατά τρόπο, ώστε να επιτρέπουν στον δέκτη να εκτιμήσουν το βαθμό συνέπειας των αξιών τους σε σχέση με τον προκαθορισμένο στόχο επίτευξης ή/και διατήρησης μιας δυναμικής ισορροπίας μεταξύ Ποιότητας Ζωής και Ποιότητας του περιβάλλοντος.

Επίπεδο IV. Επίπεδο καλλιέργειας περιβαλλοντικών δεξιοτήτων: Αυτό το επίπεδο επιδιώκει να οδηγήσει στην ανάπτυξη αυτών των δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες για τους δέκτες, ώστε να λαμβάνουν θετική περιβαλλοντική δράση με σκοπό την επίτευξη ή/και τη διατήρηση μιας δυναμικής ισορροπίας μεταξύ της ποιότητας ζωής και της ποιότητας του περιβάλλοντος. Οι στόχοι σε αυτό το επίπεδο παρουσιάζονται σε δύο συνιστώσες: ο στόχος για τη πρώτη συνιστώσα είναι να αναπτυχθούν στους δέκτες οι δεξιότητες εκείνες που θα τους επιτρέπουν να εργαστούν προς την ολοκλήρωση στόχων, που θα είναι συνεπείς με τις αξίες τους και θα λαμβάνουν είτε ατομική είτε συλλογική δράση, όταν χρειάζεται, σε διαδικασίες πειθούς, καταναλωτισμού, πολιτικής δράσης, νομικής δράσης, ή οικολογική διαχείρισης

Οι στόχοι της δεύτερης συνιστώσας είναι να παρέχουν στους δέκτες ευκαιρίες για:

- ✓ Τη λήψη αποφάσεων σχετικά με την περιβαλλοντική δράση και τις στρατηγικές που πρέπει να χρησιμοποιούνται σε σχέση με συγκεκριμένα περιβαλλοντικά ζητήματα.
- ✓ Την εφαρμογή δεξιοτήτων περιβαλλοντικής δράσης σε συγκεκριμένα θέματα, δηλαδή, να αναλαμβάνουν δράση ως ενεργοί πολίτες σε ένα ή περισσότερα θέματα.
- ✓ Να αξιολογούν τις ενέργειες που έχουν αναληφθεί σε σχέση με την επιρροή τους στην επίτευξη ή/και τη διατήρηση μιας δυναμικής ισορροπίας μεταξύ Ποιότητας Ζωής και Ποιότητας του περιβάλλοντος (Hungerford, Peyton, & Wilke, 1980, pp. 43-45).

Όλοι αυτοί οι πολυεπίπεδοι στόχοι της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης φαίνεται ότι αποτέλεσαν το υπόβαθρο να αναπτυχθεί μια διευρυμένη έννοια που αφορά περιβαλλοντικά, κοινωνικά, πολιτισμικά και οικονομικά ζητήματα παγκόσμιου ενδιαφέροντος, την έννοια της «Αειφορίας».

## **Κεφάλαιο 2ο Η Αειφορία ή Αειφόρος Ανάπτυξη**

### **2.1 Ορισμοί για την Αειφορία-Αειφόρο Ανάπτυξη**

Πριν παρατεθούν οι ορισμοί για την Αειφορία κρίνεται απαραίτητο να διευκρινιστούν οι δύο έννοιες «Βιωσιμότητα» και «Αειφορία», καθώς συχνά θεωρούνται ταυτόσημες. Οι Dovers & Norton (1994a, σελ. 285) έχουν επισημάνει ότι υπάρχει διαφορά ανάμεσα στις δύο αυτές έννοιες, στο εξής σημείο: η «Βιωσιμότητα» θεωρείται η φέρουσα ικανότητα ενός φυσικού, ανθρωπογενούς ή μεικτού συστήματος να προσαρμόζεται σε εσωτερικές ή εξωτερικές αλλαγές, ενώ η «Αειφορία» αφορά στη βελτίωση και στην αλλαγή με σκοπό την ενίσχυση της βιωσιμότητας στα παραπάνω συστήματα. Η Αειφορία αφορά στο αποτέλεσμα μιας κατάστασης που έχει παντοτινή διάρκεια, ενώ η Βιωσιμότητα αποσκοπεί στην ισορροπία σε τομείς όπως η οικονομία, ο πολιτισμός, οι ηθικές αξίες, οι φυσικοί πόροι, η κοινωνία (Ξάνθης, 2015, σελ. 237). Σύμφωνα με τον M. Crow (2020) η αειφορία μπορεί να συνοψιστεί ως η διαχείριση του φυσικού κεφαλαίου για τις μελλοντικές γενιές, πέρα από την οικονομική και περιβαλλοντική ανάπτυξη για να αγκαλιάσει την υγειονομική περίθαλψη, την αστικοποίηση, την ενέργεια, τα υλικά, τη γεωργία, τις επιχειρηματικές πρακτικές, τις κοινωνικές υπηρεσίες και την κυβέρνηση. η βιωσιμότητα είναι μια έννοια με τόσο μετασχηματιστικό δυναμικό όσο η δικαιοσύνη, ελευθερία, και ισότητα» (<https://sustainability-innovation.asu.edu/what-is-sustainability>). Ωστόσο οι έννοιες «Αειφορία» και «Αειφόρος Ανάπτυξη» χρησιμοποιούνται κατά κύριο λόγο, ως ταυτόσημες.

Εξαιτίας όλων των παραπάνω πολλαπλών χαρακτηριστικών και συγκεχυμένων διαστάσεων έχουν διατυπωθεί για την Αειφόρο Ανάπτυξη, πλήθος ορισμών που θεμελιώνονται κατά περίπτωση στους παραπάνω άξονες. Ένας από τους πρώτους ορισμούς που διατυπώθηκαν ήταν αυτός των Todaro & Smith το 1977 (2021, σελ. 16) οι οποίοι υποστήριξαν ότι «η Αειφόρος Ανάπτυξη αποτελεί μια πολυδιάστατη προσέγγιση που περιλαμβάνει σημαντικές αλλαγές στον κοινωνικό ιστό, στις στάσεις και στους θεσμούς καθώς και στην οικονομική ανάπτυξη, στη μείωση της ανισότητας και στην εξάλειψη της απόλυτης φτώχειας».

Η έννοια της «Αειφόρου Ανάπτυξης» θα μπορούσε να οριστεί ως το σύνολο των πρακτικών που ακολουθούν τις αξίες του αρχικού ορισμού, με τα ακριβή κριτήρια ελέγχου της αειφορίας να ορίζονται κατά περίπτωση. Δηλαδή ο όρος «Αειφόρος Ανάπτυξη» καλείται να περιγράψει οποιαδήποτε επένδυση, τεχνολογία ή μέτρο ενσωματώνει στοιχεία περιβαλλοντικής προστασίας και ενεργειακής εξοικονόμησης (Kate, Parris, & Leiserowitz, 2005, σελ. 9-11).

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Ένας ακόμα ορισμός είναι αυτός των Rauch και Newman (2008, σελ. 388-389), οι οποίοι, περιγράφουν την «Αειφορία» ως «μια «ρυθμιστική ιδέα», της οποίας συστατικά στοιχεία είναι η ασάφεια και η αβεβαιότητα, με τρόπο τέτοιο, ώστε να την καθιστούν ευρέως αποδεκτή. Τα ηθικά διλήμματα και οι αλληλοσυγκρουόμενοι στόχοι που εμπεριέχει, πρέπει να τίθενται συνεχώς υπό επαναδιαπραγμάτευση και να συζητιούνται σε κάθε προσπάθεια εφαρμογής της Αειφορίας».

Ο Pawlowski (2009, σελ. 66), θεωρεί ότι η Αειφόρος Ανάπτυξη έχει επτά διαστάσεις:

- i. Την οικονομική
- ii. Την περιβαλλοντική
- iii. Την κοινωνική
- iv. Την ηθική
- v. Την τεχνική
- vi. Τη νομική και
- vii. Την πολιτική.

Οι διαστάσεις αυτές είναι αλληλένδετες και λαμβάνονται αναλόγως υπόψη στη λήψη αποφάσεων για θέματα «Αειφόρου Ανάπτυξης».

Ένας ακόμα ορισμός περιγράφει την Αειφορία ως «την αποτελεσματική και δίκαιη κατανομή των πόρων εντός των γενεών και μεταξύ γενεών με τη λειτουργία κοινωνικοοικονομικών δραστηριοτήτων εντός των ορίων ενός πεπερασμένου οικοσυστήματος» (Stoddart, Schneeberger, Dodds, Shaw, Bottero, Cornforth, & White 2011, σελ. 37).

Το 2015 διατυπώνονται δύο ακόμα σημαντικοί ορισμοί για την «Αειφορία». Ο πρώτος ορισμός, (Ben-Eli, 2015, σελ. 3) αναφέρει ότι «η Αειφορία αποτελεί μια δυναμική ισορροπία στη διαδικασία αλληλεπίδρασης μεταξύ του πληθυσμού και της φέρουσας ικανότητας του περιβάλλοντος, έτσι ώστε ο πληθυσμός να έχει το περιθώριο να εκφράσει ολόκληρη τη δυναμική του χωρίς να προκαλεί μη αναστρέψιμες δυσμενείς επιπτώσεις στη φέρουσα ικανότητα του περιβάλλοντος από το οποίο εξαρτάται». Ο δεύτερος ορισμός, (Thomas, 2015, σελ. 90) θεωρεί ότι «η Αειφορία είναι η ικανότητα εστίασης στις ανθρώπινες δραστηριότητες και η ικανότητά τους να καλύπτουν τις ανθρώπινες ανάγκες και επιθυμίες, χωρίς να εξαντλούν τους παραγωγικούς πόρους που έχουν στη διάθεσή τους».

Από την άλλη, η βιωσιμότητα σημαίνει συνοπτικά, καλή ζωή για περίπου δέκα δισεκατομμύρια ανθρώπους εντός των οικολογικών ορίων του πλανήτη μας. Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης είναι μια συστηματική επέκταση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων ανοίγοντας ίσες ευκαιρίες ανάπτυξης για όλους τους ανθρώπους σε αυτόν τον πλανήτη και για τις μελλοντικές γενιές (Schneidewind, 2018:25-26).

Ένας από τους πιο πρόσφατους ορισμούς για την Αειφόρο Ανάπτυξη είναι αυτός του Redman (2020), ο οποίος θεωρεί ότι «*Αειφόρος Ανάπτυξη είναι μια συνειδητοποίηση της συνδεσιμότητας του κόσμου και των επιπτώσεων των ενεργειών του ανθρώπου. Βρίσκει λύσεις μέσω καινοτόμων προσεγγίσεων, επέκταση μελλοντικών επιλογών με την άσκηση περιβαλλοντικής διαχείρισης, οικοδόμηση θεσμών διακυβέρνησης που μαθαίνουν συνεχώς, και ενστάλαξη αξιών που προάγουν τη δικαιοσύνη*» (<https://sustainability-innovation.asu.edu/what-is-sustainability>).

Ένας ακόμα σημαντικός ορισμός είναι αυτός του Penn State (2020) που θεωρεί την αειφορία «*ως την ταυτόχρονη επιδίωξη της ανθρώπινης υγείας και ευτυχίας, της περιβαλλοντικής ποιότητας και της οικονομικής ευημερίας για τις τρέχουσες και τις μελλοντικές γενιές*». Θεωρεί ότι η αειφόρος ανάπτυξη ξεκινά από τους ανθρώπους και στόχο έχει να δημιουργήσει μια ολιστική προσέγγιση στην ανθρώπινη υγεία, την οικονομία και την ευτυχία. Ένα σταθερό και καθαρό περιβάλλον αποτελεί σημαντικό μέρος αυτού του οράματος. Επίσης θέτει κι άλλα ζητήματα όπως ο τερματισμός της φτώχειας, η δημιουργία δυναμικών κοινοτικών υποδομών και η εγγύηση της ισότητας των φύλων, στοιχεία που μπορούν να εγγυηθούν ένα βιώσιμο μέλλον για όλους τους ανθρώπους (State, 2020).

Όπως γίνεται αντιληπτό από τον αναγνώστη, ο ορισμός της έννοιας της Αειφόρου Ανάπτυξης ή Αειφορίας, είναι διευρυμένος και πολυεπίπεδος και αφορά σε αλλαγές, συνειδητοποίηση, διαχείριση, δυναμικές ισορροπίες μεταξύ ανθρώπου και περιβάλλοντος και σε άλλα πολλά. Για το λόγο αυτό, στη συνέχεια επιχειρείται μια αναλυτικότερη προσέγγιση του περιεχομένου της Αειφορίας, από την πρώτη φορά που έγινε αναφορά του όρου μέχρι σήμερα.

## **2.2 Το περιεχόμενο της έννοιας της Αειφορίας -Αειφόρου Ανάπτυξης**

Η βιομηχανική επανάσταση αποτέλεσε ορόσημο για την εξέλιξη της ποιότητας της ζωής των ανθρώπων καθώς η τεχνολογία κατέγραψε ραγδαία ανάπτυξη και αυξήθηκε εκθετικά η παραγωγή προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών. Ωστόσο ο προσδιορισμός της έννοιας της «ποιότητα ζωής» άρχισε να αμφισβητείται καθώς ο άνθρωπος άρχισε να θυσιάζει αυτή την ποιότητα στο βωμό της οικονομικής ευημερίας. Χαρακτηριστικά της «Αειφορίας» ή «Αειφόρου Ανάπτυξης» άρχισαν να εμφανίζονται κατά τη μεταβιομηχανική επανάσταση, όταν οι αναπτυγμένες χώρες άρχισαν να συνειδητοποιούν την ύψιστη ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος και την καθοριστική επίδραση που έχει σε αυτό η ανθρώπινη δραστηριότητα. Το κύριο ζήτημα που άρχισε να απασχολεί τις χώρες αυτές ήταν μια μελλοντική εξάντληση των φυσικών πόρων εξαιτίας της αλόγιστης εκμετάλλευσής τους, η οποία θα είχε επιπτώσεις σε μεταγενέστερες γενιές. Πολλές αναπτυγμένες χώρες ακολούθησαν ραγδαίους ρυθμούς

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

ανάπτυξης που είχαν άμεσες ή μακροπρόθεσμες περιβαλλοντικές επιπτώσεις, ωστόσο έκριναν σημαντικότερη την ανάπτυξη αξιολογώντας χαμηλά τη σημαντικότητα τις επιπτώσεις αυτές. Σταδιακά οι χώρες άρχισαν να συνειδητοποιούν ότι αυτή η ραγδαία οικονομική ανάπτυξη πρόκειται να επιφέρει μη αναστρέψιμες ζημιές σε όλη την υφήλιο καθώς οι φυσικοί πόροι και οι φέρουσα ικανότητα της γης δεν είναι ανεξάντλητη. Στον αντίποδα αυτής της οικολογικής συνειδητοποίησης τέθηκε η οικονομική θεώρηση η οποία πρέσβευε ότι η οικονομική ευημερία είναι απαραίτητη τόσο για την κοινωνική ευημερία όσο και για την προστασία του περιβάλλοντος (Ανδρεόπουλος, 2015, σελ. 40-41).

Πρώτη φορά που εισάγεται στην παγκόσμια κοινότητα ο όρος «Αειφόρος Ανάπτυξη» ή «Βιώσιμη Ανάπτυξη» είναι το 1968 από μια ομάδα επιστημόνων - οικονομολόγων, κοινωνιολόγων, ανθρωπιστών και περιβαλλοντολόγων- σε συνάντηση που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη, προκειμένου να συζητήσουν για το παρόν και το μέλλον της ανθρωπότητας. Στη συνάντηση αυτή εκφράστηκε η ανησυχία σχετικά με το ότι, εάν οι τρέχουσες τάσεις ανάπτυξης στον παγκόσμιο πληθυσμό, η εκβιομηχάνιση, η ρύπανση, η παραγωγή τροφίμων και η εξάντληση των πόρων συνεχίσουν αμετάβλητες, τα όρια ανάπτυξης στον πλανήτη θα μπορούσαν να εξαντληθούν μέσα στα επόμενα εκατό χρόνια, με πιο πιθανό αποτέλεσμα την ξαφνική και ανεξέλεγκτη μείωση τόσο του πληθυσμού όσο και της βιομηχανικής ικανότητας. Για τους λόγους αυτούς προτάθηκε για πρώτη φορά να τροποποιηθούν αυτές οι τάσεις ανάπτυξης και να καθοριστεί μια συνθήκη οικολογικής και οικονομικής σταθερότητας που να οδηγήσει σε Αειφόρο Ανάπτυξη στο μέλλον, δηλαδή να είναι πιο πολύ βιώσιμη. Η κατάσταση της παγκόσμιας ισορροπίας θα μπορούσε να σχεδιαστεί έτσι ώστε οι βασικές υλικές ανάγκες κάθε ατόμου επάνω στη γη να ικανοποιούνται και κάθε άτομο να έχει ίσες ευκαιρίες να συνειδητοποιήσει την ατομική του δυναμική απέναντι στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον (Meadows, Meadows, Randers & Behrens, 1972, σελ. 23-24).

Ο όρος «περιβάλλον» στη βιώσιμη προσέγγιση αλλάζει ερμηνεία και διευρύνεται, περιλαμβάνοντας εκτός από το φυσικό περιβάλλον, την οικονομική, κοινωνική και πολιτισμική διάσταση του περιβάλλοντος. Στο πλαίσιο της Αειφόρου Ανάπτυξης, επίσης διευρύνεται ο όρος «ανάπτυξη» ο οποίος πλέον δεν αφορά μόνο την οικονομική αλλά και την κοινωνική, πολιτισμική και περιβαλλοντική διάστασή της. Οι δύο αυτοί, διευρυμένοι όροι αρχίζουν να βρίσκονται σε μια διαρκή αλληλεπίδραση και να δημιουργούν δυναμικές σχέσεις οι οποίες ορίζουν την ποιότητα της ζωής των ανθρώπων του πλανήτη (Φώκιαλη, 2011, σελ. 72-73).

Το οριζόμενο πλαίσιο της Αειφορίας από τα Ηνωμένα Έθνη στοχεύει στην επίτευξη ισορροπίας μεταξύ τριών πυλώνων της οικονομίας, του περιβάλλοντος και της κοινωνικής



ισότητας –για τις σημερινές και για τις μελλοντικές γενιές. Όμως, παρά την εφαρμογή αυτού του πλαισίου βιωσιμότητας για πάνω από ένα τέταρτο του αιώνα, η γη είναι λιγότερο βιώσιμη, από ποτέ. Θεωρητικές αντισταθμίσεις μεταξύ της διατήρησης του περιβάλλοντος και της οικονομικής ανάπτυξης έχουν συχνά ενισχύσει τις επιχειρήσεις για συνήθειες πρακτικές και εκπαιδευτικά παραδείγματα και υπερτονίζουν τα οικονομικά οφέλη εις βάρος των οικολογικών ορίων (Thomas, 2015, σελ. i). Σύμφωνα με το τμήμα των Οικονομικών και Κοινωνικών Υποθέσεων των Ηνωμένων Εθνών, η βιωσιμότητα, στην ουσία, στοχεύει να εξασφαλιστεί η κατάλληλη ευθυγράμμιση και ισορροπία μεταξύ της κοινωνίας, της οικονομίας και του περιβάλλοντος όσον αφορά στην αναγεννητική ικανότητα των οικοσυστημάτων που υποστηρίζουν τη ζωή του πλανήτη (DESA-UN, 2018).

Έτσι, σύμφωνα με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, η οικολογική ακεραιότητα διατηρείται και όλα τα περιβαλλοντικά συστήματα της γης διαφυλάττουν την ισορροπία τους ενώ οι φυσικοί πόροι εντός αυτών καταναλώνονται από τον άνθρωπο με ρυθμό όπου είναι σε θέση να αναπληρώσουν τον εαυτό τους. Σύμφωνα με την οικονομική βιωσιμότητα, οι ανθρώπινες κοινότητες σε όλο τον κόσμο είναι σε θέση να διατηρήσουν την ανεξαρτησία τους και να έχουν πρόσβαση στους πόρους που αυτοί απαιτούν, οικονομικούς και άλλους, για να καλύψουν τις ανάγκες τους. Τα οικονομικά συστήματα είναι άθικτα και οι δραστηριότητες είναι διαθέσιμες σε όλους, όπως οι ασφαλείς πηγές βιοπορισμού. Ενώ σύμφωνα με την κοινωνική Βιωσιμότητα, τα καθολικά ανθρώπινα δικαιώματα και οι βασικές ανάγκες είναι εφικτά από όλους τους ανθρώπους, οι οποίοι έχουν πρόσβαση σε αρκετούς πόρους προκειμένου να διατηρήσουν τις οικογένειες και τις κοινότητές τους υγιείς και ασφαλείς. Οι υγιείς κοινότητες διαθέτουν ηγέτες που εξασφαλίζουν ότι όλα τα ατομικά, εργασιακά και πολιτιστικά δικαιώματα γίνονται σεβαστά και όλοι οι άνθρωποι προστατεύονται από τις διακρίσεις (<https://www.mcgill.ca/sustainability/files/sustainability/what-is-sustainability.pdf>).

Πολλοί επιστήμονες άρχισαν να επισημαίνουν αρκετά νωρίς το περιβαλλοντικό ζήτημα, ωστόσο οι παγκόσμιοι οργανισμοί άρχισαν να αναζητούν λύσεις και να λαμβάνουν μέτρα στις αρχές της δεκαετίας του '80 και να κάνουν λόγο για βιωσιμότητα και Αειφόρο Ανάπτυξη (Βαβούρας, 2011, σελ. 49). Για το λόγο αυτό άρχισαν να οργανώνονται Διεθνείς Συσκέψεις και να συντάσσονται Διακηρύξεις οι οποίες εισήγαγαν επίσημα την έννοια, το περιεχόμενο, τους σκοπούς και τις βασικές αρχές της «Αειφόρου Ανάπτυξης».

## **2.3 Ιδρυτικά κείμενα και διεθνής συμβάσεις για την Αειφόρο Ανάπτυξη**

Η πρώτη συνάντηση της παγκόσμιας κοινότητας για την από κοινού εξέταση των παγκόσμιων περιβαλλοντικών και αναπτυξιακών αναγκών πραγματοποιήθηκε στη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Ανθρώπινο Περιβάλλον στη Στοκχόλμη το 1972 (United Nation, 1972). Ωστόσο, ο όρος «Αειφορία» εισήχθη για πρώτη φορά στη δεκαετία του '80 αλλά ήδη γίνεται αναφορά στη Χάρτα του Βελιγραδίου (1975) και έπειτα στη Διακήρυξη της Τιφλίδας (1977) σε ζητήματα που αφορούν στην ποιότητα ζωής, την ευημερία και την ευτυχία του ανθρώπου, την ικανοποίηση των αναγκών του μέσα από την υγιή σχέση του με το περιβάλλον, την κοινωνική ισότητα, τη δικαιοσύνη, την ειρήνη, τον αφοπλισμό, τη συνεργασία των χωρών για την επίλυση των περιβαλλοντικών και κοινωνικών προβλημάτων, την αλληλοϋποστήριξη ανάμεσα στις τωρινές και τις μελλοντικές γενεές, την αλλαγή στις στάσεις, στις αξίες και στις σχέσεις αλληλεπίδρασης μεταξύ ανθρώπων και φύσης και του ανθρώπου με τον άνθρωπο (Φλογαΐτη, 2011α, σελ. 35).

Ακολούθησαν μια σειρά από Διασκέψεις και Διακηρύξεις οι οποίες καθόρισαν το περιεχόμενο, τους σκοπούς και τους στόχους της Αειφόρου Ανάπτυξης και της προσέδωσαν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά.

Στη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη το 1972 στη Στοκχόλμη τέθηκαν οι βάσεις για την εξέλιξη της έννοιας της αειφόρου ανάπτυξης και άρχισαν να προσεγγίζονται, παράλληλα, τα ζητήματα του περιβάλλοντος και της ανάπτυξης.

Το 1980 η Διεθνής Ένωση Προστασίας της Φύσης (International Union for the Conservation of Nature- IUCN) συγκεκριμενοποιεί περισσότερο την έννοια της Αειφόρου Ανάπτυξης, έτσι *«η ανάπτυξη είναι αειφόρος, όταν βελτιώνει την ποιότητα ζωής στο πλαίσιο των ορίων που θέτει η φέρουσα ικανότητα των οικοσυστημάτων που υποστηρίζουν τη ζωή»* δίνοντας στην έννοια κυρίως περιβαλλοντική διάσταση, σύμφωνα με τους φορείς IUCN, UNEP και WWF (Ξανθάκου & Χριστοδουλάκης, 2015, σελ. 308).

Ακολουθεί η Γενική Συνέλευση των Ηνωμένων Εθνών το 1983, με την «Έκθεση Brundland», με θέμα «Το Κοινό μας Μέλλον» και στην οποία συστάθηκε η Επιτροπή των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, η οποία Επιτροπή, τέσσερα χρόνια μετά, το 1987, αναγνώρισε σε παγκόσμιο επίπεδο το ζήτημα της «Αειφόρου Ανάπτυξης» (Βαβούρας & Συρμαλή, 2013, σελ. 60- 61). Στην έκθεση αυτή η έννοια της βιώσιμης ή αειφόρου ανάπτυξης ορίστηκε ως *«η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες της σημερινής γενιάς χωρίς να στερεί τη δυνατότητα από τις μελλοντικές γενιές να ικανοποιήσουν τις δικές τους»*. (Γαβριλάκης & Σοφούλης, 2005, σελ. 62).

Επίσημα η έννοια της «Αειφόρου Ανάπτυξης» αναφέρεται στο Διεθνές Συνέδριο της Μόσχας, το 1987 για την «Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Κατάρτιση». Στο συνέδριο αυτό στηρίχθηκαν οι προτάσεις της Τιφλίδας (1997) και η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση εμπλουτίζεται με την έννοια της Αειφορίας, η οποία αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την ανάπτυξή της (Φλογαΐτη 2011α).

Το 1992 στο Ρίο ντε Τζανέιρο συναντήθηκαν στη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών και έλαβαν αποφάσεις οι ηγέτες 172 χωρών για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη. Αυτό που προέκριναν ήταν «οι απαραίτητες αλλαγές δεν θα επέλθουν παρά μόνο με αλλαγή στάσης και συμπεριφοράς εκ μέρους μας». Στη Διάσκεψη αυτή εισάχθηκαν αποφασιστικά τα θέματα του περιβάλλοντος και της ανάπτυξης στον δημόσιο διάλογο, και συγκεκριμένα:

- ✓ Ατζέντα 21 — Σχέδιο δράσης για τη βιώσιμη ανάπτυξη,
- ✓ Διακήρυξη του Ρίο για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη,
- ✓ Δήλωση Αρχών για τα Δάση,
- ✓ Σύμβαση-Πλαίσιο των Ηνωμένων Εθνών για τις Κλιματικές Μεταβολές,
- ✓ Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για τη Βιοποικιλότητα,
- ✓ Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για την Καταπολέμηση της Ερημοποίησης (United Nations, 1992).

Στη διάσκεψη της Θεσσαλονίκης το 1997, με θέμα «Περιβάλλον και κοινωνία: εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση των πολιτών για την αειφορία» διατυπώθηκαν οι στόχοι της Αειφόρου Ανάπτυξης ως εξής:

- ✓ Κατάλληλη εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση των πολιτών ως ένας από τους πυλώνες της αειφορίας μαζί με τη νομοθεσία, την οικονομία και την τεχνολογία.
- ✓ Μείωση της φτώχειας.
- ✓ Συλλογική συνεργασία μεταξύ υπερτοπικών, τοπικών και συλλογικών φορέων με στόχο την ευαισθητοποίηση, την έρευνα και την αλλαγή συμπεριφορών και στάσης ζωής προς την αειφορία.
- ✓ Ισότιμη εκπαίδευση σε όλους, ανεξαρτήτου φύλου, καταγωγής, θρησκείας, γλώσσας.
- ✓ Επαναπροσδιορισμός κάθε μορφής εκπαίδευσης προς την αειφορία, υπό την έννοια του περιβάλλοντος, της φτώχειας, του πληθυσμού της της υγείας, της εξασφάλισης τροφής, της δημοκρατίας, των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και της ειρήνης.
- ✓ Η περιβαλλοντική εκπαίδευση, ενασχολούμενη με όλο το εύρος των οικουμενικών θεμάτων που συμπεριλαμβάνονται στην Ημερήσια Διάταξη του Agenda 21.
- ✓ Ολιστική διεπιστημονική προσέγγιση για θέματα σχετικά με το περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη.

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

- ✓ Αναπροσανατολισμός της εκπαίδευσης σύμφωνα με το Κεφάλαιο 36 της Agenda 21 πρέπει να εμπλέκει όχι μόνο την εκπαιδευτική κοινότητα, αλλά και τις Κυβερνήσεις, τους οικονομικούς φορείς και άλλους εταίρους.

Το 2002 πραγματοποιείται στο Γιοχάνεσμπουργκ Διάσκεψη για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη όπου και ορίζεται η Βιώσιμη Ανάπτυξη ως ανάπτυξη που θεμελιώνεται σε τρεις άξονες: τον οικονομικό, τον κοινωνικό και τον περιβαλλοντικό. Οι τρεις αυτοί άξονες συνδέονται άρρηκτα μεταξύ τους και αποτελούν αναγκαία προϋπόθεση για την επίτευξη της βιωσιμότητας. Οι άξονες αυτοί έθεσαν για πρώτη φορά ζητήματα ηθικής στην ανάπτυξη, τα οποία μέχρι τότε οι περισσότερες κυβερνήσεις τα αγνοούσαν.

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του Γκέτεμποργκ, το 2001 (Κείμενο αναθεωρημένης Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για την Αειφόρο Ανάπτυξη, 2006), θέσπισε την πρώτη στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Αειφόρο Ανάπτυξη, η οποία αποτελεί κυρίως, μια αέναη διαδικασία αλλαγών και αναπροσαρμογών και όχι απλά μια στατιστική ανάλυση, η οποία επιτυγχάνεται μέσα από την ισότιμη επιδίωξη των τριών πυλώνων της Αειφόρου Ανάπτυξης, οικονομία- περιβάλλον-κοινωνία. Η στρατηγική αυτή θεμελιώνεται στους εξής άξονες:

Την προστασία του Περιβάλλοντος.

Την κοινωνική δικαιοσύνη και συνοχή.

Την οικονομική ευημερία

Την ανάληψη των διεθνών ευθυνών από πλευράς Ευρωπαϊκής Ένωσης (Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2006).

Η δεκαετία 2005-2014 ανακηρύχθηκε από τη διεθνή κοινότητα ως η «Δεκαετία της ΕΑΑ», με βασικούς στόχους την ενσωμάτωση των αξιών της αειφορίας σε όλες τις μορφές μάθησης, την διευκόλυνση των επαφών, των ανταλλαγών και των αλληλεπιδράσεων όσων εμπλέκονται σε περιβαλλοντικά προγράμματα και την καλλιέργεια αυξανόμενης ποιότητας διδασκαλίας και μάθησης στην ΕΑΑ (UNESCO 2014β, σελ. 15).

Το 2015, στη Σύνοδο Κορυφής της Νέας Υόρκης 195 ηγέτες κρατών δεσμεύτηκαν διεθνώς και αποφάσισαν τους 17 στόχους της Βιώσιμης Ανάπτυξης: Εξάλειψη της φτώχειας, Εξάλειψη της πείνας, Καλή υγεία και ευημερία, Ποιοτική εκπαίδευση, Ισότητα των φύλων, Καθαρό νερό και αποχέτευση Αξιοπρεπής εργασία και οικονομική ανάπτυξη, Βιομηχανία, Καινοτομία και Υποδομές, Λιγότερες ανισότητες, Βιώσιμες πόλεις και κοινότητες, Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή, Δράση για το κλίμα, Ζωή στο νερό, Ζωή στη στεριά, Ειρήνη, Δικαιοσύνη και ισχυροί θεσμοί, Συνεργασία για τους στόχους), θέτοντας για πρώτη φορά οργανωμένα τις βάσεις για ευημερία και ανάπτυξη σε κοινωνικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό επίπεδο, σε όλον τον πλανήτη για την επόμενη 15ετία (Agenda 2030) (United Nations 2015).

Το 2015, 196 μέρη προσχώρησαν στη Συμφωνία των Παρισίων με σκοπό να συγκρατήσουν την αύξηση της μέσης θερμοκρασίας του πλανήτη πολύ χαμηλότερα από 2 °C πάνω από τα προβιομηχανικά επίπεδα και να συνεχίσουν τις προσπάθειες περιορισμού της αύξησης της θερμοκρασίας σε 1,5 °C πάνω από τα επίπεδα αυτά. Βάσει της Συμφωνίας των Παρισίων, κάθε χώρα οφείλει, στο πλαίσιο των ΕΚΣ, να κοινοποιήσει, το 2020 και στη συνέχεια κάθε πέντε χρόνια, τα μέτρα που λαμβάνει υπέρ του κλίματος για μετά το 2020. Οι ΕΚΣ απηχούν τις προσπάθειες κάθε χώρας να μειώσει τις εκπομπές της σε εθνικό επίπεδο και να προσαρμοστεί στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Το Δεκέμβριο του 2020 πραγματοποιείται στο Παρίσι μεταξύ των μελών της Ε.Ε. συμφωνία για τη μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου κατά τουλάχιστον 55% έως το 2030 σε σύγκριση με το 1990, σύμφωνα με τις οδηγίες που έδωσε το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο στις 11 Δεκεμβρίου 2020 (Συμβούλιο της Ε.Ε., 2020).

Τέλος, το Νοέμβριο του 2021, πραγματοποιήθηκε στη Γλασκώβη Διάσκεψη κορυφής για την κλιματική αλλαγή COP26 όπου συμφωνήθηκαν τα εξής:

- ✓ αυξημένες δεσμεύσεις για την παροχή κεφαλαίων που θα βοηθήσουν τις αναπτυσσόμενες χώρες να αντιμετωπίσουν την κλιματική αλλαγή
- ✓ η έγκριση της παγκόσμιας δέσμευσης για το μεθάνιο
- ✓ η ολοκλήρωση του εγχειριδίου κανόνων του Παρισίου (Συμβούλιο της Ε.Ε., 2021).

Συνοψίζοντας το περιεχόμενο την Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης και της Αειφόρου Ανάπτυξης θα μπορούσαμε να διαπιστώσουμε τα ακόλουθα. Η ΠΕ στο παρελθόν, εστίαζε στη σχέση αιτίου-αποτελέσματος, και θεωρούσε ότι η αλλαγή της ανθρώπινης συμπεριφοράς θα μπορούσε να μεταβάλει το αποτέλεσμα προς όφελος του περιβάλλοντος (Δημητρίου, 2009, σελ. 98-99). Η διαφορά της ΠΕ με την Εκπαίδευση για την Αειφόρο Ανάπτυξη, είναι ότι, γίνεται σαφές πλέον, ότι η Αειφορία δεν επικεντρώνεται μόνο στην βελτίωση του περιβάλλοντος, και την αναβάθμιση της ποιότητάς του ούτε περιορίζεται στην απλή ενσωμάτωση κοινωνικών, οικολογικών και πολιτισμικών παραγόντων. Αντίθετα, προϋποθέτει μια νέα λογική όπου το πλαίσιο δεν είναι αντικρουόμενο, μεταξύ φυσικού περιβάλλοντος και ανάπτυξης, αλλά λειτουργεί, ως ενιαίο σύνολο συνεργάσιμων δυνάμεων. Οι στρατηγικές για την προώθηση της Εκπαίδευση για την Αειφόρο Ανάπτυξη δεν απομονώνουν το ενδιαφέρον για το περιβάλλον από το ενδιαφέρον για την ανάπτυξη, ούτε εντάσσουν τις αποφάσεις για την οικονομική ανάπτυξη ή την προστασία του περιβάλλοντος αποκλειστικά στη σφαίρα της επιστήμης, απομονώνοντάς ηθικά ζητήματα και αξίες όπως τα ανθρώπινα δικαιώματα, η αντιμετώπιση της φτώχειας και η ειρήνη. Αντίθετα προβάλλει την ανάπτυξη, ως ένα σύνολο ορθολογικών και ηθικών επιλογών που στηρίζονται στο όραμα της Αειφορίας. Το περιεχόμενο και οι αρχές της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης δεν μπορούν να επιτευχθούν αν τις

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

περιορίσουμε σε ένα απλό αν και αναγκαίο εργαλείο για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος αλλά μόνο αν την εξελίξουμε σε μια μορφή εκπαίδευσης για την ιδιότητα του πολίτη, την κριτική συμμετοχή και την ανάληψη προσωπικής ευθύνης για πράξεις και αποφάσεις που συνδέονται με το φυσικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον (Mayer, Thurston, & Pawlowski 2004).

## **Κεφάλαιο 3ο Η βιομηχανία μόδας**

### **3.1 Ιστορική αναδρομή**

Παρά το γεγονός ότι τα ρούχα θεωρούνται βασική ανθρώπινη ανάγκη, η μόδα έχει υπερβεί κατά πολύ αυτό που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ανάγκη. Στο παρελθόν, ενδύματα και υποδήματα κατασκευάζονταν στο χέρι από ένα ή δύο άτομα για να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες ολόκληρης κοινότητας.

Με την Πρώτη Βιομηχανική Επανάσταση (μέσα 17ου και 18ος αιώνας), η χρήση ατμού, άνθρακα και νερού ως κύριες πηγές ενέργειας, άλλαξαν τον κόσμο. Τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, η Δεύτερη Βιομηχανική Επανάσταση χρησιμοποίησε τις καινοτομίες της Βρετανίας για να εκβιομηχανίσει την παραγωγή ρούχων και στα υπόλοιπα μέρη του κόσμου. Στη Βρετανία το 18<sup>ο</sup> αιώνα καταγράφηκε υψηλή αύξηση της ζήτησης των βαμβακερών υφασμάτων με αποτέλεσμα η κλωστοϋφαντουργία να αναπτυχθεί ραγδαία και να στραφεί προς σύγχρονα τεχνολογικά επιτεύγματα προκειμένου να καλύψει την παραγωγή. Η πρώτη κλωστική μηχανή του Hargreaves αποτελεί πραγματικότητα και φέρνει την πρώτη εκβιομηχάνιση μαζικής παραγωγής (Allen, 2006).

Από τις αρχές του 20ου αιώνα, η κλίμακα της παραγωγής διογκώθηκε, η αγορά διεθνοποιήθηκε, και το εμπόριο προσανατολίστηκε στην υπερκατανάλωση. Όχι μόνο μειώθηκε δραματικά ο χρόνος κατασκευής του προϊόντος αλλά και της διανομής του.

Κατά τη διάρκεια του 20<sup>ου</sup> αιώνα συντελούνται σημαντικά επιστημονικά και τεχνολογικά επιτεύγματα, προκαλώντας μεταξύ, κυρίως, των ισχυρών ευρωπαϊκών κρατών μεγάλο ανταγωνισμό για τον έλεγχο της κλωστοϋφαντουργίας σε περιοχές εκτός της Ευρωπαϊκής Ηπείρου. Δημιουργείται παράλληλα αποικιακός ανταγωνισμός ο οποίος συνδέεται με την εκβιομηχάνιση, την αστυφιλία, και την αύξηση του πληθυσμού. Στο Παρίσι, στα μέσα του 19<sup>ου</sup> αιώνα καθιερώνεται η υψηλή ραπτική και η βιομηχανική μαζική παραγωγή ενδυμάτων, ως επέκταση της βρετανικής κλωστοϋφαντουργίας. Η μαζική παραγωγή ενδυμάτων διαδόθηκε ευρύτατα στη Βόρεια Αμερική, την Άπω Ανατολή και την Ευρώπη. Στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα καθιερώνεται το τζιν ως το πιο κάζουαλ ρούχο, ενώ μέχρι τότε αποτελούσε κατεξοχήν ένδυμα εργασίας. Μέσα στον 20<sup>ο</sup> αιώνα πραγματοποιήθηκε η μεγαλύτερη βιομηχανική και κοινωνική επανάσταση στη βιομηχανία της κλωστοϋφαντουργίας και της μόδας (Blance, Geitel, & Beck, 2009, σελ. 510-520).

Σε αντίθεση με το παρελθόν όπου η μόδα οριζόταν από την ανώτερη κοινωνική τάξη, στη διάρκεια του 20<sup>ου</sup> αιώνα η μόδα αποτελεί κεκτημένο ευρύτερων κοινωνικών τάξεων. Η

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

ενδυμασία και η μόδα αποτελεί πλέον έκφραση προσωπικού γούστου, στάσεων και απόψεων και όλες οι καινοτομίες που συντελέστηκαν αφορούσαν την προσωπική αισθητική, την κοινωνική και οικονομική ταυτότητα του κάθε ανθρώπου (Sapir, 1931).

Όλοι πλέον έχουν πρόσβαση στην ποιότητα και την ποσότητα και για πρώτη φορά στην ιστορία, αμέτρητα σχέδια, ποικίλα υφάσματα και στυλ είναι προσιτά σε όλους. Η βιομηχανία της μόδας πλέον εδραιώνει τη θέση της στην παγκόσμια οικονομία.

### **3.2 Οικονομικά στοιχεία**

Από τη στιγμή που η βιομηχανία της μόδας εδραιώνεται στην παγκόσμια αγορά, κατέχει εξέχουσα θέση στην παγκόσμια οικονομία. Προκειμένου να γίνει αντιληπτό το μέγεθος της οικονομικής ισχύος της βιομηχανίας μόδας παρατίθενται συγκεκριμένα στοιχεία από βάσεις δεδομένων όπως το Statista και η ετήσια έκθεση McKinsey, και το Global Fashion Industry Statistics.

Η παγκόσμια αγορά ενδυμάτων αυξήθηκε σε αξία από 1,3 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2015, σε 2,52 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2019. Μεταξύ 2000 και 2014, η παραγωγή ενδυμάτων διπλασιάστηκε με τον μέσο καταναλωτή να αγοράζει 60% περισσότερα ρούχα σε σύγκριση με πριν από 15 χρόνια. Το 2021 η βιομηχανία της μόδας αποτέλεσε ένα από τα μεγαλύτερα μέρη της παγκόσμιας οικονομίας, καταγράφοντας παγκόσμια αγοραστική αξία ύψους 759,5 δισεκατομμυρίων δολαρίων, καθώς τα ενδύματα, τα αξεσουάρ και τα υποδήματα αποτέλεσαν το νούμερο ένα τομέα ηλεκτρονικού εμπορίου στον κόσμο. Μέσα στην επόμενη πενταετία, ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης της διαδικτυακής μόδας, μάλιστα, αναμένεται να ανέλθει σε 7,18% προσθέτοντας στη βιομηχανία της μόδας ένα (1) τρις δολάρια (Statista, 2021) (Εικόνα, 1).





Εικόνα 1. Ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης της διαδικτυακής μόδας

Πηγή: <https://commonthreadco.com/blogs/coachs-corner/fashion-ecommerce-industry-trends>

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Το 2019, οι κορυφαίες σε παραγωγή χώρες σε δις δολάρια ήταν:

Κίνα, με κέρδη 120 δις,

Ευρωπαϊκή Ένωση, 66 δις

Ινδία, 17 δις,

Η.Π.Α, 13 δις,

Τουρκία, 12 δις,

Δημοκρατία της Κορέας, 9 δις,

Ταϊπεί, Κίνα, 9 δις,

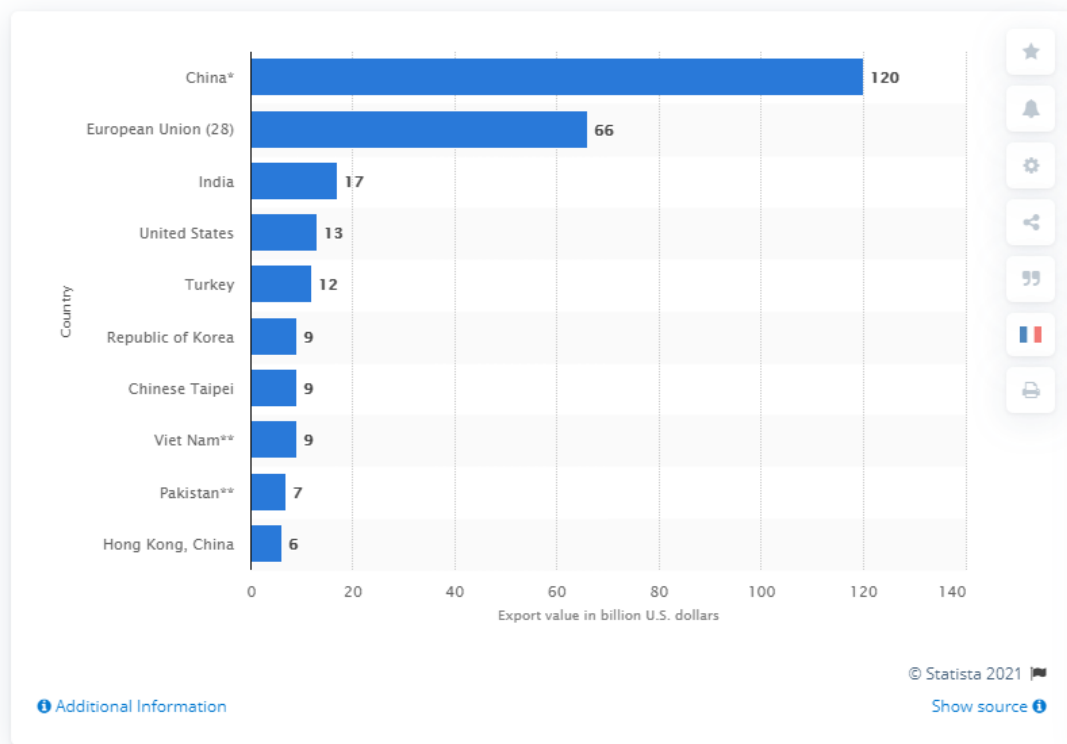
Βιετνάμ, 9 δις,

Πακιστάν, 7 δις,

Χονγκ Κονγκ, 6 δις (Εικόνα 2)

## Top textile exporting countries worldwide 2019

(in billion U.S. dollars)



Εικόνα 2. Οι κορυφαίες σε παραγωγή χώρες σε δις δολάρια το 2019. Πηγή: Statista, 2021

Οι περισσότερες από αυτές τις χώρες είναι γνωστές ως «Τριτοκοσμικές», με τους πληθυσμούς τους να ζουν με λιγότερο από 1 δολάριο την ημέρα (αν και σχεδόν ο μισός πληθυσμός της γης,

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

δηλαδή 2.800.000.000 άνθρωποι, επιβιώνουν με λιγότερα από 2 δολάρια την ημέρα). Στο Μπαγκλαντές, για παράδειγμα, το ένα τρίτο των 18.000.000 θανάτων (περίπου 50.000 την ημέρα) οφείλονται στην φτώχεια και την πείνα, τη στιγμή που στη βιομηχανία της μόδας απασχολούνται παγκοσμίως πάνω από 60 -75 εκατομμύρια εργαζόμενοι, συγκριτικά με το 2000, που απασχολούνταν περίπου 20 εκατομμύρια εργαζόμενοι (Global Fashion Industry Statistics). Σύμφωνα με τα στοιχεία ο μισθός ανά ώρα στα sweatshops κατατάσσει το El Salvador στην πρώτη θέση με 1,38\$/h ενώ στην τελευταία το Bangladesh με 0,13\$/h.

Ωστόσο η Covid-19 εποχή με τους σχετικούς περιορισμούς από το 2020 έως και το 2021, έφερε την παγκόσμια βιομηχανία μόδας αντιμέτωπη με δύσκολες συνθήκες αλλά πλέον, μετά από σχεδόν δύο χρόνια αστάθειας η βιομηχανία μόδας άρχισε να ορθοποδεί. Από τα μέσα του 2021 τα πράγματα άρχισαν να βελτιώνονται ειδικά στις χώρες με υψηλά ποσοστά εμβολιασμού, όπως οι ΗΠΑ, και η απελευθέρωση από τον εγκλεισμό οδήγησε τους καταναλωτές σε καταναλωτική έξαρση. Η πανδημία μεταξύ άλλων, επιδείνωσε τις ανισότητες στην απόδοση των εταιρειών που ούτως ή άλλως αποτελούσε ζήτημα τα τελευταία χρόνια. Μια μικρή ομάδα κορυφαίων εμπορικών σημάτων ισοδυναμούν, και σε ορισμένες περιπτώσεις ξεπερνούν ήδη, την προ-πανδημία απόδοσή τους, χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι πρόκειται για καθολική επιστροφή στην κανονικότητα. Μεγάλος αριθμός εταιρειών συνεχίζει να αγωνίζονται για να δημιουργήσουν ξανά κεφάλαιο, ή ακόμα και να επιβιώσουν, καθώς η κρίση παραμένει. Οι λίγες μάρκες που κατέγραψαν κέρδη ήταν αυτές που διέθεταν αθλητικά ρούχα, ρούχα για το σπίτι, και ηλεκτρονικές αγορές. Το ποσοστό ζημιάς (αρνητικό οικονομικό κέρδος) σε εταιρείες, το 2021, ήταν υψηλότερο από ποτέ, και έφτασε μέχρι το 80% σε απώλειες. Οι «νικήτριες» εταιρείες που κατέγραψαν έως και 20% παραπάνω κέρδος ήταν οι εταιρείες αθλητικών ειδών, ειδών πολυτελείας και κάποιες κινέζικες εγχώριες εταιρείες, οι οποίες ξεπέρασαν την ευρύτερη αγορά.

Η Κίνα ανέκαμψε γρήγορα οικονομικά, στα επίπεδα του 2019, σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες και αυτό γιατί ενισχύθηκε από την τοπική αγορά και τη δραστηριοποίησή της στα είδη πολυτελείας. Καθώς οι καταναλωτές περιορίστηκαν στις χώρες τους, και ειδικά στην υπερπληθή Κίνα, οι καταναλωτές στράφηκαν σε εγχώριες εναλλακτικές λύσεις. Το 2020 η Κίνα κατέγραψε τον υψηλότερο βαθμό σε πωλήσεις με \$ 284.3 ξεπερνώντας αθροιστικά τις επόμενες τέσσερις χώρες, γεγονός που σηματοδοτεί και στο μέλλον την πρωτοπορία της Κίνας.

- Κίνα: \$ 284.3 δις
- Ηνωμένες Πολιτείες: \$ 126.5 δις
- Ηνωμένο Βασίλειο: \$ 32.5 δις

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

- Ιαπωνία: 23,9 Δολάρια δις
- Γερμανία: \$ 22.5 δις (Εικόνα 3).



Εικόνα 3. Χώρες με τον υψηλότερο βαθμό πωλήσεων παγκοσμίως το 2020

Πηγή: <https://commonthreadco.com/blogs/coachs-corner/fashion-ecommerce-industry-trends>

Παρά τις εκτεταμένες λειτουργικές διακοπές, η πανδημία επιβράδυνε ελάχιστα τις μετασχηματιστικές τάσεις που αναδιαμορφώνουν τον κλάδο. Μάλιστα αυτές οι τάσεις επιταχύνθηκαν το 2020 με τους κορυφαίους στη βιομηχανία μόδας να προχωρούν σε τολμηρές κινήσεις στο ψηφιακό περιβάλλον, λαμβάνοντας υπόψη τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές προτεραιότητες και εστιάζοντας στη διαφορετικότητα, την ισότητα και την ένταξη (McKinsey, 2021).

Σήμερα, στην τεράστια αγοραστική αξία, βιομηχανία μόδας εισέρχονται διαρκώς νέες εταιρίες. Οι περισσότερες από αυτές παραμένουν μάλλον άγνωστες στο καταναλωτικό κοινό, πιο γνωστές είναι οι μεμονωμένες μάρκες που αποτελούν μέρος αυτών των παγκόσμιων εταιρειών μόδας.

Η LVMH, Louis Vuitton Moët Hennessy, ένας γαλλικός όμιλος πολυτελείας αποτελεί σήμερα τη μεγαλύτερη εταιρεία μόδας παγκοσμίως. Τα ετήσια έσοδα της LVMH ανήλθαν σε 42,6 δις.

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

για το 2020. Η εταιρεία λειτουργεί μια αλυσίδα ανεξάρτητων καταστημάτων και καταστημάτων σε καταστήματα για μάρκες μόδας όπως οι Louis Vuitton, Fendi και Dior. Η LVMH δεν αντιπροσωπεύει μόνο την υψηλή μόδα αλλά προβλέπει κάθε πτυχή ενός πολυτελούς τρόπου ζωής, όπως ακριβά ποτά, δερμάτινα ήδη κ.α.

Με έδρα τις ΗΠΑ η εταιρία αθλητικών ειδών Nike είναι η δεύτερη μεγαλύτερη εταιρεία μόδας σε όλο τον κόσμο. Το 2017 τα έσοδα της Nike ανήλθαν σε 34, 5 δισεκατομμύρια δολάρια και αγοραστική αξία σχεδόν 105 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Η Nike προσφέρει τα προϊόντα της παγκοσμίως και οι μεγαλύτερες αγορές της είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες, με το 46% των συνολικών εσόδων και η Δυτική Ευρώπη με το 19%. Το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος της Nike, σχεδόν το 90%, προέρχεται από τη μάρκα Nike. Το υπόλοιπο 10% προέρχεται από την Converse, η οποία είναι θυγατρική της Nike. Το τμήμα με τις καλύτερες πωλήσεις της μάρκας είναι τα υποδήματα, που αντιπροσωπεύουν το 63% του εισοδήματος της Nike.

Ο ισπανικός Γίγαντας ταχείας μόδας Inditex - με αγοραστική αξία σχεδόν 92 δισεκατομμυρίων δολαρίων-είναι η τρίτη μεγαλύτερη εταιρεία μόδας παγκοσμίως. Η Inditex κατέχει μάρκες όπως η Zara, η Pull & Bear και η Stradivarius. Η ισπανική εταιρεία αποτιμάται στα 75 δισ. ευρώ και τα ετήσια έσοδά της το 2017 ήταν 25,34 δισ. ευρώ. Η Inditex έχει καταστήματα είναι κάθε μεγάλη πόλη στην Ευρώπη, η οποία επίσης αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων της εταιρείας.

Σε ό,τι αφορά στις οικονομικές προβλέψεις, σύμφωνα με το Statista, τα έσοδα στον τομέα της μόδας αναμένεται να φθάσουν τα 1.000.711δισ δολάρια το 2022. Τα έσοδα αναμένεται να παρουσιάσουν ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης μεταξύ 2022-2025 11,35%, με αποτέλεσμα ο προβλεπόμενος όγκος αγοράς να φτάσει τα 1,381,521 δισ δολάρια μέχρι το 2025. Το μεγαλύτερο μερίδιο από τα έσοδα αυτά, 312.209 δισ δολάρια, για το 2022, αναμένονται να καταγραφούν στην Κίνα. Ο αριθμός των χρηστών ενδυμάτων αναμένεται να ανέλθει σε 3.141, δισ χρήστες μέχρι το 2025.

Μέχρι το 2025, προβλέπεται ότι η αγορά των ΗΠΑ θα αξίζει 385.000.000.000 δολάρια, ενώ τα έσοδα από το ηλεκτρονικό εμπόριο θα ανέρχονται έως το 2023, σε 146.000.000.000. Οι τρεις παγκόσμιες περιοχές με τις μεγαλύτερες αγορές ενδυμάτων είναι η Κίνα, οι Η.Π.Α. και η Ινδία, σε φθίνουσα σειρά (McKinsey, 2021; Statista, 2021).

Ένας σημαντικός παράγοντας στην οικονομική έκρηξη της βιομηχανίας της μόδας είναι το “fast fashion”, η γρήγορη μόδα, η οποία το 2019, η παγκόσμια αγοραστική της αξία εκτιμήθηκε σε περίπου 35, 8 δισεκατομμύρια δολάρια, ενώ έως το 2023, η αγορά του “fast fashion” αναμένεται να ανέλθει και να αυξηθεί κατά 6, 7%, φθάνοντας τα 38, 21 δισ δολάρια (Research and Markets, 2021).

### **3.3 Η γρήγορη μόδα (fast fashion)**

Στα τέλη της δεκαετίας του '90 νέες εταιρίες εισάγονται στη βιομηχανία της μόδας, οι οποίες παράγουν ρούχα που είναι οικονομικά, άμεσα διαθέσιμα και αναλώσιμα. Οι εταιρείες αυτές είναι η Zara, H&M, Topshop και Primark, οι οποίες ξεκίνησαν από μικρά καταστήματα στην Ευρώπη και σήμερα αποτελούν την κορυφή στην αγορά της «γρήγορης μόδας» (Lidnen, 2016).

Η «γρήγορη μόδα» στηρίζεται στη φιλοσοφία ότι τα ρούχα πρέπει να απορρίπτονται όχι όταν δεν είναι πλέον χρησιμοποίησιμα, αλλά όταν δεν έχουν πια την κοινωνική αξία ή δεν είναι πλέον μοντέρνα. Η αγορά της γρήγορης μόδας αποτελείται από πωλήσεις ενδυμάτων και αξεσουάρ που κινούνται γρήγορα από την πασαρέλα στα καταστήματα για να ανταποκριθούν στις νέες τάσεις. Οι γρήγορες συλλογές ενδυμάτων μόδας υποστηρίζονται από τις πιο πρόσφατες τάσεις της μόδας που παρουσιάστηκαν στην Εβδομάδα Μόδας. Οι εταιρίες μόδας θέλουν, οι καταναλωτές να αγοράζουν όσο το δυνατόν περισσότερα ρούχα και όσο το δυνατόν γρηγορότερα. Στη γρήγορη μόδα μεγάλες ποσότητες μη ανανεώσιμων πόρων σπαταλούνται για την παραγωγή ρούχων που χρησιμοποιούνται συχνά μόνο για ένα σύντομο χρονικό διάστημα, μετά το οποίο τα υλικά αποστέλλονται σε χώρους υγειονομικής ταφής ή αποτεφρώνονται. Οι πολυεθνικές αλυσίδες ενδυμάτων μπορούν να προσφέρουν φθηνά ρούχα, τα οποία επιτρέπουν στον καταναλωτή να πετάει χωρίς να σκέφτεται τις περιβαλλοντικές συνέπειες. Οι εταιρείες παραγωγής της γρήγορης μόδας παράγουν ρούχα όχι κάθε σεζόν αλλά 54 φορές το χρόνο, όσες δηλαδή και οι εβδομάδες. Αυτό σημαίνει ότι κάθε χρόνο δημιουργούνται 80 δισεκατομμύρια νέα κομμάτια. Το πρόβλημα όμως που προκύπτει είναι ότι οι εταιρείες αυτές δεν προέβλεψαν τη διαχείριση του τεράστιου αυτού όγκου των απορριπτόμενων ρούχων (Anguelov, 2015; Research and Markets, 2021).

Ένας ακόμα λόγος για τον οποίο η γρήγορη μόδα έγινε τόσο δημοφιλής είναι εξαιτίας του μάρκετινγκ που εφάρμοσαν, το λεγόμενο Quick Response (QR) το οποίο αποτελεί μια μορφή στρατηγικής μάρκετινγκ η οποία αφορά στην άμεση-γρήγορη ανταπόκριση των νέων προϊόντων μεταξύ προμηθευτή και πωλητών λιανικής για την κάλυψη της καταναλωτικής ζήτησης. Η στρατηγική αυτή συνδυάζει δύο κύρια χαρακτηριστικά: α) Σύντομοι χρόνοι στη φάση της παραγωγής και της παράδοσης, επιτρέποντας τον έλεγχο της κατανάλωσης και β) Τα προϊόντα που παράγονται να είναι μοντέρνα (Cachon, & Swinney, 2011).

Η αύξηση της υιοθέτησης προσιτών ρούχων από τον αυξανόμενο πληθυσμό των νέων οδήγησε στην αγορά γρήγορης μόδας. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των Ηνωμένων Εθνών για τον

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

παγκόσμιο πληθυσμό νέων, το 2019 ο πληθυσμός ανήλθε σε 1, 2 δισεκατομμύρια και προβλέπεται να αυξηθεί κατά 7, 9% σε 1, 3 εκατομμύρια μέχρι το 2030. Ο πληθυσμός της νεολαίας προσελκύεται από μοναδικά, μοντέρνα και προσιτά ρούχα. Ως εκ τούτου, οι εταιρείες κατασκευής ενδυμάτων επικεντρώνονται στο να φέρνουν ρούχα μόδας από τις πιο πρόσφατες τάσεις της μόδας που παρουσιάζονται στην Εβδομάδα Μόδας. Η αυξανόμενη προτίμηση για προσιτά ρούχα γρήγορης μόδας με την αύξηση του πληθυσμού των νέων ενίσχυσε την αγορά γρήγορης μόδας (Research & Markets, 2021).

Η γρήγορη μόδα σήμερα αποτελεί ένας από τους δύο πιο σημαντικούς παράγοντες με υψηλές κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προέρχονται από τη βιομηχανία της μόδας. Πρόκειται για μια εξαιρετικά μακρά και περίπλοκη αλυσίδα εφοδιασμού και αναγνωρίζεται ως ένα από τα πιο σημαντικούς παράγοντες ρύπανσης και με τη μεγαλύτερη κατανάλωση νερού, και συνδέεται συχνά με την κατασπατάληση φυσικών πόρων στο χώρο εργασίας. Ο δεύτερος λόγος είναι ότι το περιβαλλοντικό αυτό αποτύπωμα αυξήθηκε κυρίως από τη μετατόπιση της παραγωγής προς τις αναδυόμενες ή αναπτυσσόμενες χώρες με χαμηλό κόστος εργασίας (Fletcher 2010).

Η γρήγορη μόδα οδήγησε σε μεγάλο πλούτο, καθώς τα τελευταία 30 χρόνια η μόδα αυξήθηκε, από μια επιχείρηση 500 δισεκατομμυρίων δολαρίων, σε 2,52 τρις δολάρια ετησίως, εκ των οποίων το 1,7 τρις προέρχεται από την γρήγορη μόδα. Τα ρούχα πλέον δεν παράγονται στην Ευρώπη ή στις Ηνωμένες Πολιτείες. Ενώ στη δεκαετία του '60 οι ΗΠΑ εξακολουθούσαν να κάνουν το 95% των ρούχων, σήμερα ο αριθμός μειώθηκε στο 3%. Το υπόλοιπο 97% της εξωτερικής ανάθεσης πηγαίνει στις αναπτυσσόμενες χώρες σε όλο τον κόσμο. Οι πολυεθνικές εταιρείες φθάνουν σε χώρες όπως η Ινδία, η Κίνα ή η Καμπότζη, όπου το εργατικό δυναμικό είναι πολύ φθηνό. Στη συνέχεια, ζητούν από τις τοπικές επιχειρήσεις και τα εργοστάσια να αποκτήσουν ακόμη φθηνότερη παραγωγή, ώστε να μπορούν να προσφέρουν πιο ικανές τιμές. Περίπου 40 εκατομμύρια άνθρωποι εργάζονται στα εργοστάσια ενδυμάτων, από το οποίο 4 εκατομμύρια άνθρωποι βρίσκονται στο Μπαγκλαντές, όπου και υπάρχουν περισσότερα από 5.000 εργοστάσια που παράγουν για δυτικές μάρκες. Περισσότερα από 500 δισεκατομμύρια δολάρια χάνονται κάθε χρόνο λόγω της ένδυσης η υπο-εκμετάλλευση και της έλλειψης ανακύκλωσης, των απορριπτόμενων ενδυμάτων (Morgan, 2015).

Σήμερα, οι πιο σημαντικοί παίκτες στην αγορά γρήγορης μόδας είναι οι Zara (Inditex), H&M Group, Fast Retailing (Uniqlo), Gap, Forever 21, Mango, Esprit, Primark και New Look. Η παγκόσμια αγορά γρήγορης μόδας αναμένεται να αυξηθεί από 25,09 δις δολάρια το 2020 σε 30, 58 δισεκατομμύρια δολάρια το 2021 με σύνθετο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) 21, 9%. Η ανάπτυξη οφείλεται κυρίως στην επανέναρξη των δραστηριοτήτων τους και στην

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

προσαρμογή τους στη νέα κανονικότητα, ενώ ανακάμπτει από τον αντίκτυπο του COVID-19, ο οποίος είχε προηγουμένως οδηγήσει σε μέτρα περιορισμού, κοινωνική απομόνωση, απομακρυσμένη εργασία και κλείσιμο εμπορικών δραστηριοτήτων που οδήγησαν σε επιχειρησιακές προκλήσεις. Η αγορά αναμένεται να φτάσει τα 39, 84 δισεκατομμύρια δολάρια το 2025 με Ετήσιο Ρυθμό Ανάπτυξης 7% (Research & Markets, 2021).

Ωστόσο οι συνθήκες δημιουργίας των ρούχων και η προέλευση τους, δημιουργούν πολλούς προβληματισμούς αφού παρατηρούνται παραβιάσεις ανθρωπίνων και εργασιακών δικαιωμάτων, παραβάσεις πνευματικής ιδιοκτησίας και φυσικά περιβαλλοντικές καταστροφές, ζητήματα που αναλύονται στην συνέχεια.

### **3.4 Οι επιπτώσεις της βιομηχανίας μόδας στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης**

Τα οικονομικά οφέλη που προαναφέρθηκαν έρχονται σε αντίθεση με τον τρόπο που σχεδιάζονται, παράγονται και χρησιμοποιούνται σήμερα τα ρούχα, καθώς όλα αυτά έχουν περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις, οι οποίες κάθε χρόνο αυξάνονται. Το σημερινό σύστημα παραγωγής, διανομής, και χρήσης ενδυμάτων λειτουργεί με ένα εντελώς γραμμικό τρόπο. Μεγάλες ποσότητες μη ανανεώσιμων πόρων δαπανώνται για την παραγωγή ρούχων, που χρησιμοποιούνται συχνά μόνο για ένα μικρό διάστημα και μετά καταλήγουν σε χώρους υγειονομικής ταφής ή αποτέφρωσης. Σε κάθε στάδιο της προαναφερθείσας αλυσίδας εφοδιασμού, η βιομηχανία της μόδας ασκεί περιβαλλοντικές επιπτώσεις, από τη χρήση νερού και χημικών κατά τη διάρκεια επεξεργασίας των ινών, νημάτων και υφασμάτων, μέχρι την εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα(CO<sub>2</sub>) κατά την κατασκευή, διανομή και κατανάλωση ενδυμάτων. Η παγκοσμιοποίηση του συστήματος κλωστοϋφαντουργίας και μόδας έχει οδηγήσει σε άνιση κατανομή αυτών των περιβαλλοντικών συνεπειών, με τις αναπτυσσόμενες χώρες (που παράγουν σε μεγάλο βαθμό τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και τα είδη ένδυσης) να επωμίζονται το βάρος για τις ανεπτυγμένες χώρες (που καταναλώνουν σε μεγάλο βαθμό τα προϊόντα). Έτσι, οι δυτικές χώρες προκαλούν τις επιπτώσεις αυτές (για παράδειγμα, την κατανάλωση νερού μέσω της καλλιέργειας του βαμβακιού και εκπομπές CO<sub>2</sub> που σχετίζονται με την παραγωγή πολυεστέρα) προκειμένου να εισάγουν ενδύματα από τις αναπτυσσόμενες χώρες (The Carbon Trust, 2011).



### **3.4.1 Αέριοι Ρύποι**

Τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, παράλληλα με το αλουμίνιο, παράγουν τα περισσότερα αέρια θερμοκηπίου ανά μονάδα υλικού. Η Διακυβερνητική Επιτροπή για την κλιματική αλλαγή εκτιμά ότι η κλωστοϋφαντουργία προκαλεί το 10% των παγκόσμιων εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, αλλά το πεδίο και η μέθοδος αυτής της εκτίμησης είναι ασαφείς. Πιο συντηρητικές εκτιμήσεις εκτιμούν ότι η βιομηχανία της μόδας εκπέμπει περίπου 4.0 γιγατόνους, (Gt) ισοδύναμου με την ετήσια εκπομπή του CO<sub>2</sub> το 2016, 2, ή το 8,1% της παγκόσμιας εκπομπής CO<sub>2</sub>. Περίπου το ένα πέμπτο (0,7 Gt CO<sub>2</sub>, ή 1,4% των παγκόσμιων εκπομπών) των εκπομπών του CO<sub>2</sub> προέρχεται μόνο από την κατασκευή υποδήματα, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό από την ένδυση ( 3,3 Gt CO<sub>2</sub>, ή 6,7% παγκόσμιων εκπομπών), αν και καμία από αυτές τις εκτιμήσεις δεν περιλαμβάνει εκπομπές κατά τη φάση χρήσης του κύκλου ζωής, όπως η μεταφορά από περιβάλλοντα λιανικής και το ξέπλυμα (Kissinger, 2013; United Nations, 2018). Οι εκτιμήσεις από το Carbon Trust είναι πιο συντηρητικές, προσεγγίζοντας το 0, 33 Gt του ισοδύναμου CO<sub>2</sub> που εκπέμφθηκε το 2011 λόγω παραγωγής ενδυμάτων (παραλείποντας τα υποδήματα), με ένα επιπλέον 0.530 Gt CO<sub>2</sub> που προστίθεται από την περίοδο χρήσης του κύκλου ζωής (The Carbon Trust, 2011).

Ομοίως, μια μελέτη σουηδικής κατανάλωσης κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων διαπίστωσε ότι η περίοδος χρήσης θα μπορούσε να συντελέσει στο 14% των συνολικών κλιματικών επιπτώσεων της κατανάλωσης ρούχων. Υπολογίζεται ότι η παγκόσμια παραγωγή εκπομπής αερίων του θερμοκηπίου είναι 2,9 Gt CO<sub>2</sub> εκ των οποίων τα δύο τρίτα συνδέονται με συνθετικά υλικά κατά την παραγωγή ινών, υφασμάτων, επεξεργασίας και κατασκευής ενδυμάτων (Sandin, Roos, Spak, Zamani, & Peters, 2019).

Το υψηλό αποτύπωμα άνθρακα της βιομηχανίας μόδας προέρχεται από την υψηλή ενεργειακή χρήση και επηρεάζεται από τις πηγές ενέργειας που χρησιμοποιούνται. Για παράδειγμα, στην Κίνα, η κλωστοϋφαντουργία εξαρτάται από την ενέργεια με βάση τον άνθρακα και ως εκ τούτου, έχει 40% μεγαλύτερο αποτύπωμα άνθρακα από την παραγωγή υφασμάτων που κατασκευάζονται στην Τουρκία ή την Ευρώπη (Wang, & He, 2017). Υψηλές ενεργειακές απαιτήσεις και εκπομπές CO<sub>2</sub> συνδέονται με την κατασκευή κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και την καταναλωτική χρήση (δηλαδή, ξέπλυμα), καθώς και τη ναυτιλία και τη χρήση αεροπορικών μεταφορών των εμπορευμάτων (Turker, & Altuntas, 2014).

Ωστόσο, στον κύκλο ζωής του ενδύματος, η χρήση πηγών ενέργειας και η εκπομπή CO<sub>2</sub> είναι υψηλότερες κατά την αρχική εξαγωγή ινών, ειδικά για συνθετικές ίνες, όπως τα ακρυλικά, καθώς προέρχονται από ορυκτά καύσιμα. Η παραγωγή πολυαμιδίου, για παράδειγμα,

χρησιμοποιεί 160kWh ανά kg ινών. Πέρα από τον τύπο ινών, η μέθοδος παραγωγής επηρεάζει τη χρήση ενέργειας και τις κλιματικές επιπτώσεις, όπως συμβαίνει με τους διαφορετικούς τρόπους παραγωγής βαμβακιού. Χαρακτηριστικά η συμβατική καλλιέργεια βαμβακιού μπορεί να εκπέμπει 3,5 φορές περισσότερο CO<sub>2</sub> από την καλλιέργεια οργανικού βαμβακιού, η οποία, στην Ινδία, παράγει τις διπλάσιες εκπομπές CO<sub>2</sub> από ό, τι η καλλιέργεια του οργανικού βαμβακιού στις ΗΠΑ (Connell, 2015). Ωστόσο, η βιολογική καλλιέργεια μπορεί να απαιτεί περισσότερο νερό από τη συμβατική διαχείριση, παρουσιάζοντας ένα μειονέκτημα στην καλλιέργεια του οργανικού βαμβακιού. Παρ' όλα αυτά, καθώς οι φυσικές ίνες έχουν χαμηλότερο άνθρακα αποτύπωμα από τις συνθετικές ίνες, ο καλύτερος τρόπος μείωση των εκπομπών CO<sub>2</sub> που συνδέονται με την παραγωγή ινών θα ήταν να υποκατασταθεί η χρήση του πολυεστέρα με την χρήση φυσικών ινών. Επιπλέον, οι φυτικές ίνες απομονώνουν τον ατμοσφαιρικό άνθρακα και ενεργούν ως απορροφητήρας άνθρακα, όπως για παράδειγμα, ένας τόνος ξηρής γιούτας ισοδυναμεί με την απορρόφηση 2,4 τόνων άνθρακα. Λευκά είδη παραγόμενα από κάνναβη ομοίως έχουν χαμηλές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Ωστόσο, το χαμηλότερο αποτύπωμα άνθρακα των φυσικών ινών κατά τη διάρκεια της παραγωγής μπορεί να αντισταθμιστεί κατά τη διάρκεια της φάσης χρήσης λόγω των υψηλών ενεργειακών απαιτήσεων για πλύσιμο, ξήρανση και σιδέρωμα σε σύγκριση με τα συνθετικά. Μια εκτίμηση των εκπομπών αερίων στον κύκλο ζωής ενός T-shirt δείχνει ότι, το 35% των εκπομπών CO<sub>2</sub> οφείλονται στην κλωστοϋφαντουργία, ενώ το 52% παράγεται κατά τη διάρκεια της φάσης χρήσης (The Carbon Trust, 2011).

Για να μειωθούν οι επιπτώσεις των εκπομπών των αερίων του θερμοκηπίου από τη βιομηχανία μόδας θα πρέπει να μειωθεί ο όγκος παραγωγής και η χρήση μη ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, ενώ η παραγωγή πολυεστέρα θα πρέπει να αντικατασταθεί με ανανεώσιμα φυτικά κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η βιώσιμη μεταφορά των εμπορευμάτων.

### **3.4. 2 Νερό**

Η βιομηχανία της μόδας χρησιμοποιεί μεγάλες ποσότητες νερού, συνολικού ύψους 79 δισ. κυβικών μέτρων το 2015 και κατά μέσο όρο περίπου 200 τόνοι χρήσης νερού κατά την παραγωγή ενός τόνου κλωστοϋφαντουργίας, τη στιγμή που οι ανάγκες για νερό, ολόκληρης της οικονομίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης ανήλθαν σε 266 δισ. κυβικά μέτρα το 2017 (Anguelov, 2015).

Η μεγαλύτερη παγκόσμια κατανάλωση νερού στη βιομηχανία της μόδας συνδέεται με το βαμβάκι, την καλλιέργειά του και τις διεργασίες εμπότισης της κλωστοϋφαντουργίας (λεύκανση, βαφή, εκτύπωση και φινίρισμα). Η τρέχουσα κλωστοϋφαντουργική παραγωγή χρησιμοποιεί περίπου 44 τρισεκατομμύρια λίτρα νερό ετησίως για άρδευση (ή περίπου το 3% της παγκόσμιας χρήση νερού άρδευσης), το 95% των οποίων συνδέεται με παραγωγή βαμβακιού. Στην παραγωγή ενός T-shirt και ενός τζιν, για παράδειγμα, η καλλιέργεια βαμβακιού προκαλεί 88% και 92% του συνολικού αποτυπώματος νερού, αντίστοιχα. Για να δημιουργηθεί ένα μόνο βαμβακερό μπλουζάκι, σύμφωνα με εκτιμήσεις απαιτούνται 2.700 λίτρα γλυκού νερού —οι ανάγκες ενός ατόμου σε πόσιμο νερό για 2,5 χρόνια, ενώ για να φτιαχτεί μόνο ένα τζιν παντελόνι, απαιτούνται 10.000 λίτρα νερού, ποσότητα που θα κάλυπτε τις ανάγκες για πόση ενός ανθρώπου για 10 χρόνια. Επιπρόσθετα, το βαμβάκι έχει το υψηλότερο αποτύπωμα νερού από οποιαδήποτε ίνα μόδας, ενώ, καθώς το 44% του βαμβακιού καλλιεργείται για εξαγωγή, οι επιπτώσεις της καλλιέργειας βαμβακιού περίπου στο ήμισυ της τοπικής χρήσης νερού προκαλούνται από την επεξεργασία βαμβακιού για εξαγωγή (Sandin & Johanson, 2019). Πρόσφατες αναφορές χρησιμοποιούν τη στάθμιση με βάση τη σπανιότητα του νερού για να τονίσουν τις επιπτώσεις της χρήσης νερού σε άνυδρες περιοχές, αποδεικνύοντας ότι ο τομέας της κλωστοϋφαντουργίας και της μόδας συνδέεται με το 7% των τοπικών υπόγειων υδάτων και των απωλειών πόσιμου νερού που προκλήθηκαν από τη χρήση νερού συνολικά, ειδικά σε προβληματικές εξαιτίας του νερού, βιομηχανικές περιοχές της Κίνας και της Ινδίας (Weinzettel, & Pfister, 2019).

Πέρα από την επιδείνωση της λειψυδρίας, η βιομηχανία της μόδας επηρεάζει την τοπική παροχή νερού με την παραγωγή αποβλήτων υδάτων. Συγκεκριμένα, μερικές χημικές ουσίες που χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια της κατασκευής είναι τοξικές, και καταλήγουν ως ακατάλληλα επεξεργασμένα λύματα που εισέρχονται στα τοπικά υπόγεια ύδατα και ενδέχεται να υποβαθμίσουν ολόκληρο το οικοσύστημα. Κατά την πλύση των ενδυμάτων απελευθερώνουν πλαστικές μικροΐνες, από τις οποίες περίπου μισό εκατομμύριο τόνοι κάθε χρόνο συμβάλλουν στη ρύπανση των ωκεανών-16 φορές περισσότερο από τα πλαστικά μικροσφαιρίδια από τα καλλυντικά. Εκτιμάται ότι η παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων ευθύνεται για το 20% περίπου της παγκόσμιας ρύπανσης των καθαρών υδάτων από προϊόντα βαφής και φινιρίσματος. Το πλύσιμο των συνθετικών ρούχων ευθύνεται για το 35% των πρωτογενών μικροπλαστικών που απελευθερώνονται στο περιβάλλον. Κατά την επεξεργασία των υφασμάτων παράγονται υγρά επικίνδυνα απόβλητα που καταλήγουν χωρίς κάποια είδους επεξεργασία σε υδάτινους αποδέκτες. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα στην Καμπότζη, όπου η βιομηχανία της μόδας, είναι υπεύθυνη για το 88% του συνόλου της

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

βιομηχανικής παραγωγής (από το 2008), και ευθύνεται κατά 60% για τη ρύπανση του νερού και 34% για την χημική ρύπανση επίσης του νερού (Anguelon, 2015).

Ένα ακόμα ενδεικτικό παράδειγμα είναι το τζιν. Τα τζιν ρούχα είναι πολύ πιο βρώμικα από ότι θα μπορούσε να φανταστεί κανείς. Για να διασφαλιστεί το μπλε χρώμα του, το νήμα ή το ύφασμα εμβαπτίζεται επανειλημμένα σε τεράστια δοχεία συνθετικής βαφής. Μετά τη βαφή, το τζιν υποβάλλεται σε επεξεργασία και πλένεται με περισσότερες χημικές ουσίες για να το μαλακώσουν ή να το βάψουν. Η εμφάνιση του ξεθωριασμένου ή του "φθαρμένου" απαιτεί ακόμη περισσότερο χημικό εμπότισμα, κατά το οποίο χρησιμοποιούνται οξέα, ένζυμα, χλωρίνη και φορμαλδεΐδη (Sandin, & Ross, 2019).

Ακτιβιστές της Greenpeace που πραγματοποίησαν ελέγχους στα νερά που είχαν εμβαπτιστεί τα τζιν, σε 17 από τα 21 δείγματα ιζημάτων νερού εντοπίστηκαν πέντε βαρέα μέταλλα, όπως κάδμιο, χρώμιο, υδράργυρος, μόλυβδος και χαλκός. Οι συνθετικές ίνες που καταλήγουν στη θάλασσα, στο πόσιμο νερό αλλά και στα βάθη των ωκεανών και στις κορυφές των παγετώνων, δεν είναι δυνατόν να αποσυντεθούν ([www-dev.greenpeace.org](http://www-dev.greenpeace.org)).

### **3.4.3 Έδαφος -Οικοσυστήματα**

Η βιομηχανία της μόδας χρησιμοποιεί πάνω από 15.000 διαφορετικές χημικές ουσίες κατά τη διάρκεια της διαδικασίας παραγωγής, ξεκινώντας από την παραγωγή ινών. Οι εκτιμήσεις δείχνουν ότι το 6% των φυτοφαρμάκων που χρησιμοποιούνται παγκοσμίως εφαρμόζεται στην καλλιέργεια βαμβακιού, συμπεριλαμβανομένων 16% τη χρήση εντομοκτόνων, 4% των ζιζανιοκτόνων, ρυθμιστές αύξησης, αποξηραντικά και 1% των μυκητοκτόνων. Τα αγροχημικά, τα οποία διαλύονται στο έδαφος, προκαλούν μείωση της βιοποικιλότητας και της γονιμότητας του εδάφους, διακόπτουν τις βιολογικές διεργασίες και καταστρέφουν τους μικροοργανισμούς, τα φυτά και τα έντομα. Παρά τις σημαντικές ανθρώπινες και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της εφαρμογής φυτοφαρμάκων, υπάρχουν κάποια μη εντοπισμένα είδη εντόμων που γίνονται όλο και πιο προβληματικά (όπως η λευκή μύγα *Bemisia tabaci*), και οδηγούν σε αυξημένη εφαρμογή εντομοκτόνου. Ενώ η εισαγωγή του γενετικά τροποποιημένου βαμβακιού οδήγησε σε μείωση της εξωτερικής εφαρμογής φυτοφαρμάκων, η μείωση φαίνεται να ήταν ένα προσωρινό φαινόμενο στη μεγάλη παραγωγή βαμβακιού, σε χώρες όπως την Ινδία, τη Βραζιλία, την Κίνα και τις ΗΠΑ (Pesticide Action Network UK, 2017; Rocha-Munive, et al., 2018).

Επιπλέον, η εισαγωγή ανθεκτικού στα ζιζανιοκτόνα βαμβακιού, έχει προηγηθεί σημαντικών αυξήσεων στην εφαρμογή ζιζανιοκτόνων τα τελευταία χρόνια. Έτσι, ακόμη και με χαμηλότερο

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

ενεργειακό αποτύπωμα, η καλλιέργεια βαμβακιού απαιτεί μεγάλες ποσότητες χημικών ουσιών, αποδεικνύοντας έναν ακόμα ξεκάθαρο παράγοντα περιβαλλοντικών επιπτώσεων που προκαλούνται από την παραγωγή ινών.

Πολλές από τις χημικές ουσίες που χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια της κλωστοϋφαντουργίας συνδέονται με την κλώση και την ύφανση (λιπαντικά, επιταχυντές και διαλύτες) και την υγρή επεξεργασία (λευκαντικά, μαλακτικά, χρωστικές ουσίες). Η διαδικασία χρωματισμού του βαμβακιού και των συνθετικών ινών είναι μία χημική διεργασία που παράγει επικίνδυνα απόβλητα όπως συνθετικό άζωτο και κάδμιο, τα οποία απορροφώνται από το έδαφος (Schönberger, 2019).

Άλλο ένα πρόβλημα είναι η καταστροφή ολόκληρων οικοσυστημάτων με απώλεια της βιοποικιλότητάς τους, όπως είναι ο θάνατος ψαριών και άλλων ειδών πανίδας και χλωρίδας, από τη μόλυνση και την ανεπαρκή οξυγόνωση των υδάτων. Κάθε φορά που πλένονται τα ρούχα από πολυεστέρα, απελευθερώνουν μικροσκοπικά πλαστικά από μικροΐνες που καταλήγουν συχνά στους ωκεανούς, βλάπτοντας τη θαλάσσια ζωή και μολύνουν την τροφική μας αλυσίδα. Ένα και μόνο φορτίο πλυντηρίου με ρούχα από πολυεστέρα μπορεί να αποβάλει 700.000 μικροπλαστικές ίνες που μπορούν να καταλήξουν στην τροφική αλυσίδα. Επιπλέον, οι χημικές ουσίες εξαπλώνονται σε όλο τον κόσμο και εμπλουτίζουν (βιοσυσσωρεύονται) στο τροφική αλυσίδα, προκαλώντας κίνδυνο για τους οργανισμούς, τα οικοσυστήματα και τη βιοποικιλότητα (Ericsson, & Brooks, 2015).

Η Παγκόσμια Τράπεζα έχει εντοπίσει 72 τοξικά που προέρχονται αποκλειστικά από βαφή υφασμάτων. Μόλις βρεθούν σε υδάτινες οδούς, συσσωρεύονται στο σημείο όπου το φως εμποδίζεται να διεισδύσει στην επιφάνεια, μειώνοντας την ικανότητα των φυτών για φωτοσύνθεση. Αυτό μειώνει τα επίπεδα οξυγόνου στο νερό, σκοτώνοντας υδρόβια φυτά και ζώα. Σε μια πρόσφατη έρευνα που έγινε στο Savar του Μπαγκλαντές, το φορτωμένο με χημικά νερό, χρησιμοποιείται για την άρδευση των καλλιεργειών, διαπιστώθηκε ότι οι κλωστοϋφαντουργικές βαφές υπήρχαν σε λαχανικά και φρούτα που καλλιεργούνται γύρω από το Savar (Momtaz, Alam, Ahsan, Akbor, & Rashid, 2012).

### **3.5 Συνέπειες στην υγεία**

Η υπερβολική χρήση αγροχημικών μπορεί να προκαλέσει ναυτία, διάρροια, καρκίνους και αναπνευστικές ασθένειες ενώ οι οξείες δηλητηριάσεις από φυτοφάρμακα ευθύνονται για σχεδόν 1.000 θανάτους την ημέρα. Επιπλέον προκαλούν νευρολογικά και αναπαραγωγικά προβλήματα, όπως η στειρότητα, η αποβολή και γενετικές ανωμαλίες (Pesticide Action

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Network UK, 2017; Reeves, Katten, & Guzman, 2002). Τα χημικά και τα βαρέα μέταλλα που μπορούν να συσσωρευτούν στο σώμα, αυξάνουν τον κίνδυνο διαφόρων καρκίνων, σοβαρών ασθενειών και δερματικών προβλημάτων. Μερικές αζωχρωστικές ουσίες, υπό ορισμένες συνθήκες διασπώνται και απελευθερώνουν αρωματικές αμίνες, έναν τύπο χημικής ένωσης, μπορούν να αυξήσουν τον κίνδυνο καρκίνου. Είναι τόσο τοξικές, που η Ευρωπαϊκή Ένωση, η Κίνα, η Ιαπωνία, η Ινδία και το Βιετνάμ, έχουν απαγορεύσει τη χρήση και την εισαγωγή τους. Πράγματι, σε ορισμένες περιοχές της Ασίας έχουν παρατηρηθεί στατιστικά αυξημένα κρούσματα καρκίνου και περιστατικά σωματικής αλλά και πνευματικής επιδείνωσης των μικρών παιδιών, που δεν τους επιτρέπουν την σωστή φυσική ανάπτυξη ή ακόμα και την κανονική πνευματική λειτουργία τους.

Σε μια σουηδική μελέτη, 2.450 χημικές ουσίες που σχετίζονται με την κλωστοϋφαντουργία ερευνήθηκαν για τις επικίνδυνες ιδιότητές τους. 10% αυτών των χημικών ουσιών αναγνωρίστηκαν ότι έχουν υψηλές πιθανότητες επιπτώσεων στην ανθρώπινη υγεία, συμπεριλαμβανομένων των αρωμάτων και των αζωχρωμάτων καθώς και αναπαραγωγικές τοξίνες όπως βρωμιωμένα επιβραδυντικά φλόγας, υπερ-φθοριωμένο νερό, απωθητικά λεκέδων και φθαλικά. Επιπλέον, αντιβακτηριακοί παράγοντες προστίθενται στα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, τα οποία μπορούν να οδηγήσει σε αυξημένη αντίσταση στα αντιβιοτικά. Το 5% των χημικών ουσιών που ερευνήθηκαν προκάλεσαν μεγάλη ανησυχία για το περιβάλλον, καθώς μπορούν να εξαπλωθούν παγκοσμίως και να βιοσυσσωρευτούν (βαθμιαία αύξηση της συγκέντρωσης σε οργανισμούς), προκαλώντας ασθένειες, αλλεργικές αντιδράσεις και αύξηση κινδύνου για μορφές καρκίνου. Για παράδειγμα, χημικές ουσίες που χρησιμοποιούνται για τα αδιάβροχα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, είναι κυρίως χημικά σταθερά φθοροπολυμερή και έχουν βρεθεί ακόμα και σε απομακρυσμένες περιοχές της Αρκτικής και σε σώματα πολικών αρκούδων αποδεικνύοντας τις παγκόσμιες επιπτώσεις της χρήσης χημικών στην επεξεργασία των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων ( KEMI Swedish Chemicals Agency, 2014; Peters, Granberg, & Sweet,, 2014).

## **3.6 Κοινωνικές προεκτάσεις**

### **3.6.1 Συνθήκες εργασίας**

Η βιομηχανία της μόδας και ειδικά η γρήγορη μόδα συνδέεται με επικίνδυνες συνθήκες εργασίας λόγω μη ασφαλών διεργασιών και επικίνδυνων ουσιών που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή. Οι μειώσεις του κόστους και οι πιέσεις του χρόνου συχνά επιβάλλονται σε όλα τα

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

μέρη της αλυσίδας εφοδιασμού, με αποτέλεσμα οι εργαζόμενοι να υποφέρουν από μεγάλες ώρες εργασίας και χαμηλές αμοιβές. Οι χώρες της Ασίας συνδυάζουν τα φθηνά εργατικά χέρια άρα την φθηνή παραγωγή, με την ελαστική περιβαλλοντική νομοθεσία, που αποδεικνύεται ότι είναι ένα τοξικό μείγμα για το περιβάλλον και τους κατοίκους.

Οι συνθήκες δημιουργίας των ρούχων και η προέλευση τους, δημιουργούν πολλούς προβληματισμούς αφού παρατηρούνται παραβιάσεις ανθρωπίνων και εργασιακών δικαιωμάτων, παραβάσεις πνευματικής ιδιοκτησίας και φυσικά περιβαλλοντικές καταστροφές, ζητήματα που αναλύονται στην συνέχεια. Στη βιομηχανία της μόδας, οι εργαζόμενοι, ειδικά οι γυναίκες (οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 80% των εργαζομένων στον κόσμο), πληρώνονται πολύ λιγότερο. Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν επίσης καταχρήσεις στο χώρο εργασίας. Σύμφωνα με την έκθεση Global Labor Justice (2019) οι γυναίκες εργαζόμενοι ενδυμάτων σε κορυφαίες εταιρείες γρήγορης μόδας στην Ασία αντιμετωπίζουν εκμετάλλευση και κακομεταχείριση που περιλαμβάνει κακές συνθήκες εργασίας, χαμηλούς μισθούς και υπερωρίες που οδηγούν σε έλλειψη αποτελεσματικότητας. Ως εκ τούτου, οι χαμηλοί μισθοί και οι τρομερές συνθήκες εργασίας επηρεάζουν την ανάπτυξη της αγοράς γρήγορης μόδας.

Ένα μείζον ακόμα ζήτημα της βιομηχανίας της μόδας είναι ότι εδράζει εδώ και δεκαετίες την παραγωγή της στα Sweatshops («καταστήματα ιδρώτα»). Πρόκειται για τεράστια εργοστάσια όπου μετανάστες και πληγέντες από οικονομικο-πολιτικές συγκυρίες εργάζονται 14 με 16 ώρες υπό απάνθρωπες συνθήκες. Και μόνο επειδή ένα ένδυμα φέρει μια ετικέτα "made in the USA" δεν σημαίνει ότι ήταν πραγματικά εκεί κατασκευασμένο—τα παράνομα sweatshops στο Los Angeles ανταγωνίζονται τους ομολόγους τους στο εξωτερικό όταν πρόκειται για κακές συνθήκες και αποζημίωση. Σήμερα στα sweatshops υπάρχουν περίπου 40 εκατομμύρια εργαζόμενοι στο κόσμο, μεταξύ των οποίων, όπως προαναφέρθηκε πολλές γυναίκες-μητέρες, οι οποίες πολλές φορές αναγκάζονται να παίρνουν τα παιδιά τους μαζί τους αφού δεν έχουν που να τα αφήσουν, κάτι επικίνδυνο για την υγεία των παιδιών. Επίσης πολλές γυναίκες πέφτουν θύματα κακοποίησης και σε πολλές χώρες τα παιδιά πέφτουν θύματα εργασιακής εκμετάλλευσης (<https://waronwant.org/news-analysis/sweatshops-bangladesh>).

Από την άλλη, οι επιχειρηματίες, για να εξασφαλίσουν ότι θα πληρώσουν την μικρότερη πιθανή αμοιβή κι ότι δεν θα χρειαστεί να ασφαλίσουν ή να μορφώσουν το προσωπικό τους, εγκαθιστούν τις βιομηχανίες τους σε υποβαθμισμένες περιοχές, όπου η πολιτική αστάθεια και η κοινωνική εξαθλίωση εξυπηρετεί την οικονομική επιτυχία της δραστηριότητάς τους. Ενώ το βιομηχανικό τμήμα των μεγάλων εταιρειών παραγωγής ενδυμάτων βρίσκεται παράνομα σε κάποια άγονη περιοχή, το εταιρικό-γραφειοκρατικό τμήμα λειτουργεί υπό το καθεστώς των

off-shore εταιρειών στους φορολογικούς παραδείσους. Οι εργαζόμενοι των περιοχών αυτών δέχονται την «σκλαβοποίηση» τους ως μοναδική σανίδα σωτηρίας και πολύ συχνά νομιμοποιούν επίσημα τα εργοστάσια αυτά στα Συντάγματα των χωρών τους υπό την ανοχή του διεθνούς γίνεσθαι. Ένα χαρακτηριστικό γεγονός της σύγχρονης εργασιακής εξαθλίωσης είναι αυτό που συνέβηκε στην Καμπότζη το 2013. Πολλοί εργαζόμενοι από τα sweatshops βγήκαν στους δρόμους για να διαμαρτυρηθούν για τις συνθήκες εργασίας και να απαιτήσουν το ελάχιστο εισόδημα των 160 δολαρίων ώστε να έχουν καλύτερες συνθήκες διαβίωσης. Η κυβέρνηση της Καμπότζης όχι μόνο δεν συνεργάστηκε πάνω στα αιτήματα των εργαζομένων αλλά ανταποκρίθηκε με βία εκτοξεύοντας αληθινά πυρά, σκοτώνοντας 4 άτομα και τραυματίζοντας πολλούς άλλους. Η κυβέρνηση της Καμπότζης, όπως και σε άλλες αναπτυσσόμενες χώρες, χρειάζονται απεγνωσμένα τις πολυεθνικές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου στις χώρες τους. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να ακολουθούν τις οδηγίες των εταιρειών και οι κυβερνήσεις να κρατούν τους μισθούς των εργαζόμενων χαμηλούς (The Guardian, 2013).

### **3.6.2 Παιδική εργασία**

Σύμφωνα με τη Διεθνή Διάσκεψη Εργασίας, το 1989, 187 κράτη υπέγραψαν τη «Σύμβαση των δικαιωμάτων του παιδιού» με την οποία ορίζεται ότι «η ηλικία του εργαζομένου δεν μπορεί να είναι κάτω των 15 ετών», ενώ το 1999 υιοθετήθηκε ομόφωνα η Σύμβαση 182 περί των «Χειρίστων Μορφών Παιδικής Εργασίας». Ωστόσο, μέχρι το 2012 περίπου 260 εκατομμύρια παιδιά ηλικίας 5 έως 17 ετών εργάζονταν σε παραπήγματα με άθλιες συνθήκες εργασίας. Στην Ασία και τις χώρες του Ειρηνικού, ο αριθμός φτάνει τα 122.300.000, στην Αφρική 50.000.000, ενώ μόνο στην Ευρώπη εργάζονται παράνομα από 200 έως 500 χιλιάδες ανήλικοι (International Labour Organization, 2013).

Πολλές οικογένειες στις χώρες αυτές, ζώντας κάτω από τα όρια της φτώχειας μη έχοντας κάποια ιδιοκτησία να εκμεταλλευτούν ή δυνατότητα μίσθωσης καλλιεργήσιμης έκτασης, συχνά παγιδεύονται από τους μεγαλογαιοκτήμονες από τους οποίους δανείζονται. Για να ξεπληρώσουν το χρέος τους, καταδικάζουν τα παιδιά τους να δουλεύουν για λογαριασμό τους. Η παιδική εργασία συμβαδίζει πολύ συχνά με μορφές δουλοπαροικίας. Εκατοντάδες χιλιάδες μικρά παιδιά πέφτουν θύματα εκμετάλλευσης από εύπορους πολίτες των λεγόμενων «Αναπτυγμένων Χωρών», τόσο στις χώρες του «Τρίτου κόσμου» όπου κατοικούν, όσο και σε άλλες χώρες όπου προωθούνται παράνομα γι' αυτό το σκοπό. Μερικά από τα παιδιά απάγονται και πωλούνται αργότερα ως σκλάβοι. Οι εργοδότες συχνά τα χτυπούν ή επιδίδονται σε πλήθος



*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

άλλων βασανιστικών πρακτικών. Συχνά, τα παιδιά μεταχειρίζονται ως ιδιοκτησία. Στα Sweatshops σε όλες τις αναπτυσσόμενες χώρες, συχνά παραβιάζονται οι νόμοι για την παιδική εργασία. Η Ετήσια Δημόσια Έκθεση 2006 του Fair Work Association επιθεώρησε εργοστάσια συμμόρφωσης σύμφωνα με τις αρχές του Fair Labor Association σε 18 χώρες όπως το Μπαγκλαντές, το Ελ Σαλβαδόρ, η Κολομβία, η Γουατεμάλα, η Μαλαισία, η Ταϊλάνδη, η Τυνησία, η Τουρκία, η Κίνα, η Ινδία, το Βιετνάμ, η Ινδονησία, η Βραζιλία, το Μεξικό και τις ΗΠΑ όπου διαπιστώθηκε ότι δεν τηρούνται οι απαραίτητες συνθήκες. Τα ευρήματα του 2015 για τις χειρότερες μορφές παιδικής εργασίας του Υπουργείου Εργασίας των ΗΠΑ διαπίστωσαν επίσης ότι 18 χώρες δεν ανταποκρίθηκαν στη σύσταση της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας για επαρκή αριθμό επιθεωρητών([www.fairlabor.org](http://www.fairlabor.org), 2006).

### **3.6.3 Απώλειες ζωής**

Η βιομηχανία της μόδας, και ειδικά της γρήγορης μόδας, έχει οδηγήσει και σε σημαντικό αριθμό απώλειας ανθρώπινων ζωών, κυρίως από εργατικά ατυχήματα. Οι εργαζόμενοι σε πολλές χώρες σε όλο τον κόσμο έχουν απόλυτη ανάγκη από ασφαλή εργοστάσια. Είναι επείγον οι εταιρείες ένδυσης και κλωστοϋφαντουργίας που δεν έχουν ακόμη υπογράψει τη διεθνή συμφωνία να το κάνουν αμέσως για να κάνουν τα εργοστάσια ασφαλέστερα στις αλυσίδες εφοδιασμού τους και να υποστηρίξουν την ταχεία επέκταση του προγράμματος σε χώρες υψηλού κινδύνου. Μέσα στο 2021 έχουν καταγραφεί 36 περιστατικά ατυχημάτων, 109 εργαζόμενοι έχασαν τη ζωή τους και 153 τραυματίστηκαν σε εργοστάσια ένδυσης και κλωστοϋφαντουργίας στο Πακιστάν, Ινδία, Αίγυπτο, Μαρόκο, Κίνα και Καμπότζη. Πολλοί εργάτες γλύτωσαν από πολλές τεράστιες πυρκαγιές που ξέσπασαν σε εργοστάσια κλωστοϋφαντουργίας στην Αργεντινή, τη Χιλή, την Τουρκία και το Περού, επειδή συνέβησαν τη νύχτα και δεν προκάλεσαν τραυματισμό, αλλά πιθανότατα θα είχαν καταστροφικές συνέπειες για τους εργαζόμενους κατά τη διάρκεια μιας βάρδιας. Οι θάνατοι και οι τραυματισμοί των εργαζομένων πολύ συχνά δεν αναφέρονται; επειδή ορισμένες μάρκες ενδυμάτων και οι περισσότερες εταιρείες κλωστοϋφαντουργίας αρνούνται να αποκαλύψουν τα εργοστάσια προμηθευτών τους (<https://cleanclothes.org>). Αξίζει να αναφερθούν ενδεικτικά κάποια σημαντικά ατυχήματα που κόστισαν τη ζωή σε χιλιάδες εργαζόμενους.

Στις 24 Νοεμβρίου 2012 στο εργοστάσιο παραγωγής έτοιμων ενδυμάτων “Tazreen Fashion”, στο Μπαγκλαντές, όπου κατασκευάζονταν είδη για την Walmart ξέσπασε φονική πυρκαγιά με 117 νεκρούς και 200 τραυματίες ([www.nytimes.com](http://www.nytimes.com), 2012).

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Στις 24 Απριλίου 2013, το εργοστάσιο παραγωγής έτοιμων ενδυμάτων “Rana Plaza”, όπου η Nike έφτιαχνε τα προϊόντα της, καταρρέει στο Μπαγκλαντές αφήνοντας 1.134 νεκρούς και χιλιάδες τραυματίες. Το 2013 καταγράφηκε ως η χρονιά με τα υψηλότερα κέρδη για τις μεγάλες πολυεθνικές εταιρίες έτοιμου ενδύματος ([www.vice.com](http://www.vice.com), 2014)

Στις 2 Φεβρουαρίου 2016, σε εργοστάσιο πάλι στο Μπαγκλαντές, που παρήγαγε είδη ένδυσης για την H&M και την JC Penny έπιασε φωτιά τραυματίζοντας 4 εργαζόμενους. Τοπικό δελτίο ειδήσεων δείχνει εργαζόμενους να πηδάνε από τα παράθυρα του ορόφου στον οποίο έχει ξεσπάσει η πυρκαγιά. «Αν η φωτιά ξεσπούσε μόλις μία ώρα αργότερα, το εργοστάσιο θα ήταν γεμάτο με περισσότερους από 6.000 εργαζόμενους και ο κίνδυνος θανάτου θα ήταν ακραίος» (<https://www.business-humanrights.org> 2016).

### **3.7 Σύνδεση της βιομηχανίας μόδας με τους 17 στόχους της Αειφόρου Ανάπτυξης**

Μεταξύ άλλων γίνεται λόγος για την σύνδεση της βιομηχανίας μόδας με τους 17 στόχους της βιώσιμης ανάπτυξης. Λαμβάνοντας υπόψη του αριθμούς του άνθρακα, των αέριων ρύπων και του νερού, γίνεται σαφές ότι η ανάπτυξη της βιομηχανίας μόδας έχει σημαντικό αντίκτυπο στην επίτευξη των στόχων του ΟΗΕ για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Ειδικότερα ο στόχος 12 δεσμεύεται να εξασφαλίσει βιώσιμα πρότυπα κατανάλωσης και παραγωγής και διαρθρώνεται πάνω σε οκτώ στόχους: στην αντιμετώπιση της χρήσης φυσικών πόρων, χημικών αποβλήτων, ορυκτών καυσίμων και στην ενσωμάτωση βιώσιμων πρακτικών στους κύκλους παραγωγής – οι οποίες ισχύουν για τη μόδα βιομηχανία. Ωστόσο, δεν είναι μόνο οι παραγωγοί που μπορούν να κάνουν τη διαφορά. Στο πλαίσιο του στόχου 8 δίνεται το δικαίωμα στον καταναλωτή να ενημερώνεται ώστε να έχει περισσότερες γνώσεις σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης. Η βελτίωση των συνθηκών εργασίας των εργαζομένων της μόδας αποτελεί σημαντικό σημείο εκκίνησης για την επίτευξη του στόχου 8 - για την προώθηση της, χωρίς αποκλεισμούς, βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης, την πλήρη και παραγωγική απασχόληση και αξιοπρεπούς εργασίας για όλους.

Σε σχέση με την περιβαλλοντική διάσταση, πολλοί από τους στόχους επηρεάζονται άμεσα από τη βιομηχανία ενδυμάτων. Ο στόχος 6 αφορά στη ρύπανση των υδάτων, την απελευθέρωση επικίνδυνων χημικών ουσιών και υλικών, επεξεργασία λυμάτων και αποδοτικότητα χρήσης νερού. Ο στόχος 13 τονίζει την ανάληψη επείγουσας δράσης για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και των επιπτώσεών της. Εφόσον η παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων παράγει περισσότερες εκπομπές αερίων θερμοκηπίου από όλες τις διεθνείς πτήσεις

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

και τη ναυτιλία μαζί, η βιομηχανία της μόδας είναι ένας βασικός παράγοντας για αυτό τον στόχο. Ο στόχος 14 αντιμετωπίζει το ζήτημα της θαλάσσιας ρύπανσης όπως οι μικροΐνες και τα μικροπλαστικά που απελευθερώνεται στους ωκεανούς από το πλύσιμο υφασμάτων. Επιπλέον, η παραγωγή βαμβακιού σε όλη τον πλανήτη υποβαθμίζει σοβαρά την ποιότητα του εδάφους, παράγοντας που αποτελεί δέσμευση του στόχου 15.

Η κοινωνική διάσταση της βιομηχανίας μόδας συνδέεται άμεσα με τον στόχο 5 για την ισότητα των φύλων, αλλά και με τον στόχο 1 για την εξάλειψη της φτώχειας σε σχέση με τους μισθούς που καταβάλλονται σε εκατομμύρια ανθρώπους που εργάζονται στη βιομηχανία ενδυμάτων στην αναπτυσσόμενες χώρες. Επιπλέον υπάρχουν κι άλλες συνδέσεις την βιομηχανίας μόδας με τους 17 στόχους όπως θα πρέπει να εξεταστούν περαιτέρω. Οι επιπτώσεις στην υγεία των χημικών ουσιών που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία παραγωγής, οι εργαζόμενοι καθώς και οι κοινότητες που πλήττονται από τη ρύπανση του περιβάλλοντος, συνδέονται με τον στόχο 3 για υγεία και ευεξία ή να εξεταστεί το ζήτημα της ανακύκλωσης των ενδυμάτων που συνδέεται με τον στόχο 6 για τη διαχείριση αποβλήτων και με το στόχο 11 για βιώσιμες πόλεις και κοινότητες. Εν ολίγοις, η πλειοψηφία των 17 στόχων της βιώσιμης ανάπτυξης συνδέονται άμεσα με τη βιομηχανία της μόδας (unecce.org).

## **Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> Διεθνείς Συμβάσεις για τη βιώσιμη ανάπτυξη της βιομηχανίας της μόδας**

### **4.1 Διεθνείς Συμβάσεις**

Όπως προκύπτει από το προηγούμενο κεφάλαιο, αναμφισβήτητα η βιομηχανία της μόδας έχει μεγάλο μερίδιο στο περιβαλλοντικό αποτύπωμα του πλανήτη. Η βιομηχανία της μόδας συνδέεται με την αειφόρο ανάπτυξη, καθώς η βιωσιμότητα αφορά σε όλες τις ενέργειες που μπορεί να αναλάβει μια εταιρεία για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, όπως τη χρήση οργανικών ινών, ανακυκλωμένων συνθετικών ινών ή από ανανεώσιμες πηγές, τη μείωση, επαναχρησιμοποίηση και ανακύκλωση πόρων (πρώτων υλών, ενέργειας, νερού) που είναι απαραίτητοι σε όλα τα στάδια του κύκλου ζωής του προϊόντος, από την παραγωγή έως την κατανάλωση, τη μείωση της χρήσης χημικών ουσιών στην παραγωγική διαδικασία και η διάθεσή τους, τη μείωση των εκπομπών ατμοσφαιρικών ρύπων και τη μείωση της παραγωγής αποβλήτων.

Για το λόγο αυτό καταγράφεται έντονη κινητικότητα από διεθνείς οργανισμούς, επιτροπές, οίκους μόδας και αλυσίδες παραγωγής προϊόντων fast fashion σχετικά με την ανάλυση αυτής της αρνητικής πορείας. Ζητήματα όπως η διαχείριση των αποβλήτων της βιομηχανίας μόδας, μείωση της δαπάνης των φυσικών πόρων, ανακύκλωση υλικών και αναζήτηση εναλλακτικών πόρων είναι τα κεντρικά θέματα σε πολλές Διασκέψεις και διεθνείς συμβάσεις.

#### **4.1.1 Συμμαχία του ΟΗΕ**

Στο πλαίσιο του συστήματος των Ηνωμένων Εθνών, αρκετοί οργανισμοί έχουν αντιμετωπίσει ορισμένες πτυχές της βιομηχανίας μόδας. Για παράδειγμα, το Διεθνές Κέντρο Εμπορίου (ΙΤC) ίδρυσε την ηθική Πρωτοβουλία μόδας το 2009, η οποία φέρνει σε επαφή περιθωριοποιημένους τεχνίτες από την αναπτυσσόμενο κόσμο-στην πλειοψηφία τους γυναίκες - με διεθνείς οίκους μόδας για κοινά οφέλη. Επιπλέον, ο τομέας της ένδυσης και της κλωστοϋφαντουργίας του Διεθνούς Κέντρου Εμπορίου παρέχει βοήθεια σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις των αναπτυσσόμενων χωρών να ανταγωνίζονται τις αλλαγές και τις προκλήσεις της αγοράς. Το περιβάλλον του ΟΗΕ απευθύνεται στη βιομηχανία της μόδας στους τομείς της βιώσιμης κατανάλωσης και παραγωγής, της υγιούς διαχείρισης χημικών ουσιών, των βιώσιμων τρόπων ζωής και της κυκλικής οικονομίας. Η Διεθνής Οργανισμός Απασχόλησης υποστηρίζει και εργάζεται για τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας, της

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

ένδυσης, του δέρματος και των υποδημάτων. Η παγκόσμια συμφωνία του ΟΗΕ ξεκίνησε το 2012 την πρώτη πρωτοβουλία αειφορίας ειδικά για τη βιομηχανία της μόδας μόδα με τη συνεργασία με την Nordic Fashion Association, ο οποίος δημοσίευσε έναν κώδικα συμπεριφοράς για τη βιομηχανία της μόδας ενώ τώρα συνεργάζονται με εταιρείες ένδυσης σε ζητήματα για το νερό, την αλυσίδα εφοδιασμού και θέματα υγείας, μεταξύ άλλων. Η Οικονομική Επιτροπή του ΟΗΕ για την Ευρώπη (UNECE) που διοργανώθηκε, σε συνεργασία με τον FAO, με την ευκαιρία της Διεθνούς Ημέρας Δασών, οργάνωσε μια συζήτηση όπου τόνισε τη σημασία των δασικών προϊόντων για τη βιωσιμότητα του τομέα. Οι συζητήσεις υποστηρίχθηκαν από μια μελέτη εμπειρογνομόνων σχετικά με τη βιωσιμότητα των δασικών ινών. Επιπλέον, το κέντρο των Ηνωμένων Εθνών για τη διευκόλυνση του εμπορίου και των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων παρήγαγε έγγραφα και εκδηλώσεις σχετικά με το θέμα της διαφάνειας και ιχνηλασιμότητας στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας. Όσον αφορά τα Ανθρώπινα Δικαιώματα των Ηνωμένων Εθνών, το Συμβούλιο ενέκρινε το 2011 τις κατευθυντήριες αρχές του ΟΗΕ για τις επιχειρήσεις και τα Ανθρώπινα Δικαιώματα- ένα σύνολο κατευθυντήριων γραμμών για την πρόληψη, αντιμετώπιση και αντιμετώπιση παραβιάσεων των ανθρωπίνων δικαιωμάτων που διαπράττονται στη λειτουργία των επιχειρήσεων-η οποία απευθύνεται σε όλα τα κράτη και τις εταιρείες, συμπεριλαμβάνοντας έτσι την βιομηχανία ένδυσης. Η σύμβαση-πλαίσιο του ΟΗΕ για την κλιματική αλλαγή (UNFCCC) συγκάλυψε ενδιαφερόμενους από τη βιομηχανία της μόδας σε διάλογο για τη μόδα και για τη δράση για το κλίμα για τη διερεύνηση της δημιουργίας συνεργατικών προσεγγίσεων που είναι απαραίτητες για να συμβάλει η βιομηχανία στις παγκόσμιες καθαρές μηδενικές εκπομπές έως το 2050 (<https://unece.org>, 2018).

Τον Ιούλιο του 2018 συναντώνται στη Νέα Υόρκη 10 διαφορετικοί οργανισμοί του ΟΗΕ προκειμένου να ιδρύσουν μια Συμμαχία για τη βιώσιμη ανάπτυξη της βιομηχανίας μόδας και τους 17 στόχους της αειφορίας. Η Συμμαχία αυτή σχηματίζεται από την ανάγκη καλύτερου συντονισμού των προσπαθειών για βιώσιμη μόδα, και την εναρμόνιση των προσπαθειών αυτών με τους στόχους για την αειφόρο ανάπτυξη. Ως κύριος στόχος αποφασίζεται η αντιστροφή των αρνητικών συνεπειών της μόδας και την προώθηση μιας νέας κυκλικής οικονομίας στη βιομηχανία. Ο ΟΗΕ δεσμεύεται να αλλάξει την πορεία της μόδας, να μειώσει τον αρνητικό της κοινωνικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο και να την μετατρέψει σε οδηγό για την υλοποίηση των στόχων της αειφόρου ανάπτυξης (Sustainable Development Goals -SDGs). Οι προβλέψεις παρουσιάζονται τρομακτικές στην περίπτωση που δεν ληφθούν νέα μέτρα. Ενδεικτικά, εάν το τρέχον μοντέλο γραμμικής παραγωγής παραμείνει το ίδιο, εκτιμάται ότι έως το 2050 η βιομηχανία μόδας θα χρησιμοποιεί το 25 τοις εκατό της

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

παγκόσμιας παραγωγής άνθρακα και κάθε χρόνο ένα ισοδύναμο 50 δισεκατομμυρίων πλαστικών φιαλών μικροϊνών θα απελευθερώνεται στους ωκεανούς, ρυπαίνοντας το οικοσύστημα και είσοδος στην τροφική αλυσίδα.

Η πρώτη κύρια πρόταση της Συμμαχίας περιλαμβάνει τη δημιουργία ασφαλών κύκλων υλικών που θα εξαλείφουν ουσίες που προκαλούν ανησυχία για να επιτρέψουν την ανακύκλωση μεγάλης κλίμακας και να μειώσουν δραστικά την απελευθέρωση πλαστικών μικροϊνών. Για να εξαλειφθεί η διάθεση απορριμμάτων, χρειάζονται ρούχα υψηλότερης ποιότητας. Τα νέα επιχειρηματικά μοντέλα θα βοηθήσουν επίσης στη μετατόπιση της αντίληψης των ρούχων από το να είναι ένα αντικείμενο μιας χρήσης σε ένα ανθεκτικό προϊόν. Πολλές χώρες-μέλη της Συμμαχίας κατέθεσαν σημαντικές προτάσεις για την ανάσχεση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος από τη βιομηχανία της μόδας. Για παράδειγμα, τον Ιούνιο του 2020, η Γαλλία, παγκόσμιος ηγέτης στην πολυτελή μόδα, εισήγαγε την απαγόρευση της καταστροφής των απούλητων ειδών μόδας, το οποίο προβλέπεται να εφαρμοστεί μέχρι το 2023. Οι κατασκευαστές και οι λιανοπωλητές υποχρεούνται να δωρίσουν, να επαναχρησιμοποιήσουν ή να ανακυκλώσουν αυτά τα προϊόντα και όχι να τα απορρίψουν. Η γερμανική κυβέρνηση τον Σεπτέμβριο 2020 παρουσίασε το πράσινο κουμπί-την πρώτη στον κόσμο κυβερνητική βιώσιμη κλωστοϋφαντουργική ετικέτα.

Οι πρακτικές μετατόπισης στη βιομηχανία της μόδας για τη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα είναι το κλειδί για τον περιορισμό της αύξησης της θερμοκρασίας κατά 1,5 ° C πάνω από τα επίπεδα πριν από τη Βιομηχανική Επανάσταση, σύμφωνα με τους στόχους της Συμφωνίας του Παρισιού για το Κλίμα.

#### **4.1.2 Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την Κυκλική Οικονομία**

Τα προϊόντα της βιομηχανίας της μόδας θεωρούνται υπεύθυνα για τη ρύπανση των υδάτων, τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου και την υγειονομική ταφή. Η γρήγορη μόδα - η συνεχής παροχή νέων στυλ σε πολύ χαμηλές τιμές - έχει οδηγήσει σε μεγάλη αύξηση της ποσότητας των παραγόμενων και απορριπτόμενων ενδυμάτων. Για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων στο περιβάλλον, η Ευρωπαϊκή Ένωση επιθυμεί να επιταχύνει τη μετάβαση προς μια κυκλική οικονομία. Τον Μάρτιο του 2020, η Επιτροπή ενέκρινε ένα νέο σχέδιο δράσης για την κυκλική οικονομία, το οποίο περιλαμβάνει στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, με στόχο την ανάπτυξη της καινοτομίας και την προώθηση της επαναχρησιμοποίησης εντός του τομέα.

Όσον αφορά τη συνολική χρήση πρωτογενών πρώτων υλών στην αλυσίδα εφοδιασμού για κατανάλωση στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η ένδυση, τα υποδήματα και τα οικιακά κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα αντιπροσωπεύουν την τέταρτη υψηλότερη κατηγορία πίεσης μετά τα τρόφιμα, τη στέγαση και τις μεταφορές. Αυτά τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα είναι επίσης η τέταρτη υψηλότερη κατηγορία πίεσης για τη χρήση νερού. Η παραγωγή και ο χειρισμός όλων των προϊόντων της βιομηχανίας μόδας που αγοράστηκαν από νοικοκυριά της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το 2018, χρησιμοποίησαν 1,3 τόνους πρωτογενών πρώτων υλών και 104 m<sup>3</sup> νερού ανά άτομο. Περίπου το 85% αυτών των πρωτογενών υλικών και το 92% του νερού χρησιμοποιήθηκαν σε άλλες περιοχές του κόσμου, που είναι το υψηλότερο από όλους τους τομείς κατανάλωσης.

Όσον αφορά τις πιέσεις στη χρήση γης από την ανάντη αλυσίδα αξίας για κατανάλωση στην Ένωση, τα προϊόντα της βιομηχανίας μόδας αντιπροσωπεύουν τη δεύτερη υψηλότερη κατηγορία πίεσης, μετά τα τρόφιμα που καταναλώνονται σε αυτήν. Η πλειονότητα των πιέσεων στη χρήση γης προέρχονται από χώρες εκτός της ΕΕ (93 %) και είναι σε μεγάλο βαθμό συνέπεια της καλλιέργειας βαμβακιού. Χρειάζεται να εφαρμοστούν οι αρχές της κυκλικότητας σε όλα τα στάδια μιας αλυσίδας αξίας, προκειμένου να καταστεί επιτυχής η κυκλική οικονομία, από τον σχεδιασμό έως την παραγωγή, σε όλα τα στάδια μέχρι τον καταναλωτή.

Το 2018, η Ευρωπαϊκή Ένωση υιοθέτησε μια δέσμη μέτρων για την κυκλική οικονομία η οποία, με την επιμονή του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, θα διασφαλίσει για πρώτη φορά ότι τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα θα συλλέγονται χωριστά σε όλα τα κράτη μέλη, το αργότερο μέχρι το 2025. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο τάσσεται εδώ και χρόνια υπέρ της προώθησης της χρήσης οικολογικών και βιώσιμων πρώτων υλών και της επαναχρησιμοποίησης και Ανακύκλωσης ενδυμάτων.

Αν η βιομηχανία συνεχίσει την τρέχουσα πορεία της, το 2050, θα χρησιμοποιεί περισσότερο από το 26% του άνθρακα, τιμή που σχετίζεται με +2°C της υπερθέρμανσης του πλανήτη. Εάν απομακρυνθεί από αυτό το ποσοστό σπατάλης άνθρακα, το σύστημα κλωστοϋφαντουργίας είναι ζωτικής σημασίας για τη μείωση κατά 2 °C της μέσης υπερθέρμανσης του πλανήτη. Εάν συνεχιστούν αυτοί οι επιχειρηματικοί σχεδιασμοί, η αύξηση του όγκου των υλικών των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων θα παρουσιάσει αυξανόμενες ποσότητες μη ανανεώσιμων εισροών, έως 300 εκατομμύρια τόνους ετησίως έως το 2050.

Η ποσότητα των πλαστικών μικροϊνών που θα εισέλθει στον ωκεανό μεταξύ 2015 και 2050 θα μπορούσε να συσσωρευτεί σε 22 εκατομμυρίων τόνους - περίπου τα 2/3 του πλαστικού με βάση ίνες που χρησιμοποιούνται σήμερα για την παραγωγή ενδυμάτων ετησίως.

Στο πλαίσιο της Κυκλικής Οικονομίας διατυπώθηκαν προτάσεις διαχείρισης των αποβλήτων της βιομηχανίας μόδας. Η νέα στρατηγική αποσκοπεί στην αντιμετώπιση της γρήγορης μόδας και στην παροχή κατευθυντήριων γραμμών για την επίτευξη υψηλών ποσοστών χωριστής συλλογής των αποβλήτων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων. Σύμφωνα με την οδηγία για τα απόβλητα, που εγκρίθηκε από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο το 2018, οι χώρες της Ένωσης θα είναι υποχρεωμένες να συλλέγουν τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα χωριστά έως το 2025. Η νέα στρατηγική της Επιτροπής περιλαμβάνει επίσης μέτρα στήριξης κυκλικών διαδικασιών για τα υλικά και την παραγωγή, αντιμετώπισης της παρουσίας επικίνδυνων χημικών ουσιών και παροχής βοήθειας στους καταναλωτές για την επιλογή βιώσιμων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση διαθέτει οικολογικό σήμα, (Εικόνα 4) το οποίο οι παραγωγοί που τηρούν οικολογικά κριτήρια μπορούν να εφαρμόσουν σε είδη και να διασφαλίσουν περιορισμένη χρήση επιβλαβών ουσιών και μειωμένη ρύπανση των υδάτων και του αέρα. Επίσης έχει θεσπίσει ορισμένα μέτρα για τον μετριασμό των επιπτώσεων των αποβλήτων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων στο περιβάλλον. Το πρόγραμμα «Ορίζων 2020» χρηματοδοτεί το RESYNTEX, ένα σχέδιο που χρησιμοποιεί χημική ανακύκλωση, το οποίο θα μπορούσε να παράσχει ένα επιχειρηματικό μοντέλο κυκλικής οικονομίας για την κλωστοϋφαντουργία.

Εκτός από τα «μη επικίνδυνα απόβλητα» και τα «αστικά απόβλητα», υπάρχουν και τα «ανάμεικτα απόβλητα» και τα απόβλητα που συλλέγονται χωριστά από τα νοικοκυριά, μεταξύ άλλων χαρτί και χαρτόνι, γυαλί, μέταλλα, πλαστικά, βιολογικά απόβλητα, ξύλο, προϊόντα κλωστοϋφαντουργίας. Τα κράτη μέλη λαμβάνουν μέτρα για την πρόληψη της δημιουργίας αποβλήτων. Τα εν λόγω μέτρα, κατ' ελάχιστο, ενθαρρύνουν την επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων και τη θέσπιση συστημάτων για την προώθηση των δραστηριοτήτων επισκευής και επαναχρησιμοποίησης, μεταξύ άλλων ιδίως για τον ηλεκτρικό και ηλεκτρονικό εξοπλισμό, τα προϊόντα κλωστοϋφαντουργίας και τα έπιπλα, καθώς και για τις συσκευασίες και τα υλικά και προϊόντα δομικών κατασκευών.

Έως την 31η Δεκεμβρίου 2024, η Επιτροπή εξετάζει τη σκοπιμότητα να ορίσει στόχους προετοιμασίας για επαναχρησιμοποίηση και ανακύκλωσης για τα απόβλητα κατασκευών και κατεδαφίσεων και τα κλάσματα κάθε υλικού σε αυτά, τα απόβλητα κλωστοϋφαντουργίας, τα εμπορικά απόβλητα, τα μη επικίνδυνα βιομηχανικά απόβλητα και άλλες ροές αποβλήτων, καθώς επίσης στόχους προετοιμασίας για επαναχρησιμοποίηση για τα αστικά απόβλητα και στόχους ανακύκλωσης για τα αστικά βιολογικά απόβλητα. Για τον σκοπό αυτό, η Επιτροπή



*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

υποβάλλει έκθεση στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο, συνοδευόμενη, εφόσον κρίνεται σκόπιμο, από νομοθετική πρόταση.

Με την επιφύλαξη του άρθρου 10 παράγραφοι 2 και 3, τα κράτη μέλη καθιερώνουν χωριστή συλλογή τουλάχιστον για το χαρτί, τα μέταλλα, τα πλαστικά και το γυαλί και, από 1ης Ιανουαρίου 2025, τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?qid=1528981579179&uri=CELEX%3A32018L0851>

Τον Φεβρουάριο του 2021, το Κοινοβούλιο ενέκρινε το νέο σχέδιο δράσης για την κυκλική οικονομία ζητώντας πρόσθετα μέτρα για την επίτευξη μιας ουδέτερης ως προς τον άνθρακα, περιβαλλοντικά βιώσιμης, χωρίς τοξικές ουσίες και πλήρως κυκλικής οικονομίας έως το 2050, συμπεριλαμβανομένων αυστηρότερων κανόνων ανακύκλωσης και δεσμευτικών στόχων για τη χρήση και την κατανάλωση υλικών έως 2030.

Στο πλαίσιο των προτάσεων, οι ευρωβουλευτές ζήτησαν τη θέσπιση νέων μέτρων κατά της απώλειας μικροϊνών και αυστηρότερων προτύπων για τη χρήση νερού.



*Εικόνα 4. Το οικολογικό σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*

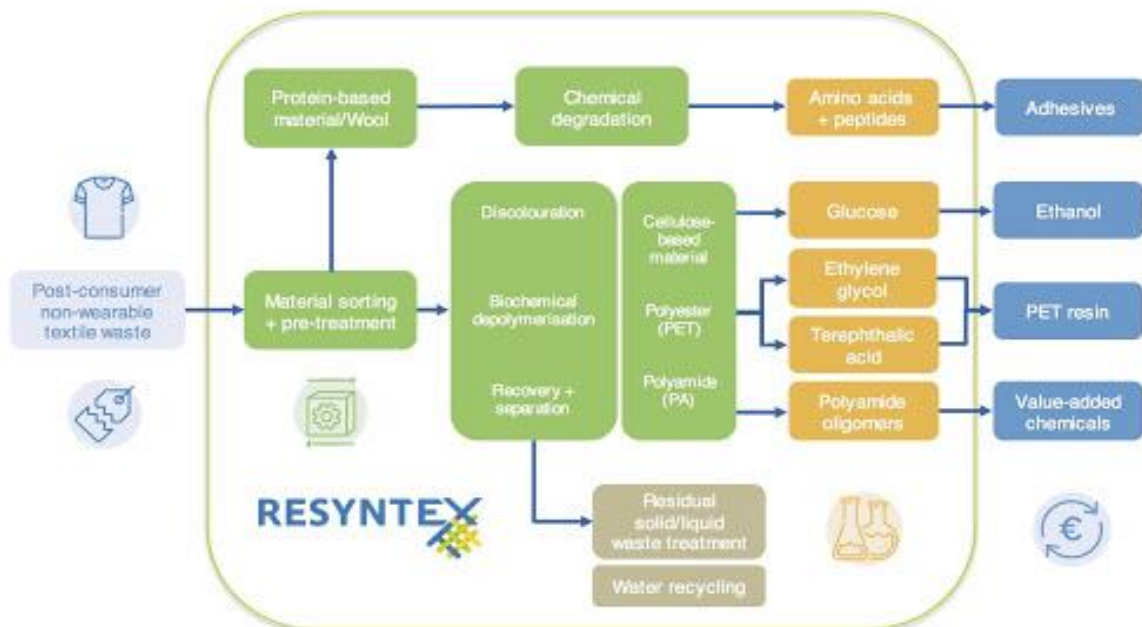
#### **4.1.3 Το πρόγραμμα Resyntex**

Το RESYNTEX είναι ένα ερευνητικό έργο που στοχεύει στη δημιουργία μιας νέας έννοιας κυκλικής οικονομίας για τις κλωστοϋφαντουργικές και χημικές βιομηχανίες.

Χρησιμοποιώντας βιομηχανική συμβίωση, στοχεύει στην παραγωγή δευτερογενών πρώτων υλών από άχρηστα υφάσματα.

Το RESYNTAX έχει συνεργάτες έργων από 10 διαφορετικά κράτη μέλη της ΕΕ. Οι εταίροι περιλαμβάνουν βιομηχανικές ενώσεις, επιχειρήσεις, ΜΜΕ και ερευνητικά ιδρύματα. Δουλεύοντας μαζί, η ομάδα δημιουργεί ένα αποτελεσματικό μοντέλο για ολόκληρη την αλυσίδα παραγωγής.

Οι βασικοί στόχοι του έργου επικεντρώνονται στον σχεδιασμό μιας πλήρους αλυσίδας παραγωγής από τη συλλογή απορριμμάτων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων έως τη δημιουργία νέας πρώτης ύλης για χημικά και υφάσματα. Επιπλέον το πρόγραμμα στοχεύει στη βελτίωση των προσεγγίσεων συλλογής αυξάνοντας παράλληλα την ευαισθητοποίηση του κοινού για τα απόβλητα κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και την κοινωνική συμμετοχή. Στόχος ακόμα είναι η ενεργοποίηση της ιχνηλασιμότητας των αποβλήτων χρησιμοποιώντας τη συγκέντρωση δεδομένων. Τα δεδομένα που συλλέγονται θα αξιολογήσουν την απόδοση των νέων αλυσίδων αξίας μέσω αξιολόγησης κύκλου ζωής και κοστολόγησης κύκλου ζωής. Τέλος το πρόγραμμα προβλέπει ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων για τις χημικές και κλωστοϋφαντουργικές βιομηχανίες και προτείνει μια πλήρη γραμμή επανεπεξεργασίας για βασικά υφάσματα, συμπεριλαμβανομένης της επεξεργασίας υγρών και στερεών αποβλήτων (Εικόνα (<http://resyntex.eu/the-project>))



Εικόνα 5 Το πρόγραμμα Resyntex Πηγή: <http://resyntex.eu/the-project>

#### **4.1.4 Έκθεση του Ellen MacArthur Foundation**

Το ίδρυμα Ellen MacArthur Foundation είναι μια φιλανθρωπική οργάνωση που δεσμεύεται να δημιουργήσει μια κυκλική οικονομία, η οποία έχει σχεδιαστεί για την εξάλειψη των αποβλήτων και της ρύπανσης, την κυκλοφορία προϊόντων και υλικών (στην υψηλότερη αξία τους) και την αναγέννηση της φύσης. Είναι ένα οικονομικό σύστημα που προσφέρει καλύτερα αποτελέσματα για τους ανθρώπους και το περιβάλλον. Για να επιτευχθεί η μετάβαση σε μια κυκλική οικονομία, το ίδρυμα εμπλέκει όλα τα μέρη του συστήματος και συνεργάζεται με επιχειρήσεις, διεθνή ιδρύματα, κυβερνήσεις, πόλεις, πανεπιστήμια, Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, και άλλους φορείς. Εξασφαλίζει πόρους, εκδίδει δημοσιεύσεις και προτείνει εργαλεία που βοηθούν στον καθορισμό αποτελεσματικών πολιτικών, στην εξεύρεση νέων τρόπων επιχειρηματικής δραστηριότητας και στο σχεδιασμό καλύτερων προϊόντων.

Το δίκτυό του ιδρύματος συγκεντρώνει κορυφαίες εταιρείες της βιομηχανίας μόδας, νέο-εισερχόμενες καινοτόμες επιχειρήσεις, δίκτυα συνεργατών, κυβερνητικές αρχές, περιφέρειες, πόλεις και άλλα. Ο στόχος είναι να οικοδομηθεί η ικανότητα κυκλικής οικονομίας, να αντιμετωπιστούν τα κοινά εμπόδια στην πρόοδο, να κατανοηθούν οι απαραίτητες προϋποθέσεις και οι πιλοτικές πρακτικές κυκλικής οικονομίας.

Συγκεκριμένα για την κυκλική οικονομία στη βιομηχανία μόδας, η έκθεση του ιδρύματος για το 2019 προτείνει τα εξής:

- Σταδιακή κατάργηση ουσιών που αφορούν την απελευθέρωση μικροϊνών.
- Ευθυγράμμιση των προσπαθειών της βιομηχανίας και σχεδιασμού καινοτόμων προγραμμάτων για τη δημιουργία ασφαλών υλικών κύκλων.
- Δραστική μείωση της παραγωγής μικροϊνών.
- Μετασχηματισμό του τρόπου σχεδιασμού, πώλησης και χρήσης των ρούχων για να απελευθερώσουν χώρο στο φυσικό περιβάλλον.
- Αναβάθμιση της βραχυπρόθεσμης ενοικίασης ρούχων.
- Κατασκευή πιο ανθεκτικών ρούχων.
- Αύξηση της μακροχρόνιας χρήσης ενδυμάτων με δέσμευση των εταιριών μέσω της πολιτικής τους.
- Ριζική βελτίωση της ανακύκλωσης με το μετασχηματισμό του σχεδιασμού, συλλογής και επαναπροώθησης των ενδυμάτων.
- Ευθυγράμμιση του σχεδιασμού ρούχων και της διαδικασίας ανακύκλωσης.

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

- Συνέχιση της τεχνολογικής καινοτομίας για βελτίωση της οικονομίας και της ποιότητας της ανακύκλωσης.
- Τόνωση της ζήτησης για ανακυκλωμένα υλικά.
- Κλιμακωτή συλλογή ενδυμάτων για ανακύκλωση με κριτήριο τα πιο μολυσματικά υλικά.
- Αποτελεσματική διαχείριση των πόρων και προσχώρηση σε ανανεώσιμες εισροές (<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>)

## **4.2 Σύγχρονες πρακτικές για τη βιώσιμη ανάπτυξη της βιομηχανίας μόδας**

Εκτός από τους Διεθνείς Οργανισμούς, Ενώσεις και Ιδρύματα, καινοτόμες πρακτικές για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας άρχισαν να ανακοινώνουν οι μεγάλοι οίκοι μόδας και οι αλυσίδες του fast fashion. Ωστόσο, συχνά οι ανακοινώσεις σχετικά με την υιοθέτηση πρακτικών δεν φαίνεται να εφαρμόζονται στο σύνολό τους, ειδικά από τις αλυσίδες γρήγορης μόδας.

### **4.2.1 Οι οίκοι Μόδας**

Η Stella Mc Courtney, η οποία έχει ενστερνιστεί από καιρό πρακτικές βιωσιμότητας στις δικές της δημιουργίες, καλώντας επιτακτικά και άλλες φίρμες να κάνουν το ίδιο. Ως επικεφαλής σχεδιάστρια της Chloé, από τα τέλη των '90s ήδη είχε αρνηθεί να συμπεριλάβει δέρμα ή γούνα στις κολεξιόν της, προκαλώντας τις έντονες αντιδράσεις μεγαλοστελεχών της βιομηχανίας μόδας. Από την έναρξη του οίκου μόδας της το 2001, η Stella υπήρξε ένας από τους πρωτοπόρους της φιλικής προς το περιβάλλον μόδας. Η σχεδιάστρια διερευνά και πειραματίζεται συνεχώς με νέα βιώσιμα υλικά και τεχνολογία. Χρησιμοποιεί βιολογικό βαμβάκι, ηθικά προερχόμενο μαλλί, αναγεννημένο Κασμίρ, ανακυκλωμένα υφάσματα. Τα καταστήματά της χρησιμοποιούν ηλιακούς συλλέκτες και LED για ενέργεια και ανακυκλώσιμα υλικά για συσκευασία. Η Stella McCartney το 2017 δήλωσε: «Περισσότερο από το 50% των ενδυμάτων, και το ένα τρίτο των υποδημάτων της σειράς Autumn-Winter 2018 κατασκευάζονται με οικολογικά καινοτόμα και ανακυκλωμένα υλικά».

Η Eillen Fischer αποτελεί μια ακόμα σχεδιάστρια μόδας που δημιουργεί προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον και είναι παθιασμένη με τη διακοπή του γραμμικού μοντέλου παραγωγής και λειτουργεί σε ένα κυκλικό μοντέλο. Χρησιμοποιεί οργανικά υλικά, φυσικές βαφές" και ανακυκλώνει παλιά υφάσματα και ενδύματα που έχουν ως αποτέλεσμα πολυτελή και βιώσιμα ρούχα. Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι έχει προχωρήσει στη δημιουργία ενός ειδικού τμήματος κοινωνικής συνείδησης στην εταιρεία της που ασχολείται με τα ανθρώπινα

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

δικαιώματα και τη βιωσιμότητα. Ο στόχος της μέχρι το 2030 ( Horizon 2030) επικεντρώνεται στην ανάπτυξη της κυκλικής μόδας, στην αύξηση της χρήσης φυσικών ινών που αυξάνει τη βιοποικιλότητα και αύξηση της χρήσης ανακυκλώσιμων ινών. Επιπλέον εφαρμόζει επιχειρηματικές πρακτικές για την επίτευξη δίκαιων μισθών, ισότητα των φύλων, και μια κουλτούρα φροντίδας στις κοινότητες σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού (<https://motif.org/news/top-sustainable-fashion-designers/>).

Ο οίκος Louis Vuitton, προκειμένου να ελαχιστοποιηθούν οι επιπτώσεις του στην αλλαγή του κλίματος, δεσμεύτηκε να μειώσει τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, ιδίως όσον αφορά τη μεταφορά προϊόντων και την κατανάλωση ενέργειας στα κτίριά του. Επιπλέον, ο οίκος επανεξέτασε επιτυχώς τις λειτουργίες της εφοδιαστικής αλυσίδας επιλέγοντας τους συνεργάτες της logistics και transportation βάσει προκαταρκτικών περιβαλλοντικών κριτηρίων με βάση την ικανότητά τους να δημιουργούν τις λιγότερες εκπομπές CO2 και τις πιο αποτελεσματικές περιβαλλοντικές επιδόσεις. Έχουν μειώσει τις εκπομπές CO2 τους τα τελευταία επτά χρόνια από το 1/3 στο 1/4, ως αποτέλεσμα της μείωσης του μεταφερόμενου όγκου, της απόστασης που καλύπτεται μεταξύ εργοστασίων σε καταστήματα και της επιλογής των στόλων χαμηλότερων εκπομπών για κάθε τρόπο μεταφοράς.

Ο Spencer Phipps ξεκίνησε την καριέρα του στο Marc Jacobs ως μέλος της ομάδας σχεδιασμού ανδρικών ενδυμάτων. Το 2017 ίδρυσε το Phipps που εργάζεται πάνω στις αρχές του σεβασμού και της περιέργειας για τον φυσικό κόσμο. Αυτή η ηθική μάρκα μόδας διερευνά την έννοια της περιβαλλοντικής ευθύνης και της βιωσιμότητας στη σφαίρα του στυλ. Όλα τα προϊόντα κατασκευάζονται με ακεραιότητα και δημιουργούνται με γνώμονα τη φιλικότητα προς το περιβάλλον με φιλικά προς το περιβάλλον υλικά και βιώσιμες διαδικασίες κατασκευής. Όλες οι συσκευασίες, από τον κατασκευαστή έως τον καταναλωτή, είναι 100% ανακυκλώσιμες και χωρίς πλαστικά. Έχοντας επίγνωση του αποτυπώματος άνθρακα, ο σχεδιαστής διατηρεί την παραγωγή κυρίως στην τοπική κοινωνία, συνεργάζεται με κατασκευαστές στην Πορτογαλία και την Ιταλία, όπου η ευρωπαϊκή νομοθεσία ρυθμίζει τους ρύπους και τη χρήση ενέργειας. Επίσης, δωρίζει σε περιβαλλοντικούς μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς όπως η Δασική Υπηρεσία USDA και η Oceanic Global για την εξισορρόπηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεών της. Η μάρκα ελέγχει τους κατασκευαστές της εσωτερικά για να βεβαιωθεί ότι πληρούν τα ηθικά πρότυπα και τις δίκαιες συνθήκες εργασίας.

Ο οίκος Rag & Bone είναι μια βιώσιμη ετικέτα πολυτελείας που επαναπροσδιορίζει το αστικό στυλ, καθώς αφορά στην τοπική παραγωγή και τη βιωσιμότητα. Ξεκίνησε αρχικά ως ετικέτα denim, και οι αρχές της είχαν επίσης τις ρίζες τους σε μια αγάπη για casual wear, συμπεριλαμβανομένων των t-shirts και τζιν. Το 2017, η μάρκα συνεργάστηκε με το Blue Jeans

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Go Green της Cotton Inc για να ξεκινήσει ένα πρόγραμμα ανακύκλωσης denim. Μέσω του προγράμματος, οι πελάτες έφεραν τα παλιά τζιν τους στα καταστήματα του οίκου για ανακύκλωση με αντάλλαγμα έκπτωση 20% στην αγορά τζιν από το εμπορικό σήμα. Μετά τη δωρεά, το denim ανακυκλώνεται και μετατρέπεται σε μόνωση για σπίτια και κτίρια στην Αμερική. Επιπλέον, αυτό το νέο μονωτικό υλικό είναι περιβαλλοντικά ασφαλές, απαλλαγμένο από χημικές ουσίες και καρκινογόνα υλικά και περιέχει ενεργούς αναστολείς μούχλας.

Η Emily Adams, ιδρυτής της BODE — μιας μάρκας που θεωρείται από πολλούς ως η απόλυτη μόδα upcycled designer, γεννήθηκε και μεγάλωσε στην Ατλάντα της Γεωργίας. Το 2016, η Bode ξεκίνησε την πρώτη της συλλογή ανδρικών ενδυμάτων από υφάσματα αντίκες από όλο τον κόσμο. Τα κομμάτια της έχουν σχεδιασμό μηδενικών αποβλήτων, είναι χειροποίητα από ειδικούς τεχνίτες στη Νέα Υόρκη και είναι περιορισμένες εκδόσεις έτσι ώστε να ελαχιστοποιούνται τα απόβλητα. Η BODE νοιάζεται για τη διατήρηση των παραδόσεων και των ιστοριών, όχι μόνο για τη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα, και κατανοεί το ρόλο της ως εργοδότη, προσλαμβάνοντας ομάδες τεχνιτών από την Ινδία, Περού, και τη Νέα Υόρκη, παρά την πανδημία.

Η Gabriela Hearst σχεδιάζει την ομώνυμη συλλογή της και πρόσφατα προσλήφθηκε ως Creative Director του οίκου Chloé. Επιπλέον, λειτουργεί το ράντσο της οικογένειάς της στην Ουρουγουάη. Για τη φθινοπωρινή συλλογή της η Gabriela Hearst, χρησιμοποίησε 49% επαναχρησιμοποιούμενα υλικά. Ο οίκος χρησιμοποιεί ανανεώσιμες πηγές ενέργειας στην αλυσίδα εφοδιασμού της για να μειώσει τις επιπτώσεις της στο κλίμα. Για ορισμένα προϊόντα που περιλαμβάνουν μαλλί, χρησιμοποιεί το μαλλί που προέρχεται από το αγρόκτημα προβάτων της Hearst στην Ουρουγουάη. Η Hearst είναι επίσης η πρώτη μάρκα που χρησιμοποιεί λιπασματοποιήσιμα βιοπλαστικά για όλες τις συσκευασίες. Η Hearst συνέχισε την πρακτική της με χαμηλό αντίκτυπο στην Chloé, δημιουργώντας μια νέα γραμμή που είναι τέσσερις φορές πιο βιώσιμη από την τελευταία. Η Chloé έχει επίσης αφαιρέσει συνθετικά και άλλα τεχνητά υλικά από την παραγωγή τους, ενώ προμηθεύει οργανικά μεταξωτά και ανακυκλωμένα Κασμίρ (<https://motif.org/news/top-sustainable-fashion-designers/>)

Οι πολυτελείς οίκοι όπως Gucci, Fendi, Dior, Chanel έχουν προχωρήσει και αυτοί σε βιώσιμες πρακτικές χωρίς όμως να έχουν καταφέρει υψηλά ποσοστά μείωσης περιβαλλοντικού αποτυπώματος, καθώς η πολυτέλεια παραμένει συνδεδεμένη με ακριβά και σπάνια φυσικά υλικά όπως δέρματα από ερπετά και ζώα.

Ο οίκος Gucci σημειώνει πρόοδο προς την κατεύθυνση του στόχου της για τη μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου που παράγονται από τις δραστηριότητές της και την αλυσίδα εφοδιασμού της. Ακολουθεί μια πολιτική που εμποδίζει την αποψίλωση των αρχαίων και

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

απειλούμενων δασών στην αλυσίδα εφοδιασμού της, η οποία εγκρίνεται από την Canopy Style. Το τελικό στάδιο της παραγωγής του Gucci πιστοποιείται από την Social Accountability International-SA8000. Σε σύγκριση με άλλους πολυτελείς οίκους, ο Gucci είναι μία από τις λίγες εταιρείες που δημοσιεύει κατάλογο προμηθευτών στο τελικό στάδιο παραγωγής της. Ωστόσο, δεν υπάρχουν πληροφορίες που να διασφαλίζουν ότι οι εργαζόμενοι λαμβάνουν την κατάλληλη αποζημίωση. Όσον αφορά την προστασία των προμηθευτών και των εργαζομένων στην αλυσίδα εφοδιασμού τους από το COVID-19, ο Gucci δημοσιοποίησε την πολιτική της στο κοινό. Προμηθεύεται μαλλί από μη κακοποιημένα πρόβατα και χρησιμοποιεί δέρμα, εξωτικό δέρμα των ζώων, και εξωτικά νήματα από τα ζώα.

Και ο οίκος Balenciaga ακολουθεί την πολιτική που εμποδίζει την αποψίλωση των δασών. Ο Balenciaga περιορίζει το χρώμιο και τις επικίνδυνες χημικές ουσίες στις διαδικασίες μαυρίσματος δέρματος. Με το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής τελικού σταδίου να συντελείται στην Ιταλία, υπάρχει κίνδυνος για κατάχρηση εργασίας. Ο οίκος δημοσιεύει επίσης έναν πλήρη κατάλογο προμηθευτών στο τελικό στάδιο της παραγωγής, δημοσιεύοντας κάποιες πληροφορίες σχετικά με την καταναγκαστική εργασία. Δεν υπάρχουν στοιχεία ότι ο Balenciaga εξασφαλίζει την κατάλληλη αποζημίωση για τα μέλη της αλυσίδας εφοδιασμού. Χρησιμοποιεί τα ίδια, πολυτελή υλικά όπως και ο Gucci.

Ο οίκος CELINE χρησιμοποιεί λίγα φιλικά προς το περιβάλλον υλικά. Έχει θέσει ως στόχο τη μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου από τις δραστηριότητές της, αλλά δεν έχει θέσει στόχο για την αλυσίδα εφοδιασμού της. Δεν υπάρχουν ενδείξεις ότι η CELINE εξαλείφει επικίνδυνα χημικά ή υφαντικά απόβλητα. Το τελικό στάδιο παραγωγής της μάρκας έχει μεσαίο κίνδυνο για κατάχρηση εργασίας, καθώς δεν υπάρχουν πληροφορίες σχετικά με τους προμηθευτές ή τις πολιτικές της για την εξασφάλιση κατάλληλης αποζημίωσης για τους εργαζόμενους στην αλυσίδα εφοδιασμού. Ο CELINE δεν ακολουθεί την πολιτική καλής διαβίωσης των ζώων και δεν απορρίπτει τη γούνα. Τα προϊόντα της, χρησιμοποιούν αγγορά δέρμα, μαλλί, εξωτικό δέρμα ζώων, και εξωτικά μαλλιά ζώων.

Οι οίκοι Dior και Fendi έχουν θέσει στόχους για τη μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου από τις δραστηριότητές του, αλλά δεν έχουν θέσει στόχους για την αλυσίδα εφοδιασμού. Υπάρχει έλλειψη πληροφοριών σχετικά με την εξάλειψη επικίνδυνων χημικών και κλωστοϋφαντουργικών αποβλήτων στην αλυσίδα εφοδιασμού του οίκου. Υπάρχει ένας μεσαίος κίνδυνος για κατάχρηση εργασίας στο τελικό στάδιο παραγωγής και δεν δημοσιεύουν πλήρη κατάλογο προμηθευτών ούτε παρέχουν αποδεικτικά στοιχεία σχετικά με την κατάλληλη αποζημίωση για τους εργαζόμενους στην αλυσίδα εφοδιασμού. Επίσης δεν έχουν επίσημη

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

πολιτική για την καλή διαβίωση των ζώων, χρησιμοποιώντας γούνα, δέρμα, μαλλί, εξωτικό δέρμα ζώων, εξωτικά μαλλιά ζώων και αγγορά.

Οι οίκοι Chanel και Prada βρίσκονται στην χαμηλότερη κατηγορία υιοθέτησης πρακτικών για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας. Η Chanel έκανε ένα βήμα προς τη σωστή κατεύθυνση για να θέσει στόχους για τη μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου που παράγονται από τις λειτουργίες και την αλυσίδα εφοδιασμού της. Ωστόσο, ο οίκος δεν έχει κοινοποιήσει την πρόοδό της προς αυτούς τους στόχους. Επιπλέον, δεν είναι σαφές πώς η Chanel περιορίζει τις επικίνδυνες χημικές ουσίες και τα κλωστοϋφαντουργικά απόβλητα στην αλυσίδα εφοδιασμού της. Από την πλευρά της εργασίας, το μεγαλύτερο μέρος του τελικού σταδίου παραγωγής της μάρκας έχει χαμηλό έως μεσαίο κίνδυνο για κατάχρηση εργασίας, που παράγεται στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Παρά τη δημοσίευση ορισμένων πληροφοριών σχετικά με τους ελέγχους προμηθευτών και τις πολιτικές εργασίας, η Chanel δεν διαθέτει ολοκληρωμένο κατάλογο προμηθευτών ή πληροφορίες σχετικά με την καταναγκαστική εργασία για να διασφαλίσει ότι οι εργαζόμενοι στην αλυσίδα εφοδιασμού της λαμβάνουν κατάλληλους μισθούς. Δεν χρησιμοποιεί γούνα ή εξωτικό δέρμα ζώων.

Η Prada έχει δεσμευτεί να εξαλείψει τη γούνα από τα προϊόντα της. ωστόσο, δεν υπάρχουν ενδείξεις ότι ελαχιστοποιεί την ταλαιπωρία των ζώων για την παραγωγή του δέρματος, του μαλλιού, του εξωτικού δέρματος των ζώων και άλλων προϊόντων που σχετίζονται με τα ζώα. Ο οίκος χρησιμοποιεί επίσης λιγότερο φιλικά προς το περιβάλλον υλικά και στερείται αποδείξεων ότι ελαχιστοποιεί τα κλωστοϋφαντουργικά απόβλητα ή τη χρήση νερού στην αλυσίδα εφοδιασμού της. Ωστόσο, η Prada συμμορφώνεται με τον δικό της κατάλογο περιορισμένων ουσιών. Δυστυχώς, δεν υπάρχουν στοιχεία για την πρόοδο της Prada προς την εξάλειψη επικίνδυνων χημικών ουσιών. Με το μεγαλύτερο μέρος της τελικής παραγωγής της στην Ιταλία, υπάρχει ένας μέσος κίνδυνος για κατάχρηση εργασίας. Δεν υπάρχουν στοιχεία ότι τα άτομα στην αλυσίδα εφοδιασμού της Prada λαμβάνουν ένα σωστό μισθό διαβίωσης, και δεν ανακοινώνει δημόσιο κατάλογο προμηθευτών ή πληροφορίες σχετικά με την καταναγκαστική εργασία (Yu-Lin, 2021).

#### **4.2.2 Αλυσίδες fast-fashion**

Οι αλυσίδες παραγωγής γρήγορης μόδας, όπως αναφέρθηκε επανειλημμένα, ευθύνονται σε ύψιστο βαθμό για το περιβαλλοντικό αποτύπωμα στη βιομηχανία μόδας εξαιτίας της προσιτής τιμής και της μαζικής παραγωγής. Πολλές από αυτές τις αλυσίδες έχουν προχωρήσει σε πρακτικές σύμφωνες με τους 17 στόχους της βιώσιμης ανάπτυξης, ωστόσο υπάρχουν πολλές



αμφισβητήσεις για το βαθμό στον οποίο εφαρμόζονται. Ενδεικτικά αναφέρουμε τις πρώτες πέντε αλυσίδες οι οποίες κάνουν προσπάθειες να υιοθετήσουν βιώσιμες πρακτικές.

Η UNIQLO κατατάσσεται πρώτη στη λίστα υιοθέτησης πρακτικών βιώσιμης ανάπτυξης. Χρησιμοποιεί χρησιμοποιημένα προϊόντα των πελατών για να τα αναπαράγει και τους ενθαρρύνει να φέρουν ανεπιθύμητα ρούχα στα καταστήματά της για ανακύκλωση και δωρεά. Η εταιρεία έχει αναπτύξει ακόμη και το Blue Cycle, μια νέα τεχνολογία για την κατασκευή τζιν. Επειδή η παραγωγή τζιν ασκεί σημαντική επιβάρυνση για το περιβάλλον και τους εργαζόμενους, η UNIQLO λέει ότι η Blue Cycle θα μειώσει την ποσότητα χειρωνακτικής εργασίας και νερού που χρησιμοποιείται για την κατασκευή τζιν. Το νέο σύστημα λείζερ αντικαθιστά το ξεθώριασμα με γυαλόχαρτο για να μειώσει την κατανάλωση νερού κατά 99%. Σε μια προσπάθεια να χρησιμοποιήσει βιώσιμα υφάσματα, η UNIQLO χρησιμοποιεί υφάσματα κατασκευασμένα από ανακυκλωμένα υλικά. Το 2019, η UNIQLO ανακοίνωσε την υποστήριξή της στο Responsible Down Standard (RDS), το οποίο εξασφαλίζει ότι χρησιμοποιεί ηθικά προερχόμενα βιώσιμα πούπουλα στα προϊόντα της για να ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικές επιπτώσεις στα άγρια πτηνά. Η UNIQLO έχει επίσης κάνει βήματα προς πιο ηθική εργασία το 2019. Αναφέρει αξιοσημείωτες βελτιώσεις όπως η απασχόληση περισσότερων εργαζομένων με αναπηρίες και η αύξηση του ποσοστού των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις. Η εταιρεία συνεργάστηκε ακόμη και με την οντότητα των Ηνωμένων Εθνών για την ισότητα των φύλων και την ενδυνάμωση των γυναικών για την υποστήριξη των γυναικών που εργάζονται στο UNIQLO. Ωστόσο, το 2015, η εταιρεία ήταν υπεύθυνη για την παρακράτηση 5,5 εκατομμυρίων δολαρίων σε αποζημίωση αποχώρησης από τους εργαζομένους της, αφού έκλεισε απότομα δύο από τις εγκαταστάσεις της στην Ινδονησία. Μια έρευνα του 2016 για τα εργοστάσια της UNIQLO στην Κίνα αποκάλυψε παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, όπως επαναλαμβανόμενες απλήρωτες υπερωρίες και επικίνδυνα περιβάλλοντα εργασίας. Ο ανεπαρκής αερισμός, οι υψηλές θερμοκρασίες και η έλλειψη κατάλληλων εργαλείων ήταν μεταξύ των αναφερόμενων παραβάσεων.

Ακολουθεί η H&M η οποία είναι υπεύθυνη για ένα μεγάλο μέρος των αποβλήτων της μόδας. Η έχει καταβάλει προσπάθειες για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών ζητημάτων της βιομηχανίας και αναφέρει ότι το 65% των υλικών της είναι ανακυκλωμένα, οργανικά ή βιώσιμα και η εταιρεία έχει εφαρμόσει ακόμη και ένα πρόγραμμα ανακύκλωσης στα καταστήματά της. Μέχρι το 2030, η H&M ελπίζει να χρησιμοποιήσει μόνο ανακυκλωμένα και βιώσιμα υλικά και η ανακυκλωμένη συλλογή της αναβαθμίζει τα παλιά ρούχα για να δημιουργήσει νέα σχέδια. Επιπλέον, η εταιρεία επιτρέπει τώρα στους πελάτες να αγοράζουν μεταχειρισμένα κομμάτια και να πωλούν παλιά ρούχα και αξεσουάρ online χρησιμοποιώντας

την H&M Rewear. Η H & M ξεκίνησε επίσης τη συλλογή Conscious της το 2011. Για να συμπεριληφθεί ένα ρούχο στη συλλογή, πρέπει να περιέχει τουλάχιστον 50% βιώσιμα υλικά, όπως οργανικό βαμβάκι και ανακυκλωμένο πολυεστέρα. Παρά την ιεράρχηση της βιωσιμότητας, η H&M δεν έχει ακόμη κάνει μια συντονισμένη κίνηση προς την ηθική εργασία. Η εταιρεία υποσχέθηκε στους εργαζομένους της καλύτερους μισθούς μέχρι το 2018, αλλά η έρευνα διαπίστωσε ότι οι εργαζόμενοι στην Ινδία και την Τουρκία κέρδισαν περίπου το ένα τρίτο του προβλεπόμενου μισθού. Στην Καμπότζη, οι εργαζόμενοι κέρδιζαν λιγότερο από το ήμισυ του μισθού. Όχι μόνο η εταιρεία δεν τήρησε τη δέσμευσή της, αλλά οι εργαζόμενοι ανέφεραν επίσης κόπωση, λιποθυμία και υπερωρίες με μισθούς εντός των εγκαταστάσεών τους. Οι δεσμεύσεις του Ομίλου H&M για ένα βιώσιμο μέλλον εμποτεύονται σε μεγάλο βαθμό από το Ίδρυμα H&M, ένα μη κερδοσκοπικό ίδρυμα που υποστηρίζεται από 180 εκατομμύρια δολάρια προικισμένα από την οικογένεια Persson, που ίδρυσε την αλυσίδα. Το ίδρυμα συνεργάστηκε με επιστήμονες για να δημιουργήσει την Πράσινη μηχανή αξίας 100 εκατομμυρίων δολαρίων της H&M. Η μηχανή χρησιμοποιεί την υδροθερμική τεχνολογία για να σπάσει το ύφασμα στις ίνες, και χρησιμοποιεί ένα κλειστό σύστημα βρόχων που δεν συμβάλλει στα απόβλητα νερού. Παρόλο που η H&M προσφέρει φιλικές προς το περιβάλλον και προσανατολισμένες προς τα εμπρός προτάσεις, η εταιρεία θα πρέπει να εφαρμόσει περισσότερες λύσεις για να αντισταθμίσει τις απίστευτα μεγάλες επιπτώσεις της στο περιβάλλον και τους εργαζομένους της.

Τρίτη στην κατάταξη είναι η Βρετανική εταιρεία Boohoo η οποία θεωρείται από την Επιτροπή περιβαλλοντικού ελέγχου (EAC) ότι είναι μία από τις λιγότερο βιώσιμες μάρκες μόδας στο Ηνωμένο Βασίλειο, καθώς οι δεσμεύσεις της για ένα βιώσιμο μέλλον είναι σπάνιες. Η εταιρεία έχει επισημανθεί παράλληλα με τη Fashion Nova ως αναδυόμενη εταιρεία "εξαιρετικά γρήγορης μόδας" από τους New York Times. Ενώ η εταιρεία αναγνωρίζει το περιβαλλοντικό και κοινωνικό κόστος της αλυσίδας εφοδιασμού της, υπάρχουν ελάχιστα ποιοτικά δεδομένα για το πώς η Boohoo έχει μειώσει τα απόβλητά της. Σύμφωνα με το σχέδιο βιωσιμότητας της Boohoo, η εταιρεία υπόσχεται να συνεργαστεί με τους προμηθευτές της για να εξασφαλίσει ότι τα κλωστοϋφαντουργικά απόβλητα δεν θα πάνε απευθείας στους χώρους υγειονομικής ταφής μέχρι το 2025. Για να γίνει αυτό, η εταιρεία θα ενθαρρύνει τη χρήση πλατφορμών μεταπώλησης, την πραγματοποίηση δωρεών και την ανακύκλωση παλαιών υλικών. Ωστόσο, υπάρχουν λίγα στοιχεία που δείχνουν πού έχουν ήδη γίνει αλλαγές.

Η εταιρεία έχει ένα σχέδιο βιωσιμότητας, το οποίο δηλώνει ότι η Boohoo θα είναι διαφανής σχετικά με την πρόοδο που κάνει. Οι στόχοι της Boohoo είναι τριπλοί: η εταιρεία ελπίζει να χρησιμοποιήσει μόνο βαμβάκι και πολυεστέρα με βιώσιμη προέλευση μέχρι το 2025, να είναι

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

διαφανής για τις σχέσεις με τους προμηθευτές και να επιτύχει 52% μείωση των εκπομπών μέχρι το 2030. Επί του παρόντος, η εταιρεία ισχυρίζεται ότι οι τσάντες αποστολής της περιέχουν ήδη 80% ανακυκλωμένο πλαστικό. Τα εργοστάσια της Boohoo βρίσκονται κυρίως στο Leicester της Αγγλίας και οι εργαζόμενοι εκεί έχουν αναφέρει χαμηλούς μισθούς και κακές συνθήκες εργασίας. Οι εργαζόμενοι στην εγκατάσταση του Leicester κερδίζουν περίπου £3.50 (\$4.40) την ώρα, η οποία είναι κάτω από τον ελάχιστο μισθό £8.72 (\$10.93) στο Ηνωμένο Βασίλειο. Ο Όμιλος Boohoo δεν έχει προσφέρει στοιχεία για την παροχή βιώσιμων μισθών για τους εργαζομένους του από τότε. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19, τα μέλη του προσωπικού δεν έλαβαν μέτρα υγειονομικής προστασίας, σύμφωνα με μια έκθεση της εταιρείας. Η έκθεση διαπίστωσε ότι τα εργοστάσια στο Leicester συνέχισαν να λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του lockdown και όταν οι εργαζόμενοι ήταν θετικοί στον COVID-19, έπρεπε να συνεχίσουν να εργάζονται.

Ακολουθεί η Zara, η οποία είναι συγκριτικά πολύ διαφανής σχετικά με την αλυσίδα εφοδιασμού της. Αυτή τη στιγμή κατασκευάζει πάνω από 450 εκατομμύρια αντικείμενα ετησίως και 500 νέα σχέδια κάθε εβδομάδα. Αυτός ο γρήγορος κύκλος εργασιών είναι ο λόγος για τον οποίο αναγνωρίζεται ως ένας από τους μεγαλύτερους λιανοπωλητές με γρήγορο τρόπο. Δυστυχώς, ο τίτλος αυτός σημαίνει επίσης ότι η εταιρεία συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην παγκόσμια υπερκατανάλωση ενδυμάτων, εξ ου και η χαμηλή βαθμολογία για το ρυθμό παραγωγής της. Στο πλαίσιο του προγράμματος Green to Pack, που εποπτεύεται από τη μητρική της εταιρεία Inditex, η Zara θα αναδιαμορφώσει τα συστήματα συσκευασίας και επισήμανσης για την εξάλειψη των πλαστικών προϊόντων μιας χρήσης μέχρι το 2023. Το 2016, το πρόγραμμα Green to Pack επαναχρησιμοποίησε 101, 8 εκατομμύρια κρεμάστρες και 1 δισεκατομμύριο καρτέλες ασφαλείας. Δεσμεύεται επίσης για 100% μηδενικά απόβλητα στην αλυσίδα εφοδιασμού της μέχρι το 2023. Επιπλέον, η Zara ανακοίνωσε ότι μέχρι το 2025 σκοπεύει να χρησιμοποιήσει μόνο Βαμβάκι, λινό και πολυεστέρα που είναι οργανικό, βιώσιμο και ανακυκλωμένο.

Υπήρξαν επίσης επανειλημμένες καταγγελίες εναντίον της εταιρείας για απάνθρωπες εργασιακές πρακτικές σε πολλές χώρες, όπως η Ισπανία, η Βραζιλία, η Αργεντινή και η Μιανμάρ. Η αλυσίδα εφοδιασμού της Μιανμάρ βρίσκεται υπό ιδιαίτερο έλεγχο, με τους εργαζόμενους να περιγράφουν εντεκάωρες βάρδιες και μη βιώσιμους μισθούς. Για να δεσμευτεί για ένα πιο βιώσιμο μέλλον, η Zara έχει αναπτύξει μια σειρά πενταετών στρατηγικών περιβαλλοντικών σχεδίων, περιγράφοντας λεπτομερώς τα ορόσημα που σχεδιάζει να επιτύχει τα επόμενα 20 χρόνια. Ενώ η εταιρεία υπόσχεται τη μετάβαση σε 100% ανανεώσιμη ηλεκτρική ενέργεια στα κεντρικά γραφεία, τα κέντρα εφοδιασμού και τα

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

καταστήματά της, ωστόσο δεν αναφέρει τα εργοστάσιά της στο σχέδιο. Ο τελικός, κάπως φιλόδοξος, στόχος του είναι να μειώσει και να αντισταθμίσει όλες τις εκπομπές μέχρι το 2040. Συνολικά, η Zara προσφέρει περισσότερα ποσοτικά δεδομένα από άλλες μάρκες γρήγορης μόδας, αλλά δεν είναι αρκετά διαφανής για την πρόοδό της στην επίτευξη των βιώσιμων και ηθικών στόχων της

Η Forever 21 είναι η πιο παλιά εταιρεία γρήγορης μόδας. Η εταιρεία δημοσιοποιεί ελάχιστες αναφορές για το ρυθμό παραγωγής της, αλλά το 2017, οι Los Angeles Times αποκάλυψαν ότι ένας εργαζόμενος θα μπορούσε να παράγει μέχρι και 700 πουκάμισα την ημέρα. Η σελίδα κοινωνικής ευθύνης της εταιρείας είναι επίσης ασαφής. Διαθέτει λίγες πρωτοβουλίες πέρα από το πρόγραμμα BYOB, το οποίο δωρίζει 0, 05 δολάρια στην Αμερικανική Ένωση δασών για κάθε πελάτη που φέρνει τη δική του τσάντα. Οι πελάτες μπορούν επίσης να αγοράσουν ένα μπλουζάκι American Forests, το οποίο θα δωρίσει \$1 Για να βοηθήσει στη διατήρηση και αποκατάσταση υγιών δασών. Η σελίδα κοινωνικής ευθύνης αναφέρει επίσης 100% ανακυκλώσιμα και επαναχρησιμοποιήσιμα πλαστικά και χάρτινες σακούλες που χρησιμοποιούνται σε πολλά από τα καταστήματά της, αλλά δεν αναφέρει πόσα. Το Forever 21 αναφέρει επίσης ότι τα κιβώτια αποστολής του ανακυκλώνονται καθημερινά σε καταστήματα και κέντρα διανομής. Η εταιρεία ισχυρίζεται ότι αυτή τη στιγμή αναπτύσσει φιλικές προς το περιβάλλον συλλογές ενδυμάτων, αλλά και πάλι, δεν παρέχει λεπτομέρειες. Το Forever 21 δυστυχώς δεν ανταποκρίνεται στις αξιώσεις των ανήθικων συνθηκών εργασίας. Παρά την υπόσχεση να εξασφαλίσουν ότι οι υπάλληλοί τους εργάζονται σε ασφαλή και υγιή περιβάλλοντα, το υπουργείο Εργασίας των ΗΠΑ διαπίστωσε παραβιάσεις εργασίας στο 85% των εγκαταστάσεων του Λος Άντζελες που ερευνήθηκαν, μερικές από τις οποίες παράγουν ρούχα Forever 21. Το 2016, η εταιρεία πλήρωσε τους εργαζομένους της κατά μέσο όρο 7 δολάρια και μόλις 4 δολάρια την ώρα στα εργοστάσια ενδυμάτων της στο Λος Άντζελες. Ενώ η Forever 21 βρίσκεται υπό έρευνα για τις εργασιακές πρακτικές της, η εταιρεία άλλαξε μόνο επιλεκτικά και κράτησε τους κατασκευαστές, ανεξάρτητα από παραβιάσεις. Το Forever 21 έλαβε επίσης το χαμηλότερο σκορ, ένα 0-5%, στον δείκτη διαφάνειας μόδας 2019. Το 2020, η εταιρεία ανέβηκε σε Βαθμολογία 6-10%, γεγονός που δείχνει μικρή βελτίωση. Δυστυχώς, οι χαμηλές αξιολογήσεις διαφάνειας και η έλλειψη πληροφοριών σχετικά με τη σελίδα κοινωνικής ευθύνης της εταιρείας καθιστούν δύσκολη την αξιολόγηση των δεσμεύσεων της Forever 21 για ένα βιώσιμο μέλλον (<https://brightly.eco/fast-fashion-brands-sustainability/>)



Εικόνα 6. Κατάταξη των πιο δημοφιλών εταιριών γρήγορης μόδας σε επίπεδο βιώσιμης ανάπτυξης για το 2021. Πηγή: <https://brightly.eco/fast-fashion-brands-sustainability/>

## **Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> Η Προβληματική της έρευνας**

### **5.1. Η έννοια του γραμματισμού**

Ο όρος «γραμματισμός» προέρχεται από τον αγγλικό όρο “literacy”. Στο ελληνικό λεξιλόγιο ο γραμματισμός αποτελεί πρόσφατα εισηγμένο όρο, περιλαμβάνει την έννοια του αλφαριθμητισμού, όμως δεν περιορίζεται μόνο σε αυτόν. Ο όρος «γραμματισμός» χρησιμοποιείται πολλαπλώς και με ποικίλους τρόπους για θέματα που συνιστούν συστήματα κωδίκων και κουλτούρες στην καθημερινή ζωή, με τις οποίες αποκτά κανείς οικειότητα καθώς «γραμματίζεται» σε αυτές (Ong, 1997).

Η σύγχρονη παιδαγωγική δίνει έμφαση στην αναγκαιότητα εμπλοκής και ενασχόλησης των μαθητών με μορφές κειμένων που αναπτύσσονται μέσα σε συγκεκριμένα κοινωνικό-πολιτισμικά σύνολα. Η διδασκαλία της γλώσσας εστιάζει στην καλλιέργεια της ικανότητας επιλογής των συμβάσεων του κατάλληλου κειμενικού είδους με σκοπό την επίτευξη των κοινωνικών σκοπών που θέτουν οι μαθητές στα διάφορα πεδία δράσης. Συνεπώς, η διδασκαλία της γλώσσας αυτού του τύπου αναδεικνύει την έννοια του γραμματισμού. Η έννοια του γραμματισμού αφορά μια κοινωνική πρακτική που είναι διαρκώς εξελισσόμενη και επαναπροσδιορίζεται διαρκώς από το κοινωνικό-πολιτισμικό πλαίσιο μέσα στο οποίο λαμβάνει χώρα. Το περιεχόμενο του όρου δεν περιορίζεται μόνο στην ικανότητα του ατόμου να διαβάζει και να κατανοεί ένα κείμενο αλλά στην ικανότητά του να ερμηνεύει, να κατανοεί και να παράγει μια ποικιλία λόγου και να είναι σε θέση να ελέγχει τη ζωή και το περιβάλλον του μέσω του γραπτού λόγου (Χατζησαββίδης, 2011, σελ. 74).

Για την έννοια του γραμματισμού έχουν διατυπωθεί πολλοί ορισμοί. Επιλέγουμε ορισμένους που κρίνεται ότι συνδέονται με το θέμα που μελετάμε. Σύμφωνα με τους Barton και Hamilton (1998, σελ. 3), ο γραμματισμός είναι *«μια δραστηριότητα ανθρώπινη που τοποθετείται μεταξύ σκέψης και κειμένου, είναι ένας θεσμός που βρίσκεται στην αλληλεπίδραση των ανθρώπων»*. Μια άλλη προσέγγιση, περισσότερο κοινωνιολογική, επιχειρούν οι Elsasser και John-Steiner (1993, σελ. 276) οι οποίου θεωρούν ότι *«ο γραμματισμός αποτελεί για τον άνθρωπο την γνώση εκείνων των γλωσσικών δεξιοτήτων που του επιτρέπουν να εξετάζει κριτικά και να επεξεργάζεται θεωρητικά τις πολιτικές και πολιτισμικές του εμπειρίες»*. Μια προέκταση αυτού του ορισμού επιχειρείται από τον Kress (1994, σελ. 209), ο οποίος υποστηρίζει ότι *«ο γραμματισμός περιγράφει την πλευρά της ανθρώπινης επικοινωνίας που έχει τη μορφή αναπαράστασης κοινωνικο-πολιτισμικών νοημάτων μέσω γραμμμάτων και σχετικών οπτικών και γραφικών συστημάτων»*.

Στη σύγχρονη εποχή, ο γραμματισμός προσεγγίζεται και με την στενή έννοια (μοναδική ικανότητα) αλλά και με ευρεία σημασία (ποικιλομορφία ικανοτήτων), ενώ οι τύποι γραμματισμού διακρίνονται σε γενικό γραμματισμό, ο οποίος ταξινομείται σε τρία επίπεδα: βασικό, μεσαίο και επίπεδο αριστείας. Τα επίπεδα αυτά βρίσκονται σε μια συνέχεια.

Σε μια προσπάθεια σύνδεσης της έννοιας του γραμματισμού με την αισθητική, τον τρόπο και τις στάσεις ζωής αναζητήθηκαν κάποιες προσεγγίσεις πιο ελεύθερης απόδοσης. Σύμφωνα με τους Breivik & Gee (1989), ο γραμματισμός είναι η ικανότητα κατανόησης και επικοινωνίας με τον έξω κόσμο. Αυτή η ικανότητα μετασχηματίζεται ώστε να ταιριάζει σε διαφορετικούς χρόνους και τόπους, πολιτικό, οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον και τεχνολογική βελτίωση. Όπως αναφέρεται στο Webster's College Dictionary (1990) ο γραμματισμός αφορά σε τρεις διαστάσεις: α) αποτελεί την προϋπόθεση ή την ποιότητα της εκπαίδευσης, β) την προϋπόθεση της παιδείας και της λήψης πολιτισμικής καλλιέργειας και γ) την προϋπόθεση της γνώσης σε ένα συγκεκριμένο πεδίο ή θέμα, όπως για παράδειγμα η γνώση για τη μόδα. Επίσης με μια ευρύτερη έννοια, ο γραμματισμός είναι κάτι περισσότερο από ένα είδος ικανότητας αλλά κυρίως ένας συνδυασμός ικανοτήτων και δεξιοτήτων (Yeomans, 1991), ενώ σύμφωνα με τον F. Chang (1997) ο γραμματισμός είναι η βασική ικανότητα ενός ατόμου να επικοινωνεί ή να αλληλεπιδρά με τον έξω κόσμο σωστά και αποτελεσματικά, συμπεριλαμβανομένων ανθρώπων, γεγονότων και αντικειμένων. Η έννοια «σωστά» συνεπάγεται αντικειμενική κρίση και υποδηλώνει αποτελεσματικά ότι τα επίπεδα αλφαριθμητισμού ποικίλλουν και μπορούν να επηρεαστούν από τη γνώση, τις δεξιότητες και τα συναισθήματα. Σύμφωνα με τους Kouba, Champagne, και Pischitelli (1998), ο γραμματισμός δεν είναι μόνο η ικανότητα ενός ατόμου να ακούει, να μιλάει, να διαβάζει και να γράφει, αλλά και η ικανότητα να χρησιμοποιεί τη γλώσσα, να κατανοεί το πλαίσιο και να διαμορφώνει έννοιες και νοήματα με τη σκέψη.

Συνοψίζοντας τους παραπάνω ορισμούς θα μπορούσε να ειπωθεί ότι ο γραμματισμός αποτελεί μια κοινωνική και πολιτισμική πρακτική, η οποία περιλαμβάνει τις ιδεολογικές αντιλήψεις και τις δυναμικές της κοινωνίας μέσα στην οποία αναπτύσσεται. Ωστόσο οι κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αλλαγές, όπως διαμορφώνονται τα τελευταία χρόνια, σε όλο τον πλανήτη, έχουν δημιουργήσει ένα νέο περιβάλλον γλωσσικό, όπου κυριαρχεί η πολιτισμική πολυμορφία στις κοινωνίες, η σύγχρονη τεχνολογία εξελίσσεται ραγδαία και τα πολυτροπικά κείμενα τείνουν να αντικαταστήσουν σε μεγάλο βαθμό τα γλωσσικά. Όλη αυτή η νέα συνθήκη δημιουργεί διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις για απόκτηση δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες για την κατανόηση του νέου αυτού περιβάλλοντος και δεν μπορούν να καλυφθούν από τον γραμματισμό. Ένα νέο πλαίσιο έρχεται να συμπληρώσει τον γραμματισμό και αυτό αφορά στην έννοια «πολυγραμματισμοί» (multiliteracy). Μέσω των

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

πολυγραμματισμών προβάλλεται η ανάγκη καλλιέργειας δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες για την κατανόηση κειμένων που συνδυάζουν διαφορετικά σημειωτικά μέσα, για την παραγωγή νοήματος και λόγων που παράγονται σε πολυμορφικά και πολυπολιτισμικά κοινωνικά περιβάλλοντα. Σύμφωνα με την ομάδα επιστημόνων που δημιούργησε την έννοια των πολυγραμματισμών, (New London Group, 1996), η παιδαγωγική των πολυγραμματισμών βασίζεται στην ύπαρξη πολυμορφίας στα σύγχρονα κείμενα και στη συχνή και αστραπιαία αλλαγή του κόσμου μέσα στον οποίο κινείται ο σύγχρονος άνθρωπος. Συνεπώς οι πολυγραμματισμοί αποτελούν μια πολύμορφη και πολυτροπική διαδικασία μέσω της οποίας τα άτομα αναδιαμορφώνονται, και μια πράξη διαρκούς δημιουργίας και μετασχηματισμού των σημείων και των κειμένων, τα οποία προσαρμόζονται στα υφιστάμενα μαθησιακά και κοινωνικά δεδομένα (Χατζησαββίδης, 2011, σελ. 76-77).

Στο πλαίσιο των πολυγραμματισμών εντάσσεται και η σχέση του γραμματισμού με την έννοια της μόδας, καθώς αποτελεί μια πολύπλοκη και πολυεπίπεδη διαχείριση γνώσεων, στάσεων και αντιλήψεων, όπως πλέον εξελίσσεται η μόδα και οι επιπτώσεις της βιομηχανίας της μόδας στο νέο περιβαλλοντικό πολυμορφικό πλαίσιο.

## **5.2 Γραμματισμός και μόδα**

Τα ρούχα παρουσιάζονται διαφορετικά σε διαφορετικά στάδια του πολιτισμού. Στις αυτοκρατορικές εποχές, οι βασιλιάδες και οι ευγενείς καθόριζαν συχνά τις τάσεις της μόδας, ενώ οι Ευρωπαίοι ανέπτυξαν τα δικά τους στυλ ντυσίματος. Μεταγενέστερα, η μόδα χρησιμοποιείται ευρέως σε διαφορετικούς τομείς και συχνά υποδηλώνει τάσεις που κατευθύνονται από την ανώτερη τάξη. Καθώς οι άνθρωποι εξελίσσονται, δεν ικανοποιούνται πλέον μόνο με τα απαραίτητα και η μόδα φαίνεται ότι ικανοποιεί την επιθυμία των ανθρώπων για ποιότητα (Chiu, Tu, Chu, & Chuang, 2014).

Η «μόδα» αναφέρεται σε έναν τρόπο ζωής που είναι δημοφιλής στην κοινωνία ή σε μια τάξη ανθρώπων κατά τη διάρκεια μιας ορισμένης περιόδου, σε μοντέρνα αντικείμενα, σε δημοφιλή στυλ ρούχων, σε σύγχρονες τάσεις ή σε τρέχοντα ξεχωριστά γεγονότα. Οι «τάσεις» της μόδας αναφέρονται στη διάδοση ιδιαίτερων συμπεριφορών: πρόκειται για κάτι που διαδίδεται γρήγορα και επικρατεί για κάποιο χρονικό διάστημα και αποτελεί επίσης κοινή πρακτική, δημοφιλία ή στυλ ανώτερης τάξης (Modern Chinese Cross-Strait Dictionary, 2006).

Η αντίληψη των δύο εννοιών, «μόδα» και «τάσεις» διαφέρει από άτομο σε άτομο. Πολλοί ειδικοί και μελετητές ερμηνεύουν και ορίζουν την έννοια της μόδας και των τάσεων της μόδας



από πολλές σκοπιές. Προσεγγίζουν τις έννοιες αυτές ως αντικείμενο τρόπο ζωής, συμπεριφορά που υποστηρίζεται ή αποτελεί αντικείμενο μίμησης, εκτενώς από τους απλούς ανθρώπους μέσα σε μια συγκεκριμένη περίοδο.

Η έννοια της μόδας ορίζεται ως νεωτερικότητα στυλ, αριστοκρατικότητα, ποιότητα και καλό γούστο. Αποτελεί μια ιδεολογία, μια οπτική αισθητική, μια θετική επιρροή και διέπεται από υποκειμενικό γούστο. Είναι μια κοινώς αναγνωρισμένη διεισδυτική αισθητική της ζωής. Σύμφωνα με τον Δαβέτα (2008, σελ. 32) «η μόδα γεννήθηκε από τη στιγμή που η εμφάνιση και το ένδυμα παύει να φανερώνει την οποιαδήποτε οικονομική ή ταξική προέλευση, ενώ παύει να αντανακλά και την κοινωνική εικόνα αυτού που το φορά. Όταν ο ντυμένος γίνεται αντιληπτός όχι από την ηλικία και την κοινωνική ταξινόμηση του ρούχου αλλά από την εξατομίκευσή του και την προσωπικότητά του. Είναι πια η στιγμή που ο τρόπος ντυσίματος υπηρετεί την ελευθερία της ατομικότητας, είναι αυτή η στιγμή που το ρούχο απελευθερώνεται από τις κοινωνικές ομάδες και ανήκει στην ατομική σύνθεση και δημιουργικότητα του υποκειμένου... Αυτό χρονολογείται από την εποχή της εμφάνισης του μοντέρνου ανθρώπου της μοντέρνας σκέψης, της μοντέρνας τέχνης». Η μόδα λοιπόν φαίνεται να ξεκινά προς το τέλος του 19<sup>ου</sup> αιώνα, ενώ άρχισε να επιδρά τον 20<sup>ο</sup> αιώνα και συνεχίζει την επίδραση αυτή μέχρι και σήμερα, όπου πλέον έχει διεθνοποιηθεί. Οι αλλαγές που σημειώνονται κατά περιόδους στη μόδα συμπίπτουν συνήθως με σημαντικά κοινωνικά, πολιτικά, οικονομικά και στις μέρες μας, πλέον, και με περιβαλλοντικά γεγονότα.

Η Μόδα ερμηνεύεται είτε με τη στενή έννοια που αφορά στη φροντίδα του δέρματος, το μακιγιάζ, το στυλ μαλλιών, την ενδυμασία, και τα αξεσουάρ είτε ευρύτερα, συμπεριλαμβάνοντας στάσεις απέναντι στη ζωή και των αντικειμένων της καθημερινής ζωής, από τα τρόφιμα, τα είδη ένδυσης, τη στέγαση, τη μεταφορά, την εκπαίδευση, τον ελεύθερο χρόνο ακόμα και τη γλώσσα του σώματος. Για τους ειδικούς, η μόδα σημαίνει όχι μόνο αντικείμενα, αλλά και τρόπο ζωής, στάση απέναντι στη ζωή, τη συμπεριφορά, την κουλτούρα, την παιδεία, και εντέλει μια διευρυμένη έννοια γραμματισμού (Chiu, et al., 2014).

Στην περίπτωση που θα επιχειρούσαμε να σταθμίσουμε την έννοια του γραμματισμού της μόδας θα μπορούσαμε να θέσουμε κάποιους δείκτες αξιολόγησης. Οι δείκτες αξιολόγησης του γραμματισμού της μόδας περιλαμβάνουν την πολιτιστική καλλιέργεια, την ευαισθητοποίηση απέναντι στη μόδα και τις επαγγελματικές δεξιότητες. Η πολιτιστική καλλιέργεια περιλαμβάνει την κουλτούρα, την αναγνώριση, τη διαχείριση της συναισθηματικής νοημοσύνης, την αξιοπρέπεια, την γενναιοδωρία και την κομψότητα. Η ευαισθητοποίηση απέναντι στη μόδα αφορά στην αναγνώριση της μόδας, στο ενδιαφέρον για τη μόδα, την αποδοχή νέων και εκκεντρικών πραγμάτων. Οι επαγγελματικές δεξιότητες περιλαμβάνουν την

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων περί αισθητικής, τη γνώση για την αισθητική, τη μελέτη επαγγελματικών εγχειριδίων για τη μόδα, επαγγελματική συνειδητοποίηση και πολύπλευρη αισθητική. Ο γραμματισμός της μόδας σημαίνει επίσης την κυριαρχία αυτών των τριών εννοιών προκειμένου τα άτομα να απολαμβάνουν την αλληλεπίδραση με τον κόσμο και να μπορούν να επιλύουν προβλήματα.

Καταλήγοντας θα λέγαμε ότι, σε ό,τι αφορά στην έννοια της μόδας, ο τρόπος ζωής και οι γνωστικές διαφορές αλλάζουν διαρκώς εξαιτίας των αλλαγών που συντελούνται στις χρονικές περιόδους και στην κοινωνία και διαμορφώνονται από τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου. Επομένως, η μόδα δεν περιορίζεται στα ρούχα, αλλά έχει πιο ευρεία αντίληψη και ερμηνεία και συνδέεται με τις γνώσεις, τις στάσεις, τις αντιλήψεις και τις αξίες που το κάθε άτομο υιοθετεί.

Το ζητούμενο λοιπόν στην παρούσα έρευνα είναι να διερευνηθεί σε ποιο βαθμό σήμερα, ένα ενδεικτικό δείγμα του γενικού πληθυσμού της Ελλάδας, αντιλαμβάνεται την έννοια της μόδας σε σχέση με το μείζον ζήτημα της Αειφορίας, καθώς, όπως αποδεικνύεται από την βιβλιογραφική επισκόπηση, η βιομηχανία μόδας συνδέεται και επηρεάζει άμεσα και έμμεσα τη βιώσιμη ανάπτυξη του πλανήτη που ζούμε.

## **B' Μέρος-Ερευνητικό**

### **1.1 Μεθοδολογία της έρευνας**

Η παρούσα έρευνα σχεδιάστηκε και διεξήχθη στο πλαίσιο της εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας με τίτλο «Ο ρόλος του γραμματισμού στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στην αειφόρο ανάπτυξη της μόδας» του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων, «Επιστήμες του Περιβάλλοντος και Εκπαίδευση για την Αειφορία». Η επιλογή του συγκεκριμένου θέματος έγινε με κριτήριο το προσωπικό ενδιαφέρον της ερευνήτριας σχετικά με τη μόδα και την προστασία του περιβάλλοντος, από τα ερεθίσματα που δέχεται από το καταναλωτικό περιβάλλον της και από την επιθυμία της να προεκτείνει τις γνώσεις της στο πολυδιάστατο κεφάλαιο της μόδας και το βαθμό που αυτή επιδρά στη ρύπανση του πλανήτη.

Πρόκειται για ποσοτική έρευνα με χορήγηση αυτοσχέδιου ερωτηματολογίου. Πρόκειται για ποσοτική έρευνα της οποίας το αντικείμενο ξεκίνησε να συλλαμβάνεται κατά τη διάρκεια της παρακολούθησης των θεματικών ενοτήτων του Μεταπτυχιακού Προγράμματος. Αφορμή στάθηκε το πλούσιο υλικό για προβληματισμό και διερεύνηση. Μέσα από μελέτη πολλών ξενόγλωσσων επιστημονικών άρθρων, ετήσιων εκθέσεων και διατριβών για τη ρύπανση – μόλυνση του περιβάλλοντος από τη βιομηχανία της μόδας, και του φαινομένου του «fast fashion», προέκυψαν πολλές προβληματικές. Έτσι η έρευνα προσανατολίστηκε προς τον ερευνητικό σκοπό, ο οποίος ήταν η διερεύνηση του βαθμού γραμματισμού που διαθέτουν οι σύγχρονοι άνθρωποι-πολίτες-καταναλωτές απέναντι στη μόδα στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης της βιομηχανίας της μόδας.

Θεωρώντας ότι η έννοια της μόδας δεν συνδέεται με μια τυχαία επιλογή ενός ρούχου που καλύπτει μόνο πρακτικές ανάγκες αλλά έχει πολλές άλλες διαστάσεις, όπως η κοινωνική, η αισθητική και η οικολογική. Όμως κατά τη διαδικασία της βιβλιογραφικής ανασκόπησης αναδείχτηκαν πτυχές οι οποίες έρχονταν περαιτέρω εμβάθυνσης και διερεύνησης. Ακολούθησε διαδικασία καταγραφής των πτυχών αυτών που οδήγησαν στη διατύπωση των ερευνητικών ερωτημάτων. Τα ερωτήματα έχουν στόχο να εμβαθύνουν στον γραμματισμό ως δεξιότητες κατανάλωσης προϊόντων μόδας, κριτήρια επιλογής και διαχείρισης των προϊόντων αυτών, σεβασμό απέναντι στο περιβάλλον και κατά συνέπεια στην κοινωνία, στον συνάνθρωπο και εντέλει απέναντι στον εαυτό μας και στις μελλοντικές γενιές. Η σημαντικότητα της παρούσας έρευνας έγκειται στο γεγονός ότι ανέδειξε σημαντικές πληροφορίες για το πώς το φύλο, οι διαφορετικές ηλικιακές ομάδες και η επαγγελματική ιδιότητα συνδέονται με επίπεδα

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

γραμματισμού για τη μόδα. Τα ευρήματά της παρούσα έρευνας θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν σε ανάλογο ενδιαφέροντος μελλοντικές έρευνες, οι οποίες θα αφορούν νέες έννοιες γραμματισμού και πολυγραμματισμών που θα συνδέονται με την εκπαίδευση, τον τρόπο κατανάλωσης και την ευαισθητοποίηση απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της βιομηχανίας της μόδας, στοχεύοντας στο ελάχιστο περιβαλλοντικό αποτύπωμα επάνω στον πλανήτη.

Μέσα από τη συλλογή υλικού σχεδιάστηκαν αρχικά οι κύριες πέντε ενότητες του ερωτηματολογίου που όρισαν και τις πέντε εξαρτημένες μεταβλητές και ακολούθησε η διατύπωση των ερωτήσεων. Αρχικά η σκέψη για την επιλογή του δείγματος αφορούσε τον πληθυσμό των φοιτητών, καθώς θα ήταν εύκολη η πρόσβαση, μέσω του Πανεπιστημίου. Στη συνέχεια κρίθηκε ότι θα είχαν περισσότερο ενδιαφέρον ευρήματα ενός ποικιλόμορφου πληθυσμού, ώστε να αντικατοπτρίζουν την σημερινή ελληνική κοινωνία στο σύνολό της και όχι μόνο ένα μέρος της. Έτσι το ερωτηματολόγιο προωθήθηκε μέσω συνεργατών, συναδέλφων και οικείων χωρίς κάποιο περιορισμό ως προς τα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Η συλλογή των δεδομένων διήρκεσε περίπου δύο μήνες και στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε η ποσοτική ανάλυσή τους και η εξαγωγή και συζήτηση των συμπερασμάτων.

## **1.2 Ερευνητικός σκοπός**

Ο κύριος σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να αναδείξει τη σχέση που υπάρχει μεταξύ του γραμματισμού, και κατά συνέπεια των γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στην έννοια της μόδας, όπως αυτές αντικατοπτρίζονται στον τρόπο και τα κριτήρια που οι άνθρωποι επιλέγουν να αγοράσουν τα ρούχα τους, στον τρόπο που τα φορούν και τα διαχειρίζονται με το πέρασμα του χρόνου, στο ευρύτερο πλαίσιο της αειφορίας. Διερευνάται κατά πόσο ένα δείγμα γενικού πληθυσμού, χωρίς περιορισμούς στην επιλογή, διαθέτει σήμερα τις γνώσεις, τις αξίες και τις στάσεις ώστε να συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη της βιομηχανίας της μόδας ενισχύοντας την προστασία του περιβάλλοντος, του πλανήτη και των μελλοντικών γενεών.

## **1.3 Ερευνητικά ερωτήματα**

Τα ερωτήματα που επιχειρούνται να απαντηθούν στην παρούσα έρευνα συνοψίζονται στα εξής:

- 1) Σε ποιο βαθμό η βιώσιμη ανάπτυξη της βιομηχανίας της μόδας συνδέεται με τη ρύπανση του πλανήτη;

- 2) Με ποια κριτήρια οι σύγχρονοι καταναλωτές αγοράζουν και διαχειρίζονται τα ρούχα τους στο πλαίσιο μιας βιώσιμης ανάπτυξης της μόδας;
- 3) Σε ποιο βαθμό η εκπαίδευση για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας μπορεί να συμβάλει σε καλλιέργεια νέων στάσεων απέναντι στο περιβάλλον;
- 4) Σε ποιο βαθμό η εκπαίδευση για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας μπορεί να συμβάλει σε καλλιέργεια νέων αξιών απέναντι στο περιβάλλον;

## **1.3 Λειτουργικοί ορισμοί**

### **1.3.1 Η έννοια της μόδας**

Η εκπαιδευτική διάσταση σε ζήτημα βιωσιμότητας της μόδας είναι μείζονος σημασίας. Συνεπώς στην εκπαίδευση για ζητήματα βιωσιμότητας στον τομέα της μόδα, ως ένα ζήτημα επηρεασμένο από την υλιστική καταναλωτική κουλτούρα, είναι ζωτικής σημασίας να διερευνηθεί η πρόκληση που θέτει η βιωσιμότητα σε τομείς που απαιτούν ριζικές λύσεις. Εκτός από τον πολυδιάστατο χαρακτήρα της βιομηχανίας της μόδας σε σχέση με το περιβάλλον, την οικονομία και τον κοινωνικό παράγοντα, η στάση απέναντι στην επιλογή και κατανάλωση ενδυμάτων αποτελεί μείζον ζήτημα εκπαίδευσης και γραμματισμού. Παρόλο που σήμερα η παγκόσμια βιομηχανία μόδας περιγράφει με ακρίβεια το μεγαλύτερο μέρος του τι είναι «μόδα», ωστόσο η μόδα, είναι κάτι περισσότερο. Ο θεωρητικός πολιτισμού Joanne Finkelstein (1996: 5-6) την περιγράφει ως *«ένα υβριδικό φαινόμενο, που βρίσκεται στο διάκενο μεταξύ οικονομίας και τέχνης, ψυχολογίας και εμπορίου, δημιουργικότητας και κοινοτοπίας ως κοινωνική, οικονομική και αισθητική δύναμη και τις περισσότερες φορές, και τα τρία μαζί»*. Μια άλλη προσέγγιση είναι αυτή του κοινωνιολόγου Juliet Schor (2002: 53), η οποία απεικονίζει η μόδα ως *«ζωτικό μέρος της ανθρώπινης εμπειρίας»*. Αντιμετωπίζοντας με αυτόν τον τρόπο την πρόκληση για τη μόδα, η εκπαίδευση στη βιωσιμότητα είναι να διερευνήσει το τεράστιο πεδίο της σύνδεσης μεταξύ της ανθρώπινης εμπειρίας και εκπαίδευσης και των οικολογικών αξιών όπως κατανοούνται μέσα από τους τρόπους ένδυσης και επιλογής ενδυμάτων αλλά και διαχείρισης αυτών.

### **1.3.2 Η έννοια του Γραμματισμού**

Πρόκειται για έναν όρο που άρχισε να χρησιμοποιείται σχετικά πρόσφατα στην ελληνική γλώσσα. Η πρώτη έννοια του όρου αποδίδεται ως παιδεία, έννοια που χρησιμοποιείται μέχρι

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

και σήμερα. Σήμερα ο όρος δεν περιγράφει απλά τις ικανότητες γραφής και ανάγνωση αλλά στη διευρυμένη εκδοχή του αφορά στην εξοικείωση του ατόμου με συνθετότερα συστήματα επικοινωνίας και κώδικες, τα οποία είναι σε θέση να διαχειριστεί. Σε ένα ευρύ πλαίσιο εννοιολογικής ανάλυσης ο γραμματισμός αφορά σε θέματα που συνιστούν συστήματα κωδίκων και κουλτούρας της καθημερινότητας με τις οποίες αποκτά κάποιος οικειότητα καθώς «γραμματίζεται» σε αυτές (Baynham, 1995). Η μόδα λαμβάνεται ως ένα σύστημα, ένα δίκτυο σχέσεων (Barthes, 1985) ή ως κώδικας, ο οποίος εκφράζει σημαντικά στοιχεία όπως το φύλο, η ηλικία, η κοινωνική θέση, το επάγγελμα και το ενδιαφέρον για τη μόδα (Davis, 1994).

Υπό το πρίσμα αυτό, διερευνάται ο γραμματισμός ως σύστημα κωδίκων και κουλτούρας στην επιλογή, αγορά και διαχείριση των ρούχων στο πλαίσιο μιας αειφόρου ανάπτυξης της βιομηχανίας της μόδας.

Τα κριτήρια που ο καθένας επιλέγει να αγοράσει ένα ρούχο, καθώς και ο τρόπος που τα διαχειρίζεται με το πέρασμα του χρόνου, αντανακλούν μια κουλτούρα καθημερινότητας απέναντι στην προστασία του περιβάλλοντος.

Επιπρόσθετα, οι γνώσεις που κατέχει το άτομο σχετικά με το αν και σε ποιο βαθμό η βιομηχανία της μόδας ρυπαίνει το περιβάλλον, ή αν η μόδα έχει κοινωνική διάσταση, ή ακόμα και οι πηγές που χρησιμοποιεί για να αποκτήσει σχετικές γνώσεις, αποτελούν επίσης μια μορφή γραμματισμού που συνδέεται με ένα σύστημα κωδίκων που αφορούν στην καθημερινότητα του ατόμου. Συνεπώς ο όρος γραμματισμός στην παρούσα έρευνα αποτελεί έναν μετρήσιμο δείκτη και αποκτά μία ακόμα εννοιολογική διάσταση.

### **1.3.3 Ο κοινωνικός ρόλος της μόδας**

Ο κοινωνικός ρόλος της μόδας, όπως την υιοθετεί το κάθε άτομο ξεχωριστά, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για κοινωνική προβολή, για διαφοροποίηση από το σύνολο, μπορεί να αντανακλά συναισθήματα και διάθεση, ένταξη σε κοινωνική τάξη κλπ.

Οι επιλογές των ρούχων μεταφέρουν διάφορα μηνύματα στον κοινωνικό του περίγυρο, τα οποία υποδηλώνουν στοιχεία για την προσωπική και κοινωνική ταυτότητα του ατόμου, τις στάσεις και τις αξίες του. Σύμφωνα με τον Simmel (1957), ο οποίος ήταν από τους πρώτους που επεσήμανε τον κοινωνικό ρόλο της μόδας., «η μόδα αποτελεί τον γενικό κανόνα που καθιστά την προσωπική συμπεριφορά μοντέλο ή μοντελοποιεί την προσωπική συμπεριφοράς και αποτελεί συνδυασμό κοινωνικής ομοιομορφίας και ατομικής ιδιαιτερότητας» (Simmel (1957, σελ. 542). Τα ρούχα αποτελούν ένα από τα πιο θεμελιώδη πεδία της κοινωνικής έκφρασης και

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

της αισθητικής, μια παγκόσμια μορφή εκφραστικής επικοινωνίας, ένα είδος ταυτότητας και παιδείας (Wilson, 2001).

Συνεπώς, στην παρούσα έρευνα ο κοινωνικός ρόλος της μόδας μετατρέπεται σε μετρήσιμο δείκτη, ο οποίος αντανακλά όλα τα παραπάνω (Ερωτηματολόγιο, Ενότητα 4).

#### **1.4 Πληθυσμός-Δείγμα**

Το δείγμα της παρούσας έρευνας αποτελείται από 290 άτομα γενικού πληθυσμού, χωρίς κάποιο περιορισμό ως προς τα χαρακτηριστικά. Από αυτούς το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν γυναίκες (84,1%), και το μικρότερο ποσοστό (15,9%) ήταν άνδρες. Η ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα εκτείνεται σε μεγάλο εύρος μεταξύ διαφόρων ηλικιακών ομάδων, με το μεγαλύτερο ποσοστό να συγκεντρώνεται μεταξύ 18-25, 36 -55 ενώ λιγότεροι ήταν οι συμμετέχοντες που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 26-35 και πάνω από 55 ετών. Σε ό,τι αφορά την επαγγελματική τους ιδιότητα, επίσης υπάρχει μεγάλο εύρος, αλλά σχεδόν οι μισοί συμμετέχοντες ήταν δημόσιοι υπάλληλοι, το ¼ φοιτητές και οι υπόλοιποι ιδιωτικοί υπάλληλοι, ελεύθεροι επαγγελματίες και άνεργοι.

#### **1.5 Ερευνητικό εργαλείο**

Η συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω αυτοσχέδιου ερωτηματολογίου που συντάχθηκε από την ερευνήτρια σε google forms. Προηγήθηκε συστηματική μελέτη άρθρων κυρίως από τη διεθνή βιβλιογραφία σχετικά με ανάλογα ζητήματα ενδιαφέροντος όπου καθορίστηκαν τα αρχικά ερευνητικά ερωτήματα. Στη συνέχεια συντάχθηκε το ερωτηματολόγιο το οποίο περιλαμβάνει κυρίως ερωτήσεις πεντάβαθμης κλίμακας Likert δύο τύπων. Ο διαχωρισμός των δύο τύπων αφορά στις απαντήσεις που αντιστοιχούν στην κλίμακα 1-5. Στον «τύπο 1» οι απαντήσεις αντιστοιχούν ως εξής: 1=καθόλου, 2=λίγο, 3=αρκετά, 4 πολύ, 5= πάρα πολύ. Στον «τύπο 2» αντίστοιχα 1=διαφωνώ απόλυτα, 2=διαφωνώ, 3=ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4= συμφωνώ, 5= συμφωνώ απόλυτα). Η διευκρίνηση αυτή αναφέρεται εδώ, προκειμένου να αποφευχθεί η συνεχής επανάληψη των δύο τύπων στην στατιστική ανάλυση. Εκτός από τις ερωτήσεις της κλίμακας Likert το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει κλειστές ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών και ερωτήσεις ΝΑΙ/ΟΧΙ.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από το εισαγωγικό σημείωμα και έξι επιμέρους ενότητες και εξετάζει πέντε εξαρτημένες μεταβλητές, οι οποίες είναι:

1) γνώσεις σχετικά με τη σύνδεση της βιομηχανίας μόδας με τη ρύπανση του πλανήτη,

- 2) κριτήρια-στάσεις επιλογής ρούχων φιλικές προς το περιβάλλον,
- 3) ορθός τρόπος διαχείρισης ρούχων ως προς την αειφορία,
- 4) κοινωνικός ρόλος της μόδας,
- 5) απόψεις για το αν ο γραμματισμός σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να αλλάξει στάσεις και αξίες.

Η εισαγωγή του ερωτηματολογίου αποτελεί την ενημέρωση του ερωτώμενου σχετικά με το αντικείμενο της έρευνας, τον ερευνητικό σκοπό, τον κώδικα δεοντολογίας και τις οδηγίες συμπλήρωσης. Η πρώτη ενότητα αφορά σε τρία δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων που αφορούν στο φύλο, την ηλικία και την επαγγελματική ιδιότητα. Στη συνέχεια διακρίνονται πέντε μέρη του ερωτηματολογίου που μετρούν τις πέντε εξαρτημένες μεταβλητές.

Το Α' μέρος περιλαμβάνει 8 ερωτήσεις και διερευνά τις γνώσεις των ερωτώμενων σχετικά με το βαθμό που η βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας συνδέεται με την ρύπανση του πλανήτη. Το Β' μέρος περιλαμβάνει 12 ερωτήσεις που διερευνούν τα κριτήρια-στάσεις με τα οποία οι ερωτώμενοι αγοράζουν τα ρούχα του στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης. Το Γ' μέρος περιλαμβάνει 8 ερωτήσεις και διερευνά τον τρόπο με τον οποίο οι ερωτώμενοι διαχειρίζονται τα ρούχα τους κατά τη χρήση τους και μέσα στο χρόνο. Το Δ' μέρος περιλαμβάνει 5 ερωτήσεις οι οποίες διερευνούν τον κοινωνικό ρόλο της μόδας. Τέλος το Ε' μέρος περιλαμβάνει 6 ερωτήσεις που διερευνούν τις απόψεις άποψη αν ο γραμματισμός σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να αλλάξει στάσεις και αξίες.

Η ερευνήτρια εξάντλησε όλες τις δυνατότητες ώστε το ερωτηματολόγιο να είναι συνεπές σε τέσσερα στοιχεία: α) στην πληρότητα, με σκοπό να καλυφθούν όλες οι πτυχές του ερευνητικού αντικειμένου, β) στη σαφήνεια ώστε οι πληροφορίες να είναι ξεκάθαρες και ο ερωτώμενος να μην δυσκολευτεί να κατανοήσει το περιεχόμενο, ώστε να μπορέσει να δώσει τις κατάλληλες γι' αυτόν απαντήσεις, γ) στη συνοχή, με σκοπό να συνδέονται οι επιμέρους ερωτήσεις μεταξύ τους. Επίσης, περιλαμβάνονται κάποιες ερωτήσεις οι οποίες μοιάζουν μεταξύ τους. Η επιλογή αυτή δεν έγινε τυχαία αλλά συνειδητά προκειμένου κάποιες ιδιαίτερα σημαντικές απαντήσεις να διασταυρωθούν ως προς την αξιοπιστία τους, και δ) στην κατάλληλη δομή έτσι ώστε οι ενότητες του ερωτηματολογίου αφενός να αντιστοιχούν στα ερευνητικά ερωτήματα, αφετέρου να διατηρούν ενεργό το ενδιαφέρον ανταπόκρισης των ερωτώμενων.

Στην τελική του μορφή, το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε άτομα από το επαγγελματικό, ακαδημαϊκό, οικογενειακό και κοινωνικό περιβάλλον της ερευνήτριας. Η διαδικασία συλλογής διήρκεσε περίπου 2 μήνες από αρχές Ιουλίου 2021 έως το τέλος Αυγούστου 2021.



## **1.6 Δειγματοληψία**

Η λήψη του δείγματος έγινε μέσω τυχαίας δειγματοληψίας μεταξύ του γενικού πληθυσμού.

Η επιλογή της τυχαίας δειγματοληψίας έγινε επειδή ο τρόπος αυτός επιτρέπει την εφαρμογή της θεωρίας του στατιστικού δείγματος και μπορεί να οδηγήσει σε γενίκευση των συμπερασμάτων και σε έλεγχο υπόθεσης.

## **1.7 Επεξεργασία ερευνητικών δεδομένων**

Για την επεξεργασία των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό εργαλείο Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) και συγκεκριμένα το “IBM SPSS Statistics 26” μέσω της άδειας χρήσης του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων. Με το συγκεκριμένο στατιστικό πακέτο πραγματοποιήθηκε ανάλυση των απαντήσεων του δείγματος. Όσον αφορά το σύνολο των ερευνητικών μεταβλητών ακολουθούν τα στάδια της περιγραφικής και της επαγωγικής ανάλυσης.

Στο στάδιο της περιγραφικής ανάλυσης δίνονται πίνακες κατανομής συχνοτήτων για την περίπτωση των ονομαστικών μεταβλητών όπως το φύλο, η ηλικία, και η επαγγελματική ιδιότητα, ενώ για τις ποσοτικές παρουσιάζεται ο μέσος όρος ως μέτρο κεντρικής τάσης και η τυπική απόκλιση ως μέτρο διασποράς. Παράλληλα τα αποτελέσματα πλαισιώνονται και με γραφικές απεικονίσεις.

Στο στάδιο της επαγωγικής ανάλυσης για τον έλεγχο κατανομής των τιμών των εξαρτημένων μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε η δοκιμασία Shapiro-Wilk η οποία ήταν στατιστική μη σημαντική και για τις πέντε μεταβλητές (όλα τα  $p < 0,005$ ), επομένως η ανάλυση προχώρησε με τη χρήση παραμετρικών στατιστικών δοκιμασιών.

## **1.8 Αξιοπιστία -Εγκυρότητα**

Σε ό,τι αφορά την αξιοπιστία της εσωτερικής συνέπειας των μετρήσεων του ερωτηματολογίου της έρευνας, αυτή εντοπίζεται στη συνέπεια και την ακρίβειά της. Δηλαδή, σχετίζεται με τον βαθμό συμφωνίας των συλλεγόμενων δεδομένων με τα εξεταζόμενα ζητήματα της έρευνας. Η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου μετρήθηκε με τον δείκτη εσωτερικής αξιοπιστίας Cronbach's alpha (Creswell, 2012). Ο συντελεστής αξιοπιστίας Cronbach's Alpha κυμάνθηκε από 0,618

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

έως 0,862, στις πέντε επιμέρους ενότητες του ερωτηματολογίου, τιμές οι οποίες θεωρούνται αποδεκτή κλίμακα διότι είναι πάνω από 0,6.

Στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου που αφορά στο βαθμό που η βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας συνδέεται με τη ρύπανση του πλανήτη ο βαθμός εγκυρότητας και αξιοπιστία Cronbach's alpha είναι πολύ καλός  $\alpha = 0,862$ . Συνεπώς οι ερωτήσεις του Α' μέρους δίνουν μια πολύ καλή κλίμακα.

**Πίνακας I.** Chronbach's Alpha, Α' Μέρος

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,862	,876	19

Στο Β' μέρος του ερωτηματολογίου που αφορά στα κριτήρια επιλογής των ρούχων, ο βαθμός εσωτερικής εγκυρότητας και αξιοπιστίας θεωρείται αποδεκτός καθώς ο Cronbach's alpha=0,665. Άρα και οι ερωτήσεις του Β' μέρους δίνουν μια αρκετά καλή κλίμακα.

**Πίνακας II.** Chronbach's Alpha, Β' Μέρος

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,665	,579	23

Στο Γ' μέρος του ερωτηματολογίου που αφορά στους τρόπους διαχείρισης των ρούχων σε σχέση με το περιβάλλον, ο βαθμός εγκυρότητας και αξιοπιστίας θεωρείται επίσης αποδεκτός

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

καθώς ο Cronbach's alpha=0,618. Συνεπώς και οι ερωτήσεις του Γ μέρους δίνουν μια αρκετά καλή κλίμακα.

**Πίνακας III.** Chronbach's Alpha, Γ' Μέρος

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,618	,599	13

Στο Δ' μέρος του ερωτηματολογίου που αφορά στον κοινωνικό χαρακτήρα της μόδας ο βαθμός εγκυρότητας και αξιοπιστίας είναι αποδεκτός καθώς ο Cronbach's alpha=0,720. Συνεπώς και οι ερωτήσεις του Δ' μέρους δίνουν αρκετά καλή κλίμακα.

**Πίνακας IV.** Chronbach's Alpha, Δ' Μέρος

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,720	,713	15

Στο Ε' Μέρος του ερωτηματολογίου που αφορά στο βαθμό που η εκπαίδευση για την αιεφόρο ανάπτυξη της μόδας μπορεί να συμβάλει σε μια νέα στάση ζωής απέναντι στο περιβάλλον ο βαθμός εγκυρότητας και αξιοπιστίας είναι αποδεκτός καθώς ο Cronbach's alpha =0,777. Συνεπώς και οι ερωτήσεις του Ε μέρους δίνουν μια πολύ καλή κλίμακα.

**Πίνακας V. Chronbach's Alpha, Ε' Μέρος**

**Reliability Statistics**

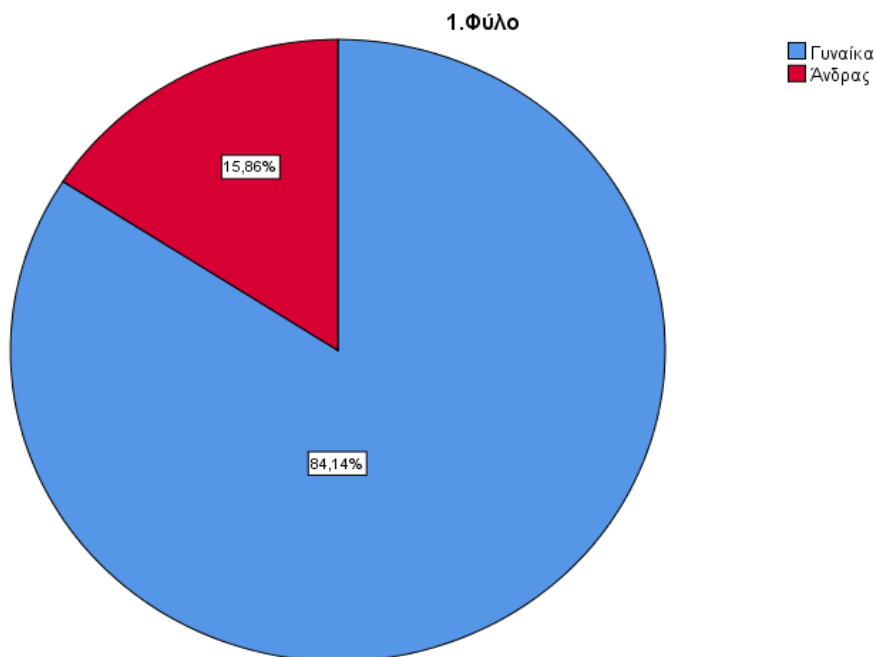
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,777	,753	10

Σε ό,τι αφορά την εγκυρότητα, ελέγχθηκε ο βαθμός στον οποίο το ερωτηματολόγιο μετράει πράγματι αυτό για το οποίο έχει κατασκευαστεί. Επειδή το ερωτηματολόγιο ήταν αυτοσχέδιο και πρωτότυπο δεν εκτιμήθηκε με τη μέθοδο της Ανάλυσης Παραγόντων. Για το λόγο αυτό, πριν διανεμηθεί το τελικό ερωτηματολόγιο, προηγήθηκε πιλοτική χορήγηση σε 15 άτομα διαφορετικών δημογραφικών χαρακτηριστικών του οικείου περιβάλλοντος της ερευνήτριας. Ο κύριος σκοπός αυτής της πιλοτικής διαδικασίας ήταν να ελεγχθεί η εγκυρότητά του και να μετρηθεί ο βαθμός κατανόησης και ερμηνείας του περιεχομένου.

## 2.Επεξεργασία Δεδομένων

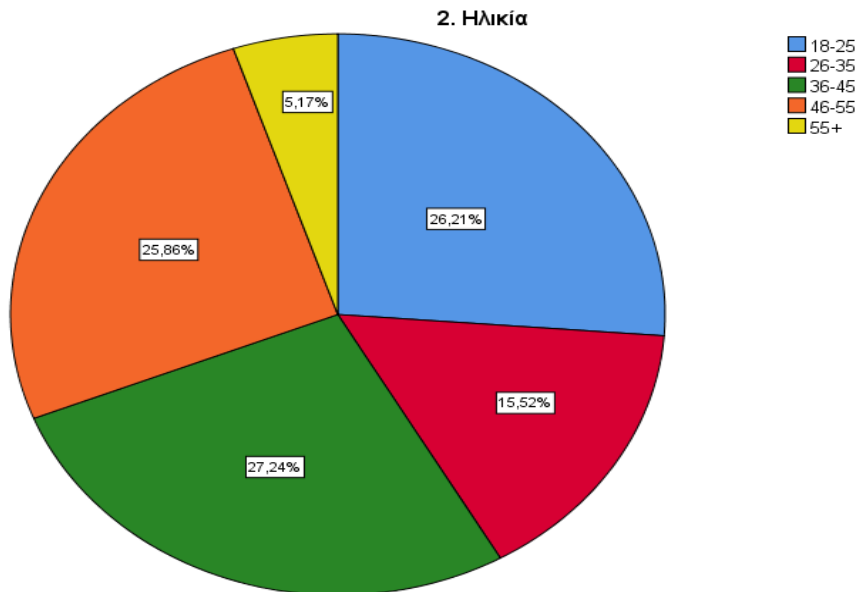
### 2.1 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Σε ό,τι αφορά το φύλο των συμμετεχόντων, το 84,1% ήταν γυναίκες, και το 15,9% άνδρες.



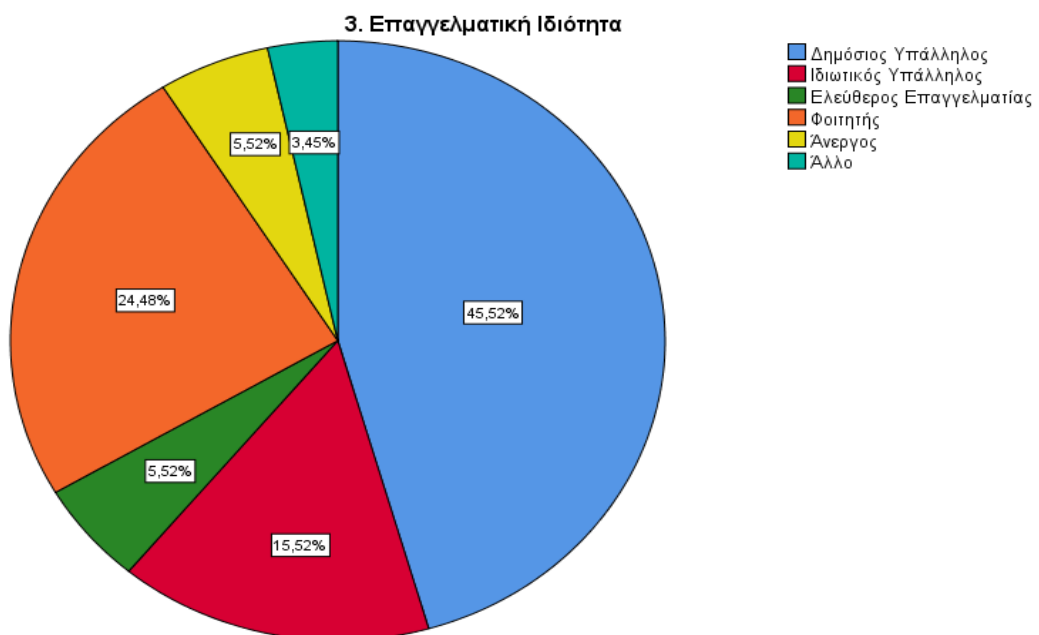
Διάγραμμα 1. Η κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο

Σχετικά με την ηλικιακή ομάδα των συμμετεχόντων, η επικρατούσα οριακά ομάδα ήταν από 36-45 ετών με ποσοστό 27,2%, στη συνέχεια ακολουθεί η ομάδα 18-25 ετών, με ποσοστό 26,2%, αμέσως μετά η ομάδα από 46-55 με ποσοστό 25,9%, η ομάδα 26-35 με ποσοστό 15,5% και τέλος η ομάδα από 55 και πάνω με ποσοστό μόλις 5, 2%.



Διάγραμμα 2. Η κατανομή του δείγματος ως προς την ηλικιακή ομάδα

Σχετικά με την επαγγελματική ιδιότητα των συμμετεχόντων, η πλειοψηφία ήταν Δημόσιοι Υπάλληλοι με ποσοστό 45,5% και ακολουθούν οι φοιτητές με ποσοστό 24,5%, στη συνέχεια οι Ιδιωτικοί Υπάλληλοι με ποσοστό 15,5%, Ελεύθεροι Επαγγελματίες 5,5%, Άνεργοι 5,5% και άλλες ιδιότητες 3,4%.



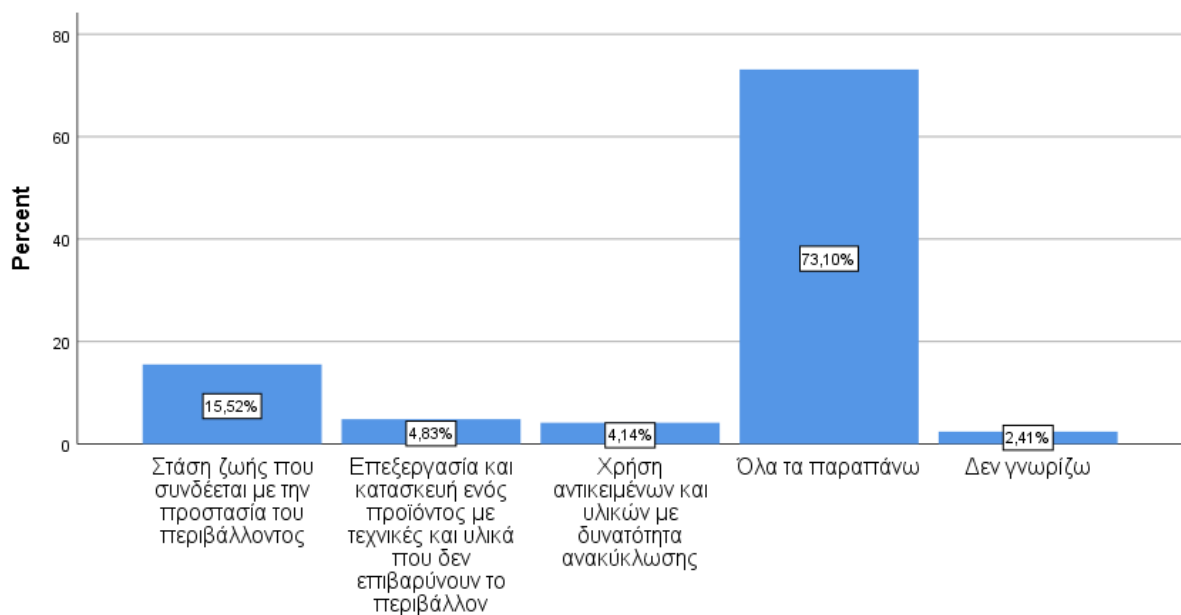
Διάγραμμα 3. Η κατανομή του δείγματος ως προς την επαγγελματική ιδιότητα

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Αυτό που προκύπτει σχετικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος είναι ότι η συντριπτική πλειοψηφία αποτελείται από γυναίκες, οι ηλικιακές ομάδες κατανέμονται σχεδόν ισόποσα σε τρεις ομάδες, 18-25, και από 36 έως 55 ενώ λιγότεροι είναι οι συμμετέχοντες που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 26-35 και πάνω από 55 ετών. Τέλος, σχεδόν οι μισοί συμμετέχοντες είναι δημόσιοι υπάλληλοι και σχεδόν το  $\frac{1}{4}$  είναι φοιτητές.

## 2.2 Α' Μέρος Σε ποιο βαθμό η βιομηχανία της μόδας συνδέεται με την ρύπανση του πλανήτη;

Στην ερώτηση 1 που αφορά στη σημασία της έννοιας της αιφορίας, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 4, όπου η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος, 73,1%, θεωρεί ότι η έννοια της αιφορίας συνδέεται και με την προστασία του περιβάλλοντος και με την επεξεργασία και την κατασκευή ενός προϊόντος με οικολογικές τεχνικές και υλικά και με τη χρήση αντικειμένων και υλικών που δύνανται να ανακυκλωθούν. Ωστόσο, 15,5% θεωρεί ότι η έννοια της αιφορίας αποτελεί μόνο στάση ζωής απέναντι στην προστασία του περιβάλλοντος, 4,8% ότι η έννοια της αιφορίας συνδέεται μόνο με την επεξεργασία και κατασκευή προϊόντων με τεχνικές και υλικά που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον, και 4,1% μόνο με τη χρήση αντικειμένων και υλικών με δυνατότητα ανακύκλωσης, ενώ ένα ελάχιστο ποσοστό 2,4% δεν γνωρίζει καθόλου την έννοια της αιφορίας.



1. Η έννοια της αιφορίας σημαίνει για εσάς:

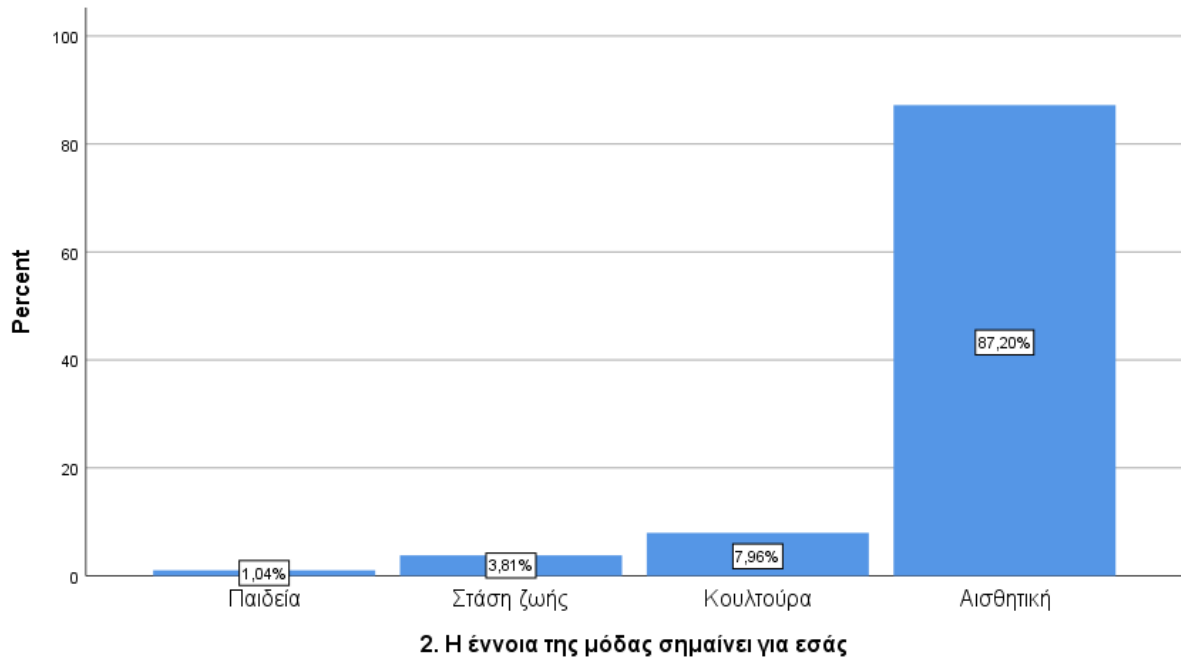
Διάγραμμα 4. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1

Στην ερώτηση 2 που αφορά στην σημασία της έννοιας της μόδας, τα αποτελέσματα φαίνονται στο διάγραμμα 5. Συγκεκριμένα το 86,6% του δείγματος απάντησε ότι η μόδα σημαίνει



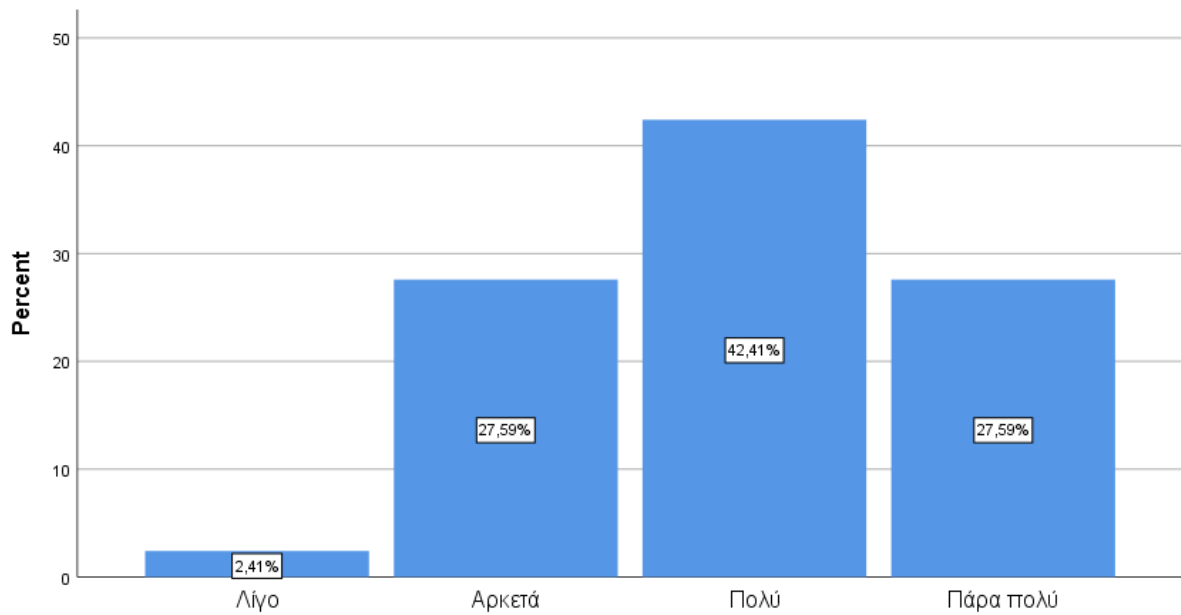
Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

αισθητική. Μόλις το 7,9% θεωρεί ότι η μόδα σημαίνει κουλτούρα, το 3,8% στάση ζωής και το 1% παιδεία και το 0,3% όλα τα παραπάνω.



Διάγραμμα 5. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2

Στην ερώτηση 3 σχετικά με το βαθμό σύνδεσης της βιομηχανίας μόδας με τη ρύπανση του περιβάλλοντος, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 5, όπου χρησιμοποιήθηκε πεντάβαθμη κλίμακα Likert τύπου 1 (όπου 1=καθόλου, 2=λίγο, 3=αρκετά, 4 πολύ, 5= πάρα πολύ). Το μεγαλύτερο ποσοστό (42,4%) θεωρεί ότι η βιομηχανία μόδας συνδέεται «πολύ» με τη ρύπανση του περιβάλλοντος, το 26,7% θεωρεί ότι συνδέεται «πάρα πολύ» και το ίδιο ποσοστό ότι συνδέεται «αρκετά». Μόνο 2,4% θεωρεί ότι δεν υπάρχει «καθόλου» σχέση μεταξύ της βιομηχανίας μόδας με τη ρύπανση του περιβάλλοντος.



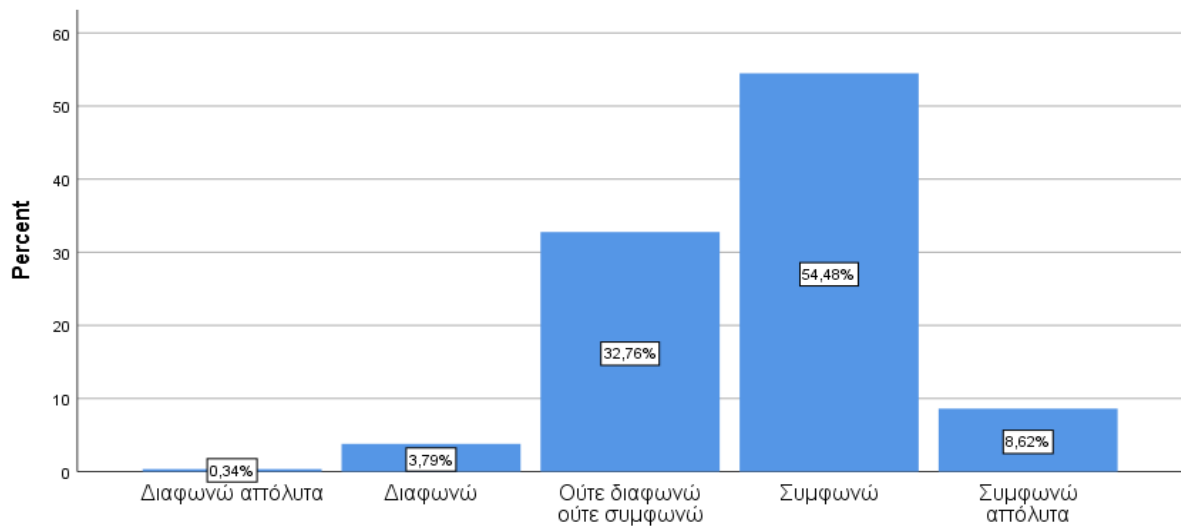
3. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η βιομηχανία μόδας συνδέεται με την ρύπανση του περιβάλλοντος;

Διάγραμμα 6. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3

Στην ερώτηση 4 διατυπώνονται τέσσερις υποθέσεις σχετικά με το τι συμβαίνει στο περιβάλλον κατά την επεξεργασία και την παραγωγή των προϊόντων της βιομηχανίας μόδας. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 7-10, οι οποίες βαθμολογούνται με πεντάβαθμη κλίμα likert τύπου 2 (όπου 1=διαφωνώ απόλυτα, 2=διαφωνώ, 3=ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4= συμφωνώ, 5= συμφωνώ απόλυτα).

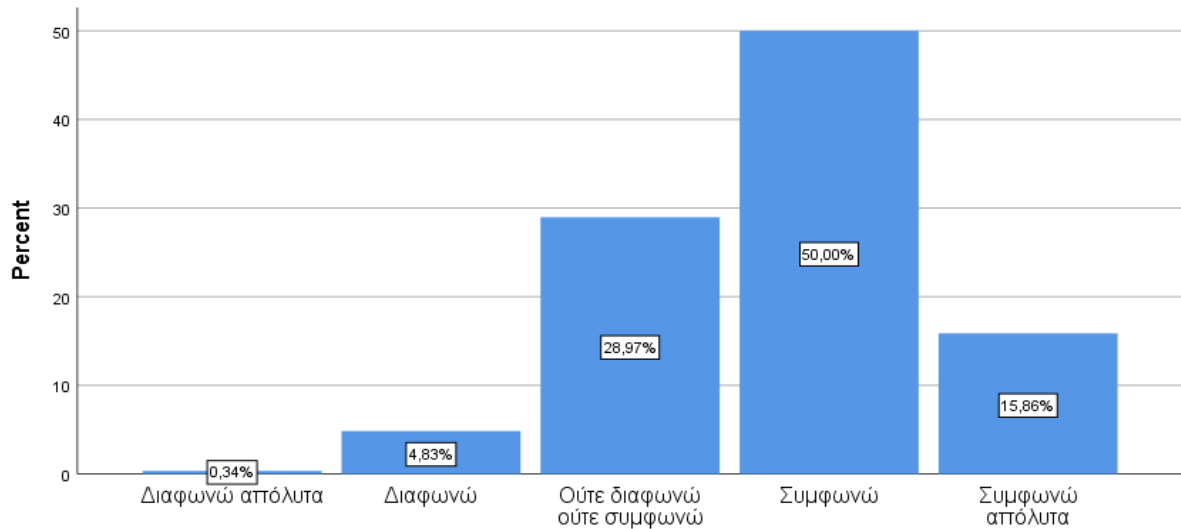
Τα 54% «συμφωνεί» ότι κατά την επεξεργασία και παραγωγή των προϊόντων εκπέμπονται υψηλά επίπεδα αερίων του θερμοκηπίου ενώ το 32,8 «ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί», το 8,6% «συμφωνεί απόλυτα», ενώ μόλις το 3,8% και το 0,3% «διαφωνεί» και «διαφωνεί απόλυτα».

Στην υπόθεση ότι «καταναλώνονται τεράστιες ποσότητες νερού» το 50% απάντησε «συμφωνώ» το 29% ήταν ουδέτερο, το 15,9% «συμφωνώ απόλυτα», ενώ το 4,8% και το 0,3% «διαφωνώ» και «διαφωνώ απόλυτα», αντίστοιχα. Στην υπόθεση ότι «χρησιμοποιούνται τοξικές χρωστικές ουσίες» το 56% απάντησε «συμφωνώ», το 23,1% «συμφωνώ απόλυτα», το 17,2% ήταν ουδέτερο, ενώ το 2,8% και το 0,7% «διαφωνώ» και «διαφωνώ εντελώς», αντίστοιχα. Τέλος, στην υπόθεση ότι «χρησιμοποιούνται τοξικές ουσίες στις καλλιέργειες γης» το 49,7% απάντησε «συμφωνώ», το 27,9% απάντησε ουδέτερα, το 19,3% «συμφωνώ απόλυτα», ενώ το 2,8% και το 0,3% «διαφωνώ» και «διαφωνώ απόλυτα».



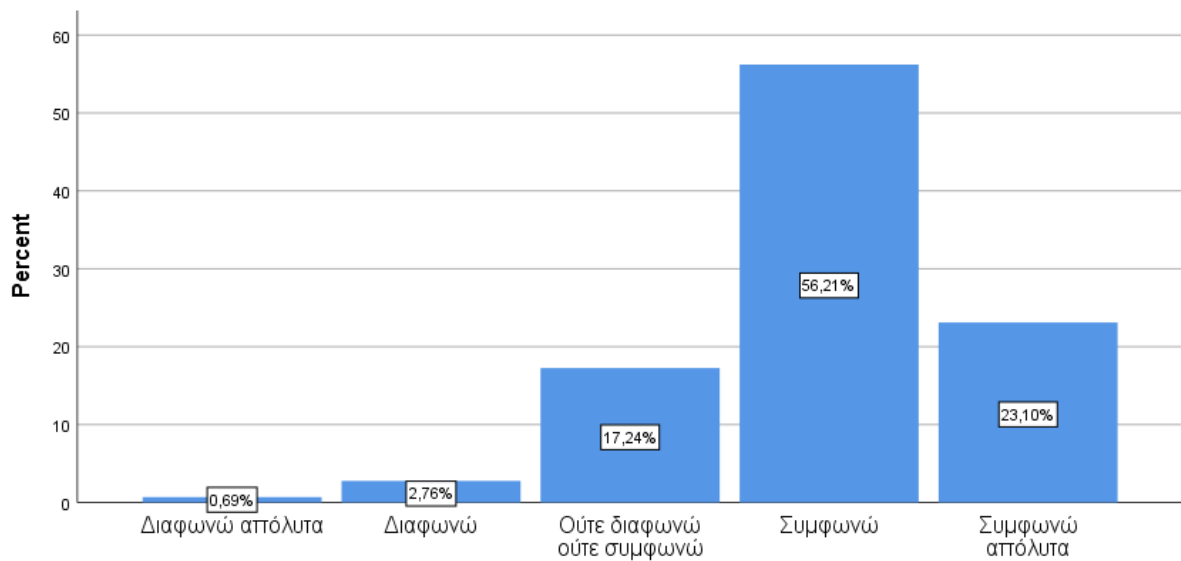
4α. Η βιομηχανία μόδας κατά την επεξεργασία και την παραγωγή των προϊόντων της: [Εκπέμπει υψηλά επίπεδα αερίων του θερμοκηπίου]

Διάγραμμα 7. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4α



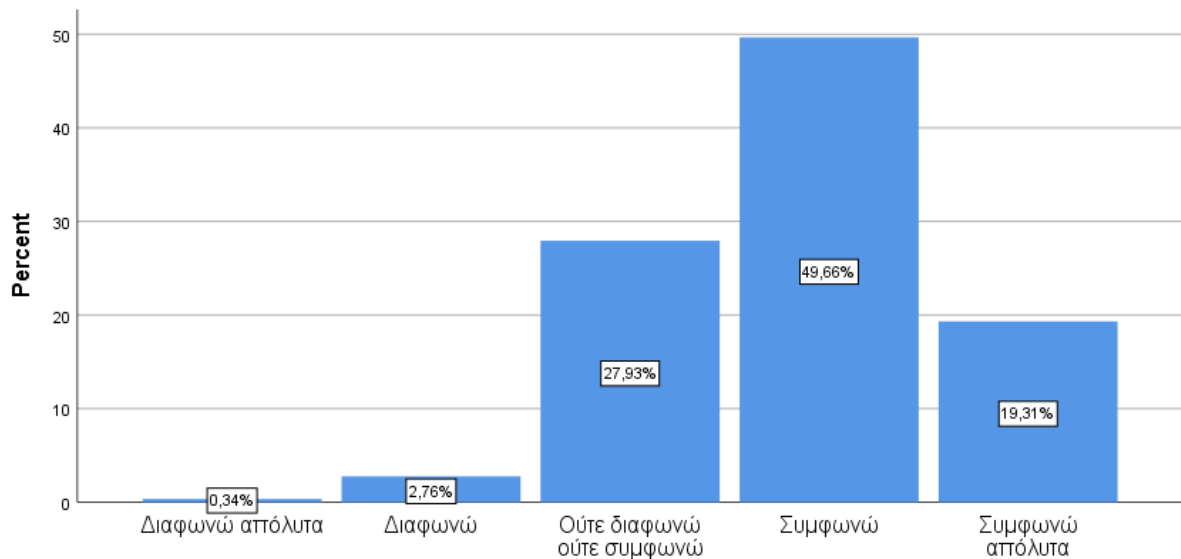
4β. Η βιομηχανία μόδας κατά την επεξεργασία και την παραγωγή των προϊόντων της: [Καταναλώνει τεράστιες ποσότητες νερού]

Διάγραμμα 8. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4β



4γ. Η βιομηχανία μόδας κατά την επεξεργασία και την παραγωγή των προϊόντων της: [Χρησιμοποιεί τοξικές χρωστικές ουσίες]

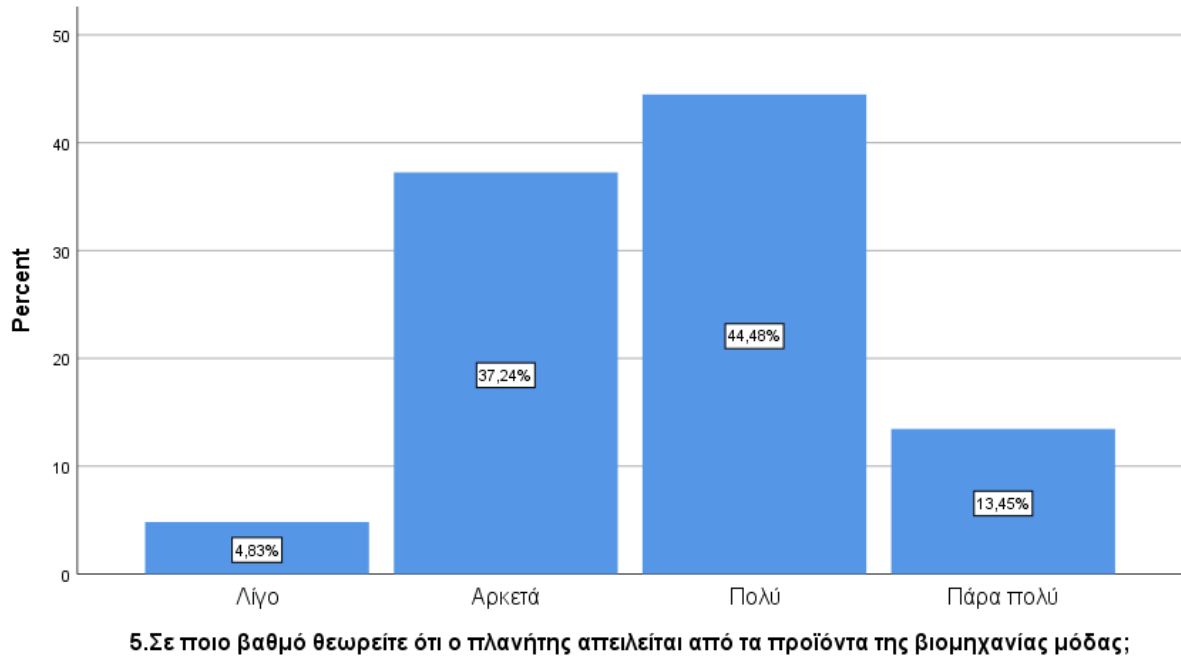
Διάγραμμα 9. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4γ



4δ. Η βιομηχανία μόδας κατά την επεξεργασία και την παραγωγή των προϊόντων της: [Χρησιμοποιεί τοξικές ουσίες στις καλλιέργειες γης (π.χ. βαμβάκι)]

Διάγραμμα 10. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4δ

Στην ερώτηση 5 σχετικά με το βαθμό που απειλείται ο πλανήτης από τα προϊόντα της βιομηχανίας μόδας, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 11, όπου χρησιμοποιήθηκε η πεντάβαθμη κλίμακα Likert τύπου 1. Το 44,5% απάντησε «πολύ», το 37,2% «αρκετά», το 13,4% «πάρα πολύ» και το 4,8% «λίγο». 0% απάντησε «καθόλου».



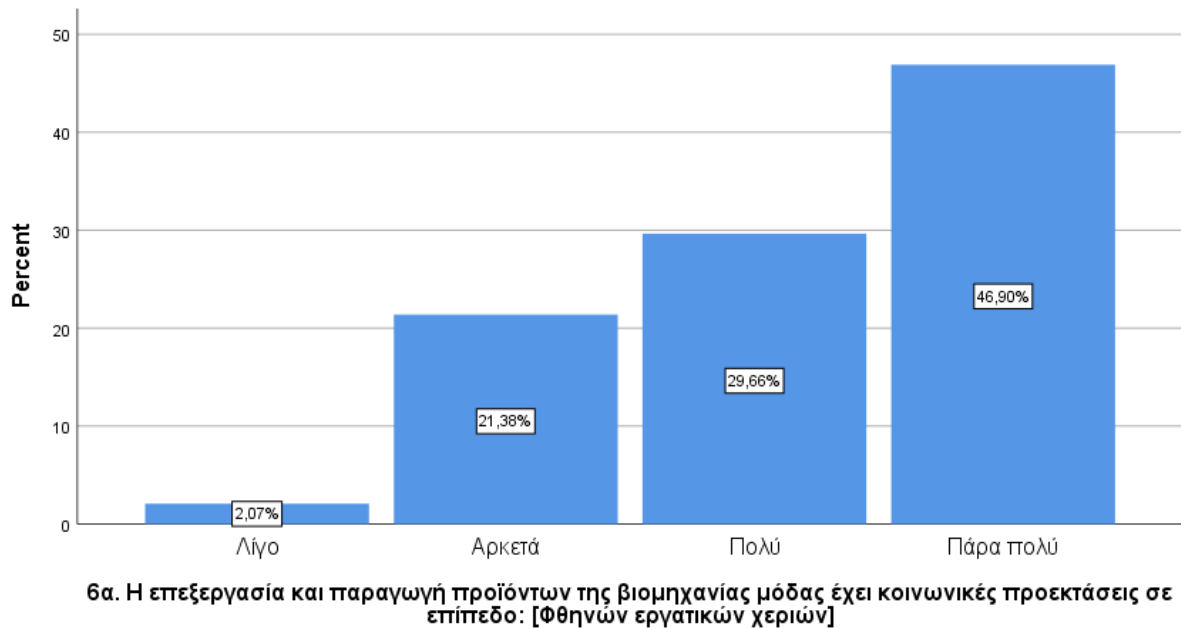
Διάγραμμα 11. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5

Στην ερώτηση 6 διατυπώνονται τέσσερις υποθέσεις σχετικά με τις κοινωνικές προεκτάσεις της επεξεργασίας και παραγωγής των προϊόντων της βιομηχανίας μόδας, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 12-14, οι οποίες βαθμολογούνται με πεντάβαθμη κλίμα Likert τύπου 1 (όπου 1=καθόλου, 2=λίγο, 3=αρκετά, 4= πολύ, 5= πάρα πολύ).

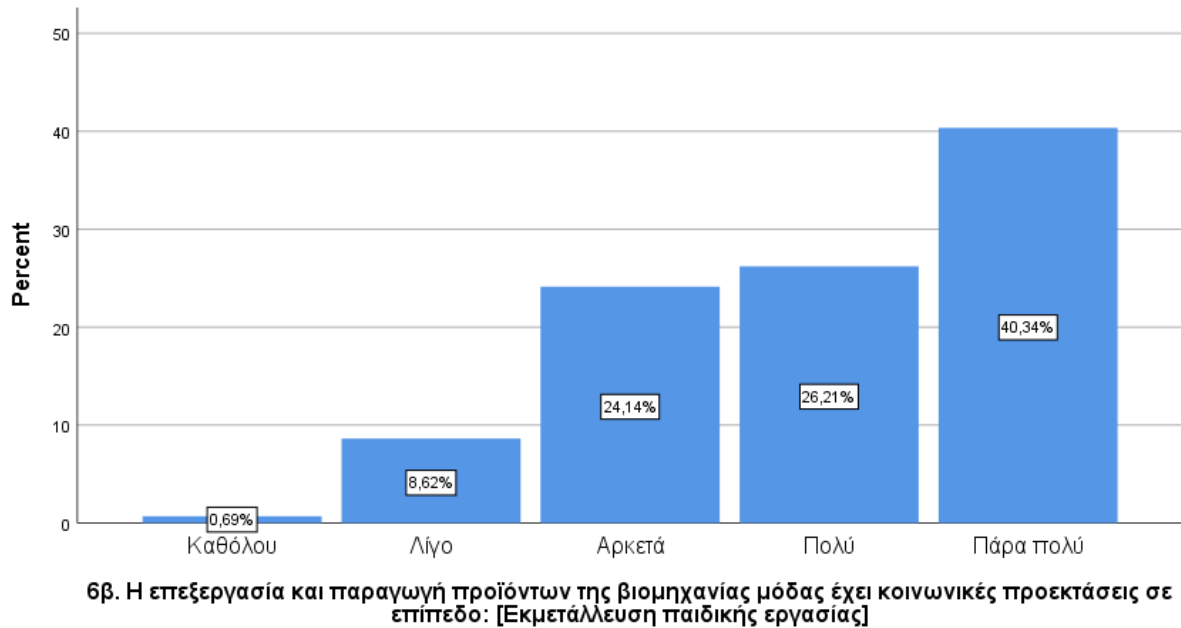
Έτσι, το 46,9% θεωρεί ότι η βιομηχανία μόδας έχει κοινωνικές προεκτάσεις σε βαθμό «πάρα πολύ» σε ό,τι αφορά «τα φθηνά εργατικά» και το 29,7% σε βαθμό «πολύ», το 21,4% «αρκετά» και το 2,1% «λίγο». 0% απάντησε «καθόλου». Στο ζήτημα της «εκμετάλλευσης παιδικής εργασίας» το 40,3% απάντησε «πάρα πολύ», το 26,2% «πολύ», το 24,1% «αρκετά», το 8,6% «λίγο» και το 0,7% «καθόλου». Στο ζήτημα «του κόστους σε ανθρώπινες ζωές σε εργοστάσια παραγωγής χωρίς συνθήκες υγιεινής και προστασίας εργαζομένων», το 34,5% απάντησε «πολύ», το 32,8%, «πάρα πολύ», το 25,2% «αρκετά», το 6,9% «λίγο» και το 0,7% «καθόλου».

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

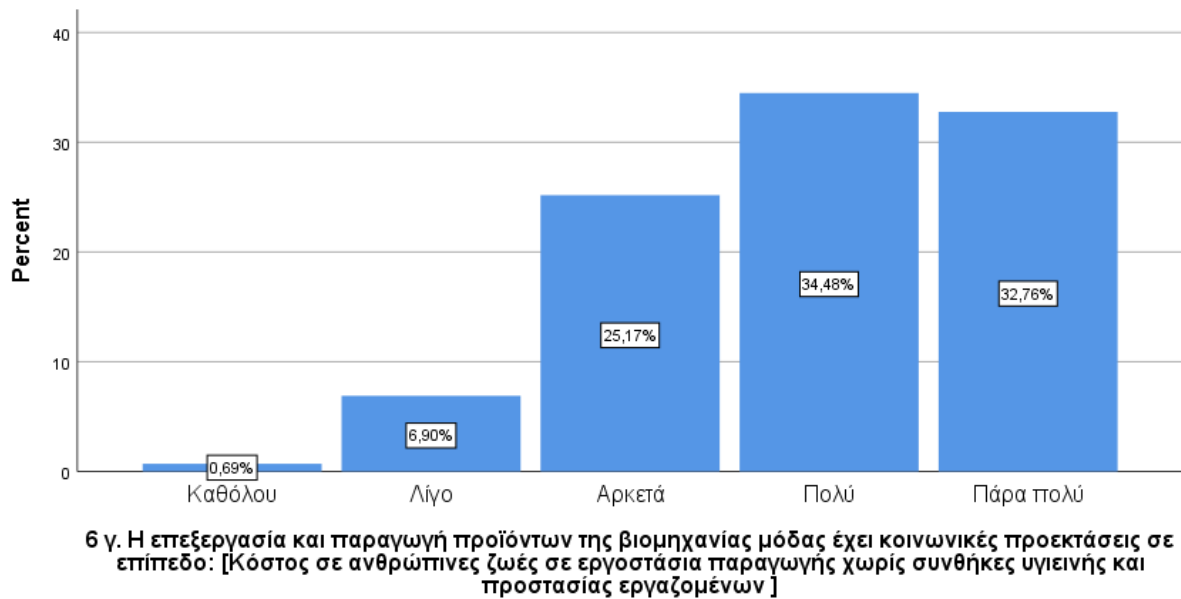
Και στις τρεις υπο-ερωτήσεις το ποσοστό που θεωρεί ότι οι κοινωνικές προεκτάσεις είναι σε βαθμό «λίγο» ή «πολύ λίγο» είναι κάτω από το 9%.



Διάγραμμα 12. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6α

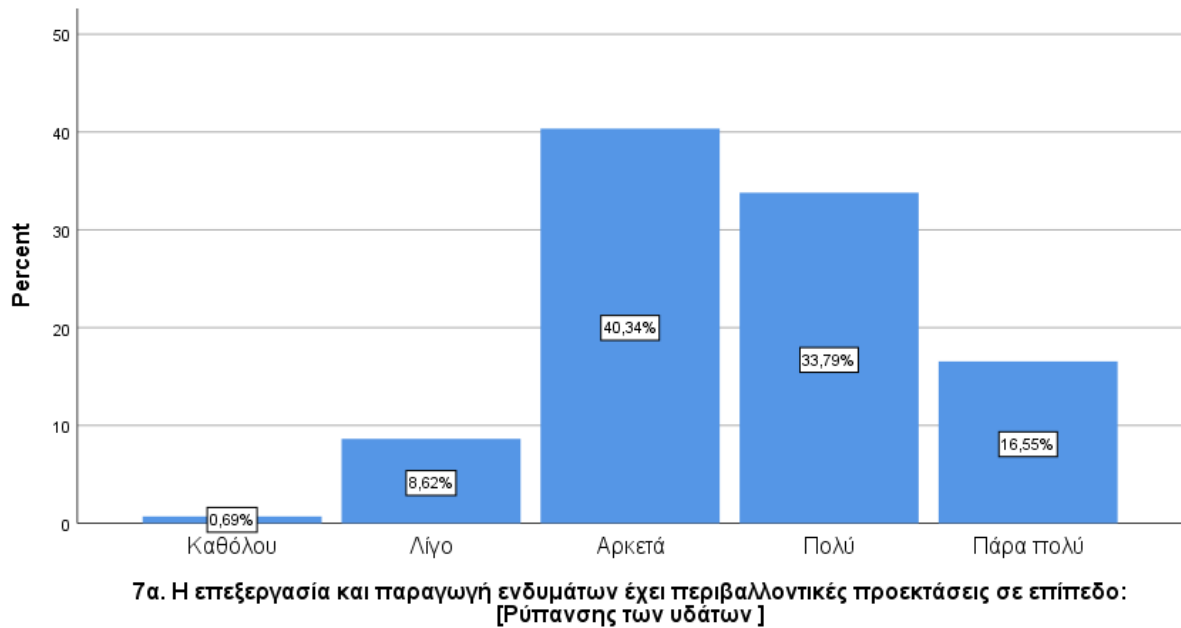


Διάγραμμα 13. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6β

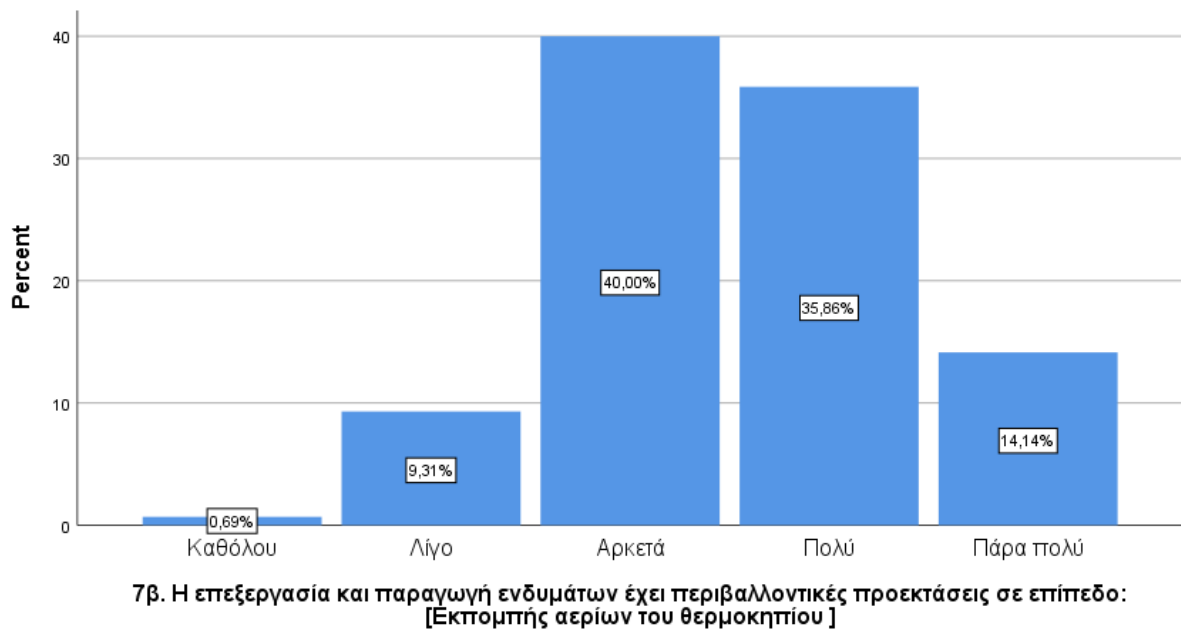


Διάγραμμα 14. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6γ

Στην ερώτηση 7 διατυπώνονται τέσσερις υποθέσεις σχετικά με τις περιβαλλοντικές προεκτάσεις της επεξεργασίας και παραγωγής ενδυμάτων. η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 15-18. Συγκεκριμένα το 40,3% θεωρεί ότι οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις στη ρύπανση των υδάτων είναι σε βαθμό «αρκετά», το 33,8% σε βαθμό «πολύ» και το 16,6% σε βαθμό «πάρα πολύ», 8,6% «λίγο» και 0,7% «καθόλου». Σε ό,τι αφορά το βαθμό περιβαλλοντικών επιπτώσεων σχετικά με τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου το 40% απάντησε «αρκετά», το 35,9% «πολύ» το 14,1% «πάρα πολύ», το 9,3% «λίγο» και το 0,7% «καθόλου». Σε ό,τι αφορά τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις σχετικά με τις εκπομπές του διοξειδίου του άνθρακα το 36,9% απάντησε «πολύ», το 35,9% «αρκετά», το 15,9% «πάρα πολύ», το 10,7% «λίγο» και το 0,7% «καθόλου». Τέλος, σε επίπεδο μόλυνσης της γης από λιπάσματα για την παραγωγή πρώτων υλών το 36,6% απάντησε «πολύ», το 36,2% «αρκετά», το 21,1% «πάρα πολύ», ενώ το 4,8% και το 0,3% «λίγο» και καθόλου» αντίστοιχα.

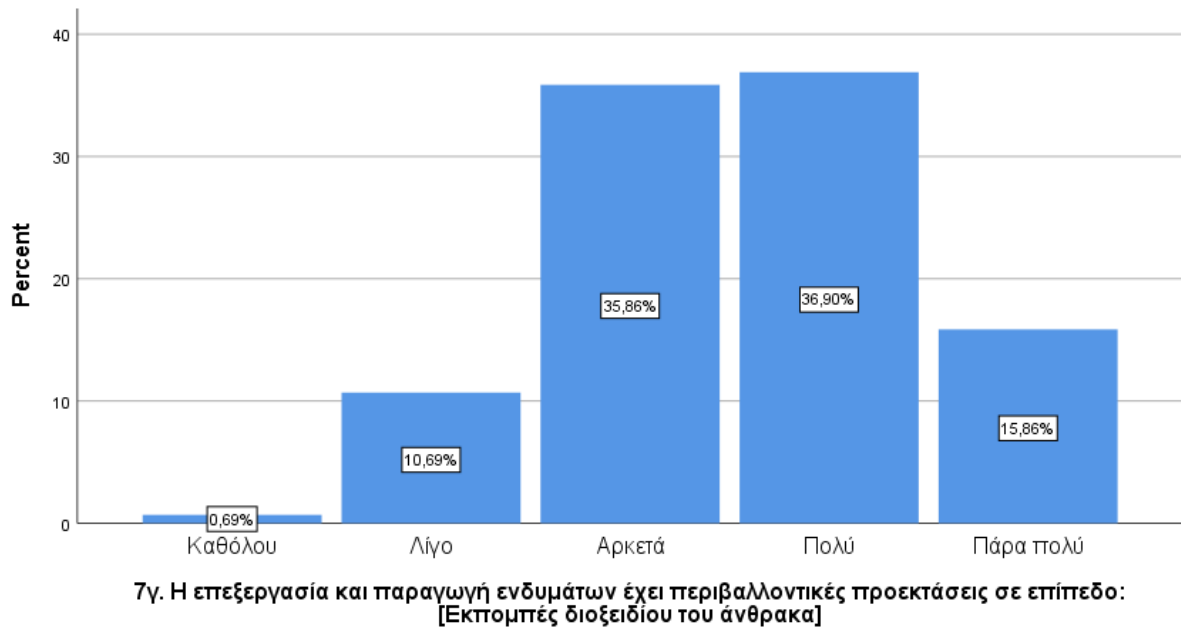


Διάγραμμα 15. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7α

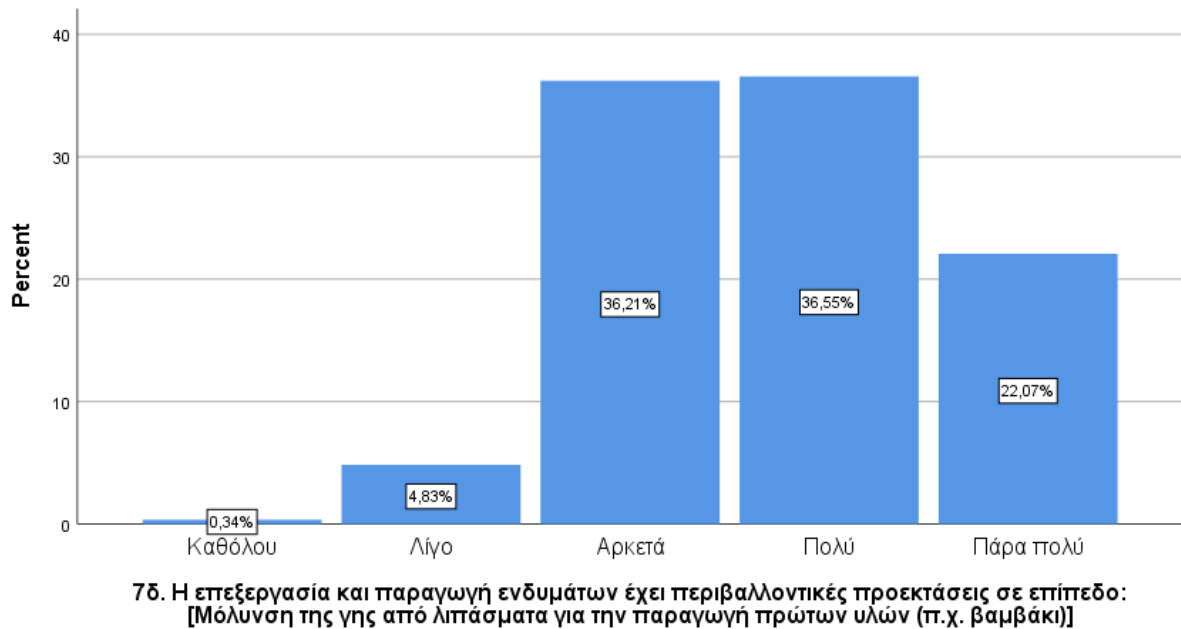


Διάγραμμα 16. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7β





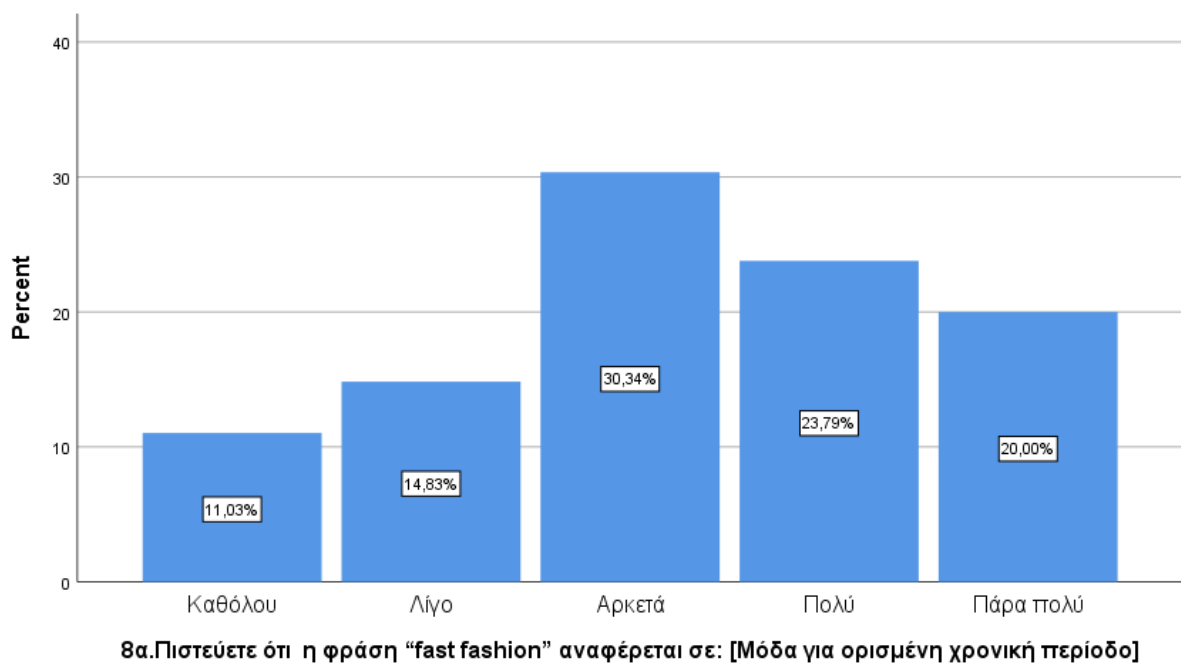
Διάγραμμα 17. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7γ



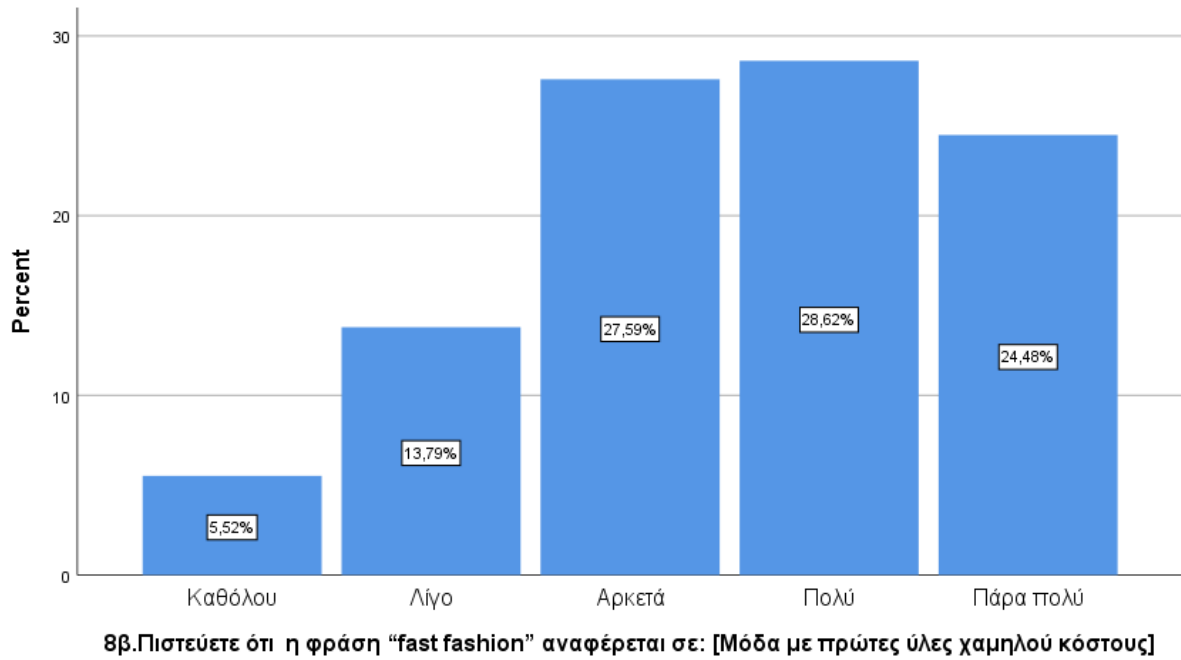
Διάγραμμα 18. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7δ

Στην ερώτηση 8 διατυπώνονται τέσσερις υποθέσεις σχετικά με το πού αναφέρεται η φράση “fast fashion”. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 19-22. Στην υπόθεση «μόδα για ορισμένη χρονική περίοδο» το 30,3% απάντησε «αρκετά», το 23,8% «πολύ», το 20% «πάρα πολύ», το 14,8 «λίγο» και το 11% «καθόλου».

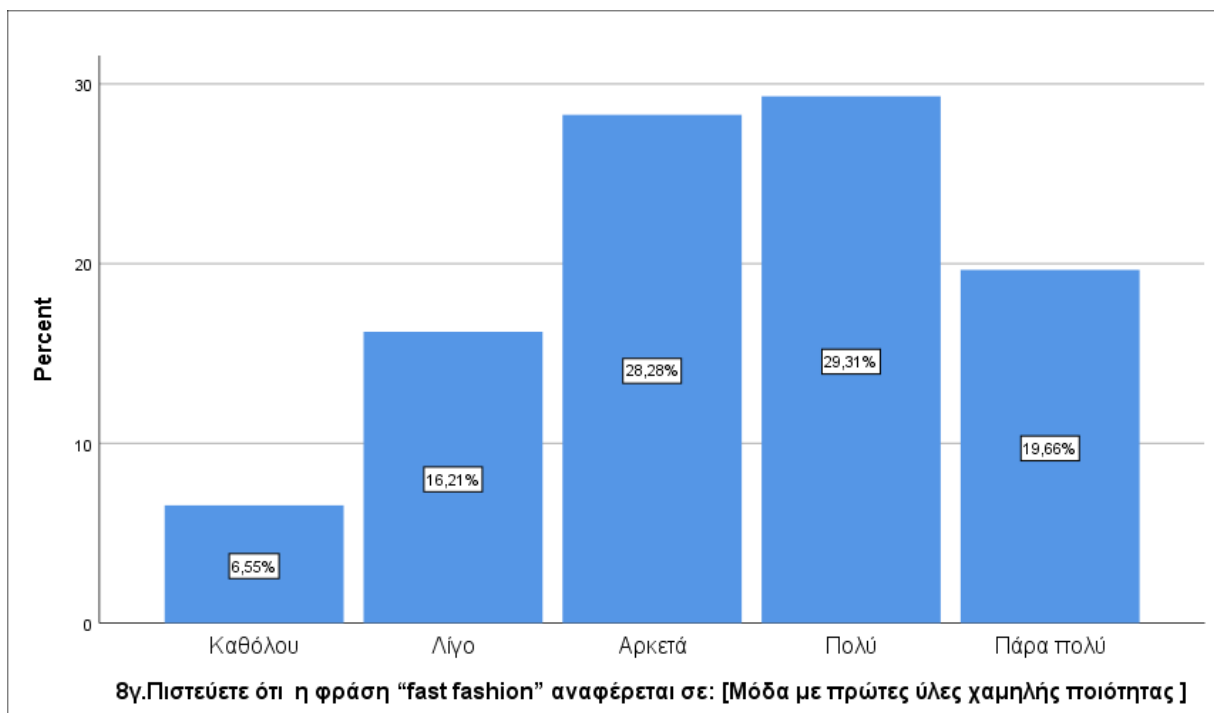
Το 28,6% θεωρεί σε βαθμό «πολύ» ότι η φράση αναφέρεται στη μόδα με πρώτες ύλες χαμηλού κόστους, το 27,6% σε βαθμό «αρκετά» και το 24,5% σε βαθμό «πάρα πολύ» το 13,8% «λίγο» και το 5,3% «καθόλου». Στην υπόθεση ότι η φράση αναφέρεται στη μόδα με πρώτες ύλες χαμηλής ποιότητας, το 28,3% απάντησε «αρκετά» το 19,7% «πάρα πολύ», το 16,2% «λίγο» και το 6,6% «καθόλου». Τέλος το 38,6% θεωρεί σε βαθμό «καθόλου» ότι η φράση «fast fashion» αναφέρεται σε μόδα με οικολογικά επεξεργασμένες πρώτες ύλες, το 33,1% σε βαθμό «λίγο», το 15,9% σε βαθμό «αρκετά».



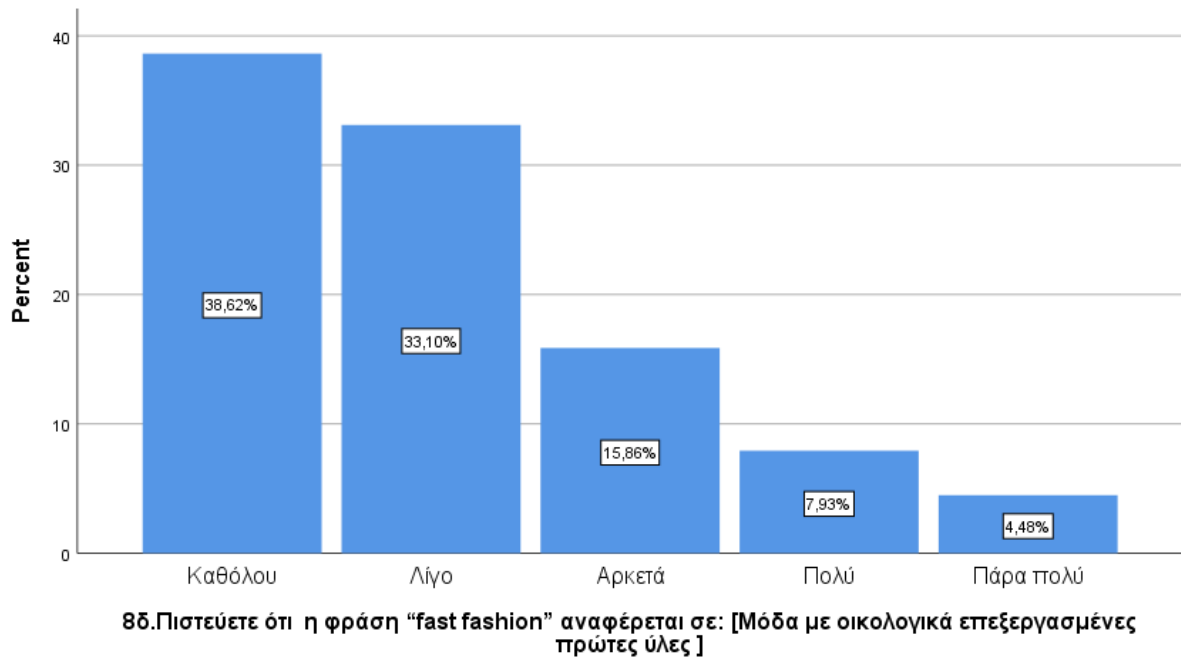
Διάγραμμα 19. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8α



Διάγραμμα 20. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8β



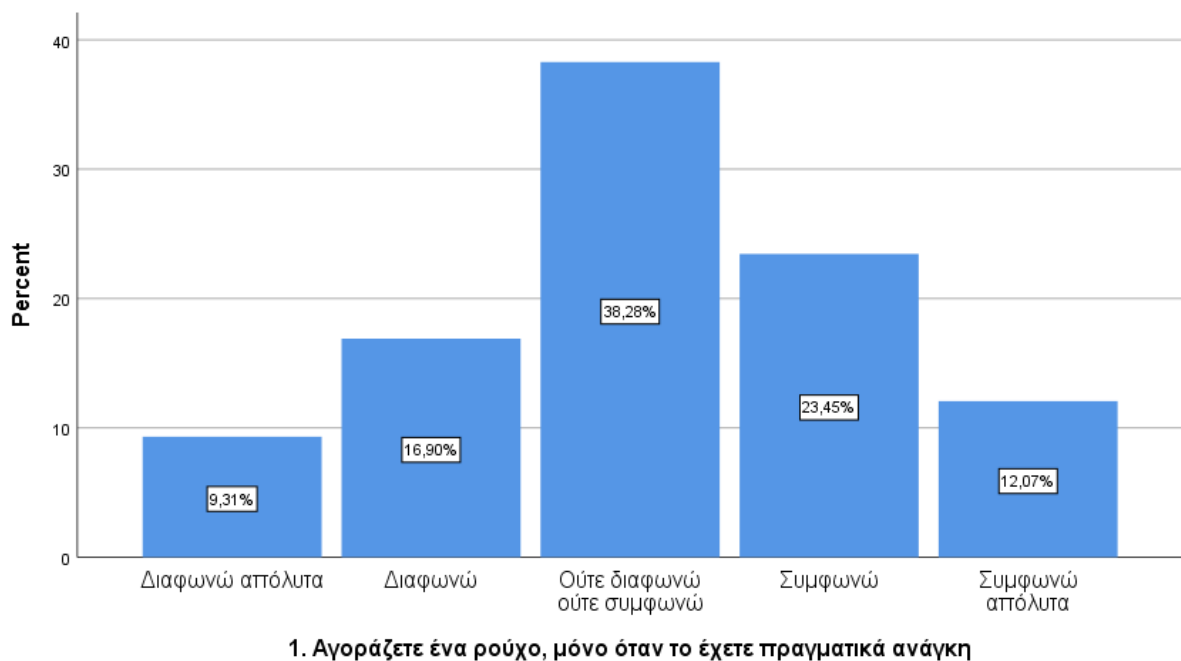
Διάγραμμα 21. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8γ



Διάγραμμα 22. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8δ

### 2.3 Β Μέρος: Κριτήρια αγοράς ρούχων

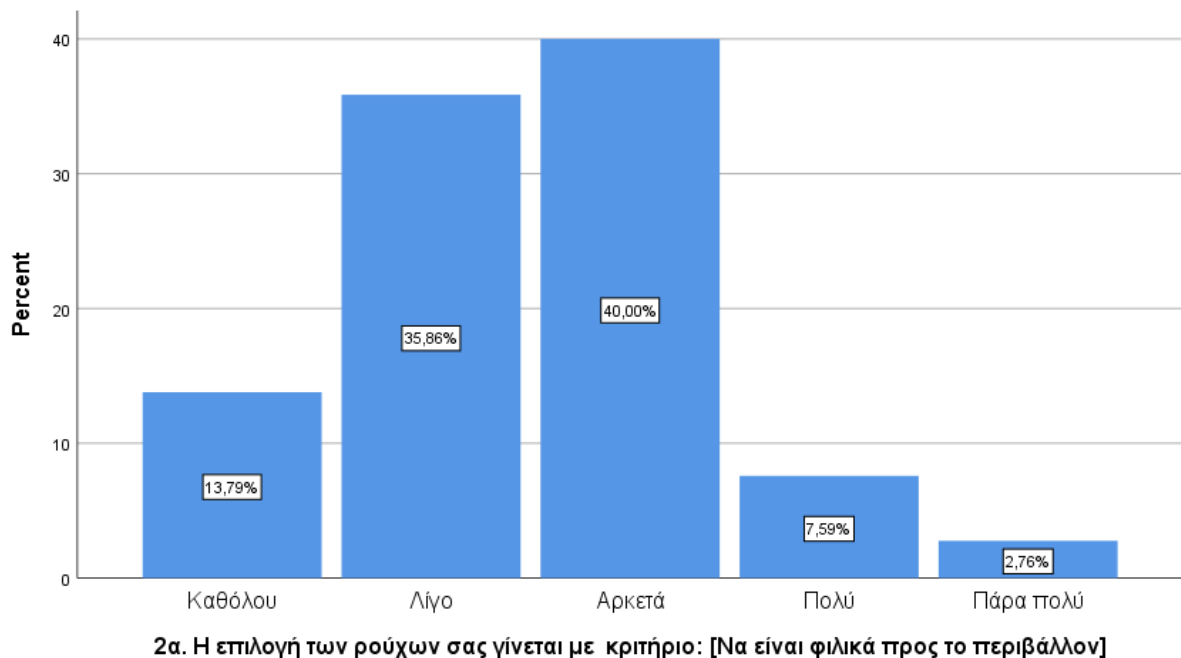
Στην ερώτηση 1 σχετικά με το αν οι ερωτώμενοι αγοράζουν ένα ρούχο μόνο όταν το έχουν πραγματικά ανάγκη, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 23, όπου η βαθμολόγηση γίνεται με πεντάβαθμη κλίμα likert τύπου 2 (όπου 1=διαφωνώ απόλυτα, 2=διαφωνώ, 3=ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4= συμφωνώ, 5= συμφωνώ απόλυτα) , το 38,3% απάντησε ότι «ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ»,το 23,4% και το 12,1% «συμφωνώ» και «συμφωνώ απόλυτα», το 16,9% «διαφωνώ» και το 9,3% διαφωνώ απόλυτα.



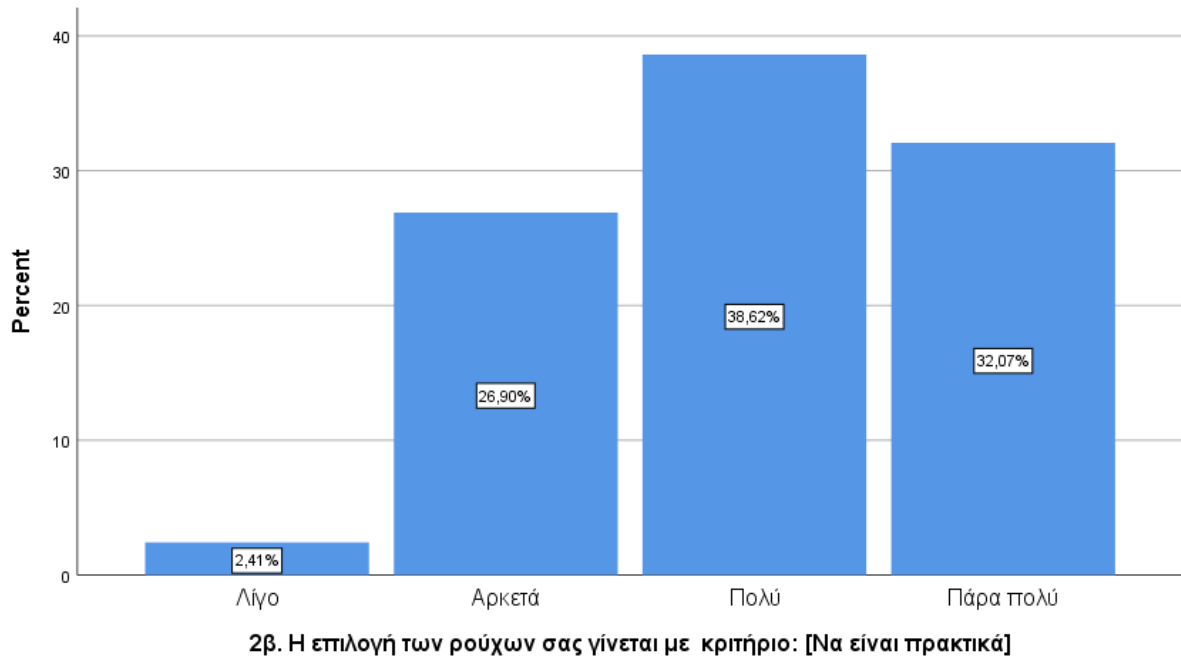
Διάγραμμα 23. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1

Στην ερώτηση 2 διατυπώνονται 6 υποθέσεις σχετικά με τα κριτήρια που οι ερωτώμενοι επιλέγουν τα ρούχα τους. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 24-29, οι οποίες βαθμολογούνται με πεντάβαθμη κλίμα likert τύπου 1 (όπου 1=καθόλου, 2=λίγο, 3=αρκετά, 4= πολύ, 5= πάρα πολύ). Στο κριτήριο «να είναι φιλικά προς το περιβάλλον» το 40% απάντησε «αρκετά», ενώ το 35,9% και το 13,8% απάντησε «καθόλου» και «λίγο» αντίστοιχα. Ενώ ένα μικρό ποσοστό 7,6% και 2,8% απάντησε «πολύ» και «πάρα πολύ», αντίστοιχα. Στο κριτήριο «να είναι πρακτικά» το 38,6% και το 32,1% απάντησαν «πολύ» και «πάρα πολύ» αντίστοιχα, ενώ το 26,9% και το 2,4% απάντησαν «αρκετά» και «λίγο» αντίστοιχα. Στο κριτήριο «Να ταιριάζουν με την προσωπική αισθητική ανεξάρτητα από

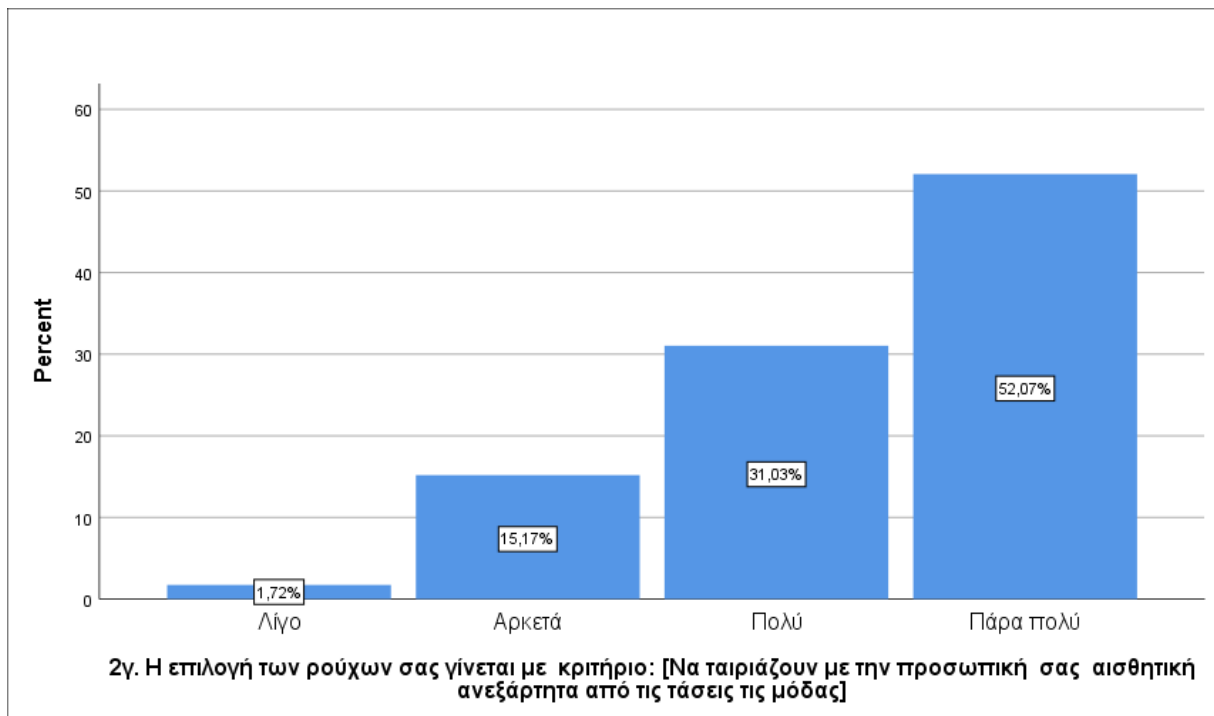
τις τάσεις τις μόδας» το 50,1% και το 31% απάντησαν «πάρα πολύ» και «πολύ» αντίστοιχα, ενώ 15,2% και 3,7% απάντησαν «αρκετά» και «καθόλου» αντίστοιχα. Στο κριτήριο «να ακολουθούν τις τάσεις της εποχικής μόδας» το 40% απάντησε «λίγο» το 32,8% «αρκετά», το 13,1% και το 4,1% «πολύ» και «πάρα πολύ» αντίστοιχα, ενώ το 10% «καθόλου». Στο κριτήριο «να είναι κλασικά» το 37,6% απάντησε «αρκετά», το 26,6% «πολύ», το 8,6% «πάρα πολύ» ενώ το 19% και το 8,3% απάντησαν «λίγο» και «καθόλου» αντίστοιχα. Τέλος, στο κριτήριο «να είναι προσιτά στην οικονομική κατάσταση» το 43,1% απάντησε «πάρα πολύ» και το 32,4% «πολύ», το 20,7% «αρκετά», ενώ μόνο το 3,1% και το 0,7% απάντησαν «λίγο» και «καθόλου» αντίστοιχα.



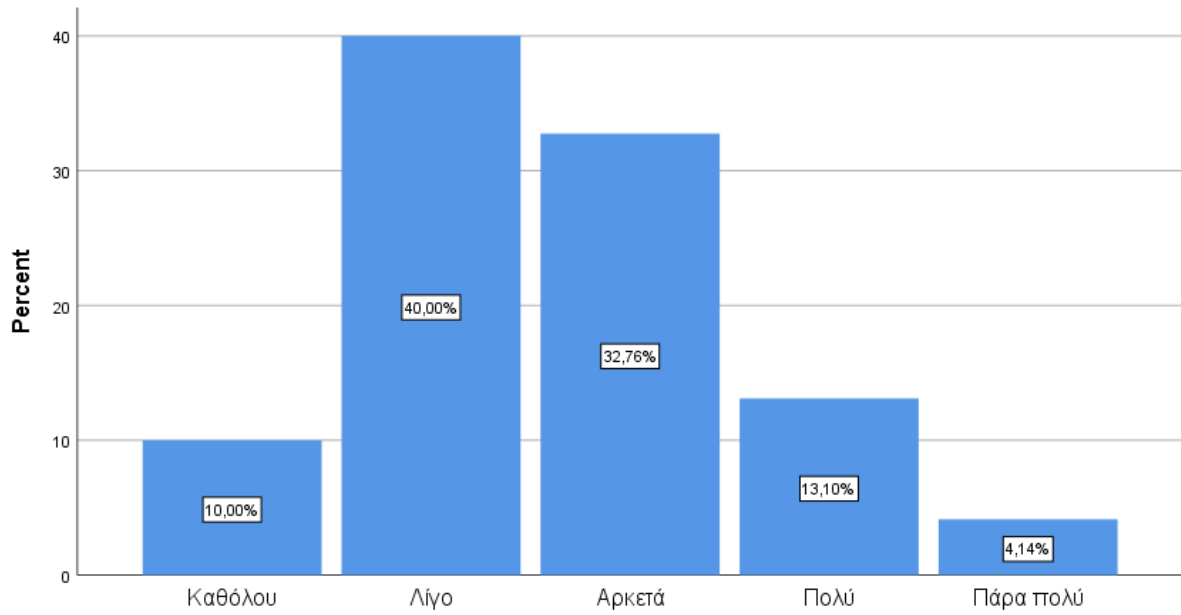
*Διάγραμμα 24. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2α*



Διάγραμμα 25. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2β

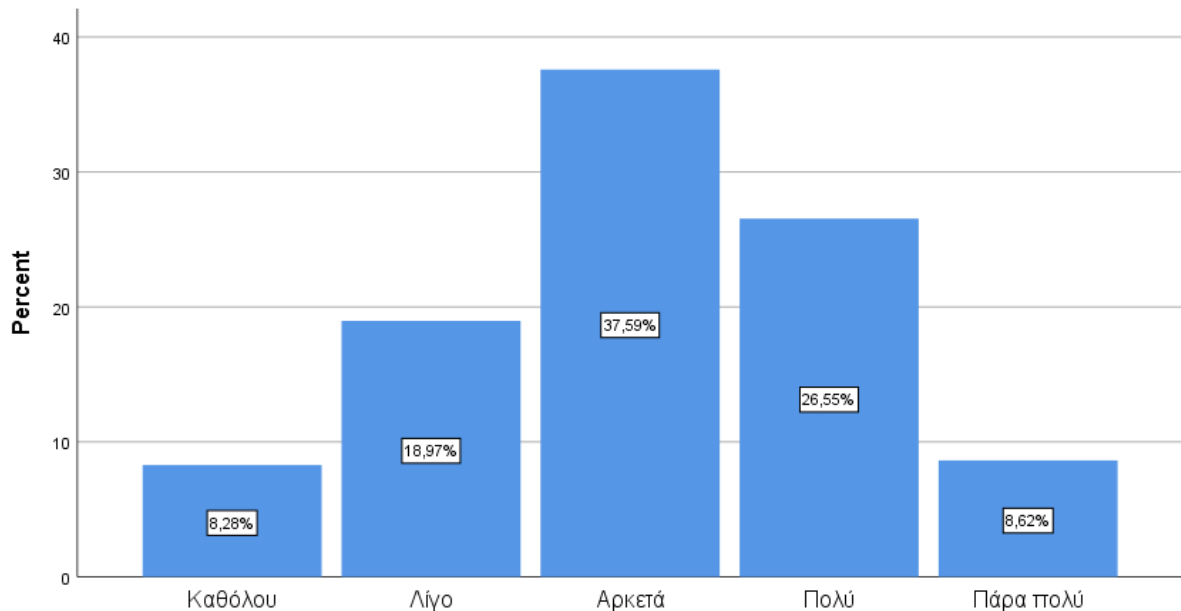


Διάγραμμα 26. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2γ



26. Η επιλογή των ρούχων σας γίνεται με κριτήριο: [Να ακολουθούν τις τάσεις της εποχικής μόδας]

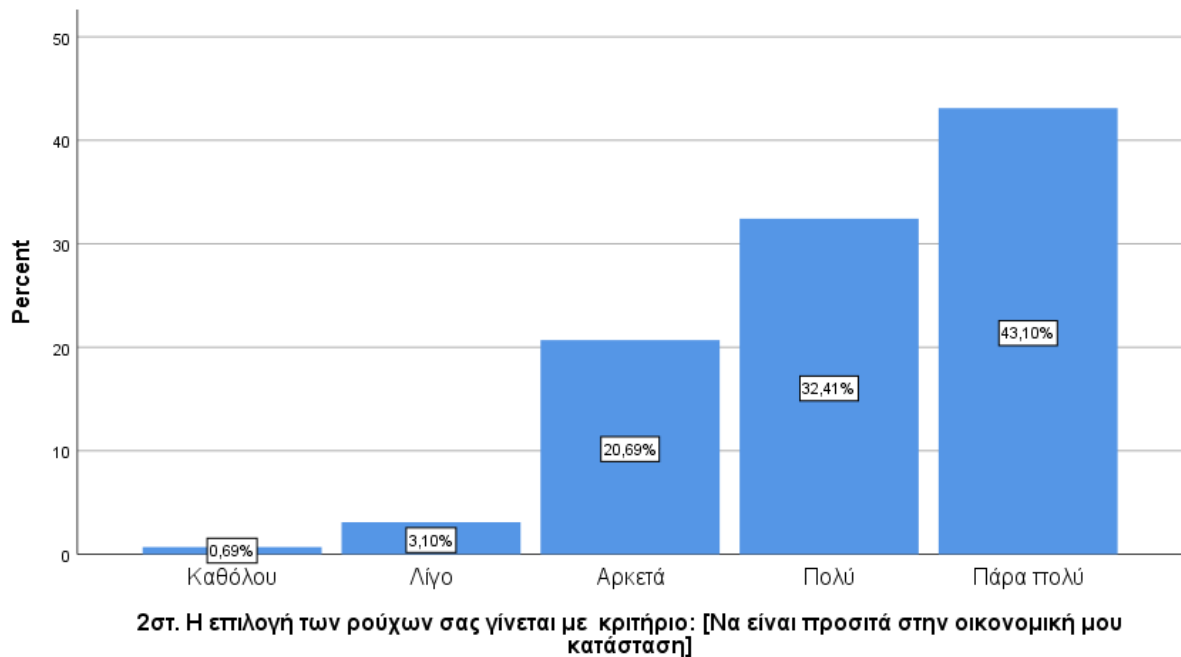
Διάγραμμα 27. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2δ



2ε. Η επιλογή των ρούχων σας γίνεται με κριτήριο: [Να είναι κλασικά]

Διάγραμμα 28. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2ε

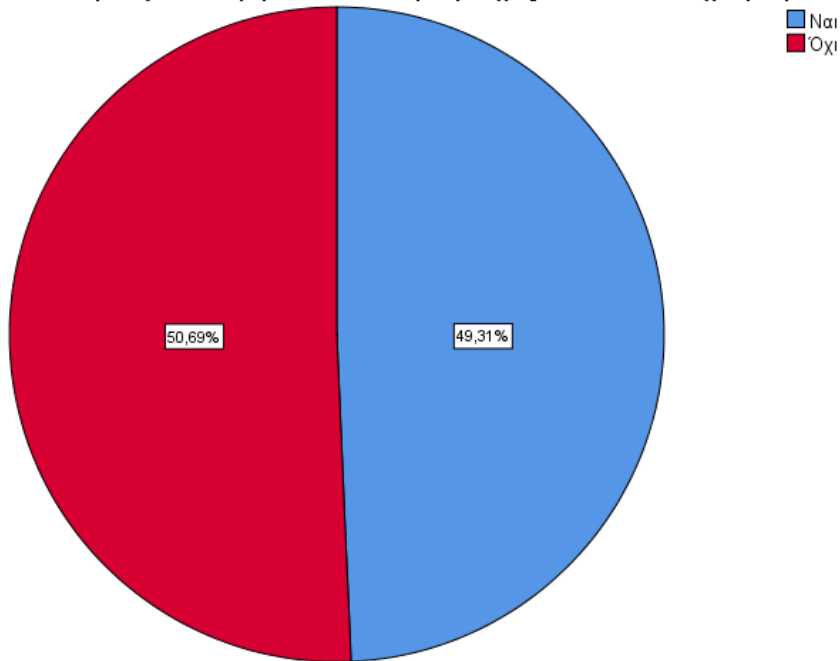




Διάγραμμα 29. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2στ

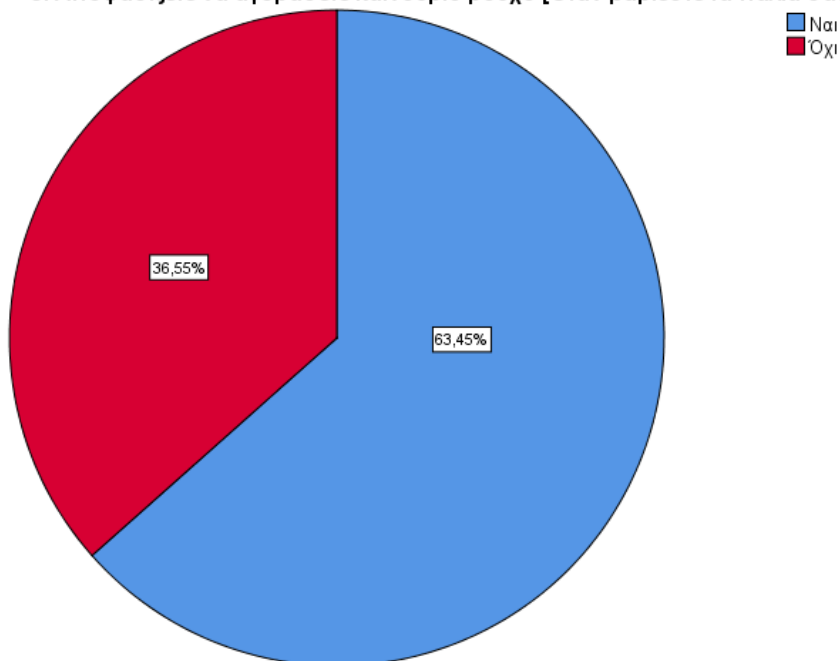
Στην ερώτηση 3 διατυπώνονται 5 υπο-ερωτήσεις σχετικά με το πότε αποφασίζει κάποιος να αγοράσει ένα καινούργιο ρούχο. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 30-34. Στην υποερώτηση «όταν το παλιό έχει φθαρεί» το 50,3% απάντησε «ναι» και το 49% «όχι». Στην υποερώτηση «όταν βαριέστε τα παλιά σας ρούχα» το 63,4% απάντησε «ναι» και το 36,7% «όχι». Στην υπο-ερώτηση «όταν το έχετε πραγματικά ανάγκη» το 60% απάντησε «ναι» και το 40% «όχι». Στην υπο-ερώτηση «Όταν οι νέες τάσεις μόδας βγαίνουν στην αγορά», το 76,6% απάντησε «όχι» και το 24,4% «ναι». Τέλος στην υπο-ερώτηση «Περιμένετε τις εκπτώσεις για να αγοράσετε ένα φιλικό προς περιβάλλον ακριβό ρούχο παρά να ψωνίσετε ένα φθινό αμφιβόλου φιλικότητας προς το περιβάλλον» το 62,1% απάντησε «ναι» και το 37,9% «όχι».

3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν το παλιό έχει φθαρεί σημαντικά ]



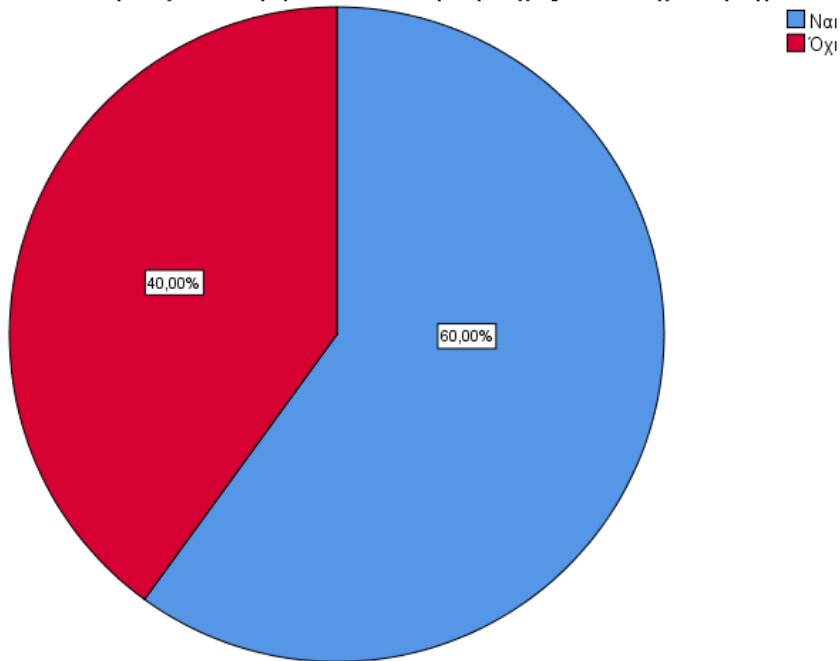
Διάγραμμα 30. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3α

3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν βαριέστε τα παλιά σας ρούχα ]



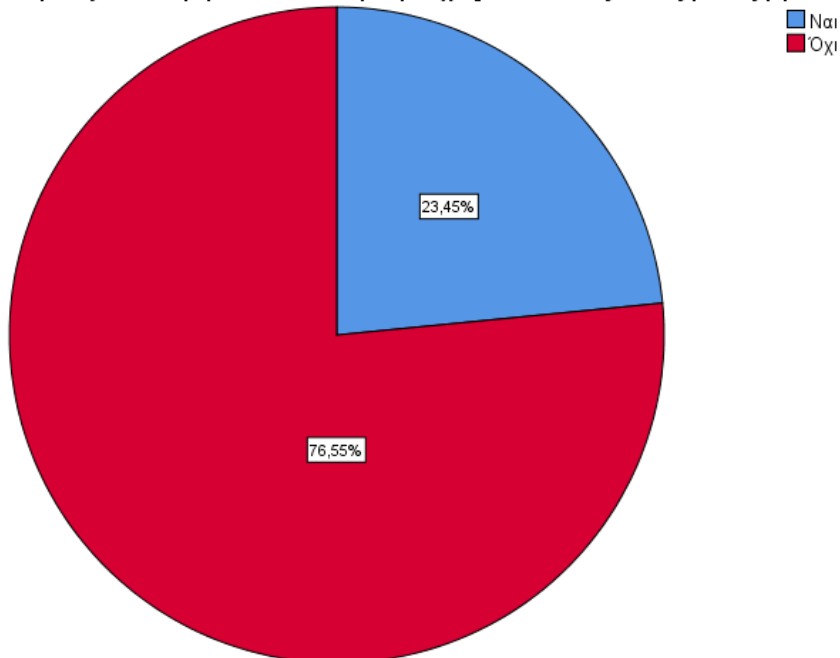
Διάγραμμα 31. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3β

3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν το έχετε πραγματικά ανάγκη]



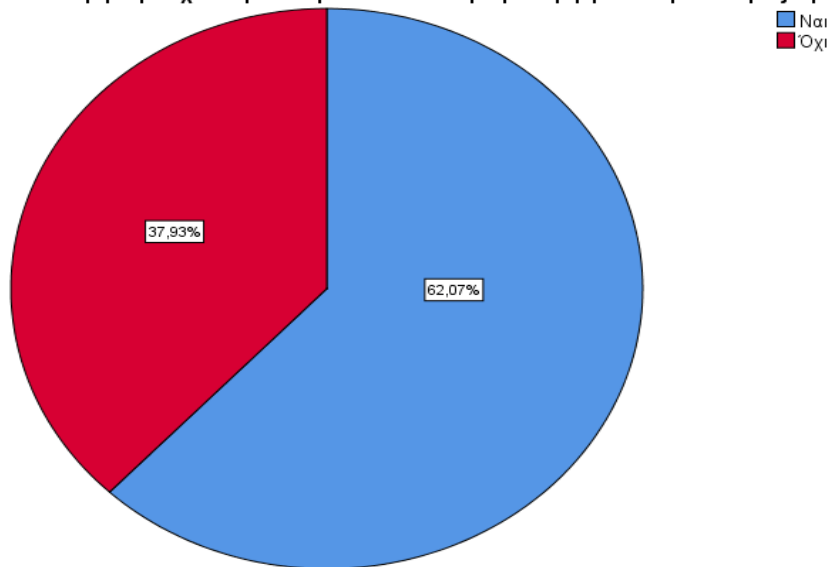
Διάγραμμα 32. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3γ

3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν οι νέες τάσεις μόδας βγαίνουν στην αγορά]



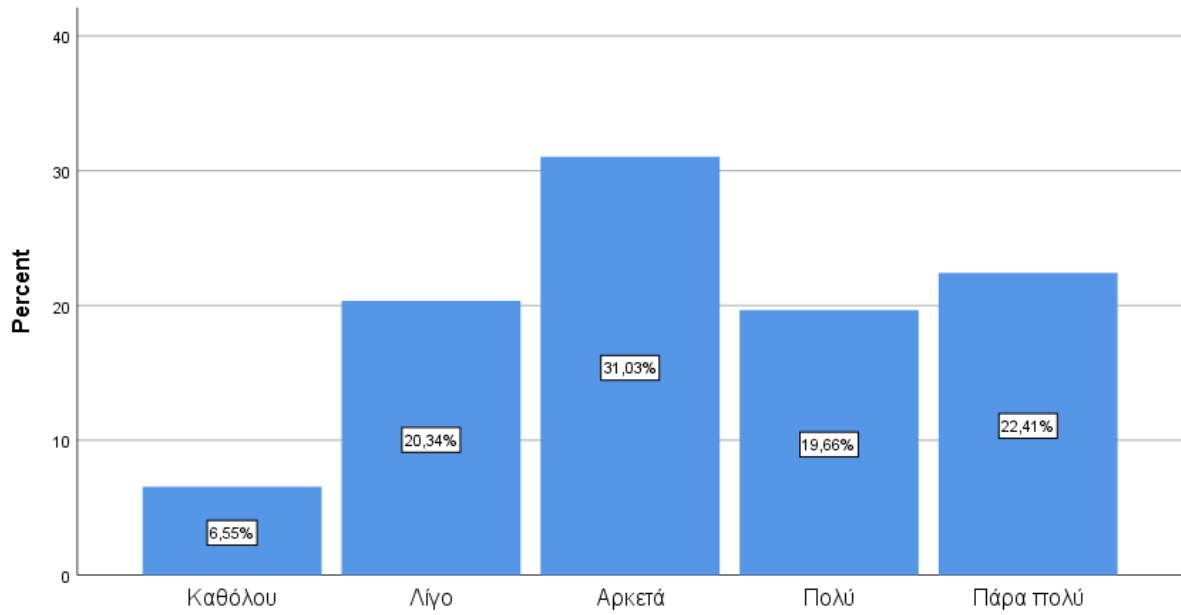
Διάγραμμα 33. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3δ

3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Περιμένετε τις εκπτώσεις για να αγοράσετε ένα φιλικό προς περιβάλλον ακριβό ρούχο παρά να ψωνίσετε ένα φθηνό αμφιβόλου φιλικότητας προς το περιβάλλον]



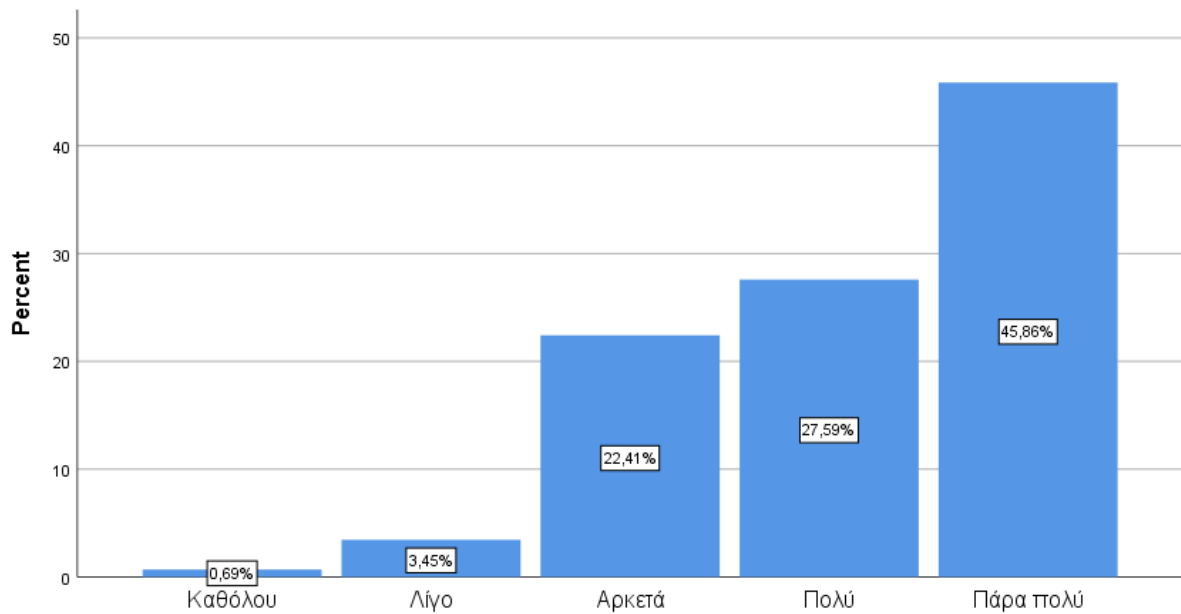
Διάγραμμα 34. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3ε

Στην ερώτηση 4 διατυπώνονται 3 υποθέσεις σχετικά με το «τι προσέχει στην καρτέλα του ρούχου ο καταναλωτής», η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 35-37, οι οποίες βαθμολογούνται με πεντάβαθμη κλίμα likert τύπου 1 (όπου 1=καθόλου, 2=λίγο, 3=αρκετά, 4= πολύ, 5= πάρα πολύ). Στην υπόθεση «τη σύνθεση του ρούχου», το 31% απάντησε «αρκετά» το 22,4% «πάρα πολύ», το 20,3% «λίγο» το 19,7% «πολύ» και το 6,6% «καθόλου». Στην υπόθεση «την τιμή» το 45,9% απάντησε «πάρα πολύ» το 27,6% «πολύ», το 22,4 απάντησε «αρκετά», ενώ το 3,4% και το 0,7% «λίγο» και «καθόλου». Τέλος στην υπόθεση «τη χώρα προέλευσης» το 31.7% απάντησε «λίγο» το 24,8% απάντησε «αρκετά», το 17,2% «πολύ» το 16,6% «καθόλου» και το 9,7% «πάρα πολύ».



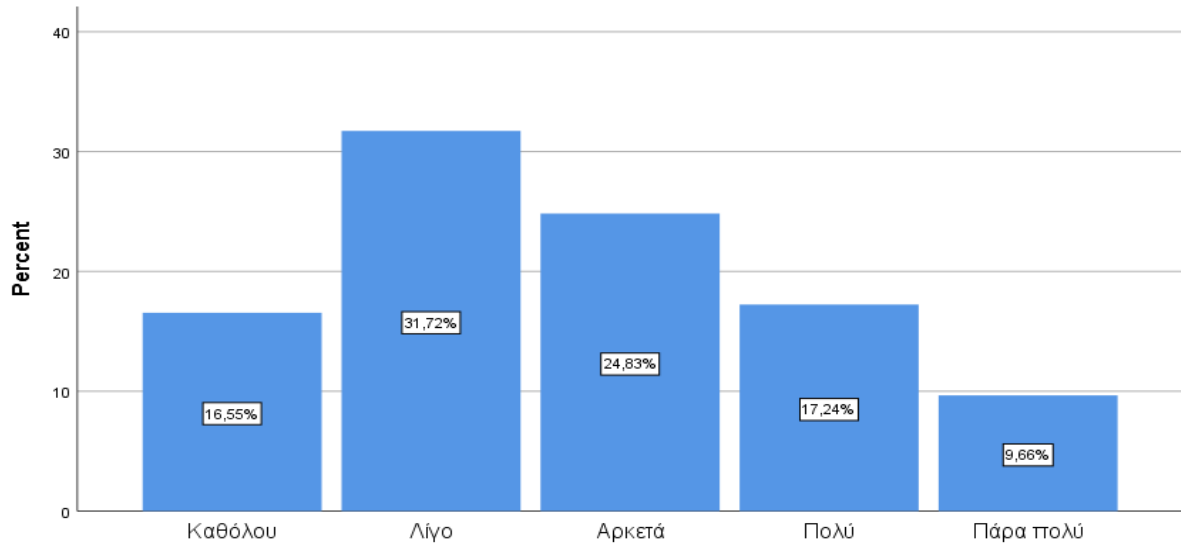
4α. Στην αγορά των ρούχων σας, κοιτώντας την καρτέλα προσέχετε: [Τη σύνθεση του ρούχου]

Διάγραμμα 35. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4α



4β. Στην αγορά των ρούχων σας, κοιτώντας την καρτέλα προσέχετε: [Την τιμή]

Διάγραμμα 36. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4β

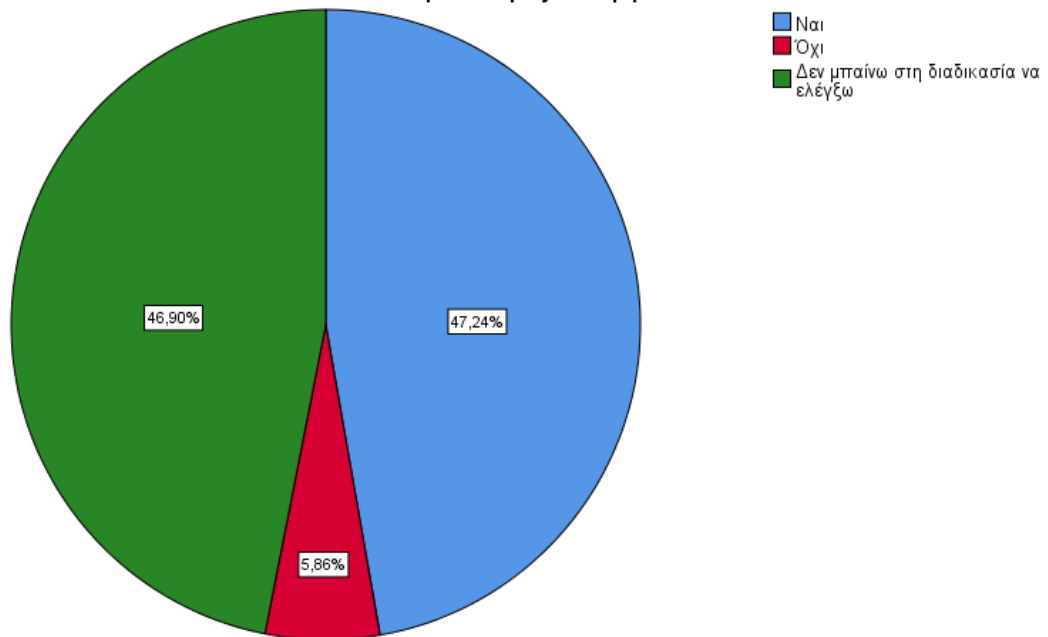


4γ. Στην αγορά των ρούχων σας, κοιτώντας την καρτέλα προσέχετε: [Τη χώρα κατασκευής]

Διάγραμμα 37. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4γ

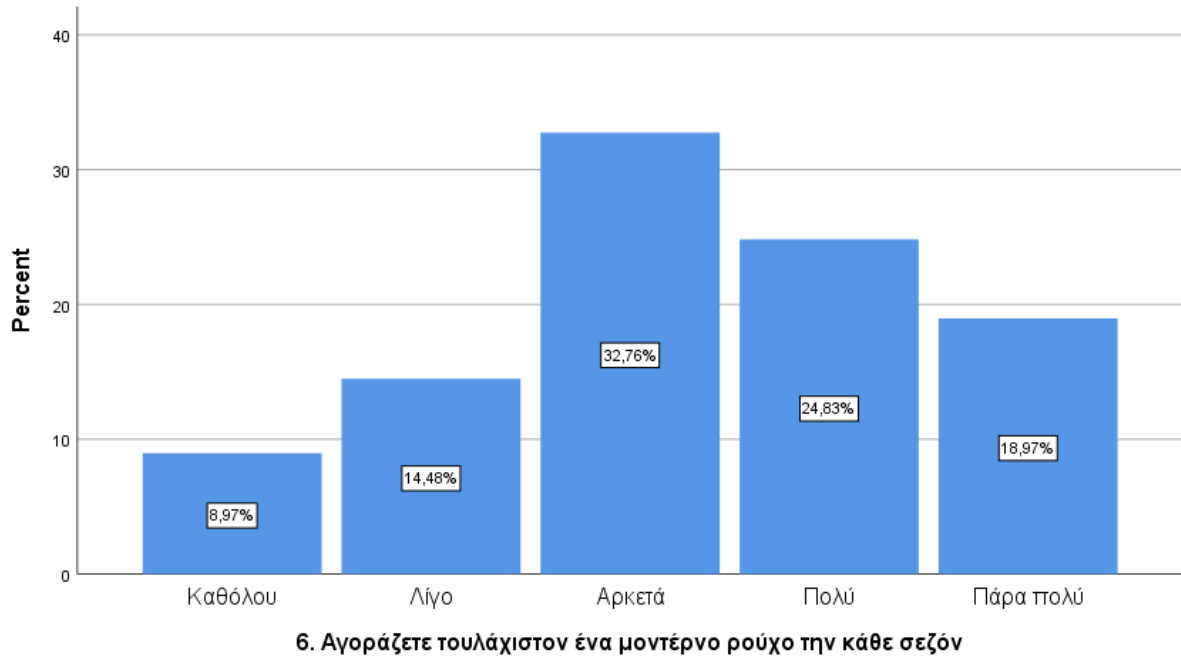
Στην ερώτηση 5 σχετικά με την πιθανότητα «να αρέσουν δύο ρούχα που έχουν την ίδια τιμή, επιλέγετε αυτό που η επεξεργασία και τα υλικά του είναι φιλικά προς το περιβάλλον», η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 38, όπου το 47,2 απάντησε «ναι» το 46,9% «δεν μπαίνει στη διαδικασία να ελέγξει» και μόνο το 5,9% «όχι».

5. Στην περίπτωση που σας αρέσουν δύο ρούχα που έχουν την ίδια τιμή, επιλέγετε αυτό που η επεξεργασία και τα υλικά του είναι φιλικά προς το περιβάλλον



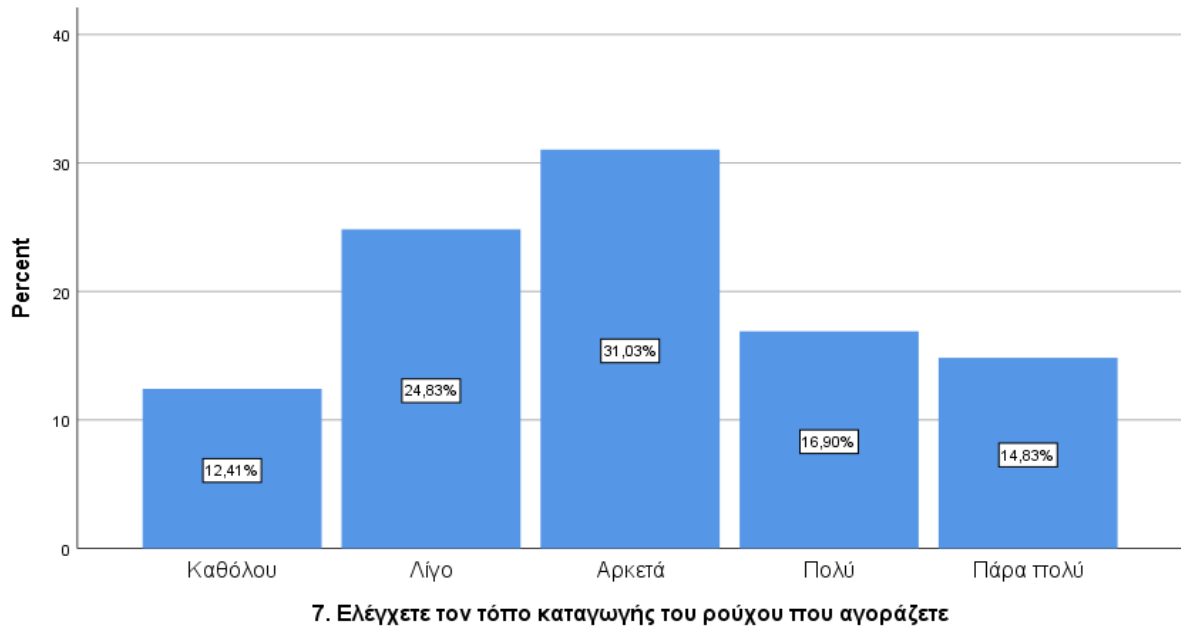
Διάγραμμα 38. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5

Στην ερώτηση 6 σχετικά με το αν αγοράζει ο καταναλωτής τουλάχιστον ένα μοντέρνο ρούχο κάθε σεζόν, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 39, όπου το 32,8% απάντησε «αρκετά», το 24,8% «πολύ» το 19% «πάρα πολύ» ενώ το 14,5% και το 9% «λίγο» και «καθόλου αντίστοιχα.



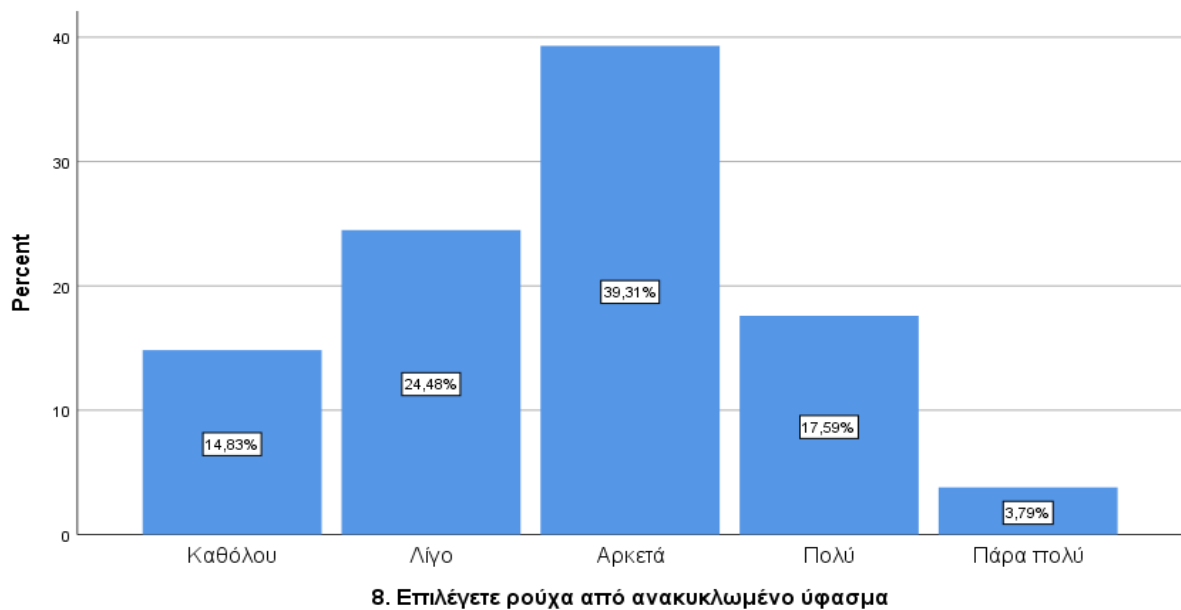
*Διάγραμμα 39.* Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6

Στην ερώτηση 7 σχετικά με τον έλεγχο του τύπου προέλευσης του ρούχου, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 40, όπου το 31% απάντησε «αρκετά», το 24,8% «λίγο», το 16,9% «πολύ» το 14,8% «πάρα πολύ» και το 12,4% «καθόλου».



Διάγραμμα 40. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7

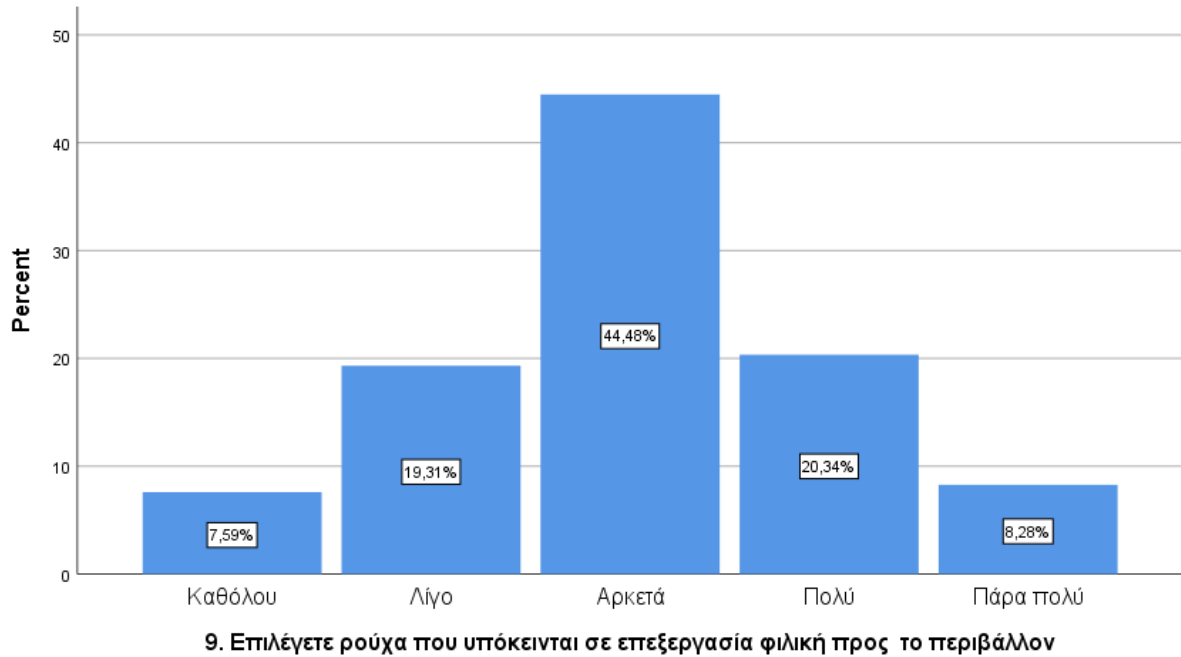
Στην ερώτηση 8 σχετικά με τον αν επιλέγει ο καταναλωτής ρούχα από ανακυκλωμένο ύφασμα, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 41, όπου το 39,3% απάντησε «αρκετά», το 24,5% «λίγο», το 17,6% «πολύ», το 14,8% «καθόλου» και το 3,8% «πάρα πολύ».



Διάγραμμα 41. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8

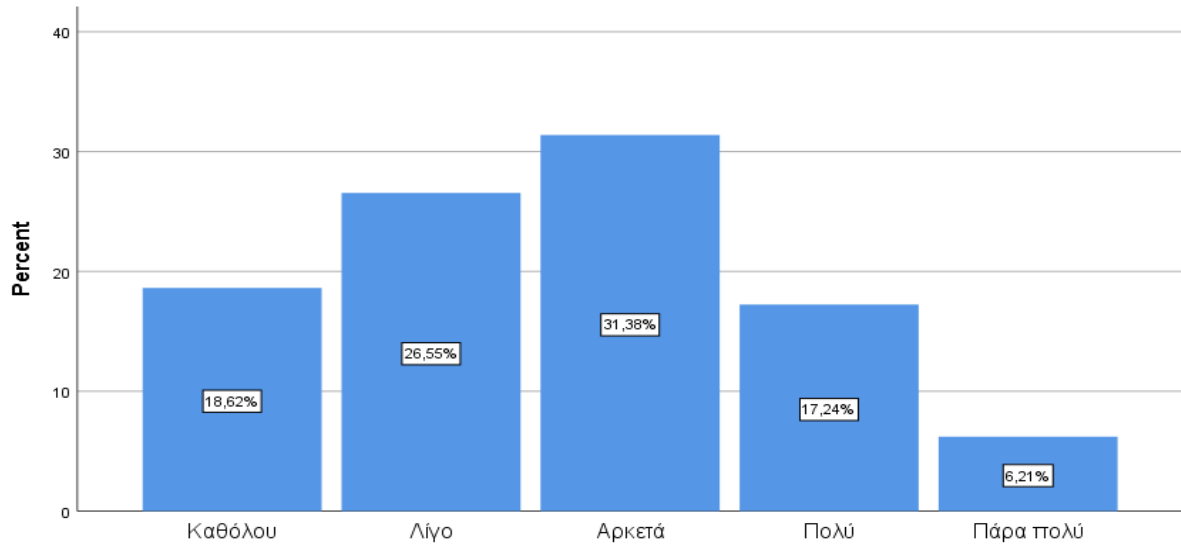


Στην ερώτηση 9 σχετικά με το αν επιλέγει ο καταναλωτής ρούχα που υπόκεινται σε επεξεργασία φιλική προς το περιβάλλον, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 42, όπου το 44,5% απάντησε «αρκετά» το 20,3% «πολύ», το 19,3% «λίγο», το 8,3% «πάρα πολύ» και το 7,6% «καθόλου».



*Διάγραμμα 42. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 9*

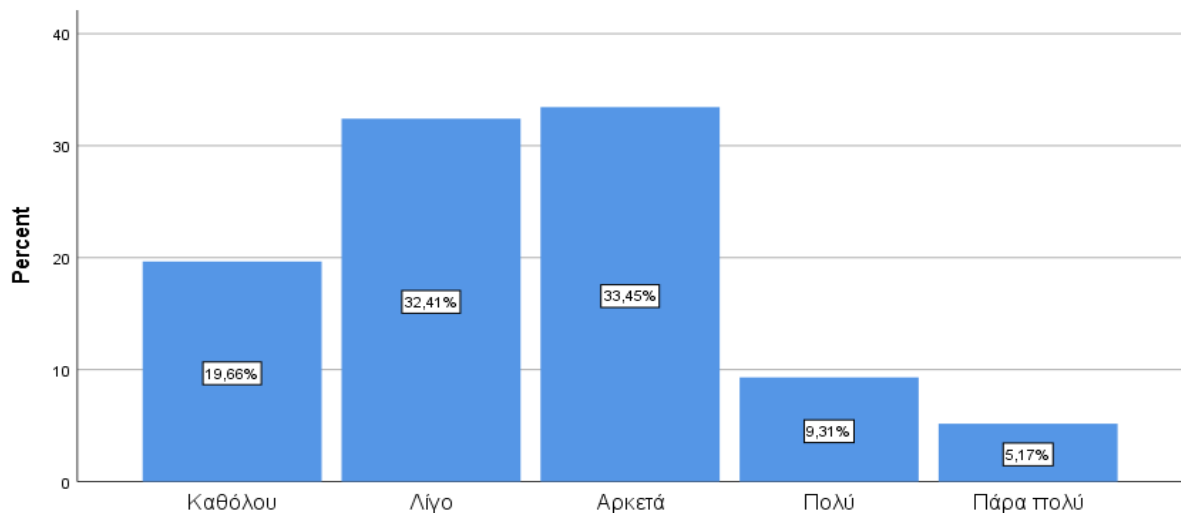
Στην ερώτηση 10 σχετικά με το αν ο καταναλωτής πληρώνει περισσότερα χρήματα για ένα ρούχο φιλικό προς το περιβάλλον, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 43, όπου το 31,4% απάντησε «αρκετά», το 26,6% «λίγο», το 18,6% «καθόλου», το 17,2% «πολύ» και το 6,2% «πάρα πολύ».



10. Επιλέγετε να πληρώνετε περισσότερα χρήματα για ένα ρούχο φιλικό προς το περιβάλλον

Διάγραμμα 43. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 10

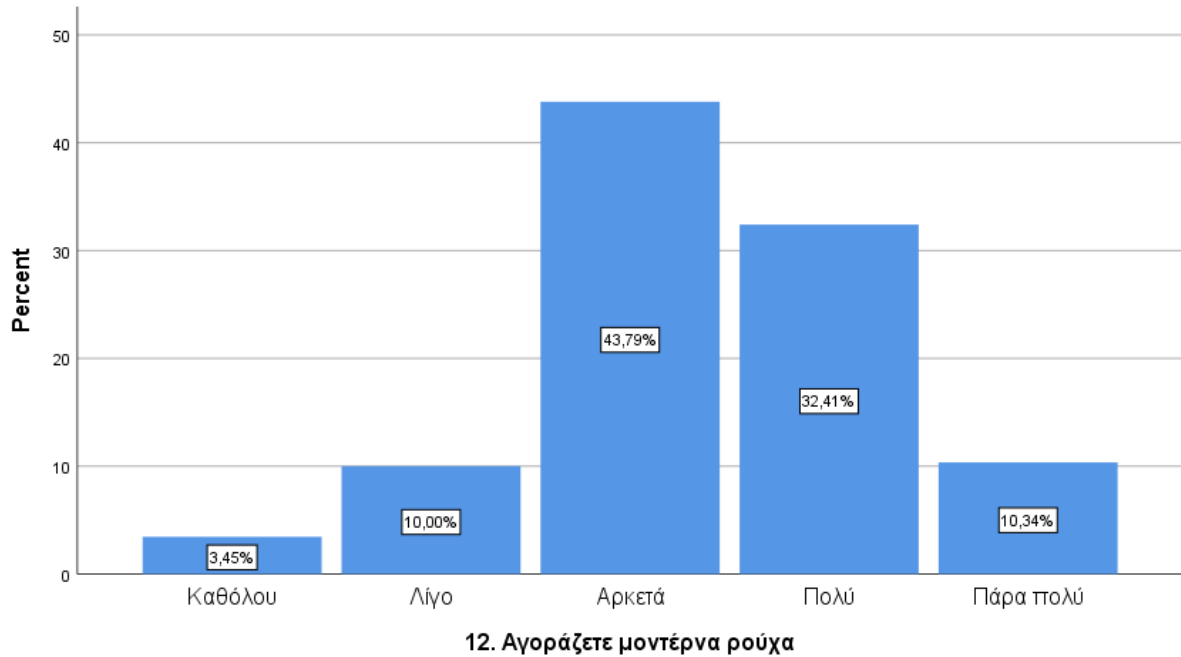
Στην ερώτηση 11 σχετικά με το αν ο καταναλωτής επιλέγει να ψωνίζει μόνο από εταιρείες που χρησιμοποιούν υλικά και τεχνικές φιλικές προς το περιβάλλον, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 44, όπου το 33,4% απάντησε «αρκετά», το 32,4% «λίγο», το 19,7% «καθόλου», το 9,3% «πολύ» και το 5,2% «πάρα πολύ».



11. Επιλέγετε να ψωνίζετε μόνο από εταιρείες που χρησιμοποιούν υλικά και τεχνικές φιλικές προς το περιβάλλον

Διάγραμμα 44. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 11

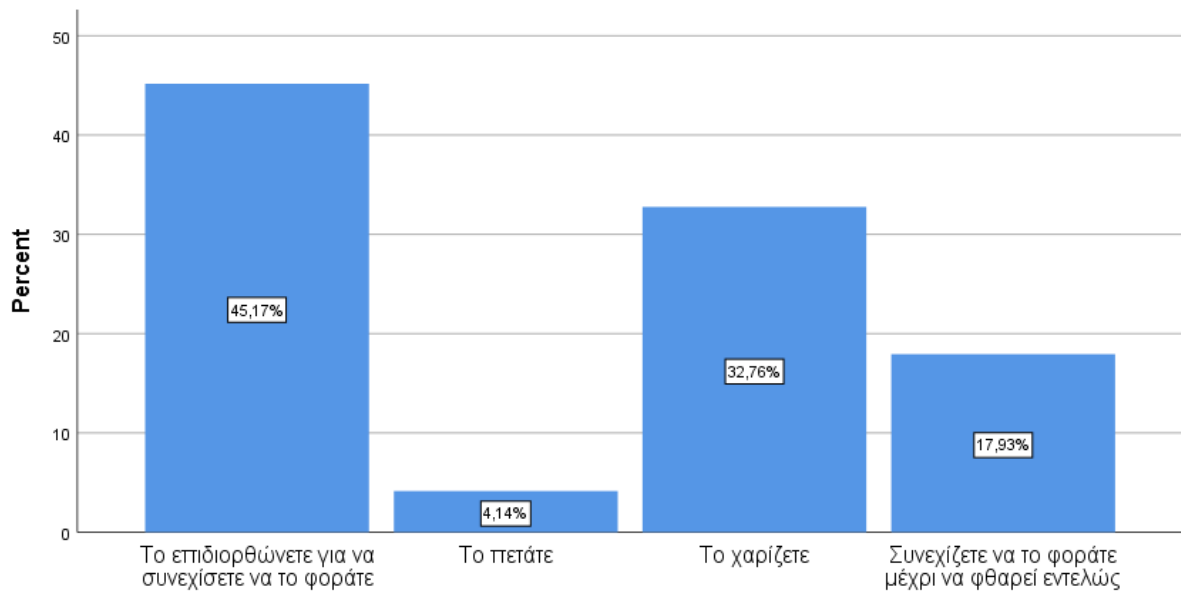
Στην ερώτηση 12 σχετικά με το αν αγοράζει ο καταναλωτής μοντέρνα ρούχα, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 45, όπου το 43,8% απάντησε «αρκετά», το 32,4% «πολύ», το 10,3% «πάρα πολύ», ενώ το 10% και το 3,4% «λίγο» και «καθόλου» αντίστοιχα.



*Διάγραμμα 45. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 12*

## 2.4 Γ' Μέρος: Τρόποι διαχείρισης των ρούχων σε σχέση με το περιβάλλον

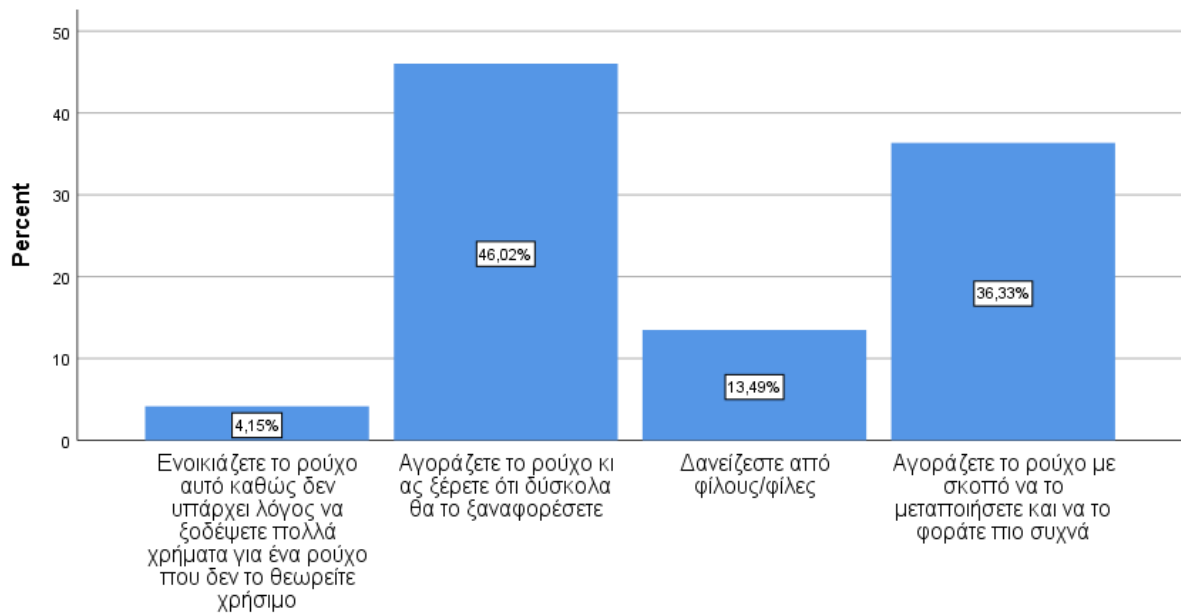
Στην ερώτηση 1 σχετικά με τη διαχείριση ενός αγαπημένου ρούχου όταν αυτό αρχίζει να φθείρεται, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 46, όπου το 45,2% το επιδιορθώνει για να το ξαναφορέσει, το 32,8% το χαρίζει, το 17,9% συνεχίζει να το φοράει, ενώ το 4,1% το πετάει.



1. Όταν ένα αγαπημένο σας ρούχο αρχίζει να φθείρεται:

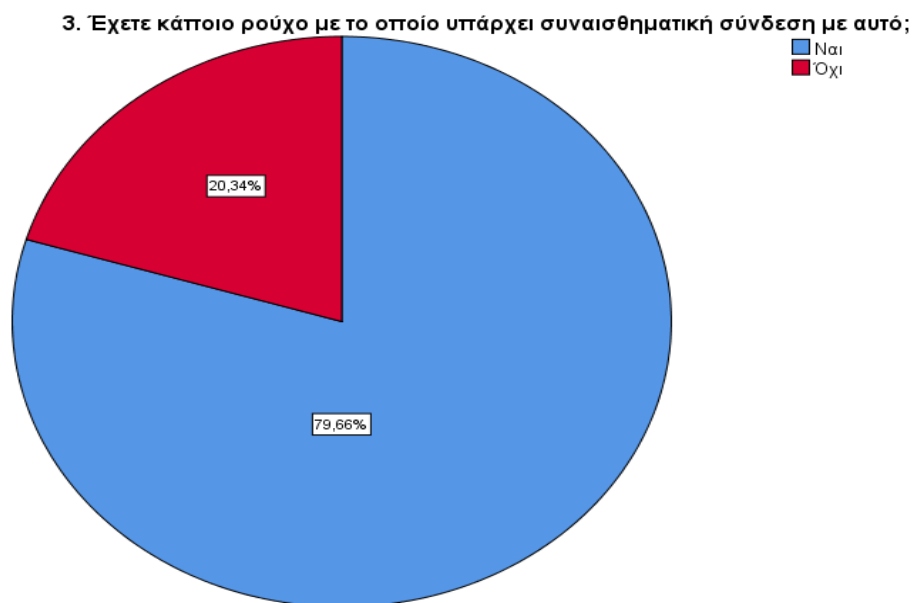
Διάγραμμα 46. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1

Στην ερώτηση 2 σχετικά με το όταν πρόκειται για ειδική περίπτωση και καλούμαστε να φορέσουμε ένα ιδιαίτερο ρούχο, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 47 το 45,9% αγοράζει το ρούχο κι αν ξέρει ότι δύσκολα θα το ξαναφορέσει, το 36,3% αγοράζει το ρούχο με σκοπό να το μεταποιήσει, το 13,4% δανειζόμαστε από φίλους, ενώ μόνο το 4,1% ενοικιάζει το ρούχο.



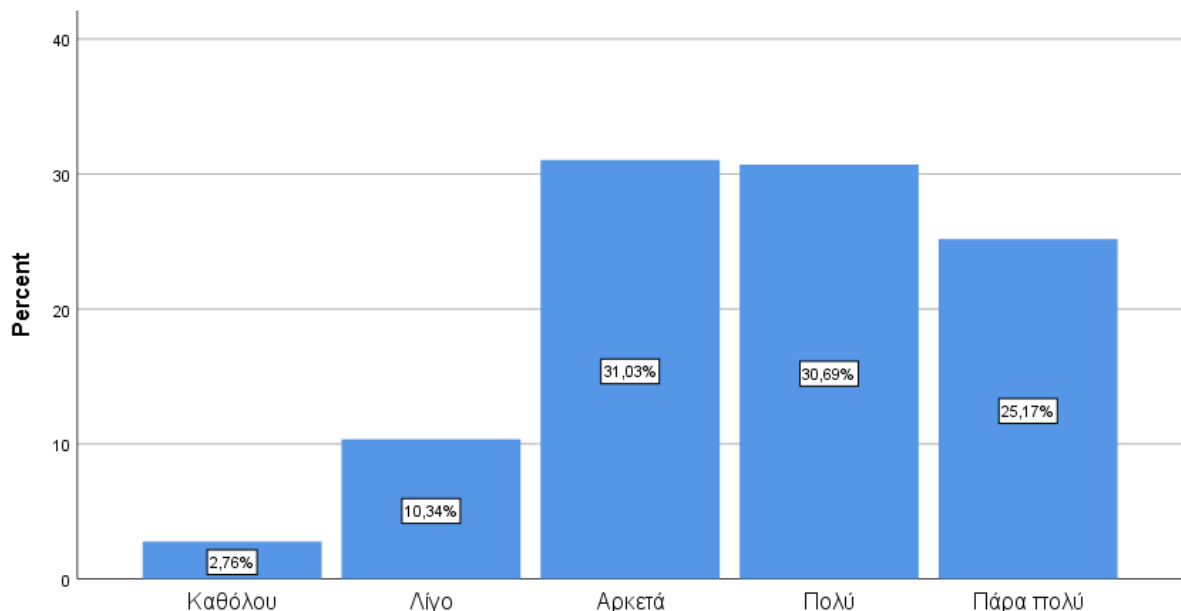
**2. Σε μια ειδική περίπτωση, που καλείστε να φορέσετε ένα ιδιαίτερο ρούχο:**

Διάγραμμα 47. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2  
Στην ερώτηση 3 σχετικά με το αν υπάρχει συναισθηματική σύνδεση με κάποιο ρούχο, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 46, όπου το 79,7% απάντησε «ναι» και το 20,3% «όχι».



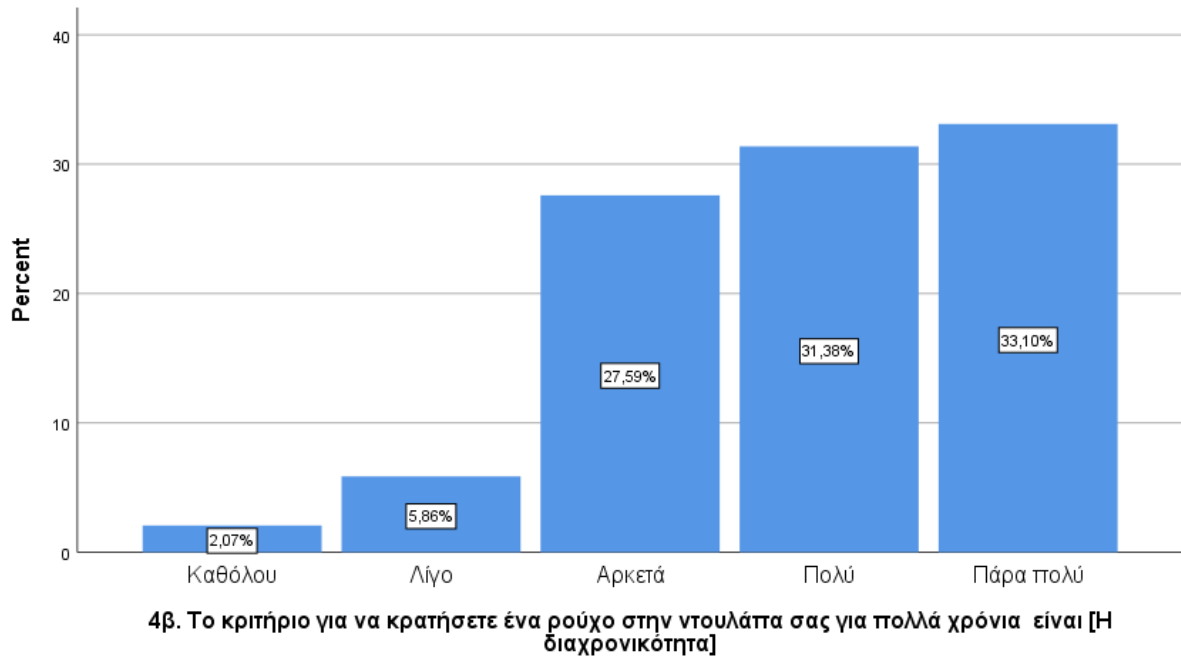
Διάγραμμα 48. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3

Στην ερώτηση 4 σχετικά με το κριτήριο για να κρατήσει κάποιος ένα ρούχο στη ντουλάπα του για πολλά χρόνια, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 49-54, όπου διατυπώνονται 6 υποθέσεις σχετικά με το «τι προσέχει στην καρτέλα του ρούχου ο καταναλωτής», οι οποίες βαθμολογούνται με πεντάβαθμη κλίμα likert τύπου 1 (όπου 1=καθόλου, 2=λίγο, 3=αρκετά, 4= πολύ, 5= πάρα πολύ). Στο κριτήριο «το στυλ», το 31% απάντησε «αρκετά», το 30,7% «πολύ» το 25,2% «πάρα πολύ», ενώ το 10,3% και το 2,8% «λίγο» και «καθόλου» αντίστοιχα. Στο κριτήριο «η διαχρονικότητα» το 33,1% απάντησε «πάρα πολύ», το 31,4% «πολύ», το 27,6% «αρκετά», και μόνο το 5,9% και το 2,1% απάντησαν «λίγο» και «καθόλου» αντίστοιχα. Στο κριτήριο «η υψηλής ποιότητας κατασκευή», το 37,2% απάντησε «πάρα πολύ», το 31,4% «πολύ», το 22,4% «αρκετά», ενώ το 7,6% και το 1,4% απάντησε «λίγο» και «καθόλου» αντίστοιχα. Το κριτήριο «η άνεση» το 41% απάντησε «πάρα πολύ», το 33,4% «πολύ», το 22,1% «αρκετά» και μόνο το 2,1% και το 1,4% απάντησε «λίγο» και «καθόλου» αντίστοιχα. Στο κριτήριο «σχέδιο, αξεσουάρ/κέντημα/πλέξη» το 34,5% απάντησε «αρκετά», το 27,2% «πολύ», το 20% «πάρα πολύ», το 12,1% «λίγο» και το 6,2% «καθόλου». Στο κριτήριο «το χρώμα» το 33,1% απάντησε «αρκετά», το 22,1% «πολύ», το 18,3% «λίγο», το 15,5% «πάρα πολύ» και το 11% «καθόλου».

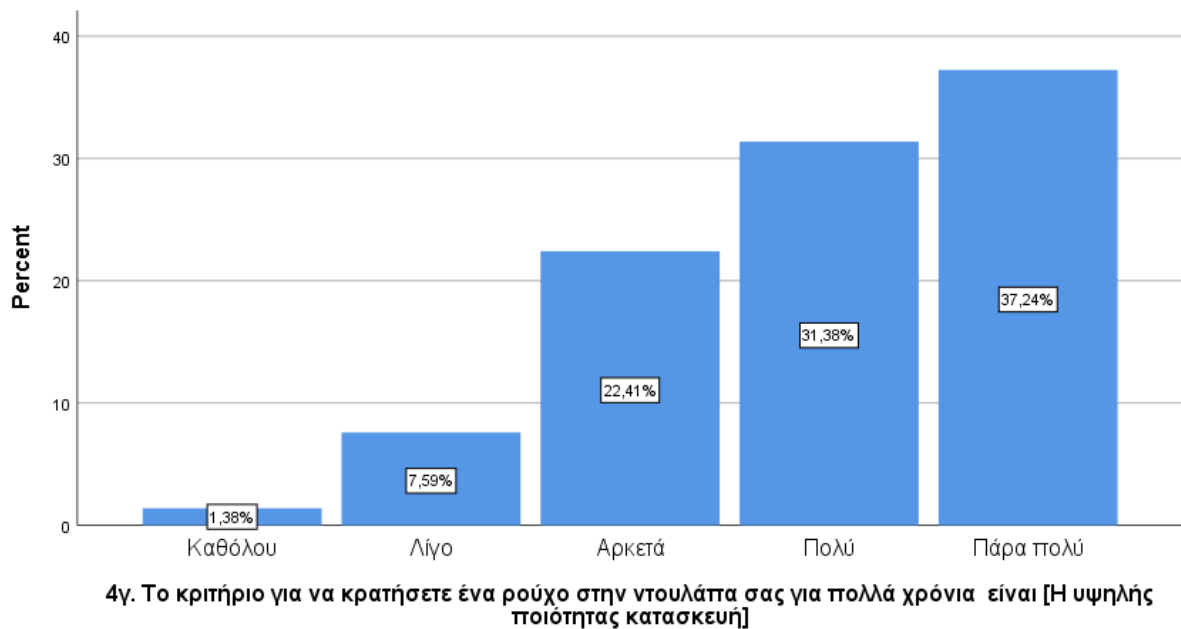


4α. Το κριτήριο για να κρατήσετε ένα ρούχο στην ντουλάπα σας για πολλά χρόνια είναι [Το Στυλ]

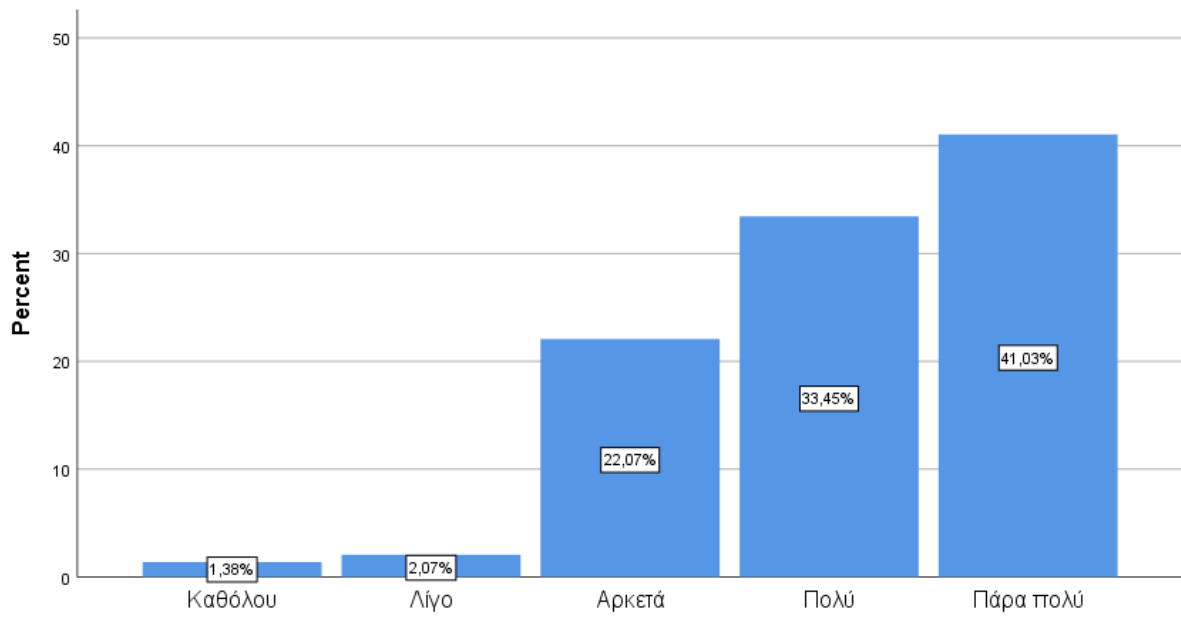
Διάγραμμα 49. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4α



Διάγραμμα 50. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4β

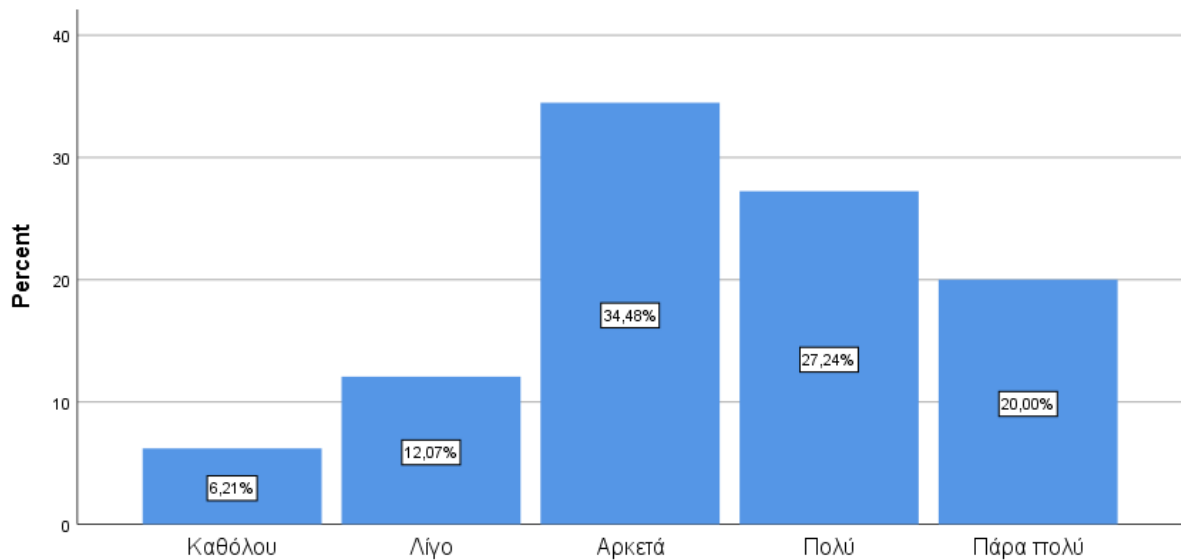


Διάγραμμα 51. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4γ



4δ. Το κριτήριο για να κρατήσετε ένα ρούχο στην ντουλάπα σας για πολλά χρόνια είναι [Η άνεση]

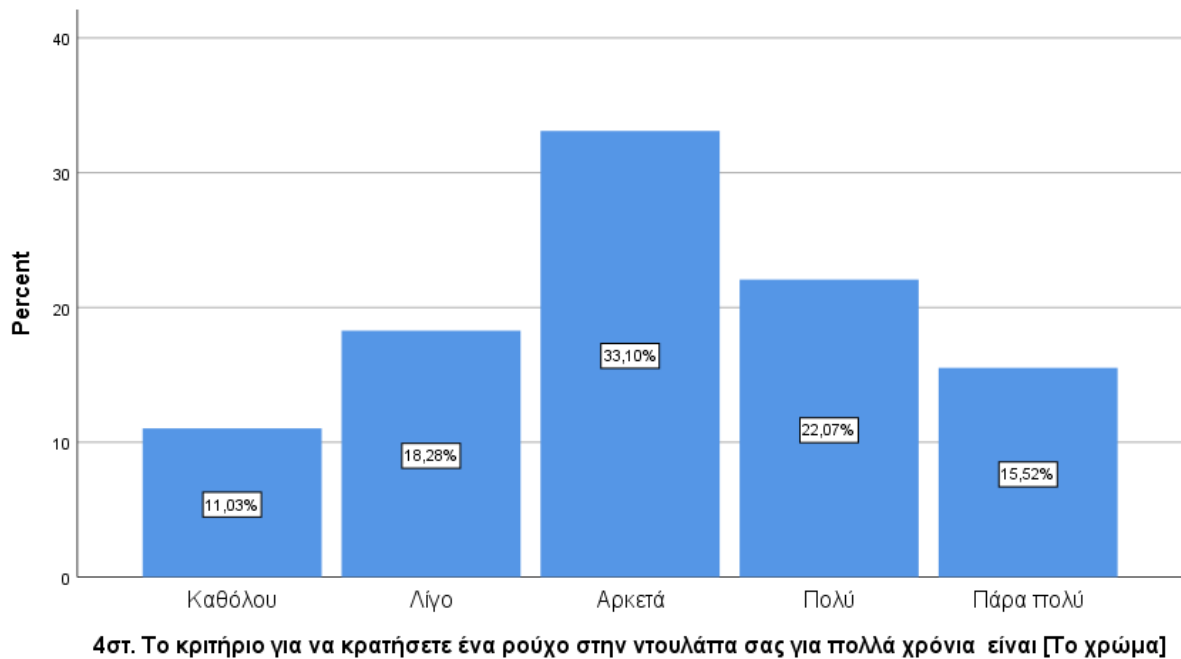
Διάγραμμα 52. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4δ



4ε. Το κριτήριο για να κρατήσετε ένα ρούχο στην ντουλάπα σας για πολλά χρόνια είναι [Το σχέδιο/αξεσουάρ/κέντημα/πλέξη]

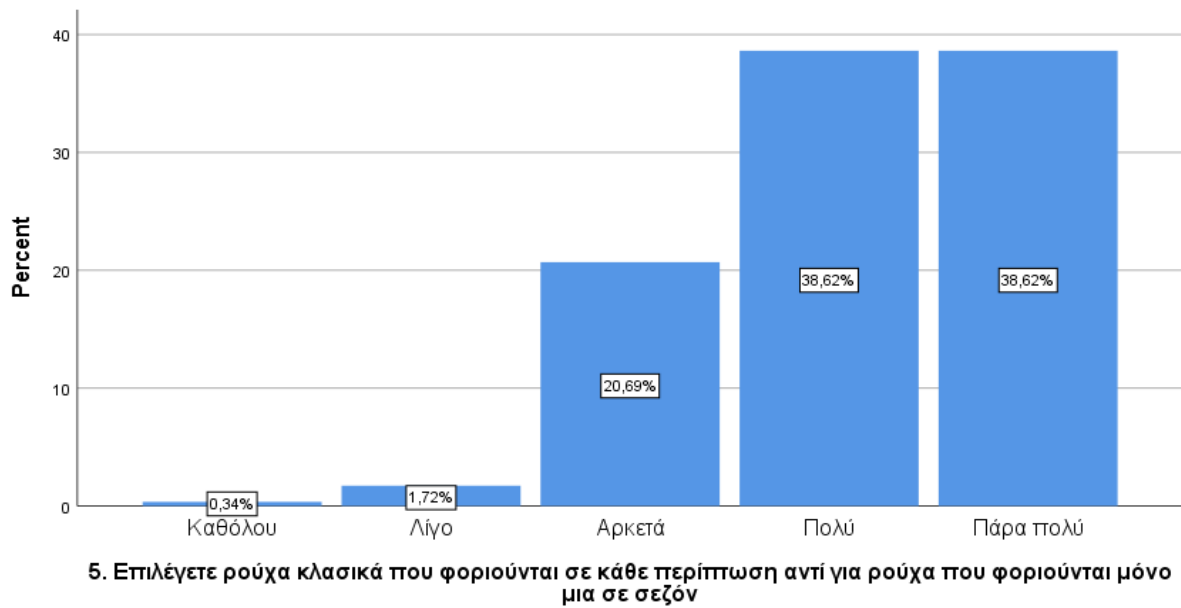
Διάγραμμα 53. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4ε





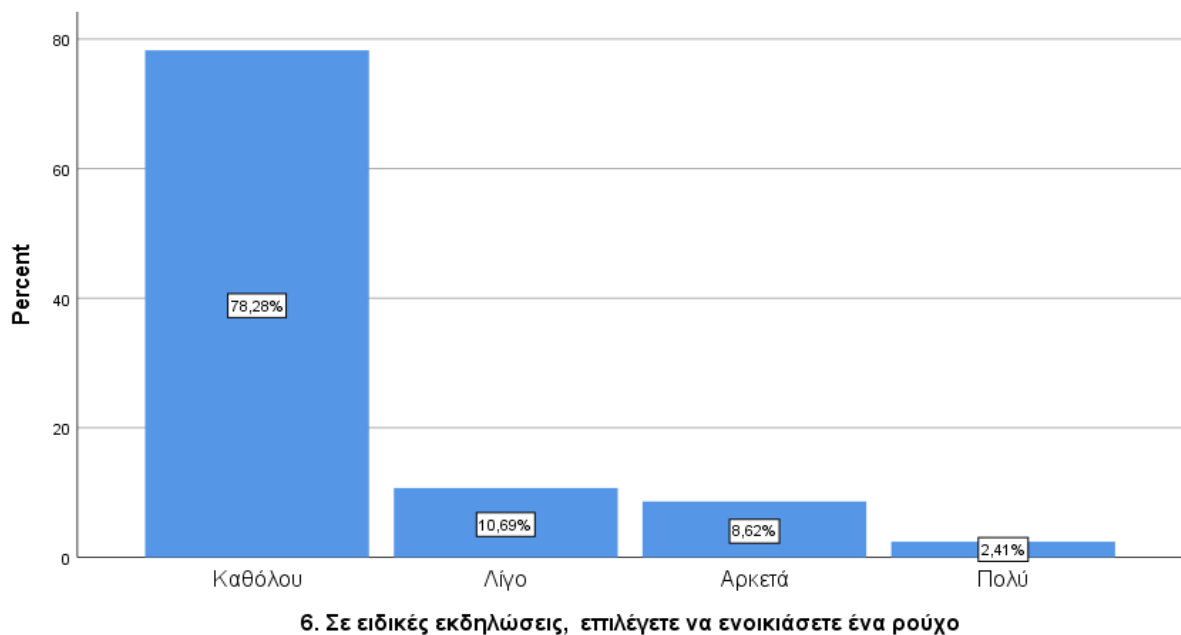
Διάγραμμα 54. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4στ

Στην ερώτηση 5 σχετικά με την επιλογή κλασικών ρούχων αντί για ρούχα μιας σεζόν, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 55, όπου το ίδιο ποσοστό 38,6% απάντησε ότι επιλέγει τα κλασικά ρούχα σε βαθμό «πάρα πολύ» και «πολύ», το 20,7% «αρκετά», και μόλις το 1,7% και 0,3% «λίγο» και «καθόλου» αντίστοιχα.



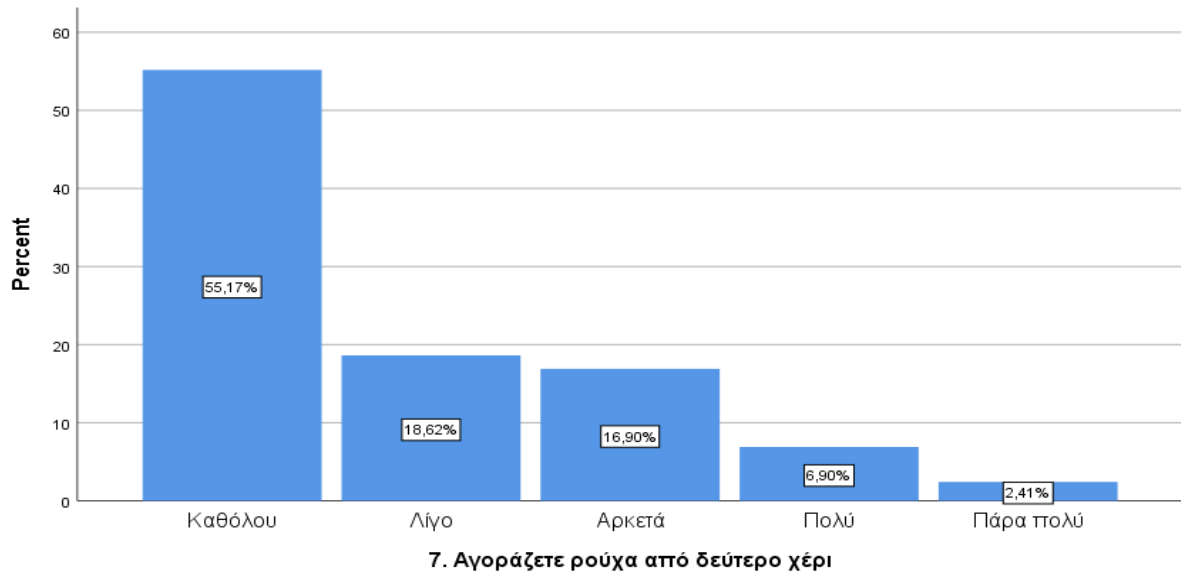
Διάγραμμα 55. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5

Στην ερώτηση 6 σχετικά με το αν επιλέγει κάποιος να ενοικιάσει ένα ρούχο για κάποια ειδική εκδήλωση, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 56, όπου το 78,3% απάντησε «καθόλου», το 10,7% «λίγο», το 8,6% «αρκετά» και μόνο το 2,4% «πολύ».



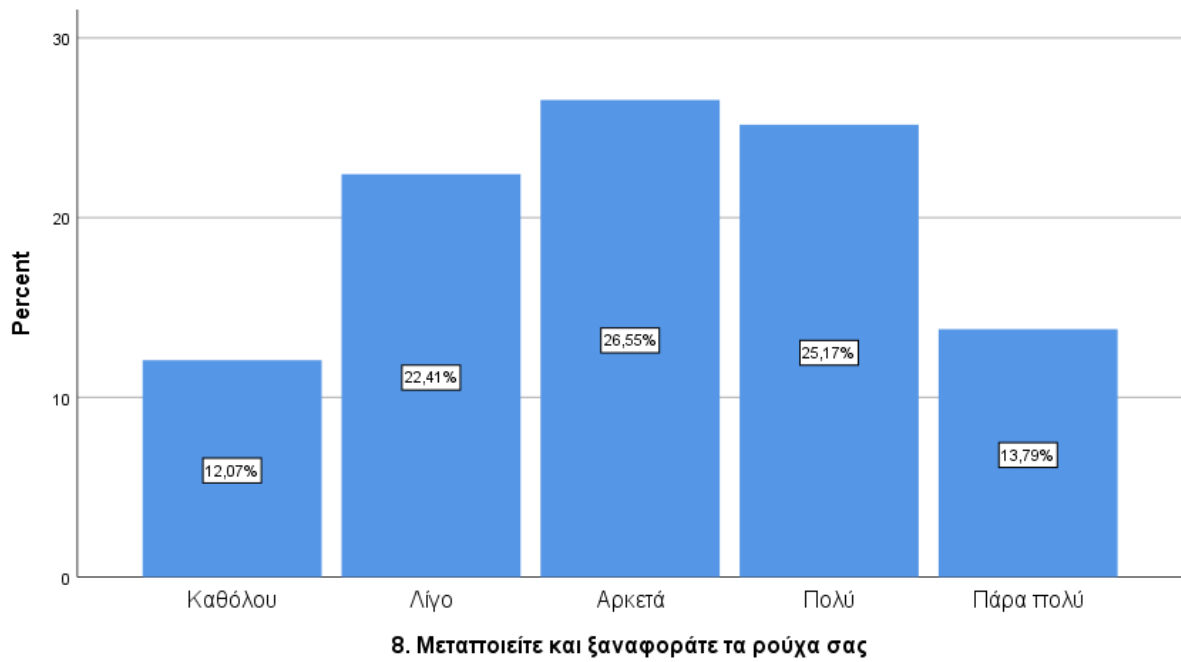
Διάγραμμα 56. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6

Στην ερώτηση 7 σχετικά με την αγορά ρούχων από δεύτερο χέρι, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 57, όπου το 55,2% απάντησε «καθόλου», το 18,6%, «λίγο», το 16,9% «αρκετά», το 6,9% «πολύ» και το 2,4% «πάρα πολύ».



Διάγραμμα 57. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 7

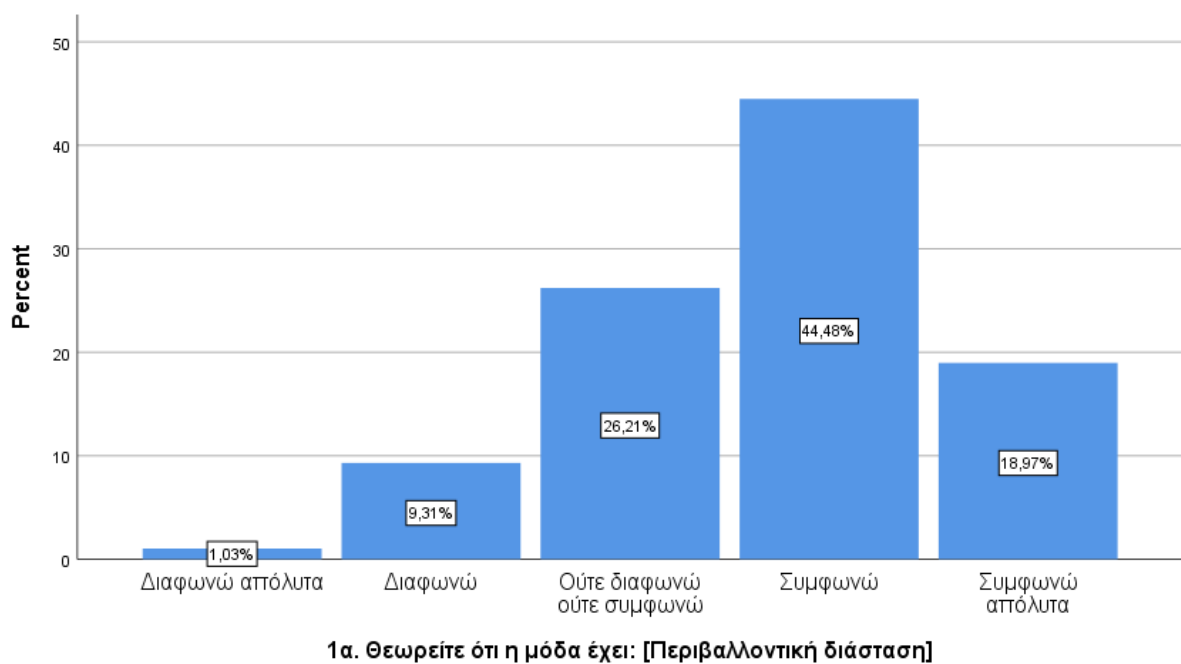
Στην ερώτηση 8 σχετικά με το εάν κάποιος μεταποιεί τα ρούχα του, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 58, όπου το 26,6% απάντησε «αρκετά», το 25,2% «πολύ», το 22,4% «λίγο», 13,8% «πάρα πολύ» και 12,1% «καθόλου».



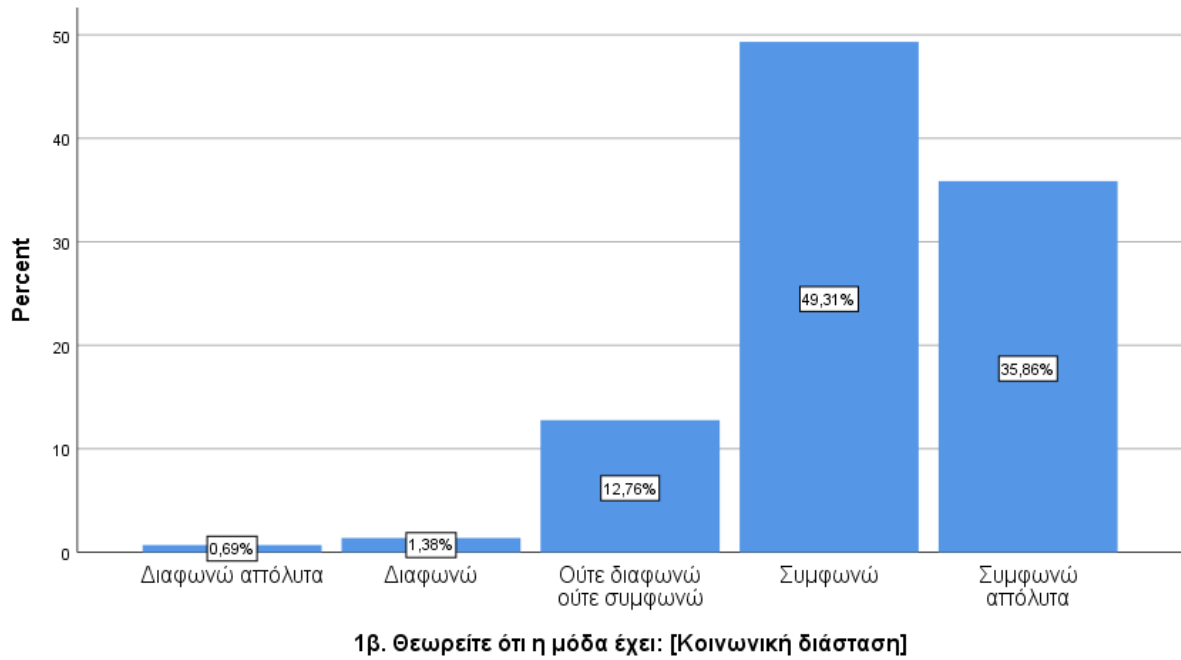
Διάγραμμα 58. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 8

## 2.5 Δ' Μέρος: Ο κοινωνικός ρόλος της μόδας

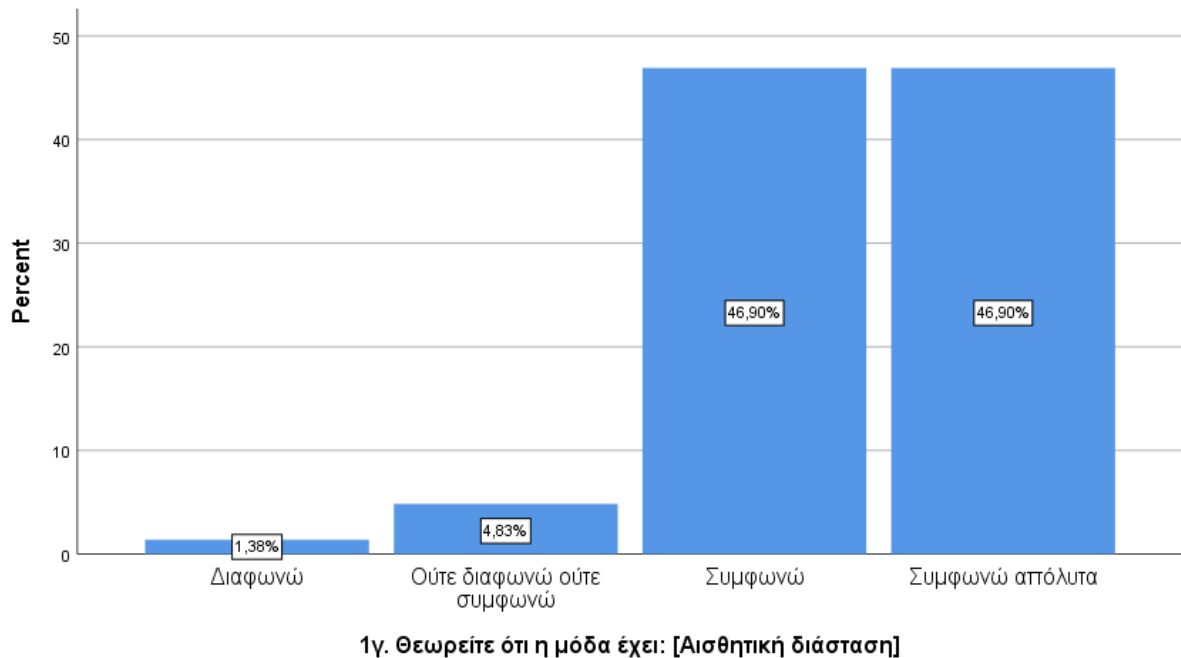
Στην ερώτηση 1 διατυπώνονται 4 υποθέσεις σχετικά με τη διάσταση της μόδας, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 59- 62, οι οποίες βαθμολογούνται με πεντάβαθμη κλίμακα Likert τύπου 2. Σε ό,τι αφορά την «περιβαλλοντική διάσταση» το 44,5% απάντησε «συμφωνώ», το 26,2% απάντησε ουδέτερα, το 19% «συμφωνώ απόλυτα», ενώ το 9,3% και το 1% «διαφωνώ» και «διαφωνώ απόλυτα» αντίστοιχα. Σε ό,τι αφορά την «κοινωνική διάσταση» το 49,3% απάντησε «συμφωνώ», το 35,9% «συμφωνώ απόλυτα» το 12,8% ήταν ουδέτερο, και μόλις το 1,4% και 0,7% απάντησαν «διαφωνώ» και «διαφωνώ απόλυτα». Σε ό,τι αφορά την «αισθητική διάσταση» από 46,9% απάντησαν «συμφωνώ απόλυτα και «συμφωνώ», ενώ το 4,8% και το 1,4% απάντησαν ουδέτερα και «διαφωνώ». Τέλος, σε ό,τι αφορά την «ηθική διάσταση» το 40% απάντησε «συμφωνώ», το 26,9% ήταν ουδέτερο, το 20,7% «συμφωνώ απόλυτα», το 8,3% «διαφωνώ» και το 4,1% «διαφωνώ απόλυτα».



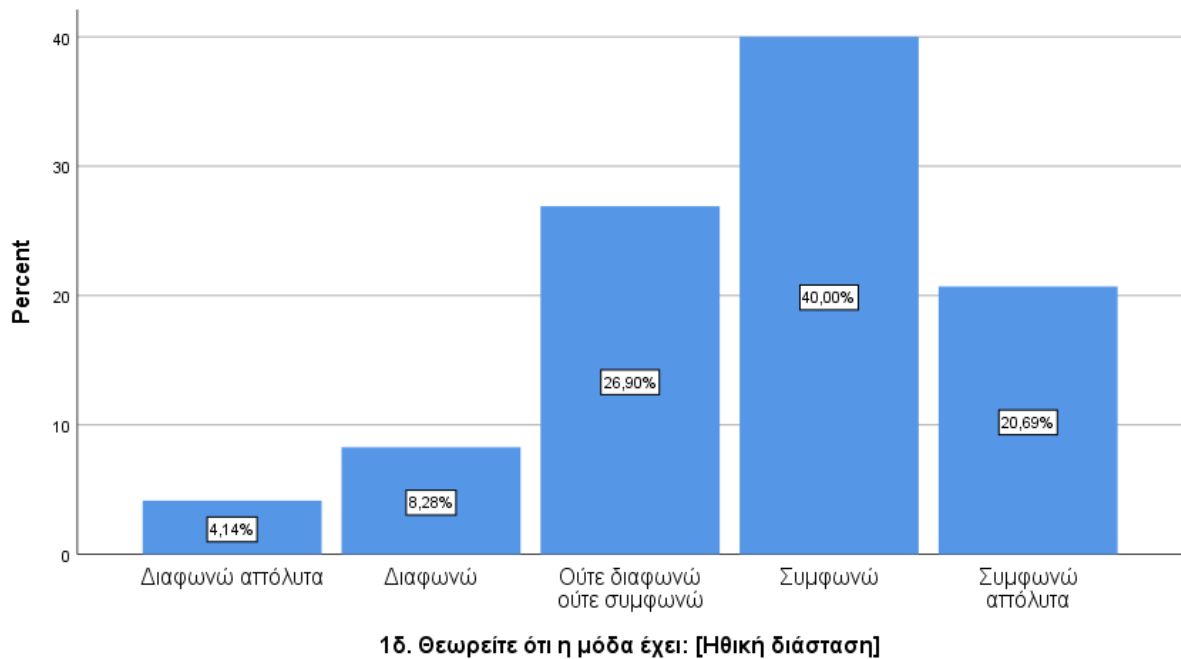
Διάγραμμα 59. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1α



Διάγραμμα 60. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1β

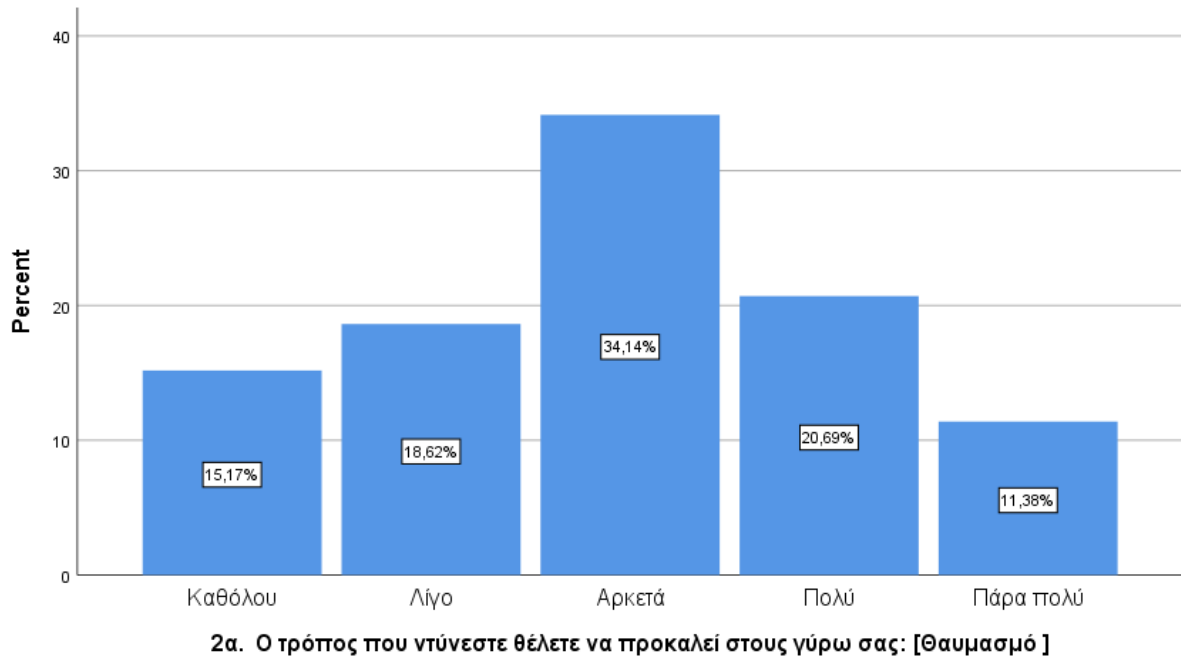


Διάγραμμα 61. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1γ

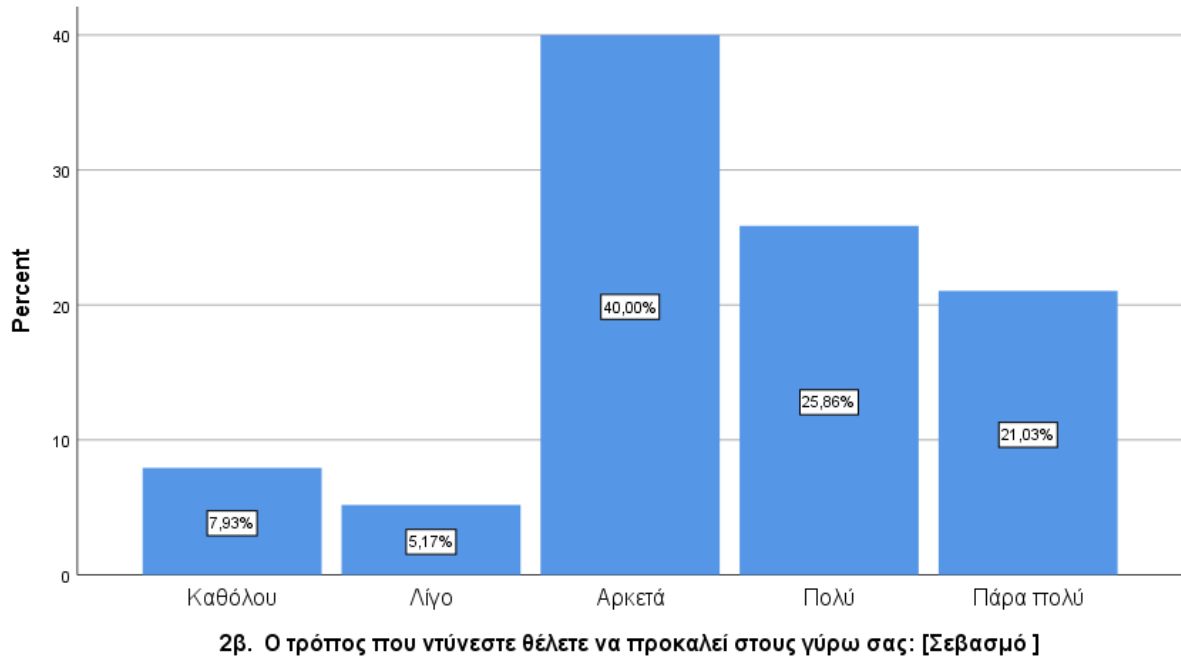


Διάγραμμα 62. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1δ

Στην ερώτηση 2 σχετικά με το τι θέλει κάποιος να προκαλέσει με το ντύσιμό του απέναντι στους άλλους, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 63-66. «Τον θαυμασμό», απάντησε το 34,1% «αρκετά», το 20,7% «πολύ», το 18,6% «λίγο», το 15,2% «καθόλου» και το 11,4% «πάρα πολύ». Σε ό,τι αφορά «το σεβασμό» το 40% απάντησε «αρκετά», το 25,9% «πολύ», το 21% «πάρα πολύ», το 7,9% «καθόλου» και το 5,2 «λίγο». Σε ό,τι αφορά «την περιέργεια», το 54,5% απάντησε «καθόλου», το 24,1% «λίγο», το 13,1% «αρκετά», ενώ το 6,9% και το 1,4% «πολύ» και «πάρα πολύ» αντίστοιχα. Τέλος, σε ό,τι αφορά «την αμηχανία» το 85,5% απάντησε «καθόλου», το 10,7% «λίγο», ενώ μόνο το 3,1% και 0,7% απάντησαν «αρκετά» και «πολύ» αντίστοιχα.

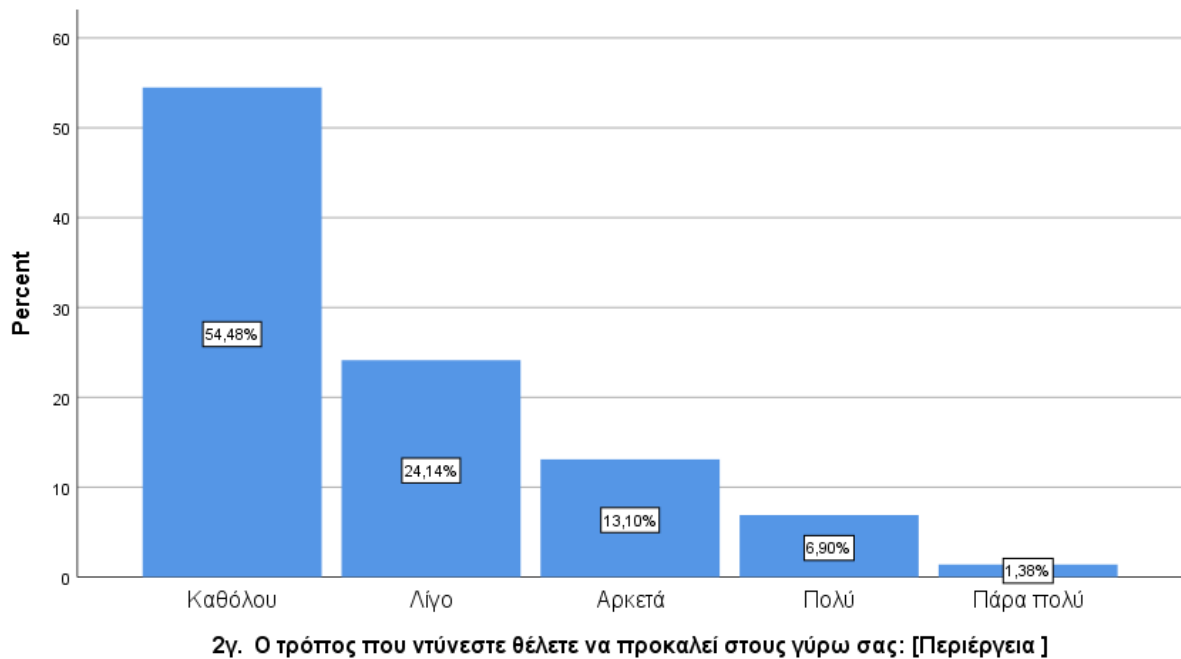


Διάγραμμα 63. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2α

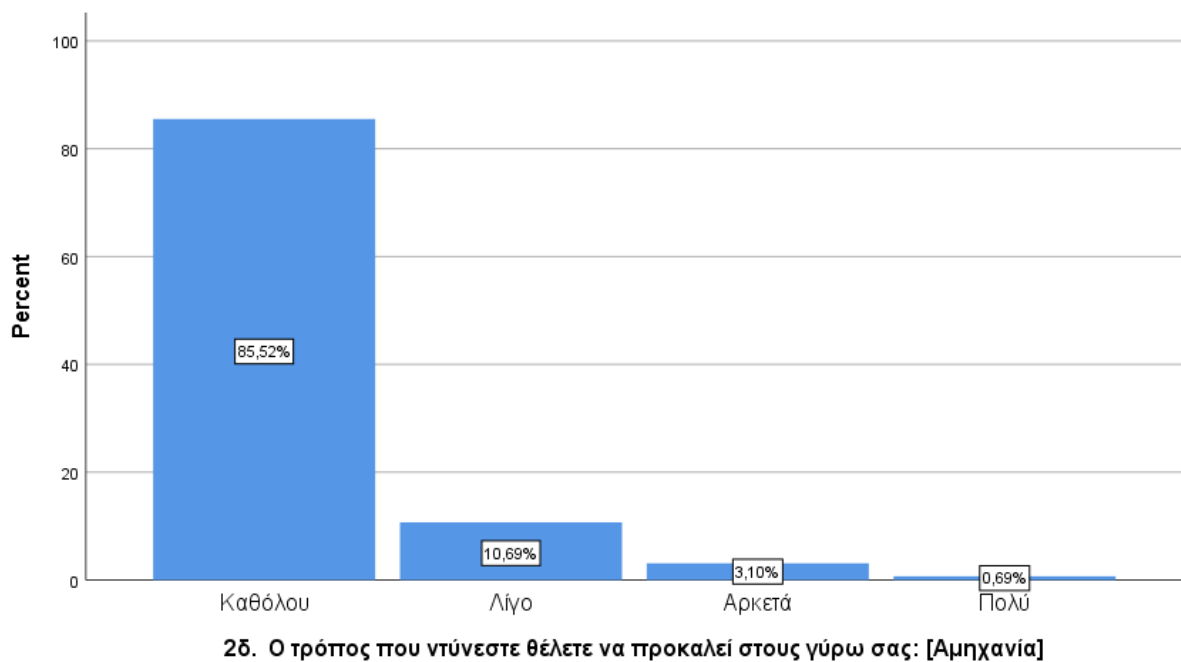


Διάγραμμα 64. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2β





Διάγραμμα 65. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2γ

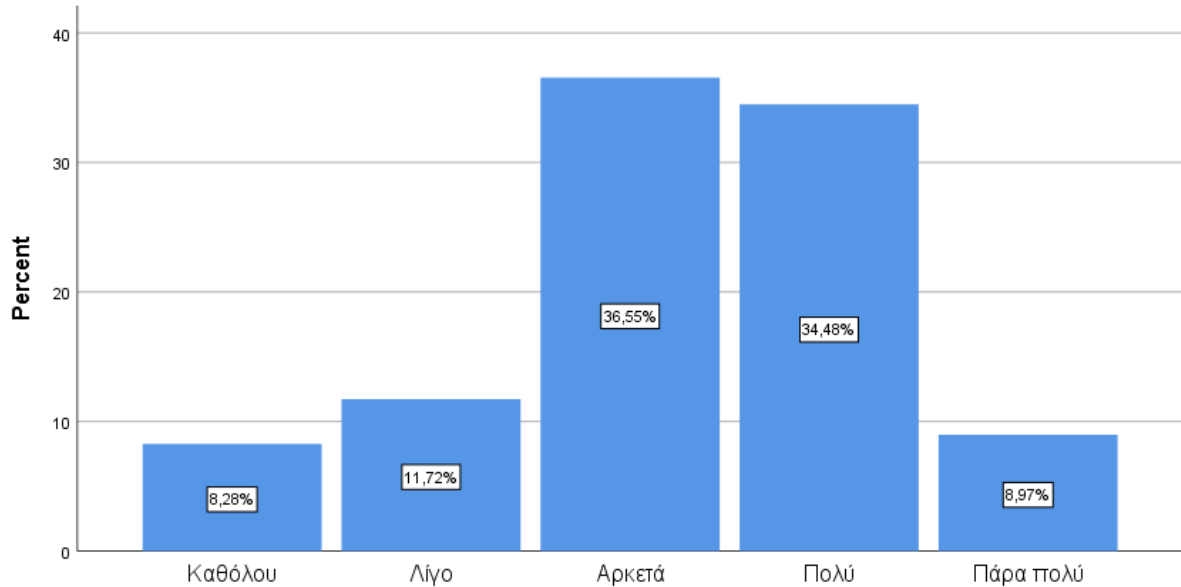


Διάγραμμα 66. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2δ

Στην ερώτηση 3 σχετικά με το βαθμό επίδρασης του τρόπου ντυσίματος στην κοινωνική αποδοχή από τον κοινωνικό περίγυρο, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

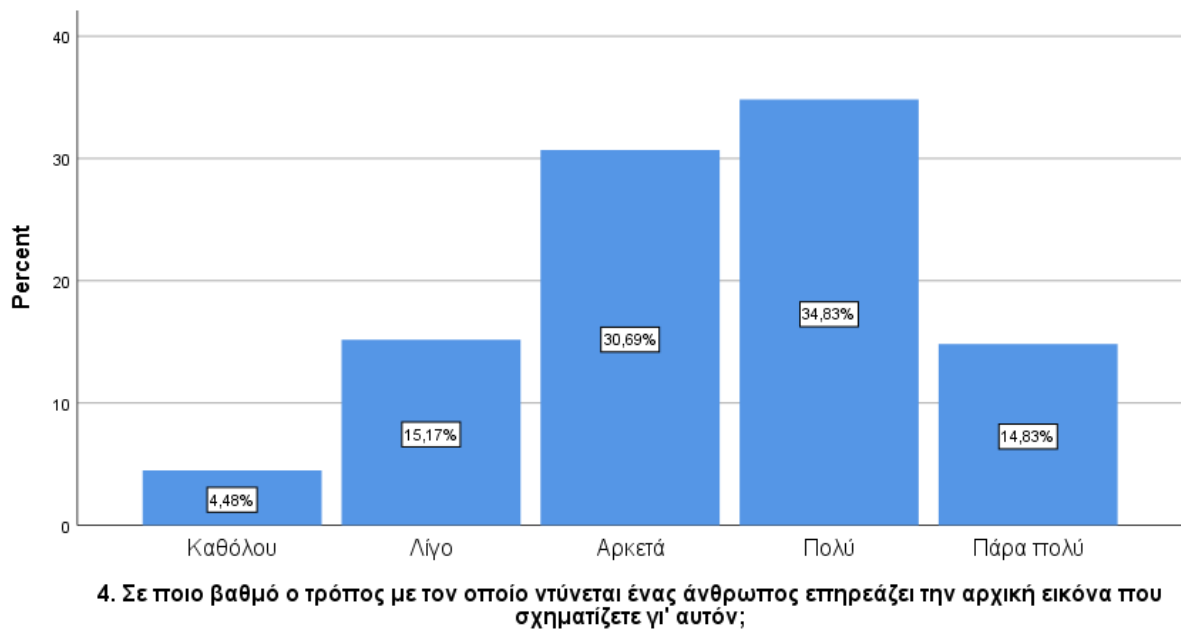
φαίνεται στο διάγραμμα 67, όπου το 36,6% απάντησε «αρκετά», το 34,5% «πολύ», το 11,7% «λίγο», το 9% «πέρα πολύ» και το 8,3% «καθόλου».



**3. Σε ποιο βαθμό ο τρόπος που ντύνεστε επηρεάζει την κοινωνική αποδοχή σας από τους γύρω σας;**

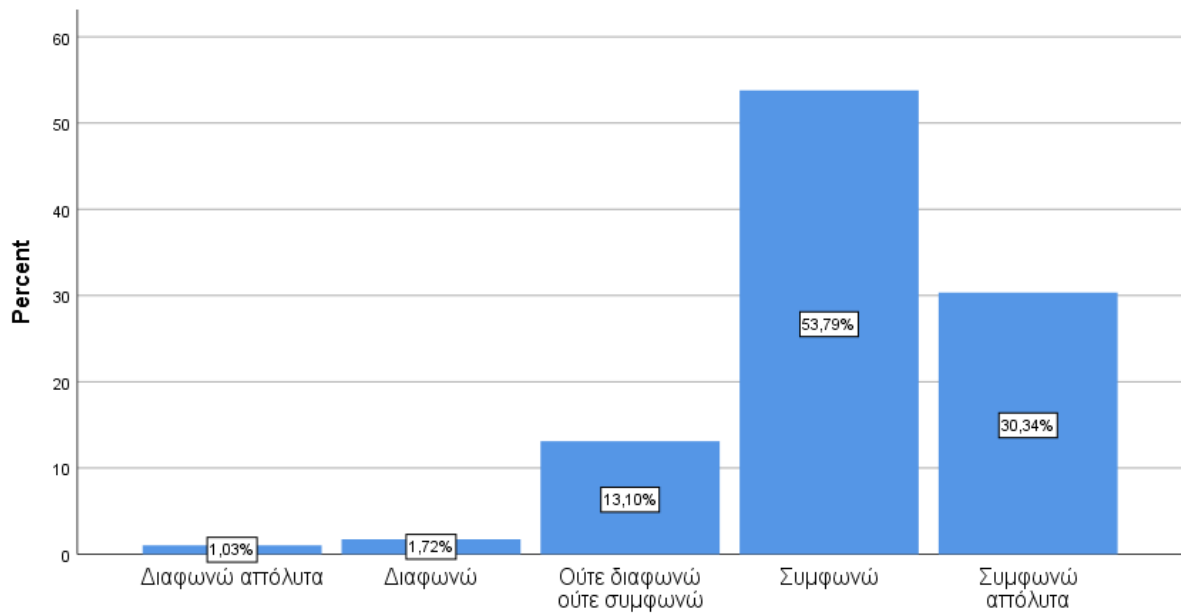
*Διάγραμμα 67. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3*

Στην ερώτηση 4 σχετικά με το βαθμό που ο τρόπος ντυσίματος ενός ανθρώπου επηρεάζει την εικόνα που σχηματίζουμε, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 68, όπου το 34,8% απάντησε «πολύ», το 30,7%, «αρκετά», το 15,2% «λίγο», το 14,8% «πέρα πολύ» και το 4,5% «καθόλου».



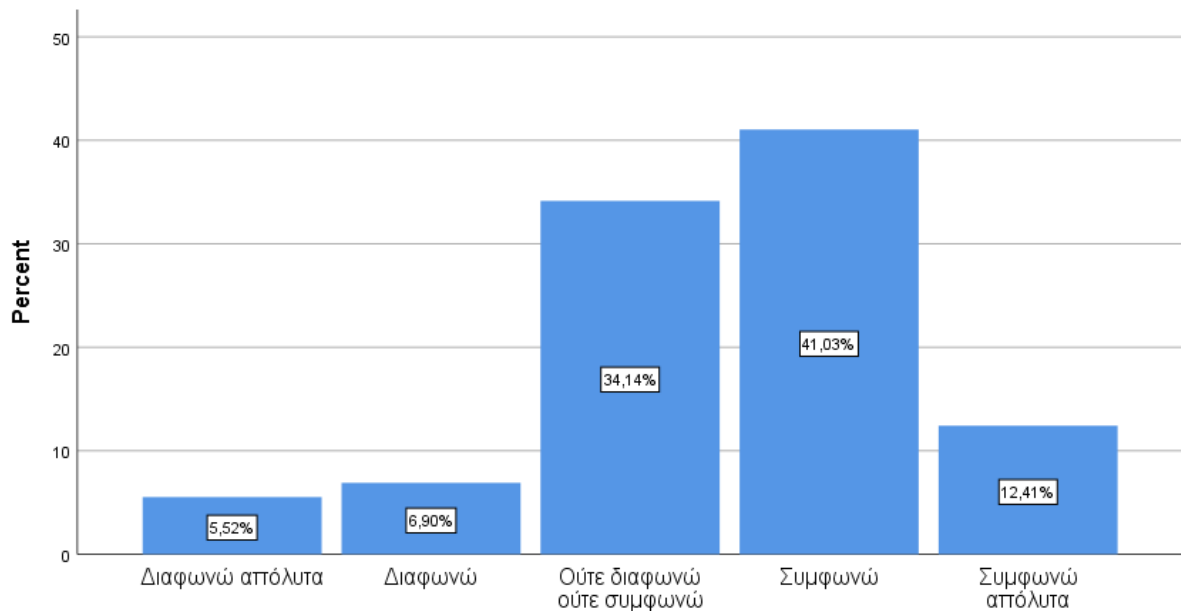
Διάγραμμα 68. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4

Στην ερώτηση 5 διατυπώνονται 5 υποθέσεις σχετικά με το τι αντανακλά ο τρόπος που ντύνεται ένας άνθρωπος, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 69-73, οι οποίες βαθμολογήθηκαν με πεντάβαθμη κλίμακα likert τύπου 2. Σε ό,τι αφορά «την προσωπικότητά του», το 53,8% και το 30,3% απάντησαν «συμφωνώ» και «συμφωνώ απόλυτα», το 13,1% ήταν ουδέτερο, ενώ μόλις το 1,7% και το 1% «διαφωνώ» και «διαφωνώ απόλυτα». Σε ό,τι αφορά «την κοινωνική του θέση» το 41% απάντησε «συμφωνώ», το 34,1% ήταν ουδέτερο, το 12,4% «συμφωνώ απόλυτα», το 6,9% «διαφωνώ» και το 5,5% «διαφωνώ απόλυτα». Σε ό,τι αφορά «την οικονομική του κατάσταση» το 41,7% απάντησε «συμφωνώ», το 28,6% απάντησε ουδέτερα, το 14,1% «συμφωνώ απόλυτα», το 12,1% «διαφωνώ» και το 3,4% «διαφωνώ απόλυτα». Σε ό,τι αφορά «την οικολογική του συνείδηση» το 40% απάντησε ουδέτερα, το 27,6% «συμφωνώ», το 16,6% «διαφωνώ» το 8,3% «διαφωνώ απόλυτα» και το 7,6% «συμφωνώ απόλυτα». Τέλος, σε ό,τι αφορά «τις γνώσεις του για τη μόδα» το 41% απάντησε «συμφωνώ», το 34,8% απάντησε ουδέτερα, το 12,8% «συμφωνώ απόλυτα», το 7,2% «διαφωνώ» και το 4,1% «διαφωνώ απόλυτα».



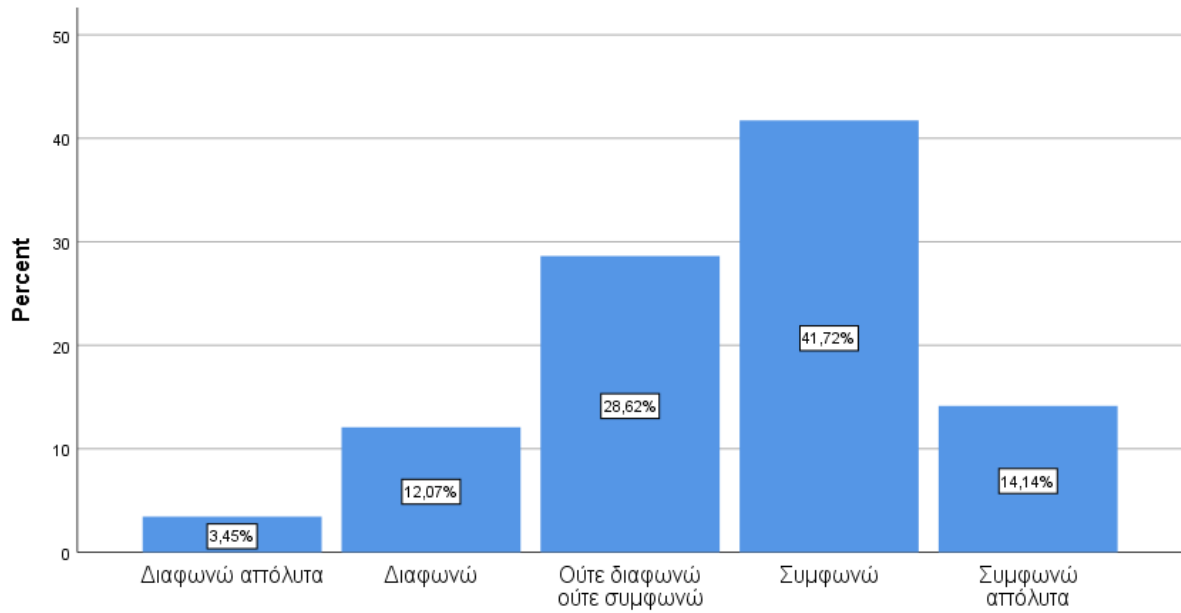
5α. Ο τρόπος που ντύνεται ένας άνθρωπος αντανακλά: [Την προσωπικότητά του]

Διάγραμμα 69. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5α



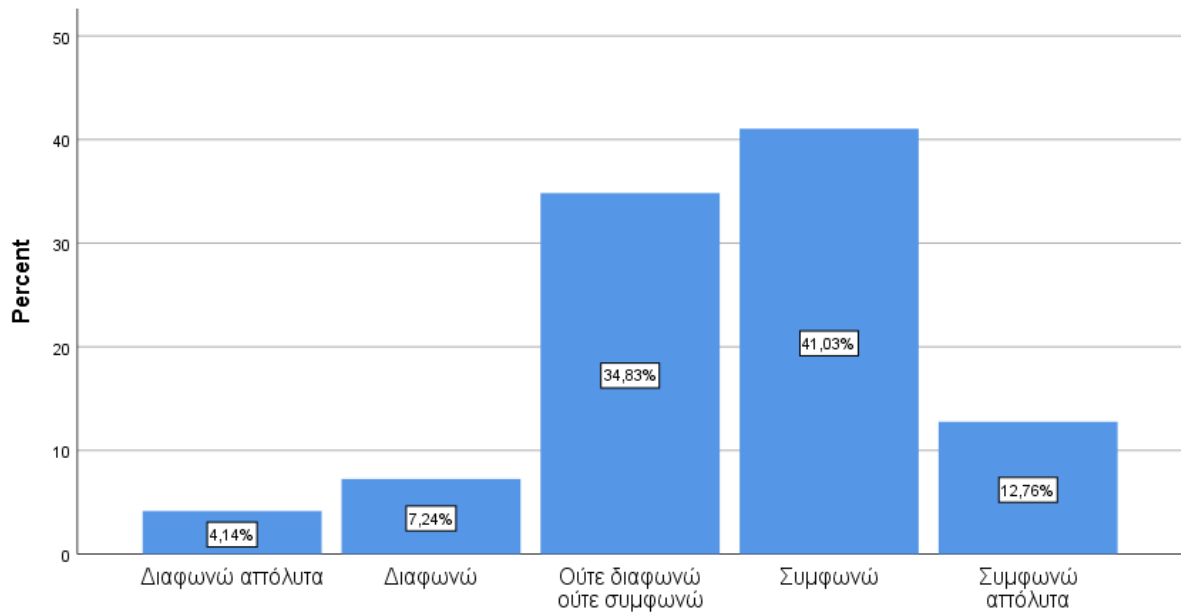
5β. Ο τρόπος που ντύνεται ένας άνθρωπος αντανακλά: [Την κοινωνική του θέση]

Διάγραμμα 70. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5β



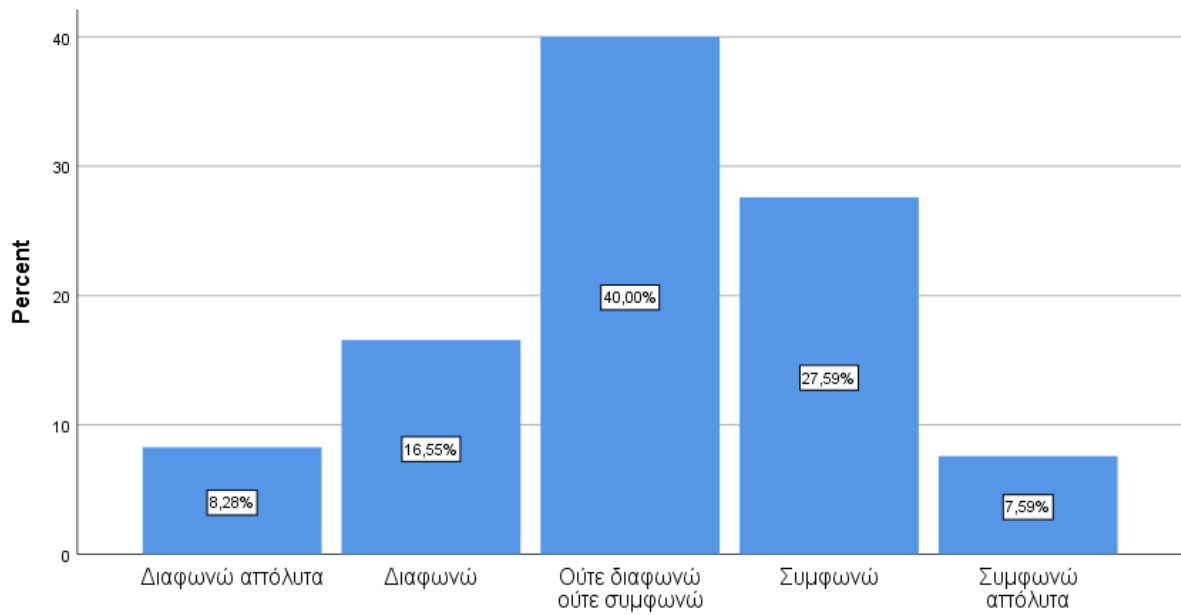
5γ. Ο τρόπος που ντύνεται ένας άνθρωπος αντανακλά: [Την οικονομική του κατάσταση]

Διάγραμμα 71. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5γ



5δ. Ο τρόπος που ντύνεται ένας άνθρωπος αντανακλά: [Τις γνώσεις του για τη μόδα]

Διάγραμμα 72. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5δ

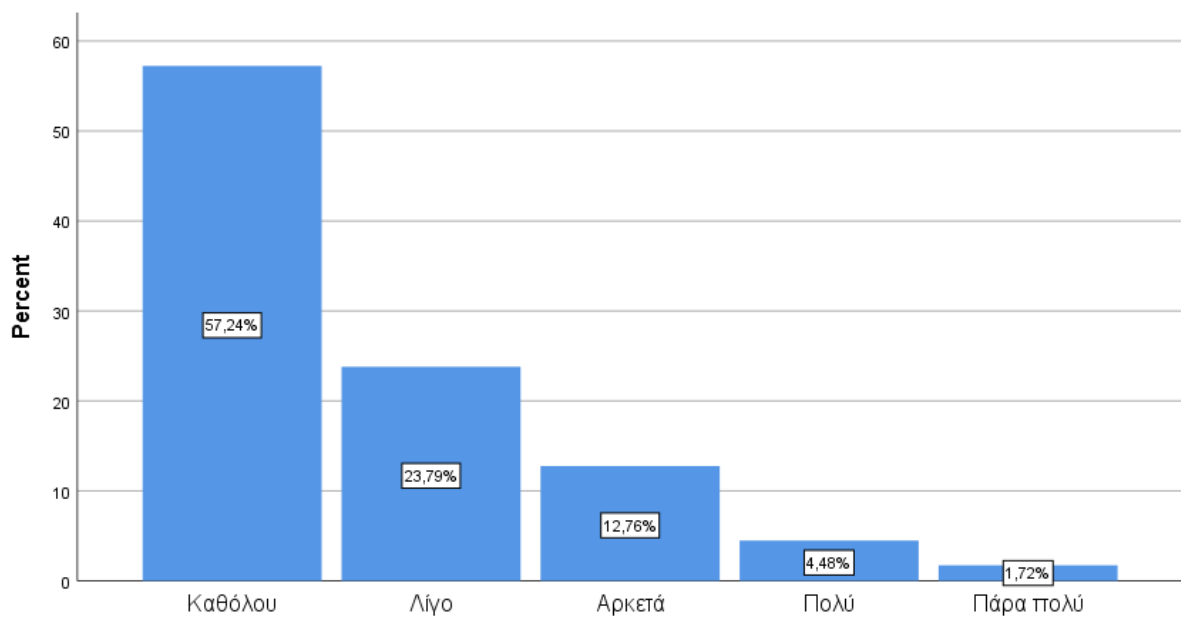


5ε. Ο τρόπος που ντύνεται ένας άνθρωπος αντανακλά: [Την οικολογική του συνείδηση]

Διάγραμμα 73. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5ε

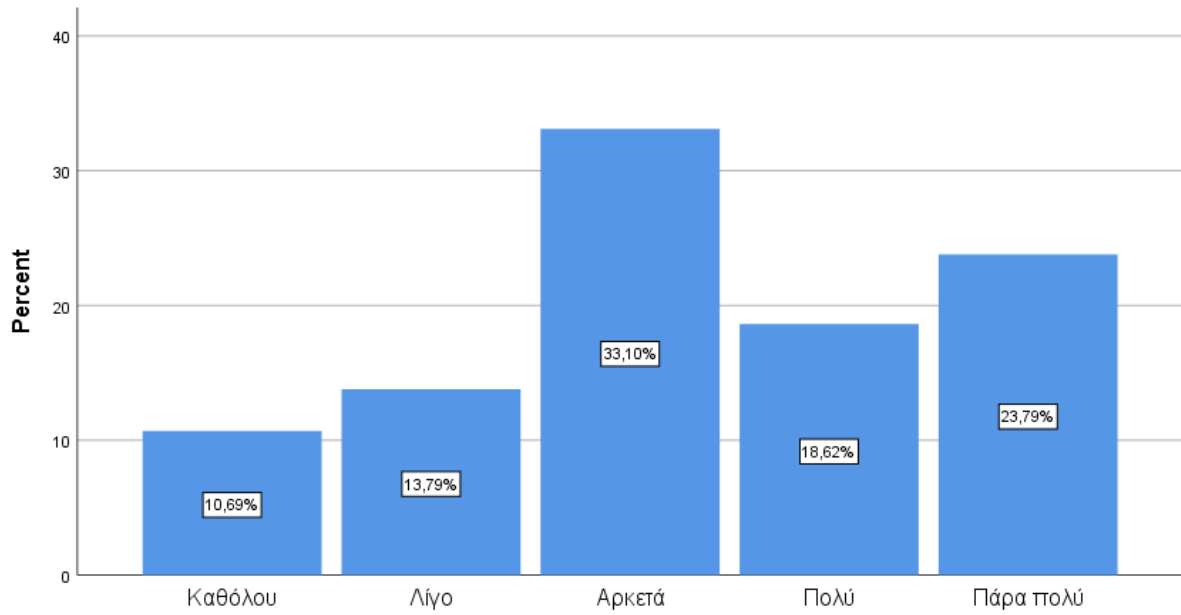
## 2.6 Έ Μέρος. Σε ποιο βαθμό η εκπαίδευση για την αειφόρο ανάπτυξη της μόδας μπορεί να συμβάλει σε μια νέα στάση ζωής απέναντι στο περιβάλλον;

Στην ερώτηση 1 σχετικά με την πηγή ενημέρωσης για τις εξελίξεις της μόδας, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στα διαγράμματα 74-78, όπου σε ό,τι αφορά στην επιλογή «περιοδικά μόδας» το 57% απάντησε «καθόλου», το 23,8% «λίγο», το 12,8% «αρκετά», και μόλις το 4,5% και 1,7% απάντησαν «πολύ» και «πάρα πολύ» αντίστοιχα. Σε ό,τι αφορά στην επιλογή «κοινωνικά δίκτυα», το 33,1% απάντησε «αρκετά», το 23,8% «πάρα πολύ», το 18,6% «πολύ», το 13,8% «λίγο» και το 10,7% «καθόλου». Σε ό,τι αφορά «τις ιστοσελίδες» το 34,1% απάντησε «αρκετά», το 23,4% «πάρα πολύ», το 19,3% «πολύ», το 11,7% «λίγο» και το 11,4% «καθόλου». Σε ό,τι αφορά στις «διαδικτυακές συζητήσεις με ειδικούς της μόδας (webinar)» το 72,1% απάντησε «καθόλου», το 14,1% «λίγο», από 4,1% «αρκετά» και «πολύ» και 5,5% «πάρα πολύ». Τέλος, σε ό,τι αφορά στις «ιστοσελίδες εταιριών ένδυσης», το 26,9% απάντησε «αρκετά», το 22,4% «πολύ», το 19% «πάρα πολύ», το 17,2% «καθόλου» και το 14,5% «λίγο».



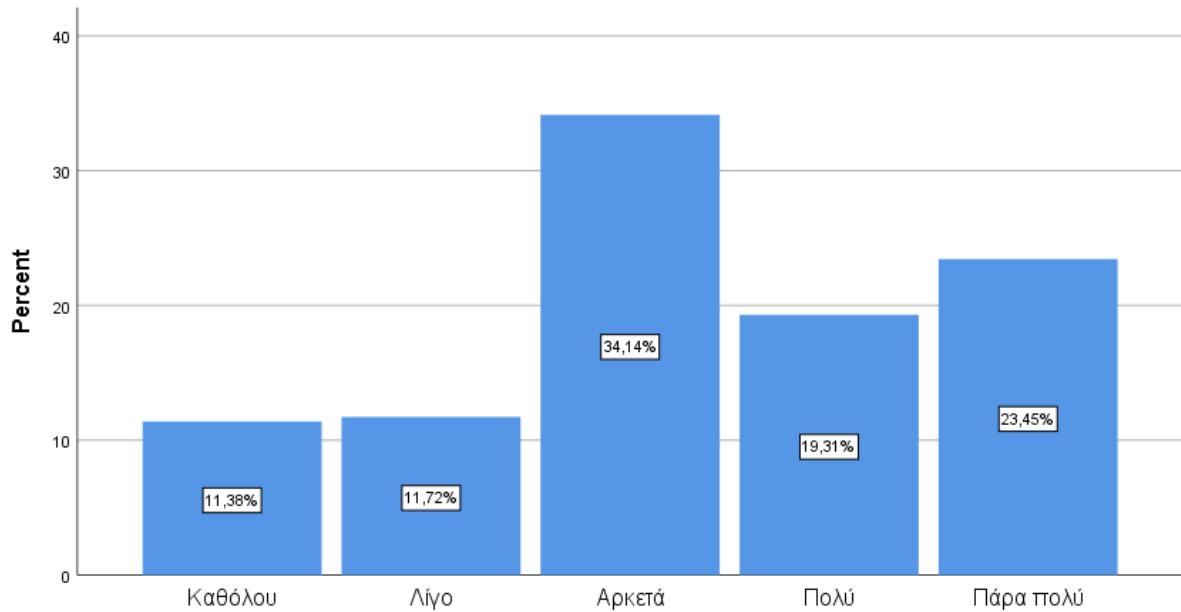
1α. Για να ενημερώνεστε για τις εξελίξεις στη μόδα χρησιμοποιείτε: [Περιοδικά μόδας]

Διάγραμμα 74. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1α



1β. Για να ενημερώνεστε για τις εξελίξεις στη μόδα χρησιμοποιείτε: [Κοινωνικά δίκτυα]

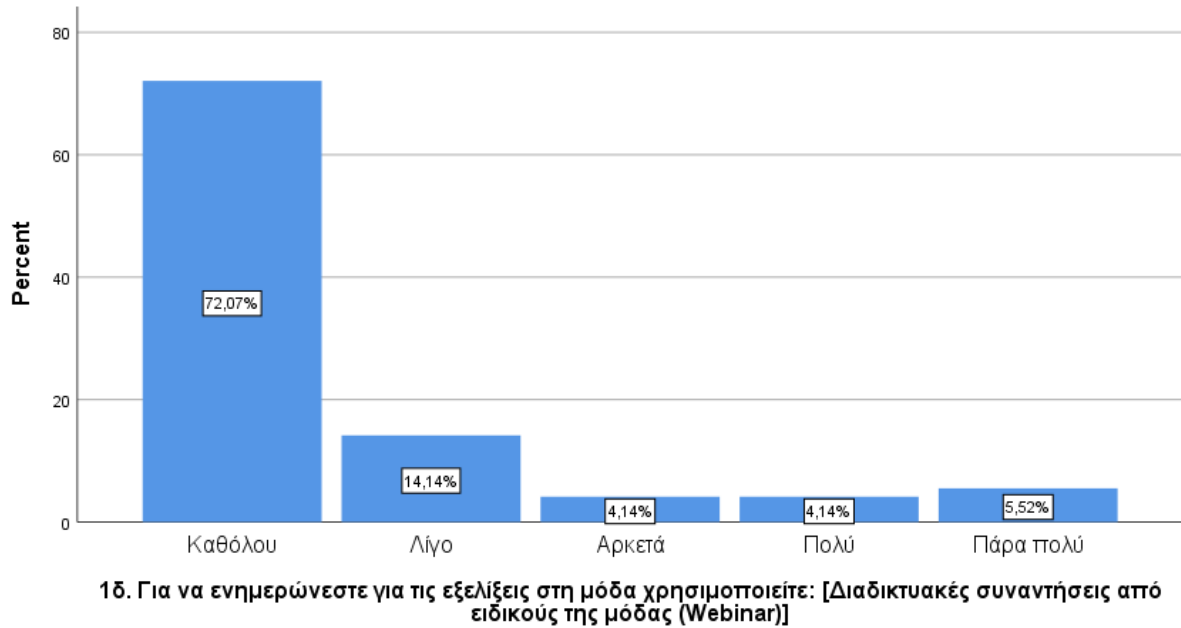
Διάγραμμα 75. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1β



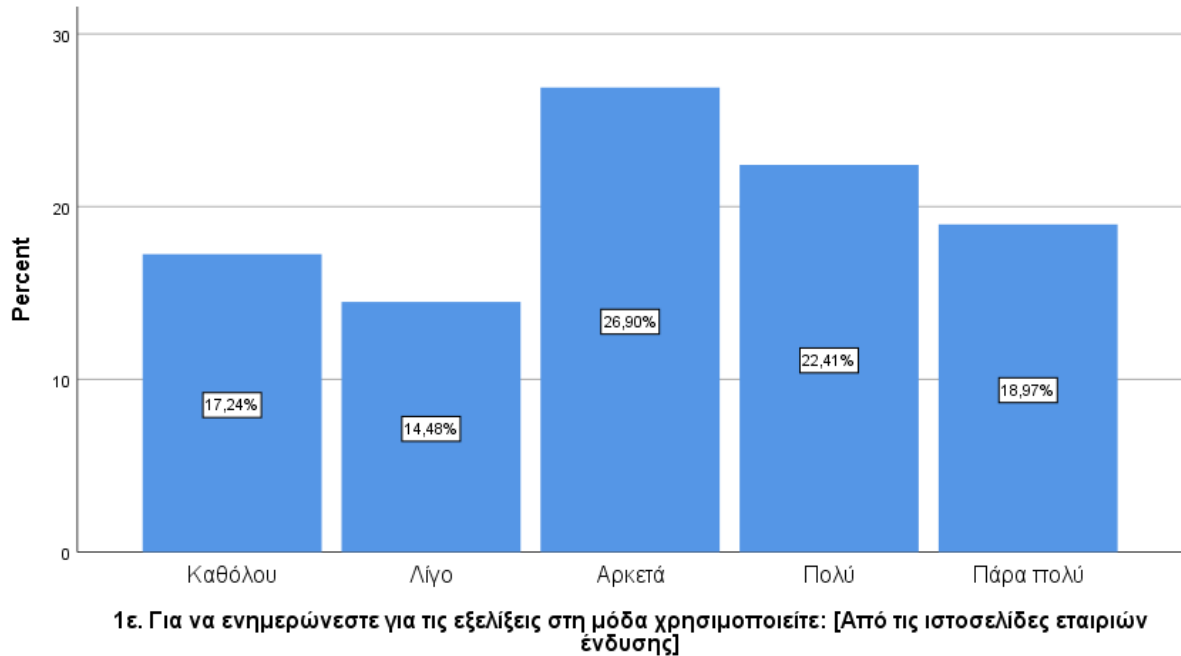
1γ. Για να ενημερώνεστε για τις εξελίξεις στη μόδα χρησιμοποιείτε: [Ιστοσελίδες]

Διάγραμμα 76. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1γ





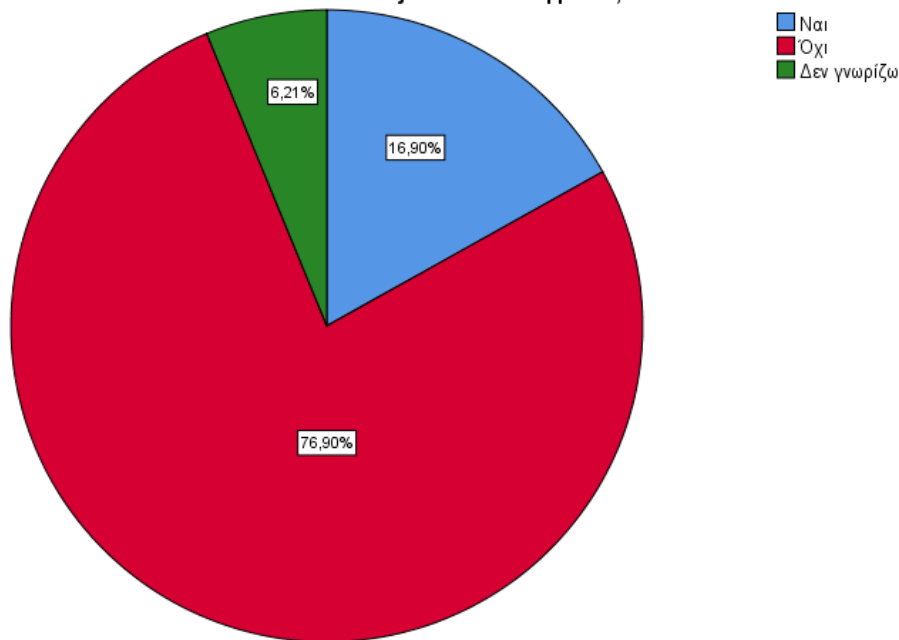
Διάγραμμα 77. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1δ



Διάγραμμα 78. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 1ε

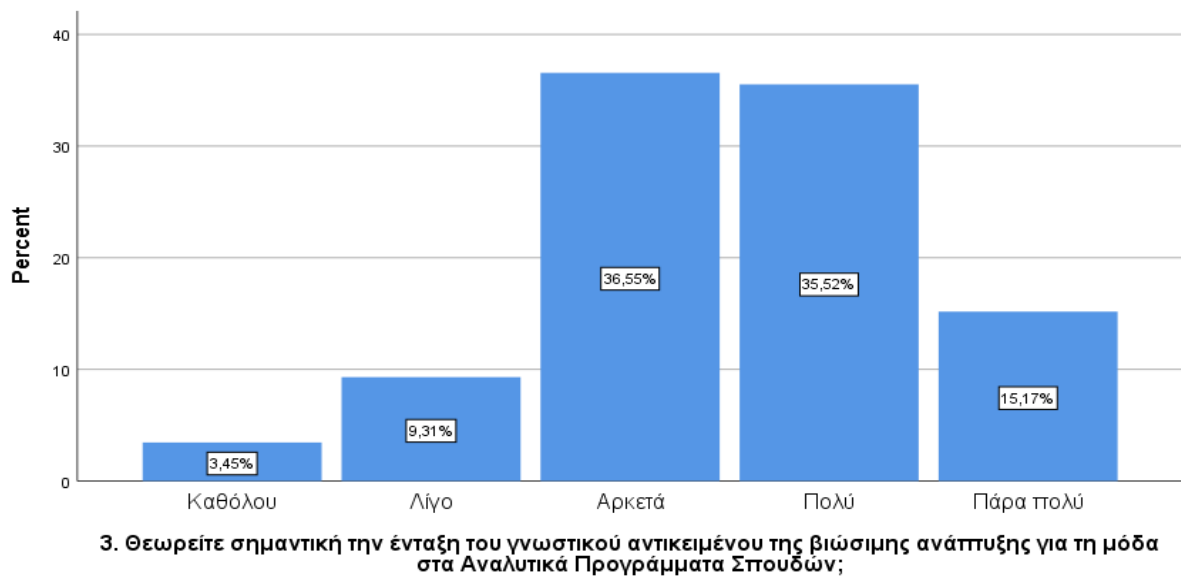
Στην ερώτηση 2 σχετικά με το αν κάποιος έχει διδαχτεί εκπαιδευτικό υλικό σχετικά με τις στάσεις απέναντι στη μόδα, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 79, όπου το 76,9% απάντησε «όχι», το 16,9% απάντησε «ναι» και το 6,2% «δεν γνωρίζω».

2. Σε όλη τη διάρκεια της μαθησιακής σας εμπειρίας έχετε διδαχτεί κάποιο εκπαιδευτικό υλικό σχετικά με στάσεις απέναντι στη μόδα;



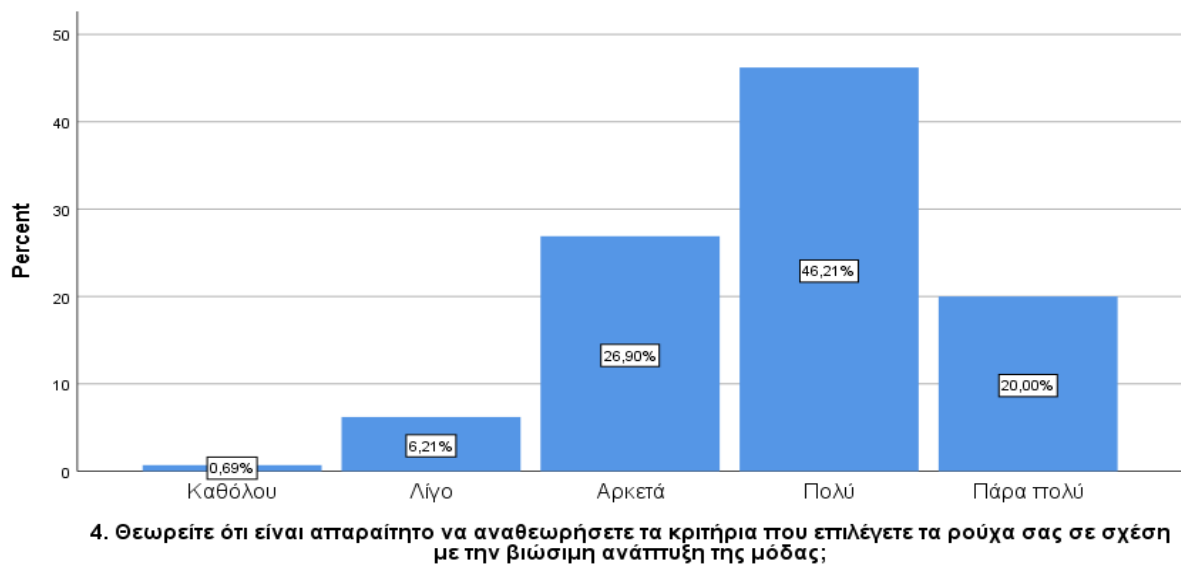
Διάγραμμα 79. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2

Στην ερώτηση 3 σχετικά με το αν θεωρείται σημαντική η ένταξη του γνωστικού αντικειμένου για την αειφόρο ανάπτυξη της μόδας στα Αναλυτικά Προγράμματα Σπουδών, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 80, όπου το 36,6% απάντησε «αρκετά», το 35,5% «πολύ», το 15,2% «πέρα πολύ», το 9,3% «λίγο» και το 3,4% «καθόλου».



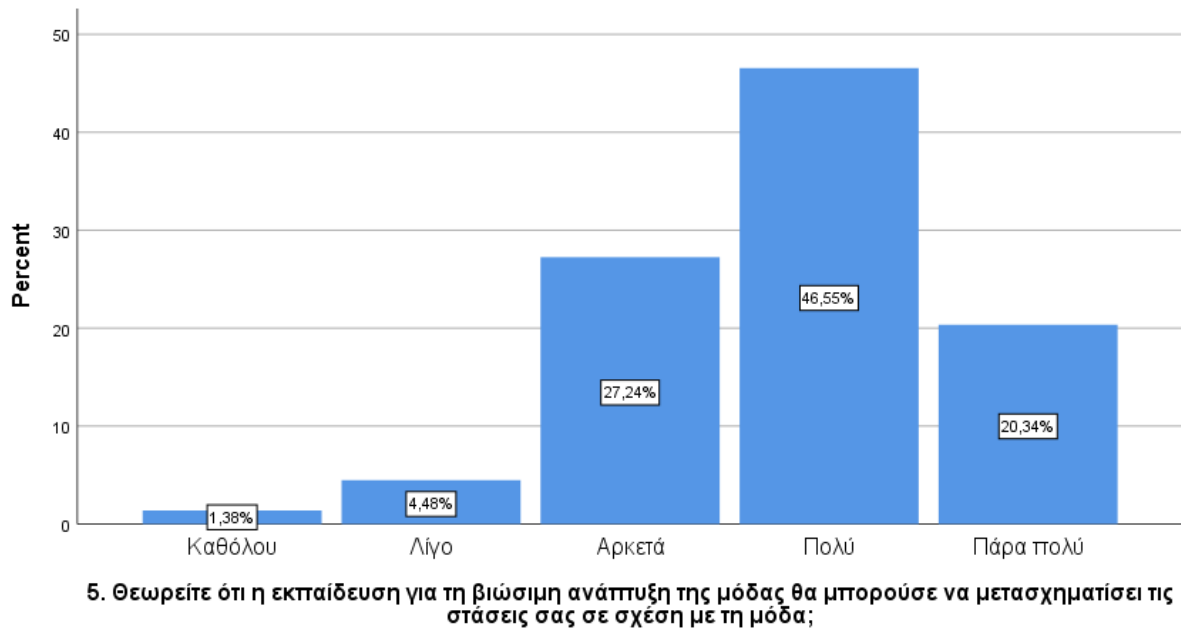
Διάγραμμα 80. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 3

Στην ερώτηση 4 σχετικά με το αν κρίνεται απαραίτητη η αναθεώρηση των κριτηρίων για την επιλογή των ρούχων σε σχέση με την αειφόρο ανάπτυξη της μόδας, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 81, όπου το 46,2% απάντησε «πολύ», το 26,9% «αρκετά», το 20% «πάρα πολύ», το 6,2% «λίγο» και μόνο το 0,7% «καθόλου».



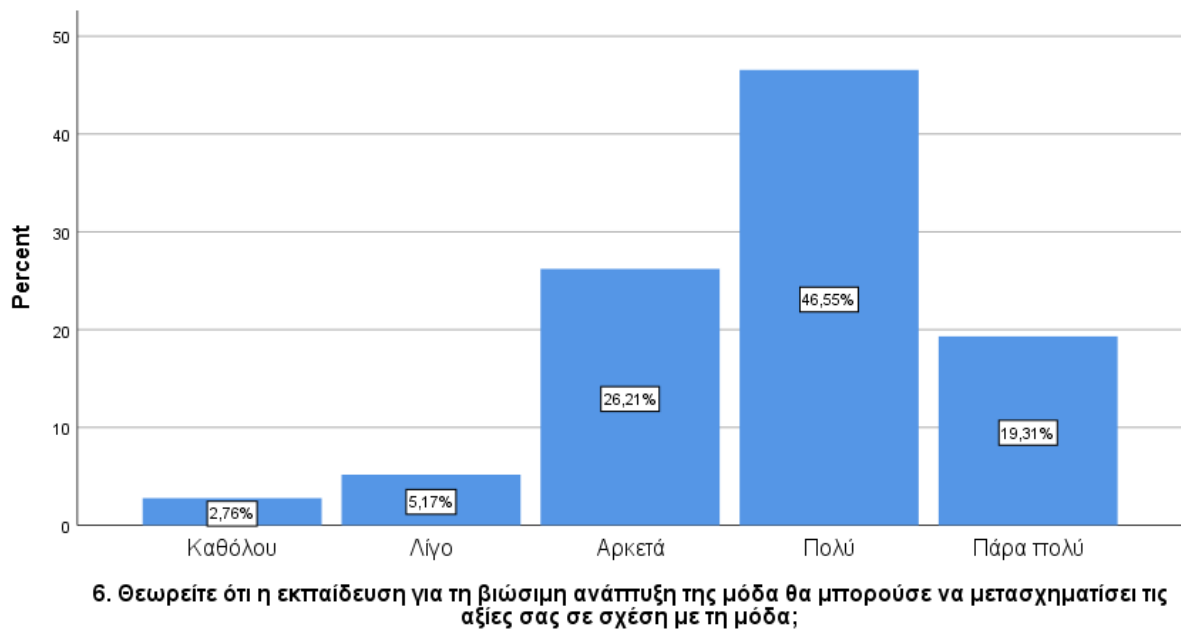
Διάγραμμα 81. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 4

Στην ερώτηση 5 σχετικά με το αν κάποιος θεωρεί ότι η εκπαίδευση για την αειφόρο ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να μετασχηματίσει τις στάσεις του σε σχέση με τη μόδα, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 82, όπου το 46,6% απάντησε «πολύ», το 27,2% «αρκετά», το 20,3% «πάρα πολύ», ενώ το 4,5% και το 1,4% «λίγο» και «καθόλου» αντίστοιχα.



Διάγραμμα 82. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 5

Στην ερώτηση 6 σχετικά με το αν η εκπαίδευση για την αειφόρο ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να μετασχηματίσει τις αξίες των ανθρώπων σε σχέση με τη μόδα, η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων φαίνεται στο διάγραμμα 83, όπου το 46,6% απάντησε «πολύ», το 19,3% «πάρα πολύ», το 26,2% «αρκετά», ενώ το 5,2% και το 2,8% «λίγο» και «καθόλου» αντίστοιχα.



Διάγραμμα 83. Η κατανομή των απαντήσεων των ερωτηθέντων στην ερώτηση 6

### **3. Αποτελέσματα Επαγωγικής Ανάλυσης**

Με βάση την δομή του παρόντος ερωτηματολογίου οι διαστάσεις των εξαρτημένων μεταβλητών μπορούν να διαχωριστούν σε:

- 1) γνώσεις σχετικά με τη σύνδεση της βιομηχανίας μόδας με τη ρύπανση του πλανήτη, η οποία εξετάστηκε με την αντίστοιχη κλίμακα Likert,
- 2) κριτήρια-στάσεις επιλογής ρούχων φιλικές προς το περιβάλλον, η οποία εξετάστηκε με την αντίστοιχη κλίμακα Likert και με τον έλεγχο αγοράς ρούχων από ανάγκη ή επιθυμία (5 ερωτήσεις ΝΑΙ/ΟΧΙ) και με την επίδραση της τιμής ρούχου στο κριτήριο επιλογής του βάσει οικολογικών χαρακτηριστικών (1 ερώτηση ΝΑΙ/ΟΧΙ),
- 3) ορθός τρόπος διαχείρισης ρούχων ως προς την αειφορία, ο οποίος εξετάστηκε με την αντίστοιχη κλίμακα Likert και την συναισθηματική διάσταση της ένδυσης (1 ερώτηση ΝΑΙ/ΟΧΙ),
- 4) κοινωνικός ρόλος της μόδας, η οποία εξετάστηκε με την αντίστοιχη κλίμακα Likert και
- 5) απόψεις για το αν ο γραμματισμός σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να αλλάξει στάσεις και αξίες, η οποία εξετάστηκε με την αντίστοιχη κλίμακα Likert και τον έλεγχο προγενέστερης γνώσης στις στάσεις απέναντι στη μόδα.

Αντίστοιχα, οι ανεξάρτητες μεταβλητές της παρούσας μελέτης ήταν το φύλο, η ηλικιακή κατηγορία και η επαγγελματική κατάσταση.

Για τον έλεγχο της επίδρασης του φύλου στις συνεχείς εξαρτημένες μεταβλητές (κλίμακες Likert) χρησιμοποιήθηκε η στατιστική δοκιμασία Student's t-test για ανεξάρτητα δείγματα. Για τον έλεγχο της επίδρασης της ηλικιακής ομάδας και της επαγγελματικής κατάστασης στις συνεχείς ανεξάρτητες μεταβλητές (κλίμακες Likert) χρησιμοποιήθηκε ανάλυση διακύμανσης με ένα παράγοντα (one-way ANOVA). Για τον έλεγχο της επίδρασης καθεμιάς ανεξάρτητης μεταβλητής στις αντίστοιχες κατηγορικές εξαρτημένες μεταβλητές χρησιμοποιήθηκαν πίνακες διπλής εισόδου (cross-tabulations) και οι επιμέρους κατανομές μεταξύ των επιπέδων των κατηγοριών εξετάστηκαν με την δοκιμασία chi-square ( $\chi^2$ ). Τέλος για τον έλεγχο της συσχέτισης μεταξύ των συνεχών ανεξάρτητων μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης κατά Pearson. Το μέγεθος των συσχετίσεων αξιολογήθηκε με τα κριτήρια του Cohen: ασήμαντο ( $<0.1$ ), μικρό (0.11-0.3), μέτριο (0.31-0.5), μεγάλο (0.51-0.70), πολύ μεγάλο (0.71-0.90) και σχεδόν τέλει (>0.90). Εξαιτίας του μεγάλου αριθμού ανεξάρτητων συσχετίσεων, επιλέξαμε να αξιολογήσουμε στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις τουλάχιστον μετρίου ( $r \geq 0.31$ ). Σε όλες τις συγκρίσεις το επίπεδο σημαντικότητας τέθηκε στο  $\alpha=0.05$ .

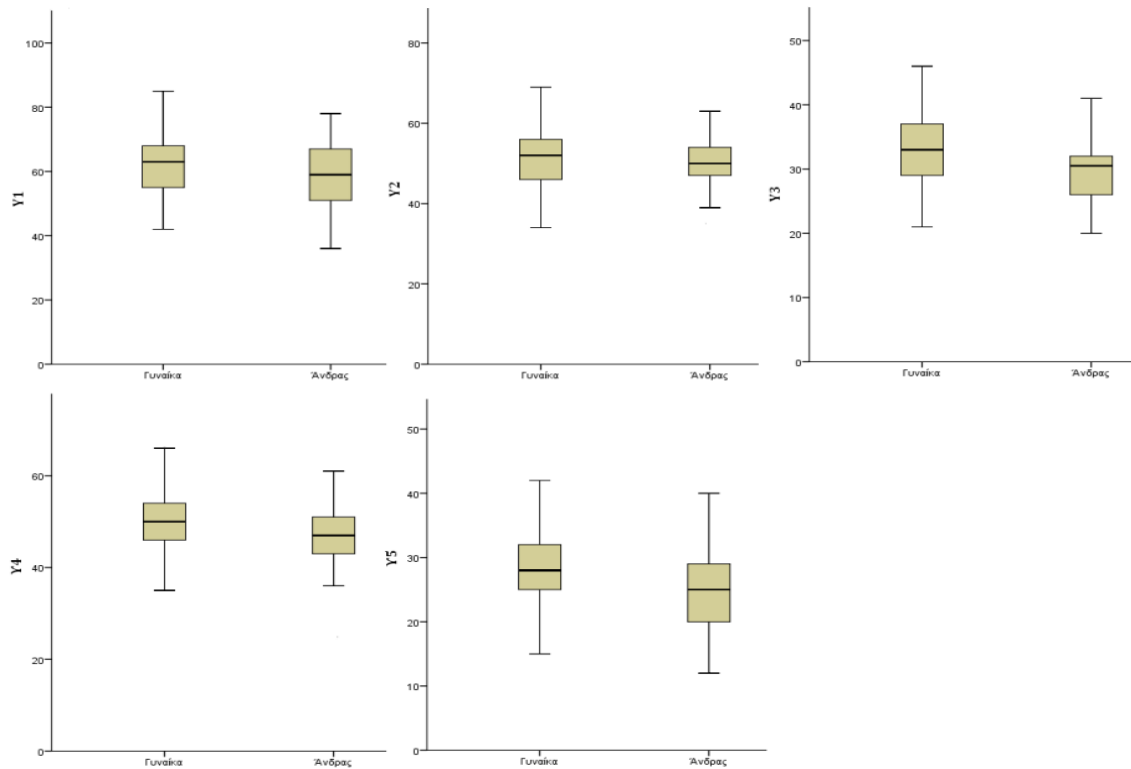
### 3.1 Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα της δοκιμασίας t-test για τον έλεγχο των διαφορών των επιπέδων γνώσεων σχετικά με α) τις γνώσεις για τη σύνδεση της βιομηχανίας μόδας με τη ρύπανση πλανήτη (Y<sub>1</sub>), β) τα κριτήρια επιλογής ρούχων φιλικών προς το περιβάλλον (Y<sub>2</sub>), γ) τους τρόπους διαχείρισης ρούχων ως προς την αειφορία (Y<sub>3</sub>), δ) του κοινωνικού ρόλου της μόδας (Y<sub>4</sub>) και ε) τις απόψεις για το αν ο γραμματισμός σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να αλλάξει στάσεις και αξίες (Y<sub>5</sub>) ως προς το φύλο παρατίθενται στον Πίνακα 1.

**Πίνακας 1.** Αποτελέσματα της δοκιμασίας t-test για τον έλεγχο των διαφορών των επιπέδων των κλιμάκων Y<sub>1</sub>, Y<sub>2</sub>, Y<sub>3</sub>, Y<sub>4</sub> και Y<sub>5</sub> μεταξύ γυναικών και ανδρών.

Παράμετρος	Γυναίκες		Ανδρες		T	p	Cohen's d
	MO	TA	MO	TA			
Y <sub>1</sub>	62,4	9,0	58,6	11,1	2,439	0,015	0,36
Y <sub>2</sub>	51,2	7,5	50,8	6,7	0,338	0,736	0,06
Y <sub>3</sub>	33,0	5,2	29,2	5,9	4,406	<0,001	0,68
Y <sub>4</sub>	50,1	6,1	47,2	7,7	2,830	0,005	0,42
Y <sub>5</sub>	28,4	5,7	25,0	6,5	3,569	<0,001	0,56

Από τον Πίνακα 1 προκύπτει ότι διαπιστώθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των 2 φύλων σε ό,τι αφορά α) τα επίπεδα γνώσεων σχετικά με τη σύνδεση βιομηχανίας μόδας-ρύπανση πλανήτη, β) τους τρόπους διαχείρισης ρούχων ως προς την αειφορία, γ) τον κοινωνικό ρόλο της μόδας και δ) για τις απόψεις για το αν ο γραμματισμός σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να αλλάξει στάσεις και αξίες, ενώ δεν διαπιστώθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ως προς τα κριτήρια επιλογής (Εικόνα 7).



Εικόνα 7. Box-plots για τα επίπεδα γνώσεων σχετικά με τη σύνδεση βιομηχανίας μόδας-ρύπανση πλανήτη, τρόπων διαχείρισης ρούχων ως προς την αειφορία, κοινωνικού ρόλου της μόδας και απόψεις για το αν ο γραμματισμός σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να αλλάξει στάσεις και αξίες, μεταξύ ανδρών και γυναικών.

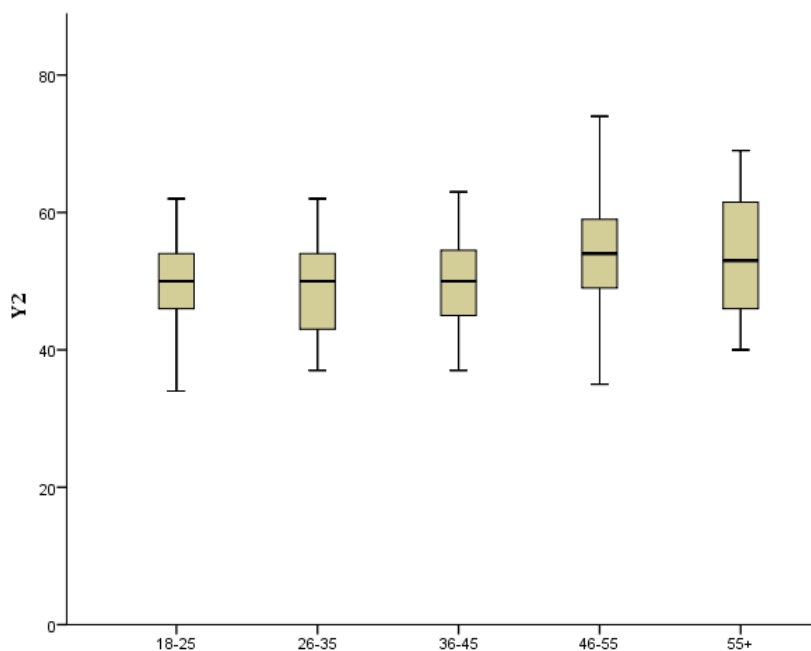
Τα αποτελέσματα της δοκιμασίας ανάλυσης διακύμανσης με ένα παράγοντα για τον έλεγχο των διαφορών των επιπέδων γνώσεων σχετικά με α) τις **γνώσεις** για τη σύνδεση της βιομηχανίας μόδας με τη ρύπανση πλανήτη ( $Y_1$ ), β) τα **κριτήρια** επιλογής ρούχων φιλικών προς το περιβάλλον ( $Y_2$ ), γ) τους **τρόπους διαχείρισης** ρούχων ως προς την αειφορία ( $Y_3$ ), δ) του κοινωνικού ρόλου της μόδας ( $Y_4$ ) και ε) **τις απόψεις** για το αν ο γραμματισμός σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να αλλάξει στάσεις και αξίες ( $Y_5$ ) ως προς την ηλικιακή ομάδα παρατίθενται στον Πίνακα 2.



**Πίνακας 2.** Αποτελέσματα της δοκιμασίας 1-way ANOVA για τον έλεγχο των διαφορών μεταξύ των κλιμάκων  $Y_1$ ,  $Y_2$ ,  $Y_3$ ,  $Y_4$  και  $Y_5$  μεταξύ των ηλικιακών ομάδων.

Παράμετρος	18-25		26-35		36-55		46-55		55+		F	p
	MO	TA	MO	TA	MO	TA	MO	TA	MO	TA		
$Y_1$	63,4	8,4	60,7	7,9	61,2	8,9	60,7	11,3	63,1	11,3	1,080	0,367
$Y_2$	49,8	6,6	48,9	7,2	50,4	7,1	54,2	7,1	53,5	9,2	6,022	0,001
$Y_3$	32,7	4,9	32,4	5,4	31,4	5,6	32,9	5,7	34,1	6,7	1,195	0,313
$Y_4$	48,5	5,4	49,8	6,2	50,0	6,0	49,9	7,8	51,9	6,9	1,229	0,299
$Y_5$	28,2	5,1	26,6	5,0	28,6	5,6	27,4	7,2	27,9	8,1	0,948	0,437

Από την ανάλυση διακύμανσης προκύπτει ότι **μόνο τα κριτήρια επιλογής ρούχων φιλικών προς το περιβάλλον παρουσιάζουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των ηλικιακών ομάδων**. Μετα-πειραματικές συγκρίσεις κατά Tukey ανέδειξαν στατιστικά σημαντικά υψηλότερα επίπεδα της κλίμακας  $Y_2$  για την ηλικιακή ομάδα 46-55 έναντι της ομάδας 18-25 ( $4,5 \pm 1,2$ ;  $p=0,001$ ), της ομάδας 26-35 ( $5,35 \pm 1,3$ ;  $p=0,001$ ) και της ηλικιακής ομάδας 36-45 ( $3,8 \pm 1,1$ ;  $p=0,008$ ), ενώ δεν υπήρχε καμιά άλλη διαφορά μεταξύ των ομάδων (Εικόνα 8).



*Εικόνα 8.* Box-plots για τα επίπεδα κριτηρίων επιλογής ρούχων φιλικών προς το περιβάλλον μεταξύ των ηλικιακών κατηγοριών.

Τα αποτελέσματα της δοκιμασίας ανάλυσης διακύμανσης με ένα παράγοντα για τον έλεγχο των διαφορών με α) τις **γνώσεις** για τη σύνδεση της βιομηχανίας μόδας με τη ρύπανση

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

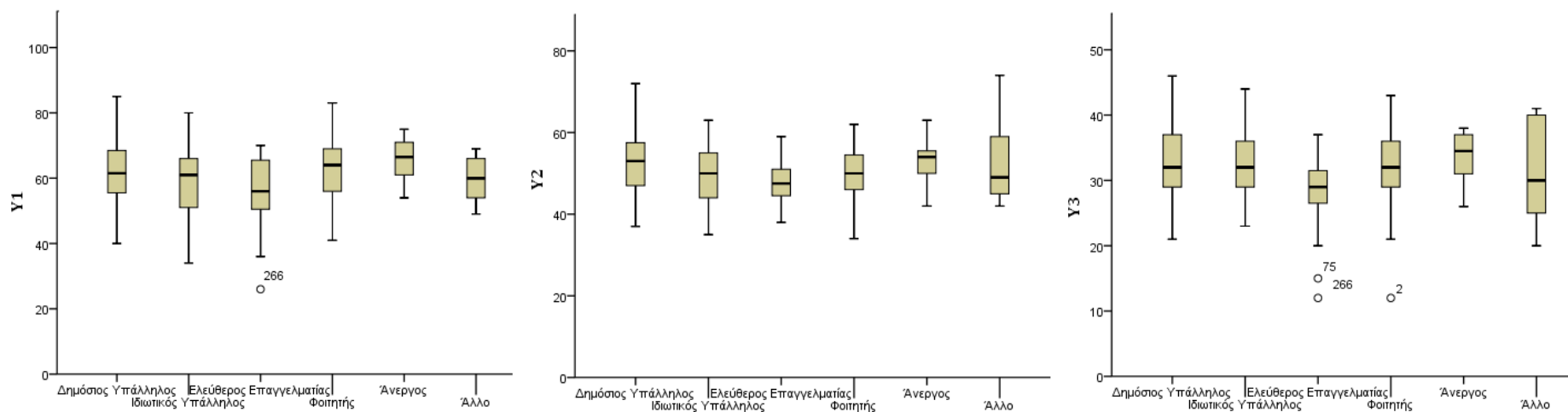
πλανήτη ( $Y_1$ ), β) τα **κριτήρια** επιλογής ρούχων φιλικών προς το περιβάλλον ( $Y_2$ ), γ) τους **τρόπους διαχείρισης** ρούχων ως προς την αειφορία ( $Y_3$ ), δ) του κοινωνικού ρόλου της μόδας ( $Y_4$ ) και ε) **τις απόψεις** για το αν ο γραμματισμός σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να αλλάξει στάσεις και αξίες ( $Y_5$ ) μεταξύ των επαγγελματικών ιδιοτήτων παρατίθενται στον Πίνακα 3.

Από την ανάλυση προκύπτει **ότι τα επίπεδα γνώσεων σχετικά με τη σύνδεση βιομηχανίας μόδας-ρύπανση πλανήτη ( $Y_1$ ), τα κριτήρια επιλογής ρούχων φιλικών προς το περιβάλλον ( $Y_2$ ), και των ορθών τρόπων διαχείρισης ρούχων ως προς την αειφορία ( $Y_3$ ) διαφέρουν στατιστικά σημαντικά μεταξύ των επαγγελματικών ιδιοτήτων.**

Πιο συγκεκριμένα μετα-πειραματικές συγκρίσεις κατά Tukey **ανέδειξαν στατιστικά σημαντικά χαμηλότερα επίπεδα σχετικά με τις γνώσεις για τη σύνδεση βιομηχανίας μόδας-ρύπανση πλανήτη ( $Y_1$ ) για τους ελεύθερους επαγγελματίες έναντι των φοιτητών ( $7,5 \pm 2,5$ ;  $p=0,044$ ) και των ανέργων ( $10,1 \pm 3,3$ ;  $p=0,028$ ). Επιπρόσθετα διαπιστώθηκαν στατιστικά σημαντικά χαμηλότερα επίπεδα στην κλίμακα για τα κριτήρια επιλογής ρούχων φιλικών προς το περιβάλλον ( $Y_2$ ) για τους ελεύθερους επαγγελματίες έναντι των ανέργων ( $6,1 \pm 2,5$ ;  $p=0,047$ ), καθώς και στατιστικά σημαντικά χαμηλότερα επίπεδα στην κλίμακα τρόπων διαχείρισης ρούχων ως προς την αειφορία ( $Y_3$ ) για τους ελεύθερους επαγγελματίες έναντι των δημοσίων υπαλλήλων ( $5,3 \pm 1,4$ ;  $p=0,003$ ), ιδιωτικών υπαλλήλων ( $5,3 \pm 1,6$ ;  $p=0,01$ ), φοιτητών ( $4,7 \pm 1,5$ ;  $p=0,024$ ) και ανέργων ( $6,2 \pm 1,9$ ;  $p=0,017$ ) (Εικόνα 8).**

**Πίνακας 3.** Αποτελέσματα της δοκιμασίας 1-way ANOVA για τον έλεγχο των διαφορών μεταξύ των κλιμάκων Y<sub>1</sub>, Y<sub>2</sub>, Y<sub>3</sub>, Y<sub>4</sub> και Y<sub>5</sub> μεταξύ των επαγγελματικών ιδιοτήτων.

Παράμετρος	ΔΥ		IY		EE		Φοιτητής		Άνεργος		Άλλο		F	p
	MO	TA	MO	TA	MO	TA	MO	TA	MO	TA	MO	TA		
Y <sub>1</sub>	61,8	9,5	60,1	10,0	55,7	12,2	63,2	8,7	65,8	6,1	59,3	6,7	2,722	0,022
Y <sub>2</sub>	52,3	7,5	49,3	7,4	48,2	6,0	50,0	6,5	54,3	7,2	51,9	10,1	2,784	0,018
Y <sub>3</sub>	32,9	5,3	32,9	5,1	27,6	6,7	32,2	5,5	33,8	3,6	31,1	8,0	3,175	0,008
Y <sub>4</sub>	50,4	7,1	47,9	5,8	50,4	5,1	48,4	5,8	52,2	5,6	51,0	5,9	2,346	0,071
Y <sub>5</sub>	28,1	6,5	27,5	5,6	28,4	6,0	27,7	5,0	27,9	5,3	26,4	8,2	0,215	0,956



Εικόνα 9. Box-plots για τα επίπεδα των κλιμάκων Y<sub>1</sub>, Y<sub>2</sub> και Y<sub>3</sub> μεταξύ των επαγγελματικών ιδιοτήτων

Τα αποτελέσματα των πινάκων διπλής εισόδου για την συσχέτιση του φύλου ως προς τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων παρουσιάζονται στους Πίνακες 4-8.

**Πίνακας 4.** Συσχέτιση του φύλου με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 1)

			1.Φύλο		Total
			Γυναίκα	Ανδρας	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν το παλιό έχει φθαρεί σημαντικά ]	Ναι	Count	112 <sup>a</sup>	30 <sup>b</sup>	142
		% within 1.Φύλο	46,3%	65,2%	49,3%
	Όχι	Count	130 <sup>a</sup>	16 <sup>b</sup>	146
		% within 1.Φύλο	53,7%	34,8%	50,7%
Total		Count	242	46	288
		% within 1.Φύλο	100,0%	100,0%	100,0%

**Πίνακας 5.** Συσχέτιση του φύλου με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 2)

			1.Φύλο		Total
			Γυναίκα	Ανδρας	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν βαριέστε τα παλιά σας ρούχα ]	Ναι	Count	163 <sup>a</sup>	21 <sup>b</sup>	184
		% within Φύλο	66,8%	45,7%	63,4%
	Όχι	Count	81 <sup>a</sup>	25 <sup>b</sup>	106
		% within 1.Φύλο	33,2%	54,3%	36,6%
Total		Count	244	46	290
		% within 1.Φύλο	100,0%	100,0%	100,0%

**Πίνακας 6.** Συσχέτιση του φύλου με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 3)

			1.Φύλο		Total
			Γυναίκα	Ανδρας	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν το έχετε πραγματικά ανάγκη]	Ναι	Count	143 <sup>a</sup>	31 <sup>a</sup>	174
		% within 1.Φύλο	58,6%	67,4%	60,0%
	Όχι	Count	101 <sup>a</sup>	15 <sup>a</sup>	116
		% within 1.Φύλο	41,4%	32,6%	40,0%
Total		Count	244	46	290
		% within 1.Φύλο	100,0%	100,0%	100,0%

**Πίνακας 7.** Συσχέτιση του φύλου με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 4)

			1.Φύλο		Total
			Γυναίκα	Ανδρας	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν οι νέες τάσεις μόδας βγαίνουν στην αγορά]	Ναι	Count	59 <sup>a</sup>	9 <sup>a</sup>	68
		% within 1.Φύλο	24,2%	19,6%	23,4%
	Όχι	Count	185 <sup>a</sup>	37 <sup>a</sup>	222
		% within 1.Φύλο	75,8%	80,4%	76,6%
Total		Count	244	46	290
		% within 1.Φύλο	100,0%	100,0%	100,0%

**Πίνακας 8.** Συσχέτιση του φύλου με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 5)

			1. Φύλο		Total
			Γυναίκα	Ανδρας	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Περιμένετε τις εκπτώσεις για να αγοράσετε ένα φιλικό προς περιβάλλον ακριβό ρούχο παρά να ψωνίσετε ένα φθηνό αμφιβόλου φιλικότητας προς το περιβάλλον]	Ναι	Count	149 <sub>a</sub>	31 <sub>a</sub>	180
		% within 1. Φύλο	61,1%	67,4%	62,1%
	Όχι	Count	95 <sub>a</sub>	15 <sub>a</sub>	110
		% within 1. Φύλο	38,9%	32,6%	37,9%
Total		Count	244	46	290
		% within 1. Φύλο	100,0%	100,0%	100,0%

Η ανάλυση ανέδειξε στατιστικά σημαντικά διαφορετική κατανομή θετικών-αρνητικών απαντήσεων μεταξύ των δύο φύλων για την ερώτηση 1 ( $\chi^2=5,545$ ;  $df=1$ ;  $p=0,014$ ) και την ερώτηση 2 ( $\chi^2=7,466$ ;  $df=1$ ;  $p=0,006$ ).

Τα αποτελέσματα των πινάκων διπλής εισόδου για την επίδραση της ηλικιακής ομάδας σχετικά με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων παρουσιάζονται στους Πίνακες 9-13.

**Πίνακας 9.** Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 1)

			2. Ηλικία					Total
			18-25	26-35	36-45	46-55	55+	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν το παλιό έχει φθαρεί σημαντικά]	Ναι	Count	52 <sub>a</sub>	23 <sub>a, b</sub>	32 <sub>b</sub>	29 <sub>b</sub>	6 <sub>b</sub>	142
		% within 2. Ηλικία	68,4%	51,1%	41,0%	39,2%	40,0%	49,3%
	Όχι	Count	24 <sub>a</sub>	22 <sub>a, b</sub>	46 <sub>b</sub>	45 <sub>b</sub>	9 <sub>b</sub>	146
		% within 2. Ηλικία	31,6%	48,9%	59,0%	60,8%	60,0%	50,7%
Total		Count	76	45	78	74	15	288
		% within 2. Ηλικία	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Πίνακας 10.** Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 2)

			2. Ηλικία					Total
			18-25	26-35	36-45	46-55	55+	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν βαριέστε τα παλιά σας ρούχα]	Ναι	Count	46 <sub>a</sub>	31 <sub>a</sub>	55 <sub>a</sub>	44 <sub>a</sub>	8 <sub>a</sub>	184
		% within 2. Ηλικία	60,5%	68,9%	69,6%	58,7%	53,3%	63,4%
	Όχι	Count	30 <sub>a</sub>	14 <sub>a</sub>	24 <sub>a</sub>	31 <sub>a</sub>	7 <sub>a</sub>	106
		% within 2. Ηλικία	39,5%	31,1%	30,4%	41,3%	46,7%	36,6%
Total		Count	76	45	79	75	15	290
		% within 2. Ηλικία	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Πίνακας 11.** Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων  
(Ερ. 3)

			2. Ηλικία					Total
			18-25	26-35	36-45	46-55	55+	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν το έχετε πραγματικά ανάγκη]	Ναι	Count	44 <sub>a</sub>	28 <sub>a</sub>	45 <sub>a</sub>	47 <sub>a</sub>	10 <sub>a</sub>	174
		% within 2. Ηλικία	57,9%	62,2%	57,0%	62,7%	66,7%	60,0%
	Όχι	Count	32 <sub>a</sub>	17 <sub>a</sub>	34 <sub>a</sub>	28 <sub>a</sub>	5 <sub>a</sub>	116
		% within 2. Ηλικία	42,1%	37,8%	43,0%	37,3%	33,3%	40,0%
Total		Count	76	45	79	75	15	290
		% within 2. Ηλικία	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Πίνακας 12.** Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων  
(Ερ. 4)

			2. Ηλικία					Total
			18-25	26-35	36-45	46-55	55+	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν οι νέες τάσεις μόδας βγαίνουν στην αγορά]	Ναι	Count	29 <sub>a</sub>	5 <sub>b</sub>	19 <sub>a, b</sub>	13 <sub>b</sub>	2 <sub>a, b</sub>	68
		% within 2. Ηλικία	38,2%	11,1%	24,1%	17,3%	13,3%	23,4%
	Όχι	Count	47 <sub>a</sub>	40 <sub>b</sub>	60 <sub>a, b</sub>	62 <sub>b</sub>	13 <sub>a, b</sub>	222
		% within 2. Ηλικία	61,8%	88,9%	75,9%	82,7%	86,7%	76,6%
Total		Count	76	45	79	75	15	290
		% within 2. Ηλικία	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Πίνακας 13.** Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων  
(Ερ. 5)

			2. Ηλικία					Total
			18-25	26-35	36-45	46-55	55+	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Περιμένετε τις εκπτώσεις για να αγοράσετε ένα φιλικό προς περιβάλλον ακριβό ρούχο παρά να ψωνίσετε ένα φθηνό αμφιβόλου φιλικότητας προς το περιβάλλον]	Ναι	Count	47 <sub>a, b</sub>	20 <sub>b</sub>	50 <sub>a</sub>	51 <sub>a</sub>	12 <sub>a</sub>	180
		% within 2. Ηλικία	61,8%	44,4%	63,3%	68,0%	80,0%	62,1%
	Όχι	Count	29 <sub>a, b</sub>	25 <sub>b</sub>	29 <sub>a</sub>	24 <sub>a</sub>	3 <sub>a</sub>	110
		% within 2. Ηλικία	38,2%	55,6%	36,7%	32,0%	20,0%	37,9%
Total		Count	76	45	79	75	15	290
		% within 2. Ηλικία	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Από την ανάλυση των Πινάκων προκύπτει ότι η κατανομή θετικών-αρνητικών απαντήσεων στην Ερώτηση 1 διαφέρει στατιστικά σημαντικά στην ομάδα 18-25 ετών έναντι των ομάδων 36-45, 46-55 και 55+ ετών ( $\chi^2=16,858$ ;  $df=4$ ;  $p=0,002$ ), ενώ στην Ερώτηση 4 παρατηρείται στατιστικά σημαντική διαφορά για την ομάδα 18-25 έναντι των ομάδων 26-35 και 46-55 ετών ( $\chi^2=15,410$ ;  $df=4$ ;  $p=0,004$ ).

Τα αποτελέσματα των πινάκων διπλής εισόδου για την συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων παρουσιάζονται στους Πίνακες 14-18.

**Πίνακας 14.** Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 1)

			3. Επαγγελματική Ιδιότητα						Total	
			Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Φοιτητής	Άνεργος	Άλλο		
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν το παλιό έχει φθαρεί σημαντικά ]	Ναι	Count	54 <sub>a</sub>	17 <sub>a</sub>	8 <sub>a, b</sub>	53 <sub>b</sub>	4 <sub>a</sub>	6 <sub>a, b</sub>	142	
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	41,5%	37,8%	50,0%	74,6%	25,0%	60,0%	49,3%	
	Όχι	Count	76 <sub>a</sub>	28 <sub>a</sub>	8 <sub>a, b</sub>	18 <sub>b</sub>	12 <sub>a</sub>	4 <sub>a, b</sub>	146	
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	58,5%	62,2%	50,0%	25,4%	75,0%	40,0%	50,7%	
Total			Count	130	45	16	71	16	10	288
			% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Πίνακας 15.** Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 2)

			3. Επαγγελματική Ιδιότητα						Total	
			Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Φοιτητής	Άνεργος	Άλλο		
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν βαριέστε τα παλιά σας ρούχα ]	Ναι	Count	87 <sub>a</sub>	31 <sub>a</sub>	9 <sub>a</sub>	39 <sub>a</sub>	11 <sub>a</sub>	7 <sub>a</sub>	184	
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	65,9%	68,9%	56,2%	54,9%	68,8%	70,0%	63,4%	
	Όχι	Count	45 <sub>a</sub>	14 <sub>a</sub>	7 <sub>a</sub>	32 <sub>a</sub>	5 <sub>a</sub>	3 <sub>a</sub>	106	
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	34,1%	31,1%	43,8%	45,1%	31,2%	30,0%	36,6%	
Total			Count	132	45	16	71	16	10	290
			% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



**Πίνακας 16.** Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 3)

			3. Επαγγελματική Ιδιότητα						Total
			Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Φοιτητής	Άνεργος	Άλλο	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν το έχετε πραγματικά ανάγκη]	Ναι	Count	82 <sub>a</sub>	24 <sub>a</sub>	8 <sub>a</sub>	43 <sub>a</sub>	10 <sub>a</sub>	7 <sub>a</sub>	174
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	62,1%	53,3%	50,0%	60,6%	62,5%	70,0%	60,0%
	Όχι	Count	50 <sub>a</sub>	21 <sub>a</sub>	8 <sub>a</sub>	28 <sub>a</sub>	6 <sub>a</sub>	3 <sub>a</sub>	116
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	37,9%	46,7%	50,0%	39,4%	37,5%	30,0%	40,0%
Total		Count	132	45	16	71	16	10	290
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Πίνακας 17.** Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 4)

			3. Επαγγελματική Ιδιότητα						Total
			Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Φοιτητής	Άνεργος	Άλλο	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Όταν οι νέες τάσεις μόδας βγαίνουν στην αγορά]	Ναι	Count	23 <sub>a</sub>	11 <sub>a, b</sub>	5 <sub>a, b</sub>	26 <sub>b</sub>	1 <sub>a</sub>	2 <sub>a, b</sub>	68
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	17,4%	24,4%	31,2%	36,6%	6,2%	20,0%	23,4%
	Όχι	Count	109 <sub>a</sub>	34 <sub>a, b</sub>	11 <sub>a, b</sub>	45 <sub>b</sub>	15 <sub>a</sub>	8 <sub>a, b</sub>	222
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	82,6%	75,6%	68,8%	63,4%	93,8%	80,0%	76,6%
Total		Count	132	45	16	71	16	10	290

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

	% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
--	------------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

**Πίνακας 18.** Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με τα κριτήρια επιλογής και αγοράς ρούχων (Ερ. 5)

			3. Επαγγελματική Ιδιότητα						Total
			Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Φοιτητής	Άνεργος	Άλλο	
3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο [Περιμένετε τις εκπτώσεις για να αγοράσετε ένα φιλικό προς περιβάλλον ακριβό ρούχο παρά να ψωνίσετε ένα φθηνό αμφιβόλου φιλικότητας προς το περιβάλλον]	Ναι	Count	84 <sub>a</sub>	27 <sub>a</sub>	12 <sub>a</sub>	43 <sub>a</sub>	10 <sub>a</sub>	4 <sub>a</sub>	180
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	63,6%	60,0%	75,0%	60,6%	62,5%	40,0%	62,1%
	Όχι	Count	48 <sub>a</sub>	18 <sub>a</sub>	4 <sub>a</sub>	28 <sub>a</sub>	6 <sub>a</sub>	6 <sub>a</sub>	110
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	36,4%	40,0%	25,0%	39,4%	37,5%	60,0%	37,9%
Total		Count	132	45	16	71	16	10	290
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

Από την ανάλυση των Πινάκων προκύπτει ότι η κατανομή θετικών-αρνητικών απαντήσεων στην Ερώτηση 1 διαφέρει στατιστικά σημαντικά για την ομάδα των φοιτητών έναντι των δημοσίων υπαλλήλων, ιδιωτικών υπαλλήλων και ανέργων ( $\chi^2=28,015$ ;  $df=5$ ;  $p=0,001$ ), ενώ στην Ερώτηση 4 παρατηρείται στατιστικά σημαντική διαφορά για την ομάδα των φοιτητών έναντι των δημοσίων υπαλλήλων και ανέργων ( $\chi^2=12,801$ ;  $df=5$ ;  $p=0,025$ ).

Τα αποτελέσματα του πίνακα διπλής εισόδου για την συσχέτιση του φύλου στον τρόπο διαχείρισης ρούχων σε σχέση με την αειφορία παρουσιάζονται στον Πίνακα 19.

**Πίνακας 19.** Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με τον τρόπο διαχείρισης ρούχων σε σχέση με την αειφορία

		1.Φύλο		Total	
		Γυναίκα	Ανδρας		
1. Όταν ένα αγαπημένο σας ρούχο αρχίζει να φθείρεται:	Το επιδιορθώνετε για να συνεχίσετε να το φοράτε	Count	108 <sub>a</sub>	23 <sub>a</sub>	131
		% within 1.Φύλο	44,3%	50,0%	45,2%
	Το πετάτε	Count	9 <sub>a</sub>	3 <sub>a</sub>	12
		% within 1.Φύλο	3,7%	6,5%	4,1%
	Το χαρίζετε	Count	86 <sub>a</sub>	9 <sub>b</sub>	95
		% within 1.Φύλο	35,2%	19,6%	32,8%
	Συνεχίζετε να το φοράτε μέχρι να φθαρεί εντελώς	Count	41 <sub>a</sub>	11 <sub>a</sub>	52
		% within 1.Φύλο	16,8%	23,9%	17,9%
Total		Count	244	46	290
		% within 1.Φύλο	100,0%	100,0%	100,0%

Η ανάλυση δεν ανέδειξε στατιστικά σημαντικά διαφορετική κατανομή για τα διαφορετικά επίπεδα απαντήσεων μεταξύ των δύο φύλων ( $\chi^2=5,029$ ;  $df=3$ ;  $p=0,170$ ).

Τα αποτελέσματα του πίνακα διπλής εισόδου για την επίδραση της ηλικιακής ομάδας στον τρόπο διαχείρισης ρούχων σε σχέση με την αειφορία παρουσιάζονται στον Πίνακα 20.

**Πίνακας 20.** Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με τον τρόπο διαχείρισης ρούχων σε σχέση με την αειφορία

			2. Ηλικία					Total
			18-25	26-35	36-45	46-55	55+	
1. Όταν ένα αγαπημένο σας ρούχο αρχίζει να φθείρεται:	Το επιδιορθώνετε για να συνεχίσετε να το φοράτε	Count	33 <sub>a</sub>	27 <sub>a</sub>	32 <sub>a</sub>	32 <sub>a</sub>	7 <sub>a</sub>	131
		% within 2. Ηλικία	43,4%	60,0%	40,5%	42,7%	46,7%	45,2%
	Το πετάτε	Count	2 <sub>a</sub>	1 <sub>a</sub>	5 <sub>a</sub>	3 <sub>a</sub>	1 <sub>a</sub>	12
		% within 2. Ηλικία	2,6%	2,2%	6,3%	4,0%	6,7%	4,1%
	Το χαρίζετε	Count	22 <sub>a</sub>	10 <sub>a</sub>	31 <sub>a</sub>	28 <sub>a</sub>	4 <sub>a</sub>	95
		% within 2. Ηλικία	28,9%	22,2%	39,2%	37,3%	26,7%	32,8%
	Συνεχίζετε να το φοράτε μέχρι να φθαρεί εντελώς	Count	19 <sub>a</sub>	7 <sub>a</sub>	11 <sub>a</sub>	12 <sub>a</sub>	3 <sub>a</sub>	52
		% within 2. Ηλικία	25,0%	15,6%	13,9%	16,0%	20,0%	17,9%
	Total	Count	76	45	79	75	15	290
		% within 2. Ηλικία	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Από την ανάλυση δεν διαπιστώθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στην κατανομή για τα διαφορετικά επίπεδα απαντήσεων μεταξύ των ηλικιακών ομάδων ( $\chi^2=11,385$ ;  $df=12$ ;  $p=0,496$ ).

Τα αποτελέσματα του πίνακα διπλής εισόδου για την συσχέτιση της επαγγελματικής κατάστασης στον τρόπο διαχείρισης ρούχων σε σχέση με την αειφορία παρουσιάζονται στον Πίνακα 21.

**Πίνακας 21.** Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με τον τρόπο διαχείρισης ρούχων σε σχέση με την αιεφορία

		3. Επαγγελματική Ιδιότητα						Total	
		Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Φοιτητής	Άνεργος	Άλλο		
1. Όταν ένα αγαπημένο σας ρούχο αρχίζει να φθείρεται:	Το επιδιορθώνετε για να συνεχίσετε να το φοράτε	Count	61 <sub>a</sub>	19 <sub>a</sub>	5 <sub>a</sub>	34 <sub>a</sub>	8 <sub>a</sub>	4 <sub>a</sub>	131
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	46,2%	42,2%	31,2%	47,9%	50,0%	40,0%	45,2%
	Το πετάτε	Count	6 <sub>a</sub>	1 <sub>a</sub>	0 <sub>a</sub>	3 <sub>a</sub>	1 <sub>a</sub>	1 <sub>a</sub>	12
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	4,5%	2,2%	0,0%	4,2%	6,2%	10,0%	4,1%
	Το χαρίζετε	Count	46 <sub>a</sub>	18 <sub>a</sub>	7 <sub>a</sub>	16 <sub>a</sub>	4 <sub>a</sub>	4 <sub>a</sub>	95
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	34,8%	40,0%	43,8%	22,5%	25,0%	40,0%	32,8%
	Συνεχίζετε να το φοράτε μέχρι να φθαρεί εντελώς	Count	19 <sub>a</sub>	7 <sub>a</sub>	4 <sub>a</sub>	18 <sub>a</sub>	3 <sub>a</sub>	1 <sub>a</sub>	52
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	14,4%	15,6%	25,0%	25,4%	18,8%	10,0%	17,9%
	Total	Count	132	45	16	71	16	10	290
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Από την ανάλυση δεν διαπιστώθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στην κατανομή για τα διαφορετικά επίπεδα απαντήσεων μεταξύ των επαγγελματικών ιδιοτήτων ( $\chi^2=11,433$ ;  $df=15$ ;  $p=0,721$ ).

Τα αποτελέσματα του πίνακα διπλής εισόδου για την συσχέτιση του φύλου με την εκπαίδευση για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας ως νέα στάσης ζωής παρουσιάζονται στον Πίνακα 22.

**Πίνακας 22.** Συσχέτιση του φύλου με τον γραμματισμό για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας ως νέα στάσης ζωής

			1. Φύλο		Total
			Γυναίκα	Άνδρας	
2. Σε όλη τη διάρκεια της μαθησιακής σας εμπειρίας έχετε διδαχτεί κάποιο εκπαιδευτικό υλικό σχετικά με στάσεις απέναντι στη μόδα;	Ναι	Count	43 <sub>a</sub>	6 <sub>a</sub>	49
		% within 1. Φύλο	17,6%	13,0%	16,9%
	Όχι	Count	185 <sub>a</sub>	38 <sub>a</sub>	223
		% within 1. Φύλο	75,8%	82,6%	76,9%
	Δεν γνωρίζω	Count	16 <sub>a</sub>	2 <sub>a</sub>	18
		% within 1. Φύλο	6,6%	4,3%	6,2%
Total		Count	244	46	290
		% within 1. Φύλο	100,0%	100,0%	100,0%

Από την ανάλυση δεν ανεδείχθησαν στατιστικά σημαντικά διαφορετικές κατανομές θετικών-αρνητικών απαντήσεων μεταξύ των δύο φύλων.

Τα αποτελέσματα του πίνακα διπλής εισόδου για την συσχέτιση γραμματισμού για βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας ως νέα στάσης ζωής παρουσιάζονται στον Πίνακα 23.

**Πίνακας 23.** Συσχέτιση της ηλικιακής ομάδας με την εκπαίδευση για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας ως νέα στάσης ζωής

			2. Ηλικία					Total
			18-25	26-35	36-45	46-55	55+	
2. Σε όλη τη διάρκεια της μαθησιακής σας εμπειρίας έχετε διδαχτεί κάποιο εκπαιδευτικό υλικό σχετικά με στάσεις απέναντι στη μόδα;	Ναι	Count	27 <sub>a</sub>	8 <sub>b</sub>	9 <sub>b, c</sub>	3 <sub>c</sub>	2 <sub>a, b, c</sub>	49
		% within 2. Ηλικία	35,5%	17,8%	11,4%	4,0%	13,3%	16,9%
	Όχι	Count	41 <sub>a</sub>	35 <sub>b</sub>	65 <sub>b</sub>	70 <sub>c</sub>	12 <sub>a, b, c</sub>	223
		% within 2. Ηλικία	53,9%	77,8%	82,3%	93,3%	80,0%	76,9%
	Δεν γνωρίζω	Count	8 <sub>a</sub>	2 <sub>a</sub>	5 <sub>a</sub>	2 <sub>a</sub>	1 <sub>a</sub>	18
		% within 2. Ηλικία	10,5%	4,4%	6,3%	2,7%	6,7%	6,2%
Total		Count	76	45	79	75	15	290
		% within 2. Ηλικία	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Από την ανάλυση διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορετική κατανομή θετικών-αρνητικών απαντήσεων στην ηλικιακή ομάδα 18-25 έναντι της ομάδας 26-35 και 36-45 ( $\chi^2=36,736$ ;  $df=8$ ;  $p=0,001$ ).

Τα αποτελέσματα του πίνακα διπλής εισόδου για την επίδραση της επαγγελματικής κατάστασης στην συμβολή της εκπαίδευσης για τη βιώσιμης ανάπτυξης της μόδας ως νέα στάσης ζωής παρουσιάζονται στον Πίνακα24.

**Πίνακας 24.** Συσχέτιση της επαγγελματικής ιδιότητας με την εκπαίδευση για τη βιώσιμη ανάπτυξης της μόδας ως νέα στάσης ζωής

			3. Επαγγελματική Ιδιότητα						Total	
			Δημόσιος Υπάλληλος	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Φοιτητής	Άνεργος	Άλλο		
2. Σε όλη τη διάρκεια της μαθησιακής σας εμπειρίας έχετε διδαχτεί κάποιο εκπαιδευτικό υλικό σχετικά με στάσεις απέναντι στη μόδα;	Ναι	Count	9 <sup>a</sup>	7 <sup>a, b</sup>	2 <sup>a, b, c</sup>	26 <sup>c</sup>	4 <sup>b, c</sup>	1 <sup>a, b, c</sup>	49	
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	6,8%	15,6%	12,5%	36,6%	25,0%	10,0%	16,9%	
	Όχι	Count	118 <sup>a</sup>	36 <sup>a, b</sup>	12 <sup>a, b, c</sup>	37 <sup>c</sup>	11 <sup>b, c</sup>	9 <sup>a, b</sup>	223	
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	89,4%	80,0%	75,0%	52,1%	68,8%	90,0%	76,9%	
	Δεν γνωρίζω	Count	5 <sup>a</sup>	2 <sup>a, b</sup>	2 <sup>a, b</sup>	8 <sup>b</sup>	1 <sup>a, b</sup>	0 <sup>a, b</sup>	18	
		% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	3,8%	4,4%	12,5%	11,3%	6,2%	0,0%	6,2%	
Total			Count	132	45	16	71	16	10	290
			% within 3. Επαγγελματική Ιδιότητα	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



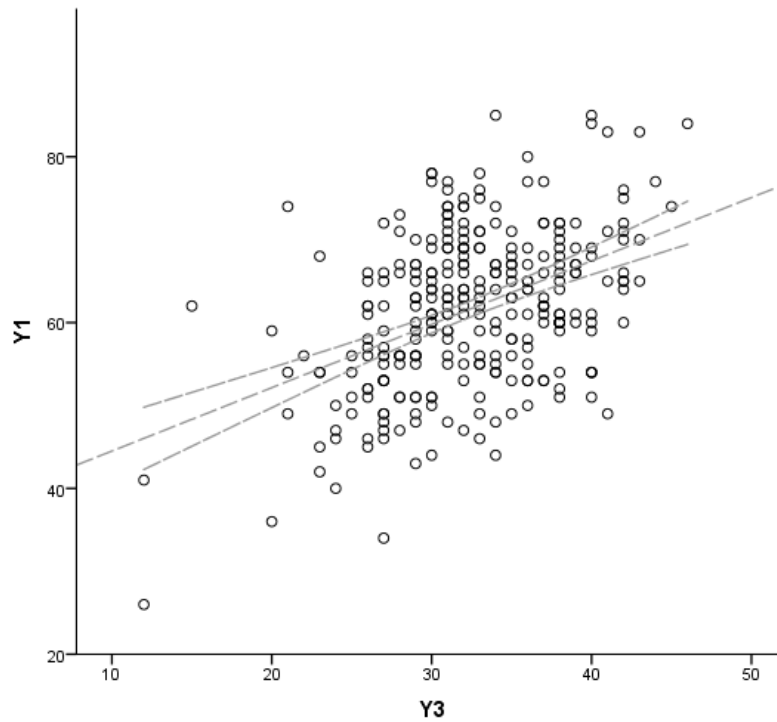
Από την ανάλυση διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορετική κατανομή θετικών-αρνητικών απαντήσεων για τους φοιτητές έναντι των δημοσίων και ιδιωτικών υπαλλήλων ( $\chi^2=40,234$ ;  $df=10$ ;  $p=0,001$ ).

Το matrix συσχετίσεων μεταξύ των κλιμάκων  $Y_1$ ,  $Y_2$ ,  $Y_3$ ,  $Y_4$  και  $Y_5$  παρουσιάζεται στον Πίνακα 25

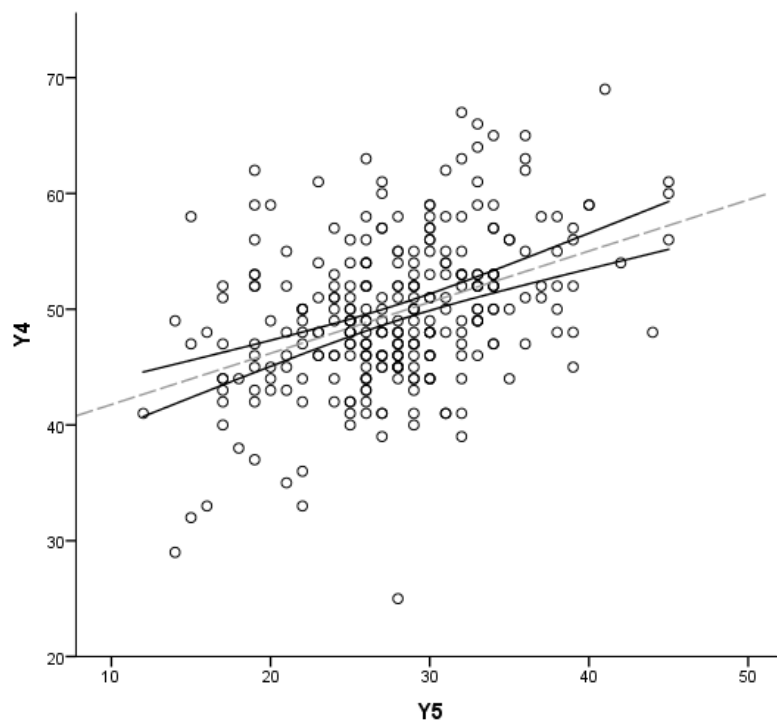
**Πίνακας 25.** Συντελεστές συσχέτισης κατά Pearson μεταξύ των κλιμάκων της παρούσας μελέτης. Λόγω του μεγάλου αριθμού συσχετίσεων, αξιολογήθηκαν οι στατιστικά σημαντικές τουλάχιστον μετρίου μεγέθους ( $r \geq 0,31$ , σκιασμένα τετράγωνα).

	$Y_1$	$Y_2$	$Y_3$	$Y_4$	$Y_5$
$Y_1$	1	0.25, $p < 0.001^{**}$	0.45, $p < 0.001^{**}$	0.19, $p = 0.001^*$	0.21, $p = 0.001^*$
$Y_2$		1	0.39, $p < 0.001^{**}$	0.33, $p < 0.001^{**}$	0.33, $p < 0.001^{**}$
$Y_3$			1	0.30, $p < 0.001^{**}$	0.19, $p = 0.002^*$
$Y_4$				1	0.41, $p < 0.001^{**}$
$Y_5$					1

Από την ανάλυση διαπιστώθηκε μια στατιστικά σημαντική μέτρια συσχέτιση μεταξύ των κλιμάκων  $Y_1$ - $Y_3$  (Εικόνα 10) καθώς και μια στατιστικά σημαντική μέτρια συσχέτιση μεταξύ των κλιμάκων  $Y_4$ - $Y_5$  (Εικόνα 11). Η κλίμακα  $Y_2$  παρουσίασε τις περισσότερες συσχετίσεις (μέτριες, στατιστικά σημαντικές).



Εικόνα 10. Συσχέτιση μεταξύ των κλιμάκων  $Y_1$  και  $Y_3$ .



Εικόνα 11. Συσχέτιση μεταξύ των κλιμάκων  $Y_4$  και  $Y_5$ .

## **Συμπεράσματα-Προτάσεις**

Στην παρούσα έρευνα διερευνήθηκε η σχέση που υπάρχει μεταξύ του γραμματισμού της μόδας και της βιώσιμης ανάπτυξης της μόδας. Προέκυψαν αρκετά σημαντικά στοιχεία που καθιστούν την παρούσα έρευνα σημαντική στο πεδίο της εκπαίδευσης και των επιστημών του περιβάλλοντος.

Λόγοι όπως ο υπερκαταναλωτισμός, η αειφόρος ανάπτυξης, τα υψηλά επίπεδα κατασπατάλησης πόρων κυρίως από τη γρήγορη μόδα, καθιστούν απαραίτητη μια κριτική και διευρυμένη εκπαιδευτική δέσμευση σε ζητήματα αειφορίας στη μόδα, τα οποία δεν μπορούν να αντληθούν από το σημερινό status quo, αλλά μέσα από ένα νέο εκπαιδευτικό πλαίσιο ανάλυσης και κατανόησης. Χωρίς αυτό το πλαίσιο η κριτική προσέγγιση του υπάρχοντος μοντέλου της βιομηχανίας μόδας θα περιορίζεται στις υπάρχουσες ιδέες και σε καθιερωμένες συμπεριφορές και σε ένα σύνολο οικείων αναπαραγόμενων αποτελεσμάτων. Αυτό είναι το κοινό εύρημα της ανάλυσης περίπλοκων συστημάτων που αναγνωρίζουν ότι με το να προσπαθούμε να βελτιώσουμε έναν καθιερωμένο τρόπο κατανάλωσης, στην ουσία χιτίζουμε τον ίδιο παλιό τρόπο σκέψης και συμπεριφορών, ενώ αυτό που χρειάζεται είναι να προκαλέσουμε μεγάλες αλλαγές μακροπρόθεσμα (Meadows, 2009).

Σημαντικός παράγοντας που πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι η αποδεδειγμένη σύνδεση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και των στόχων που θέτει η βιομηχανία μόδας με τους 17 στόχους της Αειφόρου Ανάπτυξης του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών.

Έτσι στην εκπαίδευση για την αειφορία στη μόδα – όπως και σε πολλά άλλα θέματα ή τομείς που επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από την καταναλωτική υλιστική κουλτούρα – κρίνεται ζωτικής σημασίας να αναδειχθεί ένα εναλλακτικό πλαίσιο αμφισβήτησης και ανάλυσης προκειμένου να ανταποκριθεί στη βαθιά πρόκληση που θέτει η βιωσιμότητα σε τέτοιους τομείς που χρειάζονται ριζικές λύσεις. Αυτό μπορεί να σημαίνει την εισαγωγή ενός μαθήματος για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας και του περιβάλλοντος, στα Αναλυτικά Προγράμματα της υποχρεωτικής εκπαίδευσης, μέσα σε ένα οικολογικό πλαίσιο που θα αναγνωρίζει την αλληλεξάρτηση μεταξύ της φύσης και της ατομικής και κοινωνικής ευημερίας. Περαιτέρω, μέσα από ένα οικολογικό πλαίσιο επιδιώκεται να αναδειχθεί μια ευρύτερη άποψη για τη μόδα από ό,τι είναι συνήθως κατανοητή, θέτοντας ως κριτήρια τους περιβαλλοντικούς πόρους ή την ηθική οπτική.

Παρόλο που η δυναμική μιας παγκόσμιας βιομηχανίας περιγράφει με ακρίβεια, τι είναι μόδα, μόδα είναι επίσης κάτι περισσότερο. Τα ευρήματα της παρούσας μελέτης επιβεβαιώνουν τη θεώρηση του Finkelstein (1996) ότι η μόδα αποτελεί ένα υβριδικό φαινόμενο που τοποθετείται

στο διάκενο μεταξύ οικονομίας, τέχνης, ψυχολογίας, εμπορίου, δημιουργικότητας και κοινοτοπίας, ως κοινωνική, οικονομική και αισθητική δύναμη και πολλές φορές όλα αυτά μαζί. Επιβεβαιώνεται επίσης η άποψη της Schor (2002) σχετικά με το ότι η μόδα αποτελεί το ζωτικό μέρος της ανθρώπινης εμπειρίας. Μέσα από αυτές τις δύο προσεγγίσεις προβάλλεται η ανάγκη για εκπαίδευση της μόδας σε σχέση με την αειφορία με στόχο να διευρύνει το πεδίο της σύνδεσης μεταξύ ανθρώπινης εμπειρίας και οικολογικών αξιών έτσι όπως γίνονται κατανοητές μέσα από τα προϊόντα της μόδας.

Προφανώς το πρώτο πράγμα που γίνεται σαφές κατά τη διαμόρφωση ενός τέτοιου πεδίου είναι ότι θα πρέπει να δημιουργηθεί μια νέα ειδικότητα εστιασμένη στη μόδα και τη βιωσιμότητα, γεγονός που συνεπάγεται διευρυμένη οπτική. Σε αντίθεση με μια συμβατική εκπαιδευτική προσέγγιση που ευνοεί την ανάλυση με βάση τον κατακερματισμό του αντικειμένου, η εκπαίδευση για την αειφορία θα πρέπει να δίνει προτεραιότητα σε ολιστικά και συνθετικά παραδείγματα και να συμβάλλει στη μακροπρόθεσμη αλλαγή προς τη βιωσιμότητα στον τομέα της μόδας. Ο ολιστικός αυτός τρόπος αφορά στην ενεργό και μετασχηματίζουσα δυναμική της βιωσιμότητας σε αντίθεση με την μέχρι τώρα παθητική μετάδοση πληροφοριών σχετικά με τα περιβαλλοντικά και ηθικά ζητήματα.

Ως μέρος αυτής της αλλαγής, δηλαδή της μετατόπισης από τον κατακερματισμό στην ολιστική προσέγγιση, προτείνεται μια προοδευτική διεύρυνση της εκπαίδευσης προκειμένου να περιληφθούν όλα τα συμφραζόμενα, ώστε να γίνει καλύτερα κατανοητή η θέση της μόδας στον πολύπλοκο πραγματικό κόσμο που μέχρι σήμερα προβάλλει μη βιώσιμα μοντέλα κοινωνικής και οικονομικής ζωής. Η προοδευτική αυτή διεύρυνση θα μπορεί να περιλαμβάνει την αισθητική, πολιτιστική, οικολογική, οικονομική, περιβαλλοντική, ηθική, φιλοσοφική, πολιτική, επιστημονική, κοινωνική, πνευματική και τεχνολογική διάστασή της. Επίσης θα μπορεί να θέσει την πρόκληση στους μαθητές να συμβάλουν στην κοινωνία με καινοτόμες σκέψεις και δράσεις κινούμενοι πέρα από τα πνευματικά και διεπιστημονικά όρια, επηρεάζοντας τα συστήματα με την ανάπτυξη των ικανοτήτων τους. Αυτό, κυρίως μέσα από την εκπαίδευση για βιωσιμότητα, αποτελεί μια ανοιχτή πρόκληση στο εκπαιδευτικό κατεστημένο.

Για να γίνει αναθεώρηση του ισχύοντος αξιακού συστήματος των ιδεών και της διεπιστημονικής δομής για τη βιωσιμότητα χρειάζεται δουλειά που εκτείνεται σε πολλούς κλάδους, πεδία και χρονοδιαγράμματα.

## Βιβλιογραφικές Αναφορές

### Ελληνόγλωσσα βιβλιογραφία

- Ανδρέοπουλος, Α. (2015). Αειφόρος ανάπτυξη: η σημασία της εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης των πολιτών στο Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Αειφόρος Ανάπτυξη, στο Ε. Θεοδωροπούλου, Π. Φώκιαλη, Β. Παπαβασιλείου & Μ. Καϊλα (επιμ.) *Κείμενα προβληματισμού με καινοτόμες προσεγγίσεις*, (39-54). Αθήνα: Διάδραση.
- Βαβούρας, Ι. (2011). Περιβάλλον, ανάπτυξη και Παγκοσμιοποίηση στο Εκπαίδευση για το περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη, στο Μ. Καϊλα, Α. Κατσίκης, Π. Φώκιαλη & Α. Ζαχαρίου (επιμ.) *Νέα δεδομένα και προσανατολισμοί*, (49-70). Αθήνα: Διάδραση.
- Βαβούρας, Ι. & Συρμαλή, Μ.Ε. (2013). Η κυβερνητική αποτελεσματικότητα ως πυλώνας αειφόρου ανάπτυξης: Οι προσδιοριστικοί της παράγοντες στις χώρες - μέλη του ΟΟΣΑ στο Μ. Καϊλα, Α. Μόγιας & Β. Παπαβασιλείου (επιμ.) *Εκπαίδευση για το περιβάλλον και την αειφορία στις αρχές του 21ου αιώνα: Προβλήματα και προβληματισμοί σε εποχές κρίσης*. (57-72). Αθήνα: Διάδραση.
- Blance, P., Geitel, W., Beck, F. (2009). *Ενδυματολογία, Ιστορία της Ενδυμασίας*. Αθήνα: Ίων.
- Δαβέτας, Δ. (2008). *Μόδα και μοντέρνα τέχνη*. Αθήνα: Ευρασία.
- Διακήρυξη της Θεσσαλονίκης (1997). <https://www.ekke.gr/projects/estia/Unesco/results.htm> (Ανακτήθηκε στις 9/1/2022).
- Γαβριλάκης, Κ. & Σοφούλης, Κ. (2005). Μια κριτική εξιστόρηση των "γεγονότων" στο χώρο της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στο Περιβαλλοντική εκπαίδευση, στο Α. Δ. Γεωργόπουλος (επιμ.) *Ο νέος πολιτισμός που αναδύεται*. (53-69). Αθήνα: Gutenberg
- Γεωργόπουλος, Α., Νικολάου, Κ., Δημητρίου, Α., Γαβριλάκης, Κ., & Μπλιώνης, Γ. (2013). *Γη, ένας μικρός και εύθραυστος πλανήτης*. Αθήνα: Gutenberg.
- Δημητρίου, Α. (2009). *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση: Περιβάλλον, Αειφορία. Θεωρητικές και παιδαγωγικές προσεγγίσεις*. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο.
- Δημητρίου, Α. & Φλογαΐτη, Ε. (2008). *Εισαγωγή στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον*. Πάτρα: ΕΑΠ.

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2020). *Ετήσια στρατηγική για τη βιώσιμη ανάπτυξη 2021*. Βρυξέλλες COM(2020) 575 final <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:52020DC0575> (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022)

Η Χάρτα του Βελιγραδίου (1999). *Βασικά Κείμενα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση*, Τεύχος 1. Αθήνα: Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε.

Η Διακήρυξη της Τιφλίδας (1999). *Βασικά Κείμενα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση*, Τεύχος 2. Αθήνα: Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε.

Η Διακήρυξη της Θεσσαλονίκης (1997). <https://www.ekke.gr/projects/estia/Unesco/results.htm> (Ανακτήθηκε στις 7/01/22).

Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (2006). *Κείμενο Αναθεωρημένης Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για την Αειφόρο Ανάπτυξη*. Βρυξέλλες, 10917/06 [https://www.mio-ecsde.org/epeaek09/basic\\_docs/renewed\\_eu\\_sds\\_el.pdf.pdf](https://www.mio-ecsde.org/epeaek09/basic_docs/renewed_eu_sds_el.pdf.pdf) (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).

Λιαράκου, Γ., & Φλογαίτη, Ε. (2007). *Από την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση στην Εκπαίδευση για την Αειφόρο Ανάπτυξη, Προβληματισμοί, τάσεις και προτάσεις*. Αθήνα: Νήσος.

Ξανθάκου, Γ. & Χριστοδουλάκης, Π.Τ. (2015). Η σχέση της αρχιτεκτονικής με την αειφόρο ανάπτυξη στο δομημένο περιβάλλον: Η περίπτωση της βιομημητικής προσέγγισης. Στο Ε. Θεοδοροπούλου, Π. Φώκιαλη, Β. Παπαβασιλείου & Μ. Καΐλα (επιμ.) *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Αειφόρος Ανάπτυξη*. Αθήνα: Διάδραση.

Ξάνθης, Α. Ι. (2015). Η Αειφόρος Ανάπτυξη ως ζήτημα της διεθνούς κοινότητας και της τοπικής κοινωνίας. Στο Ε. Θεοδοροπούλου, Π. Φώκιαλη, Β. Παπαβασιλείου & Μ. Καΐλα (επιμ.) *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Αειφόρος Ανάπτυξη*. Αθήνα: Διάδραση.

Ong, W. J. (1987). *Προφορικότητα και εγγραματοσύνη. Η εκτεχνολόγηση του λόγου*. Μτφρ. Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης. Τίτλος πρωτοτύπου Orality and Literacy. The Technologizing of the World. (Λονδίνο: Methuen.)

Παπαβασιλείου, Β. (2011). *Η περιβαλλοντική εκπαίδευση στις επιστήμες της αγωγής*. Αθήνα: Πεδίο.

Σκούλλος, Μ. (2008). *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Εκπαίδευση για την Αειφόρο Ανάπτυξη σε προστατευόμενες περιοχές*. <https://www.mio-ecsde.org/epeaek09/book/perivallontikiiekpaidefsi.pdf> (Ανακτήθηκε στις 30/12/20).

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, *Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (2020). *Συμφωνία των Παρισίων*.  
<https://www.consilium.europa.eu/el/press/press-releases/2020/12/18/paris-agreement-council-transmits-ndc-submission-on-behalf-of-eu-and-member-states/> (Ανακτήθηκε στις 10/1/2022).

Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (2021). *Διάσκεψη κορυφής για την κλιματική αλλαγή COP26*.  
<https://www.consilium.europa.eu/el/policies/climate-change/paris-agreement/cop26/> (Ανακτήθηκε στις 10/1/2022).

Φλογαΐτη, Ε. (2011α). *Εκπαίδευση για το περιβάλλον και την αειφορία*. Αθήνα: Πεδίο.

Φλογαΐτη, Ε. (2011β). *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση*. Αθήνα: Πεδίο.

Χατζησαββίδης, Σ. (2011). Από την παιδαγωγική του γραμματισμού στους πολυγραμματισμούς: νέες τάσεις, διαστάσεις και προοπτικές στη διδασκαλία της γλώσσας. Στο: *Θεωρία και Έρευνα στις Επιστήμες της Αγωγής, Αφιέρωμα στον Καθηγητή Σωφρόνη Χατζησαββίδη, Ιούλιος 2015, σ.σ. 73-84*.

### **Ξενογλώσση βιβλιογραφία**

Allen, C.R. (2006). *The British Industrial Revolution in Global Perspective: How Commerce Created the Industrial Revolution and Modern Economic Growth*. Oxford University.

Allwood, J.M., Laursen, S.E., Malvido de Rodriguez, C. & Bocken, N.M.P. (2006). *Well Dressed?* Cambridge: University of Cambridge Institute of Manufacturing.

Anguelov, N. (2015). *The Dirty Side of the Garment Industry: Fast Fashion and its Negative Impact on Environment and Society*. CRC, Taylor & Francis.

Ary, D., Jacobs, L.C., & Razavieh, A. (1972). *An Introduction to Research in Education*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.

Barthes, R. (1985). *The fashion system*. London: Jonathan Cape.

Barton, D. & Hamilton, M. (2000). Literacy Practices, in Situated Literacies. *Reading and Writing in Context*, ed. D. Barton, M. Hamilton, Roz Ivanič-London: Routledge, p. 7-15.

Baynman, M. (1995). *Literacy Practices: Investigating Literacy in Social Contexts*. New York: Longman.

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

- Ben-Eli, M. (2015). Sustainability: Definition and five core principles a new framework the sustainability laboratory New York, NY [HYPERLINK \t "\\_blank" info@sustainabilitylabs.org | www.sustainabilitylabs.](#)
- Breivik, P.S., & Gee, E.G. (1989). *Information Literacy: Revolution in the Library*. American Council on Education.
- Chang, Y.F. (1997). *Citizens' Literacy and Education in the Information*, <http://www.sinica.edu.tw/~cdp/projct/0148.htm>
- Chiu, S. P., Tu, J.C., Chu, W.C., Chuang, L.W. (2014). The Levels of Fashion Literacy for Fashion Design-related Departments Students in Taiwan. *International Journal of Affective Engineering* 13(3), pp 205-215.
- Connell, K. H. Y. (2015). Environmental Impacts of Apparel Production, Distribution, and Consumption: An Overview. in *Handbook of Sustainable Apparel Production* (ed. Muthu, S. S.) 167–180, CRC, Taylor & Francis.
- Cachon, G. P., & Swinney, R. (2011). The Value of Fast Fashion: Quick Response, Enhanced Design, and Strategic Consumer Behavior. *Management Science*, 57 (4), 778-795. <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.1100.1303>
- Cresswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Crow, M. (2020). *Sustainability Is...Improving ecological integrity, human well-being, and social justice for present and future generations is the grand challenge of sustainability.* <https://schoolofsustainability.asu.edu/about/what-is-sustainability/> (Ανακτήθηκε από το διαδίκτυο στις 9/10/2021).
- Davis, F. (1994). *Fashion, culture, and identity*. Chicago: University of Chicago Press.
- DESA-UN. (2018). *The Sustainable Development Goals Report 2017*. [HYPERLINK "https://undesa.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html" \t "\\_blank" https://undesa.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html](https://undesa.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html) (Ανακτήθηκε στις 10/1/2022).
- Dovers, S.R. & Norton, T.W. (1994a) Towards an ecological framework for sustainability: considerations for ecosystem management. *Pacific Conservation Biology*. 1, 283–93.



Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

Elasser-Steiner, N. & V. John-Steiner (1993). An Interactionist Approach to Advancing Literacy στο L.-M. Cleary & M. Linn (eds.) *Linguistics for Teachers*. New York: Mc Graw-Hill, pp. 265-281.

Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications> (Ανακτήθηκε στις 12/10/2021)

Ericsson, A. & Brooks, A. (2015). African Second-hand Clothes: Mima-te and the Development of Sustainable Fashion, in *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion* (eds Fletcher, K. & Than. M. 91–99 (Routledge).

Finkelstein, J. L. (1996). *After a Fashion*. Melbourne University Press.

Fletcher, K. (2010.) Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. *Fashion Practice*, 2:2, 259-265. <http://dx.doi.org/10.2752/175693810X12774625387594>

Glasser, H., Calder, W., & Fadeeva, Z. (2005) *Definition: Research in Higher Education for Sustainability. Document prepared for the Halifax Consultation*. Halifax Nova Scotia.

Global Fashion Agenda and Boston Consulting Group (2019). *Pulse of the fashion industry*. <https://www.globalfashionagenda.com/publications-and-policy/pulse-of-the-industry/> (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).

Hungerford, H., Peyton, R., & Wilke, R. (1980). Goals for Curriculum Development in Environmental Education. *The Journal of Environmental Education*, 11(3), 42–47. doi:10.1080/00958964.1980.9941381.

International Energy Agency. (2016). *Energy, Climate Change & Environment: 2016 insights*. <https://iea.blob.core.windows.net/assets/6b2eaf11-d479-4ab2-b92f-a8832cda61e8/ECCE2016.pdf> (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).

International Labour Organisation (2013). *Marking progress against child labour - Global estimates and trends 2000-2012* / International Labour Office, International Programme on the Elimination of Child Labour (IPEC) - Geneva: ILO, 2013.

Kamath, N. (2016). *Handbook of research on strategic supply chain management in the retail industry*. GS1 UK.

Kant, R. (2012). Textile dyeing industry an environmental hazard. *Natural Science*, 4, 22-26. doi: 10.4236/ns.2012.41004.

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, *Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

- Kates, R., Parris, T. and Leiserowitz, A. (2005) What is sustainable development? Goals, indicators, values and practice. *Environment*, 47(3), 8-21.
- KEMI Swedish Chemicals Agency (2014). *Chemicals in textiles – Risks to human health and the environment. Report from a government assignment.* <https://www.kemi.se/global/rapporter/2014/rapport6-14-chemicals-in-textiles.pdf>.
- Kissinger, M. (2013). Accounting for greenhouse gas emissions of materials at the urban scale-relating existing process life cycle assessment studies to urban material and waste composition. *Low Carbon Econ.* 4, 36–44.
- Kouba, V.L., Champagne, A.B., & Pischitelli, M. (1998). *Literacy in the National Science and Mathematics Standards.* Educational Resources Information Center;
- Kress, G. (1994). *Learning to write.* London: Routledge.
- Mayer, L. A., Thurston, W. H., & Pawlowski, W. C. (2004). The multidisciplinary influence of common sustainability indices. *Frontiers in Ecology and Environment*, 2(8): 419–426
- McKinsey & Company (2016). *Style that's sustainable: A new fast fashion formula.* <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula> (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).
- Meadows, D. H. (2010). *Thinking in Systems: A Primer.* London: Earthscan.
- Meadows, D.H., Meadows, D.L., Randers, J., & Behrens, W. W. III. (1972). *The limits to growth. A Report for THE CLUB OF ROME'S Project on the Predicament of Mankind.* New York: Universe Books.
- Modern Chinese Cross-Strait Dictionary (2006). Chinese Language Institute, Taipei.
- Momtaz, H., Alam, F., Ahsan, M., Akbor, A., & Rashid, M. M. (2012). Surface water quality around DEPZ industrial area, Savar, Dhaka. *Bangladesh Journal of Scientific and Industrial Research.* 47. 10.3329/bjsir.v47i3.13061.
- Linden, R. A. (2016). *An Analysis of the Fast Fashion Industry. Senior Projects Fall 2016.* 30.[https://digitalcommons.bard.edu/senproj\\_f2016/30](https://digitalcommons.bard.edu/senproj_f2016/30) (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).
- O'Connor, M.C. (2014). Inside the lonely fight against the biggest environmental problem, you've never heard of, *The Guardian* (27 October 2014).

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, *Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

- Boucher, J., Friot, D. (2017). Primary microplastics in the oceans: A global evaluation of sources. <https://www.iucn.org/content/primary-microplastics-oceans> (Ανακτήθηκε στις 6/2/2022).
- Pawlowski, A. (2009). The Sustainable Development Revolution. *Problems of Sustainable Development*, vol. 4, No 1, 65-76.
- Pesticide Action Network UK (2017). *Pesticide concerns in cotton*. pan-uk.org <http://www.pan-uk.org/cotton/> (Ανακτήθηκε στις 11/1/2022).
- Peters, G., Granberg, H. & Sweet, S. (2014). The role of science and technology for sustainable fashion, in *Routledge Handbook of Sustainability and fashion* (eds Fletcher, K. & Tham, M.) 181–190 (Routledge).
- Rauch, J. N., & Newman, J. (2008). Research and Solutions: Zeroing in on Sustainability. *Sustainability: The Journal of Record*, 1(6), 387–390. doi:10.1089/sus.2008.9915.
- Reeves, M., Katten, A. & Guzman, M. (2002). *Fields of poison 2002: California farmworkers and pesticides*. Pesticide Action Network (PAN) <http://www.panna.org/resources/publication-report/fields-poison-2002> (Ανακτήθηκε στις 12/1/2022).
- Redman, A. (2018). *Sustainability Is... Improving ecological integrity, human well-being, and social justice for present and future generations is the grand challenge of sustainability*. HYPERLINK <https://sustainability-innovation.asu.edu/what-is-sustainability/> (Ανακτήθηκε στις 9/10/2021)
- Report of the United Nations Conference on the Human Environment*, Stockholm, 5-16 June 1972 (United Nations publication, Sales No. E.73.II.A.14 and corrigendum), chap. I.
- Report of the United Nations Conference on Environment and Development*, Rio de Janeiro, 3-14 June 1992 (United Nations publication, Sales No. E.93.I.8 and corrigenda), vols. I-III.
- Research and Markets (2021). *Fast Fashion Global Market Report 2021: COVID-19 Growth and Change to 2030*. <https://www.researchandmarkets.com/reports/5321430/fast-fashion-global-market-report-2021-covid-19> (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).
- Rocha-Munive, M. G., Soberón, M., Castañeda, S., Niaves, E., Scheinvar, E., Eguiarte, L.E., Mota-Sánchez, D., Rosales-Robles, E., Nava-Camberos, U., Martínez-Carrillo, J. L., Blanco, C A., Bravo, A., & Souza, V. (2018). Evaluation of the Impact of Genetically

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, *Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Modified Cotton After 20 Years of Cultivation in Mexico. *Front Bioeng Biotechnol.* 6:82. doi: 10.3389/fbioe.2018.00082.

Sandin G., Roos S. & Johansson M. (2019). *Environmental impact of textile fibers — what we know and what we don't know*. Fiber Bible part 2. Mistra Future Fashion ISBN:978-91-88695-91-8 .

Sandin, G., Roos, S., Spak, B., Zamani, B. & Peters, G. (2019). *Environmental assessment of Swedish clothing consumption — six garments, Sustainable Futures*. Mistra Future Fashion <http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2019/08/> (Ανακτήθηκε στις 11/1/2022).

Sapir, E. (1931). *Fashion, Encyclopaedia of the Social Sciences*. 6 New York: Macmillan, 139-144. [https://brocku.ca/MeadProject/Sapir/Sapir\\_1931\\_b.html](https://brocku.ca/MeadProject/Sapir/Sapir_1931_b.html) (Ανακτήθηκε στις 10/1/2022).

Simmel, G. (1957). Fashion. *American journal of sociology*, 541-558.

Schönberger, H. (2019). *HAZBREF case studies and sector guidance for the textile industry*. Presentation given at Tallinn Conference. syke.fi [https://www.syke.fi/en-US/Research\\_Development/Research\\_and\\_development\\_projects/Projects/Hazardous\\_industrial\\_chemicals\\_in\\_the\\_IED\\_BREFs\\_HAZBREF/Events\\_and\\_meetings](https://www.syke.fi/en-US/Research_Development/Research_and_development_projects/Projects/Hazardous_industrial_chemicals_in_the_IED_BREFs_HAZBREF/Events_and_meetings).

Stoddart, H., Schneeberger, K., Dodds, F., Shaw, A., Bottero, M., Cornforth, J., & White, R. (2011). *A pocket guide to sustainable development governance*. Stakeholder Forum 2011.

Schneidewind, U. (2018). *Die grosse Transformation -Eine Einführung στο die Kunst gesellschaftlichen Wandels*. Fischer Verlage GmbH.

Schor, J. (2002). 'Cleaning the Closet: Towards a New Fashion Ethic' in J. Schor and B, Taylor (Eds.), *Sustainable Planet: Solutions for the Twenty-First Century*, Boston: Beacon Press, pp 45-59.

State, P (2020). What is Sustainability. <https://sustainability.psu.edu/about-us/what-is-sustainability/> (Ανακτήθηκε στις 14/1/2022).

The Carbon Trust (2011). *International carbon flows. Clothing. CTC793*. The Carbon Trust.<https://prod-drupal-files.storage.googleapis.com/documents/resource/public/International%20Carbon%20Flows%20-%20Clothing%20-%20REPORT.pdf> (Ανακτήθηκε στις 12/01/2022).

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, *Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

- Thomas, D. (2019). *Fashionopolis. The Price of Fast Fashion and the Future of Clothes*. Penguin Press.
- Thomas, C. F. (2015). *Naturalizing Sustainability Discourse: Paradigm, Practices and Pedagogy of Thoreau, Leopold, Carson and Wilson*: Ph.D Thesis: Arizona State University.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2021). *Economic development* (11<sup>th</sup> ed.). Reading: Addison - Wesley.
- Turker, D. & Altuntas, C. (2014). Sustainable supply chain management in the fast fashion industry: An analysis of corporate reports. *Eur. Manag. J.* 32, 837–849.
- Turley, D. B., Copeland, J. E., Horne, M., Blackburn, R. S., Stott E., Laybourn, S. R., Harwood, J. & Hughes, J. K. (2009) *The role and business case for existing and emerging fibres in sustainable clothing, Final report to the Department for Environment, Food and Rural Affairs*. London, UK: Defra.
- UNECE (2018). *Fashion and the SDGs: What role of the UN*. [https://unece.org/fileadmin/DAM/timber/meetings/2018/20180301/Concept\\_Note\\_and\\_Agenda\\_Sustainable\\_Fashion\\_Side\\_Event.pdf](https://unece.org/fileadmin/DAM/timber/meetings/2018/20180301/Concept_Note_and_Agenda_Sustainable_Fashion_Side_Event.pdf) (Ανακτήθηκε στις 5/2/2022).
- UNESCO (2014b). *Shaping the future, we want: UN Decade of Education for Sustainable Development 2005-2014, Final Report*. UNESCO.
- UNESCO (2009) *World Water Development Report 3, Water in a Changing World*, UNESCO [online] URL:<http://webworld.unesco.org/water/wwap/wwdr/wwdr3/index.shtml> (Ανακτήθηκε στις 6/01/22).
- UNESCO (2006). *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Education for Sustainable Development*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000152453> (Ανακτήθηκε στις 15/10/2021).
- United Nations Climate Change (2018). *UN helps fashion industry shift to low carbon*. [unfccc.int https://unfccc.int/news/un-helps-fashion-industry-shift-to-low-carbon](https://unfccc.int/news/un-helps-fashion-industry-shift-to-low-carbon). (Ανακτήθηκε στις 12/1/2022).
- United Nations (2015). *The Global Challenge for Government Transparency: The Sustainable Development Goals (SDG) 2030 Agenda*. <https://worldtop20.org/global-movement?gclid> (Ανακτήθηκε στις 10/1/2022).

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, *Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

United Nations General Assembly (2005). *Sustainable development: managing and protecting our common environment. World Summit Outcome*. 24 October 2005. <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N05/487/60/PDF/N0548760.pdf> (Ανακτήθηκε στις 10/1/2022).

Wang, L., Li, Y. & He, W. (2017). The energy footprint of China's textile industry: Perspectives from decoupling and decomposition analysis. *Energies* 10, 1461.

Watson, D.; Palm, D.; Brix, L.; Amstrup, M.; Syversen, F.; Nielsen, R. (2016). *Exports of Nordic Used Textiles: Fate, Benefits and Impacts*. Nordic Council of Ministers: Copenhagen, Denmark.

Webster's Revised Unabridged Dictionary (1990). Definition of Literacy.

Weinzettel, J., & Pfister, S. (2019). International trade of global scarce water use in agriculture: Modeling on watershed level with monthly resolution. *Ecol. Econ.* 159, 301–311.

Wilson, E. (2001). *The contradictions of culture: Cities, culture, women*. London; Thousand Oaks, Calif.: Sage publications.

Yeomans, D.K. (1991). *A Chronological History of Observation, Science, Myth, and Folklore*. New York: Wiley.

Yu-Lin, Y. (2021). 8 Luxury Fashion Houses, Ranked on Sustainability. <https://www.attiremedia.com/popular-brands/8-luxury-fashion-brands-ranked-on-sustainability> (Ανακτήθηκε στις 6/2/2022).

## Ιστότοποι

<https://www.oecd.org/insights/41774212.pdf> (Ανακτήθηκε στις 7/01/22).

<https://sustainability-innovation.asu.edu/what-is-sustainability> (Ανακτήθηκε στις 8/10/21).

<https://commonthreadco.com/blogs/coachs-corner/fashion-ecommerce-industry-trends>

(ανακτήθηκε στις 11/1/2022).

<https://www-dev.greenpeace.org/international/press-release/17739/greenpeace-report-clothing-industry-shows-progress-in-cutting-hazardous-chemicals/> (Ανακτήθηκε στις 12/1/2022).

<https://www.mcgill.ca/sustainability/files/sustainability/what-is-sustainability.pdf>

(Ανακτήθηκε στις 8/10/2021)

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

<https://waronwant.org/news-analysis/sweatshops-bangladesh> (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).

[https://globallaborjustice.org/wp-content/uploads/2019/06/End-GBVH\\_GLJ\\_AFWA-2019.pdf](https://globallaborjustice.org/wp-content/uploads/2019/06/End-GBVH_GLJ_AFWA-2019.pdf) (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).

<https://www.theguardian.com/teacher-network/teacher-blog/2013/may/19/fashion-industry-garment-factory-collapse-teaching-news-resources> (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).

[https://www.fairlabor.org/sites/default/files/documents/reports/2006\\_annual\\_public\\_report.pdf](https://www.fairlabor.org/sites/default/files/documents/reports/2006_annual_public_report.pdf) (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).

<https://www.nytimes.com/2012/12/18/world/asia/bangladesh-factory-fire-caused-by-gross-negligence.html> (Ανακτήθηκε, 13/1/2022).

<https://www.vice.com/el/article/d7zgzx/ti-mas-emathe-i-tragwdia-sto-rana-plaza>  
(Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).

<https://www.business-humanrights.org/en/latest-news/bangladesh-another-major-factory-fire-shows-industry-safeguards-are-failing/> (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).

<https://cleanclothes.org/campaigns/protect-progress/deaths-and-injuries-in-the-global-garment-industry> (Ανακτήθηκε στις 13/1/2022).

Global Fashion Industry Statistics - International Apparel' (Fashion United).  
<https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics> (Ανακτήθηκε στις 11/1/2022).

<http://resyntex.eu/the-project> (Ανακτήθηκε στις 6/2/2022).

<https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy> (Ανακτήθηκε στις 6/2/2022).

<https://brightly.eco/fast-fashion-brands-sustainability/> (Ανακτήθηκε στις 6/2/2022).

## Παραρτήματα

### Ερωτηματολόγιο

Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων και στάσεων απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας»

Το παρόν ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της ερευνητικής μου εργασίας με θέμα: "Ο ρόλος της εκπαίδευσης στην καλλιέργεια γνώσεων και στάσεων απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της βιομηχανίας μόδας. Η παρούσα έρευνα αποτελεί μέρος της διπλωματικής μου εργασίας στο πλαίσιο του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού

Προγράμματος Σπουδών του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων "Επιστήμες του Περιβάλλοντος και Εκπαίδευση για την Αειφορία". Το παρόν ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και προορίζεται αποκλειστικά και μόνο για ερευνητική χρήση και θα παραμείνει στο αρχείο της ερευνήτριας μέχρι το πέρας της έρευνας. Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τον χρόνο σας και είμαι στη διάθεσή σας για οποιαδήποτε διευκρίνηση.

Φραγκοπανάγου Νικολίτσα ΠΕ60 e-mail: [ppr100044@uoi.gr](mailto:ppr100044@uoi.gr)

Μεταπτυχιακή φοιτήτρια του ΔΠΜΣ «Επιστήμες του Περιβάλλοντος και Εκπαίδευση για την Αειφορία"

---

\* Απαιτείται

Δημογραφικά στοιχεία

1. Φύλο \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Άνδρας  
 Γυναίκα  
 Άλλο

2. Ηλικία \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 18-  25  
26-  35  
36-  45  
46-  55  
55+

3. Επαγγελματική Ιδιότητα \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.



Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Ελεύθερος επαγγελματίας
- Φοιτητής
- Άνεργος
- Άλλο

1. Σε ποιο βαθμό η βιομηχανία της μόδας συνδέεται με την ρύπανση του πλανήτη;

1. Η έννοια της αειφορίας σημαίνει για εσάς: \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Στάση ζωής που συνδέεται με την προστασία του περιβάλλοντος
  - Επεξεργασία και κατασκευή ενός προϊόντος με τεχνικές και υλικά που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον
  - Χρήση αντικειμένων και υλικών με δυνατότητα ανακύκλωσης
- Όλα  τα παραπάνω
- Δεν  γνωρίζω

2. Η έννοια της μόδας σημαίνει για εσάς \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Παιδεία
  - Στάση ζωής
  - Κουλτούρα
  - Αισθητική
- Όλα  τα παραπάνω

3. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η βιομηχανία μόδας συνδέεται με την ρύπανση του περιβάλλοντος; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5		
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

4. Η βιομηχανία μόδας κατά την επεξεργασία και την παραγωγή των προϊόντων της: \*

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Εκπέμπει υψηλά επίπεδα αερίων του θερμοκηπίου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Καταναλώνει τεράστιες ποσότητες νερού	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χρησιμοποιεί τοξικές χρωστικές ουσίες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χρησιμοποιεί τοξικές ουσίες στις καλλιέργειες γης (π.χ. βαμβάκι)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι ο πλανήτης απειλείται από τα προϊόντα της βιομηχανίας μόδας; \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*      1      2      3      4      5

Καθόλου      Πάρα πολύ

6. Η επεξεργασία και παραγωγή προϊόντων της βιομηχανίας μόδας έχει κοινωνικές προεκτάσεις σε επίπεδο: \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Φθηνών εργατικών χεριών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εκμετάλλευση παιδικής εργασίας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κόστος σε ανθρώπινες ζωές σε εργοστάσια παραγωγής χωρίς συνθήκες υγιεινής και προστασίας εργαζομένων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Η επεξεργασία και παραγωγή ενδυμάτων έχει περιβαλλοντικές προεκτάσεις σε επίπεδο: \*

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Ρύπανσης των υδάτων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εκπομπής αερίων του θερμοκηπίου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μόλυνση της γης από λιπάσματα για την παραγωγή πρώτων υλών (π.χ. βαμβάκι)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Πιστεύετε ότι η φράση “fast fashion” αναφέρεται σε: \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Μόδα για ορισμένη χρονική περίοδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μόδα με πρώτες ύλες χαμηλού κόστους	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μόδα με πρώτες ύλες χαμηλής ποιότητας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μόδα με οικολογικά επεξεργασμένες πρώτες ύλες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

B' Μέρος Κριτήρια αγοράς ρούχων

1. Αγοράζετε ένα ρούχο, μόνο όταν το έχετε πραγματικά ανάγκη \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

2. Η επιλογή των ρούχων σας γίνεται με κριτήριο: \*

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Να είναι φιλικά προς το περιβάλλον	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Να είναι πρακτικά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Να ταιριάζουν με την προσωπική σας αισθητική ανεξάρτητα από τις τάσεις της μόδας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Να ακολουθούν τις τάσεις της εποχικής μόδας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Να είναι κλασικά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Να είναι προσιτά στην οικονομική μου κατάσταση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Αποφασίζετε να αγοράσετε καινούριο ρούχο \*

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

	Ναι	Όχι
Όταν το παλιό έχει φθαρεί σημαντικά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Όταν βαριέστε τα παλιά σας ρούχα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Όταν το έχετε πραγματικά ανάγκη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Όταν οι νέες τάσεις μόδας βγαίνουν στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Περιμένετε τις εκπτώσεις για να αγοράσετε ένα φιλικό προς περιβάλλον ακριβό ρούχο παρά να ψωνίσετε ένα φθηνό αμφιβόλου φιλικότητας προς το περιβάλλον	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Στην αγορά των ρούχων σας, κοιτώντας την καρτέλα προσέχετε: \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Τη σύνθεση του ρούχου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Την τιμή	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Τη χώρα προέλευσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Στην περίπτωση που σας αρέσουν δύο ρούχα που έχουν την ίδια τιμή, επιλέγετε αυτό που η επεξεργασία και τα υλικά του είναι φιλικά προς το περιβάλλον \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

Ναι

Όχι

Δεν  μπαίνω στη διαδικασία να ελέγξω

6. Αγοράζετε τουλάχιστον ένα μοντέρνο ρούχο την κάθε σεζόν \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πάρα πολύ

7. Ελέγχετε τον τόπο προέλευσης του ρούχου που αγοράζετε \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πάρα πολύ

8. Επιλέγετε ρούχα από ανακυκλωμένο ύφασμα \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πάρα πολύ

9. Επιλέγετε ρούχα που υπόκεινται σε επεξεργασία φιλική προς το περιβάλλον

\*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πάρα πολύ

10. Επιλέγετε να πληρώνετε περισσότερα χρήματα για ένα ρούχο φιλικό προς το περιβάλλον \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πάρα πολύ

11. Επιλέγετε να ψωνίζετε μόνο από εταιρείες που χρησιμοποιούν υλικά και τεχνικές φιλικές προς το περιβάλλον \* *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πάρα πολύ

12. Αγοράζετε μοντέρνα ρούχα \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πάρα πολύ

2. Τρόποι διαχείρισης των ρούχων σε σχέση με την αειφορία.

1. Όταν ένα αγαπημένο σας ρούχο αρχίζει να φθείρεται: \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

Το  επιδιορθώνετε για να συνεχίσετε να το φοράτε

Το  πετάτε

Το  χαρίζετε

Συνεχίζετε να το φοράτε μέχρι να φθαρεί εντελώς

2. Σε μια ειδική περίπτωση, που καλείστε να φορέσετε ένα ιδιαίτερο ρούχο: \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

Ενοικιάζετε το ρούχο αυτό καθώς δεν υπάρχει λόγος να ξοδέψετε πολλά χρήματα για ένα ρούχο που δεν το θεωρείτε χρήσιμο

Αγοράζετε το ρούχο κι ας ξέρετε ότι δύσκολα θα το ξαναφορέσετε

Δανείτε από φίλους/φίλες

Αγοράζετε το ρούχο με σκοπό να το μεταποιήσετε και να το φοράτε πιο συχνά

3. Έχετε κάποιο ρούχο με το οποίο υπάρχει συναισθηματική σύνδεση με αυτό; \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

Ναι

Όχι

4. Το κριτήριο για να κρατήσετε ένα ρούχο στην ντουλάπα σας για πολλά χρόνια είναι \*

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Το Στυλ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η διαχρονικότητα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η υψηλής ποιότητας κατασκευή	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η άνεση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Το σχέδιο/αξεσουάρ/κέντημα/πλέξη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Το χρώμα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Επιλέγετε ρούχα κλασικά που φοριούνται σε κάθε περίπτωση αντί για ρούχα που φοριούνται μόνο μια σε σεζόν \* *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

6. Σε ειδικές εκδηλώσεις, επιλέγετε να ενοικιάσετε ένα ρούχο \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

7. Αγοράζετε ρούχα από δεύτερο χέρι \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

8. Μεταποιείτε και ξαναφοράτε τα ρούχα σας \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

### 3. Ο κοινωνικός ρόλος της μόδας

1. Θεωρείτε ότι η μόδα έχει: \*

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Περιβαλλοντική διάσταση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κοινωνική διάσταση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αισθητική διάσταση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ηθική διάσταση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Ο τρόπος που ντύνεστε θέλετε να προκαλεί στους γύρω σας: \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Θαυμασμό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Σεβασμό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Περιέργεια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αμηχανία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Σε ποιο βαθμό ο τρόπος που ντύνεστε επηρεάζει την κοινωνική αποδοχή σας από τους γύρω σας; \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

4. Σε ποιο βαθμό ο τρόπος με τον οποίο ντύνεται ένας άνθρωπος επηρεάζει την αρχική εικόνα που σχηματίζετε γι' αυτόν; \* *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

5. Ο τρόπος που ντύνεται ένας άνθρωπος αντανακλά: \*



*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Την προσωπικότητά του	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Την κοινωνική του θέση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Την οικονομική του κατάσταση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Τις γνώσεις του για τη μόδα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Την οικολογική του συνείδηση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Σε ποιο βαθμό ο γραμματισμός για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας μπορεί να συμβάλει σε μια νέα στάση ζωής απέναντι στο περιβάλλον;

1. Για να ενημερώνεστε για τις εξελίξεις στη μόδα χρησιμοποιείτε: \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Περιοδικά μόδας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κοινωνικά δίκτυα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ιστοσελίδες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Διαδικτυακές συναντήσεις από ειδικούς της μόδας (Webinar)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Από τις ιστοσελίδες εταιριών ένδυσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Σε όλη τη διάρκεια της μαθησιακής σας εμπειρίας έχετε διδαχτεί κάποιο εκπαιδευτικό υλικό σχετικά με στάσεις απέναντι στη μόδα; \*

Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων, στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

Ναι

Όχι

Δεν  γνωρίζω

3. Θεωρείτε σημαντική την ένταξη του γνωστικού αντικείμενου της βιώσιμης ανάπτυξης για τη μόδα στα Αναλυτικά Προγράμματα Σπουδών; \* Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πάρα πολύ

4. Θεωρείτε ότι είναι απαραίτητο να αναθεωρήσετε τα κριτήρια που επιλέγετε τα ρούχα σας σε σχέση με την βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας; \* Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πάρα πολύ

5. Θεωρείτε ότι η εκπαίδευση για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να μετασχηματίσει τις στάσεις σας σε σχέση με τη μόδα; \* Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πάρα πολύ

6. Θεωρείτε ότι η εκπαίδευση για τη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας θα μπορούσε να μετασχηματίσει τις αξίες σας σε σχέση με τη μόδα; \* Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πάρα πολύ

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.

Google

*Νικολίτσα Φραγκοπανάγου, Ο ρόλος του Γραμματισμού της μόδας στην καλλιέργεια γνώσεων,  
στάσεων και αξιών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη της μόδας*