

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη

Μεταπτυχιακή Διατριβή



**Γυναικεία Επιχειρηματικότητα και Ντόπια Πολιτιστική
Κληρονομιά. Νεοφυείς Βιοτεχνίες στον Χώρο της Μόδας όπου
Αφετηρία τους είναι ο Σχεδιασμός Ενδυμάτων και Αξεσουάρ
Εμπνευσμένα από Παραδοσιακά Μοτίβα Υφαντικής και
Κεντητικής**

Παναγιώτα Κούκου

**Επιβλέπων Καθηγητής
Χρήστος Βασιλειάδης**

Απρίλιος, 2023

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Γυναικεία Επιχειρηματικότητα και Ντόπια Πολιτιστική Κληρονομιά. Νεοφυείς Βιοτεχνίες στον Χώρο της Μόδας όπου Αφετηρία τους είναι ο Σχεδιασμός Ενδυμάτων και Αξεσουάρ Εμπνευσμένα από Παραδοσιακά Μοτίβα Υφαντικής και Κεντητικής

Παναγιώτα Κούκου

**Επιβλέπων Καθηγητής
Χρήστος Βασιλειάδης**

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στην Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη από τη Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Απρίλιος, 2023

Περίληψη

Γενική Κατεύθυνση Θέματος, Θεματικό Πεδίο και Κυριότεροι Άξονες Διατριβής: Η γενική κατεύθυνση της παρούσας διπλωματικής προσεγγίζει την Ιστορική και Λαογραφική Παράδοση των τοπικών ενδυμασιών και αποσκοπεί στο να τα συνδέσει με επιχειρηματικές ευκαιρίες ενασχόλησης των σύγχρονων γυναικών και τα πιθανά οφέλη των τοπικών κοινωνιών. Εξ' ορισμού στηρίζεται και αποτελεί μια πρόσμιξη διεπιστημονικών εργαλείων. Οι άξονες της διατριβής στηρίζονται στο τρίπτυχο α) Ιστορική ανάλυση και καταγραφή (Ιστορική και βιβλιογραφική ανασκόπηση), β) Παρούσα κατάσταση (Γυναίκες και Επιχειρηματικότητα, Νεοφυείς επιχειρήσεις και παράδοση), (Περιπτώσεις μελέτης καλών πρακτικών, Προϊόντα λαογραφικής ντόπιας ένδυσης και Μόδα), γ) Προτάσεις (Συμπεράσματα, προτάσεις πρακτικής εφαρμογής και οφέλη).

Βασικά ερευνητικά ερωτήματα: Στην παρούσα διπλωματική αναμένουμε την απάντηση των ακόλουθων ερευνητικών ερωτημάτων, α) Ποια τα διαχρονικά κίνητρα (motivations) και οι πηγές έμπνευσης της ενασχόλησης των γυναικών με την τοπική λαϊκή –παραδοσιακή κεντητική και την υφαντουργία; β) Ποιος ο τρόπος ζωής τους και ποιοι παράγοντες επίδρασαν και επιδρούν; γ) Πως αναπτύχθηκαν και αναδείχθηκαν διαχρονικά τα προϊόντα τοπικής λαϊκής-παραδοσιακής κεντητικής και υφαντουργίας και πως αποτυπώθηκαν τα παραδοσιακά μοτίβα στις διαφορετικές ιστορικές περιόδους; δ) Ποια τα αναμενόμενα οφέλη της σύγχρονης ενασχόλησης των γυναικών αλλά και της τοπικής κοινωνίας ως προς τη δυνατότητα ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας μέσα από την παραγωγή και προαγωγή των προϊόντων τοπικής λαϊκής-παραδοσιακής κεντητικής και υφαντουργίας;

Αναγκαιότητα και σπουδαιότητα έρευνας: Η μελέτη των διαχρονικών κινήτρων ενασχόλησης των γυναικών καθώς και τα οφέλη που προκύπτουν από τη δραστηριότητα της ανάδειξης της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς και της σύνδεσής της με επιχειρηματικές πρωτοβουλίες και δράσεις π.χ ανάπτυξη πολιτιστικού τουρισμού και τοπικά οφέλη για την σχετική κοινωνία και οικονομία π.χ Αράχωβας κ.ά περιοχών. Η σύνδεση με τις διεθνείς τάσεις και πρακτικές γυναικείας επιχειρηματικότητας για τη ανάδειξη της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς και η χρησιμότητα υιοθέτησης καλών πρακτικών για την ανάπτυξη και ανάδειξη του λαϊκού πολιτιστικού πλούτου.

Μεθοδολογία: Η προσέγγιση του θέματος για την απάντηση των παραπάνω ερευνητικών ερωτημάτων πρόκειται να γίνει με την βιβλιογραφική μελέτη, συλλογή, καταγραφή και ανάλυση περιπτώσεων μελέτης από την περιοχή της Αράχωβας Βοιωτίας. Επιπρόσθετα, διεξάχθηκε ποιοτική έρευνα μέσω συνεντεύξεων σε τέσσερις (4) επιχειρήσεις μόδας με κωδική ονομασία Z.D., A. K., E. K. και M. S.. Η έρευνα στοχεύει στην κάλυψη των κενών που θα παρουσιαστούν στα δευτερογενή φύσεως δεδομένα ανάλυσης και συγκεκριμένα σε γυναίκες επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα του ενδύματος και των αξεσουάρ στην Ελλάδα με έμπνευση από την παράδοση. Οι επιχειρήσεις επιλέχθηκαν με κριτήριο την ομοιογένεια στο είδος τους και ακολούθησε ανάλυση των περιεχομένων των συνεντεύξεων με στόχο την μελέτη της παρούσας κατάστασης και την απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα (α) και (δ).

Summary

General Theme approach, Theme Field and Priority Areas of the Master Thesis:

The general orientation of the present Master Thesis, approaches the Historical and Folklore tradition of local costumes, aiming to connect them with business opportunities for modern women, as well as oncoming profits for the local communities. By definition, it's based on the interdisciplinary tools and also forms on admixture of these tools. The main axes of the Master Thesis are based on the triplet: A) Historical analysis and registration (historical review and bibliography) B) Present situation (women and entrepreneurship, start-up companies and tradition), (Study of good practice cases), (products of local folklore costumes and fashion). C) Suggestions (Analysis conclusions, practical application proposals and benefits).

Basic Research Questions : In the present Master Thesis we expect answers to the following research questions: A) Which are the motivations over time and the sources of inspiration for the women's involvement with the local folklore-traditional embroidery and weaving ? B) Which was their way of life and what factors affected it or even continue to affect? C) How the folklore – traditional – embroidery and weaving patterns developed and flourished through time and how the traditional patterns found their place during different historical periods? D) Which are the expected benefits for the women's current engagement along with the local community's engagement, having to do with the prospects of development of the entrepreneurship, through the production and promotion of the local folklore-traditional embroidery and weaving products?

Necessity and Importance of the Research: The study of the temporal motivation for the women's occupation as well as the profits occurring through this activity for the promotion of the local cultural inheritance and it's connection with the entrepreneurship initiates and actions-for example, the development of the cultural tourism and benefits for the local community and it's economy. The connection with the international tendency for women's entrepreneurship for the promotion of cultural inheritance in accordance with the adoption of concerted practice for the development and promotion of the folklore-cultural richness.

Methodology: The method that will be used to answer the research questions above is bibliography study, gathering, registration and analysis of study cases from the region of

Arachova Viotias. In addition, quality research has been conducted in the form of interviews in (4) fashion businesses, which are Z.D., A. K., E. K. και M. S..The aim of the research is to cover the gaps that might occur to the secondary analysis data and specifically in women entrepreneurs that are actively involved in the sector of dressing and accessories inspired by tradition, in Greece. The criterion for the selection of the businesses was the homogeneity of their type, followed by the analysis of the interviews content in order to study the current situation and answer the research questions (a) and (d).

Ευχαριστίες

Η διεξαγωγή της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής δεν θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί χωρίς την σημαντική καθοδήγηση του Κέντρου Ερεύνης της Ελληνικής Λαογραφίας της Ακαδημίας Αθηνών και ειδικότερα του Παρασκευά Ποτηρόπουλο. Τον ευχαριστώ θερμά για την συνεργασία και τις πολύτιμες συμβουλές.

Ευχαριστώ επίσης την αγαπητή Καλή Λούσκου, φιλόλογο, Αραχωβίτισσα για τις πολύτιμες γνώσεις και την συμβολή της, τον Γιάννη Μπόγρη, ιστορικό και τον Γιώργο Οικονόμου για την πρόθυμη συνεργασία.

Τέλος, ευχαριστώ από καρδιάς τον καθηγητή μου, Χρήστο Βασιλειάδη για την ακούραστη προσφορά του στο έργο μου και την καλοσύνη του.

Περιεχόμενα

Α΄ ΜΕΡΟΣ. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Εισαγωγή

1.1 Θεωρητικό Υπόβαθρο.....	1
1.2 Ερευνητικό Υπόβαθρο.....	4
1.3 Ερευνητικοί Στόχοι.....	6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα και η ηθική της φροντίδας

2.1 Η Κοινωνιολογική Προσέγγιση της Γυναίκας στην Επιχειρηματικότητα.....	8
2.1.1 Η επιχειρηματικότητα στις Δημιουργικές Βιομηχανίες ως κοινωνικό όφελος.....	11
2.2 Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα : Προκλήσεις και Προοπτικές.....	12
2.3 Το προφίλ της Γυναίκας Επιχειρηματία στην Ελλάδα.....	17

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. Πολιτιστική Κληρονομιά και Λαογραφία

3.1 Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά: Διατήρηση και Ερμηνεία μέσω της κοινότητας.....	22
3.2 Η Ελληνική Λαογραφία στην ύπαιθρο.....	24
3.3 Η ενδυμασία ως φορέας πολιτιστικής κληρονομιάς της υπαίθρου.....	26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. Η Οικοτεχνία Υφαντικής και η Λαϊκή Τέχνη των Γυναικών στην Αράχωβα Βοιωτίας

4.1 Η Λαϊκή Τέχνη της παραδοσιακής ενδυμασίας των γυναικών της Αράχωβας Βοιωτίας.....	31
4.2 Η γυναικεία οικοτεχνία υφαντικής στην Αράχωβα Βοιωτίας το πρώτο μισό του 20 ^{ου} αιώνα.....	37
4.3 Τα σύμβολα και οι συμβολισμοί των κεντημάτων της ποδιάς στην παραδοσιακή φορεσιά των γυναικών της Αράχωβας Βοιωτίας.....	40

Β΄ ΜΕΡΟΣ. ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. Συνέντευξη σε Επιχειρήσεις Γυναικείας Μόδας και Αξεσουάρ Εμπνευσμένων από Παραδοσιακά Μοτίβα Υφαντικής και Κεντητικής: Η Ποιοτική Μεθοδολογία της Έρευνας

5.1 Σκοπός και Στόχοι της Έρευνας.....	47
5.2 Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων.....	49
5.3 Πληθυσμός Μελέτης.....	50
5.4 Διεξαγωγή της Συνέντευξης.....	51
5.5 Ηθικά Ζητήματα.....	51
5.6 Περιορισμοί έρευνας.....	52
5.7 Ανάλυση Περιεχομένου.....	52

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. Ανάλυση Δεδομένων και Ευρήματα

6.1 Παράγοντες που επηρεάζουν την έναρξη γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τομέα της μόδας στην Ελλάδα.....	54
6.2 Η παραδοσιακή φορεσιά ως σύγχρονη πολιτισμική έκφραση δημιουργικότητας και ανάπτυξης.....	59
6.3 Η κοινότητα ως προωθητικό μέσο της Ντόπιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς.....	63
6.4 Ευρήματα.....	66
6.5 Προτάσεις ανάδειξης της Χειροτεχνίας των Γυναικών της Αράχωβας μέσω του Πολιτιστικού Τουρισμού.....	67

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. Επίλογος: Συμπεράσματα, Συζήτηση, Προτάσεις Μελλοντικής Έρευνας

7.1 Συμπεράσματα.....	73
7.2 Συζήτηση.....	74
7.3 Προτάσεις Μελλοντικής Έρευνας.....	75

Παραρτήματα	76
--------------------------	----

Δ.4.1

Δ.4.3

Ε.5.4

Ε.5.4

Βιβλιογραφία	87
---------------------------	----

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

1.1 Θεωρητικό Υπόβαθρο

Η Σύμβαση της UNESCO (2003) για την διαφύλαξη της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς ορίζει την άυλη πολιτιστική κληρονομιά ως :

« [...] οι πρακτικές, παραστάσεις, εκφράσεις, γνώσεις, ικανότητες, καθώς και οι σχετικοί χώροι και αντικείμενα, τα οποία κοινότητες, ομάδες και ιδιώτες αναγνωρίζουν ως συστατικά στοιχεία της πολιτιστικής τους κληρονομιάς. Αυτή η άυλη κληρονομιά μεταδιδόμενη από γενιά σε γενιά συνεχώς μεταβάλλεται σε σχέση με το περιβάλλον, τη φύση και την ιστορία, και ενισχύει την ταυτότητα και τη συνοχή των κοινοτήτων, προωθώντας τον σεβασμό για την πολιτισμική διαφορετικότητα και την ανθρώπινη δημιουργικότητα» (Unesco 2003, παρ. 2). Επίσης, η Σύμβαση αναγνωρίζει συγκεκριμένες μορφές της έκφρασης της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς όπως: «προφορικές παραδόσεις και εκφράσεις, παραστατικές τέχνες, δρώμενα και εορταστικές δραστηριότητες, γνώση της φύσης και του σύμπαντος και παραδοσιακή τεχνογνωσία» (Unesco 2003, παρ. 2).

Το ιδεολογικό υπόβαθρο της UNESCO για την διαφύλαξη ανάλογων μορφών πολιτισμικής έκφρασης εδράζεται στην επιστήμη της κοινωνικής ανθρωπολογίας, η οποία αναπτύχθηκε κατά την διάρκεια του 20^{ου} αιώνα στην Ευρώπη (Αλιβιζάτου, Πούλιος, Παπαδάκη, 2015:57). Η σκέψη ότι η πολιτισμική διαφορετικότητα χρειάζεται προστασία και σεβασμό οδήγησε την UNESCO στην ανάληψη καθηκόντων διαφύλαξης, μετάδοσης και εκπαίδευσης της άυλης κληρονομιάς (Αλιβιζάτου, Πούλιος, Παπαδάκη 2015:57).

Η Σύμβαση της UNESCO (2003) προσδιορίζει την διαφύλαξη μέσω της αναμετάδοσης παραδοσιακών τεχνικών και εκφράσεων της άυλης κληρονομιάς και τονίζει την συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων στην διαδικασία. Επιπλέον, συνδέει την σημασία

της αυθεντικότητας στην μετάδοση του συνόλου του πολιτιστικού αποθέματος της άυλης κληρονομιάς στις επόμενες γενιές με στόχο την βιωσιμότητα και την οικονομική, κοινωνική, πνευματική και εκπαιδευτική τοπική ανάπτυξη (Αλιβιζάτου, Πούλιος, Παπαδάκη 2015:58).

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή μελετά στοιχεία της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Αράχωβας Βοιωτίας όπως εκφράστηκαν, αποδόθηκαν και αποτυπώθηκαν στην μόδα της εποχής των τελών του 19^{ου} αιώνα και των αρχών του 20^{ου} αιώνα. Πιο συγκεκριμένα η μελέτη των τεχνικών κεντητικής μερών των παραδοσιακών γυναικείων φορεσιών της περιοχής και συγκεκριμένα η **ποδιά** και το **σιγκούνι**, αναδεικνύει μέρος της επαγγελματικής ζωής των γυναικών της εποχής αλλά και της δημιουργικής τους καθημερινότητας (Βρέλλη - Ζάχου 2012: 883).

Η ενασχόληση των γυναικών με την κεντητική, την υφαντική και εν γένει την φροντίδα του οίκου στην ύπαιθρο, μαρτυρά τον τρόπο που εξασκούσαν τις ικανότητες τους και πώς καλλιεργούσαν τις δεξιότητές τους. Συγχρόνως, φανερώνει παραστάσεις από τον κοινωνικό τους ρόλο. Η φροντίδα του οίκου ασκώντας επιτελεστικές λειτουργίες καθαριότητας, μαγειρικής και οικοκυρικών αποτελεί ένας μέρος της απασχόλησης τους. Η φροντίδα των παιδιών, η μέριμνα για την ανατροφή τους και τις σχέσεις στην οικογένεια, καταδεικνύει τον συναισθηματικό ρόλο της φροντίδας από την πλευρά της γυναίκας (Μαροπούλου 2011: 84).

Η διττή φύση της φροντίδας έτσι όπως περιγράφηκε παραπάνω ορίζει μέρος της αποστολής των γυναικών γενικότερα και ονομάζεται ηθική της φροντίδας στις κοινωνικές επιστήμες του αγγλοσαξονικού ρεύματος (Μαροπούλου 2011: 84). Αυτός ο τρόπος ανάγνωσης της ενασχόλησης των γυναικών με δραστηριότητες εντός και εκτός του οίκου, προσδιορίζει ένα μεγάλο μέρος της ζωής τους διαχρονικά που δεν αναγνωρίζεται ως δουλειά η οποία αμείβεται. Συνήθως, επιφορτίζεται λανθασμένα με συναισθηματικούς όρους φροντίδας και ένα αίσθημα ευθύνης που προκύπτει από τους δεσμούς και την εγγύτητα της οικογένειας.

Στην παρούσα μελέτη, θα μας απασχολήσει η ηθική της φροντίδας, δηλαδή πώς εκτελείται και ποια είναι τα χαρακτηριστικά αυτού του εγχειρήματος των γυναικών στην περίοδο αναφοράς της δραστηριότητάς τους στην ύπαιθρο και συγκεκριμένα στην

Αράχωβα του 19^{ου} και 20^{ου} αιώνα και πώς αυτή μεταλλάσσεται σε συντεχνία και επαγγελματική δραστηριότητα της εποχής. Επίσης, πώς μεταφράζεται αυτή η ηθική της φροντίδας στις γυναίκες του σήμερα;

Συγχρόνως, θα εστιάσουμε στην μελέτη της πολιτισμικής έκφρασης της περιόδου που αναφέρθηκε παραπάνω ερευνώντας τις σκέψεις και τους επικοινωνιακούς κώδικες που είναι αποτυπωμένοι στα ρούχα των γυναικών από την ενασχόλησή τους με την κεντητική. Η παρατήρηση των μοτίβων που κεντούσαν μας ενημερώνει για τον τρόπο που αλληλεπιδρούσαν μεταξύ τους και σύναπταν σχέσεις (Ζώρα 1993: 1). Η δημιουργική έκφραση μέσω του κεντήματος των γυναικών της εποχής αποτελεί μια ζωντανή αναπαράσταση του ασυνείδητου και μας φέρνει πολύ κοντά με το αυθεντικό βίωμα τους (Williams 2003: 147). Ο Raymond Williams (2003: 147) ονομάζει τις πολιτισμικές εκφράσεις μια συγκεκριμένης χρονικής περιόδου μελέτης που έχουν ένα ζωντανό αποτέλεσμα ως «δομή της αίσθησης». Αυτή η «δομή της αίσθησης», ανιχνεύεται σύμφωνα με τον θεωρητικό του πολιτισμού α) από την βιωμένη εμπειρία ενός συγκεκριμένου τρόπου ζωής, η οποία βασίζεται β) σε ολόκληρη την κοινωνική οργάνωση ενός συστήματος ή μιας κοινότητας αλλά γ) δεν μεταφέρεται ως αντικείμενο εκμάθησης από την μια γενιά στην άλλη (Williams 2003: 147).

Η παρατήρηση των μοτίβων του κεντήματος της ποδιάς αποτελεί ένα πρότυπο (pattern) παραδείγματος που εκφράζει μέσω του συμβολισμού κοινωνικές, καλλιτεχνικές, πνευματικές και ψυχικές λειτουργίες και άγραφους κανόνες της κοινότητας της εποχής (Μπάδα 2011:14, Βρέλλη - Ζάχου 2012:891). Η προέλευση των μοτίβων της διακόσμησης των ενδυμάτων εδράζεται στην αρχαιότητα και αναπαράγεται μέχρι σήμερα εκφράζοντας στοιχεία του ιστορικού παρελθόντος σε αξίες της εποχής ιδωμένες στο σήμερα (Μπάδα 2011:14, Βρέλλη - Ζάχου 2012:891).

Η λαϊκή χειροτεχνία του ενδύματος που εκφράζει τον τρόπο ζωής της πρακτικής καθημερινότητας των κατοίκων της Αράχωβας, συνιστά μια αποτύπωση των κοινωνικών σχέσεων που μεταφράζεται από τον λαογράφο Γ. Μέγα ως «λαϊκή διανόηση» (αναφέρεται στο Μπάδα 1996: 50). Η βιωμένη αίσθηση του τρόπου ζωής της εποχής συνθέτει στοιχεία της ποιότητας και της οργάνωσης της ζωής της Αράχωβας και παραπέμπει στην έννοια της «δομής της αίσθησης» του Williams (2003: 147) που

εκφράζεται επαρκώς μέσα από την μελέτη της λαογραφίας και συγκεκριμένα του υλικού της πολιτισμού.

Η πολιτισμική ταυτότητα της κοινότητας της Αράχωβας συντίθεται από την αγροτική οικονομία που οδηγεί στην χρήση των προϊόντων της στην υφαντική και την κεντητική τέχνη (Πολυμέρου - Καμηλάκη 2014: 7) και εκφράζεται μέσα από ένα εσωτερικό αίσθημα του ανήκειν των κατοίκων της (Cuche 2001: 148). Αυτός ο πολιτισμικός πλούτος που συνιστά την πολιτισμική κληρονομιά της περιοχής από τις προηγούμενες γενιές, περιέχει κοινωνικά δεσμευτικές παραδόσεις και δομεί την πολιτισμική μνήμη (Lowenthal 1994: 43). Ένα σύνολο αντικειμενικών στοιχείων της καθημερινότητας όπως τα ενδύματα, που η εμπειρική τους ανάλυση βασίζεται στην φαντασία των κατοίκων της κοινότητας, στις μυστηριακές λειτουργίες των συμβόλων της διακοσμητικής τέχνης και ενδεχομένως στο λάθος (Assmann 1998: 129) συνιστά τις «φιγούρες της μνήμης».

Το μέρος της «μνημονικής ενέργειας» (Assmann 1998: 129) που συσσωρεύεται στα ενδύματα μαρτυρά την ιδιαιτερότητα αλλά και την ενότητα της κοινότητας μέσα από τις συγκεκριμένες τεχνικές κατασκευής αλλά και τις παραδόσεις της δημιουργία τους. Με αυτόν τον τρόπο η πολιτισμική κληρονομιά φτάνει στο σήμερα και ανακυκλώνεται μέσα από την χρήση της στις βιοτεχνίες μόδας που θα ερευνήσουμε στο δεύτερο μέρος της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής. Η δημιουργική απόκριση των γυναικών επιχειρηματιών του σήμερα στην καλλιτεχνική δημιουργία των γυναικών του 19^{ου} και 20^{ου} αιώνα συνθέτει μια νέα «δομή της αίσθησης» (Williams 2003: 147).

1.2 Ερευνητικό Υπόβαθρο

Στο παρόν μέρος της εισαγωγής της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής, θα εξετάσουμε το ερευνητικό υπόβαθρο του δεύτερου μέρους της μελέτης που περιλαμβάνει την γυναικεία επιχειρηματικότητα στον τομέα των δημιουργικών βιομηχανιών. Η οικονομική μεγέθυνση των δημιουργικών βιομηχανιών λαμβάνει σημαντικές διαστάσεις από την περίοδο του 1999 (Merger 1999: 545) και περιλαμβάνει το πολιτιστικό κεφάλαιο της οικονομίας (Throsby 1999: 6). Ως πολιτιστικό κεφάλαιο διευκρινίζουμε ότι εννοείται η ροή υπηρεσιών αγαθών ή υπηρεσιών που μπορεί να προκύψουν από το απόθεμα πολιτιστικής αξίας ενός προϊόντος υλικής ή άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς (Throsby 1999: 6). Η κατάσταση της αγοράς στον χώρο των πολιτιστικών βιομηχανιών

χαρακτηρίζεται από υπερπροσφορά υπηρεσιών των καλλιτεχνών – επιχειρηματιών και αβεβαιότητα ως προς τις θέσεις εργασίας και της έναρξης δραστηριότητας επιχειρήσεων (Merger 1999: 546).

Ο κλάδος της μόδας ανήκει στις σύγχρονες πολιτιστικές βιομηχανίες μαζί με τον κινηματογράφο, την ραδιοφωνία, την τηλεόραση, την διαφήμιση, την ηλεκτρονική μουσική, την φωτογραφία, τις εκδόσεις και το ντιζάϊν (Κόνσολα 2006:55). Πιο συγκεκριμένα, η πολιτιστική επιχειρηματικότητα είναι ένας κλάδος της πολιτιστικής οικονομίας που στοχεύει στο κέρδος αλλά μπορεί να αποσκοπεί και στην δημιουργία ανθρωπιστικής και συμβολικής αξίας (Κόνσολα 2006:57). Οι καλλιτέχνες – επιχειρηματίες είναι παράλληλα ιδιοκτήτες μιας μικρής επιχείρησης αλλά διατηρούν το δημιουργικό δυναμικό της καλλιτεχνικής τους ιδιότητας (Merger 1999: 550) και αυτό δημιουργεί κάποιες ιδιαιτερότητες. Για παράδειγμα, η χαλαρωτική οργανωτική δομή της επιχείρησης (Μυλωνάς 2018: 104) και η αβεβαιότητα της δημιουργικής διαδικασίας που οδηγεί σε μεταβολές της προσφοράς και της ζήτησης (Merger 1999: 559).

Οι γυναίκες φαίνεται πως κατέχουν μέρος της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας και παρουσιάζουν μια έφεση στην δημιουργικότητα (Μυλωνάς 2018: 19). Επίσης, σχετικά με την έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, παρατηρείται ότι διακατέχονται από προσωπικά κίνητρα όπως την προσωπική εξέλιξη, την διάθεση κοινωνικής προσφοράς και όχι τόσο το κέρδος (Μυλωνάς 2018: 19). Στην Ελλάδα, η επιχειρηματικότητα των γυναικών διαχωρίζεται μεταξύ αγροτικών και αστικών περιοχών. Στις αγροτικές περιοχές οι γυναίκες ασχολούνται με την φροντίδα της οικογένειας και του σπιτιού και αναλαμβάνουν επιχειρηματικές δραστηριότητες σε συντεχνίες (Νάζου 2002:27).

Στην περιοχή της Αράχωβας οι γυναίκες αναλαμβάνουν οικοτεχνικές επιχειρηματικές δραστηριότητες υφαντικής και κεντητικής παραδοσιακών φορεσιών και παραγωγής χαλιών ήδη από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα. Στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή, θα ερευνήσουμε μέσα από την βιβλιογραφική ανασκόπηση αυτά τα δείγματα επιχειρηματικής δράσης και πιο συγκεκριμένα θα μελετήσουμε α) τι σήμαινε για την γυναίκα της εποχής των αρχών του 20^{ου} αιώνα η εργασία, β) ποιες συνθήκες διαμόρφωσαν το έδαφος για την ανάπτυξη τέτοιων δραστηριοτήτων, γ) πως επηρέασε η εργασία τον κοινωνικό ρόλο της γυναίκας στην κοινότητα της Αράχωβας και δ) τι συμβόλιζαν οι παραστάσεις της διακόσμησης στα κεντήματα των ενδυμάτων και από που εμπνέονταν οι γυναίκες της εποχής.

Σε αντιπαράθεση με το σήμερα, η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα φαίνεται να έχει ενισχυθεί σημαντικά (IOBE 2014). Στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή θα ερευνήσουμε την γυναικεία επιχειρηματικότητα στις επιχειρήσεις μόδας που έχουν ως αφετηρία τους την άυλη πολιτιστική κληρονομιά και συγκεκριμένα παραδοσιακά μοτίβα κεντητικής της ελληνικής λαϊκής τέχνης. Μέσω των ευρημάτων θα συγκρίνουμε τον τρόπο που αντιλαμβάνονται την πολιτιστική κληρονομιά οι γυναίκες επιχειρηματίες σήμερα και από που αντλούν έμπνευση για τις δημιουργίες τους. Ενδεικτικά, θα προσπαθήσουμε να διαπιστώσουμε αν οι μορφές έμπνευσης συγκλίνουν και που διαφέρουν.

Άλλος ένας τομέας της πολιτιστικής βιομηχανίας που θα ερευνήσουμε είναι αυτός του πολιτιστικού τουρισμού και τη σύνδεσή του με την σύγχρονη καλλιτεχνική δημιουργία. Με αφετηρία την περιοχή της Αράχωβας θα ερευνήσουμε καλές πρακτικές και προτάσεις συνδυασμού παραδοσιακών τεχνικών υφαντικής και κεντητικής με την περιήγηση στην καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά της περιοχής.

1.3 Ερευνητικοί Στόχοι

Σύμφωνα με το θεωρητικό και ερευνητικό υπόβαθρο που παρουσιάστηκε στις δύο προηγούμενες ενότητες της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής, η μελέτη στοχεύει να μελετήσει την εκφρασμένη καλλιτεχνική δραστηριότητα μιας συγκεκριμένης εποχής της αγροτικής περιοχής της Αράχωβας και να συνδέσει τα αποτελέσματα της μελέτης με την εκφρασμένη εμπορική και δημιουργική δραστηριότητα των γυναικών της σημερινής εποχής. Πιο συγκεκριμένα, οι στόχοι είναι :

- 1) Να διερευνηθούν τα διαχρονικά κίνητρα (motivations) και οι πηγές έμπνευσης της ενασχόλησης των γυναικών με την τοπική λαϊκή – παραδοσιακή κεντητική και την υφαντουργία και πως επιδρά ο τρόπος ζωής σε αυτά. Μέσα από αυτήν την σκοπιά μαθαίνουμε για την «δομή της αίσθησης» (Williams 2003: 147) μιας εποχής του παρελθόντος και ερμηνεύουμε τον τρόπο που επικοινωνούσαν μέσα από τα ενδύματα. Δευτερευόντως, να διαφυλάξουμε και να μεταδώσουμε μέρος της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής.
- 2) Να ερευνήσουμε με ποιον τρόπο αναπτύχθηκαν και αναδείχθηκαν διαχρονικά τα προϊόντα τοπικής λαϊκής-παραδοσιακής κεντητικής και υφαντουργίας και πώς αναδημιουργήθηκαν τα παραδοσιακά μοτίβα στις διαφορετικές ιστορικές περιόδους από τον 18^ο αιώνα μέχρι σήμερα.

3) Να διερευνηθούν τα διαχρονικά κίνητρα (motivations) της σύγχρονης ενασχόλησης των γυναικών και οι πηγές έμπνευσης της ενασχόλησης των γυναικών με την λαϊκή – παραδοσιακή κεντητική και την υφαντουργία και πως επιδρά ο σημερινός τρόπος ζωής σε αυτά μέσα από συνεντεύξεις σε νεοφυείς επιχειρήσεις μόδας γυναικών στην Ελλάδα.

Κεφάλαιο 2

Γυναικεία Επιχειρηματικότητα και η Ηθική της Φροντίδας

2.1 Η Κοινωνιολογική Προσέγγιση της Γυναίκας στην Επιχειρηματικότητα

Η προσέγγιση της εργασίας από την σκοπιά των κοινωνικών επιστημών, καθιστά το φύλο ως καθοριστικό παράγοντα στην επιλογή του είδους της απασχόλησης. Σύμφωνα με την Δέσποινα Νάζου (2006: 4), η εργασία για τις γυναίκες αποτελεί ένα πεδίο κοινωνικής αναγνώρισης, αναζήτησης της επιτυχίας και αποδέσμευσης από τις κοινωνικές συμβάσεις.

Ο ρόλος της γυναίκας είναι συνδεδεμένος με ένα διευρυμένο φάσμα απασχολήσεων και δραστηριοτήτων και περιλαμβάνει καθήκοντα φροντίδας του οίκου ή παροχή φροντίδων σε τρίτους, όπως τα μέλη της οικογένειας. Ο όρος φροντίδα, μπορεί να προσδιοριστεί πολιτισμικά, ιδωμένος σε ένα συγκεκριμένο κοινωνικό πλαίσιο με διττή έννοια (Μαροπούλου 2011: 84). Πρόκειται για μια συναισθηματική συνθήκη που εμπεριέχει κάποιους κανόνες, κώδικες συμπεριφοράς και αξίες οι οποίες εμπίπτουν σε ένα αίσθημα ευθύνης για α) την εκδήλωση ενδιαφέροντος και προσοχής για τον άλλον και για β) ένα σύνολο πράξεων και ενεργειών που αποσκοπεί στην εκδήλωση ενδιαφέροντος. Αυτή η ηθική της φροντίδας, πρωτοεισήχθηκε σαν όρος από την Αμερικανίδα ψυχολόγο Carol Gilligan το 1982 (Μαροπούλου 2011: 87) και ζυμώθηκε από άλλους κλάδους των θεωρητικών επιστημών όπως η κοινωνιολογία. Η ηθική της φροντίδας φαίνεται πώς προσδιορίζει επιστημονικά τον τρόπο που οι γυναίκες μαθαίνουν και έπειτα επιλέγουν να παράγουν έργο με βάση το κοινωνικό τους φύλο και συμβάλλει διαχρονικά στην διαδικασία της αυτονόμησής τους αλλά και της αυτοπραγμάτωσής τους που ξεκινά από τον ιδιωτικό βίο.

Η έμφυλη διάκριση της φροντίδας οδηγεί τις γυναίκες να επιλέγουν συγκεκριμένους τομείς επαγγελματών όπως για παράδειγμα την εκπαίδευση, ενώ στον τομέα της αυτό-

απασχόλησης μικρές επιχειρήσεις εμπορίου ένδυσης και μόδας και παροχής υπηρεσιών προσωπικής φροντίδας (Μυλωνάς 2018:59). Στις σύγχρονες κοινωνίες, οι γυναίκες αναλαμβάνουν δραστηριότητα σε απασχόληση γραφείου και στην χρήση Η/Υ και ειδικότερα σε επιχειρήσεις που μπορούν να συνταιριάξουν την προσωπική ζωή και πιο συγκεκριμένα, την ανατροφή των παιδιών. Από την δεκαετία του 1990, οι γυναίκες αναλαμβάνουν καθήκοντα σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις και αποκτούν ικανότητες και εμπειρία μέσα από την εκπαίδευση σε τομείς της μηχανικής, των κατασκευών, των συγκοινωνιών που κυριαρχούνταν στο παρελθόν από άνδρες (Μυλωνάς 2018: 59). Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα είναι ο κλάδος από τους τομείς της εργασιακής απασχόλησης που μπορεί να επηρεάσει με δυναμικό τρόπο τα κοινωνικά προβλήματα και να συμβάλλει στην αναθεώρηση της κοινωνικής πολιτικής, αφού συνδράμει στην οικονομική ανάπτυξη μέσω της ίδρυσης νέων θέσεων εργασίας και ταυτόχρονα στην προσωπική ανάπτυξη μέσω της καινοτομίας και του ανταγωνισμού (Sarri, Trichoroulou 2008: 4).

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα παρατηρείται από την επισκόπηση της βιβλιογραφίας ότι αυξάνεται τα τελευταία είκοσι χρόνια (Καρασσαβίδου 2002, Gupta, Turban, Wasti, Sikdar 2005, Sarri, Trichoroulou 2008, Μυλωνάς 2018). Η δραστηριοποίηση των γυναικών επιχειρηματιών στον επιχειρηματικό κλάδο συμβάλλει στην οικονομική ευημερία μιας χώρας μέσω της μείωσης της ανεργίας αλλά και μέσω της διαφοροποίησης του φύλου στην διαδικασία της έναρξης επιχειρήσεων (Μυλωνάς 2018: 51). Αυτή η διαφοροποίηση από το ανδρικό φύλο αφορά το προφίλ του επιχειρηματία, τους τομείς επιχειρηματικότητας και τους στόχους (Μυλωνάς 2018: 52, Ρήνα 2022: 29) και συνιστά μια αλλαγή σε θέματα πολιτισμικής κουλτούρας κάθε χώρας αλλά και του δείκτη της ισότητας των φύλων σε κοινωνικό επίπεδο.

Η έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων από γυναίκες παρατηρήθηκε να αυξάνεται την δεκαετία του 1970 στις ΗΠΑ και αυξήθηκε παραπάνω την δεκαετία του 1990 (Μυλωνάς 2018: 55). Η Ευρωπαϊκή Ένωση από την δεκαετία του 2000, ενθαρρύνει την γυναικεία επιχειρηματικότητα προκειμένου να αυξηθούν οι δείκτες της γυναικείας απασχόλησης και αυτό-απασχόλησης και έχει καταρτίσει στρατηγικά προγράμματα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας θεωρώντας την τον σημαντικότερο μοχλό ανάπτυξης της οικονομίας (Sarri, Trichoroulou 2008: 6).

Σε μια προσπάθεια να ορίσουμε τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του/της επιχειρηματία θα αναφέρουμε τα παρακάτω: «[...] την δημιουργία νέων και καινοτόμων προϊόντων, την καθιέρωση νέων μορφών οργάνωσης, την εξερεύνηση νέων αγορών, την εισαγωγή νέων μεθόδων παραγωγής και την αναζήτηση νέων υλικών» (HKU 2010: 11). Οι ορισμοί που αναφέρθηκαν εστιάζουν σε χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν συγκεκριμένα άτομα και τον ρόλο σε ένα ορισμένο κοινωνικό πλαίσιο, διότι δεν έχει καθιερωθεί ένας ορισμός κοινά αποδεκτός που να περιγράφει το συγκεκριμένο πεδίο δραστηριότητας (Sarrì, Trichoroulou 2008: 6). Κάποιοι ορισμοί εστιάζουν στην ικανότητα της διορατικότητας ενός ατόμου να διακρίνει την ευκαιρία για την δημιουργία μιας επιχείρησης και κάποιοι άλλοι στην διαχείριση της επιχειρηματικής δραστηριότητας (Sarrì, Trichoroulou 2008: 7). Μια σημαντική διάκριση για τους ερευνητές, αποτελεί ο διαχωρισμός μεταξύ επιχειρηματία και ιδιοκτήτη-τριας μικρής επιχείρησης για τον οποίο οι διαφορές έγκεινται αφενός στην καινοτομία, την ανάληψη ευκαιριών, την μεγιστοποίηση των κερδών για τους-τις πρώτους-ες, και αφετέρου στην εκπλήρωση προσωπικών στόχων, οικογενειακών αναγκών και επιθυμιών και τέλος στην πολύωρη απασχόληση και αυξημένη κατανάλωση πόρων για τους δεύτερους-ες (Sarrì, Trichoroulou 2008: 7). Τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία είναι κοινά και στα δύο φύλα αλλά διαφέρουν ως προς τα ποιοτικά κριτήρια, δηλαδή τους τομείς και τα κίνητρα της έναρξης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τα οποία θα μελετήσουμε στο επόμενο κεφάλαιο.

Στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή, μας ενδιαφέρει να εστιάσουμε στην μελέτη της γυναικείας επιχειρηματικότητας συνδυάζοντας ποιοτικά χαρακτηριστικά του γυναικείου κοινωνικού φύλου που προσδιορίζουν πλευρές της γυναικείας δραστηριότητας διαχρονικά όπως η ηθική της φροντίδας, η οποία διατρέχει τον κύκλο ζωής των γυναικών πριν ακόμη απασχοληθούν στον εργασιακό δημόσιο βίο. Η συγκεκριμένη προσέγγιση δίνει έμφαση στα ποιοτικά κριτήρια της γυναικείας επιχειρηματικότητας και αναζητά τομείς επιχειρηματικής απασχόλησης που δύνανται να συγκεραστούν η κοινωνική αλλαγή και η οικονομική ανάπτυξη όπως ο τομέας της απασχόλησης στις δημιουργικές βιομηχανίες.

2.1.1 Η επιχειρηματικότητα στις Δημιουργικές Βιομηχανίες ως κοινωνικό όφελος

Η επιχειρηματικότητα και η δημιουργικότητα φαίνεται ότι διανύουν παρόμοιο έδαφος ως προς την έννοια της μεθόδευσης νέων και καινοτόμων προϊόντων ωστόσο διαφοροποιούνται ως προς τον στόχο και το αποτέλεσμα. Οι δημιουργικοί επιχειρηματίες εργάζονται με γνώμονα την πολιτιστική αξία της δημιουργίας και λιγότερο για την οικονομική αξία. Αντιθέτως οι επιχειρηματίες προτεραιοποιούν το οικονομικό κόστος σε βάρος του πολιτιστικού (HKU 2010: 10). Οι δημιουργικοί επιχειρηματίες παρατηρείται πως έχουν ιδέες που αποσκοπούν όχι μόνο στην κερδοφορία αλλά στην αυτοπραγμάτωση και στην καλλιέργεια της δημιουργικότητας (HKU 2010: 10).

Άλλος ένας προσδιοριστικός παράγοντας των δημιουργικών βιομηχανιών, σύμφωνα με τον Throsby (1999) είναι το παραγόμενο «πολιτιστικό κεφάλαιο». Το πολιτιστικό κεφάλαιο είναι το απόθεμα της πολιτιστικής αξίας που ενσωματώνεται στο συνολικό κεφάλαιο. Οι πολιτιστικές αξίες είναι το σύνολο των στάσεων, των συμπεριφορών και των αντιλήψεων με τις οποίες πορεύονται οι κοινωνίες (Throsby 2001:7). Με άλλα λόγια, δημιουργικός/η επιχειρηματίας μπορεί να θεωρηθεί κάποιος- κάποια που διαμορφώνει στάσεις και συμπεριφορές, επηρεάζει και δημιουργεί ένα πολιτιστικό προϊόν / υπηρεσία με τις αρχές και τις μεθόδους της επιχειρηματικότητας και στόχο να οργανώσει και να διαχειριστεί την δημιουργική του δραστηριότητα με εμπορικό τρόπο (HKU 2010: 15).

Η δημιουργικότητα είναι ένας ακόμη προσδιοριστικός παράγοντας στις δημιουργικές επιχειρήσεις που προϋποθέτει την ελευθερία της έκφρασης και τον χώρο για πειραματισμό. «[...]Οι καλλιτέχνες / επιχειρηματίες σε μια κοινότητα χρησιμοποιούν την δημιουργικότητα, την πολιτιστική γνώση και την πνευματική ιδιοκτησία, για την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών με κοινωνική και πολιτιστική σημασία» (Προσύλης 2015: 99).

Η ποιότητα της επιχειρηματικότητας στις δημιουργικές βιομηχανίες εμπεριέχει κάποια γνωρίσματα όπως, η συνύπαρξη καλλιτεχνικών, εμπορικών και οικονομικών δεξιοτήτων, την πολύωρη απασχόληση, τον έντονο ανταγωνισμό από μεγαλύτερες επιχειρήσεις, την επιδεξιότητα σε χειρωνακτικές εργασίες, τον σχεδιασμό, την διαφήμιση, την διαχείριση

(μάνατζμεντ), την δυνατότητα να φαντάζεσαι και οραματίζεσαι με δημιουργικό τρόπο (Μυλωνάς 2018: 102).

Με βάση αυτές τις αρχές και το αίσθημα κοινωνικής ευθύνης του κάθε δημιουργικού επιχειρηματία, η δημιουργική επιχειρηματικότητα μπορεί να περιγραφεί ως η διαδικασία της λειτουργίας μιας επιχείρησης πολιτιστικού τομέα, η οποία καθοδηγείται από μια στρατηγική αμιγώς πολιτιστική και τολμά την ανάληψη κινδύνου για την εξισορρόπηση των δημιουργικών και διαχειριστικών αξιών της καθώς συμβάλλει σε μια ζωτικής σημασίας οικονομική και κοινωνική πραγματικότητα στο εξωτερικό περιβάλλον της (HKU 2010: 21).

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στις δημιουργικές επιχειρήσεις μόδας που θα ερευνήσουμε στο δεύτερο μέρος της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής συνδυάζει κάποια από τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας όπως η καινοτομία στην παροχή των υπηρεσιών και κάποιους προσδιοριστικούς παράγοντες των επιχειρηματιών στις δημιουργικές βιομηχανίες, όπως η δημιουργικότητα.

2.2 Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα: Προκλήσεις και προοπτικές

2.2.1 Ιστορική Αναδρομή

Ο ρόλος της γυναίκας στον εργασιακό βίο στην Ελλάδα άρχισε να είναι εμφανής στην δεκαετία του 1960 όπου οι γυναίκες δηλώνουν υποψηφιότητα για να πολιτευτούν και ταυτόχρονα ιδρύονται γυναικεία σωματεία με αιτήματα την γυναικεία χειραφέτηση και την κοινωνική δικαιοσύνη (Νικολαΐδου, Δημάκη 1975: 474).

Την δεκαετία του 1980, καθιερώνεται από το Σύνταγμα η Αρχή της Ισότητας των δύο φύλων η οποία περιλαμβάνει διάφορες αλλαγές και τροποποιήσεις στο οικογενειακό δίκαιο με αποτέλεσμα οι γυναίκες να χαίρουν ίσης πρόσβασης στην εκπαίδευση και στον εργασιακό βίο (Νάζου 2006: 2). Ως επί το πλείστον, στις δεκαετίες μέχρι το 1990, ο ρόλος της γυναίκας στην οικογένεια της επιβάλλει να ασχολείται με άλλου τύπου εργασίες που περιλαμβάνουν την φροντίδα της οικογένειας, την φροντίδα του σπιτιού και την ανατροφή των παιδιών. Την δεκαετία του 1990, η ανεργία των γυναικών φαίνεται πώς

είναι άνισα κατανομημένη μεταξύ ανδρών και γυναικών και αυτό αποτελεί τροχοπέδη στην κοινωνική ένταξη των δεύτερων (Βενιέρης, Παπαθεοδώρου 2003: 142).

Όπως προαναφέρθηκε στο κεφάλαιο 2.1, ο ρόλος της γυναίκας στην εργασία ενέχει διάφορες προκλήσεις ως προς την πολυπλοκότητα των διαφορετικών εννοιολογήσεων στον προσωπικό και δημόσιο βίο. Οι γυναίκες μαθαίνουντας να φροντίζουν δημιουργώντας κατάλληλες συνθήκες θαλπωρής, καθαριότητας, ανατροφής και αλληλεγγύης εξασκούν ένα είδος μη αμειβόμενης εργασίας. Με αυτόν τον τρόπο η εμπειρία της εργασίας για την γυναίκα αποκτά ένα διαφορετικό νόημα που αλλάζει με βάση την παράμετρο της ηλικιακής ζωής διαχρονικά και ανάλογα με την κοινωνική της θέση.

Για παράδειγμα, η Ελληνίδα γυναίκα πριν το 1960 στην ύπαιθρο καλείται να φροντίσει για την χειροτεχνία της περιουσίας (προϊκά) της η οποία προσμετράται σε είδη ρουχισμού, κλινοσκεπασμάτων, επίπλωσης. Αυτού του είδους η εργασία για την επίτευξη της αυτονομίας που έρχεται με την σύμβαση ενός γάμου, δεν ανταμείβεται αλλά αποτελεί υποχρεωτική συνθήκη, απαιτεί συγκεκριμένη εκπαίδευση σε δεξιότητες και προσωπικό χρόνο.

Η γυναικεία εργασία στην Ελλάδα είναι συνυφασμένη με την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του κράτους και συνεισφέρει αφενός στην εκσυγχρονιστική αλλαγή παραδείγματος της οικογενειακής ζωής της μεσαίας αστικής τάξης των δεκαετιών από το 1980 και έπειτα και αφετέρου στην κοινωνική αλλαγή της θέσης της γυναίκας στην ελληνική ύπαιθρο (Νάζου 2006: 14).

Το κίνητρο εργασίας για την Ελληνίδα για τις δεκαετίες από το 1990 και μετά, συμπίπτει με την κοινωνική αλλαγή για την ισότητα των φύλων, την γυναικεία χειραφέτηση, την επανεξέταση των κοινωνικών συμβάσεων όπως ο γάμος. Η σταδιακή αποχώρηση της γυναίκας από την μη αμειβόμενη οικιακή εργασία στην προσοδοφόρα εργασία στον δημόσιο βίο τις δεκαετίες από το 1990 και μετά, συμβάλλει στην μεταβολή της κοινωνικής της θέσης προς το καλύτερο (Νάζου 2006: 6).

Την περίοδο που αναφέρουμε ο γυναικείος πληθυσμός στην αστική Ελλάδα έχει χαμηλό μορφωτικό επίπεδο και όταν εργάζεται απασχολείται σε θέσεις πωλήτριας και

βοηθητικού προσωπικού σε άλλες εμπορικές επιχειρήσεις (Νικολαΐδου, Δημάκη 1975: 479). Συγχρόνως όμως, στις αρχές της δεκαετίας του 1990 παρατηρείται και ένα κύμα γυναικείας επιχειρηματικότητας μικρών επιχειρήσεων στο λιανικό εμπόριο και ειδικά στην ένδυση και στα υποδήματα, με κίνητρο την υποστήριξη και την ανάπτυξη του οικογενειακού εισοδήματος (Μυλωνάς 2018: 76).

Τα ευρήματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 1990 στην Ελλάδα με θέμα την γυναικεία απασχόληση, κατατάσσουν τις γυναίκες με επιχειρήσεις σε αστικές και αγροτικές περιοχές. Οι γυναίκες αυτοαπασχολούμενες που διαβιούν σε αστικές περιοχές έχουν ηλικία 30 έως 34 έτη και ψηλό μορφωτικό επίπεδο. Είναι κυρίως έγγαμες και υπάρχουν αρκετές άγαμες. Στις αγροτικές περιοχές οι γυναίκες αυτοαπασχολούμενες είναι 45 έως 49 ετών και έχουν χαμηλό μορφωτικό επίπεδο. Η έρευνα κατέδειξε ότι αρκετές από τις αυτοαπασχολούμενες και στις δύο περιοχές είναι χήρες ως προς την οικογενειακή τους κατάσταση (Παζαρζή 1991: 391). Μια υπόθεση που προκύπτει από την οικογενειακή κατάσταση της χηρείας στις αυτοαπασχολούμενες Ελληνίδες, είναι ότι κληρονόμησαν την επιχείρηση από τον αποθανόντα σύζυγο και δεν προέβησαν σε έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων με δική τους πρωτοβουλία.

2.2.2 Η γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Αγροτική παραγωγή

Η μη αμειβόμενη εργασία καταλαμβάνει ένα μεγάλο μέρος της ζωής της Ελληνίδας γυναίκας και συνοψίζεται στην ηθική της φροντίδας που προαναφέρθηκε στο κεφάλαιο 2.1. Άλλος ένας τομέας μη αμειβόμενης εργασιακής απασχόλησης είναι η αγροτική παραγωγή όπου η γυναικεία εργασία είτε είναι έμμεση και ερευνάται στα πλαίσια των συνολικών δραστηριοτήτων ενός νοικοκυριού στην ύπαιθρο, είτε αποτελεί οικογενειακό επάγγελμα χωρίς ίση οικονομική μεταχείριση σε σχέση με τον άνδρα της οικογένειας (Νάζου 2006: 14).

Το 2000, η έρευνα για την γυναικεία εργασία στην αγροτική παραγωγή αναδεικνύει τον δυναμικό ρόλο της Ελληνίδας αγρότισσας. Η πρωτοβουλία της Γενικής Γραμματείας Ισότητας (2000) για την εισδοχή γυναικών επιχειρηματιών στον τομέα του αγροτουρισμού, της οικοτεχνικής παραγωγής από την μεταποίηση προϊόντων γεωργικής και κτηνοτροφικής εκμετάλλευσης αλλά και ειδών πολιτιστικής κληρονομιάς, συνετέλεσε στην ενδυνάμωση των γυναικών και στην καλλιέργεια της κοινωνικής και οικονομικής αυτονομιάς τους (Νάζου 2006: 16). Σύμφωνα με τις ίδιες, η συνεισφορά

στο οικογενειακό εισόδημα κατέχει τον πρωταρχικό ρόλο στο επιχειρείν και όχι τόσο η επιτυχία και η κοινωνική αναγνώριση (Νάζου 2006:16).

Οι Koutsou κ.ά (2009:25) ερεύνησαν σε ένα δείγμα 199 Ελλήνων ατόμων τα χαρακτηριστικά που παρουσιάζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες στον κλάδο του αγροτουρισμού. Η μελέτη ανέδειξε διαφορές μεταξύ των γυναικών που εργάζονται σε επιχειρήσεις στα αστικά κέντρα και σε αυτές που εργάζονται ως αυτοαπασχολούμενες στις αγροτικές περιοχές. Χαρακτηριστικά αναφέρονται το διαφορετικό μορφωτικό επίπεδο μεταξύ τους, όπως και στην προηγούμενη ερευνητική μελέτη και η ανάγκη του συνεταιρίζεσθαι στις αγροτικές περιοχές. Η απασχόληση των γυναικών σε συνεταιριστικά σχήματα στην ύπαιθρο αναδεικνύει και άλλα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας που φωτίζουν πτυχές της καθημερινότητας των γυναικών διαχρονικά.

Ο συνδυασμός της αξιοποίησης του συνόλου των ενεργειών που απορρέει από την ηθική του καθεστώτος φροντίδας από τις γυναίκες στην ύπαιθρο και συγκεκριμένα στον τομέα της αγροτικής παραγωγής, σε συνδυασμό με την επιχειρηματικότητα μπορεί να αποφέρει σημαντικό οικονομικό, πολιτιστικό και κοινωνικό όφελος.

2.2.3 Η Γυναικεία επιχειρηματικότητα στο αστικά περιβάλλοντα

Σύμφωνα με τον IOBE (2006), τα ποιοτικά κριτήρια της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, αφορούν α) την δυνατότητα της καινοτομίας των υπηρεσιών, β) την ένταξη των νέων τεχνολογιών, γ) το επίπεδο εκπαίδευσης και την δ) διάκριση στην έναρξη των δραστηριοτήτων που αφορά την επιχειρηματική δράση από ανάγκη. Οι γυναίκες επιλέγουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα που να συμβαδίζει με τις οικογενειακές υποχρεώσεις και συγχρόνως προσπαθούν να συνδυάσουν πολύπλοκους ρόλους της προσωπικής και επαγγελματικής ζωής (Ρήνα 2022: 30).

Οι Sarri και Trichoroulou (2008) μελέτησαν τα χαρακτηριστικά των γυναικών αυτοαπασχολούμενων μικρών επιχειρήσεων στην Θεσσαλονίκη μέσω της ανάλυσης σχετικής βιβλιογραφίας και επιπλέον μέσω της παρουσίασης και ανάλυσης δεδομένων που διερευνούν προσωπικά χαρακτηριστικά και κίνητρα, που προέρχονται κυρίως από τρεις παρόμοια σχεδιασμένες έρευνες για την δεκαετία 1990-2000 στην Ελλάδα.

Η μελέτη κατέδειξε σημαντική εμπλοκή γυναικών στην επιχειρηματικότητα, οι οποίες προέρχονται από οικογένειες με υπάρχουσες επιχειρήσεις τις οποίες είτε ενθαρρύνθηκαν να αναλάβουν είτε ανέλαβαν λόγω θανάτου του πατέρα και μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών επιχειρηματιών που ξεκίνησαν μόνες την επιχείρηση την τελευταία δεκαετία. Συνοψίζοντας από τα αποτελέσματα και την ανάλυση τους, η έρευνα κατέδειξε αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας με νέες επιχειρήσεις και την ανάγκη για πολιτικές απασχόλησης και εκπαίδευσης που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των διαφόρων κατηγοριών γυναικών επιχειρηματιών, όπως καθορίζονται από τα ποιοτικά κριτήρια, δηλαδή το ποικίλο μορφωτικό υπόβαθρο, τις συνθήκες και τις απόψεις τους με επίκεντρο τις νεοφυείς επιχειρήσεις (Sarri, Trichoroulou 2008: 18).

Το Παρατηρητήριο της Επιχειρηματικότητας IOBE στην έκθεση του για την Γυναικεία Επιχειρηματικότητα το έτος 2006 κατέδειξε την γυναικεία επιχειρηματικότητα στην πρώτη θέση μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών. Ωστόσο, υπάρχουν κάποια ποιοτικά χαρακτηριστικά που τονίζουν την πραγματική εικόνα. Πιο συγκεκριμένα, οι Ελληνίδες αυτοαπασχολούμενες συμμετέχουν σε επιχειρηματικά σχήματα και όχι τόσο σε μονοπρόσωπες επιχειρήσεις. Το εύρημα αυτό δείχνει μικρότερη ανεξαρτησία στην έναρξη μιας επιχείρησης σε σχέση με αυτή των ανδρών (IOBE 2006: 60). Επιπροσθέτως, οι Ελληνίδες εμφανίζουν χαμηλές επιδόσεις σε κάποια προσωπικά χαρακτηριστικά όπως η αντίληψη επιχειρηματικών ευκαιριών που δεν συνάδει με την υψηλή του θέση στην λίστα της Ευρώπης. Ωστόσο, μια εξήγηση που θα μπορούσε να δοθεί για την παραπάνω διαπίστωση είναι ότι οι γυναίκες που επιλέγουν να αυτοαπασχοληθούν σε χώρες οικονομικά αδύναμες, με υψηλά ποσοστά ανεργίας, το πράττουν για λόγους ανάγκης (Μυλωνάς 2018: 78). Τέλος, σχετικά με το επίπεδο εκπαίδευσης των Ελληνίδων αυτοαπασχολούμενων, ερευνήθηκε ότι βρίσκεται κάτω από το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Μυλωνάς 2018: 78).

Η Παγκόσμια έκθεση για το Χάσμα των Φύλων (Global Gender Gap Report) του έτους 2021, αποτελεί ένα δείκτη προσέγγισης των ανισοτήτων μεταξύ των φύλων ο οποίος βασίζεται σε τέσσερις κατηγορίες μεταβλητών: την οικονομική συμμετοχή και τις διαθέσιμες ευκαιρίες, τα εκπαιδευτικά επιτεύγματα, την υγεία και την επιβίωση και την πολιτική ενδυνάμωση. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 98^η θέση από τις 157. Η γεφύρωση του χάσματος σε σχέση με το 2006 έχει αυξηθεί κατά 0,036 ενώ σε σχέση με το 2020 μειώθηκε κατά 0,012. Σύμφωνα με την κατάταξη μεταξύ των χωρών της Δυτικής

Ευρώπης, η Ελλάδα βρίσκεται στην 22^η και τελευταία θέση και αποτελεί την μοναδική χώρα που δεν έχει γεφυρώσει το έμφυλο χάσμα με ποσοστό 70%.

2.3 Το προφίλ της Γυναίκας Επιχειρηματία στην Ελλάδα

Η περιγραφή του επιχειρηματικού προφίλ της γυναίκας παρουσιάζει σε γενικές γραμμές ομοιότητες αλλά και διαφορές με το προφίλ του άνδρα επιχειρηματία. Ξεκινώντας, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τους Gupta, Turban, Wasti, Sikdar, (2009) σε γυναίκες και άνδρες επιχειρηματίες τριών διαφορετικών χωρών, βρέθηκε ότι νέοι άνδρες και γυναίκες συσχετίζουν τον επιχειρηματία με ανδρικά χαρακτηριστικά αλλά με στερεοτυπικό τρόπο. Με άλλα λόγια ο επιχειρηματίας δεν είναι απαραίτητα αυτός που θα έχει αρσενικό φύλο αλλά αυτός που έχει τα ανδρικά χαρακτηριστικά του κοινωνικού αρσενικού φύλου. Κάποια χαρακτηριστικά που είναι κοινά και στα δύο φύλα αφορούν το γεγονός ότι οι άνθρωποι που ξεκινούν την επιχειρηματική δραστηριότητα είναι ήδη επαγγελματίες στο επάγγελμα που έχουν επιλέξει και στηρίζουν το εγχείρημά τους σε κοινωνικά δίκτυα. Επίσης, αντιμετωπίζουν την έναρξη της δραστηριότητας ως ευκαιρία (Μυλωνάς 2018: 56).

Η επισκόπηση της βιβλιογραφίας ανέδειξε κάποιους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα των γυναικών ευρύτερα. Έχουμε ήδη αναφέρει στο κεφάλαιο 2.1 την πολυπλοκότητα του ρόλου της γυναίκας που συνοψίζεται στην ηθική της φροντίδας της οικογένειας και των οικογενειακών υποχρεώσεων και έχει αποδειχθεί από την διεθνή βιβλιογραφία ότι οι γυναίκες είναι περισσότερο διατεθειμένες να μειώσουν την επιχειρηματική τους καριέρα προκειμένου να συμφιλιώσουν προσωπική και επαγγελματική ζωή (Μυλωνάς 2018: 75). Επιπρόσθετα, οι κοινωνικές συμβάσεις που συμβάλλουν στην άνιση κατανομή των φύλων στον δημόσιο και ιδιωτικό βίο ωθούν σε διαχωρισμό μεταξύ ανδρικών και γυναικείων επαγγελμάτων. Άλλοι επιδραστικοί παράγοντες είναι το πολιτισμικό υπόβαθρο το οποίο επηρεάζει τόσο την στάση απέναντι στο επιχειρείν όσο και την πιθανότητα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, και οι παράγοντες ώθησης και έλξης που σχετίζονται με τα κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας (Μυλωνάς 2018: 70).

Οι παράγοντες ώθησης στην έναρξη επιχειρηματικής δράσης σχετίζονται με παράγοντες όπως η ανεργία, η απόλυση από μια εργασιακή σύμβαση, η έλλειψη ικανοποίησης από ένα εργασιακό περιβάλλον και η ανάγκη για ένα αξιοπρεπές επίπεδο διαβίωσης (Μυλωνάς 2018: 71). Οι παράγοντες έλξης περιλαμβάνουν επιλογές που σχετίζονται με την επιθυμία, το αίσθημα της ανεξαρτητοποίησης και την αυτοδιάθεση όπως για παράδειγμα η δημιουργικότητα και δημιουργία, η ανάγκη για επιτυχία και οικονομική ευημερία, κοινωνική καταξίωση και αυτοπραγμάτωση (Μυλωνάς 2018: 71).

Οι περισσότερες γυναίκες αυτοαπασχολούμενες σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε γυναίκες επιχειρηματίες, ιδιοκτήτριες μικρών επιχειρήσεων και ελεύθερων επαγγελματιών στην Ελλάδα, είναι 36 έως 45 ετών, έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο είναι έγγαμες με παιδιά και δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά σε νεοφυείς επιχειρήσεις (Sarri, Trichoroulou 2008: 18). Στην ίδια μελέτη, η ευρωπαϊκή γυναικεία επιχειρηματικότητα συγκλίνει στα εξής χαρακτηριστικά: α) στο αυξανόμενο μορφωτικό επίπεδο, β) στην έναρξη επιχειρήσεων σε μεγαλύτερη ηλικία (Sarri, Trichoroulou 2008: 16).

Οι Giotopoulos, Kontolaïμου, Tsakanikas (2017: 8) διαπιστώνουν ότι ανάμεσα στα χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών είναι η εμπιστοσύνη στις γνώσεις, τις δεξιότητες και την εμπειρία τους, που συνήθως σχετίζεται με την επιχειρηματική αυτό-αποτελεσματικότητα. Ο ρόλος της αυτοπεποίθησης στις δυνατότητες του ατόμου φαίνεται να αποτελεί σημαντική κινητήριο δύναμη για την έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Επιπλέον, η επισκόπηση της βιβλιογραφίας έχει αναδείξει και κάποια κοινά κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών όπως η ανάγκη για ανεξαρτησία και την ανάγκη για προσωπική επιτυχία (Sarri, Trichoroulou 2005: 21). Η επαγγελματική ευελιξία ως προς τις ώρες εργασίας αναγνωρίζεται επίσης ως ένας σημαντικός παράγοντας που παρακινεί τη γυναικεία επιχειρηματικότητα εξαιτίας των διαφορετικών ρόλων που καλείται να υπηρετήσει στην καθημερινότητάς της. Επιπροσθέτως, συμβάλλουν η αναζήτηση οικονομικού κέρδους, η προσωπική ανάγκη για αυτοπραγμάτωση που ενέχει την δημιουργικότητα, και καθοδηγεί στην αυτονομία και την ανεξαρτησία (Sarri, Trichoroulou 2008: 18).

Οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν στην διάθεσή τους μικρότερο οικονομικό κεφάλαιο και έχει ερευνηθεί ότι ασχολούνται με την έναρξη μιας επιχείρησης με κίνητρο την προσωπική ανάγκη αλλά μεριμνούν έτσι ώστε τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προωθούν να εξυπηρετούν τις ανάγκες των καταναλωτών (Μυλωνάς 2018: 57). Για λόγους ευελιξίας των ωραρίων εργασίας, οι επιχειρήσεις τους έχουν έδρα το σπίτι τους. Οι λόγοι που επιλέγουν τέτοιου είδους συνθήκες εργασίας είναι γιατί επιλέγουν να συνταιριάξουν τον επαγγελματικό με τον οικογενειακό βίο καθώς οι γυναίκες είναι εκείνες που αναλαμβάνουν συνήθως το βάρος της φροντίδας της οικογένειας (Μυλωνάς 2018: 56). Η ευελιξία με τα ωράρια εργασίας που προσφέρει η αυτό-απασχόληση και το γεγονός ότι τα καθήκοντα και οι αποφάσεις για την επιχείρηση λαμβάνονται από τις ίδιες και όχι από εργοδότη σε μια μισθωτή επιχείρηση, αποτελούν σημαντικά κίνητρα εργασίας για τις γυναίκες επιχειρηματίες.

Συνοψίζοντας, οι γυναίκες επιχειρηματίες τείνουν να επιλέγουν αυτού του είδους την απασχόληση για να μπορέσουν να εξισορροπήσουν την οικογενειακή και την επαγγελματική ζωή και αποσκοπούν σε πιο προσωπικά κίνητρα σε σχέση με τους άνδρες επιχειρηματίες που επιλέγουν τις επιχειρήσεις με πρώτο κριτήριο το κέδρος και την επιτυχία. Οι γυναίκες διαφαίνεται ότι επιλέγουν την αυτό-απασχόληση ξεκινώντας μικρές επιχειρήσεις κάνοντας σταθερά βήματα και με σκοπό την ανταπόδοση προς το κοινωνικό σύνολο με τις επιχειρηματικές δραστηριότητές τους (Μυλωνάς 2018: 59).

Σύνοψη

Συμπερασματικά, στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται μια βιβλιογραφική επισκόπηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας που αφορά τον ορισμό της δραστηριότητάς της, μια

σύντομη ιστορική αναδρομή, τα χαρακτηριστικά των Ελληνίδων γυναικών επιχειρηματιών και τέλος μια παρουσίαση της επιχειρηματικότητας των γυναικών στην Ελλάδα. Επιπλέον, δόθηκε έμφαση στην επιχειρηματικότητα των Δημιουργικών Βιομηχανιών που θα μας απασχολήσει στην έρευνα που αφορά τις επιχειρήσεις εμπορίου γυναικείων ενδυμάτων.

Αυτό που συμπεραίνεται από το παρόν κεφάλαιο είναι ότι παρόλο που είναι διακριτή η θέση των γυναικών στον τομέα των επιχειρήσεων σήμερα, οι άνδρες φαίνεται να προηγούνται στην ανάληψη ευκαιριών απασχόλησης. Περιορίζοντας την συζήτηση στην Ελλάδα, παρατηρείται ότι η ορατότητα των γυναικών στον εργασιακό βίο της επιχειρηματικότητας είναι αισθητή αλλά αφορά μικρό ποσοστό εργαζομένων και αποτελεί μια εξαίρεση στον κανόνα.

Διαχρονικά, προκύπτει ότι οι γυναίκες επιλέγουν να ιδρύσουν ή να συντηρήσουν μια επιχείρηση στην ύπαιθρο είτε μαζί με άλλες γυναίκες είτε γιατί κληρονόμησαν μια επιχείρηση. Στις πόλεις οι γυναίκες παρουσιάζουν μεγαλύτερη δραστηριότητα αλλά στερούνται ανάλογων κρατικών πολιτικών και προγραμμάτων ενδυνάμωσης.

Λαμβάνοντας υπόψη τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα, διαφαίνεται πώς επιλέγουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά σε μεγαλύτερη ηλικία, ασκώντας κοινωνικό όφελος και με προσωπικά κίνητρα την ανάγκη για δημιουργία και αυτοπραγμάτωση. Ομοίως, στον τομέα των δημιουργικών βιομηχανιών κυριαρχεί η ανάγκη των εργαζομένων για δημιουργικότητα και αυτονομία με στόχο την οικονομική ανάπτυξη αλλά και την δημιουργία κοινωνικού οφέλους (Ikonomou 2017: 209). Ενδεχομένως, αυτή η σύγκλιση να δημιουργικότητας και κοινωνικού οφέλους να μπορούσε να δημιουργήσει τις κατάλληλες συνθήκες για μια χάραξη πολιτιστικής πολιτικής προσανατολισμένης σε ευκαιρίες γυναικείας δημιουργικής επιχειρηματικότητας.

Το όραμα μιας επιχείρησης για την Ελληνίδα γυναίκα συνιστά μια προσωπική επιλογή προσαρμοσμένη στις ανάγκες της καθημερινότητας της με στόχο την ατομική ευημερία και την καλλιέργεια της δημιουργικότητας αποκαλύπτοντας προσωπικά κίνητρα για ανεξαρτησία και κοινωνικό όφελος.

Κεφάλαιο 3

Πολιτιστική Κληρονομιά και Λαογραφία

3.1 Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά: Διατήρηση και Ερμηνεία μέσω της κοινότητας

Η διαφύλαξη της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς, σύμφωνα με την Σύμβαση της ΟΥΝΕΣΚΟ (2003: 3037) για την προστασία της, καθιστά την κοινότητα ως σταθμό και θεματοφύλακά της. Η έννοια την ιστορικής ή παραδοσιακής κοινότητας όπως διαμορφώθηκε στον ελληνικό χώρο, από την αρχαιότητα έως την περίοδο της δημιουργίας του ελληνικού έθνους, είναι περιχαρακωμένη από κανόνες και η κοινωνική της οργάνωση βασίζεται σε σχέσεις αλληλεγγύης και αφοσίωσης (Ζαϊμάκης 2002: 64).

Στην παρούσα μελέτη θα μας απασχολήσει η έννοια της κοινότητας ενός τόπου η οποία τοποθετείται στην ύπαιθρο βασισμένη σε σχέσεις γειτνίασης με κέντρο το χωριό. Στην περίοδο της Τουρκοκρατίας και ειδικότερα στα μέσα του 18^{ου} αιώνα, δημιουργούνται αυτόνομες διοικητικές περιφέρειες που αποτελούνται από χωριά ή πόλεις και λειτουργούν ως μια διευρυμένη κοινότητα με διοικητική αυτονομία, η οποία εμπεριέχει τον πολυπολιτισμικό χαρακτήρα των κατοίκων της (Ζαϊμάκης 2002: 68). Ζυμώνεται τότε η έννοια της «κοινοτικής αρετής» (Ζαϊμάκης 2002: 69), η οποία διαμορφώνει υποδομές και θεσμούς λαϊκής οργάνωσης στους τομείς της εκπαίδευσης, της υγείας, της φιλανθρωπίας εμποτισμένα με αισθήματα αλληλοβοήθειας και ομοψυχίας.

Αργότερα, στις πρώτες δεκαετίες του 19^{ου} αιώνα η ιστορική κοινότητα ενέπνευσε την έννοια του «κοινοτισμού» (Ζαϊμάκης 2002: 71) που διακατέχει την έννοια του έθνους διαχρονικά, και συνιστά την ιδεολογική βάση για την κοινοτική οργάνωση των κοινοτήτων της περιόδου αναφοράς. Η σύγχρονη έννοια της κοινότητας έχει διαφοροποιηθεί αρκετά εξαιτίας της πολυπλοκότητας του τρόπου ζωής, της παγκοσμιοποίησης, της τεχνολογικής και ψηφιακής εξέλιξης που διευκολύνει την διαπολιτισμική ανταλλαγή, ταυτόχρονα με τις κοινωνικές αλλαγές και τη γεωγραφική κινητικότητα (ΟΥΝΕΣΚΟ 2003: 3037, Ζαϊμάκης 2002: 80). Οι συνθήκες που προαναφέρθηκαν τείνουν να απειλούν την διατήρηση αυτών των μορφών και

εκδηλώσεων κοινοτισμού που περιλαμβάνει εκτός των άλλων τον ηθικό και συλλογικό χαρακτήρα των ανθρώπων που έζησαν και αντάλλαξαν γνώσεις, αναπαραστάσεις, τεχνικές χειροτεχνήματα, τελετουργίες, δηλαδή την Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της εκάστοτε κοινότητας (ΟΥΝΕΣΚΟ 2003: 3037).

Μέσα από τους κοινωνικούς ανασχηματισμούς, την πολιτιστική πολυμορφία και την ανθρώπινη δημιουργικότητα του μεταβαλλόμενου σχηματισμού της κοινότητας στην Ελλάδα, οι άνθρωποι συμβάλλουν στην διατήρηση και στην προστασία της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Η έμφαση στην ανθρωπολογία και την κοινωνιολογία του πολιτισμού τα τελευταία τριάντα χρόνια, έχει αναδείξει την σημαντικότητα αυτής της διατήρησης εστιάζοντας στις εκφράσεις και στις διαδικασίες που συντελέστηκαν στις κοινότητες, δηλαδή στα έθιμα και στις παραδόσεις (Fotopoulou 2017: 152). Η Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά ορίζεται από αυτού του είδους τις κοινωνικές εκδηλώσεις, τα συστήματα των πεποιθήσεων τα οποία περιλαμβάνουν μύθους, σύμβολα, λαϊκή τέχνη, προφορικές αφηγήσεις και οριοθετούν την ταυτότητα κάθε κοινότητας (Bounechaki 2004: 9).

Η σύμβαση «Faro» (2005) του Συμβουλίου της Ευρώπης για την αξία της Πολιτιστικής κληρονομιάς στην κοινωνία καλλιέργησε το έδαφος των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης έτσι ώστε οι κοινότητες να αξιοποιήσουν με διαφορετικό τρόπο την Πολιτιστική τους κληρονομιά και να χρησιμοποιήσουν μέρος της για να δομήσουν μια νέα, σύγχρονη ταυτότητα. Για παράδειγμα, η Αράχωβα Βοιωτίας αποτελεί μια κοινότητα που συγκεντρώνει ατόφια στοιχεία της λαϊκής παράδοσης, όπως η χειροτεχνία και οι λαϊκές εκφράσεις αλλά και αρχιτεκτονήματα σε ένα διατηρημένο φυσικό περιβάλλον που δεν έχουν αξιοποιηθεί μέχρι σήμερα, με τρόπο ωφέλιμο στην κοινότητα αλλά και οικονομικά αναπτυξιακό (Πολυμέρου - Καμηλάκη 2015: 261).

Η αλλαγή παραδείγματος της «Faro» (2005) δίνει έμφαση σε σημαντικές πτυχές της κληρονομιάς (υλικής και άυλης) διότι προωθεί τρόπους αξιοποίησης της μέσα από την ευρύτερη κατανόηση της και την σχέση της με διαφορετικές κοινότητες σε διαφορετικές χρονικές περιόδους. Ενθαρρύνει τους πολίτες να αναγνωρίσουν την σημασία της κληρονομιάς μέσα από τις αξίες και τα νοήματα που αντιπροσωπεύουν για τους ίδιους (Council of Europe 2020: 6). Αυτού του είδους η ερμηνεία της Υλικής και Άυλης

Πολιτιστικής Κληρονομιάς αποτελεί έναν ολιστικό τρόπο προσέγγισης της πρόσληψης της, για την συνέχιση και την διατήρηση της στις επόμενες γενιές.

3.2 Η Ελληνική Λαογραφία στην ύπαιθρο

Η Λαογραφία, όπως την ονόμασε ο Ν.Γ. Πολίτης (Κυριακίδου - Νέστορος 1978, Αλεξιάδης 2010, Μερακλής 2004) είναι η επιστήμη που μελετά την πνευματική και κοινωνική ζωή του λαού της υπαίθρου (Αλεξιάδης 2010: 18) στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Η εγκαθίδρυση μιας επιστήμης με αντικείμενο την παρατήρηση των ανθρώπων που ανήκουν στον λαό έχει τις ρίζες της στην εποχή του Διαφωτισμού στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στην αντίληψη των λογίων πώς η αλήθεια βρίσκεται στον τρόπο σκέψης του λαού (Κυριακίδου - Νέστορος 1978: 18).

Αργότερα, στην εποχή του κινήματος του Ρομαντισμού στην χώρα μας που η Λαογραφία εδραιώνεται, οι μελετητές αναζητούν στην έννοια του ελληνικού έθνους την σύνδεση με τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό και προσανατολίζονται στην ύπαιθρο (Κυριακίδου - Νέστορος 1978: 22). Εκεί, θεωρούν ότι υπάρχουν αδιάσπαστες οι ρίζες με τις πηγαίες εκφράσεις των ανθρώπων που καλλιεργούν, παράγουν και ζουν από την γη από την αρχαιότητα. Συγχρόνως, η έννοια της κοινότητας όπως διαμορφώθηκε στα χρόνια της Τουρκοκρατίας, αποτελεί ένα «κύτταρο» (Κυριακίδου - Νέστορος 1978: 42) αλληλεγγύης που περικλείει το τρίπτυχο της θρησκείας, της οικογένειας και του γένους και εξελίσσεται διαχρονικά σε κοινωνική δομή όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο.

Η επιστήμη της Λαογραφίας έχει τις ρίζες της στην Κοινωνική Ανθρωπολογία, την Εθνολογία και Εθνογραφία. Οι λαογράφοι χρησιμοποιούν τεχνικές έρευνας από το φάσμα των κοινωνικών επιστημών και βασίζονται στην παρατήρηση, την έρευνα, την καταγραφή και τεκμηρίωση των λαογραφικών φαινομένων μέσα από συλλογή στοιχείων του υλικού πολιτισμού, όπως τον κατατάσσει ο Γ. Μέγας, καθηγητής Λαογραφίας, (Μαχά - Μπιζούμη 2018: 257) στο έργο του «Εισαγωγή εις την Λαογραφίαν». Αντίστοιχα, στις κοινωνικές επιστήμες, η «*cultural materialism*» (υλιστική προσέγγιση για την κουλτούρα) θεωρία του ιστορικού και θεωρητικού της κουλτούρας Raymond Williams, μας εισαγάγει σε μια δυναμική στις σχέσεις των ανθρώπων και στον τρόπο που έχουν παγιωθεί κοινωνικά στο πέρασμα του χρόνου (Μnimon 1993: 344). Η «*Δομή της Αίσθησης*» για τον βρετανό θεωρητικό, επιδιώκει να δώσει μια εντύπωση στην ανάλυση και την έρευνα στις παλαιότερες εποχές και στον τρόπο ζωής μιας

συγκεκριμένης χρονικής περιόδου, δίνοντας έμφαση «στην βιωμένη αίσθηση της ποιότητας της ζωής σ' ένα συγκεκριμένο τόπο και χρόνο» (Mnimon 1993: 345).

Ας πάρουμε για παράδειγμα την επαρχία της Αράχωβας η οποία βρίσκεται χτισμένη στις νότιες πλαγιές του όρους Παρνασσός και συνορεύει με τους νομούς της Φωκίδας και της Βοιωτίας. Η ιστορία του χωριού ενδεχομένως να ανάγεται στην εποχή του Ομήρου με το όνομα «Ανεμώρεια», εξαιτίας του δυνατού ανέμου που φυσάει από τον γκρεμό που οδηγεί στον Παρνασσό (Ασημάκης 2015: 53). Υπάρχουν κι άλλες αναφορές της Ανεμώρειας στα κλασικά χρόνια που φτάνουν μέχρι τα ρωμαϊκά χρόνια αλλά με άλλο τοπωνύμιο. Τον 13^ο αιώνα π.Χ., στην περίοδο της Φραγκοκρατίας, η Αράχωβα ταυτίζεται στις αναφορές των περιηγητών με ένα από τα έξι κάστρα της περιοχής της Φωκίδας (Ασημάκης 2015: 57).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η εξέλιξη της πόλης την μακροσκελή περίοδο της Τουρκοκρατίας. Από την βιβλιογραφική μελέτη, προκύπτει ότι η Αράχωβα, εξαιτίας της απομονωμένης θέσης της σε υψόμετρο 950 μ., δεν κατοικήθηκε εκτενώς από Τούρκους (Μπακάλης 2005: 65). Παρόλο που αναφέρεται ως πολυπληθής οικισμός, εξαιτίας της μετοίκησης άλλων πληθυσμών όπως Βλάχοι της Ηπείρου και ενδεχομένως Αρβανίτες (Ασημάκης 2015: 59), η Αράχωβα παρουσιάζει μια αξιοσημείωτη συνοχή στην πολιτισμική της ταυτότητα (Πολυμέρου - Καμηλάκη 2014, Ασημάκης 2015).

Η ιστορία στους αιώνες του τόπου της Αράχωβας, οδηγεί την μελέτη στον τρόπο της ζωής τους κατά την διάρκεια του 20^{ου} αιώνα, χρόνια αναφοράς για την ανάπτυξη της επιστήμης της Λαογραφίας, όπως προαναφέρθηκε. Η οικονομική ζωή των κατοίκων του χωριού, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την αγροτική και κτηνοτροφική παραγωγή μέχρι τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο όπως προκύπτει από στοιχεία των δημοτικών καταλόγων (Moore 2015: 178). Η εργασιακή απασχόληση των ανθρώπων της περιοχής, μαρτυρά επίσης και πολλές πληροφορίες για τον τρόπο της ζωής τους αλλά και την σχέση με τον τόπο καταγωγής τους. Οι Αραχωβίτες, ασχολούνται με την γεωργία παράγοντας, όσπρια, δημητριακά, ελιές και κρασί. Οι Αραχωβίτισσες, παρόλο που δεν αποδίδονται ως εργαζόμενες στα δημοτικά αρχεία (Moore 2015: 177), απασχολούνται ως υφάντριες, καταστηματάρχες και πανδοχείς.

Στην παρούσα μελέτη θα εστιάσουμε στην ποιότητα και τον τρόπο ζωής των γυναικών της Αράχωβας και συγκεκριμένα στις γυναίκες που απασχολήθηκαν με την υφαντική και την κεντητική στα πλαίσια του πάρεργου και της κατ' οίκον εργασίας. Ένας τρόπος να διαφωτιστεί μια τέτοια πλευρά της ανθρώπινης έκφρασης είναι η ενδυμασία που αφορά, αφενός μια ατομική παράδοση δημιουργικότητας και αφετέρου την πολιτισμική έκφραση μιας εποχής (Βρέλλη – Ζάχου 2002: 163).

3.3 Η ενδυμασία ως φορέας πολιτιστικής κληρονομιάς της υπαίθρου

Η μελέτη της ενδυμασίας έχει καταστεί σηματοωρός για διάφορες ιστορικές συγκυρίες και δύναται να αποτελεί ερμηνευτικό κριτήριο που οδηγεί σε συμπεράσματα για κοινωνιολογικές, οικονομικές, ψυχαναλυτικές προεκτάσεις σε διάφορες κοινωνικές δομές ανά τον κόσμο. Η γλώσσα της ιστορίας της ενδυμασίας μπορεί να μιλά για τον τρόπο που οι άνθρωποι συμπεριφέρονται σε συγκεκριμένες συνθήκες και ποιους ακριβώς κοινωνικούς κώδικες ακολουθούν, γιατί είναι σημαντικό να διευκρινίσουμε πώς δεν είναι απαραίτητο η ένδυση να εξυπηρετεί την ιστορία μόνο σαν μέρος των γεγονότων της ιστορικής πραγματικότητας. Επιπροσθέτως, μπορεί να είναι η αιτία για ιστορικές και κοινωνικές αλλαγές (Kunzle 1981: 96).

Οι λαϊκές-παραδοσιακές ενδυμασίες στην Ευρώπη και ειδικότερα στην Ελλάδα, διαμορφώθηκαν κατά την διάρκεια του 18^{ου} και 19^{ου} αιώνα (Βρέλλη - Ζάχου 1994: 97). Σε αυτό το σημείο θα χρειαστεί να διευκρινίσουμε τι σημαίνει λαϊκή ενδυμασία και σε ποιο οικονομικό, κοινωνικό, χρονολογικό και χωρικό πλαίσιο λειτουργίας ονομάστηκε λαϊκή-παραδοσιακή για την ελληνική περίπτωση.

Σύμφωνα με την μελέτη της βιβλιογραφίας, η Μαρίνα Βρέλλη – Ζάχου, καθηγήτρια Λαογραφίας, κάνοντας μια έρευνα στις ευρωπαϊκές και θεωρητικές κατευθύνσεις της Λαογραφίας, υποστηρίζει ότι το λαϊκό κοστούμι είναι: *«ό,τι φοράει ο λαός σε σχέση με την ζωή της κοινότητας ως σύνολο»* (Richard Weiss αναφέρεται στο Βρέλλη – Ζάχου 1994: 99). Άλλος ένας ορισμός που διευκρινίζει την σημασία της ενδυμασίας στον λαϊκό πολιτισμό εξηγώντας ότι: *«είναι το ενδυματολογικό σχήμα εκείνο που προς τα έξω συμβολίζει την ταυτότητα μιας λαϊκής κοινότητας και εκφράζει τις πολλαπλές σχέσεις του*

ατόμου προς την κοινότητα και μέσα στην κοινότητα» (Don Yoder αναφέρεται στο Βρέλλη - Ζάχου 1994: 100).

Με αυτόν τον τρόπο η ενδυμασία αφορά έναν τρόπο ανάγνωσης της συνολικότερης εικόνας μιας εποχής. Η αναλυτική θεώρηση της ενδυμασίας ανασύρει πληροφορίες για τον υλικό πολιτισμό (τρόπος κατασκευής των ρούχων, επεξεργασία των υλικών, ύφανση, κεντητική, κοσμηματοποιία, υποδηματοποιία) της εκάστοτε περιοχής και μας ενημερώνει επίσης για τα ήθη, τα έθιμα και τον τρόπο που σχετίζεται και λειτουργεί η κοινότητα. Αυτή η οργάνωση μέσα στα πλαίσια της κοινότητας που προαναφέρθηκε, συντελείται στις αγροτικές περιοχές ενός παραδοσιακού πολιτισμού που οι οικονομικές του σχέσεις βασίζονται στην αγροτική παραγωγή, η επικοινωνία των ατόμων είναι άμεση, χωρίς την διαμεσολάβηση της κεντρικής εξουσίας του κράτους και οι άνθρωποι δεν έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο (Κυριακίδου - Νέστορος 1973: 45).

Η λαογράφος Άλκη Κυριακίδου -Νέστορος (1973), τοποθετεί την ακμή της παραδοσιακής κοινωνίας στην περίοδο της Τουρκοκρατίας και συγκεκριμένα για το διάστημα 1770-1820. Με την ίδρυση του ανεξάρτητου ελληνικού κράτους το 1832, η ελληνική παραδοσιακή κοινότητα δεν είναι αυτόνομη και χάνει την κοινωνική της συνοχή εξαιτίας αλλεπάλληλων διοικητικών μεταρρυθμίσεων. Ωστόσο, η λαϊκή ενδυμασία αποτελεί διαχρονικό εργαλείο για την οργάνωση της μελέτης στην λαογραφική έρευνα, σύμφωνα με την Μαρίνα Βρέλλη- Ζάχου (1994: 101). Στην Ελλάδα, η πρώτη μεθοδολογική προσπάθεια οργάνωσης για την λαϊκή ενδυμασία της υπαίθρου ξεκινά στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, από την επιτόπια έρευνα του λαογράφου Γ. Μέγα στα πλαίσια της λαογραφικής ακαδημαϊκής έρευνας (Μαχά - Μπιζούμη 2018: 258).

Ο Γ. Μέγας (Μαχά - Μπιζούμη 2018: 258), ταξινομεί την ενδυμασία στον υλικό λαϊκό πολιτισμό και προβαίνει σε συμμετοχική παρατήρηση στην περιοχή της Θράκης. Είναι ο πρώτος που κατατάσσει τις παραδοσιακές γυναικείες φορεσιές με βάση τον ενδυματολογικό τύπο, δηλαδή τον επενδύτη ή φόρεμα και τα μορφολογικά και τεχνικά του χαρακτηριστικά. Αργότερα, η Αγγελική Χατζημιχάλη (1978), ως ανεξάρτητη ερευνήτρια και εμπειρογνώμων λαογράφος, ταξινομεί τους ενδυματολογικούς τύπους ανά περιοχή και προσφέρει στην λαογραφική έρευνα σημαντικό συγγραφικό έργο για την λαϊκή ενδυμασία σε όλη την Ελλάδα.

Από το έργο της επιστημονικής λαογραφικής κοινότητας αλλά και των ανθρώπων της επαρχίας της χώρας που συμμετέχουν ενεργά στην συλλογή στοιχείων, προκύπτουν κοινωνιολογικές παρατηρήσεις σχετικά με την κοινωνική διαστρωμάτωση της κοινότητας, την λαϊκή τέχνη των ανθρώπων της και την τοπική αγροτική οικονομία μέσα από την παραγωγή και την κατεργασία του μαλλιού το οποίο είναι χρήσιμο στην κατασκευή των ρούχων (Βρέλλη - Ζάχου 2012, Μαχά - Μπιζούμη 2018). Τι συνιστά όμως την λαϊκή τέχνη;

Η λαϊκή τέχνη ερευνήθηκε επιστημονικά την περίοδο του Μεσοπολέμου από λαογράφους της ακαδημαϊκής κοινότητας και ανεξάρτητες ερευνήτριες όπως η Αγγελική Χατζημιχάλη. Η μελέτη της, διαμορφώθηκε διαχρονικά μέχρι την περίοδο του δεύτερου παγκοσμίου πολέμου και η έρευνα της ξεκίνησε από την χειροτεχνία των τεχνιτών του αγροτικού κόσμου πριν την ίδρυση της βιομηχανίας (Μπάδα 2011: 53). Η λαϊκή χειροτεχνία αφορούσε προϊόντα ιστορικής τεκμηρίωσης του λαϊκού πολιτισμού με χρηστική αξία για την ικανοποίηση πρακτικών αναγκών. Η αισθητική αξία προστέθηκε καθώς αυτά τα αντικείμενα αποτέλεσαν πεδίο έρευνας μιας εποχής που η λαογραφία αναζητούσε την συνέχειά της στον αρχαιοελληνικό κόσμο έτσι ώστε να δημιουργηθεί συνεπακόλουθα μια ευρύτερη ιδεολογία του νεοελληνικού αισθητικού ύφους με αφετηρία το έθνος (Μπάδα 2011: 51). Μια άλλη προσέγγιση της λαϊκής τέχνης, σύμφωνα με τον καθηγητή Λαογραφίας Μ. Γ. Μερακλή την περιγράφει ως μια οργανική ενότητα του τεχνίτη/δημιουργού και του προϊόντος/αντικειμένου του που αποκτά πρωτίστως χρηστική σημασία και είτε εξυπηρετεί πρακτικές ανάγκες μιας συγκεκριμένης κοινότητας, είτε επικοινωνεί κοινωνικούς κώδικες (Μαχά - Μπιζούμη 2014: 15). Ένα αντικείμενο λαϊκής τέχνης θα μπορούσε κοντολογίς, να εκφράζει διαφορετικά αξιολογικά συστήματα και να έχει χρηστική, ανταλλακτική, ιστορική, πολιτισμική, θρησκευτική, επιστημονική, κοινωνική αξία, η οποία εξαρτάται από την χρονική περίοδο μελέτης του, την ιστορική περίοδο δημιουργίας του και το πλαίσιο της ερμηνείας του (Μπάδα 2011: 56).

Άλλοι παράγοντες που προσδιόρισαν την λαϊκή ενδυμασία συνιστούν, το κλίμα και η γεωγραφία της υπαίθρου που καθορίζουν την σχηματοποίηση της ενδυμασίας όπως επίσης και η αγροτική παραγωγή της περιοχής από την οποία εξαρτάται η κατεργασία των υλικών των ρούχων, τα οποία υφαινόταν στον αργαλειό. Για παράδειγμα στην Θράκη, οι αγροτικές κοινότητες καλλιεργούν λινάρι και κατεργάζονται το μαλλί. Σε

κάποια χωριά της ίδιας περιφερειακής ενότητας, εκτρέφουν μεταξοσκώληκες και επεξεργάζονται τις μεταξωτές ίνες (Μάχα - Μπιζούμη 2018: 3).

Η υφαντική χειροτεχνία ήταν μια γυναικεία ασχολία που αποτελούσε είτε μια δευτερεύουσα εργασία στα πλαίσια της φροντίδας του οίκου, είτε μια επαγγελματική απασχόληση από το σπίτι για κάποιες περιοχές. Τα ρούχα της ενδυμασίας στον αργαλειό κατασκευάζονταν από κορδόνια μαλλιού ή βάμβακος ή λινού και ήταν τα εσώρουχα, οι κάλτσες, το πουκάμισο, το σιγκούνι κ.α. (Ήμελλου, Πολυμέρου – Καμηλάκη 1983: 194). Για την παραδοσιακή ενδυμασία των γυναικών της Ηπειρωτικής Ελλάδας που θα μας απασχολήσει στην παρούσα εργασία, η λαϊκή ενδυμασία περιλάμβανε και πρακτικές προσθήκες όπως η ποδιά. Η επαγγελματική απασχόληση των ατόμων καθόριζε τα υλικά της ενδυμασίας και η διακόσμηση μαρτυρούσε την κοινωνική τους θέση (Βρέλλη – Ζάχου 2012, 2014).

Σύνοψη

Στο τρίτο κεφάλαιο ανατρέξαμε στην δημιουργία της έννοιας της κοινότητας στον ελληνικό χώρο και πώς ονομάστηκε παραδοσιακή. Ο τρόπος οργάνωσης μέσα στα πλαίσια της κοινότητας συντελείται στις αγροτικές περιοχές ενός παραδοσιακού πολιτισμού που οι οικονομικές του σχέσεις βασίζονται στην αγροτική παραγωγή, η επικοινωνία των ατόμων είναι άμεση, χωρίς την διαμεσολάβηση της κεντρικής εξουσίας του κράτους και οι άνθρωποι δεν έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο (Κυριακίδου-Νέστορος 1973:45).

Η ενδυμασία ή παραδοσιακή φορεσιά αποτελεί έναν τρόπο μελέτης αυτού του πολιτισμού που οι ακαδημαϊκοί Λαογράφοι ονόμασαν Υλικό Πολιτισμό και διέκριναν στοιχεία κοινωνικής διαστρωμάτωσης, εκφράσεις επικοινωνίας και τεκμήρια λαϊκής τέχνης. Η επιστημονική θεωρία μέσα από την διεπιστημονική προσέγγιση της Λαογραφίας και της κοινωνικής επιστήμης μας εισαγάγει σε ένα πλέγμα παρατήρησης του υλικού πολιτισμού και της μελέτης των πολιτισμικών εκφράσεων μιας συγκεκριμένης εποχής πλαισιώνοντας την μελέτη της παρούσας διατριβής.

Σήμερα, η σύμβαση Faro (2005) του Συμβουλίου της Ευρώπης, δίνει την δυνατότητα και την μεθοδολογία στις κοινότητες να αναδείξουν στοιχεία και εκφράσεις της ντόπιας

άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς δημιουργώντας συνέργειες και ερμηνεύοντας με τον δικό τους τρόπο όσα κληρονόμησαν στις επόμενες γενιές.

Κεφάλαιο 4

Η Οικοτεχνία Υφαντικής και η Λαϊκή Τέχνη των Γυναικών στην Αράχωβα Βοιωτίας

4.1 Η Λαϊκή Τέχνη της παραδοσιακής ενδυμασίας των γυναικών της Αράχωβας Βοιωτίας

Για να πραγματοποιηθεί η έρευνα της ιστορίας της γυναικείας ενδυμασίας της Αράχωβας (βλέπε εικ.1) την χρονική περίοδο από το β' μισό του 19^{ου} αιώνα έως τις αρχές του 20^{ου} αιώνα, χρειάστηκαν διαφορετικά μέσα και πηγές έρευνας. Λόγω της περιορισμένης βιβλιογραφίας στο αντικείμενο της μελέτης και της απουσίας των μαρτυριών στην παρούσα χρονική περίοδο, ήταν απαραίτητη η επίσκεψη στην σημερινή κοινότητα της Αράχωβας και η επαφή με τους ανθρώπους της που έχουν ασχοληθεί με το πολιτιστικό κεφάλαιο του τόπου και ειδικότερα με την παραδοσιακή φορεσιά.



Εικόνα 1

Εικόνα 1

Το Λαογραφικό Μουσείο Αράχωβας, μεταξύ άλλων, φιλοξενεί ενδυμασίες από τον 19^ο αιώνα και επιπλέον, συντηρεί πλούσιο βιβλιογραφικό αρχείο σε συναφή επιστημονικά αντικείμενα με την πολύτιμη ακαδημαϊκή εποπτεία του Ερευνητικού Κέντρου Λαογραφίας της Ακαδημίας Αθηνών.

Η μελέτη των συγγραμμάτων του επιστημονικού αντικειμένου της Λαογραφίας οδήγησε στην μεθόδευση της έρευνας, σύμφωνα με την κατεύθυνση της διατριβής για την ενδυμασία της «Σχολής των Ιωαννίνων», η οποία διερευνά την ιστορικότητα της ενδυμασίας σε μια διεπιστημονική προσέγγιση με την ανθρωπολογία και την οικονομική επιστήμη (Μαχά - Μπιζούμη 2006: 59).

Σε αυτή την κατεύθυνση, η συμπερίληψη κοινωνικών παραγόντων, όπως παρουσιάστηκαν στο υποκεφάλαιο 3.2 και οικονομικών παραγόντων που θα παρουσιαστούν στο υποκεφάλαιο 4.2 και που συνετέλεσαν στην οργάνωση του χώρου της παραδοσιακής κοινότητας της Αράχωβας το χρονικό διάστημα αναφοράς, θα μας οδηγήσει αφενός στην αναζήτηση των τεχνικών και των διαδικασιών κατασκευής των ρούχων και αφετέρου στην δομική κατασκευή της εικόνας της γυναικείας φορεσιάς όπως διασώθηκε στις μέρες μας και φυλάσσεται σε μουσειακές συλλογές.¹

Η λαϊκή τέχνη της παραδοσιακής φορεσιάς των γυναικών της Αράχωβας περιλαμβάνει την ενασχόληση με την χειροτεχνία αρχικά και αργότερα σε συντεχνιακό επίπεδο, της ύφανσης των ρούχων και της κεντητικής συγκεκριμένων τμημάτων της. Στην παρούσα μελέτη θα εστιάσουμε στο *σεγκούνι* ή *σιγκούνα* ή *σαγιάκι* και στην *ποδιά* (Λούσκου 2015: 215) και στην επόμενη ενότητα θα φωτίσουμε την ενασχόληση με την υφαντική σε συντεχνιακό επίπεδο.

Το σιγκούνι

Η ενδυμασία στις αγροτικές περιοχές, όπως αυτή της Αράχωβας διαμορφώθηκε έτσι ώστε να εκφράζει συμβολικά την πολιτισμική και κοινωνική ταυτότητα της κοινότητας, τον τρόπο που σχετίζονταν στην εκάστοτε εποχή, την κοινωνική τους

Εικόνα 2



¹ Για τις θεωρητικές μελέτες του υλικού πολιτισμού της «Σχολής των Ιωαννίνων, υπάρχουν βιβλιογραφικές παραπομπές στο άρθρο της μελέτης της διδάκτορος Λαογραφίας Νάντιας Μαχά – Μπιζούμη, με τίτλο «Η γυναικεία Σαμιακή φορεσιά». Το άρθρο «Η γυναικεία Σαμιακή Ενδυμασία (Β΄ μισό του 19^{ου} – αρχές 20^{ου} αιώνα): Συμβολή στη Μελέτη της ιστορικότητας των τοπικών ενδυματολογικών συστημάτων» σ. 59-61 παραπέμπει σε θεωρητικές και μεθοδολογικές κατευθύνσεις των ακαδημαϊκών λαογράφων Γ. Μερακλή, Μ. Βαρβούνη και Μ. Βρέλλη-Ζάχου.

θέση και τους δεσμούς με τις ρίζες τους (Βρέλλη - Ζάχου 2012: 27). Η κοινή αισθητική στην κοινότητα, συμβάλλει στην καθιέρωση μιας κοινής εθνικής γλώσσας και καλλιέργει ένα τρόπο σκέψης που δημιουργεί οπαδούς μιας ομαδικής εθνικής συνείδησης (Χατζημιχάλη 1978: 12). Η παραδοσιακή κοινότητα της υπαίθρου που επικράτησε την εποχή της Τουρκοκρατίας, αναζητά αρχαιοελληνικά πρότυπα διακόσμησης που ενσωματώνουν το παρελθόν σε αξίες που εξυπηρετούν μια συγκεκριμένη ιδεολογία του παρόντος και επιβάλλουν ομοιομορφία στην ενδυμασία (Μπάδα, Χατζημιχάλη 1978: 12).

Η μελέτη της Ενδυμασίας από την εποχή της Άλωσης της Κωνσταντινούπολης μέχρι τον 20^ο αιώνα, έχει αναδείξει ότι κανένα ενδυματολογικό δημιούργημα δεν είναι αποκομμένο από το ιστορικό παρελθόν (Παπαντωνίου 2000: 11, Βρέλλη - Ζάχου 2014: 87). Η σημειολογική λειτουργία των χρωμάτων, των σχημάτων και των μοτίβων των ρούχων - γνωστή από το Βυζάντιο-, απηχεί σε κοινωνικά στεγανά, τα οποία είχαν υποχρεωτικό χαρακτήρα, διαμόρφωναν τις κοινωνικές τάξεις και ξεχώριζαν τους υποτελείς Ελλαδίτες από τους Τούρκους στην Οθωμανική Αυτοκρατορία (Βρέλλη - Ζάχου 2014: 89).

Η *σιγκούνα* ή *σεγκούνι* ή *σαγιάκι* (βλέπε εικ. 2) είναι το εξωτερικό μάλλινο ένδυμα που φορέθηκε από γυναίκες της Αράχωβας και της Ηπειρωτικής Ελλάδας γενικότερα (Παπαντωνίου 2000: 244, Χατζημιχάλη 1977: 119, Λούσκου 2015: 213). Πρόκειται για λευκό ή υπόλευκο αμάνικο πανωφόρι από δίμιτο ύφασμα που ύφαιναν οι γυναίκες με τα καλύτερα μαλλιά, σύμφωνα με την Αγγελική Χατζημιχάλη (1977: 119). Το καθημερινό και τραχύ ονομάζεται *σιγκούνα* και από τα μέσα του 19^{ου} αιώνα που άρχισε να επενδύεται με λευκή τσόχα, ονομάζεται *σαγιάκι* ή *τσόχα* και φοριέται σε γιορτές και ως γαμήλιο ένδυμα (Λούσκου 2015: 213).

Η προέλευση του, σύμφωνα με την Αγγελική Χατζημιχάλη (1977:13), έχει αρχέγονες ρίζες και η ίδια το ονομάζει *χιτώννα* λόγω του σχήματός του (αμάνικο) και της συνήθειας να φοριέται πάνω από το *ποκάμισο*. Το όνομα του, δηλαδή *σαγιάς*, σύμφωνα με την ίδια λαογράφο, προέρχεται από το βυζαντινό *σαγίον* που αναφέρεται σε βυζαντινά συγγράμματα (Παπαντωνίου 2000: 246, Λούσκου 2015: 213). Η Ιωάννα Παπαντωνίου, ενδυματολόγος και σκηνογράφος, (2000: 246) δίνει μια διαφορετική ερμηνεία για την προέλευση του *σαγιά*, υποστηρίζοντας ότι προέρχεται από το ρωμαϊκό *sagum*. Έτσι ονομαζόταν ο επίσημος αυτοκρατορικός μανδύας στα πρώτα χριστιανικά χρόνια και αργότερα επικράτησε η χρήση του ως επίσημο ένδυμα.

Διακοσμείται διαχρονικά με επίρραπτη κεντητική τεχνική που ονομάζεται φ'λιές (θηλιές), από κόκκινα και μαύρα στριμμένα μάλλινα και αργότερα βαμβακερά, γαϊτάνια και κορδόνια, βαμμένα στο χέρι και προσομοιάζει με τον τρόπο διακόσμησης της Ελευσίνας (Χατζημιχάλη 1977: 119, Λούσκου 2000: 213). Από το τέλος του 19^{ου} αιώνα μέχρι σήμερα, το γιορτινό ή γαμήλιο σιγκούνι (βλέπε εικόνα 3) της Αράχωβας διακοσμείται με χρυσοκέντημα που ονομάζεται *τερζίτικο*, σχηματίζοντας ελικοειδή σχέδια (Λούσκου 2000: 213).



Η τεχνική του κεντήματος πραγματοποιούνταν από άνδρες κεντηστάδες, τους τερζήδες, οι οποίοι εφάρμοζαν την χρυσοκέντητική κατ' επάγγελμα. Η χρυσοκέντητική είναι μια τεχνική με ρίζες από την βυζαντινή περίοδο που άνθησε σε ιερατικά άμφια και άλλα εκκλησιαστικά ενδύματα (Καραμπίνα 2015: 471).

Η ποδιά

Η ποδιά αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα αγροτικής φορεσιάς που χρησιμοποιείται για προστατευτικούς λόγους ενδεχομένως από το κρύο αλλά κατέχει και συμβολικό χαρακτήρα μιας και καλύπτει την περιοχή της λεκάνης, σύμβολο γονιμότητας για την γυναίκα (Παπαντωνίου 2000: 254, Βρέλλη - Ζάχου 2014: 96).

Η ποδιά (βλέπε εικ. 4) της γυναικείας φορεσιάς της Αράχωβας είναι κόκκινου χρώματος και παλιότερα υφαινόταν από μαλλί και αμέσως μετά από τσόχα (Χατζημιχάλη 1977: 119, Λούσκου 2015: 215). Η οικοτεχνία της υφαντικής στην Αράχωβα περιελάμβανε και την βαφή των μάλλινων νημάτων, η οποία απαιτούσε εμπειρία και δεξιότητα. Τα



χαρακτηριστικά χρώματα των υφαντών των γυναικών της Αράχωβας βάφονταν με φυτικές και αργότερα με χημικές βαφές (Λούσκου 2015: 237). Ειδικά για το κόκκινο

χρώμα χρησιμοποιούσαν ένα φυτό που ήταν σε αφθονία στην περιοχή της Φωκίδας, το οποίο ονομάζεται πρινοκόκκι (Μπόγρης 2018: 22). Επίσης, ειδικά για το κόκκινο χρώμα υπήρχαν και άλλοι τρόποι όπως το φυτό ερυθρόδανο (ριζάρι) και το έντομο *kermes* (Μπόγρης 2018: 22).

Η ποδιά στην παλαιότερη εκδοχή της ήταν κεντημένη από τις γυναίκες που τις φορούσαν με μάλλινες ή βαμβακερές κλωστές με μοτίβα όπως τα αντικριστά παγώνια τα οποία καταργήθηκαν το 1900 (Λούσκου 2015: 215). Η επόμενη ποδιά ήταν από μάλλινη τσόχα σε έντονο κόκκινο χρώμα που διακοσμήθηκε από τους *κεντηστάδες* με την τεχνική της χρυσοκεντητικής και το σχέδιο *κάστρο* (Χατζημιχάλη 1977: 119, Λούσκου 2015: 215).

Η ποδιά που φοριέται μέχρι και σήμερα, συνηθίζεται να κατασκευάζεται από βαθύ κόκκινο βελούδο και είναι κεντημένη με χρυσοκεντητική στο μοτίβο *κάστρο* ή άλλα σχέδια με επιδράσεις από την Δύση και φυτικό διάκοσμο που απεικονίζουν σχέδια όπως η *κλάρα* και η *ροδιά* (Λούσκου 2015: 215).

Από την αλληλογραφία και τις ιστορικές καταγραφές της εποχής προκύπτει ότι, η κοινότητα της Αράχωβας είχε σημαντική οικονομική ανάπτυξη και αγροτική παραγωγή αφού αρκετοί κάτοικοι συμμετείχαν στην Φιλική Εταιρία και ανεφοδίασαν με σιτηρά και άλλα τρόφιμα μισθοφόρους και οπλαρχηγούς (Μπακάλης 2005: 65-69). Αυτή την συνθήκη μπορούμε να επιβεβαιώσουμε και από την κατασκευή των μερών της επίσημης ή γιορτινής ενδυμασίας των γυναικών, στην οποία διακρίνουμε από τους περιηγητές ιδιαίτερη έμφαση στον στολισμό με νομίσματα, ήδη από το 1676 (Λούσκου 2015: 218-221).

Από την περιγραφή των ευρωπαϊών περιηγητών στα 1836 και 1837, η γυναικεία ενδυμασία μαρτυρά την άρτια αισθητική, τον πλούσιο στολισμό με νομίσματα και κοσμήματα αξίας αλλά και *πλούτο στα φορέματα* (Λούσκου 2015: 220).

Το διάστημα της Ελληνικής Επανάστασης οι Αραχωβίτες είχαν ενεργή συμμετοχή στην οργάνωση μαχητικών επιχειρήσεων, στην υλική και χρηματική ενίσχυση οπλαρχηγών όπως ο Αθανάσιος Διάκος και ο Γ. Καραϊσκάκης, με αποκορύφωμα την μάχη της *Ράχωβας*, τον Νοέμβριο του 1826 (Μπακάλης 2005: 65-69). Επιπλέον, η διάδοση του εμπορίου και

η σύνδεση με την Δύση στα τέλη του 18^{ου} αιώνα με αρχές του 19^{ου}, έφερε νέα ερεθίσματα και μόδες στον τρόπο της ένδυσης (Βρέλλη – Ζάχου 2014: 98).

Από την οργάνωση και την συμμετοχή στις μάχες κατά των Οθωμανών, διακρίνουμε ένα αγωνιστικό πνεύμα και μια συλλογική πατριωτική ενότητα της κοινότητας της Αράχωβας η οποία αντικατοπτρίζεται στην λαϊκή διακοσμητική τέχνη της γυναικείας φορεσιάς με μοτίβα στο πουκάμισο που απεικονίζουν ανθρώπινες φιγούρες σε πολεμική στάση (Χατζημιχάλη 1977: 127). Η διακοσμητική τέχνη σύμφωνα με την Αγγ. Χατζημιχάλη, αποτελεί μια σχηματική ερμηνεία της πραγματικότητας της κοινότητας και μια σχεδιαστική αποτύπωση των βαθύτερων σκέψεων και επιθυμιών των τεχνιτών-τριών με τον πιο απλό τρόπο (Χατζημιχάλη 1978: 16).

Η λαϊκή τέχνη της ενδυμασίας των γυναικών της Αράχωβας στο σύνολο της, αποτελεί ένα απείκασμα του γενικού πολιτισμικού πλαισίου της κοινότητας που αποτελείται από το ορεινό φυσικό περιβάλλον και το αρχιτεκτονικό κατασκευαστικό απόθεμα του χωριού, σε αυστηρά γεωμετρικά σχήματα και φυσικά υλικά όπως η πέτρα, την κοινωνική και οικονομική θέση της γυναίκας, την κατεργασία των υλικών και την μόδα κάθε εποχής που αλλάζει.

4.2 Η γυναικεία οικοτεχνία υφαντικής στην Αράχωβα Βοιωτίας το πρώτο μισό του 20^{ου} αιώνα

Η ενασχόληση με την υφαντική ήταν μια γυναικεία απασχόληση που άκμασε στην Αράχωβα το πρώτο μισό του 20^{ου} αιώνα. Η χειροτεχνία του αργαλειού, σύμφωνα με την Νάντια Μαχά- Μπιζούμη (2014 σ :3): «...αναδεικνύει την έμφυλη διάσταση της τεχνικής.

Οι υφαντικές ύλες, οι τεχνικές της ύφανσης και καθώς και τα θέματα στις διακοσμητικές επιφάνειες των υφαντών γνωστοποιούν και αναδεικνύουν το πολιτισμικό πλαίσιο της παραγωγής τους, μαρτυρούν την ιδιοπροσωπία της τοπικής υφαντικής τέχνης όπως αυτή διαμορφώθηκε υπό την επίδραση πολιτισμικών επιρροών και την ταυτότητα κάθε κοινότητας και εθνοπολιτισμικής ομάδας, ενώ ο τρόπος χρήσης των υφαντών τεκμηριώνει την οργάνωση και τη δομή της τοπικής κοινωνίας».

Στην παρούσα μελέτη, μας ενδιαφέρει να εστιάσουμε στα κίνητρα της ενασχόλησης των γυναικών της Αράχωβας με την υφαντική και να αναγάγουμε τα δεδομένα σε ένα γενικότερο πλαίσιο που αφορά την εργασία της γυναίκας στον αγροτικό τομέα παραγωγής στην Ελλάδα για τον οποίο δεν υπάρχουν αρκετά ερευνητικά δεδομένα. Επιπλέον, η μελέτη περίπτωσης της γυναικών της Αράχωβας θα μας βοηθήσει να εξάγουμε δεδομένα για την ποιοτική έρευνα γυναικείων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων μόδας και αξεσουάρ που ακολουθεί στο επόμενο κεφάλαιο.

Η μελέτη της κοινωνικής ανθρωπολόγου Δέσποινας Νάζου (2006: 13-14) για την γυναικεία εργασία στην Ελλάδα, μελετά την περιορισμένη ερευνητική δραστηριότητα επιστημόνων στον τομέα της αγροτικής παραγωγής γυναικών και διακρίνει δύο κατευθύνσεις γυναικείας ενασχόλησης. Η μία αφορά την χειροτεχνία ως πάρεργο της αγροτικής εργασίας των γυναικών στα πλαίσια της πολυαπασχόλησης σε ένα αγροτικό νοικοκυριό και η δεύτερη στα πλαίσια της οικογενειακής εργασίας. Συμπεραίνει ότι τα κίνητρα της ενασχόλησης των γυναικών στην αγροτική παραγωγή είναι αφενός η άνιση αναγνώριση της εργασίας μεταξύ της γυναίκας και του άνδρα της οικογένειας και αφετέρου το ενδιαφέρον για δραστηριότητες που δεν περιορίζονται στο όριο της οικοκυρικής και της φροντίδας των μελών της οικογένειας (Νάζου 2006: 13-14).

Στην περίπτωση της Αράχωβας, για το διάστημα από τα μέσα 19^{ου} αιώνα, οι γυναίκες της Αράχωβας ασχολούνται με την υφαντική στα πλαίσια της φροντίδας του οίκου αλλά κυρίως για την παραγωγή και δημιουργία της προίκας τους (Moore 2015: 180). Η επιδεξιότητα και η αναγνώριση της στην ύφανση, προσδίδει κύρος στην ίδια την υφάντρα και στην οικογένειά της και αποτελεί εχέγγυο για την αναζήτηση γαμπρού (Μαχά - Μπιζούμη 2014: 3). Προς το τέλος του 19^{ου} αιώνα, τα αραχωβίτικα υφαντά κιλίμια έγιναν γνωστά στην Κεντρική Ελλάδα για την ιδιαιτερότητα των μοτίβων

τους και τον συνδυασμό των χρωμάτων τους, με αποτέλεσμα να υφαίνουν και για την υπόλοιπη Ελλάδα και να προσφέρουν στο οικογενειακό εισόδημα (Moore 2015: 180).

Η ευγενής άμιλλα και ο ανταγωνισμός μεταξύ των γυναικών της κοινότητας δημιούργησε την ανάγκη για πρωτότυπα σχέδια και ιδιαιτέρως καλαίσθητους χρωματικούς συνδυασμούς με αποτέλεσμα κάθε αραχωβίτικο σπίτι να διαθέτει έναν αργαλειό και τα αραχωβίτικα μοτίβα των κλιμιών να αποκτήσουν ονομασία προέλευσης (Moore 2015: 181, Μπόγρης 2018: 22).

Το 1925, η Αγγελική Χατζημιχάλη πείθει την Αραχωβίτισσα Γιαννούλα Κρίκου να ξεκινήσει εργαστήριο υφαντικής στην Αράχωβα έτσι ώστε η λαϊκή τέχνη να αποτελέσει έναν μοχλό τοπικής και εθνικής ανάπτυξης της οικονομίας έτσι όπως την είχε οραματιστεί η σπουδαία λαογράφος (Πολυμέρου- Καμηλάκη : 531). Το 1927 η Εύα Σικελιανού μέσω των Δελφικών Εορτών διοργανώνει έκθεση λαϊκής τέχνης και αναδεικνύει την δημιουργικότητα και την χειροτεχνία των γυναικών της Αράχωβας (Λούσκου 2015: 233). Η δημοσιότητα από την συνεργασία με τις γυναίκες που προαναφέρθηκαν και το ακαδημαϊκό ενδιαφέρον της λαογραφίας προς την ύπαιθρο συνετέλεσαν στην ενίσχυση της υφαντουργίας στην Αράχωβα και την μετεξέλιξή της σε οικιακή βιοτεχνία (Λούσκου 2015 :233).

Μέχρι το 1950, οι περισσότερες γυναίκες της Αράχωβας εργάζονταν στην υφαντουργία. Κάθε αραχωβίτικο σπίτι είχε αργαλειό με περισσότερους από 1.100 στο σύνολο της κοινότητας και τα εργόχειρα υφαντά εξάγονταν σε όλη την Ελλάδα και στο εξωτερικό (Moore 2015 : 182). Εξαιτίας της υφαντουργίας οι γυναίκες απασχολούνταν σε επιχειρήσεις εμπορίου χαλιών στην κοινότητα, εργάζονταν από το σπίτι και συνεργάζονταν με άλλες εμπορικές επιχειρήσεις εκτός Αράχωβας, εκτελούσαν παραγγελίες, ταξίδευαν εκθέτοντας τα προϊόντα τους και είχαν το δικό τους εισόδημα. Το εισόδημα από την παραγωγή υφαντών λειτουργεί συμπληρωματικά προς τις αγροτικές και κτηνοτροφικές δραστηριότητες της Αραχωβίτικης οικογένειας και σύμφωνα με τον ιστορικό Ιωάννη Μπόγρη (2018 :23), : *«λειτουργεί αντισταθμιστικά με τα χειμερινά έξοδα του νοικοκυριού ιδίως όταν οι άντρες του σπιτιού είχαν ξεμείνει από χρήματα»*.

Η Αραχωβίτισσα από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα έως το πρώτο μισό του 20^{ου}, συμμετέχει ενεργά στην κοινωνική ζωή της κοινότητας, πηγαίνοντας στο καφενείο, παρακολουθώντας δημόσιες προεκλογικές εκδηλώσεις και πολιτιστικά γεγονότα (Μπόγρης 2018: 24). Η συνεισφορά στο οικογενειακό εισόδημα προσδίδει κίνητρο στην γυναίκα η οποία αποκτά συμμετοχή στις διαδικασίες λήψεως αποφάσεων στο δημόσιο και ιδιωτικό βίο (Νάζου 2006 :18).

Τα κίνητρα της γυναικείας ενασχόλησης στην περίπτωση των γυναικών της Αράχωβας, φαίνεται πώς εξυπηρετούν τα συμφέροντα της οικογένειας και όχι τόσο τα ατομικά τους οφέλη. Η εργασία από το σπίτι είναι μια προέκταση των οικιακών «υποχρεώσεων» που συνιστά περισσότερες εργατοώρες και κοπιαστική εργασία για την πλήρωση των οικογενειακών καθηκόντων (Νάζου 2006: 18, Μπόγρης 2018: 22).

Η ιδιοπροσωπία της υφαντικής τεχνικής των γυναικών της Αράχωβας, υποθέτουμε πώς καλλιεργήθηκε σε ένα περιβάλλον άνθησης της δημιουργικότητας και της καλλιτεχνικής ενασχόλησης με τα παραδοσιακά μοτίβα και την χρωματική σύνθεση που αναπτύχθηκε μέσω της ευγενούς άμιλλας και της συντεχνίας γυναικών που είχαν να διδαχθούν η μία από την άλλη. Αυτή η «πηγάζουσα αισθητική» (Χατζημιχάλη 1978 :12) της λαϊκής διακοσμητικής που μαθαίνεται εμπειρικά και μιμείται μέρος της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελεί και την οικοτεχνία των γυναικών της Αράχωβας που είναι απαραίτητο να παραδοθεί στις επόμενες γενιές.

4.4 Τα σύμβολα και οι συμβολισμοί στα κεντήματα της ποδιάς της παραδοσιακής φορεσιάς των γυναικών της Αράχωβας Βοιωτίας

Πριν μελετήσουμε τα κεντήματα της ενδυμασίας των γυναικών της Αράχωβας (βλέπε εικ. 5), είναι σημαντικό να μπορέσουμε να προσεγγίσουμε το προφίλ της Αραχωβίτισσας στο πέρασμα του χρόνου. Οι γραπτές παραδόσεις των περιηγητών που πέρασαν από την Αράχωβα, τα δημοτικά τραγούδια και η λαϊκή τους τέχνη θα μας βοηθήσουν να περιγράψουμε κάποια χαρακτηριστικά τους.



Εικόνα 5

Για την περίοδο από το δεύτερο μισό του 19^{ου} αιώνα έως τα τέλη του, υπάρχουν ιστορικές γραπτές παραδόσεις από περιηγητές στην περιοχή της Φωκίδας, στην οποία συμπεριλαμβανόταν η Αράχωβα, που μας δίνουν την εικόνα της κατοίκησης του χωριού και μέρους του τρόπου ζωής που προκύπτει από την ενασχόληση των γυναικών με την υφαντική και την περιγραφή της ενδυμασίας τους (Χατζημιχάλη 1978: 118, Λούσκου 2005: 233).

Οι Αραχωβίτισσες, μαθαίνουμε ότι τηρούσαν άγραφους κανόνες της κοινότητας, οι οποίοι αποτυπώνονταν στην φορεσιά τους και δήλωναν την κοινωνική τους θέση. Για παράδειγμα, ο «φ'κας²» φορέθηκε σε μαύρο χρώμα από τις παντρεμένες και κόκκινο από τις ανύπαντρες (Λούσκου 2015 :221). Ήταν ντυμένες με ενδύματα σε κομψή γραμμή από ζεστά και ανθεκτικά υλικά όπως το μαλλί και το βαμβάκι. Η διαχρονική γραπτή αποτύπωση των περιηγητών, μας πληροφορεί ότι τηρούσαν την μόδα κάθε εποχής και ενστερνίζονταν ενδυματολογικά μέρη από διαφορετικές περιοχές όπως για παράδειγμα το μαντήλι από την Σύρο στα 1886 (Λούσκου 2015 :221). Σύμφωνα με την Κωνσταντίνα Μπάδα (1996:54), καθηγήτρια Λαογραφίας, η οικονομική ανάπτυξη συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων και περιοχών κατά την διάρκεια του 18^{ου} αιώνα, συνετέλεσε στην ανάγκη των ανθρώπων τους να διακοσμήσουν τα ενδύματά τους, με τέτοιο τρόπο που να αναδεικνύει την υπεροχή τους και να συμβολίζει το κύρος τους, χρησιμοποιώντας πανάρχαια, προστατευτικά και αποτροπιαστικά σύμβολα. Αυτή η ανάγκη, είχε σαν αποτέλεσμα την ανταπόκριση των τεχνιτών της εποχής με ανάλογη διακοσμητική τέχνη.

² Ο «φουκάς» είναι μακρύ μάλλινο υφαντό ζωνάρι που χρησίμευε για την στήριξη του σεγκουνιού και την αποθήκευση χρειαζόμενων (Λούσκου, 2015, σ. 215).

Με ιδιαίτερη έμφαση επιμελούνταν το στολισμό του κεφαλιού και ιδιαιτέρως των μαλλιών. Από τα αρχαϊκά ακόμη χρόνια, τα μαλλιά συμβόλιζαν την έδρα της ψυχής του ανθρώπου και αρκετά αργότερα η λαϊκή αντίληψη, θεώρησε τα μαλλιά πηγή δύναμης και ζωής (Βρέλλη-Ζάχου 2014 :96). Οι Αραχωβίτισσες στόλιζαν το κεφάλι με τρόπο προστατευτικό και πρόσθεταν τιμαλφή όπως νομίσματα, πολυτελή υφάσματα με κεντημένο διάκοσμο (βλέπε εικ.6), πολύχρωμες κορδέλες, πράξεις που υποδηλώνουν πιθανώς κοινωνική υπεροχή και συνδέθηκαν στις παραδοσιακές κοινότητες, με πράξεις αποτροπαϊκές κατά του κακού και παράλληλα, ενέργειες για την πρόκληση της γονιμότητας (Βρέλλη-Ζάχου 2014: 96).



Επιπροσθέτως, η Αραχωβίτισσα σκιαγραφείται: α) από την λαϊκή παράδοση των δημοτικών τραγουδιών, άξια και πολυπράγμων οικοκυρά και β) από την εμπειρική έρευνα, μαρτυρά την δυναμική της παρουσία στην οικονομική και κοινωνική ζωή της εποχής εξαιτίας της επαγγελματικής ενασχόλησης με την υφαντική (Μπόγρης 2018 : 22).

Από τις παραδόσεις, υποθέτουμε ότι η Αραχωβίτισσα είναι έντονα συνδεδεμένη με την οικογένεια και τηρεί απαρέγκλιτα μια ηθική της φροντίδας του σπιτιού και του οίκου. Εκφράζεται δημιουργικά και διεκδικεί την θέση της στο κοινωνικό και κοινοτικό γίνεσθαι.

Η κεντητική αποτελούσε ακόμη έναν ξεχωριστό τρόπο έκφρασης των γυναικών της τοπικής κοινότητας. Η μορφή της, τα σχήματα, οι συνθέσεις τους και η χρωματική κλίμακα των κεντημάτων που έχουν σωθεί μας καθιστά ενήμερους για την αισθητική αντίληψη των γυναικών που τα αποτύπωσαν, το πνευματικό τους επίπεδο, ακόμη μας πληροφορεί για τις εσωτερικές τους σκέψεις και την ψυχική τους διάθεση. Κάθε εργόχειρο αποτελεί ένα βιογραφικό έργο για την γυναίκα που το κεντά, στο οποίο εναποθέτει προσδοκίες, πηγές έμπνευσης και μύχιους τρόπους επικοινωνίας. Στην ανάπτυξη της συνέβαλαν διάφορες ιστορικές συνθήκες κατά την διάρκεια του 18^{ου}

αιώνα όπως η παρακμή της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας, το άνοιγμα του εμπορίου από την θάλασσα προς την Δύση, η ανάπτυξη του θεσμού της κοινότητας και η δημιουργία συντεχνιών αλλά και η επιρροή του Γαλλικού Διαφωτισμού που οι φιλελεύθερες ιδέες του, οδήγησαν στην δημιουργία των οικονομικών, κοινωνικών και πνευματικών συνθηκών για την ελεύθερη έκφραση της κεντητικής τέχνης (Μαχά-Μπιζούμη 2012:933).

Οι επιδράσεις για τα σχέδια και τις συνθέσεις έρχεται από βυζαντινές ρίζες, από την Ανατολή αλλά και την Δύση στο πέρασμα του χρόνου και τις ιστορικές αλλαγές (Μαχά-Μπιζούμη, 2014 :15). Επίσης, οι επιρροές από την μόδα των οικονομικά ανεπτυγμένων κοινωνικών στρωμάτων (Μπάδα 1996:54) της εποχής κοντινών περιοχών όπως η Αττικοβιοωτία ή άλλες περιοχές, δεν αποκλείεται και μάλιστα αποτελεί στοιχείο προς διερεύνηση αφού ειδικοί παράγοντες όπως οι επιγαμίες, εμπλούτιζαν με νέα στοιχεία και διακοσμητικές τεχνικές γυναικών με διαφορετική λαϊκή χειροτεχνία. Το κλίμα, η ιδιομορφία του φυσικού τοπίου, οι πρώτες ύλες, τα ήθη, τα έθιμα, το εμπόριο διαμόρφωσαν την μορφή και την ποικιλία της (Μαχά-Μπιζούμη 2012:935).

Η τεχνική των κεντημάτων ποικίλει σε *μετρητά ή ξομπλιαστά, γραφτά* και σε *χτυπητά ή χυτά (φιλιτιρέ)* (Μαχά-Μπιζούμη 2014 :15). Στην παραδοσιακή φορεσιά της Αράχωβας, η νυφική/γιορτινή *ποδιά* που θα αναλύσουμε στην παρούσα εργασία κεντήθηκε με χρυσοκεντητική και με την γραφτή τεχνική (Λούσκου 2015 :243). Η χρυσοκεντητική που συνήθως ήταν δημιούργημα της συντεχνίας των *τερζήδων ή συρμακέσηδων* και τα στριφτά χρυσά κορδόνια και λεπτά ελάσματα καρφώνονταν πάνω σε μάλλινα υφαντά και αργότερα σε βελούδινα υφάσματα, ακολουθώντας το περίγραμμα ενός σχεδίου πάνω σε χαρτί το οποίο είχε τοποθετηθεί πριν ξεκινήσει το κέντημα (Μαχά - Μπιζούμη 2014: 15, Λούσκου 2015: 215).

Στα γραφτά κεντήματα της ποδιάς τα οποία αποτυπώνονταν με τον ίδιο τρόπο, η κεντήστρα είχε την ευχέρεια να εκφραστεί ελεύθερα απεικονίζοντας διάφορα θέματα αλλά χωρίς να ξεφεύγει από την συμμετρία και αυστηρότητα των κανόνων της λαϊκής διακοσμητικής (Μαχά - Μπιζούμη 2014: 16).

Για να προβούμε στην σημειωτική ερμηνεία των παραδοσιακών μοτίβα της λαϊκής τέχνης, θα χρειαστεί να διευκρινίσουμε την έννοια του συμβόλου και την καταγωγή του.

Με μακραίωνη ιστορία από τους λαούς της Ασίας, της Ωκεανίας και της Αφρικής, η οποία περιπλέκεται στους αιώνες με την θρησκευτική πίστη και την εδραίωση της ψυχανάλυσης, τα σύμβολα πιστεύεται πώς είναι η προβολή ενός ιδεατού κόσμου στον πραγματικό (Ζώρα 1991 :1-2).

Μια από τις έννοιες που προσιδιάζει στο σύμβολο είναι η αλληγορία, που συνήθως αναπαριστά μια αφηρημένη έννοια (ζώο, άνθρωπος, φυτό) όπως τα παραδοσιακά μοτίβα της λαϊκής τέχνης που σύμφωνα με την λαογράφο Πόπη Ζώρα (1991:4): *«(...)εκφράζουν τις σχέσεις της κοινότητας(...)τα ήθη, τις σημαντικές στιγμές, τα ήθη, την επικοινωνία και την έμπνευση»*.

Το «*κάστρο*» (βλέπε εικ. 4) όπως αποκαλείται στην Αράχωβα (Λούσκου 2015 :215), είναι ένα ελικοειδές σχέδιο που υψώνεται και καταλήγει κλιμακωτά σε ένα παραδοσιακό μοτίβο που θυμίζει ενδεχομένως «*γλάστρα*». Στην γειτονική Δεσφίνα Φωκίδας, παρόμοιο σχέδιο ποδιάς αποκαλείται «*δέντρο*» (Μελέτιο Γυμνάσιο Δεσφίνας 2001-2:19). Το παραδοσιακό αυτό μοτίβο, συνοδεύεται περιμετρικά από γεωμετρικά σχήματα, μαιανδρικά, ελικοειδή, τα οποία έχουν αυστηρές γραμμές (Χατζημιχάλη 1978 :18). Είναι κεντημένο με χρυσές κλωστές και χρυσά ελάσματα, συρματάκια στο ίδιο χρώμα και αποτυπώνεται σε καμβά κόκκινου χρώματος.

Το κόκκινο χρώμα της ποδιάς (και άλλων μερών της νυφικής φορεσιά της Αράχωβας όπως το *πουκάμισο* και το *κρεμεζί μαντήλι*), που συναντάται σε διάφορα μέρη της Ανατολικής Στερεάς Ελλάδας, ενδεχομένως να συνδέεται: *«...με παμπάλαιες συνήθειες και δοξασίες»* μας γνωστοποιεί η Άννα Γουήλ – Μπαδιεριτάκη, καθηγήτρια Λαογραφίας (1980 :125). Το κόκκινο κάλυμμα (ποδιά, κεφαλόδεσμος), που φορά η αρχαία Ελληνίδα νύφη την μετατρέπει συμβολικά σε θύμα που προσφέρει καταχύσματα για εξευμενισμό προς τους θεούς του συζύγου της, που δεν της ήταν γνώριμος μέχρι τότε και ζητά την επιείκεια τους (Γουήλ – Μπαδιεριτάκη 1980 :125).

Το «*δέντρο της ζωής*» αποτελεί συμβολισμό που χάνεται στα βάθη της ανθρώπινης προϊστορίας, σύμφωνα με την Πόπη Ζώρα (1991 :10-13). Το δέντρο με τις ρίζες του βυθίζονται στη γη και δίνει τροφή και ασφάλεια, το πιο σημαντικό και το κεντρικό από τους αρχέτυπους συμβολισμούς που περικλείουν έναν μικρόκοσμο στον οποίο ο άνθρωπος αισθανόταν ασφαλής στις αρχαϊκές και πρωτόγονες κοινωνίες. Με το πέρασμα των χρόνων, οι αρχαϊκές θρησκευτικές αντιλήψεις έχρισαν το δέντρο φύλακα

μιας μυστικής δύναμης που αλλάζει ανάλογα με τον συμβολισμό του. Αν δηλαδή, το δέντρο περικλείει μυστικές δυνάμεις, αυτό συμβαίνει γιατί φυτρώνει από τη γη, υψώνεται προς τον ουρανό, βγάζει καρπούς και ανακτά το χαμένο φύλλωμά του. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται σύμβολο του κύκλου της ζωής από την γέννηση, τον θάνατο και την αναγέννηση και συγχρόνως κοσμικό σύμβολο (Ζώρα 1991 :10-13).



Οι χθόνιες δυνάμεις του δέντρου που σε κάποιες ασιατικές θρησκείες συνδέονται με έθιμα και τελετουργίες της γονιμότητας αλλά και το «δένδρο της ζωής» που η Μεσοποταμιακή εικονογραφία μεταλαμπάδευσε στην Δύση και κατάφερε να επιβιώσει μέχρι το Βυζάντιο από την εξάπλωση των Αράβων στις μεσογειακές χώρες κι έπειτα στη Δύση (Ζώρα 1991 : 10-13). Το «δένδρο της ζωής» αποτυπωμένο σε Περσικό ύφασμα του 10-11^{ου} αιώνα, υψώνεται σε επαναλαμβανόμενα κυκλικά πλαίσια ανάμεσα σε αντικρουστά ζώα (Ζώρα 199 :10-13).

Όπως και το «κάστρο» ή «δέντρο» της ποδιάς της παραδοσιακής φορεσιάς της Αράχωβας και της Δεσφίνας, μπορεί να διαφέρει στην τεχνική αλλά υψώνεται συμβολικά με επαναλαμβανόμενους κυκλικούς έλικες και ανθίζει όπως επιτάσσει η κοινωνική σύμβαση για την θέση της γυναίκας της παραδοσιακής κοινότητας · μετά το γάμο, τεκνοποιώντας και ωριμάζοντας.

Η «νοελληνική γλάστρα», έχει τις ρίζες της στην Ινδική κοσμολογία και στην Κοπτική υφαντουργία της Αιγύπτου, σύμφωνα με την Πόπη Ζώρα (1991: 14-17). Η σύνδεσή της με το «φυτό της ζωής», μια παραλλαγή δηλαδή του «δένδρου της ζωής» που φυτρώνει στην γλάστρα ή στο βάζο (σύμβολο που συνδέεται με το νερό ως πηγή ζωής) μαζί με κάποιο φυτικό σύμβολο βλάστησης ή πουλί, αναγάγει την αλληγορία σε νόημα που παραπέμπει σε γαμήλια έθιμα που τα συναντάμε σε κεντητικές παραστάσεις γαμήλιων εθίμων στα νυφιάτικα κεντήματα της Ηπείρου και της Κρήτης του 18^{ου} αιώνα (1991 :15).

Τα αντικριστά παγώνια (βλέπε εικ. 6), ένα μέρος από το παραδοσιακό μοτίβο της ποδιάς της Αράχωβας που καταργήθηκε γύρω στα 1900, συναντάται επίσης στα γαμήλια κεντήματα σεντονιών της Ηπείρου (Χατζημιχάλη 1977: 120, *Εικόνα 7*

Ζώρα 1991: 18). Η καταγωγή της αλληγορίας του παγωνιού ενυπάρχει στα υφαντά του Ισλάμ και στην Περσική τέχνη, ενώ στην ελληνική μυθολογία θεωρήθηκε έμβλημα της θεάς Ήρας που συμβόλιζε την οικογενειακή εστία (Ζώρα 1991 :18). Στην χριστιανική τέχνη και εικονογραφία το παγώνι που χάνει και ανακτά το φτέρωμά του, θεωρήθηκε σύμβολο αθανασίας της ψυχής και της ανάστασης των σωμάτων και επιβίωσε μέχρι την βυζαντινή εποχή (Ζώρα 1991: 20).

Υποθέτουμε ότι τα παγώνια στην ποδιά της παραδοσιακής φορεσιάς της Αράχωβας ενδεχομένως να σχετίζονται με γαμήλιους συμβολισμούς εξαιτίας της χρήσης της ποδιάς στα γαμήλια συμβάντα αλλά και εξαιτίας άλλων αστάθμητων ιδιοτεροτήτων της τοπικής κοινότητας, όπως οι επιγαμίες και οι επιδράσεις από την ανάπτυξη του εμπορίου που συνετέλεσαν στην ποικιλία της διακοσμητικής τεχνικής (Μαχά-Μπιζούμη 2014 :15). Τα διαφορετικά ζωηρά χρώματα, τα ποικίλα σχήματα συμπληρώνουν το θεματικό περιεχόμενο (βλέπε εικ. 7) της προσδοκίας της ευγονίας, αποπνέοντας αισιοδοξία για την ζωή. Συνοψίζοντας, τα θέματα στην ποδιά των γυναικών της κάθε περιοχής εκτός από τις βυζαντινές και δυτικές επιρροές λειτουργούν και: *«ως έκφραση κάθε είδους ψυχικής φόρτισης, η οποία σχηματοποιείται στην κεντητική τέχνη μέσω μιας σειράς μοτίβων, φορτισμένων στο πέρασμα των αιώνων με διάφορες σημασίες»* (Μαχά-Μπιζούμη 2012:942).

Σύνοψη

Στο παρόν κεφάλαιο μελετήσαμε την παραδοσιακή ενδυμασία της Αραχωβίτισσας μέσα από την επιστημονική θεώρηση της «Σχολής των Ιωαννίνων» και ταυτόχρονα αναδείξαμε την κουλτούρα της εποχής παρουσιάζοντας στοιχεία από την οικονομική, κοινωνική και τοπική ιστορία της κοινότητας. Η μελέτη της βιβλιογραφίας και της σημειωτικής της ενδυμασίας μας οδήγησε στην ερμηνεία μέρους της καθημερινότητας των γυναικών της εποχής οι οποίες ασχολούνταν με τον αργαλειό και την κεντητική. Προσεγγίσαμε επίσης, το προφίλ της Αραχωβίτισσας κατά την διάρκεια του δεύτερου μισού του 19^{ου} αιώνα και τις αρχές του 20^{ου} από τις αφηγήσεις των ξένων περιηγητών και μελετώντας την οικοτεχνία της υφαντικής στην κοινότητα ανακαλύψαμε στοιχεία της κοινωνικής τους ζωής.

Το «έμφυτο διακοσμητικό ένστικτο» (Χατζημιχάλη 1978:11) των γυναικών της Αράχωβας, που στολίζει την ενδυμασία τους είναι ένας τρόπος να επικοινωνήσουν στοιχεία από τον τρόπο ζωής τους, τις προσδοκίες τους και τις βαθύτερες σκέψεις τους όπως είδαμε προσεγγίζοντας τα σύμβολα και τους συμβολισμούς της ποδιάς που αντιπροσωπεύει μια σημαντική για την γυναίκα περιοχή.

Τα μοτίβα κεντητικής της ποδιάς τους φανερώνουν μια κοινότητα γυναικών με δημιουργικό πνεύμα, ροπή στην φιλοκαλία και την φροντίδα του οίκου. Η οικοτεχνία της υφαντικής και η συνεχής παραγωγή μιας χειροτεχνίας που απέκτησε ονομασία προέλευσης, μας μαρτυρά μια καλλιεργημένη αισθητική αντίληψη των χρωμάτων και ένα συνεργατικό πνεύμα μεταξύ τους.

Κεφάλαιο 5

Συνέντευξη σε Επιχειρήσεις Γυναικείας Μόδας και Αξεσουάρ Εμπνευσμένων από Παραδοσιακά Μοτίβα Υφαντικής και Κεντητικής: Η Ποιοτική Μεθοδολογία της Έρευνας

5.1 Σκοπός και Στόχοι της Έρευνας

Στα κεφάλαια του θεωρητικού μέρους της παρούσας διατριβής ανατρέξαμε σε μια διεπιστημονική θεώρηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας συνδυάζοντας όψεις της κοινωνιολογικής θεωρίας προκειμένου να ερευνήσουμε την εργασία από την σκοπιά του φύλου και πώς έχει διαμορφωθεί διαχρονικά στο ελληνικό έδαφος. Συγχρόνως, από την οικονομική θεωρία αντιπαραβάλαμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα και ερευνήσαμε πώς κυμαίνεται στην Ελλάδα και ποια τα χαρακτηριστικά της Ελληνίδας επιχειρηματία.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, συμβάλουν στην διαμόρφωση των κινήτρων της έναρξης της επιχειρηματικότητας και οριοθετούν την πορεία της για κάθε νέα επιχειρηματία με διαφορετικό τρόπο. Οι επιχειρηματίες που παρακινούνται από την ανάγκη για δημιουργικότητα που ανήκει στους παράγοντες έλξης, έχει ερευνηθεί ότι αποδίδουν με μεγαλύτερη επιτυχία στις επιχειρήσεις και αναγνωρίζουν τις ευκαιρίες με ευχέρεια, ειδικότερα στις δημιουργικές βιομηχανίες (Μυλωνάς 2018:136).

Σύμφωνα με την βιβλιογραφική επισκόπηση, στην μελέτη περίπτωσης της οικοτεχνίας των γυναικών της Αράχωβας, η ηθική της φροντίδας που διαμορφώνει την πορεία της γυναικείας απασχόλησης διαχρονικά, φαίνεται ότι συνετέλεσε με διαφορετικό τρόπο στην γυναίκα του 19^{ου} αιώνα και του 20^{ου}, σε αντιπαραβολή με την γυναίκα του σήμερα. Στην πρώτη περίπτωση, η ενασχόληση με την φροντίδα του οίκου και των πάρεργων του στη παραδοσιακή κοινότητα της υπαίθρου, αποτέλεσε τρόπο εκμάθησης νέων δεξιοτήτων και συντέλεσε στην αυτονομία της κάθε γυναίκας αφού ήταν ένας τρόπος να εξασφαλίσει τα προς το ζην και να δημιουργήσει την κινητή της περιουσία. Με άλλα λόγια, η εργασία στον δημόσιο βίο για την γυναίκα της παραδοσιακής κοινότητας περιοριζόταν στα στενά όρια του σπιτιού και σε ό,τι περιλάμβανε η συντήρησή του. Στην δεύτερη περίπτωση, δηλαδή στην σημερινή γυναίκα η ηθική της φροντίδας οδηγεί σε στερεότυπες κοινωνικές συμβάσεις που έχουν ως αποτέλεσμα τον πολύπλοκο ρόλο της γυναίκας μεταξύ του ιδιωτικού και επαγγελματικού βίου και τον διαχωρισμό των επαγγελμαμάτων σε ανδρικά και γυναικεία.

Μέσα από την βιβλιογραφική ανασκόπηση της οικοτεχνίας υφαντικής των γυναικών της Αράχωβας, ήρθαμε σε επαφή με την κουλτούρα της εποχής παρατηρώντας προσεκτικά τα μέρη της ενδυμασίας τους και τον τρόπο που τα διακόσμησαν. Η ιστορία της κοινότητας, σε συνδυασμό με τις τεχνικές κατασκευής της ενδυμασίας, την οικονομική ανάπτυξη και παραγωγή των κατοίκων της συντέλεσαν στην διαμόρφωση της επαγγελματικής οικοτεχνίας των γυναικών του το πρώτο μισό του 20^{ου} αιώνα. Η διακοσμητική τέχνη της ενδυμασίας τους μας απέδειξε πώς η έμπνευση ενυπάρχει στις εικόνες και τα βιώματα της συλλογικής μνήμης που εναλλάσσεται με το φυσικό τοπίο, τις επιρροές από την μόδα της εποχής και τις ενδυμασίες της αστικής τάξης, τα μοτίβα της Δύσης και της Ανατολής και την Δυτική Τέχνη (Μπάδα 1996: 53).

Τα παραδοσιακά μοτίβα της παραδοσιακής ενδυμασίας των γυναικών της Αράχωβας, σχηματοποιούν την εσωτερική τους ανάγκη να δηλώσουν την καταγωγή τους, μέρος της ιστορίας του τόπου τους και την κοινωνική τους θέση έτσι όπως διαμορφώθηκε από τις κοινωνικές επιταγές της συντηρητικής παραδοσιακής κοινότητας της υπαίθρου.

Η συνέντευξη ποιοτικής μεθοδολογίας σε επιχειρήσεις μόδας και αξεσουάρ με αφετηρία τα παραδοσιακά μοτίβα λαϊκών ενδυμασιών της Ελλάδας θα ερευνησει μέσα από την ανάλυση περιεχομένου του λόγου της ανθρώπινης αφήγησης και εμπειρίας, α) πώς

αντλούν οι γυναίκες των δημιουργικών βιομηχανιών σήμερα την έμπνευση από την τοπική παραδοσιακή κληρονομιά, β) πώς βιώνουν την εμπειρία της επιχειρηματικότητας και ποιοι ήταν οι παράγοντες που τις δυσκόλεψαν ή τις διευκόλυναν, γ) πώς εκφράζεται σήμερα η χειρωναξία των παραδοσιακών τεχνικών υφαντικής και κεντητικής και δ) πώς συμβάλλει η σύγχρονη καλλιτεχνική δημιουργία στην τοπική πολιτιστική κληρονομιά.

Σκοπός της μεθοδολογίας ποιοτικής έρευνας μέσω συνεντεύξεων είναι η μελέτη της παρούσας κατάστασης στις συνέργειες γυναικών που επιχειρούν αφενός να αναβιώσουν παραδοσιακές τεχνικές του υλικού νεοελληνικού πολιτισμού και αφετέρου να αναδείξουν πτυχές μιας γυναικείας κουλτούρας της σύγχρονης εποχής.

5.2 Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων

Η ποιοτική έρευνα αφορά μια οικογένεια μεθόδων που συμπεριλαμβάνει την μελέτη περίπτωσης μέσω της ποιοτικής συνέντευξης. Με αυτή την ερευνητική μέθοδο, ανακαλύπτουμε δεδομένα χρησιμοποιώντας τον λόγο σε μορφή κειμένου που είναι: « (...)προϊόντα ανθρώπινης συνείδησης και ως εκ τούτου εμπεριέχουν νοήματα και συμβολισμούς» (Ζαϊμάκης 2002:70).

Χρησιμοποιώντας την ανθρώπινη εμπειρία εκφρασμένη μέσα από τον λόγο, οι ποιοτικές έρευνες προσπαθούν να ερμηνεύσουν οπτικές της ανθρώπινης, συλλογικής ή ατομικής συνείδησης, εμπειρίας και συμπεριφοράς. Χρησιμοποιείται στην εθνολογία, στις κοινωνικές επιστήμες, στην εκπαίδευση, στην ψυχολογία και στις πολιτισμικές σπουδές για να διαφωτίσει ανάγκες, προβλήματα και ερευνητικά ερωτήματα και χρησιμοποιεί συλλογή δεδομένων μέσα από πρωτογενή έρευνα από την οποία μπορούν να εξαχθούν συμπεράσματα για τα κοινωνικά φαινόμενα (Ζαϊμάκης 2002:71).

Οι ποιοτικές έρευνες έχουν αναλυτικό χαρακτήρα και χρησιμοποιούν την επαγωγική μέθοδο. Ο ερευνητής ξεκινά με επιμέρους συμπεράσματα, προτάσεις, ερωτήματα και στην βάση αυτών διατυπώνει την ερευνητική του υπόθεση και ακολούθως διαμορφώνει την θεωρία του από το μερικό στο γενικό. Οι ποιοτικές μέθοδοι εστιάζουν στην περίπτωση να δημιουργηθούν νέες θεωρητικές υποθέσεις μέσω της επαγωγικής μεθόδου.

Ένας από τους τρόπους συλλογής δεδομένων ποιοτικής έρευνας είναι η συνέντευξη. Η συνέντευξη στις ποιοτικές έρευνες βοηθά τον ερευνητή να σχηματίσει άποψη για τα ζητήματα που μελετά αξιοποιώντας πληροφορίες που αφορούν στάσεις, συμπεριφορές, γεγονότα γνώμες και ιδέες. Στην παρούσα διατριβή χρησιμοποιήθηκε ο τύπος της ημιδομημένης συνέντευξης κατά την οποία η ερευνήτρια προετοίμασε μια σειρά από δέκα ερωτήσεις ανοικτού τύπου για τις θεματικές ενότητες που αφορούν την α) ντόπια πολιτιστική κληρονομιά, β) την γυναικεία επιχειρηματικότητα, γ) τον πολιτιστικό τουρισμό. Ο συγκεκριμένος τύπος συνέντευξης χρησιμοποιήθηκε γιατί παρέχει ευελιξία στην τροποποίηση και αναπροσαρμογή των ερωτήσεων ανά συνεντευξιαζόμενο και στην εμβάθυνση σε κάποια θέματα που δίνεται αυτή η δυνατότητα από τον συνεντευξιαζόμενο (Ίσαρη – Πούρκος 2015: 97).

5.3 Πληθυσμός Μελέτης

Η φύση του θέματος μελέτης που αφορά την έμπνευση, την εξάσκηση της δημιουργικότητας και την εμπειρία γυναικών εργαζομένων στον τομέα των δημιουργικών βιομηχανιών και συγκεκριμένα στον τομέα της μόδας, περιόρισε το δείγμα δεδομένων της έρευνας. Σε αυτή την κατεύθυνση συνετέλεσαν η εξειδίκευση σε επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν ως αφετηρία τα παραδοσιακά μοτίβα υφαντικής και κεντητικής και το δεδομένο ότι στις ποιοτικές έρευνες το *«κατάλληλο μέγεθος δείγματος για μια ποιοτική μελέτη είναι αυτό που απαντάει επαρκώς στην ερευνητική ερώτηση»* (Marshall 1996 αναφέρεται στο Ίσαρη – Πούρκος 2015: 85).

Η έρευνα σχετικά με τις γυναικείες επιχειρήσεις μόδας με αφετηρία τα παραδοσιακά μοτίβα, πραγματοποιήθηκε από το διαδίκτυο και προσεγγίστηκαν συνολικά δέκα επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και διεθνώς και συνεπώς ακολουθήθηκε η στρατηγική δείγματος *κριτηρίου* (Ίσαρη – Πούρκος 2015: 83). Οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις εξυπηρετούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα ερωτήματα και τους σκοπούς της έρευνας και αποτελούν δείγματα με πλούσιες πληροφορίες κατάλληλες για μελέτη εις βάθος. Επιπλέον, το μέγεθος του δείγματος μελέτης προσαρμόστηκε με την βοήθεια της βιβλιογραφικής μελέτης και τα πρώτα δεδομένα από την έρευνα καθαυτή. Συνοψίζοντας, ανταποκρίθηκαν στην έρευνα τέσσερις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και διεθνώς στο εμπόριο ενδύματος και αξεσουάρ με αφετηρία την ντόπια πολιτιστική κληρονομιά.

5.4 Διεξαγωγή της Συνέντευξης

Για την διεξαγωγή της συνέντευξης λήφθηκαν υπόψη οι βασικές αρχές δεοντολογίας της έρευνας οι οποίες αφορούν την αντιμετώπιση των συνεντευξιζόμενων με σεβασμό και ειλικρίνεια. Κατά την διερευνητική διαδικασία η ερευνήτρια εστίασε στην βιωμένη εμπειρία των συνεντευξιζόμενων με διακριτικό και ανοιχτό τρόπο και υπήρξε ευελιξία ως προς το πλαίσιο διεξαγωγής και τον τρόπο.

Η επικοινωνία σχετικά με την συμμετοχή έρευνα πραγματοποιήθηκε ηλεκτρονικά και τηλεφωνικά. Σε κάθε περίπτωση προηγήθηκε ενημέρωση σχετικά με την ταυτότητα της ερευνήτριας, τους σκοπούς της έρευνας και το περιεχόμενο της συνέντευξης. Υπήρξε επίσης, επικοινωνία για να οριστεί προκαθορισμένος χρόνος διεξαγωγής της συνέντευξης και συμφωνήθηκε για πρακτικούς λόγους η διαδικασία να πραγματοποιηθεί μέσω του διαδικτύου σε τηλεσυνάντηση. Στις περιπτώσεις όπου αυτό δεν κατέστη δυνατό, η συνέντευξη πραγματοποιήθηκε δίνοντας στους συνεντευξιζόμενους ένα δομημένο κείμενο για να απαντήσουν γραπτώς.

5.5 Ηθικά Ζητήματα

Ένα από τα ηθικά ζητήματα κατά την διεξαγωγή της έρευνας είναι οι ενέργειες που προηγήθηκαν προκειμένου να εξασφαλιστεί η συγκατάθεση της συμμετοχής των συνεντευξιζόμενων. Η συμμετοχή στην διαδικασία των συνεντεύξεων περιλάμβανε γραπτή ενημέρωση για τους σκοπούς, την διαδικασία της έρευνας και για το γεγονός πώς θα τηρηθεί η εμπιστευτικότητα και οι δεοντολογικές αρχές σχετικά με την προστασία και την διάθεση των προσωπικών δεδομένων των συνεντευξιζόμενων. Η ενημέρωση περιλάμβανε ενημέρωση σχετικά με την ταυτότητα της ερευνήτριας υπό την αιγίδα του Ανοιχτού Πανεπιστημίου Κύπρου και προσωπικά στοιχεία επικοινωνίας.

Τηρήθηκε επίσης έντιμη στάση απέναντι στους συμμετέχοντες και απόλυτη ειλικρίνεια κατά την οποία πραγματοποιήθηκε ενημέρωση σχετικά με το γεγονός πώς η τήρηση της ανωνυμίας και της προστασίας των προσωπικών δεδομένων επηρεάζει και την ποιότητα της ερευνητικής διαδικασίας για την οποία, οι συμμετέχοντες θα λάβουν αντίτυπο μετά

την ολοκλήρωση της. Για όλα τα παραπάνω, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να δηλώσουν την συγκατάθεσή τους γραπτώς.

Σχετικά με την χρήση του διαδικτύου για την επικοινωνία με τους συμμετέχοντες και την διεξαγωγή της συνέντευξης τηρήθηκαν όλα τα απαραίτητα μέτρα προστασίας και εμπιστευτικότητας.

5.6 Περιορισμοί έρευνας

Ο αριθμός των επιχειρήσεων (4) που ερευνήθηκαν ενδεχομένως να αποτελεί τροχοπέδη για την διεξαγωγή συμπερασμάτων που συμβάλλουν σε ασφαλείς θεωρητικές υποθέσεις αλλά αυτό είναι ένας περιορισμός που έχει διαπιστωθεί γενικά στις ποιοτικές έρευνες.

Επίσης, η διεξαγωγή των συνεντεύξεων πραγματοποιήθηκε με δύο τρόπους όπως προαναφέρθηκε και συμπεριλαμβάνει την συνέντευξη μέσω τηλεσυνάντησης και την γραπτή συμπλήρωση συγκεκριμένων ερωτήσεων για την οποία δεν υπήρξε η δυνατότητα της άμεσης επαφής και της, όσο το δυνατόν περισσότερο, αυθόρμητης καταγραφής σκέψεων και πληροφοριών. Για την συγκεκριμένη περίπτωση, οι ερωτήσεις προσαρμόστηκαν εκ νέου και διατυπώθηκαν έτσι ώστε να αφήνουν την δυνατότητα στον συνεντευξιαζόμενο να αναπτύξει τις σκέψεις του και να μην αφήνουν δυνατότητα παρερμηνείας.

5.7 Ανάλυση περιεχομένου

Η ανάλυση περιεχομένου αφορά την συστηματική ταξινόμηση των παραγόμενων κειμένων των συνεντεύξεων που διεξάχθηκαν, σε δεδομένα που μπορούν να οργανωθούν με κωδικό τρόπο. Η οργάνωση των κειμένων με αυτόν τον τρόπο βοηθά στην περιγραφή και ανάδειξη θεματικών ενότητων που προκύπτουν από «επαναλαμβανόμενα νοηματικά μοτίβα» (Ίσαρη – Πούρκος 2015: 116). Οι θεματικές ενότητες που προκύπτουν βασίζονται σε μια αναγωγή νοήματος που μπορεί να είναι είτε έκδηλη είτε λανθάνουσα. Η λανθάνουσα περίπτωση απαιτεί τον αναστοχασμό από την πλευρά του ερευνητή-τριας και την πληρέστερη κατανόηση των κειμένων και των νοημάτων τους (Clark, Braun & Hayfield 2015 αναφέρεται στο Ίσαρη – Πούρκος 2015: 117). Επιπλέον, τα θέματα μπορεί να προκύπτουν α) μέσα από το κείμενο και να οδηγούν την συλλογιστική από το ειδικό στο γενικό νόημα, β) να βασίζονται στις επιδιώξεις που ενδιαφέρουν τον ερευνητή-τρια

εκ των προτέρων και το νόημα να αφορά την αναγωγή από το γενικό στο ειδικό και γ) να προέρχονται και από τις δύο προηγούμενες περιπτώσεις (Fereday & Muir-Cochrane 2006 αναφέρεται στο Ίσαρη – Πούρκος 2015: 117).

Από την ανάλυση του περιεχομένου των συνεντεύξεων τεσσάρων επιχειρήσεων μόδας και αξεσουάρ που ιδρύθηκαν από γυναίκες προέκυψαν οι εξής θεματικές ενότητες:

- 1) Παράγοντες που επηρεάζουν την έναρξη γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τομέα της μόδας στην Ελλάδα.
- 2) Η παραδοσιακή φορεσιά ως σύγχρονη έκφραση δημιουργικότητας και ανάπτυξης.
- 3) Η κοινότητα ως προωθητικό μέσο της Ντόπιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς.

Κεφάλαιο 6

Ανάλυση Δεδομένων και Ευρήματα

6.1 Παράγοντες που επηρεάζουν την έναρξη γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τομέα της μόδας στην Ελλάδα

Πολιτισμικό Υπόβαθρο

Η επιχειρηματικότητα γυναικών στην Ελλάδα έχει ερευνηθεί σε πολύ χαμηλό βαθμό μέχρι στιγμής. Υπάρχουν κάποιες μελέτες και έρευνες στον τομέα της αγροτικής δραστηριοποίησης και κάποιες άλλες που εστιάζουν στα κίνητρα και τα χαρακτηριστικά των γυναικών στις πόλεις (Νάζου 2006, Μυλωνάς 2018, Sarri - Trichoroulou 2008). Η μέχρι στιγμής έρευνα έχει αναδείξει διαφορετικές προσεγγίσεις της επιχειρηματικότητας που επηρεάζονται από το πολιτισμικό υπόβαθρο της χώρας δράσης το οποίο αντικατοπτρίζεται σε κοινωνικά συστήματα και την εθνική κουλτούρα της χώρας, παράγοντες που ασκούν επιρροή στις στάσεις και στις αξίες απέναντι στην επιχειρηματικότητα αλλά και στην έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας (Μυλωνάς 2018:64). Η διάκριση απέναντι στο φύλο και η διαφοροποίηση σχετικά με τον ρόλο που κατέχουν σε κάθε κοινωνία διαμορφώνει και ανάλογες αντιλήψεις σχετικά με την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης μεταξύ ανδρών και γυναικών που έχουν αντίκτυπο στις πολιτικές εργασίας κάθε χώρας:

Ε.Κ.: Σίγουρα ο βασικότερος παράγοντας που με δυσκόλεψε είναι η υψηλή φορολογία και οι ασφαλιστικές εισφορές. Ένα χρόνο πριν κάνω την έναρξη στην Ελλάδα, είχα για ένα χρόνο την αντίστοιχη επιχείρηση στην Ολλανδία, καθώς ζούσα εκεί, όπου δεν μου κόστισε τίποτα σε ασφαλιστικές εισφορές και φόρους καθώς το κράτος τουλάχιστον για τα πρώτα δύο χρόνια δεν σε επιβαρύνει. Είναι μια τακτική του κράτους για να στηρίξει τους νέους επαγγελματίες. Αντίστοιχα, όσο το εισόδημα ήταν χαμηλό, έπαιρνες πίσω σε χρήματα το 90% της ασφάλειας υγείας που ήσουν υποχρεωμένος να πληρώνεις. Φυσικά τίποτα από αυτά δε συμβαίνει στην Ελλάδα.

Επιπροσθέτως, οι πολιτικοί και οικονομικοί παράγοντες επιρροής σχετίζονται με την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς και την διαθεσιμότητα χρηματικών πόρων και την έναρξη επιχειρηματικότητας (Καρασσαβίδου 2002:259).

M.S.: (...)είναι κάτι πολύ αγχωτικό και χαοτικό ταυτόχρονα. Επειδή έχω δουλέψει στην Αγγλία και ήμουν λάτρης του ελεύθερου επαγγελματία, στην Αγγλία αν δεν βγάζεις, δεν πληρώνεις. Γιατί να πληρώσω φόρους προκαταβολικά για κάτι το οποίο δεν έχω δουλέψει; Εδώ μπαίνεις, με το καλημέρα, πληρώνεις ΕΦΚΑ. Υπάρχουν μήνες ας πούμε που δεν έχεις έσοδα, θα πληρώσεις και αυτούς τους μήνες. Είναι μία αρκετά επώδυνη διαδικασία. Δηλαδή έχω χάσει τον ύπνο μου λίγο με αυτά. Οπότε αναγκαστικά κάνω κι άλλες δουλειές για να μην έχω το άγχος ότι μήνας μπει μηνάς βγει πρέπει να πληρώσω, κάτι που δεν έχω εισπράξει από δουλειά. Δηλαδή ο τρόπος που δουλεύει το σύστημα εδώ είναι σαν να σου λέει είμαστε υπέρ της φοροδιαφυγής.

(...)Εγώ αυτό που λένε για κάποια προγράμματα «γυναικείας επιχειρηματικότητας» δεν το έχω λάβει πουθενά. Πολλές φορές ο κόσμος παρερμηνεύει την ηλικία μου γιατί μπορεί να είναι μικρότερη, δεν κατανοούν.

Υπάρχουν δηλαδή εθνικές κουλτούρες και συνεπακόλουθα πολιτικές εργασίας που δυσκολεύουν την έναρξη επιχειρήσεων από γυναίκες, δυσχεραίνοντας την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας ενώ σε κάποιες άλλες το αρνητικό πρόσημο μετασχηματίζεται σε θετικό και υπάρχουν δράσεις υποστήριξης της επιχειρηματικότητας ανεξαρτήτως φύλου (Μυλωνάς 2018:65). Στην Ελλάδα, όπως αναφέρθηκε σε σχετική έρευνα της Karagianni (1999 αναφέρεται στο Sarri και Trichoroulou 2002:9): «(...)το περιβάλλον της επιχειρηματικότητας στην ελληνική οικονομική πολιτική υποστηρίζει ότι οι πολιτικές τα τελευταία 25 χρόνια δεν στήριξαν την επιχειρηματικότητα και παραμένουν τόσο δυσαρεστημένοι με την οικονομική πολιτική που προτιμούν να μην λάβουν οικονομική υποστήριξη εξαιτίας της γραφειοκρατίας και της ανύπαρκτης υποστήριξης από τον δημόσιο φορέα και τις επιμελητηριακές ενώσεις και συναφείς φορείς».

Δικτύωση

Όσον αφορά την έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, έχουν παρατηρηθεί και άλλοι παράγοντες επιρροής και ανάληψης πρωτοβουλίας που σχετίζονται με χαρακτηριστικά επιχειρηματιών όπως η δημιουργική προσωπικότητα και η επίδραση των δικτύων στην υποστήριξη της επιχειρηματικότητας (Μυλωνάς 2018:140).

Μια μορφή δικτύωσης είναι και αυτή της οικογένειας που κατατάσσεται στους άτυπους επενδυτές (IOBE 2019:24) για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Αυτοί οι τύποι ενίσχυσης υποκαθιστούν τους επίσημους χρηματοπιστωτικούς φορείς όπως όπως οι τράπεζες εξαιτίας συνθηκών πιστωτικής στενότητας, γεγονός που συνέβη τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα:

E.K.: (...) Είχα στήριξη από την οικογένεια μου σε κάποιο βαθμό ώστε να μπορώ με μικρά βήματα να ξεκινήσω.

Οι άτυποι επενδυτές στην Ελλάδα, σύμφωνα με την έκθεση επιχειρηματικότητας του IOBE (2019) έχουν ποσοστό 4,1%, ελαφρώς υψηλότερο από το προηγούμενο έτος (2017), γεγονός που πιθανώς επιβεβαιώνει την χρηματοπιστωτική αστάθεια στην Ελλάδα ετών στην Ελλάδα τα οποία συμπίπτουν με την έναρξη τριών επιχειρήσεων που ερευνήσαμε:

A.K.: Η έναρξη της A. K. έγινε παράλληλα με την έναρξη των capital control στη χώρα μας και αυτό από μόνο του ήταν μία τεράστια πρόκληση και δυσκολία για εμάς.

Z.D.: Το brand δημιουργήθηκε εν μέσω της οικονομικής κρίσης(...).

Άλλες μορφές δικτύωσης αποτελούν και τα κοινωνικά δίκτυα, τα οποία παρέχουν στην επιχείρηση πρόσβαση σε επαφές, λειτουργικούς τρόπους υποστήριξης όπως γνώση, πόρους, κοινωνικές συνδέσεις και συναναστροφές, δεν είναι στατικά και συνήθως προσδιορίζονται από το κοινωνικό πλαίσιο αναφοράς των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων ή επιχειρηματιών (Μυλωνάς 2018:141). Κάποια δίκτυα δύνανται να δημιουργηθούν εκ των υστέρων για να αντιμετωπίσουν τις εκάστοτε διαχειριστικές ανάγκες.

A.K.: Το ενδιαφέρον του ελληνικού τύπου για την δουλειά που παρουσιάζαμε. Η υποστήριξη μέσω δημοσιεύσεων και συνεντεύξεων υπήρξε πολύτιμη.

E.K.: Επίσης προωθώ τα ρούχα μέσα από προσωπικές γνωριμίες σε φίλους και γνωστούς. Όταν πρωτοξεκίνησε η συλλογή με τα ρούχα αυτά, έγινε και μια έκθεση, διάρκειας ενός μήνα, σε ένα μουσείο του νησιού με μεγάλη επισκεψιμότητα, όπου όσοι το επισκέπτονταν μπορούσαν να πάρουν φυλλάδια σε ελληνικά και αγγλικά, τα οποία εξηγούσαν και παρουσίαζαν αναλυτικά τις δημιουργίες και το σκεπτικό πίσω από αυτές.

Ακόμη έναν τρόπο δικτύωσης, εκτός από την διαχείριση και το marketing κάθε επιχείρησης αποτελούν και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Instagram, Facebook.

M.S.: Επειδή δεν είναι και πολύ μεγάλο το δημιουργικό community στην Ελλάδα, έχω κάνει γνωριμίες και μέσω των social media και έτσι έχουμε κάνει και project μαζί. Βοηθάει πολύ η κοινωνική δικτύωση.

Παράγοντες ώθησης και έλξης

Η δημιουργική προσωπικότητα συγκαταλέγεται στην κατηγορία των παραγόντων που σχετίζονται αφενός με τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματία και αφετέρου με τους παράγοντες έλξης της έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η περίπτωση της έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας σε περίοδο οικονομικής κρίσης συμπίπτει με δύο από τις τέσσερις επιχειρήσεις που ερευνήσαμε και αποτελεί ενδιαφέρουσα περίπτωση ανάλυσης. Σε κάθε περίπτωση, η εκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας σε μια περίοδο χρηματοπιστωτικής αστάθειας θα μπορούσε να προκαλέσει ανασταλτικό παράγοντα ίδρυσης μιας επιχείρησης:

A.K.: Η έναρξη της A. K. έγινε παράλληλα με την έναρξη των capital control στη χώρα μας και αυτό από μόνο του ήταν μία τεράστια πρόκληση και δυσκολία για εμάς.

Z.D.: Το brand δημιουργήθηκε εν μέσω της οικονομικής κρίσης(...).

Ωστόσο, διαφαίνεται από την επισκόπηση της βιβλιογραφικής έρευνας σχετικά με την δημιουργική προσωπικότητα στις επιχειρηματικές δράσεις ότι παρουσιάζει μια ευρεία πρόσληψη της πληροφορίας και είναι πιο ανοικτή σε νέες εμπειρίες που υποκινούνται από εσωτερικά κίνητρα για την καλλιέργεια της δημιουργικότητας (Μυλωνάς 2018:135).

Οι επιχειρηματίες με δημιουργική προσωπικότητα έχουν την ικανότητα να εφευρίσκουν γρηγορότερα συνδέσεις ανάμεσα στα προβλήματα και την ανάδυση εναλλακτικών δράσεων για την επίλυσή τους ή να αναδημιουργούν ένα προϊόν με τα ίδια στοιχεία αλλά με πιο πρωτότυπο τρόπο και τέλος, να διακρίνουν ευκαιρίες για την δημιουργία καινοφανών αγαθών προκειμένου να επιτύχουν (Μυλωνάς 2018:136).

A.K.: Μας δυσκόλεψε η προσπάθεια μας να προσεγγίσουμε μικρές και μεγάλες μονάδες παραγωγής που ήταν σχεδόν σε αδράνεια, και να τους πείσουμε ότι η τεχνογνωσία τους και η εμπειρία τους είναι πολύτιμη και απαραίτητη.

Z.D.: Η κρίση ήταν μια ευκαιρία να επανεφεύρουμε την ταυτότητά μας και να αναδείξουμε στοιχεία που είχαμε παραμελήσει. Η Ελλάδα έχει τεράστιο πλούτο σε ταλαντούχους τεχνίτες, δημιουργούς, παραγωγούς και μικρά εργαστήρια, με μοναδική τεχνογνωσία που κληρονομείται από γενιά σε γενιά.

Συνοψίζοντας, οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι θετικότερα διακείμενες στην δημιουργικότητα παρά στην καινοτομία όπως οι άνδρες (Μυλωνάς 2018:136). Επιπλέον, η έρευνα των Sarrí και Trichoroulou (2002:17) σε Ελληνίδες επιχειρηματίες ανέδειξε ως κινητήρια δύναμη έναρξης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, την αυτοπραγμάτωση που υποκινείται από εσωτερικά κίνητρα όπως η δημιουργικότητα, η αυτονομία και η ανεξαρτησία που ανήκουν στους παράγοντες έλξης.

6.2 Η παραδοσιακή φορεσιά ως σύγχρονη πολιτισμική έκφραση δημιουργικότητας και ανάπτυξης

Η παραδοσιακή φορεσιά ως εθνικό σύμβολο

Οι παραδοσιακές τεχνικές και η δεξιοτεχνία της λαϊκής τέχνης στην παραδοσιακή φορεσιά περιοχών της Ελλάδας ενέπνευσαν τις επιχειρήσεις που ερευνήσαμε με διάφορους τρόπους στις σύγχρονες δημιουργίες τους. Ένας από αυτούς παραπέμπει στην παραδοσιακή φορεσιά ως εθνικό σύμβολο που εκφράζει την παραγωγή και την διαμόρφωση εθνικών αξιών, βρίσκεται ριζωμένη στις παραδόσεις κάθε λαού και ενώνει πολιτισμικά το ελληνικό στοιχείο αφού χρησιμοποιείται για να πλαισιώσει ιστορικά γεγονότα μνήμης (Αρβανιτίδου 2016:32).

Z.D.: Μέσα από τις συλλογές μας επιδιώκουμε να φέρουμε το κοινό από όλο τον κόσμο πιο κοντά σε ό,τι αποκαλούμε «ελληνική κληρονομιά».

(...)Τα κεντημένα μοτίβα, σχεδόν πάντα εμπνέονται από τοπικές παραδόσεις και την ελληνική ιστορία και μυθολογία.

A.K.: Κάθε κέντημα έχει πίσω του μια ιστορία. Εφαρμόζουμε τα κεντήματα με σεβασμό στην πλούσια ελληνική παράδοση μας.

Η παραδοσιακή φορεσιά ως πολιτισμική έκφραση

Τα κεντήματα και οι χειροτεχνικές αναφορές από την παραδοσιακή φορεσιά στα ενδύματα των επιχειρήσεων που ερευνούμε περιλαμβάνει ένα εύρος συμβόλων και θεμάτων παραδοσιακών μοτίβων που βρίσκονται σε μέρη όπως η ποδιά, το πουκάμισο, ο επενδύτης αλλά δεν συμβαδίζουν με την αρχική σημασία τους. Επίσης, η αναγωγή στην παραδοσιακή φορεσιά συμβαίνει μέσω του σχήματος κάθε ενδύματος ξεχωριστά και ενδεχομένως μέσω των υλικών. Αυτή η ενσωμάτωση πολιτιστικών χαρακτηριστικών της ελληνικής παραδοσιακής φορεσιάς σε ενδύματα μόδας πιθανώς να ενισχύει την πολιτιστική και κοινωνική αξία τους και να απευθύνεται σε διαφορετικούς πολιτισμούς και στην παγκόσμια αγορά εκτός της ελληνική (Αρβανιτίδου 2016: 191) :

E.K.: Προσπαθώ να χρησιμοποιώ το κέντημα όπου είναι εφικτό χωρίς να βαραίνει το ρούχο, και όσο μπορώ να δημιουργώ και μία σύνδεση με το παρελθόν αφενός και αφετέρου να γίνεται η χρήση του κεντήματος για παρόμοιο σκοπό με τα παραδοσιακά, πχ στα ίδια σημεία με παρεμφερή σύμβολα.

A.K: Κυρίως μέσω των παραδοσιακών Ελληνικών κεντημάτων με ιστορία τις περισσότερες φορές άνω των 100 ετών αλλά και των σχεδιαστικών γραμμών μας που έχουν πάντα ως αφετηρία τις γραμμές των παραδοσιακών φορεσιών.

Z.D.: Μέσα από τις συλλογές μας επιδιώκουμε να φέρουμε το κοινό από όλο τον κόσμο πιο κοντά σε ό,τι αποκαλούμε «ελληνική κληρονομιά». Στοιχεία της κληρονομιάς αυτής διοχετεύονται τόσο μέσω των σχεδίων, όσο και του τρόπου κατασκευής των ρούχων μας χρησιμοποιώντας και αναβιώνοντας παραδοσιακές τεχνικές της κάθε περιοχής, όπως η υφαντική, το κέντημα, το πλέξιμο σε αργαλειό.

Η έμπνευση φαίνεται ότι ποικίλλει ανάλογα με την προσωπικότητα κάθε σχεδιάστριας και τις πολιτισμικές παραστάσεις, υπόβαθρο και επιρροές :

M.S.: Όλο αυτό είναι κάτι που με έχει τραβήξει πιο κοντά στη δική μου ταυτότητα ως Ελληνίδα. Το βίωσα πιο πολύ στο εξωτερικό σχετικά με το τι είναι Έλληνας, αρχαία Ελλάδα. Εγώ βέβαια πιστεύω δεν είμαστε έτσι. Φυσικά υπάρχει το στερεότυπο ότι είμαστε αυτό αλλά έχουμε πολύ μεγάλη επιρροή και από άλλους πολιτισμούς.

A.K.: Η επιχείρησή μας δραστηριοποιείται στην Θεσσαλονίκη. Φυσικά όταν πρόκειται για την πολιτιστική κληρονομιά της Μακεδονίας είμαστε περισσότερο συνδεδεμένοι και πιο ευαίσθητοποιημένοι. Η Βεργίνα για παράδειγμα αποτελεί για εμάς μια μεγάλη πηγή έμπνευσης.

E.K.: (...) Η κάθε φορεσιά με έχει εμπνεύσει με διαφορετικό τρόπο. Υπάρχουν φορέματα που θυμίζουν σε πολλά στοιχεία την αυθεντική φορεσιά, όπως π.χ. στο πατρόν, στις πιέτες, ή στη διακόσμηση.

Ωστόσο, τα νέα σχήματα, οι μορφές και οι σημασίες που δίνονται στα ενδύματα από τις δημιουργούς τους φαίνεται πώς βρίσκονται σε διάλογο με μια νέα πολιτισμική ταυτότητα που είτε είναι προφανής όπως αυτή της σύνδεσης με την αρχαία Ελλάδα είτε βρίσκονται στο υποσυνείδητο όπως μια ιδέα:

M.S.: Σε πολλές μπορεί να υπάρχει υποσυνείδητα ένα στοιχείο αλλά όταν σχεδιάζω και δημιουργώ θέλω να μην έχω ξεκάθαρη έμπνευση. Θέλω και τα υλικά να μου δώσουν μια κατεύθυνση από μόνα τους. Κάνω κάτι καθαρά ενστικτωδώς εκείνη την στιγμή, όπως και που θα με οδηγήσει η σιλουέτα.

Η παραδοσιακή φορεσιά ως έκφραση σύγχρονης γυναικείας ταυτότητας

Η παραδοσιακή φορεσιά την εποχή της καθιέρωσή της χρησιμοποιήθηκε για να εκφράσει διαφορετικούς ρόλους μεταξύ των ανθρώπων, την κοινωνική τους θέση, την ηλικία τους αλλά κυρίως αποτελούσε μια παρουσίαση της ατομικότητας στο δημόσιο βίο (Βρέλλη-Ζάχου 2012:885, Αρβανιτίδου 2016:48). Στις επιχειρήσεις που ερευνούμε το ένδυμα που είναι εμπνευσμένο από την παραδοσιακή φορεσιά, παρατηρείται ότι έχει επιφορτιστεί με σύγχρονους ρόλους που εξυπηρετούν συμβολικές συνδέσεις όπως α) το όραμα της επιχείρησης, β) τον τρόπο ζωής της σύγχρονης γυναίκας, γ) σύμβολα, αισθητικές αξίες και συναισθήματα του αγοραστικού κοινού και αποτελούν μια σύγχρονη εκδοχή της παραδοσιακής φορεσιάς:

A.K.: Τα ρούχα μας απευθύνονται κυρίως σε ενδυμασία καθημερινής χρήσης και ιδιαίτερα για γυναίκες που ταξιδεύουν πολύ και επιλέγουν ρούχα με έμπνευση την ελληνική ιστορία και παράδοση.

Z.D.: Απευθύνονται σε γυναίκες μοντέρνες που θέλουν να αισθάνονται όμορφα κάθε μέρα, που εκπέμπουν αυθορμητισμό, που πειραματίζονται με υφές συνδυασμούς και χρώματα, που εμπνέονται από καθετί γύρω τους, που δεν ακολουθούν ποτέ τάσεις, αλλά τις δημιουργούν.

E.K.: Τα ρούχα της συλλογής είναι για καθαρά επίσημες περιστάσεις, δεν είναι εύκολα ρούχα για την καθημερινότητα και δεν θα ταίριαζαν σε αντίστοιχες δραστηριότητες. Ωστόσο αυτό δε σημαίνει ότι είναι σαν τις παραδοσιακές φορεσιές που φοριούνται έξω από τα πλαίσια της κανονικής ζωής, αλλά βραδινά ρούχα.

(...) Το κριτήριο γενικά είναι όλα αυτά να είναι τόσο ώστε να μπορεί να φορεθεί το ρούχο χωρίς να βαραίνει από μια σύγχρονη γυναίκα.

Οι νέοι κοινωνικοί ρόλοι παρατηρείται ότι δίνονται και στον συμβολισμό των ενδυμάτων που προκύπτει μέσα από την καλλιτεχνική δημιουργία. Αυτοί οι συμβολισμοί οδηγούν σε νέα νοήματα και αυτόματα σε νέες συμβολικές συνδέσεις με τους νέο δοθέντες ρόλους που αντικατοπτρίζονται σε μια νέα, αναδιαμορφωμένη συλλογική συνείδηση (Αρβανιτίδου 2016:58).

M.S: Οι κεφαλόδεσμοι με εμπνέουν πάρα πολύ.

(...) Ιδιαίτερο σημείο σε όλα αυτά είναι ότι τις στολές τις φορούσαν άντρες και όχι γυναίκες. Και τις γυναικείες φορεσιές τις φορούσαν άνδρες οπότε αυτό είχε να κάνει με την γονιμότητα. Δηλαδή τις φορεσιές στα καρναβάλια συγκεκριμένα, επειδή είχε να κάνει με τον ερχομό της άνοιξης και της γονιμότητας. Οι γυναίκες δεν μπορούσαν να βάλουν στολές γιατί ήταν από μόνες τους γόνιμες, οπότε τις φορούσαν οι άνδρες. Όλη αυτή η αντίθεση της θηλυκότητας και της αρρενωπότητας για κάποιο τρόπο με γοήτευε πάρα πολύ. Το πρώτο project που έκανα είχε στοιχεία από τα καρναβάλια. Προσπάθησα όμως να τα κάνω πιο θηλυκά, πιο εκλεπτυσμένα με κάποια στοιχεία που τα φέρνουν στο σήμερα όπως εγώ το φαντάζομαι.

Η παραδοσιακή φορεσιά ως έκφραση δημιουργικότητας

Η λαϊκή τέχνη κατέχει εργαλειακό ρόλο στην δημιουργία των ενδυμάτων των επιχειρήσεων που ερευνούμε. Χρησιμοποιείται ως αναβίωση τεχνικών που εφαρμόστηκαν στον στολισμό της παραδοσιακής φορεσιάς και έχει κυρίως αισθητική αξία :

Z.D.: Οι λιτές σιλουέτες, οι πρωτότυπες σχεδιαστικές λεπτομέρειες, το craftsmanship, οι προσεγμένες ραφές και τα υψηλής ποιότητας υφάσματα με αντοχή στο χρόνο είναι κάποια βασικά γνωρίσματα όλων των ρούχων μας.

(...) Οι σταυροβελονιές και το αζούρ είναι δύο κλασικά παραδείγματα χειροτεχνίας.

Το δίκτυο συνεργατών αποτελείται από πολλούς έμπειρους τεχνίτες ανά την Ελλάδα, που εφαρμόζουν παραδοσιακές τεχνικές με σύγχρονο εξοπλισμό. Για παράδειγμα, πολλά από τα

μεταξωτά μας πουκάμισα είναι κεντημένα στο Άργος και το Μέτσοβο, ενώ φορέματα και φούστες πλέκονται από τεχνίτες των Κυκλάδων και της Αττικής. Παραδοσιακά και περίπλοκα μοτίβα που υφαίνονται στην Κρήτη, κοσμούν πολλά ενδύματα προσδίδοντας μια νέα και διαφορετική πνοή στην κάθε μας συλλογή. Σε ό,τι αφορά τις πρώτες ύλες η επιλογή γίνεται αποκλειστικά και ανάλογα με την παράδοση και την εξειδίκευση της κάθε περιοχής. Για παράδειγμα, το *shearling* που χρησιμοποιούμε, προέρχεται από μικρά οικογενειακά βυρσοδεψεία, ενώ επεξεργάζεται στη γραφική πόλη της Σιάτιστας, η οποία διατηρεί μια μακρόχρονη παράδοση περίπου 500 ετών.

A.K.: Μας δυσκόλεψε η προσπάθεια μας να προσεγγίσουμε μικρές και μεγάλες μονάδες παραγωγής που ήταν σχεδόν σε αδράνεια, και να τους πείσουμε ότι η τεχνογνωσία τους και η εμπειρία τους είναι πολύτιμη και απαραίτητη.

Επιπλέον, λειτουργεί για τους δεξιότεχνες και ως μοχλός καλλιέργειας της δημιουργικότητας σε μια νέα βάση η οποία περιλαμβάνει την δημιουργία τεχνικών σε σύγχρονα ενδύματα που δεν αποτελούν μουσειακό είδος.

6.3 Η κοινότητα ως προωθητικό μέσο της Ντόπιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς

Η παραδοσιακή κοινότητα του 19^{ου} αιώνα στην Ελληνική ύπαιθρο συνήθιζε να κατασκευάζει την ενδυμασία της από τις πρώτες ύλες του τόπου εξαιτίας της απομόνωσης, της οικονομικής υστέρησης αλλά και της δυνατότητας να είναι αυτάρκης σε πολλές περιπτώσεις (Μαχά-Μπιζούμη 2018:268). Αυτή η διαδικασία αποτελούσε μια πρακτική βιωσιμότητας και χρήσης των πρώτων υλών και των υλικών γενικότερα με μέτρο. Στις περιπτώσεις των επιχειρήσεων που ερευνούμε, τα υφάσματα, δηλαδή οι πρώτες ύλες σε δύο περιπτώσεις χρησιμοποιούνται από μικρές κοινότητες με παράδοση στην κατεργασία πρώτων υλών και στις άλλες είτε με ηθικό τρόπο, είτε για ένα πιο άρτιο αισθητικό αποτέλεσμα:

Z.D.: Σε ό,τι αφορά τις πρώτες ύλες η επιλογή γίνεται αποκλειστικά και ανάλογα με την παράδοση και την εξειδίκευση της κάθε περιοχής. Για παράδειγμα, το *shearling* που χρησιμοποιούμε, προέρχεται από μικρά οικογενειακά βυρσοδεψεία, ενώ επεξεργάζεται στη

γραφική πόλη της Σιάτιστας, η οποία διατηρεί μια μακρόχρονη παράδοση περίπου 500 ετών.

Εννοείται πως η βιωσιμότητα των υλικών κατασκευής παίζει απόλυτα σημαντικό ρόλο στα ενδύματα που σχεδιάζουμε. Η βιωσιμότητα έχει να κάνει με την κυκλικότητα και τη σωστή διαχείριση της πρώτης ύλης, την προέλευσή της, τη μετατροπή του φαινομενικά «άχρηστου» σε νέο και χρήσιμο. Κάτι δύσκολο να επιτευχθεί, αλλά όχι ακατόρθωτο. (...) ήδη εφαρμόζουμε upcycling και zero waste τεχνικές στη δημιουργία των ενδυμάτων μας. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι τα upcycled ενδύματα που εντάσσουμε στις High Summer συλλογές μας τα οποία δημιουργούνται εξ' ολοκλήρου από παραδοσιακά τραπεζομάντιλα κεντημένα από γυναίκες της κοινότητας των Πομάκων. Χωρίς να αλλοιώσουμε καθόλου το γεωμετρικό σχήμα τους και διατηρώντας όλα τα αισθητικά τους γνωρίσματα, τους δίνουμε μία νέα φορέσιμη μορφή.

Ε.Κ.: Στα ρούχα που σχεδιάζω πάντα λαβαίνω υπόψη τη βιωσιμότητα, ωστόσο οι συνθήκες έχουν αλλάξει. Και τα υφάσματα πλέον αγοράζονται από το εμπόριο και δεν παράγονται από τις ντόπιες κοινωνίες. Σε παλαιότερες εποχές οι ορεσίβιοι πληθυσμοί που ήταν κυρίως κτηνοτρόφοι χρησιμοποιούσαν μάλλινα υφάσματα που ύφαιναν από τα ζώα τους. Κάτοικοι των κάμπων χρησιμοποιούσαν βαμβακερά που καλλιεργούσαν στις περιοχές τους ενώ σε περιοχές με καλλιέργεια μεταξιού όπως η Θράκη χρησιμοποιούσαν υφαντά μεταξωτά. Σήμερα με ελάχιστες εξαιρέσεις οι ντόπιες κοινωνίες δεν παράγουν υφάσματα αλλά τα προμηθευόμαστε από το εμπόριο, και μπορεί να μην είναι καν Ελληνικά. Είναι πάρα πολύ σημαντικό να χρησιμοποιούμε βιώσιμα τα οποία αφενός έχουν καλύτερη αίσθηση αλλά και δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον. Αυτό επιπλέον γίνεται στο δικό μου brand και με παραγωγή ρούχων η οποία δεν είναι μαζική. Στη μαζική παραγωγή γίνεται σπατάλη υφάσματος διότι είναι φθηνότερο να πεταχτεί ύφασμα ή και το ίδιο το προϊόν στη συνέχεια, όταν δεν απορροφήσει από την αγορά. Στο δικό μου brand, έως τώρα τα ρούχα ράβονται κατά παραγγελία και στη συλλογή που θα κυκλοφορήσω το καλοκαίρι θα βγάλω λίγα κομμάτια ώστε να μπορώ να εξασφαλίσω την απορρόφησή τους.

Α.Κ.: Στα ρούχα που σχεδιάζουμε επιλέγουμε πάντα φυσικές ίνες όπως το βαμβάκι και το λινό, αναζητώντας πάντα υφάσματα ελληνικής προέλευσης.

Η έννοια της κοινότητας στην περίπτωση της έρευνας μας παρατηρείται ότι χρησιμοποιείται ως μέσο προώθησης της λαϊκής τέχνης ή της δεξιοτεχνίας των τεχνιτών και έχει μια συντεχνιακή διάσταση αφενός και αφετέρου χρησιμοποιείται για να δηλώσει την προέλευση της πολιτιστικής κληρονομιάς της πόλης που σημασιοδοτείται ως περιοχή με ονομασία προέλευσης της εκάστοτε τεχνοτροπίας και αναζωογονείται:

Z.D.: Εννοείται πως μέσα από τις συλλογές μας επιδιώκουμε να φέρουμε το κοινό από όλο τον κόσμο πιο κοντά σε ό,τι αποκαλούμε «ελληνική κληρονομιά», αναδεικνύοντας όσο καλύτερα μπορούμε την τεχνογνωσία της κάθε τοπικής κοινότητας.

(...)Τέλος, τόσο μέσω του blog, του newsletter και των social media μας, επιδιώκουμε να προβάλλουμε ενδιαφέροντα τοπικά ήθη, έθιμα και πολιτιστικά δρώμενα των περιοχών στις οποίες δραστηριοποιούμαστε, προκειμένου να διαδοθούν στο ευρύ κοινό που δεν τα γνωρίζει.

E.K.: Ωστόσο οι ντόπιες κοινότητες έχουν αξιοποιηθεί ήδη και έχουν βοηθήσει στην προβολή, παρουσίαση και προώθηση του έργου μου, βοηθώντας με να φωτογραφίσω τα φορέματα που έχω σχεδιάσει δίπλα στις αντίστοιχες αυθεντικές ή χορευτικούς συλλόγους. Στις φωτογραφίσεις που έγιναν και θα γίνουν για τα ρούχα φορεσιές του τόπου τους, φορεμένες από γυναίκες της περιοχής που ανήκαν σε πολιτιστικούς εμπνευσμένα από την παράδοση, δεν χρησιμοποιήθηκαν μοντέλα αλλά σκοπός ήταν μαζί με τα ρούχα να αναδειχθεί τόσο ο τόπος όσο και οι άνθρωποί του.

Τέλος, η κοινότητα αναφέρεται και ως έδρα καλλιτεχνικής δημιουργικότητας στην οποία ζυμώνονται νέες τεχνικές, συναλλάσσονται διαφορετικοί πολιτισμοί και ευνοείται η εκμάθηση και ανταλλαγή γνώσεων:

*M.S.: Αυτό προσπαθώ να κάνω με το studio μου. Είμαι σε μια περιοχή στα Κάτω Πατήσια που τις τελευταίες δεκαετίες έχει γίνει πιο *diversal* αρκετά. Έχει πάρα πολλούς μετανάστες οπότε υπάρχει ένα μείγμα πολιτισμών. Κάθε πολιτισμός θέλει χρόνο για να νοιώσει αποδεκτός και για να δημιουργηθεί ένα *community*.*

Δεν θέλω να έρθουν στον χώρο όσοι έχουν επιρροές από Ελλάδα. Θέλω να έρθουν και από άλλες χώρες. Όμως αυτό θέλει χρόνο. Ακόμη και παιδάκια της γειτονιάς, να βλέπουν, να εμπνέονται.

Η βάση σαν community είναι οι γυναίκες, και είναι και ένα safe space για τις γυναίκες. Πολύ λίγοι άντρες ασχολούνται με το κέντημα και με την χειροτεχνία. Γι' αυτό και επικεντρώθηκα και στις γυναίκες που μπορούν να διαθέσουν και κάποιο χρηματικό ποσό, συνδρομή για κάποια λειτουργικά έξοδα όπως εργαλεία. Έτσι ο ένας θα μαθαίνει από τον άλλον, να μπορέσουν να έρθουν πιο κοντά, να εργασθούν, να κεντήσουν, αυτές που κάνουν κοπανέλι, να κάνουν κάποιες χειροτεχνίες, γυναίκες και μεγαλύτερης ηλικίας. Είχα κάνει και κάποια κίνηση για χρηματοδότηση σε όλο αυτό.

6.4 Ευρήματα

Στο παρόν κεφάλαιο θα σχολιάσουμε τα ευρήματα την ανάλυσης περιεχομένου κάνοντας μια προσπάθεια να δώσουμε απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα του κεφαλαίου 5. Τα ερωτήματα αφορούν: α) πώς αντλούν οι γυναίκες των δημιουργικών βιομηχανιών σήμερα την έμπνευση από την τοπική παραδοσιακή κληρονομιά, β) πώς βιώνουν την εμπειρία της επιχειρηματικότητας και ποιοι ήταν οι παράγοντες που τις δυσκόλεψαν ή τις διευκόλυναν, γ) πώς εκφράζεται σήμερα η χειρωναξία των παραδοσιακών τεχνικών υφαντικής και κεντητικής και δ) πώς συμβάλλει η σύγχρονη καλλιτεχνική δημιουργία στην τοπική πολιτιστική κληρονομιά.

Τα ευρήματα της έρευνας που προηγήθηκε ανέδειξαν διάφορες διαστάσεις της γυναικείας δημιουργίας που αποτελεί σημείο εκκίνησης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Η παραδοσιακή φορεσιά γίνεται ιστορικό και αισθητικό σύμβολο που εκφράζει μέρος της ελληνικής παράδοσης και βρίσκεται ριζωμένο σε ασυνείδητες παραστάσεις εθνικής συλλογικής μνήμης. Συγχρόνως, τα ενδύματα της παραδοσιακής φορεσιάς και η διακοσμητική τους τέχνη, γίνονται το έναυσμα και η έμπνευση μιας νέας, σύγχρονης πολιτισμικής ταυτότητας της Ελληνίδας που συνδυάζει την παράδοση με την σύγχρονη δημιουργία. Η έμπνευση επίσης αφορά τόσο τις ψυχολογικές διαστάσεις της προσωπικότητας κάθε γυναίκας επιχειρηματία – σχεδιάστριας, όσο και το πολιτισμικό υπόβαθρο, τις πολιτιστικές επιρροές και παραστάσεις της.

Το οικογενειακό και κοινωνικό δίκτυο μαζί με την δημιουργική προσωπικότητα της επιχειρηματία συμβάλλει στην ίδρυση μιας επιχείρησης στις γυναίκες της εποχής και αντιθέτως τις δυσκολεύει η έλλειψη κρατικών πολιτικών και η απουσία χρηματικών διαθέσιμων πόρων από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς για την στήριξη της έναρξης επιχειρηματικότητας.

Οι παραδοσιακές τεχνικές αναβιώνουν από γενιά σε γενιά μέσω της χειρωναξίας και αποτελούν τεχνικές με ονομασία προέλευσης που εκφράζουν την τοπική πολιτιστική κληρονομιάς κάθε κοινότητας του τις εφηύρε.

Η σύγχρονη καλλιτεχνική δημιουργία εκφράζεται μέσω κοινοτήτων με έναυσμα την δημιουργικότητα, την εκμάθηση παραδοσιακών τεχνικών και με την αναβίωση παραδοσιακών τεχνικών λαϊκής τέχνης ιδωμένων με μια σύγχρονη ματιά και με νέους συμβολισμούς και εννοιολογήσεις.

6.5 Προτάσεις Ανάδειξης της Χειροτεχνίας των Γυναικών της Αράχωβας μέσω του Πολιτιστικού Τουρισμού

Οι επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινότητα της Αράχωβας έχουν επιφέρει κοινωνικές αλλαγές στην δομή της και επιπλέον στην παράδοση και τον πολιτισμό της. Μορφές έκφρασης της πολιτισμικής κληρονομιάς της όπως η οικοτεχνία υφαντικής, εμπορευματοποιήθηκαν για να μετατραπούν σε τουριστικά προϊόντα με χαμηλή ποιότητα που δεν αποδίδουν τα αυθεντικά χαρακτηριστικά της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς (Κοκκώσης- Τσάρτας 2001:33, Moore 2015:182). Παρόλο που ο τουρισμός στην περιοχή έχει αποφέρει θέσεις εργασίας, ανάπτυξη του τριτογενή τομέα, και επενδύσεις σε οικιστικές επενδύσεις, φαίνεται επίσης πώς έχει επηρεάσει την Αράχωβα σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο με αρνητικό πρόσημο.

Η Αράχωβα βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από τους Δελφούς σε απόσταση 11,5 χιλιόμετρα και από την Αθήνα 169 χιλιόμετρα. Οι Δελφοί αποτελούν κέντρο θερινού πόλου έλξης τουριστών οι οποίοι επισκέπτονταν και την γειτονική Αράχωβα από την δεκαετία του 1970 (Γουργιώτης 2017:201). Η κοντινή απόσταση από την Αθήνα έχει μετατρέψει την Αράχωβα σε χειμερινό τουριστικό προορισμό του σαββατοκύριακου εξαιτίας του χιονοδρομικού κέντρου του Παρνασού. Ο συνδυασμός αυτών των παραμέτρων έχει μετατρέψει την Αράχωβα σε σημαντικό τουριστικό προορισμό σε πανελλήνιο επίπεδο. Οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού διαφαίνονται στην αλλαγή του αυξημένου οικονομικού κόστους ζωής σε είδη πρώτης ανάγκης, στον κλάδο της βιοτεχνίας και οικοτεχνίας όπως προαναφέρθηκε και στην δραματική οικιστική ανάπτυξη που επέφερε υπερεκμετάλλευση της γης και σημαντικά λειτουργικά προβλήματα στον οικισμό (Γουργιώτης 2017:204).

Η ανάγκη για μια βιώσιμη προσέγγιση τουριστικού σχεδιασμού φαίνεται απαραίτητη. Η απουσία ενός φορέα διαχείρισης των τουριστικών δραστηριοτήτων και η απουσία τουριστικού σχεδιασμού έχει προκαλέσει μια αποσπασματική δράση η οποία ενδεχομένως να προκαλέσει επιπλέον προβλήματα στο μέλλον. Σε μια κατεύθυνση προς τον σχεδιασμό δράσεων βιώσιμης τουριστικής στρατηγικής θα χρειαστεί να συνεργαστούν και να συναινέσουν φορείς όπως του ιδιωτικού τομέα, του δημόσιου τομέα και ομάδες και σύλλογοι πολιτών σε ενέργειες που αφορούν τον σχεδιασμό ενός προγράμματος που θα αφορά την ισορροπία μεταξύ του περιβάλλοντος και των τουριστικών δραστηριοτήτων σε όλη την διάρκεια του έτους και σε διαφορετικά είδη τουρισμού όπως υπαίθριος, πολιτιστικός, θρησκευτικός, χειμερινός, αναψυχής (Βασιλειάδης 2019:296).

Η δραματική μετατροπή από τον αγροτικό και παραδοσιακό τρόπο ζωής των κατοίκων της κοινότητας της Αράχωβας μετά το 1970 σε έναν περισσότερο αστικό τρόπο ζωής έχει επηρεάσει την πολιτισμική της ταυτότητα και τα στοιχεία της παράδοσης της όπως παρατηρείται από την διακοπή της βιοτεχνίας και την έλλειψη αυθεντικών υφαντών που αποτελούσε χαρακτηριστικό δείγμα του έντονου λαϊκού πολιτισμού της κοινότητας.

Η συντήρηση του λαϊκού πολιτισμού μέσω του Λαογραφικού Μουσείου Αράχωβας περιορίζεται στην παρούσα φάση στην έκθεση των εργόχειρων και της παρουσίασης της κατασκευής τους αλλά σταματά εκεί. Το Μουσείο διατηρεί επίσης, παραδοσιακές στολές και τεκμήρια από την ακμή της υφαντικής οικοτεχνίας της περιοχής αλλά συγχρόνως φιλοξενεί εκθέματα ντόπιων Αραχωβιτών που δεν έχουν καμία σχέση με το πλούσιο λαογραφικό παρελθόν της, με αποτέλεσμα το Μουσείο να παρουσιάζει μια παρωχημένη εμπειρία στο επισκέπτη.

Η ίδρυση του Μουσείου, συνοδεύτηκε από την έρευνα και τεκμηρίωση του Ελληνικού Κέντρου Λαογραφίας της Ακαδημίας Αθηνών και αποτέλεσε μια ολοκληρωμένη προσπάθεια αναβίωσης και συντήρησης της υφαντικής χειροτεχνίας πραγματοποιώντας εργαστήρια και δράσεις διάδοσης και εκμάθησης της υφαντικής σε γυναίκες, μαθητές και μαθήτριες των σχολείων της κοινότητας. Οι δράσεις διήρκεσαν δύο χρόνια κατά τα οποία δημιουργήθηκαν εργόχειρα και παραδοσιακές ενδυμασίες από γυναίκες της Αράχωβας και το Μουσείο αποτελούσε δυναμικό «κύτταρο» έκφρασης και διάδοσης του λαϊκού πολιτισμού της Αράχωβας. Η κοινωνία των πολιτών της Αράχωβας είχε ενεργοποιηθεί μαζί με εθελοντές και δωρητές Αραχωβίτες που ενίσχυσαν την

προσπάθεια. Η προσπάθεια διακόπηκε εξαιτίας της έλλειψης χρηματοδότησης και της αδυναμίας συνέχισης από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς της περιοχής.

Προτάσεις

Η συντήρηση της παράδοσης δεν αρκεί για την προστασία της λαϊκής πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου. Τα μουσεία παρουσιάζουν κάποιες πλευρές της ιστορίας της αλλά δεν προβάλλουν συνήθως με τρόπο διαδραστικό αυτή την ζωντανή και πολύτιμη κληρονομιά του ελληνικού πολιτισμού που επιβίωσε δημιουργικά στην διάρκεια των αιώνων και αποτελεί την υλική πολιτιστική κληρονομιά όπως η παραδοσιακή φορεσιά αλλά και την άυλη όπως τα έθιμα και την προφορική παράδοση (Πολυμέρου – Καμηλάκη 2015:260). Η Αικατερίνη Πολυμέρου – Καμηλάκη (2015:260), καθηγήτρια Λαογραφίας, εξηγεί ότι: *«το πρόβλημα δεν αφορά την προστασία από την αλλοίωση ή την απώλεια της εθνικής ταυτότητας μέσω του λαϊκού πολιτισμού, το πρόβλημα αφορά την αδυναμία μιας σύγχρονης ταυτότητας που να ξεφεύγει από τον φαύλο κύκλο ενός απροσδιόριστου φόβου να αναζητούμε συνεχώς στηρίγματα στο λαμπρό παρελθόν και κυρίως στην αρχαιότητα»*.

Η διαδικασία της αναζήτησης και δημιουργίας μιας σύγχρονης πολιτισμικής ταυτότητας της κοινότητας, πιστεύουμε ότι θα κατευθύνει την συζήτηση σε διαπιστώσεις που θα οδηγήσουν στην ερμηνεία και την νοηματοδότηση του λαϊκού πολιτισμού στο σήμερα. Η παρούσα διατριβή ανέδειξε την σημασία της χειροτεχνίας και των παραδοσιακών τεχνικών της υφαντικής και κεντητικής στις μέρες μας μέσω της χρήσης της στην σύγχρονη καλλιτεχνική δημιουργία και ως μέρος της πολιτισμικής ταυτότητας της σύγχρονης Ελληνίδας. Οι προτάσεις αφορούν την χρήση αυτών των παραδοσιακών τεχνικών με τρόπο που να αποτελέσουν κίνητρο γνωριμίας και κατανόησης της για τους κατοίκους της κοινότητας και τους επισκέπτες, με εκπαιδευτικό χαρακτήρα και οφέλη στην τοπική κοινότητα, σύμφωνα με τις αρχές της Χάρτας του Πολιτιστικού Τουρισμού (ICOMOS 2002:7).

Ο πολιτιστικός τουρισμός εστιάζει στην ανάδειξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου χρησιμοποιώντας κατάλληλα προγράμματα, δραστηριότητες και δράσεις που θα συμβάλλουν στην φυσική, διανοητική, συναισθηματική πρόσβαση των επισκεπτών σε λογικά πλαίσια, με κατάλληλους χειρισμούς και την εμπλοκή της τοπικής κοινότητας με σεβασμό στις αξίες, τα ενδιαφέροντα και τα οικονομικά συμφέροντα της κοινότητας που βρίσκεται η κληρονομιά (ICOMOS 2002:2).

Το έργο Cultural Heritage in Action της Ευρωπαϊκής Ένωσης³ που πραγματοποιήθηκε κατά την τριετία 2020-2023 είχε σαν αποτέλεσμα έναν κατάλογο με καλές πρακτικές από διάφορες χώρες και πόλεις της Ευρώπης οι οποίες χρησιμοποίησαν την πολιτιστική κληρονομιά με τρόπους όπως η δικτύωση μεταξύ των φορέων διαχείρισης κληρονομιάς, η καλλιέργεια και ανάπτυξη ικανοτήτων και η διεξαγωγή δράσεων και προγραμμάτων από συλλόγους της κοινότητας με στόχο προγράμματα εκμάθησης μεταξύ ομοτίμων.

Το πρόγραμμα «Stol, The Chair Project», παρουσιάζει ένα πρόγραμμα αναβίωσης της χειροτεχνίας σε μια περιφέρεια της Δανίας που συνέβαλε στην τοπική ανάπτυξη και την δημιουργία δράσεων πολιτιστικού τουρισμού. Πολιτιστικοί οργανισμοί, μουσεία της Δανίας, καλλιτέχνες και σχεδιαστές, η τοπική και περιφερειακή διοίκηση και οι κάτοικοι της επαρχιακής περιοχής συνεργάστηκαν αναβιώνοντας την τοπική παράδοση παραγωγής καρεκλών και χρησιμοποιώντας την υπάρχουσα υποδομή (εργοστάσια επίπλων). Το έργο STOL⁴ (καρέκλα) δημιούργησε μια βιώσιμη πλατφόρμα για χειροτεχνίες και σχεδιασμό που δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και δίνει ζωή στην περιοχή. Το έργο δημιουργεί επίσης ένα χώρο συνάντησης για όλες τις ηλικίες, συμβάλλοντας στην οικοδόμηση και τη συμμετοχή της κοινότητας.

Αντίστοιχα, στην Αράχωβα, προτείνουμε να δημιουργηθεί μια κοιτίδα καλλιτεχνικής δράσης με επίκεντρο την υφαντική και κεντητική που θα στοχεύει α) στην αναβίωση των παραδοσιακών αυτών τεχνικών και β) την χρήση τους για κατασκευή προϊόντων μόδας όπως ρούχα, αξεσουάρ. Με αφετηρία τα χαρακτηριστικά παραδοσιακά μοτίβα της υφαντικής και τα ιδιαίτερα χρώματα τους και την παραδοσιακή «Αραχωβίτικη» τεχνοτροπία κεντήματος που αποτυπώνεται το ίδιο και στις δύο πλευρές (Λούσκου 2015: 243), και τοπόσημο το Λαογραφικό Μουσείο Αράχωβας, προτείνεται να οργανωθούν μια σειρά από δράσεις, εκθέσεις και εργαστήρια με την συμμετοχή σχεδιαστών και καλλιτεχνών στα οποία α) θα καλλιεργηθεί η ταυτότητα του έργου και β) θα δοκιμαστεί στην πράξη και θα διαδοθεί.

Η τοπική κοινότητα μέσω των συλλόγων: Γεωργοτουριστικός Βιοτεχνικός Συνεταιρισμός «Κυπάρισσος», Εκπολιτιστικός, Μορφωτικός, Ψυχαγωγικός Σύλλογος Αραχωβιτών «Ο Γεώργιος Καραϊσκάκης», Σύλλογος Γυναικών Αράχωβας και

³ Περισσότερες πληροφορίες για το πρόγραμμα στην ηλεκτρονική διεύθυνση: <https://culturalheritageinaction.eu>

⁴ Περισσότερες πληροφορίες για το πρόγραμμα στην ηλεκτρονική διεύθυνση: https://www.grasslands.dk/projektStol_eng.html

Λαογραφικός όμιλος Αράχωβας προτείνεται να καλέσουν τους Αραχωβίτες να εκθέσουν τις παραδοσιακές φορεσιές και τα υφαντά χαλιά τους για να εμπνευστούν και να αναδημιουργήσουν οι προσκεκλημένοι καλλιτέχνες και σχεδιαστές ανάλογα έργα. Τα έργα προτείνεται να εκτεθούν στα μεγάλα και μικρά Λαογραφικά Μουσεία της χώρας και αυτές οι ενέργειες, να ανοίξουν τον διάλογο για ένα σταθερό πρόγραμμα χειροτεχνικής παραγωγής με ονομασία προέλευσης που θα δημιουργεί προϊόντα ντόπιας ένδυσης διαθέσιμα για πωλητήρια μουσείων και εμπορική χρήση σε επιχειρήσεις ενδιαφέροντος.

Το πρόγραμμα στοχεύει στην :

- 1) Αναβίωση παραδοσιακών δεξιοτήτων και χειροτεχνίας. Οι νέοι καθοδηγούνται από έμπειρες γυναίκες, επιτρέποντας τη μετάδοση των παραδοσιακών δεξιοτήτων μεταξύ των γενεών.
- 2) Οι νέοι και οι άνεργοι αποκτούν νέες δεξιότητες και αυτοπεποίθηση για πρόσβαση ή επιστροφή στην αγορά εργασίας.
- 3) Συμβάλλει στη διατήρηση της ταυτότητας της Αράχωβας, δίνοντας στις νέες γενιές τη δυνατότητα να συνδεθούν με την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής. Δίνει ζωή στην ξεχασμένη οικοτεχνία και την μετατρέπει σε βιοτεχνία.
- 4) Προωθεί τη συνεργασία μεταξύ τοπικών συλλόγων, πολιτιστικών οργανισμών και αυτοδιοίκησης.
- 5) Συμβάλλει στην οικοδόμηση της κοινότητας και στην κοινωνική συνοχή συγκεντρώνοντας τους ντόπιους γύρω από ένα κοινό καλλιτεχνικό έργο.

Κεφάλαιο 7

Επίλογος: Συμπεράσματα, Συζήτηση, Προτάσεις Μελλοντικής Έρευνας

7.1 Συμπεράσματα

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή μελέτησε όψεις της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα εστιάζοντας στους παράγοντες που την επηρεάζουν, στον συνδυασμό της γυναικείας επιχειρηματικότητας με την δημιουργικότητα και την έμπνευση από την ντόπια πολιτιστική κληρονομιά. Η εμπειρική έρευνα φώτισε σε ένα μικρό δείγμα μελέτης, σημαντικές πτυχές των παραγόντων που επηρεάζουν την έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων όπως το πολιτισμικό υπόβαθρο, η δημιουργική προσωπικότητα και η δικτύωση.

Η πολιτιστική κληρονομιά διαφαίνεται πώς αποτέλεσε και αποτελεί σταθερό σημείο έμπνευσης και έκφρασης δημιουργικότητας είτε αφορά την προφορική και γραπτή ιστορία είτε αφορά το ένδυμα και τις παραδοσιακές φορεσιές μελετώντας την λαϊκή τέχνη των γυναικών της Αράχωβας και τις σύγχρονες επιχειρήσεις μόδας αντίστοιχα. Η ενασχόληση με την ηθική της φροντίδας για την γυναίκα διαχρονικά αποτελεί μέρος της ιδιοσυγκρασίας της και συντελεί στην αυτονομία και την ανεξαρτησία της. Η οικοτεχνία υφαντικής της Αράχωβας μας καθιστά ενημέρους για την κουλτούρα της εποχής το δεύτερο μισό του 19^{ου} αιώνα και μας καθοδηγεί να υποθέσουμε πώς δημιούργησαν σε μια κοινότητα καλλιέργειας δημιουργικών δεξιοτήτων, εκμάθησης νέων τεχνικών και σχεδιασμού, η οποία επιβίωσε και πέτυχε να μετατρέψει την γυναίκα μιας συντηρητικής παραδοσιακής κοινότητας, με αυστηρούς κώδικες συμπεριφοράς και κανόνες (Βρέλλη-Ζάχου 2012:891), σε επιτυχημένη εργαζόμενη γυναίκα που συνεισφέρει στο οικογενειακό εισόδημα.

Μελετήσαμε την «δομή της αίσθησης» της εποχής του δεύτερου μισού του 19^{ου} αιώνα στην Αράχωβα, ερευνώντας στοιχεία της αληθινής εμπειρίας τους στην υφαντική και κεντητική και συνδεθήκαμε με τον τρόπο ζωής της κοινωνικής τάξης που η οργάνωσή της μέσα στην κοινότητα επηρέασε τον τρόπο ζωής άλλων κοινωνικών τάξεων εισάγοντας στοιχεία στον τρόπο ένδυσης επηρεασμένα από την μόδα της εποχής των γειτονικών αστικών τάξεων. Η επικοινωνία μέσα από τους συμβολισμούς των παραδοσιακών μοτίβων της ποδιάς των γυναικών της Αράχωβας, μας καθιστά ενήμερους με ένα βαθύτερο τρόπο επικοινωνίας όπως τον ονομάζει ο R. Williams (2003:147), που όμως δεν κατάφερε να επικρατήσει στις επόμενες γενιές. Παρόλο που η κοινωνική οργάνωση της κοινότητας επικράτησε, μεταφέρθηκε και καταγράφηκε, μιας και καταφέραμε να την μελετήσουμε, όπως και η πολιτισμική ταυτότητα της Αράχωβας έμεινε διαπερατή από γενιά σε γενιά διατηρώντας μια σύνδεση με το παρελθόν και την συλλογική μνήμη.

Η έμπνευση είναι μια εσωτερική διεργασία που συνίσταται από ψυχολογικούς και κοινωνικούς παράγοντες, αναπαραστάσεις και επιρροές. Η συλλογική μνήμη μεταφέρει εικόνες από την επικρατούσα αισθητική της εποχής, την μόδα της αστικής τάξης, την Τέχνη της Δύσης, τις επιρροές της Ανατολής, το φυσικό περιβάλλον (Μπάδα 1996, Βρέλλη-Ζάχου 2012, Αρβανιτίδου 2016). Αυτές οι επιρροές και εσωτερικές διαδικασίες εκφράζονται για να δημιουργήσουν σήμερα ενδύματα που εξυπηρετούν συμβολικές συνδέσεις όπως α) το όραμα της επιχείρησης που ερευνήσαμε, β) τον τρόπο ζωής της σύγχρονης γυναίκας, γ) σύμβολα, αισθητικές αξίες και συναισθήματα του αγοραστικού κοινού και αποτελούν μια σύγχρονη εκδοχή της παραδοσιακής φορεσιάς.

Κοντολογίς, η συλλογική μνήμη, η εμπειρία και η έμπνευση εκφράζονται σήμερα από τις γυναίκες επιχειρηματίες που αναβιώνουν νέες παραδοσιακές τεχνικές κεντητικής ως μια νέα «δομή της αίσθησης», ολοκληρωτικά δική τους που δεν προέρχεται από κάπου και κατάφερε να ενσωματώσει την πολιτιστική κληρονομιά, να την αναπαράγει σε ένα διαφορετικό τρόπο ζωής κατασκευάζοντας μια δημιουργική απάντηση σε μια νέα «δομή της αίσθησης» (Williams 2003:147).

Η κοινότητα ως δομική οργάνωση της μελέτης του τρόπου ζωής και ζωντανό κύτταρο δημιουργίας, συνέβαλε αρχικά στην μελέτη του τρόπου ζωής μιας ιστορικής κοινότητας όπως της Αράχωβας και συνακόλουθα μας οδήγησε στην μελέτη της κοινότητας γυναικών μιας εποχής και τελικά στην έρευνα μιας δημιουργικής κοινότητας γυναικών

επιχειρηματιών που αποτελεί και το έναυσμα για την πρόταση οργάνωσης δράσεων καλλιτεχνικής δημιουργίας και αναβίωσης παραδοσιακών τεχνικών στο σήμερα στα πλαίσια του πολιτιστικού τουρισμού.

7.2 Συζήτηση

Στο παρόν υπο-κεφάλαιο θα αναπτυχθεί η συζήτηση σχετικά με την αντιπαραβολή των αποτελεσμάτων της εμπειρικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή σε αντιπαραβολή με άλλες έρευνες που έχουν διεξαχθεί στο πεδίο της γυναικείας επιχειρηματικότητας, ελλείπει άλλων ερευνών στο πεδίο της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε επιχειρήσεις μόδας με έμπνευση από την παραδοσιακή φορεσιά.

Η έρευνα των Sarri & Trichoroulou (2008:18) σχετικά με τα κίνητρα και τα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε αστικά περιβάλλοντα κατέδειξε την ανάγκη για πολιτικές απασχόλησης και εκπαίδευσης που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των διαφόρων κατηγοριών γυναικών επιχειρηματιών, όπως καθορίζονται από τα ποιοτικά κριτήρια, δηλαδή το ποικίλο μορφωτικό υπόβαθρο, τις συνθήκες και τις απόψεις τους με επίκεντρο τις νεοφυείς επιχειρήσεις. Από τα ευρήματα στις γυναικείες επιχειρήσεις διαπιστώσαμε ότι οι πολιτικές απασχόλησης για την γυναικεία επιχειρηματικότητα είτε ήταν ανύπαρκτες είτε δεν συνέβαλλαν στην έναρξη των επιχειρήσεων, σημείο που συγκλίνει με τα αποτελέσματα της έρευνας των Sarri & Trichoroulou παρόλο που μεσολαβούν είκοσι έτη. Η

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τον Μυλωνά (2018:255) σε δημιουργικές επιχειρήσεις γυναικείας επιχειρηματικότητας κατέδειξε την συμβολή της δημιουργικής προσωπικότητας στην επιχειρηματική επίδοση σε μεγάλο ποσοστό απαντήσεων και εξίσου μεγάλο ποσοστό απαντήσεων συγκέντρωσε η συμβολή των κοινωνικών δικτύων στην ευόδωση της επιχειρηματικότητας. Αντίστοιχα, στην έρευνα της παρούσας διατριβής οι παράγοντες δικτύωση και δημιουργική προσωπικότητα συνέβαλαν στην έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Τέλος, η διδακτορική διατριβή της Αρβανιτίδου (2016:202) κατέγραψε μελετώντας τις «Λαογραφικές προσεγγίσεις του ενδύματος: φύλο, θηλυκό σώμα, ένδυμα και πολιτισμός», τις συσχετίσεις μεταξύ του εθνοτικού ενδύματος και της ατομικής ταυτότητας ως σύμβολα του υλικού πολιτισμού που εκφράζουν πολιτισμική ταυτότητα προέλευσης και συμβάλλουν σε ένα κοινό αίσθημα ανήκειν σε μια ομάδα. Η έρευνα της

παρούσας διατριβής προσδιόρισε την παραδοσιακή φορεσιά ως εθνικό σύμβολο και πολιτισμική έκφραση της σύγχρονης Ελληνίδας στην διεθνή αγορά μόδας.

7.3 Προτάσεις Μελλοντικής Έρευνας

Η παρούσα εμπειρική έρευνα θα μπορούσε να αποτελέσει την αρχή για μία μίξη ερευνητικής μεθοδολογίας που συνδυάζει την εμπειρική μελέτη και την συμμετοχική παρατήρηση σε κοντινές περιοχές με την Αράχωβα που χρησιμοποιούν παραδοσιακά μοτίβα στις φορεσιές τους έτσι ώστε να παραχθεί μια συγκριτική μελέτη σχετικά με τους τύπους των παραδοσιακών μοτίβων, την τεχνική και τις χρονικές περιόδους μελέτης.

Επίσης, θα μπορούσε να μελετηθεί η ίδια περίπτωση σε περισσότερες γυναικείες επιχειρήσεις μόδας της Ελλάδας για να διευρυνθεί το δείγμα μελέτης και να διεξαχθούν πιο ασφαλή συμπεράσματα. Επίσης, έρευνα θα μπορούσε να συγκριθεί με ανάλογες έρευνες εθνικής ενδυμασίας της Ευρώπης για μια μελέτη των χαρακτηριστικών παραδοσιακών μοτίβων άλλων πολιτισμών.

Εικόνες

Δ.4.1 Η Λαϊκή Τέχνη της παραδοσιακής ενδυμασίας των γυναικών της Αράχωβας Βοιωτίας

Εικόνα 1 : Η παραδοσιακή φορεσιά της Αράχωβας από το βιβλίο της Χατζημιχάλη Αγγελική (1978) *Η Ελληνική Λαϊκή Φορεσιά*. Τόπος: Αθήνα Εκδότης Μέλισσα.

Εικόνα 2, 3, 4: Μέρη της παραδοσιακής φορεσιάς της Αράχωβας από το άρθρο της Λούσκου, Κ., (2015) Η παραδοσιακή φορεσιά. Καστανάς Γ.Α. (επιμ.) *Αράχωβα. Ο Τόπος και οι Άνθρωποι*, σς.213-231. Αθήνα: Μίλητος.

Λούσκου, Κ., (2015) Λαϊκή Τέχνη. Καστανάς Γ.Α. (επιμ.) *Αράχωβα. Ο Τόπος και οι Άνθρωποι*, σς.231-247. Αθήνα: Μίλητος.

Δ.4.3 Τα σύμβολα και οι συμβολισμοί των κεντημάτων της ποδιάς στην παραδοσιακή φορεσιά των γυναικών της Αράχωβας Βοιωτίας

Εικόνα 5 : Αραχωβίτισσα αρχές του 20ού αι. από το άρθρο της Λούσκου, Κ., (2015) Η παραδοσιακή φορεσιά. Καστανάς Γ.Α. (επιμ.) *Αράχωβα. Ο Τόπος και οι Άνθρωποι*, σς.213-231. Αθήνα: Μίλητος.

Εικόνα 6: Φωτογραφία από προσωπικό αρχείο. Φορεσιά Ύδρας στην έκθεση στο Μουσείο Ακρόπολης με τίτλο «Ένδυμα Ψυχής».

Εικόνα 7: Η παλιά ποδιά που φορέθηκε στην Αράχωβα μέχρι το 1900 από το βιβλίο της Χατζημιχάλη Αγγελική (1978) *Η Ελληνική Λαϊκή Φορεσιά*. Τόπος: Αθήνα Εκδότης Μέλισσα.

Ερωτήσεις Συνέντευξης

Ε.5.4 Σε επιχειρήσεις Ενδύματος

Έρευνα ποιοτικής μεθοδολογίας μέσω συνεντεύξεων

Ερωτήματα σε : Ελληνικά BRANDS ρούχων γυναικείας επιχειρηματικότητας

Τόπος: Ηλεκτρονική Αποστολή

Ημερομηνία Συνέντευξης:

Παναγιώτα Κούκου AM: 100012089 επικοινωνία: 693 400 77 19

ΠΠΑ: Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη [701A]

Αγαπητή κα

Φοιτώ στο μεταπτυχιακό τμήμα Πολιτιστικής Πολιτικής και Ανάπτυξης του Ανοιχτού Πανεπιστημίου Κύπρου και έχω αναλάβει μεταπτυχιακή διατριβή με θέμα:

«Γυναικεία επιχειρηματικότητα και ντόπια πολιτιστική κληρονομιά. Νεοφυείς βιοτεχνίες στον χώρο της μόδας όπου αφετηρία τους είναι ο σχεδιασμός ενδυμάτων και αξεσουάρ εμπνευσμένα από παραδοσιακά μοτίβα υφαντικής».

Ζητώ από εσάς να συνεισφέρετε στην έρευνα απαντώντας στις ερωτήσεις που θα σας παραθέσω και αφορούν την / τις πηγές έμπνευσης του ρούχων σας με έμφαση στα παραδοσιακά μοτίβα κεντητικής & υφαντικής, αν και πως δραστηριοποιείστε στον τομέα του marketing με την παγκόσμια και τοπική αγορά και πως ξεκινήσατε την επιχείρησή σας στην Ελλάδα.

Θα ήθελα να της διαβεβαιώσω ότι η επεξεργασία των δεδομένων της έρευνας θα πραγματοποιηθεί αυστηρά για επιστημονικούς σκοπούς. Παρακαλώ για την συναίνεσή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ

.....

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

.....

Σας ευχαριστώ για τον χρόνο σας και τις πληροφορίες που μου εμπιστευτήκατε. Τα αποτελέσματα της έρευνας θα είναι διαθέσιμα σε σας μετά την ανάλυση των δεδομένων και την ολοκλήρωση της μεταπτυχιακής διατριβής. Για οποιαδήποτε διευκρίνιση θα είμαι στην διάθεση σας στα παραπάνω στοιχεία επικοινωνίας.

ΑΤΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΟΝΟΜΑ

ΕΠΩΝΥΜΟ.....

ΗΛΙΚΙΑ.....

ΦΥΛΟ.....

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.....

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ.....

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Γυναικεία Επιχειρηματικότητα

1.1 Πως θα περιγράφατε την εμπειρία της έναρξης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα;

.....
.....
.....
.....

1.2 Ποιοι παράγοντες σας διευκόλυναν;

.....
.....
.....
.....
.....
.....

1.3 Ποιοι παράγοντες σας δυσκόλεψαν ;

2. Ντόπια Πολιτιστική Κληρονομιά

2.1 Με ποιους τρόπους εκφράζεται η ντόπια πολιτιστική κληρονομιά των παραδοσιακών φορεσιών στα ρούχα που σχεδιάζετε ;

2.2 Τα ρούχα σας απευθύνονται σε ενδυμασία καθημερινής χρήσης ή σε περιστασιακή χρήση (π.χ. επίσημο ένδυμα);

2.3 Τα κεντημένα μοτίβα στα ρούχα σας, εκφράζουν κάτι συγκεκριμένο; Αν ναι, μπορείτε να μας πείτε λίγα λόγια για την έμπνευση πίσω από αυτό ;

2.4 Σε ποια περιοχή δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας ; Στην περιοχή δράσης της επιχείρησής, είστε συνδεδεμένη με την τοπική κοινότητα και την ντόπια πολιτιστική της κληρονομιά; Αν ναι, με ποιον/ποιους τρόπο/ους;

3. Πολιτιστικός Τουρισμός

3.1 Παρατήρησα ότι τα ρούχα σας είναι εμπνευσμένα από διαφορετική περιοχή της Ελλάδας με βάση την παραδοσιακή της φορεσιά. Σε εκείνη την εποχή κάθε ρούχο είχε και μια πρακτική χρησιμότητα και ήταν κατασκευασμένο από υλικά του τόπου της περιοχής αναφοράς. Στα ρούχα που σχεδιάζετε σκέφτεστε την βιωσιμότητα των υλικών κατασκευής των ενδυμάτων;

3.2 Ποιες στρατηγικές προώθησης των ρούχων που σχεδιάζετε, ακολουθείτε;

3.3 Έχετε σκεφτεί να αξιοποιήσετε την τοπική κοινότητα ή τους τόπους που σας ενέπνευσαν για να αναδείξετε την δουλειά σας σε προωθητικό επίπεδο; Για παράδειγμα, εργαστήρια κεντήματος, δράσεις ενημέρωσης για την ντόπια πολιτιστική κληρονομιά.

Ε.5.4 Σε επιχειρήσεις Αξεσουάρ

Έρευνα ποιοτικής μεθοδολογίας μέσω συνεντεύξεων	
Ερωτήματα σε : Ελληνικά BRANDS ρούχων γυναικείας επιχειρηματικότητας	
	<i>Τόπος: Ηλεκτρονική Αποστολή</i>
	<i>Ημερομηνία Συνέντευξης:</i>
Παναγιώτα Κούκου AM: 100012089 επικοινωνία: 693 400 77 19	
ΠΠΑ: Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη [701A]	

Αγαπητή κα

Φοιτώ στο μεταπτυχιακό τμήμα Πολιτιστικής Πολιτικής και Ανάπτυξης του Ανοιχτού Πανεπιστημίου Κύπρου και έχω αναλάβει μεταπτυχιακή διατριβή με θέμα:

«Γυναικεία επιχειρηματικότητα και ντόπια πολιτιστική κληρονομιά. Νεοφυείς βιοτεχνίες στον χώρο της μόδας όπου αφετηρία τους είναι ο σχεδιασμός ενδυμάτων και αξεσουάρ εμπνευσμένα από παραδοσιακά μοτίβα υφαντικής».

Ζητώ από εσάς να συνεισφέρετε στην έρευνα απαντώντας στις ερωτήσεις που θα σας παραθέσω και αφορούν την / τις πηγές έμπνευσης του ρούχων σας με έμφαση στα παραδοσιακά μοτίβα κεντητικής & υφαντικής, αν και πως δραστηριοποιείστε στον τομέα του marketing με την παγκόσμια και τοπική αγορά και πως ξεκινήσατε την επιχείρησή σας στην Ελλάδα.

Θα ήθελα να της διαβεβαιώσω ότι η επεξεργασία των δεδομένων της έρευνας θα πραγματοποιηθεί αυστηρά για επιστημονικούς σκοπούς. Παρακαλώ για την συναίνεσή σας.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ

.....

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

.....

Σας ευχαριστώ για τον χρόνο σας και τις πληροφορίες που μου εμπιστευτήκατε. Τα αποτελέσματα της έρευνας θα είναι διαθέσιμα σε σας μετά την ανάλυση των δεδομένων και την ολοκλήρωση της μεταπτυχιακής διατριβής. Για οποιαδήποτε διευκρίνιση θα είμαι στην διάθεση σας στα παραπάνω στοιχεία επικοινωνίας.

ΑΤΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΟΝΟΜΑ

ΕΠΩΝΥΜΟ.....

ΗΛΙΚΙΑ.....

ΦΥΛΟ.....

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.....

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ.....

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Γυναικεία Επιχειρηματικότητα

1.1 Πως θα περιγράφατε την εμπειρία της έναρξης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα;

1.2 Ποιοι παράγοντες σας διευκόλυναν;

1.3 Ποιοι παράγοντες σας δυσκόλεψαν;

2. Ντόπια Πολιτιστική Κληρονομιά

2.1 Με ποιους τρόπους εκφράζεται η ντόπια πολιτιστική κληρονομιά των παραδοσιακών φορεσιών στα αξεσουάρ που σχεδιάζετε ;

2.2 Τα αξεσουάρ σας απευθύνονται σε περιβολή καθημερινής χρήσης ή σε περιστασιακή χρήση (π.χ. με επίσημο ένδυμα);

2.3 Τα κεντημένα μοτίβα στα αξεσουάρ σας, εκφράζουν κάτι συγκεκριμένο; Αν ναι, μπορείτε να μας πείτε λίγα λόγια για την έμπνευση πίσω από αυτό ;

2.4 Η έμπνευση σχετικά με τα κεντημένα μοτίβα προέρχεται από κάποια συγκεκριμένη ιστορική εποχή, συγκυρία, τοποθεσία ; Αν ναι, μπορείτε να μας περιγράψετε ;

2.5 Σε ποια περιοχή δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας ; Στην περιοχή δράσης της επιχείρησης, είστε συνδεδεμένη με την τοπική κοινότητα και την ντόπια πολιτιστική της κληρονομιά; Αν ναι, με ποιον/ποιους τρόπο/ους;

3. Πολιτιστικός Τουρισμός

3. Στα αξεσουάρ που σχεδιάζετε λαμβάνετε υπόψη την βιωσιμότητα των υλικών κατασκευής;

3.2 Ποιες στρατηγικές προώθησης των αξεσουάρ που σχεδιάζετε, ακολουθείτε;

3.3 Έχετε σκεφτεί να αξιοποιήσετε την τοπική κοινότητα ή τους τόπους που σας ενέπνευσαν για να αναδείξετε την δουλειά σας σε προωθητικό επίπεδο; Για παράδειγμα, εργαστήρια κεντήματος, δράσεις ενημέρωσης για την ντόπια πολιτιστική κληρονομιά.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Αλεξιάδης, Α. Μ. (2010) *Ελληνική και Διεθνής Επιστημονική Ονοματοθεσία της Λαογραφίας*. Αθήνα: Καρδαμίτσα.

Αλιβιζάτου, Μ., Πούλιος, Ι., Παπαδάκη, Μ. (2015) Διαχείριση Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς και Βιώσιμη Ανάπτυξη. Πούλιος, Ι., Αλιβιζάτου, Μ., Αραμπατζής, Α., Γιαννακίδης, Α., Καραχάλης, Ν., Μάσχα, Ε., Μούλιου, Μ., Παπαδάκη, Μ., Προσύλης, Χ., Τουλούπα, Σ. (επιμ.) *Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη*. σς.55-73. Αθήνα: ΣΕΑΒ.

Αρβανιτίδου, Ζ., (2016) Λαογραφικές Προσεγγίσεις της Μόδας: Φύλο, Θηλυκό Σώμα, Ένδυμα και Πολιτισμός (Διδακτορική Διατριβή). <https://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/38151?lang=el#page/202/mode/2up> [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Βασιλειάδης, Χ. Α., (2019). *Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ των τουριστικών προορισμών. Μια διαχρονική ιστορική επισκόπηση και κριτική των σημαντικών παραγόντων επίδρασης του Τουριστικού κλάδου*. Θεσσαλονίκη: Αφοί Θ. Καραγιώργου Ο.Ε.

Βενιέρης Δ. (2003) Αποσύνθεση και Ανασύνθεση Κοινωνικής Πολιτικής. Η Ελληνική Εμπειρία. Βενιέρης Δ., Παπαθεοδώρου Χ. (επιμ.), *Η Κοινωνική Πολιτική στην Ελλάδα. Προκλήσεις και Προοπτικές*. Σ 41-89 Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Βρέλλη-Ζάχου, Μ. (2014) Η Ελληνική Ενδυμασία από την Άλωση ως τον 20ό αι.. Αυδίκος, Ε., (επιμ.) *Ελληνική Λαϊκή Παράδοση από το παρελθόν στο μέλλον*, σς 87-101. Αθήνα: Εκδόσεις Αλέξανδρος. <http://users.uoi.gr/mvrelli/> [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Βρέλλη-Ζάχου, Μ. (2012) Κοινωνία και ένδυμα: Το φυλετικό και ερωτικό υπόβαθρο του ενδύματος. Ταξικές διακρίσεις. Αισθητική παράμετρος. Μανόλη Γ. Βαρβούνη και Μανόλη Γ. Σέργη (διεύθυνση), *Ελληνική Λαογραφία. Ιστορικά, Θεωρητικά, Μεθοδολογικά, Θεματικές, Τόμος Α΄*, σ. 883 – 929. Αθήνα: Ηρόδοτος.

Βρέλλη - Ζάχου, Μ. (1994) Χορός και ένδυμα. Παράδοση και αναπαράσταση. *Χορός και Κοινωνία*. Νιτσιάκος Β. (επιμ.) Κόνιτσα: Έκδοση Πνευματικού Κέντρου Κόνιτσας, σς. 97-110. <http://users.uoi.gr/mvrelli/> [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Βρέλλη - Ζάχου, Μ. (1989) *Κοινωνική Διαστρωμάτωση στην Ελληνική Κοινότητα. Αντικατοπτρισμοί στον Υλικό Πολιτισμό. Το Παράδειγμα του Ενδύματος*. Δωδώνη, 18, σ. 177-191. <http://users.uoi.gr/mvrelli/> [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Γουργιώτης, Γ. Ν., (2007) *Η Ανάπτυξη του Ορεινού Χώρου: Το Παράδειγμα Εφαρμογής της Αράχωβας* (Διδακτορική Διατριβή). <https://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/15205#page/1/mode/2up> [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Ζαϊμάκης, Γ. (2002α) *Κοινοτική Εργασία και Τοπικές Κοινωνίες. Ανάπτυξη, Συλλογική Δράση, Πολυπολιτισμικότητα*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Ζαϊμάκης, Γ. (2002β) *Εκτίμηση Αναγκών και Μέθοδοι Ποιοτικής Έρευνας*. Ξάνθη: Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης.

Ζώρα, Π. (1991) Συμβολική και Σημειωτική Προσέγγιση της Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης. *Λαογραφία Δελτίον*, ΛΣΤ/, 1-77.

Ήμελλου Δ. Σ. , Πολυμέρου – Καμηλάκη Α. (1983) *Παραδοσιακός Υλικός Βίος του Ελληνικού Λαού* (Ερωτηματολόγιο). Αθήνα : Ακαδημία Αθηνών.

Ιωαννίδης, Σ., (2007) *Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-2007*. Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας IOBE. http://iobe.gr/docs/research/RES_02_21112007_REP_GR.pdf [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Ίσαρη, Φ., & Πουρκός, Μ. (2015). *Ποιοτική μεθοδολογία έρευνας*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. <http://hdl.handle.net/11419/5826> [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Καρασαββίδου, Ε., (2006) *Πρός μια Ευρωπαϊκή Κοινωνία και Κουλτούρα: Ερωτηματικά, Προβληματισμοί, Προοπτικές*. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών: Θεσσαλονίκη. <https://dspace.lib.uom.gr/handle/2159/13607> [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική ΑΕ, σς 28-36.

Κόνσολα, Ντ., (2006) *Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική*. Αθήνα: Παπαζήσης

Κυριακίδου -Νέστορος, Α. (1977) *Η Θεωρία της Ελληνικής Λαογραφίας. Κριτική Ανάλυση*. Αθήνα: Εταιρεία Σπουδών Νεοελληνικού Πολιτισμού και Γενικής Παιδείας.

Λούσκου, Κ., (2015) Η παραδοσιακή φορεσιά. Καστανάς Γ.Α. (επιμ.) *Αράχωβα. Ο Τόπος και οι Άνθρωποι*, σς.213-231. Αθήνα: Μίλητος.

Λούσκου, Κ., (2015) Λαϊκή Τέχνη. Καστανάς Γ.Α. (επιμ.) *Αράχωβα. Ο Τόπος και οι Άνθρωποι*, σς.231-247. Αθήνα: Μίλητος.

Μαροπούλου, Μ. (2011) Παράμετροι μιας Δύσκολης Αναγνώρισης: Το Φροντίζειν. Δεδουσόπουλος, Α., Κουτρούκης Θ., (επιμ.) *Η Διεύρυνση του Τομέα των Υπηρεσιών Οικονομικές και Εργασιακές Διαστάσεις*, σς 83-106. Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ. <https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/LAW418/20210615114140338.pdf> [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Μελέτιο Γυμνάσιο Δεσφίνας (2001) *Η παραδοσιακή φορεσιά της Δεσφίνας*. Δεσφίνα: Δήμος Δεσφίνας.

Μερακλής Γ. Μ. (2004) *Η Συνηγορία της Λαογραφίας*. Αθήνα: Μεταίχμιο.

Μαχά - Μπιζούμη, Ν. (2014) Υφαντική Κεντητική. Αυδίκος, Ε., (επιμ.) *Ελληνική Λαϊκή Παράδοση από το παρελθόν στο μέλλον*, σς 71-87. Αθήνα: Εκδόσεις Αλέξανδρος.

Μαχά - Μπιζούμη, Ν., (2012) *Η Ελληνική Κεντητική Τέχνη (β'μισό 17ου αι.-αρχές 20ου), Μια Απόπειρα «ανάγνωσης» των Ιστοριών που Αφηγούνται τα Δημιουργήματά της*. Μ.Γ.Βαρβούνης - Μ.Γ. Σέργης (επιμ.), Ελληνική Λαογραφία. Ιστορικά, θεωρητικά, μεθοδολογικά, θεματικές, τόμος Α'. Αθήνα: Ηρόδοτος. σ. 931 - 977.

Μπάδα, Κ., (2011) *Από την έρευνα του υλικού βίου ως τη μελέτη του συνολικού πολιτισμού της καθημερινότητας*. Φωτοτυπημένες σημειώσεις (Το κείμενο συμπεριλαμβάνεται στο Εκπαιδευτικό Υλικό για το προπτυχιακό Πρόγραμμα : Σπουδές Ελληνικού Πολιτισμού . Ανοιχτό Πανεπιστήμιο Κύπρου: Λευκωσία.

Moore, R., (2015) Οι άνθρωποι της Αράχωβας και η Κοινωνική Εξέλιξη. Καστανάς Γ.Α. (επιμ.) *Αράχωβα. Ο Τόπος και οι Άνθρωποι*, σς 177-195. Αθήνα: Μίλητος.

Μπακάλης Γ., (2015) Κατά την Ελληνική Επανάσταση. Καστανάς Γ.Α. (επιμ.) *Αράχωβα. Ο Τόπος και οι Άνθρωποι*, σς 65-77. Αθήνα: Μίλητος.

Μπόγρης, Ι., (2018) *Η υφαντουργία ως παράγοντας κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης στην Αράχωβα Βοιωτίας των αρχών του 20ου αιώνα. Η εμπορική δραστηριότητα δυο επιχειρήσεων μέσα από την αρχειακή συλλογή του Λουκά Παπαλεξανδρή, Διπλωματική Εργασία, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Ιστορίας. ΠΜΣ «Μεθοδολογία Κριτικής και Έκδοσης Ιστορικών και Αρχειακών Πηγών».* Κέρκυρα.

Μυλωνάς, Ν., (2018) Ανάπτυξη Επιχειρηματικότητας στις Δημιουργικές Βιομηχανίες. Ο ρόλος της Γυναίκας Επιχειρηματία (Διδακτορική Διατριβή). <http://ikee.lib.auth.gr/record/298830?ln=el> [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Νάζου, Δ., (2006) *Γυναίκες και εργασία στην Ελλάδα. Παρουσίαση και σχολιασμός της βιβλιογραφίας με έμφαση τις κοινωνικές επιστήμες*. Αθήνα.

Νικολαΐδου, Μ., & Λαμπίρη-Δημάκη Ι. (1975) Η εργαζόμενη γυναίκα στην Ελλάδα: Μια δειγματολογική μελέτη. *The Greek Review of Social Research*, 25, 470–506. <https://doi.org/10.12681/grsr.392> [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Νίνα – Παζαρζή, Ε., (1991) Η γυναικεία Απασχόληση στην Ελλάδα (Διδακτορική Διατριβή). <https://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/9096#page/1/mode/2up> [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Παπαντωνίου Ι., (2000) *Η Ελληνική Ενδυμασία από την Αρχαιότητα ως τις Αρχές του 20ου Αιώνα*. Αθήνα :Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδας.

Πολυμέρου – Καμηλάκη, Α. (2014) Ανακοίνωση στην Επιστημονική Ημερίδα: *Πρόβλεψη και Ερμηνεία των Καιρικών Φαινομένων: Από τη Λαϊκή Παράδοση στη Σύγχρονη Επιστημονική Παρατήρηση*. Αράχωβα.

Προσύλης, Χ., (2015) Σύγχρονη Πολιτισμική – Καλλιτεχνική Δημιουργία (Cultural-Creative Industries), Τοπική Κοινωνία Και Βιώσιμη Ανάπτυξη. Πούλιος, Ι., Αλιβιζάτου, Μ., Αραμπατζής, Α., Γιαννακίδης, Α., Καραχάλης, Ν., Μάσχα, Ε., Μούλιου, Μ., Παπαδάκη, Μ., Προσύλης, Χ., Τουλούπα, Σ. (επιμ.) *Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη*. σς.55-73. Αθήνα: ΣΕΑΒ.

Ρήνα, Γ. (2022) Φύλο και Επιχείρηση: Προσεγγίζοντας Ανθρωπολογικά τις Γυναίκες Επιχειρηματίες σε μια Εταιρεία Άμεσων Πωλήσεων. *Πολιτισμός-Σύνορα-Κοινωνικό Φύλο/Μελέτες*, Τ.1, σσ.28-40. https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=0CAIQw7AJahcKEwjQrFtgq_TAhUAAAAAHQAAAAQAw&url=https%3A%2F%2Ffojs.lib.uom.gr%2Findex.php%2Fcbgs%2Farticle%2Fdownload%2F9789%2F9776&psig=AOvVaw39eZIp_dMysmQcWu2-bsx7&ust=1684137641403618 [Πρόσβαση: 03.05.2023]

Σαρρή, Κ. , Τριχοπούλου, Ά. (Eds.), *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα: Προσέγγιση Της Ελληνικής Πραγματικότητας*. Αθήνα :Εκδοτικός Οίκος Rosili,.

Τσακανίκας, Α., Γιωτόπουλος, Γ., Βαλαβανιώτη, Ε, Σταυράκη Σ. (2019) *Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2018-2019: Η Νέα Επιχειρηματικότητα Ενισχύεται*. Αθήνα: IOBE.

Χανδακά, Σ. (2015) *Λαϊκή Τέχνη, Νέα Ευρήματα - Νέες Ερμηνείες, Μελέτες για τον Υλικό Πολιτισμό - 1, Πρακτικά Συνεδρίου προς τιμήν της Πόπης Ζώρα*. Αθήνα: Μουσείο Μπενάκη.

Χατζημιχάλη, Α. (1978) *Η Ελληνική Λαϊκή Φορεσιά*. Αθήνα : Μέλισσα.

Χατζημιχάλη, Α. (1977) *Υποδείγματα Ελληνικής Διακοσμητικής*. Αθήνα: Ελληνικός Οργανισμός Ελληνικής Χειροτεχνίας.

Ξενόγλωσση

Assmann, J. 1988. "Collective Memory and Cultural Identity". In *Kultur und Gedachtnis*, H. Assmann & T. Holscher (eds.), J. Czaplicka (trans.). Frankfurt: Suhrhamp, p. 9 -19.

Cuche, D. 2001. Η έννοια της κουλτούρας στις κοινωνικές επιστήμες. Αθήνα: Τυπωθήτω / Δαρδανός, σ. 145-167.

Gillis, J.R. 1994. "Memory and Identity. The History of a Relationship". In *Commemorations. The Politics of National Identity*, J.R. Gillis (ed.). Princeton, New Jersey: Princeton University Press, p. 3-24.

Giotopoulos, I., Kontolaimou, A., Tsakanikas, A., (2018). Antecedents of growth-oriented Entrepreneurship before and during the Greek Economic Crisis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. DOI: 10.1108/JSBED-01-2017-0003

Gupta, V., Turban, D., Wasti, S., Sikdar, A. (2009). *The role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become Entrepreneur*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1042-2587, pp. 397-417. Baylor University.

Gupta, V., Turban, D., Wasti, S., Sikdar, A. (2005). *Entrepreneurship and Stereotypes: Are Entrepreneurs from Mars or from Venus?*. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*. DOI: 10.5465/AMBPP.2005.18778633

World Economic Forum, (2021). *Global Gender Gap Report*.

<https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021/> [Πρόσβαση: 03/05/2023]

ICOMOS. (2002) *Χάρτα Πολιτιστικού Τουρισμού*. Παρίσι: ICOMOS.

Koutsou, S., Notta, O., Samathrakakis, V., Partalidou, M., 2009. Women's Entrepreneurship and Rural Tourism in Greece: Private Enterprises and Cooperatives. *South European Society and Politics* 14, 191-209. <https://doi.org/10.1080/13608740903037968> [Πρόσβαση: 03/05/2023]

Kunzle, D. (1981). *Hollander: Seeing Through Clothes*. 7 (2), pp 94-96. <https://repository.upenn.edu/svc/vol7/iss2/9> [Πρόσβαση: 03/05/2023]

Lowenthal, D. 1994. "Identity, Heritage, and History", in *Commemorations. The Politics of National Identity*, J.R. Gillis (ed.). New Jersey: Princeton University Press, p. 41-57.

Menger, P.-M., 1999. Artistic labor markets and careers. *Annual review of sociology* 541-574.

Throsby D. (2001). *Economics and Culture*. p. 110-136, Cambridge University Press.

Throsby, D., 1999. Cultural Capital. *Journal of Cultural Economics* 23, 3–12.

UNESCO, 2003. *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Paris : UNESCO.

Utrecht School of the Arts (2010), *The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries*, Amsterdam.

Williams, R. (1994). *Κουλτούρα και Ιστορία*, μτφ. Β. Αποστολίδου. Αθήνα: Γνώση, σ. 69-81 & 137-153