

# ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗΣ ΜΟΔΑ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΟΧΗ

## Μία συνέντευξη του Γιάννη Τσεκλένη στον Ιωάννη Πετρόπουλο

Μπορείτε να περιγράψετε τα διάφορα στάδια (ή τις περιόδους) της σταδιοδρομίας σας στη μόδα;

Γεννηθήκα σε ένα περιβάλλον που είχε σχέση με τη μόδα – ο πατέρας μου είχε μια επιχείρηση λιανικής πωλήσεως υφασμάτων στην Ελλάδα. Από πολύ μικρός ανέπτυξα μια έρεση στην ζωγραφική και έκανα την πρώτη μου ατομική μικρή έκθεση σε ηλικία δεκατεσσάρων ετών. Στη συνέχεια σπούδασα κατ' είδη διαφήμιση, ενώ δουλεύα στα υφασμάτα και οίκου επαφή με το εμπόριο, αλλά παράλληλα διατηρούσα και την επαφή με την τέχνη. Στη διαφήμιση βρήκα τη συνισταμένη, γιατί ασχολήθηκα με το δημιουργικό της διαφήμισης πιο πολύ. Ήρθασα μια διαφήμιστική εταιρεία, πηγή πρώτη στην Ελλάδα, που έκανε μικρές έρευνες, κατ στη συνέχεια έκανε διαφημιστικές καμπάνιες, όπου βασίσευε το εικαστικό.

Έχασα τον πατέρα μου στα 26 μου χρόνια, και το γεγονός αυτό με έφερε από τη διαφήμιση πάλι στην ψάρισμα. Ακολούθησα την ευχή του, που άλλοτε την έλεγα ευχή κι άλλοτε κατάρα. Ο πατέρας μου είχε διαπιστωθεί ότι είχα πολύ μεγάλη κλισή στη μοδα, γιατί αγόραζα πολύ σωστά τα υφασμάτα των επόμενων εποχών χωρίς να έχω καμιά πληροφόρηση, εξ ενστίκου δηλαδή. Γιατί τότε δεν ήταν όπως τώρα που μελετάμε, διαβάζουμε, μαθαίνουμε τις τάσεις της μόδας απ' το διεθνές μάρκετινγκ, τότε έπρεπε να είσαι με τις κεραίες τεντωμένες. Για να μπω, λοιπόν, στο χώρο της μόδας δοκιμάσα να σχέδισάσω τα πρώτα μου υφάσματα. Γιατί ήθελα να μπω στον κόσμο της μόδας όχι μόνο με τις πωλήσεις από το κατάστημα, τα καθιερωμένα και καταξιωμένα στην Αθήνα, αλλά και σχεδιάζοντας δικά μου υφάσματα.

Σχεδίασα λοιπόν τα πρώτα μου υφάσματα και τα εμπιστεύτηκα στον Ντίμη Κρίσα, έναν

τότε πολύ δυνατό νέο designer στην Αθήνα, με τον οποίο συνεργαζόμουν ούτας ή άλλως – αγόραζε υφάσματα της επιχείρησής μου-, και δοκιμάσαιμε την τύχη μας στην Αμερική, όπου ειχαμε μια επιτυχία Σταχτοπούτας – εν μια νυκτί. Και αυτή η επιτυχία, απ' ότι κατάλαμβα εκ των υστέρων, οφειλόταν κυρίως στα υφάσματα, γιατί ήταν επαναστατικά και πρωτοποριακά. Μάλιστα, σ' ένα γράμμα της η Elizabeth Arden Couture, που είχε αγοράσει τότε όλη τη συλλογή, ως Elizabeth Arden Couture, στη Νέα Υόρκη, μιλάει κυρίως για τα χρώματα και τα σχέδια των υφασμάτων. Σ' ένα χρόνο, όμως, σταμάτησε η συνεργασία με τον Δημήτρη Κρίσα, δηλαδή δεν είχε λόγο, γιατί η δουλειά μου ήταν περισσότερο στο πνεύμα του Εμμίλιο Πούστι και του Κεντ Σκοτ, σπάτη μπορούσα να σχεδιάσω απευθείας ρούχα, από την πίντη και μόνο. Και τα κατάλαβα τη σημασία της θεματολογίας. Αφού αλώνισα λιγό στα ελληνικά θέματα στην αρχή, χειρίστηκα με την θεματολογία ανάλογα με τις πολιτικο-κοινωνικές τάσεις. Και κάθε φορά έπεφτα διάνα, μεσά στην επικαιρότητα, όπως θα σας πω μετά.

Αυτός είναι ο πρώτος μεγάλος σταθμός, το Εκκίνημα. Αναπτύσσομαι πολύ γρήγορα, ανοιγόμαι σε πολλές αγορές, και φτάνω στον δεύτερο μεγάλο σταθμό της ζωής μου, το 1974, που διακόπτω διέτας μου τις συνεργασίες από τον παγκόσμιο χώρο, διευδύνωντας με την μου παραγωγή από την Ελλάδα. Είχα δώσει έως τότε licensing συμβόλαια σε πολλούς licensing στον κόσμο, γιατί στην Ελλάδα ακόμα δεν είχαμε παραγωγή, δηλαδή δεν έφαραν δύο ιδιαί τούρα δύο μηχανές. Το 1974, εννέα χρόνια αφότου ξεκίνησα να δουλεύω στο χώρο της μόδας, έσπιτα μια πολύ μεγάλη βιομηχανική μονάδα στην Ελλάδα και μητήκα πολύ δύναμικά στη διεθνή αγορά με προϊόντα από την Ελλάδα πλέον.



#### MOSAICS & MINOAN

1966-1967:  
Χταπόδια από μινωικά  
αγγεία είναι το θέμα των  
ψηφισμάτων.

BYZANTIUM, 1970-1971:  
Θέματα πορρήματα  
από μικρογραφημένα  
χειρόγραφα  
του Αγίου Όρους

VOODOO, 1971:  
Νεκρικές μάσκες και  
σύμβολα νοσοδό με μετάξι.

Τρίτος σταθμός το 1977. Είχε ήδη αρχίσει η ταλαιπωρία μου με ένα μελάνιμα, το οποίο με παιδεύει ενώπιο χρόνο. Και το 1977 ακρωτηριάζουμε από το μελάνιμα για να επιβάσω... και ωι του θαύματος επιβίωσα, αλλά κλείνω τα πάντα στην Ελλάδα, γιατί οι τράπεζες μου κλείνουν τις βάνες με τα κεφαλαια κινήσεως, με θεωρούν κλινικώς νεκρό, γιατί... εδώ σήμερα λες για καρκίνο σε ανθρώπους και νομίζουν ότι είσαι ήδη πεθαμένος. Οπότε αναγκάστηκα να φυγω από την Ελλάδα, για να διατηρήσω βεβαία και την ελευθερία μου. Πήγα στην Αμερική, όπου ξέκινησα πάλι το working licensing, με πολλές εταιρίες μέσω ενός management group τότε πολύ δυναμικού στη Νέα Υόρκη. Μετά από δύο χρόνια γεννήθηκαν οι συνθήκες για την επιστροφή μου. Πρώτων, με ζήτησε να γυρίσω πίσω η ελληνική κυβερνητή – οποιος θέλησε να μου αναβετεί την ίδρυση ενός Ελληνικού Κέντρου Σχεδιασμού Προϊόντων, το οποίο σχεδίασα και ιδρύθηκε, αλλά δυνητικώς εξερέπτη αργότερα σε χρηματοδοτικό οργανισμό. Και δεύτερον, η επιθυμία μου μοναδικού έλληνα επιχειρηματικού που καταλάβαινε τότε τη σημασία του merging ο' αυτές τις δυναμικές προσπάθειες, του Γιάννη της Γεωργακά, ιδρυτή του MINION, ο οποίος με τη σχολική μου μόδα είχε κρατήσει το όνομά μου ζωντανό στην Αθήνα, να επαναδρυστηριοποιήσουμε το ονόμα Τσεκλένης στην Ελλάδα μαζί. Όπως κι έγινε.

Ξαναπάτων από εδώ στον διεθνή χώρο, με ανάθεση πλέον υπεργολαβίνων στην παραγωγή, γιατί η Ελλάδα στη δεκαετία του '80 ήταν πια μία από τις μεγαλύτερες εξαγωγικές χώρες στα έτημα ενδύματα, δυστυχώς όμως μόνο ως υπεργολάβος, γι' αυτό άλλωστε η παραγωγή αυτή δεν είχε δικό της μάρκετινγκ. Οπότε εγώ πρόσφερα design και marketing και ανέθετα την

παραγωγή στις ελληνικές μονάδες. Και έτσι ξαναμπήκα στις αγορές, με αυτή τη συνεργασία με το MINION, αλλά συνεταιρικά πλέον, γιατί το MINION ήταν ο κύριος μετόχος στην εταιρεία «Διεθνείς Επιχειρήσεις Μόδας», που είχε τότε δικαιώματα του ονόματος Τσεκλένης στην Ελλάδα.

Τέλος, το 1990 προς 1991, όταν διαπίστωσα πλέον οριστικά ότι η αποβιομηχάνιση στον τομέα της μόδας ήταν ραγδαία και αφού από τη θέση μου ως πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της Πειραιώς Πατραικής, αν και προσπάθησα να δώσω μια πανεθνική οπτική και να αναπτύξω και άλλα ονόματα, απέτυχα –διότι δεν υπήρχε το κατάλληλη νοστροπία. Δηλαδή το περιβάλλον το επιχειρησιακό ήταν τελείως άγονο, και κανείς δεν καταλάβαινε τι σημαίνει να χαρακτήρισεν στρατηγικές για την ανάπτυξη των ετοιμών ενδυμάτων και της βιομηχανίας μόδας στην Ελλάδα –, αποχώρησα χωρίς φανφάρες. Μια ωραία μέρα είπα «δεν κάνω άλλες συλλογές». Και μπήκα σ' ένα χώρο, στον οποίο είχα ήδη δουλέψει, το χώρο της επιμέλειας κινητών και ακινήτων. Είχα ήδη από τη δεκαετία του '80 σχεδίασε όλα τα αεροπλάνα της Ολυμπιακής μεσαζέξω. Πριν μπω στη μόδα και όταν ακόμη ήμουν στο χώρο της διαφήμισης, είχα σχεδίασε πολύ δυναμικά περίπτερα. Είχα επίσης δοκιμάσει την τύχη μου, γιατί είχα δημιουργήσει πολύ πρωτοποριακά μαγαζά δικά μου, άρα ήξερα ότι είχα μια δύναμη στους χώρους.

Από το 1991 μπήκα πάλι λοιπόν δυναμικά στους χώρους. Έχω ήδη αφήσει πίσω μου τριάτεσσέρα από τα καλύτερα ξενοδοχεία της Ελλάδας, τα οποία έχουν σχεδιαστεί εξ ολοκλήρου από μένα, διότι ανέλαβα το συνολικό art direction. Δεν μάλιστα για διακόσμηση μόνο, μιλάμε από την εταιρική ταυτότητα ως την αρχιτεκτονι-

WOODCARVINGS, 1974:  
Τα νερά του ξύλου  
σε υπερμεγέθυνση.



κή επιμέλεια πριν από τους αρχιτέκτονες, τη συνεργασία με τους αρχιτέκτονες στην ξεωτερική και την εσωτερική εμφάνιση του κτιρίου, δηλαδή αυτό που λέγεται υπόφερο του κτιρίου, και από εκεί και πέρα τη συνολική διακόσμηση και στον εξοπλισμό του, ο οποίος πάρα πολές φορές σχεδιάζεται αποκλειστικά από εμένα: πάτα, μαχαίρια, πιρούνια, ποτηριά, σεντόνια, υφασμάτα, πετσέτες, διπλά, μπορείτε να φανταστείτε, περνάει από το μολύβι και τον πάγκο μου. Αισθανόμαι ότι ήταν μία πολύ καλή κίνηση, αυτή που έκανα το 1991. Τόσο καλή που παρ' όλο το χειροκρότημα που εισέπραξα από τη μάδα, θεώρω ότι θα έπρεπε να την έχα γιανέ από το 1965 και να έχω μέχρι αυτή τη στιγμή σχεδιάσει πολύ πιο διαχρονικά αντικείμενα από τα ρούχα. Από τα τελευταία 900 περίπου αρχέτυπα συμπληρώνουν τη Συλλογή του Πελεποννησιακού Λαογραφικού Ιδρύματος.

**Ποια είναι η σχέση του έργου σας με την ελληνική παράδοση; Με τη διεθνή ψηλή ραπτική;** Καταρχήν να κάνω μία διευκρίνιση. Εγώ δεν έκανα ποτέ ψηλή ραπτική. Η ψηλή ραπτική δεν αφορά πια τον κόσμο, αφορά την προβολή των μεγάλων ονομάτων. Τα παλιά χρόνια υπήρχε μόνο αυτή η ψηλή ραπτική, η οποία έραβε επί μέτρα ρούχα. Εφτιαχναν δηλαδή οι σχεδιαστές της ψηλής ραπτικής κάποια συλλογή, άλλοτε 15, άλλοτε 55, όλαστε 105 μοντέλα, αρχέτυπα, τα οποία τα έφτιαχναν βέβαια πολύ ιδιαίτερα για να ντύσουν κάποια θαυμάσια σώματα, τα σώματα των μανεκέν. Τα παρουσιάζαν, και από εκεί οι κυρίες οι τόσοσες ή οι τόσοσες ζήτουσαν «εγώ θέλω αυτό, εγώ θέλω εκείνο». Κι άρχιζαν λοιπόν απάνω τους να χτίζουν, ω! του δράμα-

τος, ό,τι θεοπέσιο είχαν φτιάξει για κάποια θεοπέσια γυναίκα. Αυτούς υπήρχε η συνήθεια να τους αποκαλούν όλους «ματέ» της ψηλής ραπτικής. Ετσι με αποκαλούσαν κι εμένα, εννούν δεν είχα καμία σχέση με αυτή την πρακτική. Από την αρχή της σταδιοδρομίας μου σχεδίαζα ρούχα φορέματα από τους πολλούς, γιατί από αποτελούσε και τη μεγάλη μου ικανοποίηση. Δεν έκανα πολύ ρούχα, έκανα όμως κι αι πολύ φτηνά ρούχα. Δηλαδή προσέφερα πάντα δύο μεγάλες κατηγορίες, μία που μπορούσε να την πάρει όπως σήμερα, με την οικομενικότητα της μάδας, και ο πρίγκιπας και ο δισεκατομμυρίουχος, και μία για τον υπαλληλάκο ή την απλή εργαζόμενη.

Τώρα, όσον αφορά τη σχέση μου με την ελληνική παράδοση, ήταν έντονη χωρίς να γίνει ποτέ φοιλάρο. Και ήταν έντονη διότι χρησιμοποιούσα πολύ την ελληνική παράδοση – μάλιστα στο πρώτο άρθρο στους New York Times, που γράφτηκε για μένα όταν με τον Κρίστα υπογράψαμε ένα συμβόλαιο στην Αμερική, με ρώτησαν «Τι κάνεις εύων στις συλλογές σου?», είπα «Χρησιμοποιώ τρεις χιλιάδες χρόνια ιστορία», και εννοούσα «πολιτισμό». Και είπα επιεικώς τρεις χιλιάδες χρόνια, γιατί αργότερα εμπνεύστηκα από τον πολιτισμό παλαιότερων περιόδων.



BIRDS, 1976:  
Φτερά παγωνιών  
σε μουσελίνη.



EL GRECO, 1978:  
Θέματα από την Ταφή  
του Κόμητο Οργκάθ.

Πολλές φορές γύριζα στις ελληνικές ρίζες. Μπτορούσα να κάνω συλλογές εμπνευσμένες από τη βουνούτι τέχνη των λαών των Δυτικών Ινδιών ή της Ινδονησίας ή υφάσματα εμπνευσμένα από τις λάκες της Κίνας. Άλλα ξαφνικά γύριζα στην Ελλάδα και έκανα έναν δύνατο Vase Look, βασισμένο στα ερυθρόμορφα και μελανόμορφα αγγεία, μ' έναν τρόπο που ποτέ κανείς δεν φαντάστηκε. Έκανα δηλαδή κάτι γιγάντιες μεγεθύνσεις που κατέληγαν σε πολύ έντονα abstracts, τα οποία όμως ήταν παραστατική τέχνη, δηλαδή μπορούσε κανείς μέσα να δει τις μορφές ανάλογα με τα μεγέθη και το κόψιμο των ρούχων. Αυτές υπήρχαν από τις πιο διάσημες συλλογές που πυροδότησαν έξωφύλλα και πρωτοεξόδια περιοδικών και πηγαίσους τίτλους σε κορυφαίες εφημερίδες του κόσμου.

Χρησιμοποίησα επίσης τη βυζαντινή τέχνη, τα χειρόγραφα του Αγίου Όρους. Σχεδίασα δύο βυζαντινές συλλογές. Μία από αυτές, το 1983, ήταν παραμένει από τα εικονογραφημένα χειρόγραφα της Μονής Ιβήρων. Γίρα κάποια πολὺ ωραια μοτίβα, τα έσπασα κι έκανα μια ολόκληρη συλλογή πάνω σε μια πενταχρωμία, η οποία υπήρξε μαθημα χρώματος. Έδειχνα πώς μπορεί κανείς με έμφαση σε ένα θέμα να κανεί μια ολόκληρη συλλογή, χωρίς να χρειάζεται να πλατειάσει, και να έχει και μια ενότητα πολύ δυναμική χρωματικά.

Χρησιμοποίησα και πολλά μωσαϊκά. Χρησιμοποίησα θέματα τα οποία θα μπορούσαν να έχουν χρησιμοποιηθεί και πολιτικά, και είναι κρίμα που δεν το έκανε η πολιτεία και δεν το κατάλαβε ποτέ. Είπα κάποτε «πρωθήστε μας "γραμμή" να την πάρουμε όλοι στα χέρια μας και να κάνουμε μόδα Αιγαίου» - που οι Αμερικανοί δεν

καταλαβαίνουν τι είναι το Αιγαίο-, ώστε να καταλαβούν δηλαδή ότι το Αιγαίο είναι ελληνικό και όλη η κουλτούρα του ελληνική. Δεν το κατάλαβαν. Όταν τέθηκε το θέμα της Μακεδονίας ήρθαμε αντιμέτωποι με διακόσιες πέντε εκδόσεις των Σκοπιανών για τη Μακεδονία και μόνο πέντε ελληνικές. Εγώ όμως είχα ήδη περάσει αθελά μου το θέμα αυτο με τη συλλογή Macedonian Mosaics, που εμπνεύστηκα από τα μωσαϊκά της Πέλλας.

Για να θυμηθώ άλλες, δημιουργήσα συλλογές ολόσπερξ και τις ονόμασα Aegean Whites. Έκανα ένα-δυο come-backs από αυτά κι έκανα και κάποια θέματα εκτός από τα μελανόμορφα και ερυθρόμορφα απτικά αγγεία, όπως τα πρωτοκορινθιακά αγγεία κ.λτ. που άρχισαν να φύινονται από το Εκείνημά μου και με ακολούθησαν. Ποτέ όμως φολκλόρ. Ποτέ Ελλάδα σαν τα έξι. Μόνο σταν υπήρχε ένα trend έθνικ στην παράσκημα μόδα, ερχόμουν εγώ με κάπι εθνικ ελληνικό. Αυτά για την ελληνική παράδοση και τη δουλειά μου.

Σας έχει επηρέασει η ζωγραφική; Γενικότερα, που είναι η σχέση ανάμεσα στις καλές τέχνες και την ψηλή ραπτική; Μα αναμφιστήτηα πάρα πολύ. Καταρχήν έκανα μια πρώτη μου συλλογή, την οποία ονόμασα ιστορική-καλιτεχνική στα τέλη της δεκαετίας του '60, γύρω στα 1968, βασισμένη εξ ολοκλήρου σε θέματα από τους ισπανούς ζωγράφους. Χρησιμοποίησα τιμήματα από πίνακες, τα οποία μεγέθυνα, είχα ήδη μπει στη διαδικασία αυτή του να παίρνω θέματα από την τέχνη, έτσι έκανα και με τα αγγεία ένα χρόνο μετά. Πέτυχε πο-



λύ αυτή η συλλογή. Πήρα πολλά από τον Γκόγια, όχι τόσο από τα θέματα των πινάκων όσο τα χρώματα και μικρά μοτίβα.

Η πιο μεγάλη δουλειά που έκανα ποτέ και είχε σχέση με την Ισπανία και την Ελλάδα ήταν η μεγάλη μου συλλογή, η εμπνευσμένη από τον Θεοτοκόπουλο, την οποία ονόμασα *My Report to Greco*, το 1978 όταν ζύσα στην Αμερική. Έγινε συλλογή πειραματική για τρεις πιστήτρες της Dupont και υποστριχήτρια από την Dupont στην Αμερική και έκανε πάταγο. Τη δουλειά κυρίως από ένα μεγάλο έργο του Θεοτοκόπουλου, την «Ταφή του Κόμπτα Οργκάθ». Πρόκειται πάλι για μάθημα σχεδίου και χρώματος. Πήρα μέσα από έναν πίνακα εφτά μοτίβα και ολόκληρο τον πίνακα, και τον έκανα αφαιρετικά ύφασμα. Μετά πήρα τα μοτίβα, δηλαδή τημάτα από το ύφασμα αυτό και έκανα άλλα υφάσματα. Και έγινε μία συλλογή με συγκλονιστική ενότητα. Τους παριστάμενους στην κηδεία, που ίως ταυτίζονται με τη φυσιognomia του Θεοτοκόπουλου, τους έκανα πολύ ωραία φουλάρια και επάλληλα τυπώματα με μικρά κεφαλάκια: κάτια που προϊδέαζε για το πώς θα χρησιμοποιούσαν αργότερα τα έργα του Γιάννη Γαΐτη. Εώς πάλι, δουλεύμασε ο Γαΐτης κι εγώ σε μια μεγάλη συλλογή και την ονομάσαμε *Tseklenis from Gaitis*. Σ' αυτήν ο Γαΐτης με τίμησε με την επιθυμία του να μπαίνει στα υφάσματα και η υπογραφή του. Έτοι τα αναγνώριζε και υπέγραψε.

έμπαινα δηλαδή το *Tseklenis from Gaitis* με δύο υπογραφές. Και μια αυτό χαλάσαμε κόσμο. Έγινε μια δουλειά καταπληκτική.

Άλλη μεγάλη δουλειά μου βασισμένη σε έργα τέχνης ήταν μια πολύ δυναμική συλλογή που έκανα το 1971, την οποία ονόμασα *Ιμπρεσιονιστές*, όπου χρησιμοποίησε θέματα από έργα του Λοτρέκ, του Γκογκέν, του Ρενουάρ, του Σερά. Η συλλογή αυτή μάλιστα έβγαλε και μια πολύ χαρτιωμένη δημοσίευση στο περιοδικό *Esquire*, όπου ο Τζον Πολ Κουντ, ο μεγάλος art director, εικονογράφησε ποικίλισμα μου και πάνω τους μοντάρισε τα κεφάλια των θηθοποιών που έταιπαν τους ρόλους των καλλιτεχνών, δηλαδή τον Κέρκ Ντάγκλας ως Βαν Γκογκ, δηπάλια του τον Άντονι Κουίν ως Γκογκέν, τον Χοσέ Φερέρ ως Λοτρέκ, στο ίδιο έργο, το *Lust for Life*.

Το 1982 σχεδίασα τη συλλογή μου τη βασισμένη στα έργα του Γιάννη του Γαΐτη, όπως προανέφερα, η οποία ειχε τεράστια προβολή και λόγω επικαιρότητας. Το 1982 μπαίνω σε μία εποχή που συζητιόταν το πόσο δίκιο είχε ο Οργουέλ. Και ούσο περνάει ο καιρός θα αρχίσουμε να συνειδηποιούμε ότι ο Μεγάλος Αδελφός δεν είναι απλώς σύνολο τηλεοπτικό αλλά γεγονός. Τώρα που σε λίγο η πιστωτική μας κάρτα θα μας τραβάει απ' τη μήτη και θα έξερουν όχι μόνο πώς σκεφτόμαστε, πώς καταναλώνουμε, τι κάνουμε, θα έξερουν την οικονομική



μας κατάσταση, το πώς την πληρώνουμε, και όλες αυτές οι καρτούλες και οι παρακαρτούλες θα μας κανουν ένα scanning τρομακτικό. Το 1982, λοιπόν, την εποχή που το 1984 του 'Οργουελ συζητάντων πολύ, περισσότερο όμως φιλολογίας, ο Γάιτης, ένας άνθρωπος πολύ προκατιμένος, είχε προβλέψει και έδειξε τον βιομηχανοποιημένο άνθρωπο, τον classified. Δημιούργησε το περίφημο ανθρωπάκι, το οποίο πολλαπλασιάσει. Για πολλούς αδεις «Ο Γάιτης κάνει όλο ανθρωπάκια», ενώ ο Γάιτης κάνει τα ανθρωπάκια ειώς και μιας βάσει να συμμετέχουμε μεσά στα έργα του. Κι ετούτο δουλεύει σε αυτή τη συλλογή με πολύ κέφι, προφητικό και –αν θέλετε– κατά κάποιου τρόπο πεπιστικό...»

Το 1986, μια τελευταία μου συλλογή που είχε σχέση με την τέχνη ήταν η συλλογή μου από τον Ντουαν Ρουσό. «Ήταν η εποχή που είχε γίνει το μεγάλο σύνολο του Ρουσού στο Grand Palais στο Παρίσι, γνώντας η παρουσίασή του στο Museum of Modern Art της Νέας Υόρκης, και εκείνη τη στιγμή βγήκα και εγώ με μια συλλογή με θέματα από τον ζωγράφο αυτού, όποτε λόγω επικαρπότας κέρδισα μεγάλη διημοσιότητα. Αυτή η συλλογή κατά κάποιουν τρόπο ήταν και ένα farewell από τις αμερικανικές αγορές. Μετά κοίταξε τα εδώ, τα του οίκου μου. Το 1988 σταμάτησα τις εξανύνες και το 1990 αποχώρησα. Δηλαδή το 1991 ήταν η πρώτη χρονιά που δεν βγήκαν συλλογές δικές μου, παρά μια retrospective.»

**Ποια είναι η προσωπική σας αντίληψη για τη σχέση μεταξύ σύμβωσης ή στερεοτύπων και αλλαγής στη μόδα;**

Η μόδα είναι η φθηνότερη, εντός και εκτός εισαγωγικών, πολιτείεια που μπορεί να προσφέρει κανείς στον εαυτό του για να ανανεώνεται. Δηλαδή, το να αλλάξει κανείς σύντροφο, δύτι και να 'ναι αυτός, κοστίζει πολύ, κοστίζει και συναιθμηματικά και υλικά το να αλλάξει τα μέλη της οικογενείας του δεν είναι δυνατόν, δεν μπορείς να απαλλαγείς από αυτά, γιατί τα αγαπάς, γιατί είσαι αίμα. Το να αλλάξεις το σπίτι σου είναι πολύ ακριβό πράγμα, το να αλλάξεις το εσωτερικό του σπιτιού επισής, κατά το πλείστον. Άρα, το φθηνότερο πρόγμα που έχεις να κάνεις είναι να βάλεις ένα πολύ ωραίο πουκάμισο ή ένα φουλάρι ή ένα ωραίο ρουχό και να βγεις έξω ανανεωμένος, καινούριος, να δεις τον εαυτό σου στον καθρέφτη ή στη βιτρίνα καθώς περπατάς και να τεις «Α, είμαι καινούριος!», ενώ είσαι θλιβερά ίδιος. Έχεις βάλει κάτι τι καινούριο. Και αν αυτό το προϊόν είναι ένα προϊόν που έχει έρθει στο συρμό επειδή έχει φορεθεί από τα status symbols, αυτό σε κάνει να θες αυτή την ανανέωση. Γιατί αυτός είναι ο μαίμουδισμός του ανθρώπου που προς τη μόδα: αισθάνεσαι ότι αποτελείς μέλος αυτής της ομάδας των status symbols, επειδή φοράς το ίδιο προϊόν, είτε αυτό είναι ένα ρολόι Rolex είτε τα γυαλά Rayban είτε μαγιό O'Neill είτε ένα σκι Rossignol είτε ένα τζιν Diesel.

GAITIS, 1982:  
Θέματα από την Πανδώρα.  
Τα σχέδια των φερμουάτων  
από τα ανθρωπάκια  
εμπνέουν.



Επειδή η μόδα καλείται να κάνει αυτή την ανανέωση πολύ συχνά -μια, δυο, τρεις έως και πέντε φορές το χρόνο-, επειδή προσφέρει ιδέες που δεν πιάνουν οποτέ πρέπει να προσφέρει άλλες, και καθώς οι πηγές της έχουν εξαντληθεί, έχει αρχίσει εδώ και καιρό να τις ανακυκλώνει. Γι' αυτό ακούμε κάθε λίγο «επιστροφή στα σεβεντίς» και στα «σίξτις» και στα «φόρτις». Με τη δυναμική αυτή οι ντιζάινερς, με την πενία νέων ίδεών -γιατί παραπέται πενία νέων ίδεών-, κάπου μπλοκάρουν, αρχίζουν να πηγαίνουν προς τα πίσω, και έτσι έβαλαν στα παιχνίδια της ανακύκλωσης και τους εσωτερικούς χώρους. Βλέπετε κανείς τα «σίξτις» που έχουν επανέλθει κακάσχηγα για τον εσωτερικό χώρο -εγώ τουλάχιστον τα έχω απορρίψει, δεν τα χρησιμοποιώ, αλλά κάποιος άλλος τα θέλει-, ή τα «φίφτις» και εκείνα τα δανέζικα επίπλα που δεν έγιναν ποτέ κλασικά. Ο, τι δηλαδή δεν έγινε ποτέ κλασικό το ξαναφέρνουμε, μπας και κολλήστε και γίνετε;

Αισθάνουμε λοιπόν ότι η μόδα, στο ντυσίμο τουλάχιστον, επειδή προσφέρει αυτή την ανανέωση στο χρήστη, επιτελεί ένα θεάρεστο έργο, ένα ευχάριστο έργο, γι' αυτό και επιβιώνει. Από την άλλη μεριά βέβαια ανακυκλώνεται. Κι εγώ ανακύκλωσα θέματα δικά μου. Έκανα retro-spectives και μάλιστα τα τελευταία δύο χρόνια τα περιοδικά πάιρνουν συνέχεια από το αρχείο μου ρούχα και τα φωτογραφίζουν, και το μόνο που

τα διαφοροποιεί από τα άλλα είναι ότι δεν έχουν τιμή και δεν υπάρχουν στα καταστήματα. Ο κόσμος τα ζητάει και βλέπει διπλά στις είναι ένα ρούχο του Γάννη Τσεκλένη από το προσωπικό του αρχείο, από το Πελοποννησιακό Λαογραφικό Ίδρυμα. Όταν έκανα μάλιστα το 1991 μια αναδρομική συλλογή μου από ρούχα του '71-'72 και λιγά του 1983, που ήταν υπόλοιπα υφασμάτων 15.000 μέτρα και έγιναν περίπου 5.6.000 ρούχα, έφυγαν σχεδόν μαζί. Πουλήθηκαν όλα, γιατί ήταν στην πρώτη ανακύκλωση των «σεβεντίς». Ήώρα ζουμένη τη δευτέρη.

Πιστεύω ότι η μόδα θα επιβιώσει και όταν υπηρετήσει μεγάλες λειτουργικές, κλιματολογικές και κοινωνικές ανάγκες. Και η δραστική αυτή αλλαγή θα γίνεται γύρω στα μέσα της εκατονταετίας που διανύουμε, όταν δηλαδή θα αναγκαστούμε με μπούμε σε κάποιους είδους σκάφινδρο, το οποίο δεν θα είναι σκάφινδρο με τη μορφή που γνωρίζουμε. Ενδεχομένως θα είναι ένα εξαγωνικό πρόιμα. Αυτό το πράγμα θα κινείται με διάφορες δυνάμεις. Θα έχουμε την ανωνυμία μας, την προστασία μας, δεν θα έρουμε αν είναι άντρας ή γυναίκα μέσα, δεν θα έρουμε ποιος είναι μέσα. Γιατί σε λίγο θα κινδυνεύουμε από τρομοκρατικές ενέργειες, από επιθετικές ενέργειες, από ληστείς και από ασθένειες σε μεγάλο βαθμό. Και από τις οικολογικές εκδηλώσεις που θα υποστούμε από το σπαστό της αλυσίδας της φύσης που προκαλούμε. Γι' αυτό έχω μεγάλη ανησυχία. Στην Ιαπωνία, π.χ., έχουν ήδη εδώ και δεκαπέντε χρόνια κατασκεύασει αυτά τα «κουτιά» μέσα στα οποία μπαίνουν για να κοιμηθούν και να ξεμεθύνουν οι μεθυσμένοι λάτρεις στους σταθμούς. Σε λίγο θα έχουμε τέτοια «κουτιά» στα οποία θα πηγαίνουμε να κοιμηθούμε, απλώς γιατί δεν θα χωρέμε. Υπολογίζεται ότι σε 300 χρόνια περίπου, με την πληθυσμική έκρηκτη, θα μας αναλαγούν περίπου 1-2 τ.μ. στη γη που ζούμε. Μπαίνουμε λοιπόν σε μια περίεργη εποχή, πολύ δύσκολη. Θα υπάρξουν δηλαδή σίγουρα νέες ενδυματολογικές-κατασκευαστικές απαιτήσεις, έτσι λειτουργικές, που δεν μπορούμε να τις προβλέψουμε σήμερα. Τότε θα υπάρξουν πολύ μεγάλες, δραστικές μεταβολές στη μόδα και στα ουλάκια.

#### Δηλαδή, προβλέπετε ότι θα δεσπόζει η λειτουργικότητα.

Ναι και όχι, γιατί θα κυριαρχεί και το εικαστικό. Σήμερα ένα κομπιούτερ μπορεί να κάνει θαύματα. Στα χέρια ενός καλλιτέχνη μπορεί να προσφέρει εκπληκτική «κομπιούτερ αρτ». Στα χέρια ενός ήλιθου πάλι θα κάνει ηλιθία πράγματα, γιατί είναι τελείως ήλιθιο το μηχάνημα. Απλώς δίνει τεράστιες δυνατότητες με μεγάλες ταχύτητες. Ενδεχομένως, λοιπόν, τα σκάφινδρα θα μπορούν με υγρούς κρυστάλλους να αλλάξουν την εξωτερική εμφάνιση με τη σκέψη και μόνο του ενοίκου. Θα είναι δηλαδή πάλι στο μωλό και στα χέρια του η εκόνα του, ανάλογα με το πόσο καλλιτέχνης είναι. Θα μπορούν βέβαια να έχουν «φορέσει» 200 προγράμματα εικαστικά δημιουργημένα από άλλους. Κάτι σαν image bank. Εκεί μέσα ο άνθρωπος θα πρέπει να τρέφεται, να ελέγχεται, να τονύνεται ο οργανισμός του, να καθαρίζονται βιολογικά τα λύματά του και σίγουρα να ξεαύλωνται...



**Δεν βλέπετε τη μόδα ως μια διαφορή διαπάλη ανάμεσα σε κλιοέ, αυτό που εννοούμαστε με τον όρο σύμβαση, και νεωτερικότητα;**

Όχι, γιατί ακόμα κι αν μου πείτε ότι είναι κλιοέ το γκριζό φανελένιο κουστούμι ή το κουστούμι το σοβαρό ή το καλό εγγέλζικο blazer, δεστέ πώς έχει καταπήσει σήμερα. Δεστέ τους πολιτικούς, οι οποίοι αναγκάζονται να δεξιούν ότι είναι πολύ προχωρημένοι και περπατημένοι, πώς είναι γελοιοί φορώντας ξαφνικά κίτρινες, πράσινες, ή κόκκινες γραβάτες. Προσέξτε το αυτό και θα βλέπετε τα γέλια. 'Η πώς φοράνε όλοι ice-grey suits, που λέω εγώ, το οποίο κάνει τον άνθρωπο σαν άρρωστο, χλεμπονιάρη και ξεβριασμένο. Ξανθοί, μελαχρινοί και μαύροι φοράνε αυτό το πράγμα. Αυτό που ήταν πάλι συμβατικό και σοβαρό σαν ντυσμά και από το οποίο μπορούσες να κρίνεις και να καταλάβεις ότι ένας άνθρωπος είναι ένα γράδο πιο σοβαρός από τους άλλους, τώρα έχει καταλύσει από αυτήν την ισοπεδωση, γιατί τέτοιο κουστούμιακό φοράει ο Ευαγγελάτος στις Ειδήσεις, ίδιο φοράει και ο Σημίτης ή ο Καραμανλής, και ο ένας φοράει ροζ γραβάτα σήμερα, ο άλλος κίτρινη, ο άλλος κόκκινη, πράσινη, και γελάσια απλώς με το πώς άλλοι φοράνε μια μονόχρωμη τέτοια δυνατή γραβάτα. Και λες, γιατί δεν φοράει ένας μια ριγέ γραβάτα, έτσι για να δειξει χαρακτήρα ή να υιοθηθεί την ωραία εγγέλζικη club tie;

**Αλλά ο σχεδιαστής δεν θέλει να τροποποιήσει τα κλισέ;**

Θέλω να σας πω κάτι για το σχεδιαστή που πρέπει να το πιστέψετε. Ο σχεδιαστής, και δεν εννοώ μόνο του σήμερα, εννοώ και της εποχής μου και του χθες, δεν είναι ο απόλυτος σχεδιαστής, ο ελέγχων τα πάντα. Η μόδα πια είναι πολύ σοβαρή υπόθεση για να αφήνεται στα χέρια των σχεδιαστών, όπως ο πολέμος στους στρατηγούς. Η μόδα είναι ένα παιχνίδι πολλών εκατομμυρίων ευρώ κάθε μικρής επιχείρησης, και η κάθε συλλογή που σχεδιάζεται είναι αποτέλεσμα πολλών μεγατόνων πληροφοριών για τη συμπεριφορά τους καταναλωτικού κοινού το οποίο προδικάζει τη σχεδιαστή. Δηλαδή, εάν φέτος θα είναι leader χρώμα το κόκκινο ή το γκρεμά με το μπλε και το μοβ και το λίγο πράσινο το πικρό, ενώ του χρόνου θα είναι τα καφέ, τα γήινα κ.λπ., αυτό δεν το αποφασίζει ο σχεδιαστής. Αυτό το βλέπει στις μεγάλες ειδικές εκθέσεις στο εξωτερικό, όπως η Première Vision, όπου οι τάσεις της μόδας προδικάζονται και υπαγορεύονται από μεγάλες ομάδες γραφείων που εκπροσωπούν τις εταιρίες ντημάτων, οι οποίες με τη σειρά τους έχουν ήδη εταιριάσει τα νήματα. Γιατί τι θα φτιάχτει αν τα νήματα δεν έχουν βαρεί ένα χρόνο πριν; Τι θα φτιάξεις εσύ αν τα υφάσματα δεν σου έχουν προσφέρει μια ανάλογη κάμα; Εκτός αν σχεδιάζεις υφάσματα. Άλλα οι σχεδιαστές υφασμάτων στη μόδα είναι ένας στους χι-

VASES REMAKE, 1987:  
Μοτίβο από σπιτικά αγγεία  
οι μεγέθυνση.

λιους ή στους δύο χιλιάδες. Άρα λοιπόν η τροφή σου έρχεται μαστημένη, και εκείνοι που κάνεις εσύ είναι στις δινεις μια ιδιαιτερότητα στη γραμμή σου, από όπου βγαίνει βεβαία και ο γραφικός χαρακτήρας του κάθε σχεδίαστη, και μπορείς, αν είσαι γνωστής, να πεις εύκολα ότι αυτό είναι ολύγον Φέρε και το άλλο περισσότερο Αρμάνι. Ο πολύς, ο κόσμος δεν το καταλαβαίνει. Όσοι έξερουμε μπορούμε να το πούμε. Ή μπορείς να καταλαβέις τους καραγκιόζδες της ελληνικής μόδας που είναι τα μπροστινά Φέρε και τα μανικιά Αρμάνι και οι πλάτες, ξέρω γ'ω, Ταδόπουλος.

### Ποια είναι η θέση του ανδρα καταναλωτή στη μόδα;

Η επανάσταση στην ανδρική μόδα επανέφερε τον ανδρά στο προσκήνιο και τον έκανε πάλι παγώνι, όπως είναι στη φύση – γιατί ο ανδρας θέλει να είναι πιο θεαματικός. Λόγω της πολυγαμικότητας στη φύση του έχει συνεχίσει στη ζωή ο ανδράς να κάνει ό,τι και το ζώ. Στη φύση το αρσενικό ζώο είναι πιο θεαματικό, προκαλεί πιο πολύ.

Η μόδα, μετά το «μπάνιο» της βικτοριανής εποχής, που είχε ντυσει τον άντρα με μαύρα, γκρίζα και καφέ ρούχα μόνο, τον είχε βάλει δηλαδή σ'ένα πολύ συντηρητικό καλούπι. Ξαναγύρισε πιώσ στην εποχή της τρέλας. Γι' αυτό κι εγώ μητράκα στην ανδρική μόδα από το '68-'69 με πολύ δυνατά σχέδια υφασμάτων. Μάλιστα υπήρξε από τους πρώτους που έκαναν τόσο φανετζί ρούχα. Στην πρώτη μου ανδρική συλλογή χρησιμοποίησα κυρώς εραλδικά σύμβολα, για να είναι τα σχέδια περισσότερο ανδρόπετη, να μην είναι florals. Και αυτή ήταν η πρώτη υπισχ συλλογή. Ως τότε η γυναικεία μόδα ήταν το 90% του τζουρου. Τώρα έχει στηγουρά φτάσει να είναι πεντάπεντή σχεδόν. Και σήμερα όταν λες μόδα δεν εννοείς μόνο γυναικεία μόδα, εννοείς ανδρική-

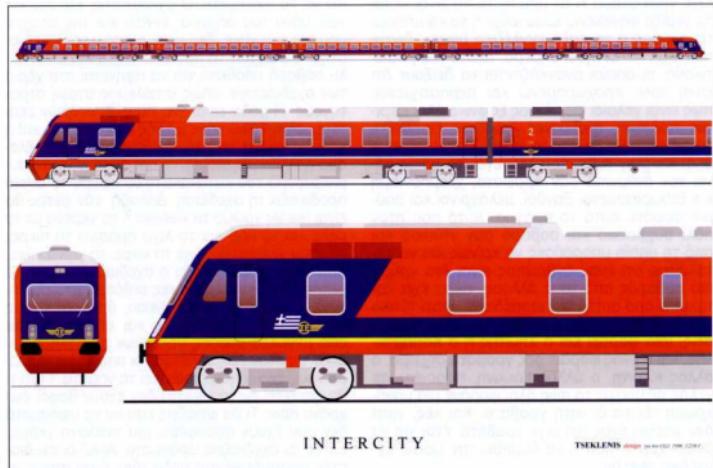
γυναικεία μόδα. Άσε που και το παιδικό ντύσιμο προκαλεί εναντίο τεράστιο κύκλο εργασιών.

### Αλλά ξεκινήσατε κατεξοχήν με γυναικεία μόδα.

Ναι. Τα πρώτα ρούχα που σχεδίασα ήταν γυναικεία. Σχεδίασα την πρώτη ανδρική μοι συλλογή το 1968 για το 1969 και με αυτήν μπήκα πολύ δυναμικά στο χώρο της ανδρικής μόδας. Μάλιστα το '72 η Εγκυλοπαίδεια του Εσκιρέ, που είναι η μοναδική εγκυλοπαίδεια ανδρικής μόδας που κυκλοφορεί, με είχε μέσα στους 50 σημαντικότερους σχέδιαστές του κόσμου από τότε.

### Έχει μέλλον η υψηλή ραπτική στο πειθώριο της παγκοσμιοποίησης; Έχει μέλλον η πολυτέλεια στην ένδυση;

Όπως σας είπα δεν υπάρχει πια υψηλή ραπτική, υπάρχει πλέον μόδα. Υπάρχει δηλαδή μόδα του δρόμου. Η υψηλή ραπτική έχει διαπρηθεί σαν μία λειτουργία η οποία όμως δεν λειτουργεί όπως πριν, δεν κάνει συλλογές επί μέτρω για άτομα, μιλάμε ίσως να γίνεται για δέκα γυναίκες στον κόσμο. Αλλά δημιουργούνται οι συλλογές αυτές υψηλής ραπτικής, όπως ονομάζονται, μόνο και μόνο για να παρουσιαστούν, σαν τα cabrio στην αυτοκινητοβιομηχανία. Τα show pieces δηλαδή. Οι συλλογές της υψηλής ραπτικής παρουσιάζονται πάντοτε πέντε-έξι μήνες μετά τις συλλογές prêt-à-porter, οι οποίες έχουν ήδη κυκλοφορήσει. Και ενώ θα λέγει κανείς ότι η υψηλή ραπτική θα ενέπνεε καινούριες τάσεις, βγαίνει και επιβεβαίωνει απλώς τα είδη που δρομολογούνται κιούλας στις αγορές και θα εμφανιστούν στα καταστήματα. Για να γίνει πιο κατανοητό, οι χειμερινές συλλογές 2002-2003 παρουσιάζονταν από τον Οκτώβριο-Νοέμβριο του 2001 μέχρι τον Μάρτιο του 2002 που δοθήκαν οι οριστικές παραγγελίες. Η υψηλή ραπτική βγήκε τον Ιούλιο του 2002 και παρουσιάσει προτάσεις για



**INTERCITY ΤΟΥ ΟΣΕ:**  
Πρόταση  
για την ανακαίνισή τους.

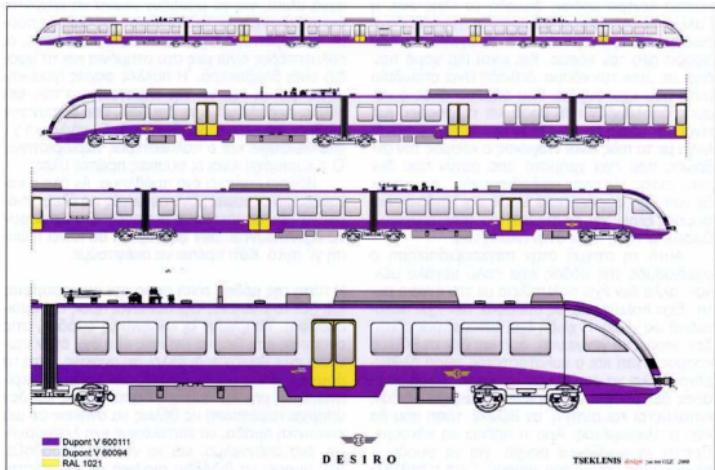
το χειμώνα του 2002, για να επιβεβαιώσει δηλαδή τη γραμμή και τα χρώματα που ήδη έχουν αγοράσει τα καταστήματα. Να μπορούν δηλαδή τα ρούχα πρέ-α-πόρτερ του Κένζο, του Σεν Λοράν κλπ. να φανούν σχετικά και να απολαύσουν την αίγλη των φωτογραφιών και των λειτουργιών προβολής της υψηλής ραπτικής.

Η υψηλή ραπτική είναι ένα εργαλείο. Είναι σαν φωτογράφηση της μόδας. Είναι η διαφήμιση της μόδας, ενώ η μόδα ήδη έχει ήδη πάρει το δρόμο της για τα καταστήματα και ήδη είναι έτοιμο το κοινό να την αποκτήσει, γιατί εκείνη έχει προέλθει από αυτό. Έχει υπαγορεύεται από το κοινό χωρίς να το έρει το ίδιο. Το κοινό υποσυνείδητα με τη συμπεριφορά του έχει υπαγορεύει το σχεδιασμό της μόδας. Έχει απορρίψει δηλαδή αυτό, έχει χορτάσει από κείνο. Αν έχει χορτάσει από πρόσων, τι θα κάνει; Θα ζητήσει κάτι αλλό. Αν έχει απορρίψει κάποια γραμμή, γιατί τη φέρουσε πάρα πολύ και την εκλείψευσε και τη δέλιευσε, τι θα κάνει; Θα ζητήσει κάτι άλλο. Με αυτήν τη συμπεριφορά του, μετρώντας την οι marketeers της μόδας υπαγόρευαν στους σχεδιαστές τι να σχεδιάσουν για τις επόμενες συλλογές τους. Γ' αυτό βλέπετε μια οικονομεικότητα και στα design. Βλέπετε ρούχα να μοιάζουν χωρίς να υπάρχει επαφή μεταξύ των σχεδίαστων. Δεν κάθονται ποτέ σε κανένα τραπέζι σι σχεδιαστές μόδας. Μερικοί μισούνται θανάσιμα μεταξύ τους. Ο ανταγωνισμός είναι τόσο κτηνώδης που ορισμένοι ούτε μιλούνται. Πολλοί λίγοι είναι αυτοί που κάθονται σε ένα τραπέζι, αλλά όχι για να συζητήσουν τι θα κάνουν ως προς τη μόδα. Μιλάνε για θέματα κλαδικά, συνδικαλιστικά ή ό,τι άλλο μπορεί να φανταστεί κανείς.

**Δηλαδή υπαγορεύεται από τη βάση η μόδα;**  
Ναι, η μόδα υπαγορεύεται απολύτως από τη βάση. Στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο έχω κάνει πολ-

λές φορές αυτό το μάθημα στους marketeers, τους λέω ότι το μάρκετινγκ, άρα και το μάρκετινγκ της μόδας, είναι ένας ουροβόρος όφις, τον οποίο συμβολίζω έτσι. Αυτή είναι η ουρά του φίδιού κι αυτό είναι το στόμα του φίδιού, το οποίο θα φάει την ουρά του. Ουσιαστικά είναι ένας φαυλός κυκλός. Και μετά εδώ έρχεται η διαφήμιση τη καταναλωτική, η οποία δεν θα κάνει τίποτε άλλο παρά να μετατρέψει σε ανάγκες και επιθυμίες όλα αυτά τα συστατικά, να του τα δώσει αυτού του φουκαρά του καταναλωτή, ο οποίος ήδη «τρώγεται». Ο οποίος όμως σταν «φαγωθεί», υπαγορεύεται με τη συμπεριφορά του τις επόμενες κινήσεις: δεν αγόρασε αυτά τα πουκάμισα και ίσως τοιμάζεται να τα αγοράσει του χρόνου. Ή τα παρα-αγόρασε, άρα σημαίνει ότι καταργούνται, καίγονται. Δεν τραβήχτηκαν τα διαφανή ρούχα, γιατί υπάρχει μία ημική η οποία πρωτεύει ακόμη και είναι ανώριμη η αγορά. Μένουν στο πλάι αυτά, κάνουν αυτά, πετιούνται, αλλά μένει στο στοκ η ίδια, μένει στο πλάι η ίδια για να ξαναδικιάσεται έπειτα από ένα διάστημα. Υπάρχουν μεγάλες πονηρίες. Για παραδειγμα, δοκιμάζονται νέες ίδεες σε κάποιες προοδευτικές αγορές. Ας πούμε η νεανική μόδα δοκιμάζεται στο Αιγαίοπερτραμ, όπου ζει πολλή νεολαία στα πανεπιστήμια, εκεί ίσως βρίσκεται η πιο προδευτική νεολαία της Ευρώπης.

Ο σχεδιαστής είναι αδύναμος απέναντι σε όλα αυτά. Έχει πάψει πλέον να είναι ο λυμφατικός, ευαίσθητος καλλιτέχνης που δημιουργεί με τη φαντασία του. Είναι ένα άτομο ενταγμένο στη βιομηχανία. Βεβαίως τα ταλέντα του μπορεί να τα αναπτύξει, βεβαίως τις εφέσεις του θα τις αναπτύξει, ωραιοποιώντας ή κάνοντας πιο σκληρό αυτό που του προτείνεται, αλλά δεν παύει να είναι ένα άτομο ενταγμένο στο σύστημα. Δεν μπορεί να δουλέψει μόνος. Ενώ ένας ζωγράφος μπορεί να δουλέψει μόνος. Ένας ζωγράφος



DESIRO:  
Το νέο ηλεκτρικό τρένο  
που θα μας πηγαίνει  
στο αεροδρόμιο.

Τα τρόλεϊ που κυκλοφορούν από το 2000 στην Αθήνα.



μπορεί να πεθάνει στην ψάθα, αλλά να κάνει την τρέλα του. Αυτός δεν μπορεί. Δεν θα ζήσει δύο μέρες. Διότι εάν δουλεύει μόνος του, δεν θα έχει ποτέ τα επαρκή κεφάλαια, για να ταΐζει την τρέλα του. Εάν δουλεύει για κάποια επιχείρηση, η επιχείρηση δεν θα τον κρατήσει παραπάνω από μιατρή αποτυχία. Στη μισή θα του επιβάλει έναν διπλα, άρα δεν θα κάνει δεύτερη μισή. Επομένως είναι ένα άτομο πλήρως ενταγμένο στο σύστημα.

**Παλαιότερα δεν ήταν όμως έτσι τα πράγματα...** Όχι, παλαιότερα... Μα πού απευθύνοντάς η μόδα παλαιότερα; Παλαιότερα είχατε τα πλήρη και τα στήριγα τα οποία βάζανε κάποια απλά ρούχα που έβισταν στο εμπόριο. Δεν υπήρχε βιομηχανία ενδυμάτων, δεν υπήρχε βιομηχανία κατανάλωσης ενδυμάτων. Υπήρχαν κατ' «ράσα», κυριολεκτικά «ράσα», όπως βλέπουμε στις τριτοκοσμικές περιοχές που είναι ντυμένοι με τοπικό τρόπο. Οι ανθρώποι έτσι ήταν ντυμένοι. Μόνο η κοινωνική, η κοσμική ελίτ φορούσε τα ρούχα που υπαργόρευαν κάποια κέντρα μόδας, δηλαδή το εξης ένα, η Γαλλία, και αργότερα και η Ιταλία. Η μόδα έγινε οικουμενικό φαινόμενο μετά. Κι έγινε κάτι που αφορά όλο τον κόσμο. Και είναι μια χαρά που δινει στον κόσμο. Δηλαδή είναι οπουδαίο αυτό που έχει συμβεί, που σήμερα όλος ο κόσμος απολαμβάνει τη μόδα και τη φορά. Και είναι οπουδαίο το ότι πλέον δεν διακρίνεις ανάλογα με το πώς είναι ντυμένος ο κόσμος τον άνθρωπο που έχει χρήσιμα από αυτόν που δεν έχει, εκτός αν είναι επιδέξιομανής, για παράδειγμα, δεν φοράει ποτέ Levi's και Unifrom, και φοράει, ξέρω γ'ω, κεντημένη μια επικέτα Dolce & Gabbana τόση πάσα στην πλάτη του.

Αυτή τη στιγμή στην παγκοσμιοποίηση, ο σχεδιασμός της μόδας έχει πολύ μεγάλο μέλλον, αλλά δεν έχει πολυτέλεια με την έννοια αυτή. Έχει πολυτέλεια ως ομορφιά. Δεν έχει πολυτέλεια ως χλιδή. Η χλιδή έχει καταρρεύσει, διότι δεν μπορεί να γενικευτεί, άρα και δεν τη θέλει ο κόσμος. Πατά και ο ευκατάστατος τώρα ηλικιωμένος θέλει να μοιάσει με το νεαρό. Άφουν ο νεαρός δεν μπορεί να φορέσει τα ακριβή λοιπόν, καταλύεται και αυτή η, αν θέλετε, τάση που θα έχει ο ηλικιωμένος. Άρα τι πρέπει να κάνουμε; Πρέπει να φτιάξουμε ρούχα, για να φοράει ο ηλικιωμένος ρούχα του νεαρού. Γιατί η πολυτέ-

λεια του ηλικιωμένου είναι να φοράει τα νεανικά ρούχα, δεν είναι να φοράει τα ακριβά ρούχα.

### Ποια είναι τα αγαπημένα σας υφάσματα και υλικά;

Παρόλο που εγώ έχω θητεύσει και έχω περάσει μέσα από πολύ μεγάλη, ωραία περιπέτεια, τις συνθητικές ίνες, αυτά που λέγονται παπαδέ fibres, εξακολουθών να πρεσβεύων ότι ό,τι καλύτερο υπάρχει στη γη είναι το μαλλί, το βαμβάκι και το μετάξι. Είμαστε κοντά στη φύση, το σώμα μας συνομιλεί με αυτά τα υλικά και σταν φοράς αυτά τα υλικά, κατά κάποιον τρόπο, χωρίς να το ζέρεις, είσαι ευτυχής. Είσαι στο περιβάλλον σου. Δεν είσαι ζωμένος και ντυμένος από ένα περιβάλλον αρνητικό. Διότι όπως και να το κάνουμε το πετρέλαιο είναι ξένη ώλη που ζει μέσα στα έγκατα της γης, δεν είναι να τη φοράς επανά σου. Αν και έχω συμβέλει κι εγώ τάρα πολλού όχι τόσο στο λαναρίσμα των υλών, αλλά στη χρησιμοποίησή τους εκεί που υπηρετούσαν λειτουργικά. Δηλαδή, για παραδειγμά, τα ζέρωντα, τα ακριλικά. Πάντοτε όμως με προσμίξεις από αγνά υλικά, για να μπορούν εκείνα να έρχονται πολύ σε επαφή με το σώμα. Ξέχωμε, ας πούμε, τα cotton spun, με περιελείξεις βαμβακού, οι πολυεστέρες είναι μες στα στημόνια και τα ύφασμα είναι βαμβακερά. Οι πολλές φορές λιγα νήματα, για να έχουμε την ελαστικότητα που θέλουμε, περιελέγμενα με βαμβάκι, που δίνουν την αισθήση του 100% βαμβακερού. Το νάνον, π.χ., αποκλείστηκε και ο πολυεστέρας περιοριστήκε. Ό,τι κυριαρχεί είναι οι φυσικές πρώτες ύλες.

Βέβαια υπάρχει ένα πρόβλημα. Αν όλη η κατανάλωση στραφεί μόνο σε αυτές τις ύλες, μπορεί να μην επαρκέσουν οι πηγές. Θα αρχίσουν να εξαντλούνται. Δεν έχουμε τα κάθια η φύση γι' αυτό. Κάτι πρέπει να σκεφτούμε.

**Η τάση της μόδας είναι προς την ομοιομορφία;** Μα δεν το βλέπετε; Όχι δεν είναι προς την ομοιομορφία. Υπάρχουν οι κοινωνικές ομάδες, στις οποίες είτε θες να ανήκεις είτε όχι, όταν γνύεσαι έτσι νομίζουν οι άλλοι στα αντικείμενα, γιατί τα ρούχα κά το ο υ στον παπά. Δεν υπάρχει περίπτωση να μην κάνουν τον παπά. Ωπάς και δεν υπάρχει περίπτωση να θέλεις να ανήκεις σε μια κοινωνική ομάδα, να επιτελέσεις ένα λειτούργημα, ένα επάγγελμα, και να ντυθείς παραδόσεα. Δεν μπορεί να διδάξεις αγγλικά σε πανεπιστή-

μια ντυμένος Άραβας. Δεν μπορείς για πας σε δικαστήριο με ρούκουστούμι και κίτρινο πουκάμισο. Αν υποστηρίξεις κανεναν, ότι τη χάσεις τη δίκη, δεν πα να σαι ο Λουκουρέζος. Δεν μπορείς να βγεις στον άμβωνα ντυμένος βατραχάνθρωπος. Ακόμη κι αν πας με μαύρο κουστούμι και στρογγόλωρο σε σρόδοξο ακρωτήριο, θα σε δεχθούν λιγό, αλλά αν τας ντυμένος βατραχάνθρωπος δεν θα σε ακούσει κανένας, Άρα, λοιπόν, τα ρούχα κι αν ν ο υ τον πατά. Τα ράσα κάνουν τον πατά.

Ως προς το ότι ντυνονται όμοια οι άνθρωποι, περάσουμε μία περίοδο που οι άνθρωποι προσπαθούσαν να είναι όσο το δυνατόν πιο διαφορετικοί, διότι έτσι επιδεικνύαν την κατακύρωσή τους. Δηλαδή γύνωνταν κάποιους πιο ακριβέ, πιο οπάνια, πιο δύσκολα, πιο περιέργα, θεωρούσες τον εαυτό του σπουδαίο. Αυτό τώρα Επεράσπικε, διότι προτιμάει να είναι ντυμένος όπως ο επιτυχημένος. Αν είναι αθλητής πότισ ο αθλητής. Έγιναν έγχησα και τη δημιουργία του φανούμενου Lacoste στα ρούχα από έναν διαμόνιο Αμερικανό, τον Βίνσεντ Ντράτι, ο οποίος αγόρασε την επιχείρηση Lacoste στη Γαλλία. Η επιχείρηση Lacoste έφτιωχε πολύ ωραία αθλητικά ρούχα, χαρακτηριζόμενα με σήμα τον κροκόδειλο. Ο Lacoste ήταν ένας τενίστας με τρομακτική αντοχή, που σάρωνε τα βραβεία και τον φώναζαν με το παραποτάμιο Le Crocodile. «Έφτιε λοιπόν τα πρώτα ρούχα του τένις κι εβαλε σαν σήμα τον κροκόδειλο. Όταν ο Ντράτι εισήρχε τα Lacoste στην Αμερική κανείς δεν καταλάβαινε τι σήμαιναν. Δεν πουλόντωνταν. Είχε εισαγάγει 20.000 κομμάτια και τα είχε στις αποθήκες της εταιρείας του που εμπροσέρταν sportswear. Τι έκανε λοιπόν: Επειδή είχε μανία με τα διάφορα αθλήματα κι ήταν μέλος σε όλα τα μεγάλα country clubs της Αμερικής, αναμεμψίγμονς στις αμοινοδόντες του μπέζπολ, του γκακίρ και του τένις, είχε μεγάλη επαφή με τους πρωταθλητές. Στους περισσότερους χρόνισε από μία εξάδυπλουσάκια σε διαφορετικά χρώματα στον καθένα. Τα σαββατοκύωνα τη μισή Αμερική τα περνάει στον καναπέ βλέποντας αθλήματα στην τηλεόραση με τις ώρες. Γιατί εκεί μπορείς να βλέπεις 7 ώρες γκακίρ, 7 ώρες τένις, 5 ώρες αυτοκίνητα Daytona. Αρα τους πρωταθλητές τους βλέπουν επί ώρες. Τι συνέβη; Οι φίλοι του Ντράτι που ήταν πρωταθλητές φορούσαν τα μπλουζάκια. Τον είχες όμως δει κι εσύ επί ώρες στην τηλεόραση κι σταν αυτό που φορούσε αυτός το βλέπετες αργότερα σε ενα κατάστημα, έλεγες «αυτό φορούσε αυτός. Κάτσε να το πάρω». Στην Αμερική, που είναι γενικά η χώρα των επιτυχημένων, ο champion είναι θέσης. Επειδή δεν έχουν επαφή μαζί του, ώστε να τον κρίνουν σε βάθος: τον θεοποιών ευκόλοτερα. Άσε δε που είναι και δισεκατομμυριούχος. Οπότε δι, τι φοράει ο champion, φοράει ο λαούτζικος. Αυτό το σύμβολο λοιπόν μιλάρεσ τα ρούχα, που έγιναν ανάρπαστα. Αργότερα η εταιρεία αυτή φτιάχνει την Alligator Company, που αρχισε ν φτιάχνει περίπου 4-5.000.000 πουκάμισα και συνόλω Lacoste το χρόνο στην Αμερική. Δημιουργήθηκε το Lacoste Leisure suit. Οι μεριοί αμερικανοί τουρίστες που κυκλοφορούν στην Ευρώπη φοράνε ακόμα τέτοια Lacoste σύνολα. Και όλο αυτό γιατί έγινε; Για να

μιμηθεί ο κόσμος τους επιτυχημένους. Έχουμε μπει σε αυτήν τη νοοτροπία παγκοσμίως, οπότε ο κόσμος ντυνεται σύμφωνα είτε με τους επιτυχημένους κοινωνικά και επαγγελματικά είτε με τους επιτυχημένους πρωταθλητές και ηθωποιαίους. Γι' αυτό ντυνεται έτσι. Αυτοί λοιπόν είναι trend setters.

#### Επομένως και το «Hollywood sets trends»...

Απολύτως. Γι' αυτό και τα ενδυματολογικά των ταινιών προλέγουν τα μόδα που ακολουθεί. Η περίφημη η δική μας, η Θεώνη Ολυτρατζ, όταν ο «Μεγάλος Γκάτσιμη» το 1973 σάρωσε τα Όσκαρ, πήρε και αυτή ένα Όσκαρ για τα κουστούμια. Το 1973 άμας έκανα κι ενώ μια συλλογή εμπνευσμένη από τον Παλ Πουυμέ, τον μεγάλο designer του Παρισιού, και έκανα μόδα Γκάτσιμη. Μάλιστα γελούσαμε. Έγώ την γνώρια το '78 και της είπα «Ελά να σου δείξω μία συλλογή που έκανα σαν να την έγρας κάνει επινόηση». Την είχε δει, αλλά έβλεπε πιο πολύ Πουαρέ εκείνη. Και της λέω «από εσένα Εκκιντός», γιατί ήταν εντελώς αυτό το λουκ. Το «Πέρα από την Αφρική», ή το «Τσάι στη Σαχάρα», ή το «Πέρασμα στην Ινδία» έχουν όλα πυροδοτήσει μόδα. Χωρίς οι διασπημικές ταινίες. Να σας πάω πιάσω, επί εποχής Ροζέ Βαντίμ και Τζέιν Φόντα, η «Μπαρμπαρέλα» έντυσε όλες τις γυναίκες με μία φούστες και ψηλές μπότες πάνω απ' το γόνατο. Όλες οι ταινίες δεν είναι άμιορες των κοινωνικών τάσεων. Μία ταινία γίνεται πάνω στην επιθυμητή του κοινού. Κι εκεί κινείται και η διαφήμιση της και τα πάντα.

#### Πώς θα περιγράφατε τη σύγχρονη ενδυματολογική οπτική;

Θεωρώ πάρα πολύ καλή, γιατί υπαγορεύεται πια από το θέλει ο κόσμος να φορέσει. Κι αυτό διχι μόνο εξαπτίας της παγκοσμωποίησης, αλλά -έσω θέλω να το τονίσω και εξαιπτίας της πολύ μεγάλης ενημέρωσης που έχει το καταναλωτικό κοντό. Δυσκολότερα πια κάποιος γίνεται θύμα μόδας, αυτό που λέμε fashion victim, που είναι το άτομο που το φοράει τα ρούχα του αντί να τα φοράει. Ο μέσος, άνθρωπος έχει αρχίσει να μπορεί να καταλαβαίνει τουλάχιστον τι θέλει να μιμηθεί κι αν μπορεί να το μιμηθεί, εκτός από ακραίες περιπτώσεις.

#### Modern Greek and International Fashion: An Interview with Yannis Tseklenis

Ioannis Petropoulos

The anthropological and historical analyses of this current issue are supplemented by the relevant comments and observations of an active and well-respected Greek fashion designer. In his interview with I. Petropoulos, Yannis Tseklenis illuminates numerous practical and theoretical matters connected with the globalization in fashion and touches on future trends. Among other things, Tseklenis brings out the decisive (albeit unseen) contribution of the anonymous consumer in setting trends. Clothes have an undeniable social function, beyond their aesthetic value. As Tseklenis puts it: "A priest's garb makes him a priest... You can't teach English at university if you're dressed as an Arab... You can't preach from the pulpit dressed as a frogman". I.P.