

Некад и сад: идеално женско тело

Једна од честих тема је како треба да изгледа женско тело, па да сигурно, гарантовано, привуче мушку пажњу. Наравно, прави сексепил долази изнутра; жена која је сигурна у своју лепоту просто зрачи тиме и привлачи погледе већ својом позитивном енергијом. Поред тога, већина мушкараца већ има неку идеју како би требало да изгледа савршено женско тело (што, наравно, не значи да ће одбити било шта са сваком женом која не изгледа баш тако). Те представе о идеалном женском телу зависиле су у великој мери и од земље у којој се људи налазе, као и од времена у коме живе, јер се представе мењају. На шта конкретно мислимо? Читајте даље, па ћете видети!

Јако дуго у Кини су најпожељније биле жене витког тела и заобљеног стомака - тај стомак је симболизовао женску снагу и плодност. Током комунизма нежно женско тело постало је нешто непожељно, нешто што је подсећало на омражену прошлост; касније, уз утицај са запада (то јест, опседнутост виткошћу и гомилу реклама за средства за мршављење), идеал је постало витко, што виткије тело, уз раван стомак. Уз тренутну кинеску политику "једно дете по породици" значај симбола плодности се изгубио.

Јамајка: некада је идеално женско тело подсећало на стари облик боце кока-коле - груди средње величине, танак струк, широки бокови. Традиционално се ценило пуније женско тело са израженим облицима. Облине су и даље на цени, само на другом месту. Наиме, данашња генерација Јамајканаца и Јамајканки је, малтене, опседнута јамајканском плесном музиком, која се највише базира на покретима бокова и задњице, тако да је највише на цени девојка за израженом задњицом. То иде дотле да ће немали број девојака узимати хормоне који се иначе користе за товљење живине, што је, наравно, опасно по здравље, а поред тога - чак и нема доказа да стварно делују онако како би то те девојке желеле.

Фиџи: некада су гојазне жене биле веома на цени - јер што је виши социјални статус жене, то јој је храна доступнија, а гојазност је била доказ тога. Нарочито су били на цени јаки листови, јер је то значило да је жена снажна и способна да обавља физичке послове (сходно томе, било је увреда рећи жени да има "танке ножице"). Међутим, ова ситуација се недавно променила; наиме, 1995. године телевизија је стигла и у руралне пределе Фиџија, а младе девојке почеле су да гутају "сапунице" и филмове. Начин живота приказан у серијама и филмовима знатно је изменио поглед на свет младих са Фиџија, као и њихове идеје о томе како заводљиво женско тело треба да изгледа. Сада је и на Фиџију, као и на западу, идеал женског тела витка лепотица.

Монголија: некада је идеална жена била пуначка и ниска. То је тесно повезано са монголским начином живота - они живе као номади у прилично хладним пределима. Масне наслаге су неопходне као резерва и заштита од хладноће, а низак раст је потребан зато што су монголски коњићи прилично ситни, па не би могли довољно брзо да носе високу жену. Међутим, уз урбанизацију Монголије и све већу миграцију становништва у главни град - Улан Батор, престаје неопходност таквог изгледа. Они који и даље живе као номади и даље имају старе представе о идеалном женском изгледу; у престоници је, међутим,

изражен западњачки утицај, па се тамо пожељном сматра висока и витка девојка.

Кенија: припадници Масаи племена су последњи браниоци традиционалних вредности у Кенији, укључујући и телесне атрибуте. Ипак, њихов телесни идеал сличан је телесном идеалу запада (високи и витки), али не због "увоза" - они су номадски народ који свакодневно пешке прелази на десетине километара, па тако троши доста енергије, а залихе хране су им оскудне.

У Јужноафричкој Републици некада су дебеле ноге и широки бокови били идеал, јер су симболизовали имућност. Поред тога, позамашна задњица и ноге играли су велику улогу у њиховом традиционалном плесу. Данас се и у Јужноафричкој Републици тежи идеалу виткости - јер је то идеал увезен са запада, јер се виткост изједначава са образованошћу и правима, то јест, са тиме да се буде (скоро) бео. Младе црнкиње не желе да буду гојазне пошто би то симболизовало њихову не баш лепу прошлост; осим тога, многе од њих сматрају да им виткост и добар изглед повећавају шансу да добију посао.

Мода као одраз тренутног расположења

О модним трендовима се често пише и многи жељно читају такве текстове, трудећи се да буду у току, да не буду "аут". Оно што се, такође, често спомиње у таквим текстовима јесте то да је увек битно, без обзира на то какав је тренд баш сада, да имате сопствени укус и стил и да трендове прилагођавате себи, а не да се обучете у боје и моделе који вам трагично лоше стоје само зато да бисте пратили моду.

Е, сад, то о личном стилу и укусу, мада заиста има смисла, може да буде проблематично за веома младе особе (у преводу, за вас), а некад чак и за оне старије - нема свако изграђен стил. Поред тога, кад сте млади и када се брзо мењате као личност, уопште није једноставно одредити каква ће гардероба бити одраз ваше личности, да и не спомињемо да је сасвим могуће да ће се та одговарајућа гардероба, заједно са вашом личношћу, врло брзо променити. Из овог разлога, један од најновијих модних трендова је као поручен баш за вас. Добро ће доћи и свима који воле да се забаве и да се поиграју, али за вас је савршен.

Модни тренд о коме говоримо налаже следеће: ваша гардероба *није* одраз ваше личности, већ само вашег тренутног расположења. Наравно, и даље је пожељно да вам добро стоји, али изузев тога стварно нема правила. Како вам "дуне" тог дана, тако се обучите - и бићете у тренду. Овај модни тренд нарочито фаворизује разне костиме, као да сте на маскенбалу; уколико желите неку визуелну представу овог тренда, **погледајте нове** спотове Гвен Стефани (Гвен Стефани као гусар, као Алиса у Земљи чуда, као...).

Предност овог стила је, поред тога што вам омогућава да се забавите, што не морате да размишљате о томе како се оно што ћете обући данас уклапа у ваш имиџ (уколико уопште имате неки имиџ - са овим трендом, допуштено је и да немате никакав имиџ). Волите ружичасто и често носите ту боју, али вам је данас баш забавно да се обучете мрачно, кроз у црно (и то не зато што се

мрачно осећате, него вам је занимљиво да видите како ће сви да реагују на овако наглу промену)? Само напред - бићете у тренду, као и у обрнутој варијанти, као и ако се сваког дана облачите у потпуно другачијем фазону, и то у фазонима који се међусобно баш и не уклапају (рецимо, једног дана се појавите у школи у хипи фазону, следећег као панкер, трећег као металац...).

Једина заповест овог новог тренда је: поигравајте се својим изгледом - и лепо се забавите. Верујемо да вам неће бити тешко да послушате такву заповест.

Мода кишобрана

Постоје предмети чија је употреба уско повезана са временом и годишњим добом и који уједно представљају важан део модног инвентара. У описану категорију спадају капе, шалови, лепезе, рукавице и, свакако, кишобрани.

Кишобран је предмет који често и није омиљен, јер се увек појављује у спрези са лошим временом и сивим данима. Али, овај модни детаљ понекад може да послужи и као право освежење, да употпуни нечији елегантан изглед, или изазове осмех случајних пролазника. Велике светске дизајнерске куће на тржиште избацују серије (по)модних кишобрана, од оних са аутентичним дизајнерским печатом до луксузних варијанти са репринтима слика познатих сликара.

Премда је за већину људи представа кишобрана повезана са црним досадним предметом који поседује особину да се лако изгуби, уз одговарајућу гардеробу кишобран може да послужи као "шлаг на торти". Провидни хи-тецх кишобрани слажу се са урбаним варијантама одевања, а за оне који су пре склони елегантнијим стилским моментима, постоје мали дамски кишобрани, у комплекту са капутом или шалом и шеширом.

Енглеска реч за кишобран, 'умбрелла', потиче од латинске речи 'умбра', што у преводу значи 'сенка'. Први кишобрани у Европи се појављују у ХВИ веку и постају нарочито популарни у кишовитим земљама северне Европе. У свом почетку, кишобрани су "припадали" искључиво женама, да би доцније и мушкарци почели да прихватају нову моду.

Јесен је на прагу и досадне целодневне кише доносе монотонију кишних кабаница и дубоких ципела. Да сива боја ипак не преовлада, довољно је употребити мало маште: кишобран у бојама дуге или осликан необичним детаљима, сигурно је елемент који ће употпунити и улепшати ваш изглед.

Бела мода

Лепота и привлачност су особине које не знају за расне и старосне границе. Ипак, сурови закони модног света често и те како знају да покажу супротно. Премда се чини да модне стазе врве од манекенки најразличитијих боја коже, "идеал" плавокосе девојке беле коже и даље доминира као универзални културни образац лепоте. Афроамеричке манекенке (са изузетком Наоми

Кембел и сличних топ-модела), као и оне азијског/афричког порекла, веома тешко долазе до најбољих позиција у овом послу, о чему сведоче статистике модних писта.

Упркос глобализацији и разноврсним облицима отпора униформности западне "беле" културе, одређене предрасуде очигледно и даље владају. Мали помаци које је модна индустрија у стању да направи мотивисани су искључиво економским разлозима: када се препозна потреба потрошачке групе (тј, да велику групу купаца чине и жене црне боје коже) - мења се и приступ. Ова одлука се потом представља као "мултикултуралност" или "одавање признања етничкој лепоти", што је само маска за прави разлог - тежњу ка повећању броја потенцијалних купаца.

Да је тако, потврдио је и "гигант" козметичке индустрије, компанија Естее Лаудер, унајмивши *прву црну манекенку* као своје званично лице за рекламне кампање. У питању је Лиуа Кебеде, 24-годишња Етиопљанка, која заједно са Елизабет Херли и Керолин Марфи заступа "имиџ" Естее Лаудер производа. Уједно, она је прва манекенка црне боје коже у историји ове компаније, дугој 57 година.

У питању је чист маркетиншки потез, о чему сведочи и изјава Патрика Буске-Шаванеа, председника компаније. Према његовим речима, "као етнички модел, Лиуа помаже да се комуницира са широм публиком и уједно поставља нове стандарде у моди". То "бело поље" моде се, као што наведени пример сведочи, повремено "замути" другом/етничком бојом, али мешавина и даље (нажалост) остаје прилично *бљутава*.

Футуристичка мода у неколико потеза

Замислите следећу сцену: нашли сте се на улици без јакне, а ветар почиње све снажније да дува. Уместо да отрчите кући по одговарајући део одеће, или се једноставно склоните са улице у оближњи кафић, ви бирате трећу опцију - ноншалантно одлазите до најближе фасхион-машине, убацујете новчић и узимате пакетић необичног изгледа. Потом га распакујете и од комада необичног материјала у неколико потеза правите себи кабаницу. Звучи футуристички, зар не?

У питању није утопија: штавише - овакав приказ сасвим је могућ. Дизајнери константно усавршавају синтетичке материјале, идући ка томе да направе изузетно флексибилан и, пре свега, мултифункционалан материјал. Значајне резултате у том смеру постигла је Лабораторија за дизајн, основана при Уметничком колеџу Свети Мартин у Лондону. Њен пројекат, познат под називом оригами мода, има циљ да етаблира нову форму дигиталне моде, а дојучерашњег пасивног корисника трансформише у дизајнера.

Волшебан производ којим се то постиже јесте парче материјала направљено од полиестер-ламината и украшено апстрактним шарама, које подсећају на компјутерске чипове. Дизајн јасно говори о функцији: материјал је намењен прављењу разноврсних торби, торбица и ранчева дизајнираних пре свега за

ношење малих дигиталних фетиша, попут мп3 плејера, дигиталне камере, ГПС-а и сличних справица.

Назив *оригами* упућује на начин обликовања жељених предмета: уз материјал стиже и упутство о његовом моделовању у приближно пет једноставних потеза, чиме се од дводимензионалне основе добија практичан и симпатичан предмет.

Предмети оригами моде још увек нису постали део тржишта. Када се то и буде остварило, начин продаје или испоруке свакако неће бити стандардан. Дизајнери сматрају да би требало осмислити и специјалне машине за продају, поред којих би се налазиле корпе за одлагање употребљених делова. Уколико се покаже да је материјал саобразан еколошким стандардима рециклаже, у блиској будућности постојаће могућност израде одевних предмета и експанзије овог новог модног хита.

До тада ће сцена са почетка приче остати у подручју СФ жанра...

imperativ,

zamenice

koji

prilozi