

Masarykova univerzita

Módní vlny, role módy v dějinách a dnes (esej)

Eliška Marklová (učo 402833)

Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy

Teorie interaktivních médií

Úvod

Sociálně-psychologický fenomén, upřednostňovaný způsob, kterým se některé věci dělají. Poselství doby, jež zahrnuje takřka veškeré lidské podnikání – to jsou módní vlny.

Vedle politiky a peněz hýbe světem další jev, móda. Nejvýrazněji se projevuje v oblékání. Od nálepky „povrchní“ se částečně osvobodila i tím, že vedle oblékání proniká do dalších sfér lidského života, jako jsou umění nebo filozofie.

„Jít do galerie a koupit si za spousty peněz obraz je považováno za intelektuální, [...] mít pěkný zevnějšek za povrchní.“

- *nejmenovaná módní bloggerka*

Role módy v dějinách

Role módy v historii nebyla tak podstatná jako dnes. Plně podléhala společenským i estetickým konvencím určeným politickou ideologií nebo uměleckými směry. Determinovaly ji materiály a technické možnosti. Na rozdíl od umění usilujícího o věčnost a nepomíjivou slávu, byla móda stejně prchavou záležitostí jako dnes.

Baroko vneslo do oblékání pompéznost, rokoko extravaganci (stačí si vzpomenout na Kirsten Dunst ve filmu Marie Antoinette), hlavním znakem těchto historických epoch se stal korzet a krinolína.¹ Klasicismus, se svým důrazem na racionalitu, kázeň a střídmost, změnil nákladné róby v umírněné. Základní dress code se však nezměnil stovky let, ženám předepisoval sukně nebo šaty a mužům kalhoty.

Móda v dějinách dokázala vyjádřit maximálně příslušnost k sociální vrstvě, ve 20. století se začalo všechno měnit. Traditionalistický pohled na oblékání se rozpadl a estetickou autoritu, určující faktor nejdelšího vývojového období módy, nahradil důraz na individualnost.

V roce 1909 se přes svět módy „převalila“ první módní vlna. Francouzský návrhář Paul Poiret (1879 – 1944) začal šít první kalhoty pro ženy. Inspiraci našel v orientu, protože v Evropě byly kalhoty na ženě zcela nemyslitelnou záležitostí. V Praze se Poiretovi „harémové“ kalhoty objevily poprvé roku 1911 a velkého úspěchu nedosáhly.

¹ Krinolína je označení pro spodničku vyztuženou ocelí, která má vytvarovat sukni do požadovaného tvaru.

Dívka, která je na ulici předváděla, musela prchat před rozrušeným davem. V Paříži dokonce vešel v platnost zákon zakazující tento módní výstřelek nosit.

Další novinky na sebe nenechaly dlouho čekat. V roce 1914 vyrobila Mary Phelps Jacob (1891 – 1970), americká mecenáška umění, básnířka a aktivistka, první podprsenku. Celosvětového věhlasu ale dosáhl tento kousek oblečení až v roce 1935 díky The Warner Brothers Corset Company, která od Mary koupila patent a začala ji vyrábět sériově.

Skutečnou revolucí v módním průmyslu byla tvorba Gabrielle Bonheur Chanel (1883 – 1971), přezdívané Coco. V roce 1916 otevřela v Paříži svůj první salon. Definitivně svlékla ženy z korzetů a zavedla kalhoty jako běžnou součást jejich šatníků. Ve 20. a 30. letech se stalo přepracovávání pánských střihů stěžejní metodou v její tvorbě. Docílila tak funkčnosti a prostoty, díky níž se mohla každá z nositelek jejích modelů cítit pohodlně a sama sebou. V roce 1926 předvedla světu v kolekci nazvané *Malá černá* svoje nesmrtelné „malé černé“ šaty, které jsou klasikou dodnes.

Móda v druhé polovině 20. století

Zhruba do 50. let vládly módě velké návrhářské domy, především ty pařížské. Organizační, společenské a kulturní změny nyní otevřely prostor módním vlnám.

Módní tvorba přímo kopírovala logiku moderního umění. Hnutí Fluxus, které vzniklo v New Yorku kolem roku 1960, se zaměřilo na ironizaci rozdílů mezi vysokým a nízkým uměním, na zrušení rozdílů mezi uměním a životem. Móda se orientovala na smazání odlišností mezi sociálními vrstvami a pohlavími, na rozchod s průměrností – všude panoval demokratický individualismus. Stejně jako umění, řídila se módní tvorba základními tezemi doby. Svými experimenty rozvracela konvence, postrádala jakákoliv obecně sdílená estetická pravidla. Nápad se cenil více než provedení (i umělci zanevřeli na talent a řemeslnou zručnost) a provokace se stala symbolem.

Období mezi 50. a 80. léty můžeme nazvat jako otevřenou módu. Charakteristická pro ni byla roztržičnost, anti módy (módy mladých lidí), které byly v rozporu s módou profesionální.

Na počátku 50. let umožnily nové technologie sériovou výrobu a haute couture² nahradil pret-a-porter³ a později obyčejná konfekce⁴.

Pro 50. léta je typická první anti móda spojená se subkulturou Rockers, jež charakterizuje výrazný, temný a nepřístupný styl, podtržený koženou bundou, kovovými cvoky, spínacími špendlíky a samozřejmě džíny.

Džíny jsou další nepřehlédnutelnou módní vlnou. Jejich autorem je židovský emigrant Levi Strauss (1829 - 1902). Svoje první džíny vyrobil 20. května 1873, až do poloviny 20. století ale sloužily jako pracovní oděv horníků a zlatokopů.

60. léta „jedou“ na vlně hippies a jako novinka se představila minisukně. Módního zpracování se dočkala i díla Andyho Warhola, která byla natištěna na každém druhém tričku.

Vzhled módy v 70. letech diktovaly hudební skupiny a stylem číslo jedna se stal punk. Obrovskou popularitu získala Vivienne Westwood, která oblékala kapelu Sex Pistols. Po vzoru této skupiny začali její nevkusné a dekadentní oblečení inspirované sadomasochismem nosit i „normální“ lidé.

Nová módní vlna se v oblékání od 80. let už neprojevila. Za posledních dvacet let se v módě vystřídala extravagance, mnohoznačnost a nejednotnost. V 90. letech se přece jen nová vlna zrodila, a to kult supermodelek.

Móda se začala prolínat s masovou kulturou a její svět ovládla reklama. Kate Moss, Naomi Campbell nebo Claudia Schiffer se staly idoly, vyvolávající obdiv bez hranic. Negativním jevem, pro 90. léta charakteristickým, je to, že móda vychází z módy a s tím související nástup módních trendů, které vykrádají módní vlny předešlých desetiletí.

² Exkluzivní oblečení šité na míru pro určitého zákazníka vždy jen v jednom kuse. Většinou za astronomické sumy.

³ Oblečení, které se prodává jako konečný produkt ve standardních velikostech a limitovaných kolekcích (podle ročních období).

⁴ Konfekce kopíruje pret-a-porter, není ničím limitovaná, nové produkty se objevují v obchodech klidně každý týden.

Současná módní vlna

Móda nám nabízí prostor pro diskuzi, sebevyjádření a vzdělávání se. Nová média tento prostor značně rozšířila a přinesla nový fenomén – fashion blogy.

Tyto blogy přispívají k demokratizaci módní žurnalistiky a možná i módy samotné. Svět módy přestal být exkluzivním klubem, nyní se do něj mohou díky novým médiím (ať už je to blog, instagram nebo Look Book) zapojit „lidi z ulice“.

Nové módní ikony v podobě bloggerek nás nepřitahují svou dokonalostí a nedosažitelností, ale právě proto, že jsou stejné jako my. Důležitost fashion blogů dokládá i to, že znejistily vůdčí média (především americký Vogue). Jeho šéfredaktorka, Anna Wintour, dala jasně najevo svůj strach a rozhořčení poté, co vedle ní na nejprestižnější módní akci roku, Newyorském Fashion Weeku, zasedla do první řady teprve čtrnáctiletá bloggerka Tavi Gevinson.

„Kdo potřebuje Condé Nast? Generace Y si vytvořila vlastní módní platformu.“⁵

- *název článku v týdeníku Businessweek,
2009*

Móda a ideologie

V historii se prosadilo několik ideologií, které můžeme s trochou nadsázky označit za „módní“. Dnes by se u nás našlo jen málo lidí, kteří by věřili ve spásonosnou funkci proletariátu nebo tomu, že strana je důležitější než jedinec.

Dnes žijeme v nové společnosti, která nastolila vládu módy, která je odrazovým můstkem pro individualistické názory a postoje. Apeluje na svobodu a soukromé naplnění, třídní vědomí je v ní zcela roztříštěno.

⁵ Condé Nast vydává časopis Vogue, za novou módní platformu je považován Look Book, virtuální galerie pouliční módy, kterou každý měsíc navštíví zhruba 4 miliony lidí

„Je třeba pochopit, jak může společnost založená na módní formě přimět lidi, aby žili jeden vedle druhého. Jak může nastolit společenskou vazbu, když neustále rozšiřuje sféru subjektivních názorů, nezávislosti a individuálních odlišností, [...]rozvolňuje schodu ve způsobu života i názoru na jednotu.“

- Gilles Lipovetsky, Říše pomíjivosti, 2010

V této nové společnosti se zcela přeměnila struktura společenských vztahů a zobecnily se vazby mezi lidmi, můžeme ji označit za poslední stádium demokratického stavu společnosti. Nově se v ní pohlíží na čas, důležitá je přítomnost. Je konec tradicionalismu a jeho ohledům na minulost a omezily se i pohledy do budoucna (znak ideologie). Modernost převažuje nad odkazem a jeho determinací, je více ovládána globalizačními vlivy.

Zdroje

Mackenziová, Mairi. *Ismy – jak chápat módu*. Slovart, 2010

Stevenson, N. J. *Kronika módy*. Fortuna libry, 2011

Lipovetsky, Gilles. *Říše pomíjivosti – móda a její úděl v moderních společnostech*. Prostor 2010

Hughes, James. *Velká obrazová encyklopedie*. Svojtka & Co., 1999

- kapitola móda, proměnlivé tvary