

Závěrečná práce – módní vlny

Trňáková Michaela, UČO 391827

Slovníkové heslo: MÓDNÍ VLNY

Termín *móda* (pochází z francouzského *mode*, které vzniklo z latinského termínu *modus* – míra, vzhled, způsob, pravidlo, předpis) a popisuje aktuálně preferovaný způsob, jak se některé věci dělají nebo používají. Tento způsob použití nebo řešení není trvalý, ale v čase se cyklicky mění. Změna módy tak znamená změnu způsobu užití nebo řešení. Hovoříme tedy o tzv. *módních vlnách*. Módní cykly (vlny) probíhají v určitém rytmu s poměrně přesným vrcholem, po němž následuje pád a počátek nového módního trendu. Módní vlna se sestává ze dvou fází – inovativní a selektivní. Ve fázi selekce hrají významnou roli členové vyšších tříd, tzv. privilegované vrstvy, prestižní osobnosti, které určují výběr nové, správné módy. Členové nižších vrstev se následně snaží napodobovat privilegované osobnosti a tím se snaží se pronikat výše ve společenském žebříčku. Jakmile dojde k masovému napodobování módy vyšší třídy, tato aktuální módní směr opouští. Proto se móda neustále mění. Čím intenzivnější a častější je snaha o napodobení vyšší kasty u masové populace, tím rychleji se móda mění. Vyšší vrstva vždy usiluje o zachování stávajícího stavu a zabránění pronikání osob z nižších sfér společnosti do privilegovaných vrstev. Nástup nové módní vlny vede k nastolení preference něčeho nového, inovativního. To, co je již překonáno je označeno pojmem *staromódní*, neboli *out*. Některé módní vzory zůstávají stálé, nebo se po čase opět objevují ve své nezměněné podobě jako žádané a módní. V takovém případě se takový způsob neoznačuje jako *módní*, ale *klasický*. Originální módní prvky, způsoby úpravy, které jsou znovu módní třeba i jako součást dalšího stylu, jsou nazývány *vintage*. Móda zasahuje nejen oblast odívání, ale prakticky všechny oblasti lidského činění, které podléhají sociální změně. V užším slova smyslu chápeme proměnlivost módy v orientaci na odívání, na změny střihů, materiálu, barev či siluety. V širším významu však módní cykly pozorujeme nejen u odívání, ale také v literatuře, hudbě, výběru nábytku či dekorativních předmětů, v léčitelstských a stravovacích návycích (trendech), či třeba u pojmenovávání potomků nebo nákupu automobilu.

POUŽITÁ LITERATURA:

- BARTHES, Roland. *Système de la mode*. Paříž: Editions du Seuil, 1967.
- JANATA, Michal. *Móda* [online]. Národní technická knihovna, [cit. 2015-01-01]. Online.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. Praha: Prostor, 2002
- PETRUSEK, Miloslav. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996.
- SIMMEL, Georg. *Peníze v moderní kultuře a jiné eseje*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2006.

Spojení technologie a módy – nová módní vlna přinášející konec luxusu?

„Přesně tohle se už nosilo, když jsem já byla ještě mladá....“ „Kde jsou ty časy, co nosili všichni špičaté podprsenky jako měla Madonna.“ „Do dneška bylo nemyslitelné vzít si tenisky k obleku a najednou je to moderní!“

...kolikrát jsme podobné věty už slyšeli. Nejsou nám nikomu cizí, ať už se jedná o styl odívání, hudbu, kterou posloucháme, filmy, na které chodíme do kin, stravování, životní styl, jaký vyznáváme. Módní kolotoč se neustále točí s neutuchající energií. Svět podléhá módnímu diktátu a otázka co je „in“ a co už „out“ se mění s železnou pravidelností jako přichází na moři příliv a odliv. Jde jen o chytré tahy velkých korporací, které nám servírují stále nové a nové módní trendy, aby rozehrály naše módní citění a naše duše zadychtily po tom vlastnit nejmodernější kabelku, chodit do restaurací servírujících raw stravu namísto české klasiky či utratit tisíce za nový účes, který má Taylor Swift? Kdo určí, že kabát, který byl vloni v kurzu je letos už trapně vytáhnout ze skříně? Nebo je to touha odlišit se od davu, či napodobit obdivované celebrity a tím se jim přiblížit? Možná od každého trošku. Chceme být jedineční, ale přitom kopírujeme módní ikony a hltáme žhavé novinky, které nám svět technologií, módy a zábavního průmyslu servíruje.

Ale jde vymyslet ještě vůbec něco nového? Co tu ještě nebylo, co musíme mít, abychom šli s dobou? Žijeme v informačním věku, v nové době, době technologií. A technologie dobývají také svět módy, haute couture a návrháři jim ochotně otevírají dveře svých salonů a vítají technologie ve svém světě tradičních látek a nití. A je tu rázem nový vycházející „must have“ trend spojující technologie a oděvní průmysl – móda z 3D tiskárny. Představa, že si jednoduše vytiskneme doma náušnice, nebo třeba brýlové obroučky se zdá

snad téměř nereálná. Ale nebylo by skvělé si jen tak vytisknout nové šaty přesně na míru, aniž bychom museli do obchodu? Na tento významný technologický pokrok četní módní návrháři již zareagovali. První extravagantní modely vytvořené z plastu vyvinutého na 3D tiskárně byly k vidění na přehlídce Iris van Herpen v roce 2011. Pro všední užití byly však nenositelné. Od té doby se odborníci snaží najít způsob, jak vytisknout alespoň něco textiliím pocitově podobného. Pokroky na sebe nenechaly dlouho čekat a 3D móda čím dál častěji plní přehlídková mola a titulky fashion časopisů. Například v roce 2013 v New Yorku představila americká burleskní tanečnice a herečka Dita von Teese první 3D šaty navržené přímo jí na míru. Luxusní černou róbu pro ni zhotovila společnost Shapeways ve spolupráci se značkou Swarovski. Za zmínku v 3D módním poli ovšem stojí také naše malá Česká republika. Snad už vrozené nadšení pro kutilství a zlaté české ručičky daly vzniknout zajímavým projektům, jako je například značka Blueberries, která vyrábí nevšední šperky pomocí technologie 3D tisku. Dalším originálním českým projektem je zcela přelomová kolekce bot Instant Shoes mladé návrhářky Pavly Podsedníkové. Objednávka bot na míru, podle Vaší nohy, vkusu a přání. Zájem o ně projevila už i Lady Gaga, Instant Shoes jsou ale prozatím pouze konceptem a stále jsou tedy vlastní 3D botičky tak trochu hudbou budoucnosti.

Se snadností instantního tisku bot, kabelek a triček v pohodlí domova ale přichází ožehavá otázka. Padělky. Pro hackery, kterým dnes k odblokování hesla e-mailu stačí jeden volně dostupný program a pár minut času, budou 3D kódy k luxusním kabelkám Louis Vuitton nebo Prada výdělečný prodejní artikl. Plagiátorství luxusních předmětů je v plném rozkvětu i bez 3D tisku a často je nadlidský úkol rozeznat originál od padělku. A s digitálním 3D tiskem, díky kterému můžeme vytisknout tisíce naprosto identických kusů přichází zcela jistě ruku v ruce potřeba zachování originality a autentičnosti značkového díla pomocí dalších ochranných prvků. Bude ale vůbec technologicky možné další ochranné znaky originality k 3D módnímu artiklu přidat? Nebo bude rozmach 3D tisku v módě znamenat konec high endových značek a kultu luxusního nedostižného zboží? Nezbývá než čekat, co nám tato nová módní vlna přinese...