

# MASARYKOVA UNIVERZITA V BRNĚ



## PŘEDMĚT: ÚVOD DO UMĚNOVĚDNÝCH STUDIÍ

### MÓDNÍ VLNY

VYPRACOVALA:

Jméno: Lena Záhorská

UČO: 439162

Obor: Sdružená uměnovědná studia

Fakulta: Filozofická

Akademický rok: 2014/2015

V Brně dne 31.12.2014

Módní vlny – slovníkové heslo:

Móda pochází z latinského slova *modus*, tzn. míra, vzhled, pravidlo, předpis. Je to aktuálně upřednostňovaný způsob, jak se některé věci dělají nebo používají. Tento způsob používání není trvalý, ale v čase se mění. Móda a její následování je spojeno s příslušností k sociální skupině. Pokud se jedinec nepřizpůsobí běžné módě je společností nebo skupinou penalizován a tento tlak je nazýván diktát módy. Velmi často je výraz móda používán ve spojení s oblékáním, kde popisuje v daném období vzhled oděvů, úpravu vlasů a úpravu zevnějšku obecně. Móda, vzhled oděvu, měnící se kultura je přes zdánlivou povrchnost, jedním z nejvíce charakteristických rysů vystihující obraz člověka a společnosti.

Podstata módy spočívá v šíření, v té skutečnosti, že pouze část osob módy objekt módy používá nebo módní konání uskutečňuje a zbytek konání k takovému jednání teprve směřuje. Jakmile je móda rozšířena přestává být módou.

Móda je nakažlivá novinka, svou povahou může být popsána jako dočasná epidemie. Právě měnící se doba často určuje co je „in“, co je frivolní, co je snobské a co je „out“.

Výraz „módní vlna“ může být v různé souvislosti mít různě zabarvený význam, který může být jak hanlivý a zesměšňující, tak jako pouze popisné označení jevu. Jedinou jistotou v módě je, že současná módní vlna není tou poslední.

Módní vlny zasahují nejen odívání, ale také architekturu, literaturu, výtvarné umění, filmový a hudební průmysl, sociální oblast a psychologii, mediální kulturu a v neposlední řadě technický průmysl.

Móda jako individualita nebo splynutí se skupinou?

Georg Simmel, německý filozof a sociolog, jehož předmětem zájmu byla analýza současného života společnosti, se díval na módu jako na sociologický projev, u kterého dochází ke střetu opačných tendencí individua, první je snaha o splynutí se skupinou, začlenit se do ní a druhá opačná snaha odlišovat se od ostatních a vyčlenit se jako jedinečná osobnost. Splynutí a odlišení jsou protikladné prvky módy a ani bez jednoho není móda možná.

Člověk se snaží vytvořit image, která by odpovídala jeho společenskému postavení nebo alespoň vytvořil jisté zdání. Je těžké odhadnout do jaké míry je image jednotlivce výrazem jeho osobnosti nebo jen výsledkem manipulace módních trendů a zaběhaných konvencí. Každopádně oblečení nás do jisté míry zařazuje v kastovním systému do vyšších a nižších tříd. Podle oblečení často soudíme lidi a co je možná horší, lidé sami sebe pomocí drahých „hader“ zařazují do vyšších skupin. Bohužel nejen to, co si oblékneme, z nás dělá příslušníky vyšších vrstev a to, že na to mám finančně, neznamená, že na to mám společensky. Proto je první dojem někdy dost zavádějící a často se do přemíry značek oblékají burani s vysokým kontem a finální osobnost člověka nevychází na povrch. Je škoda, že duchovní elita národa jako jsou vědci, profesori, spisovatelé, hudební skladatelé, tanečníci národního divadla a

---

1. *Courtture*: Haute courtture-vysoká krejčovina, slouží především pro prezentaci na přehlídkovém mole, kdy se ukazují nastupující trendy a reprezentuje image vlastní značky-Chanel, Dior, Valentino, Christian Lacroix Pret-a-porter-připraveno na nošení. Modely se vyrábějí v malých sériích, jsou kvalitnější a dražší než běžná konfekce

mnozí další, si mnohdy drahé značky dovolit nemohou, ačkoliv když se zamyslím, tak nevím, zda kdyby na to měli, investovali by to tímto směrem. Na druhé straně musím říct, že je škoda, že inteligence a vzdělání nechodí vždy ruku v ruce s dobrým vkusem.

Jít proti proudu je opět výsadou silných jedinců s jasně vyhraněnou osobnostní kulturou bez ohledu na sociální zařazení jako tomu bylo například u Coco Chanel.

Coco Chanel se jen díky své individualitě a nenávisti ke svazujícím konvencím dostala na vrchol. Její strohé, praktické a elegantní kostýmy dobře využitelné v praktickém nošení vznikly z její nechuti k životu společnosti, do které se zpočátku díky svému původu nemohla zařadit. Její talent, síla osobnosti a úsilí ji vyzdvihlo mezi nejvyhledávanější návrháře všech dob. Ona začala psát dějiny couture a pret-á- porter.<sup>1</sup>

Dalším dokonalým příkladem individuality byla Edith Piaf, která do popředí dávala svou uměleckou stránku a její hlas byl, tak jedinečný, že ji stačily jen jednoduché černé šaty a nic víc.

Obecně výtvarné umění a architektura, stejně jako hudba, film, divadlo jsou produktem jednotlivce, který má následně výrazný vliv na chování skupin a mas. A tak se stáváme tvůrci nové módní vlny, ať už v oblékání či jinde, možná jenom náhodně, většinou ve spojení s jiným druhem umění. Příkladem, kdy jiné oblasti zasahují do oblasti módy je skupina ABBA. Svými odvážnými kostýmy plných barevných kreací a flitřů dala do běhu určitý módní trend. Elvis Presley a Michael Jackson, jejichž styl a pohyb dodnes nadčasový a napodobovaný snad ani nemusím představovat. Když půjdeme hlouběji do minulosti určitě stojí za zmínku skandální aristokratka Georgiana Cavendish, známá jako vévodkyně z Devonshire, žijící v 18.století, která udávala módní trendy a co si vzala na sebe bylo okamžitě hitem. Její styl života a prosazování ve společnosti můžeme o dvě století později vidět v princezně Dianě, která se stala módní ikonou a symbolem lidskosti. Jejich osudy otevřely cestu pro dnešní ikonu módy vévodkyni Kate. Nutno podotknout, že velká většina dnes slavných návrhářů se díky své tvorbě pro královský dvůr stalo slavnými nebo slávu upevnilo. Svatební šaty Elizabeth Emanuel pro princeznu Dianu nebo svatební šaty vévodkyně Kate od Alexandra McQueenena.

Dalším příkladem spojení umění a módy jsou kultovní snímky jako je muzikál Hair, který odráží éru hippies . Za zmínku určitě stojí seriál Sex ve městě, který žije módou a módními trendy snad úplně nejvíce a dá se říct, že módu určuje. Zde se ovšem jedná o jistý druh cílené masové propagace módy, v rámci jiného umění. A na to navazuje šíření módy pomocí masmédií a populárních osobností, kdy zpěvačka Madonna v roce 2007 zvýšila prodej HM o 29 procent nebo herečka Sharon Stone, která zvýšila v roce 2006 tržby výrobků Dior o 30 procent.

Obecně můžeme říci, že pro životnost značky je důležitý hospodářský úspěch a k tomu je nutná propagace v masmédiích. Dostávají se do popředí uniformní módní styly, mezi které patří džínové modely. Na počátku 21.století společnost dospívá k názoru, že módní značka je důležitější než vzhled případně funkce oděvu a přenáší se do technické oblasti, kde módu

---

1.Courtoure: Haute couture-vysoká krejčovina, slouží především pro prezentaci na přehlídkovém mole, kdy se ukazují nastupující trendy a reprezentuje image vlastní značky-Chanel, Dior, Valentino, Christian Lacroix Pret-a-porter-připraveno na nošení. Modely se vyrábějí v malých sériích, jsou kvalitnější a dražší než běžná konfekce

určují modely telefonů, aut a počítačů. Naše psychologie se může chopit různých módních trendů jako pomůcky pro dosažení hlavního cíle -úspěchu a nebo jsme-li dosti kreativní se může sama móda, případně umění obecně stát naší cílem.

Závěrem bych chtěla uvést příklad ze svého vlastního života, kdy móda jako životní postoj může ovlivnit mé sny, představy snad i budoucnost:

Vystupuji ze svého auta značky Aston Martin, z kabelky značky Prada vytahuji klíče, které mi v zápětí upadnou k nohám v lodičkách od Chanelu . Upravím si svou sukni od Valentina a otevírám dveře svého luxusního domu. Když vypínám alarm, zkontroluji v zrcadle svůj náhrdelník od Harryho Winstona. Natáhnu se před krbem na sedačku od Armaniho a hlasovým ovládním ho zažehnu. V dálce slyším, jak přichází má malá dcera Sarah v doprovodu vychovatelky se slovy: Jak jsi se měla maminko?

A realita? Po té co pracně najdu místo na parkování v patnáctileté Toyotě, půjčené od mámy uklouznou na námraze ve sněhulích ze second-handu. S plnými taškami nákupu vyšlapu do čtvrtého patra nájemního domu, jak jinak než bez výtahu-je to levnější. Klíče hledám v tašce, kde se mi roztrhla kapsa nejméně deset minut a po vstupu do dveří zmožená babička oznamuje, že má dcera je celá špinavá od vodovek a ona, že konečně odchází, ať si ji srovnám sama.

Pokud by práce návrhářů vedla alespoň ke krásným snům lidí, kteří na to nemají prostředky, pak ano tvořte dál milí návrháři!

Požítá literatura:

JONAS, Sylvia, Móda v proměnách času, 1.vydání 2008, ISBN

SIMMEL, Georg -Philosophische Kultur, Gesamte Essays 1991

TAGARIELLO, Maria-Luisa, Legendární módní návrháři, 2014, ISBN 978-80-7391-906-1

Internetové zdroje: [cs.m.wikipedia.org/wik/Móda](http://cs.m.wikipedia.org/wik/Móda)