

Pojem: **Módní vlny**

Téma: **Kdo určuje módní trendy**

Kde móda vzniká? Kdo ji diktuje? Jsou to módní návrháři, nebo média? Módu můžeme chápat dvojitým způsobem, a to jako jeden z uměleckých směrů, anebo, zejména v dnešních rozvojových zemích, jako komerční nástroj médií. Móda je umění, móda je byznys, móda je odraz naší osobnosti, našeho vkusu a stylu.

Umění je vložit do módy kousek nás samotných, zapojit naši kreativitu. Za módní umělce považujeme především módní návrháře, protože právě od těch, a to zvláště od tvůrců luxusních módních značek, pocházejí prvotní originální nápady, které inspirují celý svět módy. Módní centra, jako jsou Milán a Paříž, udávají hlavní tempo módy. Právě zde vznikají světoznámé kolekce módních návrhářů, a tím i nové módní trendy. Média z těchto kolekcí vybírají ty nejvytříbenější kousky, které následně prezentují celému světu a módnímu průmyslu tím poskytují inspiraci při tvorbě nových sezónních kolekcí. V České republice jsou v tištěné i interaktivní podobě módní média zastoupena časopisy Elle a Vogue. Představením nových kombinací barev, vzorů, střihů a materiálů vznikají nové módní vlny. Co je nové, to je módní. Co je módní, to je oblíbené.

Umění můžeme taktéž vidět z dvojího pohledu. Za umělce považujeme samozřejmě hlavně samotné módní návrháře, přesto může být umělcem vlastně každý z nás, kdo v módě objevil sebemenší zálibu. Nemusí jít přece pouze o to navrhnout výstřední šaty či vyrobit originální kabelku, každý člověk jako jedinec může být metaforicky chápán jako bílé plátno, a má tak možnost k vytvoření vlastního uměleckého díla. Móda se stává uměním, dokáže-li v nás vyvolat emoce. K vytvoření obrazu svého pak stačí trocha tvořivosti a chuť lišit se od ostatních. Je to také otázkou vkusu. A co je to vlastně vkus? Abychom mohli říci, že máme vkus, musíme být nejdříve schopni esteticky hodnotit sami sebe i naše okolí, čemuž předchází znalost estetických norem a osvojení si jich.

Za takové novodobé umělce, a nemyslím tím teď módní návrháře, lze zcela určitě považovat například fashion blogery. Internetové fashion blogy se v současnosti stávají módní ikonou a motivací obzvláště našich mladších generací. Dobří blogeři přitom svoji oblíbenost nezakládají na šílených kombinacích a extravagantních outfitech, naopak, znázorňují každodennost a fotografie takového oblečení a doplňků, které sami běžně a rádi nosí, a tím nám ukazují vlastní tvář jejich osobnosti. Vkládají svou osobnost do toho, co nosí, a vytváří tím další pohled na módu jako umění. K nastínění tomu, jak takový fashion blog vypadá, je nutné zmínit, že všechny fotografie s obrovským důrazem na detail jsou doplněny komentářem autora, jeho pocity, a mají také vlastní příběh. A příběh, ten přece tvoří skoro až podstatu celého umění. Pokud jde o módu a náš outfit, je důležité, jak se v tom co nosíme, cítíme. A těmto pocitům také předchází nějaký příběh. Podobně je tomu i při vzniku módních kolekcí. Na začátku je nějaká myšlenka či vzpomínka, která je návrháři inspirací. Může to být zážitek či událost, kterou prožil, může to být místo, které navštívil. Celý tento proces je ale provázen určitým příběhem a doprovázen emocemi. A pokud tomu tak není, nemůžeme podle mého hovořit o umění.

Kopírování je odrazem úspěchu každého návrháře. Kopírování jeho stylu a jeho tvorby. Uměním tedy není zkopírovat nejnovější model od Guccioho a draze či luxusně se obléknout, uměním je být jedinečný, být tvůrčí a osobitý. Tzv. „fakes“, „fejky“, neboli padělky, můžeme spatřit téměř na každém rohu. Již zmíněné kopírování, jako reakce na úspěch slavných módních firem, potvrzuje fakt, že čím dražší značka je, tím širší výběr napodobenin je nám na trhu k dispozici. Většina z nich, s originálem téměř k nerozeznání, je označena štítkem „made in China“. A zde se setkáváme

s hlavním problémem módního průmyslu. Říká se, že uměním je dokázat se hezky, ale levně obléknout. Levně se obléknout by však v tomto smyslu nemělo znamenat zkopírovat. Být „in“ proto vždy neznamená být originální, a tím pádem je i móda v tomto smyslu v maximálním rozporu s uměním.

Abychom úplně neodbočili od tématu, zbývá si zodpovědět úvodní otázku a shrnout, kdo vlastně určuje módní trendy. V první řadě jsou to jakožto tvůrci samotní módní návrháři, spolu s médii pak vytváří jednotlivé módní vlny a trendy. Fashion blogy pak pomáhají rozvíjet osobitý styl těch, kteří se v módě orientují a s oblibou sledují novinky v této oblasti. Každý z nás je originál, proto i v módě je tím největším uměním zůstat sám sebou.

Bibliografie:

Fashion now 2: časopis i-D vybírá 160 nejlepších módních návrhářů z celého světa. Taschen: Slovart, c2010, 556 s. ISBN 978-3-8365-2554-1.

Jak jsem psala módní blog. *Elle*. s. 90-91. ISSN 1210-8480. DOI: 1210-8480.

Módní trendy vznikají s dvouletým předstihem. [online]. [cit. 2012-27-12]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zena/styl/81018-modni-trendy-vznikaji-s-dvouletym-predstihem.html>