

IMPACTUL CRIZELOR GLOBALE ASUPRA PRINCIPALELOR DIRECȚII ÎN MODĂ

THE IMPACT OF GLOBAL CRISES ON THE MAIN FASHION TRENDS

MAIA VESTE¹,

master în arte plastice și decorative, lector universitar,
Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice
<https://orcid.org/0009-0006-0602-606X>

CZU 687.1:316.422.6

DOI <https://doi.org/10.55383/iadc2023.29>

Comunicarea dată reflectă impactul crizelor globale, precum războaie și evenimente politice, asupra direcțiilor de modă și schimbările care au avut loc în industria modei în urma coronavirusului.

În articol sunt relevate evenimentele istorice, politice și economice care au influențat dezvoltarea modei. Se argumentează democratizarea modei în urma Revoluției Franceze, formarea stilului anilor '40 ca urmare a Războiului al Doilea Mondial, care a lăsat moda în urmă. Sunt evidențiate și evenimentele sociale din secolele XX-XXI, precum stilul hippie, apărut în America ca un protest împotriva restricțiilor impuse de stat, împotriva războaielor și a culturii consumului, proclamând pacea și libertatea. La rândul său, este menționată și pandemia virusului COVID-19, care a oprit irevocabil producția de îmbrăcăminte și, în cele din urmă, a afectat puternic industria modei.

În acest sens, autorul explică influența semnificativă a crizelor globale sau locale asupra dezvoltării industriei de modă, precum și factorii care au stimulat intensificarea căutărilor designerilor pentru noi soluții creative și formarea tendințelor în modă.

Cuvinte-cheie: industria de modă, criza economică, istoria modei, subcultura hippie, pandemie

The paper reflects the impact of global crises, like wars and political events, on fashion trends and how the fashion industry has changed following the coronavirus.

The article reveals the historical, political and economic events that influenced the development of fashion. It is argued the democratization of fashion following the French Revolution, the formation of the style of the 40s, caused by the Second World War that left fashion behind. The social events of the 20th-21st centuries are also highlighted, such as the hippie style that appeared in America as a protest against the state restrictions, against wars and consuming culture, proclaiming peace and freedom. In its turn, the pandemic of the COVID-19 virus is also mentioned, which irrevocably stopped the production of clothing and, in the end, strongly affected the fashion industry.

In this sense, the author explains the significant influence of global or local crises on the development of the fashion industry, as well as the factors that stimulated the intensification of designers' searches for new creative solutions and the formation of fashion trends.

Keywords: fashion industry, economic crisis, history of fashion, hippie subculture, pandemic

1 E-mail: maia.veste@amtap.md

Introducere

Comunicarea dată reflectă impactul crizelor globale, precum războaiele și evenimentele politice, asupra direcțiilor în modă. Aceste evenimente importante, fie sociale, politice sau economice, sunt factorii reali care întotdeauna au influențat dezvoltarea modei. De exemplu, Revoluția Franceză din a doua jumătate a secolului XVIII a adus în modă rochiile în stil empire și a democratizat moda prin ținute simple și romantice. În urma Războiului al Doilea Mondial, lipsa țesăturilor și stoparea industriei ușoare au lăsat moda în urmă, oferind ținute practice și comode care au devenit parte din istoria modei anilor '40. Dorința eternă a unei persoane de a se exprima și a ieși în evidență din masă s-a reflectat în subcultura hippie, care a apărut în America la sfârșitul anilor 1950 ca un protest împotriva restricțiilor impuse de stat și religie, împotriva războaielor și a culturii consumului, astfel proclamând pacea și libertatea.

Criza pandemiei COVID-19

Dacă e să vorbim de crizele din ultimii ani, cu siguranță, ar trebui să menționăm criza economică provocată de pandemia virusului COVID-19. Industria modei a fost una din cele mai puternic afectate de pandemie. Începând cu al Doilea Război Mondial, producția de îmbrăcăminte niciodată nu a fost oprită atât de irevocabil și aproape peste tot. Închiderea magazinelor, anularea comenzilor, închideri masive ale fabricilor și uzinelor, reprofilarea unor mărci de lux cunoscute pentru cusutul măștilor medicale și costume de protecție — toate acestea i-au spulberat chiar și pe cei mai optimiști jucători de pe piața modei. În plus, pe lângă factorii tipici care afectează piața și comportamentul consumatorilor, pandemia a adăugat aspecte unice, precum carantina și contactele sociale reduse. Conform previziunilor unor companii din industria de modă și a producătorilor bunurilor de lux, în noul deceniu al secolului XXI, pentru prima dată în istorie, volumul bunurilor de lux — haine, pantofi, ceasuri și accesorii poate scădea cu 20-35%, până la 180-220 de miliarde de euro pe an [1]. Pe lângă pierderile financiare, pandemia, ca orice alt șoc global, a adus și schimbări semnificative a modei în sine.

Criza recentă cauzată de pandemie ne-a afectat obiceiurile, inclusiv cum și ce purtăm. Primele semne de adaptare la condițiile pandemiei au fost prezentările online ale colecțiilor de modă sau apariția unui nou accesoriu în sortimentul multor mărci — masca. În orice ținută masca a devenit un detaliu cu drepturi depline al unei imagini la modă. Dintr-un număr mare de opțiuni se putea de ales cele mai creative, care să se potrivească cu culoarea hainei sau, dimpotrivă, să fie folosită ca o modalitate de a-și exprima poziția (**Figura 1**). Pe o perioadă de timp mănușile și măștile au făcut parte din viața noastră. Chiar și atunci când restricțiile s-au anulat, echipamentul individual de protecție a rămas purtat de mulți oameni, iar designerii speculau deja că moda acestor accesorii poate supraviețui pandemiei în sine.

Figura 1. Masca în abordarea designerilor



Sursa: <https://spletnik.ru/96465-privykaem-k-maskam-i-perchatkam.html>

Un alt aspect al crizei pandemice a fost creșterea interesului pentru îmbrăcăminte de casă și de agrement, stilul sport, cunoscut și ca *athleisure*, a luat amploare. Experții de modă remarcă, de asemenea, crearea stilului *casual elegant*, care a devenit relevant în legătură cu trecerea activităților de muncă la distanță, ceea ce a redus cerințele pentru un cod vestimentar de birou. „Autoizolarea a format un stil de „pijama” care se va menține încă mult timp.

Crizele globale care au schimbat moda

COVID-19 nu este prima pandemie cu care s-a confruntat umanitatea. Cea mai masivă epidemie din istoria lumii a fost gripa spaniolă, care a apărut la sfârșitul Primului Război Mondial. „Boala, războiul și privațiunile au dus la o reducere a populației, în special, a bărbaților. Femeile au trebuit să lupte pentru drepturile politice și capacitatea de a se întreține singure. Elemente de îmbrăcăminte pentru bărbați, precum pantalonii, au început să domine în garderoba femeilor. Masca a devenit o parte necesară a garderobei (**Figura 2**). Revistele de modă și ziarele sfătuiau alegerea măștilor moderne care să se potrivească cu culoarea pălăriei”, explică istoricul de modă Olga Leffers [1]. Bărbații și femeile din timpul gripei spaniole purtau mănuși, fapt sugerat nu doar de regulile de etichetă, dar și de situația epidemiologică. În același timp, a crescut din nou și popularitatea voalurilor, care erau uitate după epoca victoriană și edwardiană.

Figura 2. Masca în perioada gripei spaniole.



Sursa: <https://snob.ru/entry/196189/>

Prin retrospectiva anilor, se poate observa că și răsturnările politice au influențat moda. Drept exemplu poate servi Revoluția Franceză, când stilul vestimentar a devenit nu doar un tribut adus tendințelor, ci și, practic, o expresie a poziției civice. După felul în care era îmbrăcată o persoană se puteau judeca predicțiile sale politice. De exemplu, perucile pentru bărbați au devenit un simbol al conservatismului și al înapoierii. În moda feminină rochiile voluminoase, care au fost asociate cu o epocă veche, au rămas în trecut și au fost înlocuite cu stilul *empire*. Rochiile albe, cu talie înaltă, cu o fustă simplă de croială dreaptă, dintr-o singură bucată de material, au înlocuit corsetele rigide [2].

În general, moda adesea reacționa la crize după o formulă simplă: cu cât vremurile erau mai dificile, cu atât era mai sever codul vestimentar. Îmbrăcăminte pentru femei între Primul și al Doilea Război Mondial a fost caracterizată de masculinitate extremă și de dorința creatorilor de modă de a împrumuta cât mai mult din costumul militar bărbătesc- umeriilați, țesătura de lână de culoare închisă, talia cu centura. Hainele erau practice și multifuncționale, pentru a le crea erau folosite materiale neobișnuite pentru acea vreme. De exemplu, creatoarea de prêt-à-porter a anilor '30, designerul de modă italian Elsa Schiaparelli a realizat costume din țesătură de sac, din fir de iută.

În timpul celui de al Doilea Război Mondial în Marea Britanie, ca și în toată Europa, furnizarea de țeșături era strict reglementată, guvernul britanic a organizat un grup dintre cei mai buni designeri din Londra pentru a crea împreună un design de îmbrăcăminte sub eticheta anonimă Utility Apparel Order, marcată CC41 (însemnând Civilian Clothing Order 1941- serie pentru civili) [3]. În acest proiect au fost implicați cei mai renumiți designeri, care au îmbrăcat anterior celebritățile pariziene, precum Greta Garbo și Marlene Dietrich. Schema vestimentară CC41 a apărut pe fondul unui context de consum rațional pe timp de război. Un consum rațional cerea ca hainele cumpărate să fie rezistente în timp, suficient de durabile pentru a fi purtate ani de zile (*Figura 3*). În acest sens, redactorii revistei Vogue afirmă: „Dacă vrem ca femeile să cumpere mai puțin, trebuie să facem un produs mai bun” [3]. Ideea inovatoare a designerilor din această perioadă poate fi numită un vestitor al ceea ce se întâmplă în modă astăzi: se poartă îmbrăcăminte minimalistă ecologică, croită după modele simple, dar originale.

Figura 3. Îmbrăcăminte sub eticheta marcată CC41 (Civilian Clothing Order 1941–serie pentru civili)



Sursa: <https://museumofcornishlife.co.uk/2021/04/28/clothing-in-ww2-cc41-and-the-utility-clothing-scheme/>

Croiul a însemnat, practic, lungimi până la genunchi, rochii cu umeri largi, costume cu fuste și pantaloni. Stilul tipic de pantof prevedea o talpă masivă, stabilă, astfel încât să fie convenabil să mergi pe jos sau cu bicicleta, din punct de vedere al economiei. În haine până și numărul de nasturi, cusături și pliuri erau strict limitate; nu se folosea împletitură, broderie sau dantelă. În hainele pentru bărbați au fost introduse restricții privind sacourile cu bord dublu și pantalonii cu manșete răsfrânte pentru a economisi materialul. Chiar și șosetele au fost limitate la lungimea maximă aproximativ de 9 inch [4].

Astfel de restricții și producția de îmbrăcăminte în masă ar fi putut avea efectul ca toți oamenii să arate la fel și, nemijlocit, au provocat nemulțumiri în rândul societății. După încheierea războiului lipsa de materiale era încă simțitoare în toată Europa, astfel raționalizarea îmbrăcăminte a continuat până în 1949, iar schema unităților vestimentare CC41 nu s-a oprit până în 1952.

În pofida restricțiilor, femeile își coseau fuste din draperii, bluzele cu imprimeuri făcute din eșarfe, dacă nu erau ciorapi în dulap, atunci pur și simplu se desena o linie de cusătură chiar pe picior. Miresele din timpul războiului purtau rochii de mătase cusute din parașută. Ca urmare, ingeniozitatea creatorilor de modă din vremea războiului a devenit într-un fel prevestitoare a responsabilității designerilor moderni. Către anul 2020, multe mărci vestimentare au început să lucreze și să creeze cu deșeuri din propriile producții — resturi de țeșături și alte materiale non-lichide.

Schimbările în modă pe parcursul sec. XX

Pe parcursul secolului XX moda a continuat să fie sensibilă la schimbările din politică sau societate. După tragedia celui de al Doilea Război Mondial, a apărut *stilul New Look*¹, care a fost răspunsul la dorința oamenilor de a uita de anii groaznici și de a se bucura din nou de viață [5]. Inspirat de formele florale și de siluetele alungite și subțiri ale secolului XIX, Cristian Dior și-a propus să depășească stilul sec și uniformizat impus de criza conflictului militar recent încheiat. Țesătură de tafta, umerii accentuați, talia de viespe, șoldurile rotunjite și sacourile pe talie au readus extravaganța în modă. A fost, cu adevărat, o schimbare care a întors pentru totdeauna pagina gri a istoriei marcate de neajunsuri, raționalizare, culori întunecate, dramă și uniformizare. Dior a cioplit silueta din materiale, scoțând în evidență cele mai frumoase părți feminine. Sacourile scurte, strânse pe talie, în culori calde, urmau linia corpului înspre fustele plisate care confereau mersului o unduire nemaivăzută (**Figura 4**).

Figura 4. Stilul New Look în creațiile de modă Cristian Dior



Sursa: <https://publimix.ro/blog/boutique/1947-Christian-Dior-New-Look>

După greutățile suferite în timpul războiului, când moda s-a retras din viața socială și, mai presus de toate, trebuia să fie funcțională, rochiile feminine și elegante, jachetele mulate așezate pe figură au devenit simbolul unei noi vieți pașnice, în care o femeie nu mai trebuia să-și asume povara muncilor grele. Aceasta, la rândul său, a influențat emanciparea și dezvoltarea acestei mișcări: în anii '50 femeia era, în primul rând, o mamă și o gospodină, grațioasă și feminină [6].

De menționat este faptul că după Primul Război Mondial lucrurile au evoluat diferit. Atunci femeile, dimpotrivă, nu se lăsau să fie lipsite de libertate, inclusiv de hainele comode. Au dispărut corsetele, fustele lungi, iar pantalonii au fost acceptați în viața de zi cu zi a unei femei, ceea ce înainte era permis să fie purtat doar în timpul exersărilor sportive.

Anume în acea perioadă Coco Chanel a câștigat popularitate, începând să producă îmbrăcăminte de sport și agrement pentru femei din tricot — un material care era folosit anterior doar pentru îmbrăcăminte bărbătească. Ea a oferit femeilor haine funcționale, cum ar fi costumele ei iconice din tweed și topurile largi [6].

¹ *New Look* (din engleză) este un stil vestimentar elegant, feminin, romantic propus de Christian Dior în 1947. Reprezintă imaginea „femeii ideale” cu talie subțire, umeri fragili, șolduri grațioase.

Hedonismul¹ a modelat anii '70-'80 ai secolului XX, fie că a fost stilul *disco* sau *New Wave*, a fost o reacție demonstrativă la amenințarea constantă a Războiului Rece, de care oamenii erau oboșiți. Sentimente similare au influențat publicul în anii '90, când a devenit popular stilul *Grunge*. Sentimentul de protest a revenit la începutul anilor 2000, împreună cu blugii evazați în stil hippie, când unele grupuri de tineri s-au opus războiului din Irak lansat de George Bush. La nivel global, acești ani au fost ani de distracție nestăpânită, glamour și sexualitate. Aici merită de menționat prezentările lui Tom Ford pentru Gucci, colecția lui John Galliano la Casa Dior sau stilul lui Roberto Cavalli, care astăzi este asociat, dacă nu cu vulgaritatea, atunci, cu siguranță, cu excesul în toate — de la culori până la imprimeuri.

Criza financiară globală din 2008 a avut un impact major asupra modei de lux. Glamourul a cedat locul minimalismului. În această perioadă luxul a devenit mai reținut și mai modest — fosta etapă de lux a devenit percepută ca ceva indecent, în timp ce un număr imens de oameni din întreaga lume și-au pierdut locurile de muncă sau bunurile. Și aici se poate face o paralelă cu „consecințele modei” din perioada Marii Depresiuni din 1929: la începutul anilor '30 moda a devenit mult mai banală și mai serioasă după nebunia anilor '20.

Criza cauzată de coronavirus, de asemenea, va duce, probabil, la o inversare completă a priorităților și tendințelor care s-au consolidat în perioada anterioară. La nivel global ultimii ani în industrie s-au caracterizat printr-o explozie a interesului pentru moda de stradă.

Astăzi experții spun că tendințele în modă nu se vor schimba la fel de repede ca în ultimii ani. Totuși, dorința de a se îmbrăca expresiv nu dispăre. În acest sens, ne putem aștepta la o dezvoltare mai dinamică a îmbrăcăminte virtuale. Ținutele digitale vor costa mai puțin, vor potoli setea de cumpărături și tendința de a avea ceva nou în garderobă și nu vor provoca poluarea mediului pe care o provoacă supraproducția în industria modei.

Concluzii

În concluzie putem menționa că fiecare val de criză economică, globală sau locală a influențat semnificativ schimbarea preferințelor consumatorului și, în consecință, dezvoltarea industriei de modă. Cu toate acestea, trebuie recunoscut că fiecare val de criză a fost un fundal excelent pentru intensificarea căutărilor designerilor pentru noi soluții creative sau noi propuneri de design pentru formarea tendințelor noi în modă.

Referințe bibliografice

1. РАЗУМОВА, М. Модная болезнь: как мировые кризисы влияли на фэшн-индустрию [online]. In: *Snob.ru*: [blog]. 7 aug. 2020 [accesat 10 mai 2023]. Disponibil: <https://snob.ru/entry/196189/>
2. БЕСЧЕТНИКОВА, Н. Через тернии: как мировые кризисы меняли моду и что будет с трендами после коронавируса [online]. In: *spltnik*: [blog]. 27 iun. 2020 [accesat 10 mai 2023]. Disponibil: <https://www.spletnik.ru/look/news/moda/97124-kak-krizisy-menyali-modu.html>
3. MOWER, S. *Мода в период кризиса: уроки военного времени, которые мы можем перенять у прабабушек* [online]. In: *vogue.ru*: [site]. 13 apr. 2020 [accesat 10 mai 2023]. Disponibil: <https://www.vogue.ru/fashion/moda-v-period-krizisa-uroki-voennogo-vremeni-kotorye-my-mozhem-perenyat-u-nashih-prababushek>
4. Clothing in WW2: CC41 and the Utility Clothing Scheme [online]. In: *Museum of Cornish Life*: [site]. 28 apr. 2021 [accesat 19 mai 2023]. Disponibil: <https://museumofcornishlife.co.uk/2021/04/28/clothing-in-ww2-cc41-and-the-utility-clothing-scheme/>
5. IVAN, M. Christian Dior își prezintă colecția revoluționară New look [online]. In: *Publimix*: [site]. [accesat 19 mai 2023]. Disponibil: <https://publimix.ro/blog/boutique/1947-Christian-Dior-New-Look>
6. АДЦЕЕВА, Б. *Революционные 1910-е: эмансипация и мода против войны* [online]. В: РИА НОВОСТИ: [site]. [accesat 19 mai 2023]. Disponibil: <https://ria.ru/20120407/606584454.html>

1 Hedonism (din greacă *hedone* — „plăcere”) este o concepție etică și un curent filosofic ce proclamă plăcerea, desfătarea drept binele suprem, iar năzuința de a o obține- principiu al comportamentului.