Мода для подиума vs. Мода для жизни

Вспомните свою реакцию, когда вы смотрели фото с модного показа. Появлялась мысль: «Я даже мертвым такое не надену!?» Вы уверены, что на самом деле никто никогда не носит огромные серьги в половину лица или платье размером с дом — так какой тогда в ​​этом смысл? Как тенденции высокой моды, которые показаны на подиуме, влияют на нашу повседневную одежду?

Со стороны среднестатистического человека, не избалованного ковровыми дорожками, не понятен смысл создания одежды, абсолютно лишенной практичности. Да и к тому же, восхищение со стороны зрителей подобных показов, кажется странным. Чувствуется сходство с разглядыванием картин в стиле абстракционизма. Если ты не помешанный фанатик – не оценишь.

Хотите вы или нет, тенденции действительно влияют на то, что в конечном итоге носит «нормальный» человек, будь то продукция из вашего любимого торгового центра или просто комиссионного магазина.

Если вы находитесь в лагере тех, кто любит быть «в теме», вам может быть интересно, как эта система работает. Как одежда попадает с показов на торговые точки. А если вы противник тратить деньги на бессмысленный выпендреж, то возможно вас ждет разочарование – вы тоже причастны к модной эпидемии. Возможно, потребуются годы, чтобы в полной мере оценить влияние трендов с подиума, но позвольте мне объяснить, как это работает на глобальном уровне и как использовать сумасшедшие идеи дизайнеров в своем гардеробе.

Краткое изложение пути модных тенденций выглядит так:

* Дизайнеры представляют свои последние и самые лучшие модели для показов на подиумах.
* Все в мире принимают это к сведению.
* Эксперты, которые занимаются прогнозами в данной индустрии, анализируют все выходы и предсказывают основные цвета, стили, текстуры, формы и детали для предстоящего сезона (сезонов). Они не только следят за тенденциями на подиумах, но и рассматривают то, что создают микро-бренды и отдельные дизайнеры.
* Бренды платят большие деньги за вышеупомянутые исследования и соответственно ним разрабатывают свои коллекции.
* Новые тренды попадают на полки и просачиваются из дизайнерских магазинов в более бюджетные марки.

Высокая мода vs. бюджетная мода

Процесс перехода, высокой моды в бюджетную может занять длительное время. Синоптики предсказывают цветовые тренды для крупных модных компаний на годы вперед, но небольшие бренды отличаются своей гибкостью, они гораздо более проворны и быстро вносят новинки в свою продукцию.

Микро-бренды могут сильно влиять на основные тенденции, рано выкладывая на полки трендовый товар для аудитории. Если потребителям нравятся тенденции, на основе идеи, заимствованной у их любимого бренда, это может привлечь внимание и на бренды поменьше, которые их демонстрируют.

Дизайнеры черпают вдохновение из различных трендов цвета/текстуры/материалов, которые спрогнозированы наперед, и часто включают их в свои новые коллекции. Например, мне нравится цветовые прогнозы, плюс я заинтересован в том, чтобы мои сережки пользовались спросом в дальнейшем. Поэтому я создам такие экземпляры, которые будут сочетаться с будущими тенденциями в одежде.

Как тренды влияют на меня?

Даже если вы не интересуетесь и не следите за трендами, а прогулки по магазинам вас мало привлекают. Вы все равно становитесь жертвой влияния того, что «в моде». Если вы похожи на меня, то наверняка придерживаетесь нейтрального базового гардероба, но дополняете и обыгрываете его посредством различных аксессуаров. Нет никакого желания постоянно покупать все больше и больше предметов гардероба. Как говорится, практичность и универсальность превыше всего. Но при этом чего-то нового хочется. Поэтому моя коллекция украшений, сумок, головных уборов всегда напоготове и работу выполняет на пять баллов. Достаточно одной маленькой детали, чтобы классический исходник заиграл.

Как бы мы не хотели, но мир моды влияет буквально на каждого, вне зависимости, является ли он заядлым модником. Завалявшийся пиджак в бабушкином шкафу тоже создавался в результате работы какого-то дизайнера. И то, что вы его носите, для экономии средств, и потому, что вам нет дела до составления образов, не выпускает вас из круга зависимых от трендов.

Как нельзя лучше данный момент показан в поистине шикарном фильме «Дьявол носит Prada». Возможно, многие поймут, о чем именно я говорю. Смысл был в том, что, выбранная нами одежда, проходит невероятно длинный путь перед тем как попасть на полки доступных для нас магазинов. Если разбирать сцену фильма, то главная героиня была одета в невзрачный мешковатый голубой, а точнее небесно-голубой свитер. И дело не в его внешнем виде и, том кто его приобретет. Перед тем как лицо, бескрайне далекое от понимания стиля, решит вытащить эту вещь из шкафа, другие годами старались над выведением такого оттенка.

Один дизайнер решит внедрить новый оттенок в свою коллекцию, дальше его поддержат в этой идее другие. Спустя время этот тон просачится в бренды все менее и менее популярные. Пока не достигнет уровня уцененных товаров.

Таким образом, чтобы предмет одежды с данным оттенком, в принципе существовал, было затрачено колоссальные суммы и труд. Так что, взяв любую «тряпку», можете быть уверены, посредством нее вы не свободны от трендов.