

Párizs a divat fővárosa



Németh Marianna

mentor tanár

Kaposvári Munkácsy Mihály

Gimnázium

Dániel Boglárka

6.A

Kaposvári Kodály Zoltán Központi

Általános Iskola Toldi Ltp. Tagiskola

Párizs a divat fővárosa



Témaválasztásom a francia kultúra területére tevődött. Okaként a francia nyelv iránti érdeklődésemet és - mint más hozzám hasonló fiatal - a divathoz való kötődésemet, érdeklődésemet bizonyítja. A francia nyelv tanulása lehetőséget adott számomra francia fiatalokkal való személyes találkozásra. Öltözködésük, stílusuk ösztönzött arra, hogy kutatást végezzek a francia divat történetéről, a divat világában betöltött szerepéről egészen napjainkig, hogy választ kapjak a párizsi öltözködés egyediségére valamint a mai francia fiatalok öltözködési szokásaira. Munkámat e témával kapcsolatos újságcikkek, internetes oldalak, divatlapok, filmek segítették.

Párizs, New York, London vagy Milánó. Vajon melyik igazából a divat fővárosa?

Azt mindenki maga dönti el, hogy számára melyik divat a legkedvezőbb vagy melyiket szereti legjobban, én most azt szeretném bemutatni, hogy tényleg Párizs a divat fővárosa.

A divat kezdete Európában



A párizsi divat pont olyan, mint a foci, a politika és a marketing. Mindenki ért hozzá, még ha nem is akar. Párizs millió dolog hazája, de ezek közül most csak a divat oldaláról vizsgálom.

Párizs a különcc. Mindig a világ többi része előtt jár egy lépéssel. A kultúra és a divat terén a legtöbbet kínálja a világon, mindkét irány XIV. Lajos uralkodása alatt indult hódító útjára. Ő vitte a legjobb szabókat Párizsba. Ebben az időszakban Párizs volt a legbefolyásosabb divatváros. A Napkirálynak nagy szerepe volt abban, hogy Franciaország a maximumot nyújtsa a kultúra és a divat terén is.

„Sohasem lesz divat Párizs nélkül, míg Párizs fenn áll” –írta Holzer Andor 1922-ben a Magyar Divatiparban.

A XVII. század közepe óta azaz XIV. Lajos uralkodása óta Franciaország a divat központja és Európa legfényesebb udvarát hozta akkor létre, melynek pompáját a világon minden uralkodó mintának tekintette.

XIV. Lajos támogatta az alapanyaggyártást és a szabásművészetet is. Megtartotta, sőt erősítette „hatalmát” a női divat felett. Azonban a férfi viseletnél osztoznia kellett a vezető szerepen Angliával. Napóleon felismerte a divatirányítás gazdasági előnyeit, és bár ő nem sokat törődött ruházatával, a feleségeitől és udvaroncaitól elvárta a tökéletes megjelenést. Bukása után Franciaország nem tudta megtartani a divatban betöltött első helyét. A férfidivat vezetője London lett, míg a női divat vezetői: Bécs, Berlin, Lipcse és Weimar.

A XIX. század közepétől megint Párizs lett a divatvilág vezetője, a század végére újra a világ kulturális és társadalmi életének központja, ahol volt egy fényes udvar és egy elegáns császárné, III. Napóleon hitvese, Eugénia. Párizs divatját a félvilági hölgyek határozták meg, akik igyekeztek pompájukkal túlszárnyalni és utánzásra késztetni a világot.

A magas minőségi szabóság, a haute couture

A „divat művészete, valamint az öltözködés minden művészete lényegében francia művészet” – szögezte le 1926-ban a Magyar Divatipar. A szabóipar fellendülését a franciák egy angolnak köszönhetik: Charles Frédéric Worth-nek.

A francia divatvilághoz szorosan kötődik két olyan fogalom, melyek magyarázatra szorulnak. Ezek a haute couture és a prêt-à-porter.

De mi is az a haute couture pontosan?



Szó szerint magas szabásművészetet jelent, értelem szerint: magas minőségű, drága anyagokból egyszeri alkalomra rendelt ruha. A mai Franciaországban csak a bizonyos jól meghatározott követelményeknek megfelelő divatházak használhatják, azonban a kifejezést általánosabban is használják mindenféle különleges, egyedileg gyártott divatos ruhára.

Ahhoz, hogy Franciaország egy divatház reklámkampányában hivatalosan használhassa a haute couture kifejezést és megkapja couture ház címet három fontos követelménynek kell megfelelni:

- Privát ügyfelek számára megrendelésre gyártott, egyedi darabokat kínál.
- Párizsban saját szabásmintát működtet, legalább 15 tagú stábbal.
- Minden évadban bemutat egy minimum 35 darabos kollekciót a párizsi közönségnek.

A kifutón látott haute couture darabokat ritkán sikerül eladni, leginkább csak a divatház presztízsének emelését szolgálják. Igazi profitot a prêt-à-porter, mindennapi viseletre tervezett ruhák hozzák.

Prêt-à-porter avagy a mindennapi „luxus”

Divatházak által tervezett, tömegek számára készített, elérhető árú, hétköznapi divatot képviselő kollekciókra és darabokra alkalmazzuk a prêt-à-porter azaz a készruházat megnevezést

A **prêt-à-porter** ruhákat tömeggyártással állítják elő, különböző konfekció méretekben. Főbb szempontjaik - az aktuális divat és a márka egyedi jegyeinek bemutatása mellett - a hordhatóság, a kényelmes fazonok és a felhasznált anyagok egyszerű kezelhetősége.

A nagyobb divatházak évente kétszer, a főszezonok alatti divathéten mutatják be **prêt-à-porter** kollekcióikat.

Párizsban az öltözködés tehát a két véglet körül mozog. Van luxus, és áruházi elegancia. A XVII. század végén Párizsban nyílt meg az első készruhát árusító bolt.

Mitől elegáns a francia nő?

Francia ismerőseim öltözködési stílusát látva felmerült bennem a kérdés, hogy vajon ők mitől tűnnek egyedibbnek? Vajon mi a titkuk a mai uniformizálódó világunkban?

Szinte minden öltözkűkben volt valami feltűnő, valami extrém, és az összhatás mégsem volt hivalkodó. Vajon velük született képesség ez, vagy tanulják? Velük erről beszélgetve arra jutottam, hogy mindenki stílusérzéke fejleszthető. Járjunk nyitott szemmel, lessünk el néhány apró trükköt és máris megtörténik a csoda, önmagunkat adhatjuk öltözködésünkkel is és nem a „tömeg vonzása” irányítja stílusunkat.

Milyen valójában az igazi párizsi nő?

Kutatásom során a francia nyelvtanáromtól, Dorkastól és barátaitól megtudtam, hogy a francia nők visszafogottabb megjelenést képviselnek, ugyanakkor kreatívabbak, ami a különböző stílusok kombinálását illeti. Elérhetetlenséget és enyhe tartózkodást mutatnak, ezáltal válnak figyelemfelkeltővé. Van bennük valami megfoghatatlan, és izgalmas, de utánozni őket nagyon nehéz, hiszen nem a külvilág számára szeretnének megfelelni, hanem csakis önmaguknak. A nagy divatházak csak megadják a háttérteret mindehhez, de a francia életérzés, és a Petit Parisien karakter csakis a francia nők számára egyértelmű. A klasszikus és időtlen stílus a legfőbb jellemzőjük, de a romantikus elemek is megtalálhatóak öltözetükben.

- Nem kell sok pénzt költeni ruhára, olyan darabokat kell keresni, amik drága hatást keltenek. Ezt leginkább úgy lehet elérni, ha figyelünk az anyagminőségekre, szép, nem gyűrődő, vagy különleges struktúrájú anyagból készült ruhákat választunk. Frédéric Vielcanet párizsi street style fotós szerint: *"Az igazi francia stílus sokkal inkább az attitűdről szól, mintsem a ruhákról"*.
- Finom részletek a tökéletes összehatás érdekében. Hajlamosak vagyunk elfelejteni, hogy az apró, kidolgozott részletek legalább olyan nagy hatással bírnak, mint egy feltűnő, karakteres ruhadarab. Ezt a filmekben és folyóiratok képein is megfigyelhettem és francia ismerőseim mindennapos ruhaviseletén is tapasztalhattam. A francia nők ezt mindig szem előtt tartják, így teszik a megjelenésüket játékosná és érdekessé.



- Ahhoz, hogy öltözködésünk „párizsiassá” váljon a következőkre kell figyelnünk: A hármas szabály szerint a mell, a lábak és a fenék az a három terület, amely legjobban kifejezi a nőiességet. Ha mindhármat megmutatjuk, és túl sok bőrfelületet villantunk, közönséges hatást kelthetünk. Ha betartjuk a hármas szabályt, tehát csak egy ilyen területet hangsúlyozunk egyszerre, szexis, de mégis elegáns, finoman nőies hatást kelthetünk.
- Márkajelzések: igazi francia nő soha nem hivatkozik a márkajelzéssel! Ezeket ruhán belül tartja.
- Természetes színek, alapszínek használata. Kiegészítőként, sminkként használják az élénk színeket.
- Legyen egy „kis fekete” ruhád. A kis fekete ruha megszületése Coco Chanel nevéhez kötődik, akinek „Chanel Ford” névre keresztelt kis fekete ruhája

1926-ban jelent meg a Vogue magazinban. Ekkor indult a kis fekete ruha világhódító útjára, mára pedig fogalommá vált.

- Természetesség mindenekfelett, még a sminkben is!

A nagy francia divatházak és divattervezők, akik meghódították a világot

„A divat változik, a stílus örök” Coco Chanel

A történelem legnagyobb és legbefolyásosabb divattervezői páratlan kreativitásuk és ötleteik révén építettek óriási birodalmakat maguk köré. A legtehetségesebbek egyedi és meghökkentő újdonságai végül a közízlés részévé váltak és napjainkban egyet jelentenek a stílussal és az eleganciával. Néhányuk nevéhez divatház megalapítása is köthető.

1. Chanel: A Chanel-divatház alapítójának köszönhető, hogy a nők számára is elérhetővé vált a századforduló divatjával szakító, lezserebb, letisztultabb ruházat. Coco Chanel nem kisebb „örökséget” hagyott hátra, mint a „kis fekete”, az ikonikus Chanel n°5 parfüm, vagy a tervezőnőről elnevezett legendás tweedkosztüm. Az Ő nevéhez köthető a tengerész (breton) csíkos felső is a 21 fekete-fehér vízszintes csíkkal.



2. **Christian Dior:** A legendás Dior-divatház 1947-ben alapította névadója, ezzel is egy üde színfoltot csempészve a szürke háború utáni hétköznapiakba. Chanelhez hasonlóan Christian Dior is forradalmasította a kor női öltözkészítését, és nem titkolt célja volt, hogy a nők újra elkezdjenek foglalkozni magukkal. A tervező a szűk felsőrészekkel és habos-babos alsókkal rendelkező, álomszerű estélyi ruhákat hagyta örökségként a későbbi generációk számára. Munkássága több tervező számára is inspiráció forrásként szolgál, de közülük is a korábbi segédje, Yves Saint Laurent tevékenysége a legkiemelkedőbb.
3. **Givenchy:** kiegészítőket, parfümöket és kozmetikumokat forgalmazó francia divatház, melyet Hubert de Givenchy alapított 1952-ben.

4. **Hermès:** Abban az időben alapították, amikor a ló az egyik legfontosabb szereplő volt az életben. Az elegáns lovas mesterek kedvenc márkájává vált a Hermès, mely manapság prêt-à-porter kollekciót, ékszert, órát, parfümöt kínál a sportos luxus kedvelőinek. E mellett ő találta ki a napjainkban is népszerű hermes selyemsálat.
5. **Lanvin:** A legrégebbi francia divatház, 1889-ben alapította Jeanne Lanvin. Napjainkban a párizsi luxus egyik szimbóluma a divattól kezdve a parfümön át egészen a kiegészítőig.
6. **Luis Vuitton:** 1854 óta táskakészítéssel foglalkozik ez a híres divatcég, mely 2005-ben megnyitotta a francia fővárosi kis ékszerdobozát. A párizsi üzletben a márka minden vonala képviselteti magát: táskák, prêt-à-porter ékszerek és kiegészítők.
7. **Yves Saint Laurent:** nevéhez köthető a 'Le Smoking', azaz a napjainkban is méltán híres és népszerű női nadrágkosztüm. A legendás tervező forradalmasította a női prêt-à-porter divatot. Elsőként tervezett átlátszó és farmer anyagból.
8. **Pierre Carden:** a mérvadó divattervezők közül elsőként használta márkanévét (voltaképpen személynevét) licencüzletek nyitásához, eleinte Franciaországban, majd világszerte. Ezzel az haute couture-t a szélesebb közönség számára is közelebb hozta.
9. **Nina Ricci:** olasz származású francia divattervező. Tervezői stílusát romantikusként és hangsúlyosan nőiesként értékelték. Haute couture tevékenysége mellett parfümöket is tervezett

A négy nagy



Évtizedeken át négy város az úgy nevezett „Big four” birtokolta közösen a divat fővárosa címet. A XIX. század közepe óta a haute couture kizárólagossága **Párizst** illeti. **London** divatja kevésbé kreatív, konzervatív a hagyományos férfi ruházatban kiemelkedő. **New York** lazaságával nyújt választási lehetőséget mindenki számára. **Milánó** továbbra is a színek és hagyományos bőrárukban kiemelkedő.

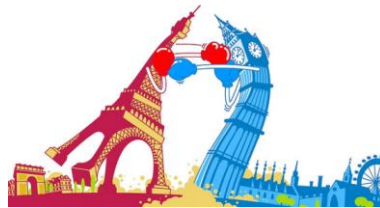
4 Fashion capitals



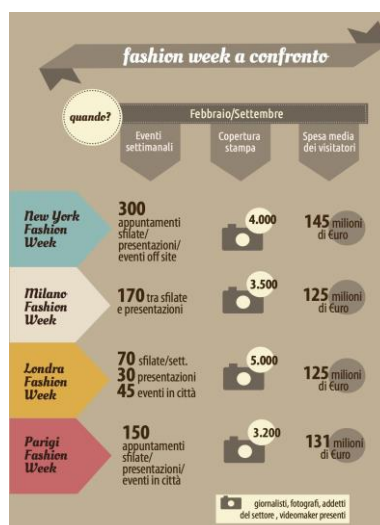
A divat és a média

A divat hetek

Fontosnak tartom megemlíteni azokat a magas színvonalú divatheteket melyeknek köszönhetően a már bemutatott divatházak és divattervezők kollekciói bemutatásra kerülnek. A divat hetek az Egyesült Államokban, New Yorkban kezdődtek a II. világháború közepén, Eleanor Lambert nevéhez köthető. A háború végén Európában Párizs is viszontválaszként divat hetet indított, így gyorsan visszatért a divat élvonalába, ez köszönhető volt az új tervezőknek, mint Christian Dior, Jean Paul Gaultier és Karl Lagerfeld. A divathetek valóban megteremtik a versenyt a „Big four” között.



Annak ellenére, hogy nem a párizsi divathéten zajlik a legtöbb esemény és nem ez termeli a legnagyobb bevételt, presztízse a mai napig mégis ennek a legnagyobb. Mind a New York-i, mind a milánói divathetek több bemutatót és látogatót vonzanak, mégis a párizsi divathetek a legrangosabb divatesemény.



A fashion weeken kívül léteznek más események is, amelyek lehetővé teszik a tervezőknek, hogy reklámozzák magukat. Ezek például: fesztiválok, mint a Cannes-i Filmfesztiválon vagy az Oszkár díj átadón.

A divatlapok még mindig az egyik legfontosabb megjelenési formátumok. Például: Be, Grazia, Vouge.

Amíg nem alakult ki nemzetközi divat, nem volt szükség divatlapra sem. Az európai divat Franciaországban született meg, s kezdetben nem képes újságok, hanem divatbábok terjesztették. A hölgyek Párizsból várták a tetőtől talpig felöltöztetett babákat, a "nagy Pandorát", társasági toalettben, s a "kis Pandorát", házi ruhában. Az első lap, amely divatkérdésekkel foglalkozott, a Mercure galant volt: 1672-től értesítette olvasóközönségét a versailles-i udvar ünnepélyeiről, s részletesen leírta a divatos öltözeteket. Egy hibája volt csak, az azonban éppen elég nagy: nem közölt képeket. 1779-ben jelent meg Párizsban az első olyan kiadvány *Galerie des Modes* néven, amely rendszeresen közölt művészi divatmetszeteket. A sikeres vállalkozás hamarosan Angliában és Németországban is utánpótlásra talált. A Weimarban kiadott *Journal des Luxus und der Moden* a divatképek mellett szépirodalmi és ismeretterjesztő cikkeket, színházi beszámolókat is közölt. A szabásminták azonban még ebből a lapból is hiányoztak.

Az utóbbi időben a divatblogok is egyre népszerűbbek ezeket általában nem divatszakemberek, hanem divatot szerető emberek készítik. A divatblogok írásait több esetben a neves divatlapok átvesszik. A bloggerek egyre nagyobb teret nyernek a divat világában és a divat egyre nyitottabbá válik az internet segítségével.

A divat és a fiatalok



A reklám az egyik legnagyobb befolyásoló tényező a tinédzserek divatjában. A reklám mindenütt jelen van a városban például: plakátokon, kirakatokban stb. A márkák is meghatározzák a divatot. Bármennyire is egyedi a francia öltözködés és a párizsiak ruhaviselete a francia fiatalok körében is tapasztalható, hogy megszállottjai a hírességek, sztárok utánzásának. A sztárok tökéletes tükörképei a divatnak, mindig naprakészek sok esetben divat márkák reklám arcai. A márkák célja az, hogy a fiatalokat elkötelezzék irányukba és megtartsák vásárlóik között. A fiatalok

elkülönülési törekvései megihletik a divatcégeket, akik ezek alapján alkotják meg az „új trendet”. A történelminek számító divatházak is készítenek fiataloknak, akár gyermekeknek darabokat. Készülnek ékszerek, kiegészítők ugyanúgy, mint szépművészeti termékek.

Véleményem szerint ugyanakkor a fiataloknak szóló divatlapok új irányzatokat bemutató részeinél a felkínált három vagy négy lehetőség igazából nem az önkifejezést, a saját stílus megalkotását szolgálja, hanem bizonyos keretek közé rekeszt. Azokból a színekből, és fazonokból választva uniformizálódva leszünk divatosak, és így válhatunk csak „egyéniségekké”, ami teljesen ellentétes a párizsi nő hitvallásával. A fiatalokat befolyásoló főbb divatirányzatokról elmondható, hogy ezek úgy 2-3 évente változnak. Például: mostanában egyre kevesebb tinit látni a tavalyelőtt még igen „kelendő” emo-stílusból. Jelen van még, de már egy konzervatívizált formában. A celebek által megalkotott ideálok fiatalok tömegeit formálják, és ebből fakad, hogy sok tini nem titkoltan legfőbb vágyai közé tartozik, hogy híressé váljon, s így a mai fiatalok nem valódi karaktereket követnek, hanem az ő öntőformájukból elővett műanyag figurákat. Egyértelműen látszik, hogy az önmagát még kereső fiatalok könnyen befolyásolhatóak, elsősorban a média és a divat által.



Konklúzió

Véleményem szerint napjainkban is méltán mondhatjuk, hogy Párizs a divat fővárosa, meghatározója a nemzetközi divatvilágnak. Bizonyítja ezt a Champ-Élysées-n tett egy-egy séta, mely felér egy divatképzéssel hiszen az összes fontos divatház és tervező üzlettel kiállító teremmel képviselteti magát. Ezáltal a divatszakmában nem tevékenykedők, valamint a turisták számára is lehetőséget ad, bepillantást biztosít a francia illetve a párizsi divat alakulásába. Ezt tapasztaltam én is Párizsban tett virtuális sétám során. Az üzleteken kívül Párizs utcáin sétálva a párizsi nők öltözködését vizsgálva elmondhatom, hogy az utcai divatra jellemző sikkes elegancia, egyedi extrém öltözködés, a hanyagul is stílusos párizsi nő diktálja a stílust, a trendet, a divatirányzatokat. Ugyanakkor a fiataloknál megfigyelhető az uniformizálódás, mely tévesen a divatosság szinonimája lett.

Fontos lenne, hogy a korosztályom is találja meg önmagát és ismerjük fel, hogy a perc celebjai nem tudnak maradandót adni, és helyettük olyan példaképeket érdemes keresnünk, akik az egész életükkel eddig is bizonyították, hogy van bennük valami. Tanulva az előző nemzedéktől – és persze hibáikból is – nekünk is törekednünk kell arra, hogy a bennünk rejlő tehetséget, lehetőséget önmagunk, környezetünk, és az egész társadalom hasznára kamatoztathassuk.



Irodalomjegyzék:

<http://www.kihagy6atlan.hu/temak/nagyvaros/parizsadivatesadekadenciaekkov/>

<http://www.fashiontime.hu/divatkultura/1118/>

<https://www.homeaway.es/info/ideas-para-vacaciones/ciudades-moda>

<https://www.trendencias.com/moda-famosas/capitales-de-la-moda-paris-milan-nueva-york-londres-donde-se-viste-mejor>

<http://www.vous.hu/hir/20151126-francia-stilus-es-divat-tedd-ne-tedd>

<https://hu.wikipedia.org>

<http://paris-capitaledelamode.blogspot.hu/>

A.Berest,A.Diwan,C.De Maigret, S.Mas Legyél te is Párizsi Nő

F.Dózsa Katalin Letűnt idők, eltűnt divatok – II. Akik és ahol a divatra hatnak. A divat központjai

Dolgozatomban található grafikák Cséfalvay Fanni munkái.