

CULTURAL MODELS IN HAUTE-COUTURE FASHION PART I - INFLUENCES IN FOOTWEAR DESIGN

MODELE CULTURALE ÎN MODA HAUTE-COUTURE PARTEA I - INFLUENȚE ÎN CREAȚIA ÎNCĂLȚĂMINTEI

Traian FOIASI*

INCDTP – Division Leather and Footwear Research Institute, Bucharest, email: icpi@icpi.ro

CULTURAL MODELS IN HAUTE-COUTURE FASHION PART I - INFLUENCES IN FOOTWEAR DESIGN

ABSTRACT. Fashion is a vital process for the society, it is a state of mind which penetrates and even leads the main sectors of production, affirmation, and culture of human collectivity. On the evolutionary scale, eras have been and are still marked by “fashion” in architecture, furniture, painting, literature, philosophy, science, all these generating in their turn cultural models. Everywhere fashion is the expression of restlessness, an innovative, stimulating and guiding spirit of life force. The ephemeral nature of this expression refers particularly to the nonconformist spirit of fashion, through which the natural integration in the periodical and transient phenomenality of the concrete becomes global. The structure of the fashion spirit is important and complex, dependent on both the intimacy and originality of the society infrastructure, correlated with the evolution of the material production methods, with the relations between categories and classes of people in the society, with culture levels, with collective psychology, but also involving certain degrees of sensitivity, intelligence, voluntary behaviour, correlated with the entire axiology of ethics, esthetics, ideology, and science of the ages. Each time period in history, each people, each nation, each stage in society development have involved a succession of forms and contents which have configured as many “fashion” states conquered, lived, which have become cultural models. The paper presents cultural models and their influence on footwear fashion.

KEY WORDS: cultural models, style, accessories, creation, footwear.

MODELE CULTURALE ÎN MODA HAUTE-COUTURE PARTEA I - INFLUENȚE ÎN CREAȚIA ÎNCĂLȚĂMINTEI

REZUMAT. Moda este un proces socialmente vital, este o stare de spirit care penetrează și chiar conduce principalele sectoare de producție, de afirmare, de cultură ale colectivităților umane. Pe epoci, evolutiv, au existat și va exista „modă” în arhitectură, mobilier, pictură, literatură, filozofie, știință, toate acestea generând la rândul lor modele culturale. Pretutindeni moda este expresia neastâmpărului, spirit novator, stimulator și orientator al elanului vital. Efemeritatea acestei expresii se referă tocmai la spiritul anticonformist al modei, anticonformism prin care integrarea firească în fenomenalitatea periodică și trecătoare a concretului devine mondială. Structura spiritului modei este importantă și complexă, dependentă fiind atât de intimitatea și originalitatea infrastructurii societății, corelată cu evoluția modului de producție materială, cu raporturile dintre categoriile și clasele de oameni ai societății, cu nivelurile de cultură, cu psihologia colectivă, dar implicând și anumite grade de sensibilitate, de inteligență, de comportament voluntar, corelată cu întreaga axiologie etică, estetică, ideologică, științifică a epocilor. Fiecare răstimp istoric, fiecare popor, națiune, fiecare etapă din devenirea societăților au implicat o succesiune de forme și conținuturi care au configurat tot atâtea stări de „modă” cucerite, trăite, devenite modele culturale. Lucrarea prezintă modele culturale și influența lor asupra modei în încălțăminte.

CUVINTE CHEIE: modele culturale, stil, accesorii, creație, încălțăminte.

LES MODÈLES CULTURELS DANS LA MODE HAUTE COUTURE PARTIE I - DES INFLUENCES DANS LA CRÉATION DE CHAUSSURES

RÉSUMÉ. La mode est un processus socialement vital, un état d'esprit qui pénètre et même conduit les principaux secteurs de production, de l'affirmation de la culture des communautés humaines. Sur l'échelle évolutive, les époques ont été et sont encore marquées par la «mode» dans l'architecture, le mobilier, la peinture, la littérature, la philosophie, la science, et toutes celles-ci ont généré des modèles culturels. Partout la mode est une expression de l'impatience, un esprit d'innovation, stimulant et dirigeant l'élan vital. L'impermanence de cette expression se réfère précisément à l'esprit anticonformiste de la mode, l'anticonformisme par l'intermède duquel l'intégration naturelle dans la phénoménalité périodique et transitoire du concret devient mondiale. La structure de l'esprit de la mode est importante et complexe, dépendante de l'intimité et l'originalité de l'infrastructure de la société, en corrélation avec l'évolution du mode de production des matériaux, la relation entre les catégories et les classes de personnes de la société, les niveaux de culture, la psychologie collective, mais impliquant aussi certains degrés de sensibilité, d'intelligence, le comportement volontaire, en corrélation avec tous les axiologies éthiques, esthétiques, idéologiques, scientifiques de tous âges. Chaque période dans l'histoire, chaque peuple, chaque nation, chaque étape du développement des sociétés ont impliqué une succession de formes et de contenus qui ont configuré de nombreux états de la «mode» conquis, vécus, devenus des modèles culturels. Cet article présente les modèles culturels et leur influence sur la mode dans la chaussure.

MOTS CLÉS: modèles culturels, style, accessoires, création, chaussures.

* Correspondence to: Traian FOIASI, INCDTP – Division Leather and Footwear Research Institute, 93 Ion Minulescu, Bucharest, email: icpi@icpi.ro

HAUTE-COUTURE, HISTORY AND UPDATE

The paper proposes to decrypt elements which make up the world of *haute-couture*, history and update, verbal and non-verbal communication theory, the social dimension of fashion, of colour in fashion, of materials specific for a world with an intrinsic tendency aided by handcrafting and high-tech. All these are inspired by various cultures and in their turn assert themselves as cultural models.

Haute-couture creations are an art, a practical art, a plastic art, as they have been throughout their history. Many of the sciences we have today have started as arts, and have remained arts, enjoying as well a strong theoretical and scientific base, thus enhancing creativity [1, 2].

Fashion in its superior content is a product of visionary artists, with elevated and yet realistic tastes, spirits capable of pertinent intuitions and endowed with creative potential. As a show-generating art, fashion also possesses and carries the ineffable play of beauty as a law of nature, to whom people owe rituals, exceptional states of mind which become cultural models.

CULTURAL MODELS - THEIR INFLUENCE ON FASHION

To speak of the Romans means to think of the toga worn by illustrious tribunes and their specific aristocratic sandals, turned into cultural models and worn in various forms throughout time. To think of the Phoenicians means to recall purple dye, inseparable from the fascinating world of colours.

African art generating leitmotifs for all designer generations; the Greek culture, with its famous Greek veil present in all collections; the French bourgeoisie with its renowned footwear models whose shapes expressed social class; Chinese art; discovering diamonds, pearls; all these and so many others have generated in their turn fashion trends which have become cultural models [3] (Figures 1-8).

HAUTE-COUTURE, ISTORIC ȘI ACTUALIZARE

Lucrarea își propune decriptarea elementelor care compun lumea *haute-couture*, istoric și actualizare, teoria comunicării non-verbale și verbale, dimensiunea socială a modei, a culorii în modă, a materialelor specifice unei lumi cu o tendință specifică ajutată de manualitate și high-tech. Toate acestea vin inspirându-se din culturi diverse și, la rândul lor, se vor vrea a fi modele culturale.

Creațiile *haute-couture* sunt o artă, o artă practică, o artă plastică, așa cum au fost în întregul trecut istoric. Multe dintre științele constituite până azi au fost mai întâi arte, rămânând și mai departe arte, dar în cele din urmă bucurându-se și de o puternică fundamentare teoretică, științifică, consolidându-se astfel creativitatea [1, 2].

Moda în conținutul ei superior, este un produs al artiștilor vizionari, cu gusturi elevate și totuși realiste, spirite capabile de adecvate intuiții și înzestrate cu posibilități creatoare. Fiind o artă generatoare de spectacol, moda deține și poartă cu sine jocul inefabil al frumosului ca pe o lege a firii, căreia oamenii îi datorează ritualuri, stări de excepție devenite modele culturale.

MODELE CULTURALE - INFLUENȚA LOR ASUPRA MODEI

A vorbi despre romani înseamnă a te gândi și la toga iluștrilor tribuni și la sandalele lor specifice, pline de aristocrație, devenite modele culturale și purtate sub diferite forme de-a lungul timpurilor. A te gândi la fenicieni înseamnă și a invoca purpura, nedespărțită din lumea fascinantă a culorilor.

Arta africană generatoare de leit-motive pentru toate generațiile de designeri, cultura greacă, cu vestitul ei văl grecesc preluat în toate colecțiile, burghezia franceză cu vestitele modele de încălțăminte ale căror forme exprimau rangul social, arta chineză, descoperirea diamantelor, perlelor, toate acestea alături de multe altele au generat la rândul lor mode devenite modele culturale [3] (Figurile 1-8).



Figure 1. Indian culture
Figura 1. Cultura indiană

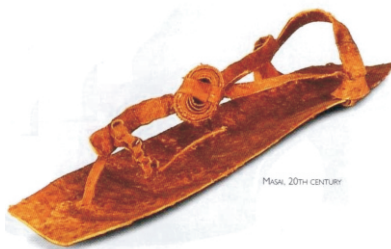


Figure 2. Mashai culture
Figura 2. Cultura Mashai

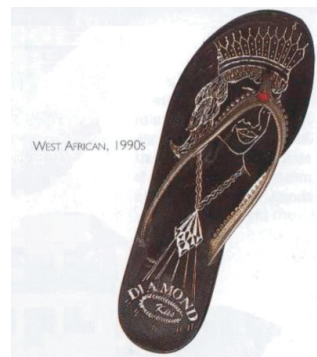


Figure 3. African culture
Figura 3. Cultura africană



Figure 4. 12th century France
Figura 4. Franța sec. XII



Figure 5. 19th century England
Figura 5. Anglia sec. XIX

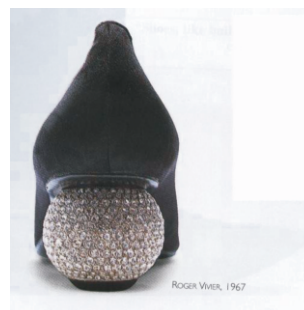


Figure 6. Crystals embedded in the heel
Figura 6. Cristale încastate în toc



Figure 7. Heel with motifs, China
Figura 7. Toc cu desene, China



Figure 8. Pearls and strass
Figura 8. Perle și strassuri

The end of the Second World War takes us far away from the period of poor fashion and onto an openness to beauty. The ample and slim shape, a young American style, the heel of the '20s and subtle footwear are characteristic of this period [4] (Figure 9).

Sfârșitul celui de al II-lea război mondial ne îndepărtează de perioada modei sărace și ne duce spre o deschidere a lumii spre frumusețe. Forma amplă și zveltă, un stil tânăr american, tocul din anii '20 și încălțăminte subtilă sunt caracteristice acestei perioade [4] (Figura 9).

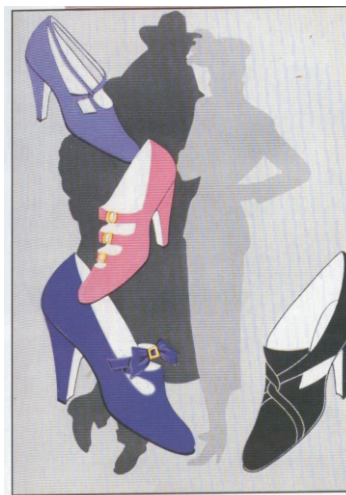


Figure 9. Final years of war
Figura 9. Anii sfârșitului de război

The '50s marked by the “Dolce Vita” style named for the film of the famous director Fellini in the early '50s lead us towards their end to a fashion that enables the foot to breathe. Ample cuts, the Nilo line, diagonal lines, pearls bring a touch of novelty [5] (Figures 10-12).



Figure 10. Dolce Vita
Figura 10. Dolce Vita

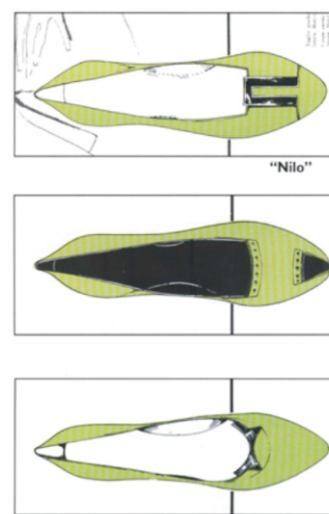


Figure 11. “Nilo” line
Figura 11. Linia “Nilo”



Figure 12. Diagonal lines
Figura 12. Traversări în diagonală



The '60s start off shyly, with the elements of line “A”, the elongated toe, the “Gondola” line with hourglass heel, bows and coloured stones. Then as a sudden awakening, the “Beatles” emerge proposing a new cultural model together with “Op Art” fashion. Courregé becomes the innovator of the period by introducing plastic which becomes a cultural model [5] (Figures 13-17).

Anii '60 încep cu timiditate, apar elementele liniei “tip A” vârful alungit, linia “Gondola” cu toc clepsidă, pompoane și pietre colorate. Apoi ca o trezire bruscă apar “Beatles” care propun un nou model cultural alături de moda artei “Op-Art”. Courregé devine inovatorul perioadei prin introducerea plasticului care devine model cultural [5] (Figurile 13-17).

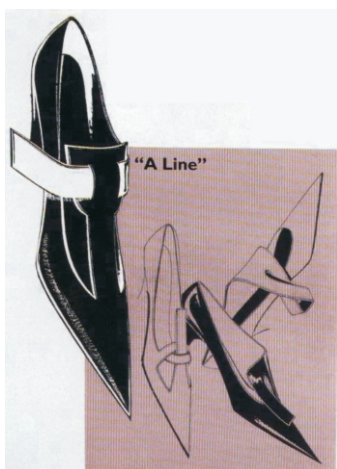


Figure 13. "A" line
Figura 13. Linia "A"



Figure 14. "Gondola" style
Figura 14. Stilul "Gondola"

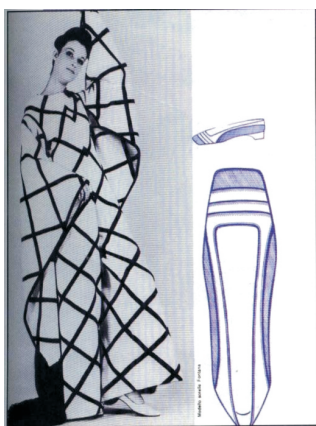


Figure 15. Beatles style
Figura 15. Stilul Beatles



Figure 16. Op-Art fashion
Figura 16. Moda Op-Art



Figure 17. Plastics
Figura 17. Materiale plastice



The “Hippy”, “Folk”, “Ethnic” styles influence fashion both culturally and esthetically by opposing to the economic and social crisis of the years.

“Easy Rider” becomes a new cultural model. Platforms, rounded shapes, over-knee boots emerge [5] (Figures 18-21).

Stilul “Hippy”, “Folk”, “Etnic” influențează moda atât ca model cultural, cât și estetic prin opunerea la criza economică și socială a anilor.

“Easy Rider” devine un nou model cultural. Apar platformele, formele rotunjite, cizmele înalte peste genunchi [5] (Figurile 18-21).

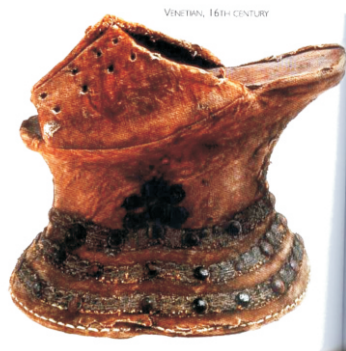


Figure 18. Platforms, Venetian model inspiration
Figura 18. Platformele, inspirație după modelul venețian



Figure 19. Rounded shapes, low heels
Figura 19. Forme rotunjite, tocuri joase



Figure 20. Over-knee boots
Figura 20. Cizme peste genunchi

Figure 21. “Easy-Rider” inspiration
Figura 21. Preluare “Easy-Rider”

Returning to classic and luxurious styles is the model taken in fashion after industrial rehabilitation and regaining social equilibrium in the '80s. Comfort and reasoning have their say. Everything is balanced between office looks and glamorous restaurant evening outings. Tubular boots will also assert themselves [5] (Figures 22-24).



Figure 22. Classic and luxury
Figura 22. Clasic și lux

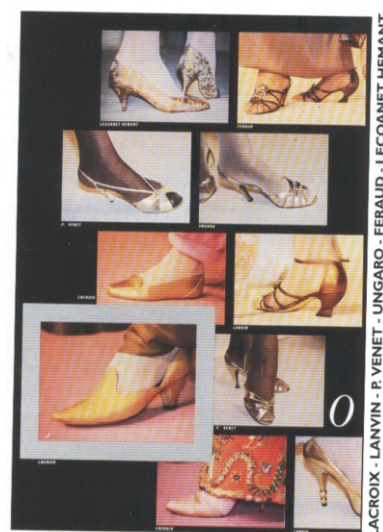


Figure 23. Luxury
Figura 23. Lux



Figure 24. Tubular boots
Figura 24. Cizme tubulare

The '90s become a model of all past eras. Spacious volumes from high to low heels, the freedom of colours and materials set free the designers' imagination [6] (Figures 25-26).

Reîntoarcerea la clasic și lux poate fi modelul preluat în modă după reabilitarea în industrie și echilibrul social al anilor '80. Comoditatea și raționamentul își spun cuvântul. Totul se poartă între birou și serile cu șarm la ieșirile în restaurante. Cizmele tubulare vor avea și ele un cuvânt de spus [5] (Figurile 22-24).

Anii '90 devin un model al tuturor epocilor trecute. Volumele spațioase de la înalt la dimensiuni joase, libertatea culorilor și materialelor dau frâu liber imaginației creatorilor [6] (Figurile 25-26).

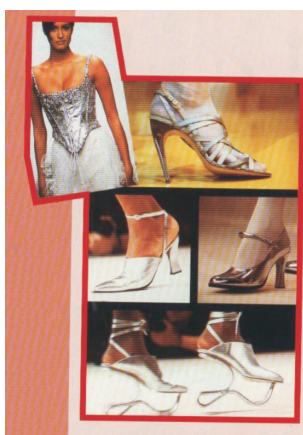


Figure 25. The '90s
Figura 25. Anii '90



Figure 26. Colour and luxury
Figura 26. Culoare și lux

Modern, “hi-tech” technologies, as well as a return to traditions and nostalgia will influence the 2000s. The economic and social crisis will take their toll. “Going back in time” will be the way out. All forgotten traditions and crafts will return and the cultural models of the past will become those of the future.

CONCLUSIONS

Intellectual communication, the manner of artistically reinterpreting characteristics of different cultures, development of message vertically and horizontally requires that the designer analyze integrant elements to process communication.

Tehnologiile moderne, “high-tech” precum și o întoarcere la tradiții și nostalgie vor influența anii 2000. Criza economică și socială își va pune amprenta. Leșirea se va face prin “întoarcerea în timp”. Toate tradițiile și meseriile uitate se vor reîntoarce și modelele culturale ale trecutului vor deveni cele ale viitorului.

CONCLUZII

Comunicarea intelectuală, maniera de a reinterpreta artistic caracteristicile diferitelor culturi, dezvoltarea mesajului în plan vertical și orizontal necesită din partea designerului analizarea elementelor constitutive pentru procesarea comunicării.

The emergence of a new idea, of the evolution throughout the creative process, can be correlated with the social dimension of creativity. Creativity implies the genius of persuading others that they need what your creative mind only can offer. Thus, the social dimension of creativity can be described as a model of converting members of the social group to an imitation complex, as a result of the act of creating.

The artistic show, which is then broadcast through the media, and its dimensional, material and colouristic transposition implies a profound knowledge of cultural philosophy, of the present, of anticipation. Each historical period must be studied thoroughly, in all constituting aspects which converge in approaching the concepts of innovation and performance in footwear design.

Fashion in its superior content is a product of visionary artists, with elevated and yet realistic tastes, spirits capable of pertinent intuitions and endowed with creative potential. As a show-generating art, fashion also possesses and carries the ineffable play of beauty as a law of nature, to whom people owe rituals, exceptional states of mind which become cultural models.

The paper will continue with the presentation of elements regarding "Dimensions, materials, colours in *haute-couture* accessory fashion throughout time", being part of the undertaking of ICPI Design Centre to promote technical-artistic solutions at a higher level, targeting great companies in the field of footwear.

Apariția unei idei noi, a evoluției produse în procesul creator, poate fi corelată cu dimensiunea socială a creativității. Creativitatea implică geniul de a-i convinge pe alții ca au nevoie de ceea ce modul tău de gândire le poate oferi. Sub acest aspect, dimensiunea socială a creativității poate fi descrisă printr-un model de convertire a membrilor grupului social la un complex de imitare, rezultat al actului creator.

Spectacolul artistic, devenit apoi mediatic și transpunerea lui în plan dimensional, material și coloristic, presupune cunoașterea adâncă a unei filozofii culturale, a atingerii imediatului, a anticipării. Fiecare perioadă istorică trebuie aprofundată, sub toate aspectele care compun și care mai apoi converg în abordarea conceptelor de inovație și performanță în designul încălțăminte.

Moda în conținutul ei superior este un produs al artiștilor vizionari, cu gusturi elevate și totuși realiste, spirite capabile de adecvate intuiții și înzestrate cu posibilități creatoare. Fiind o artă generatoare de spectacol, moda deține și poartă cu sine jocul inefabil al frumosului ca pe o lege a firii, căreia oamenii îi datorează ritualuri, stări de excepție devenite modele culturale.

Lucrarea va continua cu preluarea unor elemente privind "Dimensiuni, materiale, culori în moda accesoriilor tip *haute-couture* de-a lungul timpului", făcând parte integrantă din demersul Centrului de design al ICPI de a promova soluții tehnico-artistice la un nivel superior, având ca țintă firmele de excelență din domeniul încălțăminte.

REFERENCES

1. Masek, V.E., Design and Quality of Life (in Romanian), Scientific and Encyclopedic Publishing House, Bucharest, **1988**.
2. Achitei, Gh., Breazu, M., Esthetics (in Romanian), Academy Publishing House, Bucharest, **1993**.
3. *Ars Sutoria*, 279, **2001**, Milan, Italy.
4. *Ars Sutoria*, 280, **2001**, Milan, Italy.
5. *Ars Sutoria*, 285, **2001**, Milan, Italy.
6. *Ars Sutoria*, 286, **2001**, Milan, Italy.