

ALICE IN OOSTERLAND



De invloed van social media op "Asian fashion"

Je verveelt je en scrollt door TikTok en plotseling stuit je op een interessante video. Mannen en vrouwen met gezichten van pasgeboren baby's die de meest interessant maar toch stijlvolle kleren dragen. Je hebt nog nooit zoiets gezien en je vraagt je af: wie zijn deze mensen en waar komen ze vandaan? Leven ze in een andere wereld? Dan stuit je opeens op de hashtag #Asianfashion. Hmm... dus is dit hoe de mode eruit ziet in Azië?

Fashion is een van de grootste industrieën in de wereld. In amerika alleen al gaat er volgens Maloney (2016) van het ontwerpen tot aan het verkopen van kleding maar liefst 1.2 triljoen dollar bij kijken. Deze fashion bedrijven zorgen voor werkgelegenheid voor talloze mensen en aan het hoofd staan talrijke billionairen. Edsor (2017) concludeert dat Amancio Ortega momenteel de rijkste Europeaan in de Italiaanse fashion industrie. Deze mensen zijn rijk geworden door hun briljante ideeën, maar zonder de consument zijn ze niks. Het is wel duidelijk dat consumenten een van de grootste rollen spelen, maar nog een belangrijk element is sociale media. Sociale media is essentieel voor het vergroten van de naamsbekendheid tot het koopgedrag van de klant wijst uit een onderzoek door Newcom Research & Consultancy B.V. (2010-2020). Los daarvan is het ook nog eens goedkoop. Instagram, twitter, facebook en deze laatste tijd ook een nieuwe app genaamd Tik Tok zijn stuk voor stuk apps waar je niks voor hoeft te betalen, maar wel een groot publiek mee kan bereiken. Ongeveer 80% van de bedrijven gebruikt facebook met formeel beleid tonen Heerschap en Ortega (2013) aan in onderzoek van Kiron.

We leven in een digitale tijdperk. Mobieltjes hier laptops daar. Aan sociale media is bijna niet te ontsnappen. Je kan er vanalles door te weten komen, maar wat kunnen we zoal te weten komen over de mode in het Oosten?

Wat is TikTok?

TikTok is een app waarmee vooral jongeren video's kunnen maken, uploaden en delen met miljoenen andere mensen. "De app wordt gekenmerkt door zijn verslavende kwaliteit en hoge mate van betrokkenheid": dsouza (2020). Tik Tokzorgtvooreen nieuwezintuiglijke ervaring. Marshall McLuhan, een auteur die "begrippen als websurfen en global village bedacht": Ploeg(2017), schrijft hier in grote lijnen over in zijn boek 'The medium is the message' dat vijftig jaar geleden verscheen. Net als met Youtube en Instagram kan ook geld verdiend worden met Tik Tok. Sinds vorig jaar is de App zeer populair geworden en heeft sindsdien een marktwaarde van 200 miljard dollar bereikt en is te verkrijgen in 150 landen geeft Hensen(2020) aan in een artikel van Savvy Ladies. Door deze app hebben vele mensen hun cultuur kunnen verspreiden en daardoor is de Aziatische cultuur in het oog gesprongen. Er worden vele video's gemaakt over mode, muziek en gerechten die in de Oosterse wereld populair zijn. Doordat de #Asianfashion video's zo in de smaak vielen bij vele mensen zijn zelfs grote modebedrijven interesse gaan tonen, maar over wat soort modebedrijven hebben we het hier?

De impact van #Asianfashion

Vogue, een van de grootste fashion bedrijven van de wereld is volop in de TikTok trend beland. Dit welbekende internationale modebedrijf heeft op 22 juli dit jaar een artikel genaamd "Chinese street fashion is taking over TikTok" uitgebracht over een video die viraal is gegaan op TikTok. In de video worden korte fragmenten getoond van koppels uit China met indrukwekkende en modebewuste outfits. Doordat Vogue hierop heeft gereageerd is de video nog verder verspreid over andere platformen met name twitter en instagram. Volgens 'Buzzfeed News(2020)' zouden deze virale video's over de Chinese mode een oplossing kunnen zijn voor de pandemie waar we ons tegenwoordig in bevinden, omdat het een alternatief forum zou kunnen zijn voor modefotografie en fashion in de tijd van COVID 19.

Maar wat is K-fashion?

Doordat k-pop groepen zoals onder anderen BTS, met een hoeveelheid van 5, 212, 902, 729 views in 2018 volgens (kbizoom z.d.), en Blackpink, met een hoeveelheid van 2,780,665,978 views in 2018 volgens (kbizoom z.d.), een stijgende lijn maken in hun bekendheid door de kenmerkende mix van verslavende melodieën, gelikte choreografie en productie waarden (Romano 2018) zijn er al vele fans ontstaan in de westerse gebieden. Deze popgroepen hebben een grote rol gespeeld in de verspreiding van de k-fashion. De reden dat deze fashion stijl zo populair is komt door "zijn inclusieve discours dat persoonlijke expressie stimuleert" geeft Forero(2019) aan in een artikel genaamd 'the influence of K-pop in fashion'. De look die de meeste westerse jongeren tot stand brengen is een look waar niet al te veel over nagedacht is, maar toch indrukwekkend genoeg modebewust is. Het is tegenwoordig ook erg populair om streetstyle fashion te gebruiken binnen de k-fashion Chong (2020). Street Fashion is precies wat het betekent. Het is mode die is geëvolueerd van de straten en niet van catwalk shows of ontwerpers (messycloset.com z.d.). Hier in Nederland wordt streetstyle fashion stilletjes aan steeds populairder. Vooral het merk Daily Paper heeft momenteel een grote invloed op de jongeren. Godsend Okoobo, een van de eigenaars van Zeedijk 60 een streetwear winkel gelegen in Amsterdam, vertelt in een interview dat Daily Paper een belangrijke rol gespeeld heeft op zijn kledingstijl.

Een continue trendsetter

Ook instagram is een sociaal platform waar vele modetrends worden verspreid door zogenaamde influencers, maar niet alleen influencers spelen een rol bij de continue advertising ook vele bedrijven zelf nemen hieraan deel door hun merk te promoten met een eigen instagram profielen. Instagram heeft tot op de dag van vandaag een enorme groei gemaakt sinds dat de app is uitgebracht in oktober 2010. De app heeft maandelijks rond de 1 biljoen actieve gebruikers meld omnicoreagency(2020). Sinds 2015 is instagram begonnen met het adverteren van reclame voor personen en bedrijven (Fenton 2015). Hierdoor is de mode industrie erop vooruit gegaan doordat er niet alleen een bereik is over eigen klanten, maar ook over duizenden andere potentiële klanten. Sinds 2018 is het ook mogelijk om aankopen te doen op de app zelf, waardoor je met een simpele klik je lievelings-item kan kopen.

Je kunt er niet omheen. Mode is een onderwerp waar je dagelijks mee te maken hebt. Al in de ochtend ben je bezig met wat je wil dragen die dag. Het is voor vele mensen een uitweg om hun gevoel en mening te uiten. Ook al ben je niet geïnteresseerd in mode toch word je ermee geconfronteerd. Niet alleen voor jezelf, maar ook voor anderen is het een manier om te ontrafelen hoe je je precies van binnen voelt. Je kan meegaan met de trends of totaal je eigen weg zoeken. factoren met name sociale media spelen een belangrijke rol bij stylen van jezelf. Wat je op een dag gaat aandoen kan misschien worden bepaald door je favoriete pop-groep of die ene influencer die je op insta zag voorbij komen. Trends komen vanuit alle hoeken van de wereld en na een tijdje zijn ze] weg alsof ze er nooit zijn geweest. Het is een wereld van vele geuren en kleuren waar we hopelijk nog lang genoeg van mogen genieten.