

# **Ready to Wear**

## **- udržitelnost, etika stylu a vědomé kolaborace**

Bc.A Lenka Drgová

---

Diplomová práce 2019



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Design oděvu  
akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lenka Drgová**  
Osobní číslo: **K17314**  
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimédia a design – Design oděvu**  
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Ready to Wear – udržitelnost, etika stylu a vědomé kolaborace**

Zásady pro vypracování:

### 1. Teoretická část:

**Spolupráce se zlínskou značkou Playbag. Podpora a vytvoření platformy pro mladý design v pražském showroomu a navazující projekty. Obsahem práce je výzkumný proces etiky a udržitelnosti, nastínění pojmů slow fashion, fast fashion. Popis zkušeností během průběhu a realizace v minimálním textovém rozsahu 30 – 35 normostran.**

### 2. Praktická část:

**Výtvarné zpracování a realizace finálních návrhů v počtu 9 – 12 modelů.**

**Vytvoření oděvní kolekce a doplňků navazující na spolupráci s firmou Playbag a další kolaborace.**

**Teoretická a technická příprava projektu, sběr potřebných informací.**

**Dokumentace realizace dle zadaných parametrů: moodboard, storyboard, skici s naznačením siluety, celkový náhled kolekce, barevnost, popis materiálů, technické nákresy modelů, technické opisy, střihové řešení, módní doplňky a styling kolekce, popis vybraného modelu určeného na komerční účely. Práce musí být doplněná o dokumentační fotografie z procesu tvorby, módními fotografiemi, popřípadě krátkým promo-videem.**

**Rozsah práce: minimálně 45 normostran. Formát A4.**

**Odevzdejte v 2 stejnopisech v pevné vazbě (l může být kroužková).**

**Součástí předané písemné práce je dodání elektronické verze diplomové práce na Flash**

**disku, který bude obsahovat také samostatné fotografie v tiskové kvalitě z praktické části diplomové práce. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formát pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách.**

---

Rozsah diplomové práce: **minimálně 45 normostran**  
Rozsah příloh: **minimálně 15 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

**LIPOVETSKY, Gilles. Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech. Praha: Prostor, 2002, ISBN 80-7260-063-X.**

**TUNGATE, Mark. Fashion brands: branding style from Armani to Zara. 3rd ed. Philadelphia: Kogan Page, 2012, ISBN 9780749464479.**

**POSNER, Harriet. Marketing Fashion. London: LAURENCE KING, 2011, ISBN 1856697231.**

**LAPŠANSKÁ, Dana. Kapitoly z módného marketingu a stylingu. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2014, ISBN 978-80-7454-470-5.**

**KOTLER, Philip a Kevin Lane Keller. Marketing management. 15. Boston: Pear-son, 2016, ISBN 9781292092621.**

Vedoucí diplomové práce: **doc. MgA. Kristýna Petříčková**  
Ateliér Design oděvu  
Datum zadání diplomové práce: **1. listopadu 2018**  
Termín odevzdání diplomové práce: **10. května 2019**

Ve Zlíně dne 8. ledna 2019

doc. Mgr. Irena Armutidisová  
*děkanka*



doc. MgA. Kristýna Petříčková  
*vedoucí ateliéru*

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: .....

Jméno a příjmení studenta: .....

podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Abstrakt česky

Na základě teoretického výzkumu nových inspirativních přístupů a prezentace módy, které oslovují svým obchodním modelem vědomé spotřebitele, vznikly projekty a vědomé kolaborace pod mým vedením. V praktické části vznikla oděvní kolekce 'Chai' inspirovaná barevností Holi festivalu. V Indii 'Holi' znamená oslavu příchodu jara. Kolekce je inspirovaná barevností Holi festivalu. Inspirace těchto oslav se promítá v dezénech a autorském tisku, který jsem na základě této inspirace vytvořila a je klíčový pro atmosféru a koncept celé kolekce.

Klíčová slova: móda, módní průmysl, oděv, módní návrhář, zákazník, módní značka, udržitelná móda, etika stylu, multidisciplinární kolaborace, spotřebitel

## **ABSTRACT**

Abstrakt ve světovém jazyce

Based on the theoretical research of new inspirational approaches and fashion presentations that address conscious consumers with their business model, projects and conscious collaboration under my guidance have emerged. In the practical part I created a new clothing collection called 'Chai' inspired by the colors of the Holi festival. In India, 'Holi' means the celebration of the arrival of spring. The inspiration of these celebrations is reflected in the designs and unique prints on fabric, which I have created based on this inspiration and is crucial for the atmosphere and concept of the entire collection.

Keywords: fashion, fashion industry, clothing, fashion designer, customer, slow fashion, ethics style, multidisciplinary collaborations, consumer

Ráda bych touto cestou poděkovala partnerovi a rodině za pomoc, trpělivost a důvěru v to, že práci dokončím.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.



## UTB ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

ÚVOD .....	11
TEORETICKÁ ČÁST I .....	13
1 ETIKA A UDRŽITELNOST JAKO TREND SOUČASNÉ DOBY.....	14
1.1 MÓDNÍ REVOLUCE.....	16
1.2 VÝVOJ MÓDNÍHO PRŮMYSLU.....	18
1.3 NOVÉ PŘÍSTUPY A PREZENTACE MÓDY.....	23
1.4. INSPIRATIVNÍ INICIATIVY A OSOBNOSTI.....	25
2. PLAYBAG SHOWROOM JAKO OTEVŘENÝ PROSTOR PRO DESIGNOVOU PLATFORMU.....	30
2.1. PROJEKT Z(L)INE.....	32
2.2 Z(L)INE EDITORIAL.....	34
2.3 PROJEKT FEEL.MOVE.BREATHE.....	37
PRAKTICKÁ ČÁST II.....	39
3 ODĚVNÍ KOLEKCE A DOPLŇKY 'CHAI'.....	40
3.1 KONCEPT KOLEKCE .....	40
3.2 MOODBOARD.....	41
3.3 BAREVNOST.....	42
3.4 ODĚVNÍ KOLEKCE.....	42
3.5 MATERIALY.....	50
3.6 DETAILY.....	51
3.7 DOPLŇKY KOLEKCE.....	51
3.8 BOTY.....	56
PROJEKTOVÁ ČÁST III.....	59
3.1 FOTODUKUMENTACE.....	60

3.2 SKICI/ILUSTRACE/TECHNICKÉ NÁKRESY .....	72
ZÁVĚR .....	74
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	75
INTERNETOVÉ ZDROJE.....	76
SEZNAM OBRÁZKŮ .....	78
SEZNAM PŘÍLOH.....	81

## Úvod

Tématiku kolaborativního projektu jsem řešila už ve své bakalářské práci na univerzitě v Londýně, kde jsem vytvořila společnou výstavní platformu s evropskými a východoevropskými umělci, kteří téhož času působili v Londýně a spojovala je společná zkušenost s dislokací. Tvorba vybraných umělců se zaměřovala na pojem místa a identity a zkoumala je jako komplexní produkt stále se měnící krajiny osobních, kulturních a společenských vztahů jak minulých, tak současných.

Ve své magisterské práci jsem se zaměřila na módu a módní průmysl. Estetika a dobrý design jsou pro mě důležité především proto, že ve mě otvírají moji vlastní kreativitu a zároveň propojují s tvůrčí silou nás všech. Velká řemesla se dostávají znovu do popředí a můžeme z nich mnoho načerpat už tím, že jim věnujeme pozornost. Kromě toho vnímám módu jako důležitý nástroj kulturního projevu, předzvěst nových myšlenek a sociálních změn.

V teoretické části diplomové práce jsem se zaměřila na multidisciplinární spolupráce a vytvoření platformy pro mladý současný design ve spolupráci se zlínskou značkou Playbag, která poskytla mladým současným návrhářům možnost prezentovat a nabízet své produkty v showroomu Playbag v Praze.

Vznikl projekt Z(l)ine, na který plyně navázaly další projekty a vědomé kolaborace, které se rovněž promítnou i v praktické části diplomové práce - oděvní kolekci 'Chai'. V Indii Holi znamená oslavu příchodu jara. Kolekce je inspirovaná barevností Holi festivalu, který se každoročně slaví koncem února anebo začátkem března o úplňku s příchodem jarní rovnodennosti. V Indii se tento svátek nazývá Phalgun Purnima. Inspirace těchto oslav se promítá v dezénech a autorském tisku, který jsem na základě této inspirace vytvořila a je klíčový pro atmosféru a koncept celé kolekce.

V teoretické části se zabývám etikou a udržitelností a zkoumám nové pro mě inspirativní přístupy a prezentace módy, které oslovují svým obchodním modelem vědomé

spotřebitele, pro které nebude problém sloučit udržitelnost a styl pro život ve městě i s jeho trendy a rychlým tempem.

Mnohokrát jsem zaznamenala nahlížení na módu jako na triviální záležitost, pro mě má móda magickou schopnost pozvednout každodenní život a obrátit jej na formu umění. Svoji diplomovou práci právě proto věnuji hlubokému zamyšlení se nad otázkami jako: kupujeme příliš mnoho oblečení? Co potřebujeme vědět, abychom dospěli k "správným" rozhodnutím, když máme jako spotřebitel široké spektrum možností a převažující poptávku po pohodlí.

V každodenním městském životě jsou všudypřítomné důsledky starých struktur. Všechno, co děláme dnes, má vliv na naši budoucnost. Proto je důležitý návrat zpět a ocenění zdrojů, které jsou kolem nás k dispozici. Hledání nového vnímání smyslu a přístupu k věcem a tomu co nás obklopuje, je něco, o čem si myslím, že bude už brzy velmi důležité.

Pocit společné odpovědnosti v rámci společných multidisciplinárních spoluprací a sdílení stejných vizí a informovanost může přispět k "vědomé módě pro život ve městě" a dalším pozitivním přeměnám v našich každodenních rozhodnutích.

# I. TEORETICKÁ ČÁST

## 1 ETIKA, UDRŽITELNOST A KONCEPT POMALÉ MÓDY JAKO TREND SOUČASNÉ DOBY

'Ekologové tvrdí', že nevybereme-li si správně a nerozhodneme-li se včas, nemá lidstvo šanci. Citlivější ucho vsutku slyší, že lidská chamtivost už svou dlouhou rukou občas hrábne o dno. '

Ivo Možný: Proč tak snadno...

Koncept pomalé módy Slow fashion je poměrně nový fenomén a zdroje odborné literatury na toto téma ještě nejsou dostatečně rozšířené. V úvodních kapitolách týkajících se problematiky módy vycházím především z děl sociologů, kteří se zabývají buď módou, nebo fenomény jako konsumerismus, globalizace, masová kultura a podobně. Jedná se především o texty a citace Gillese Lipovetského, Egona Bondyho, Ruedigera Dahlkeho, Roberta Raiche a dalších.

Nicméně již existují online zdroje a monografie, kde můžeme informace na téma udržitelné a etické módy vyhledat. V první kapitole jsem se rozhodla pojem konceptu hnutí 'Slow Fashion' nastínit spolu se současnou mainstreamovou módní produkcí 'fast fashion'. Vysvětlení konceptů módních systémů považuji za důležité pro propojení souvislostí v dalších kapitolách mé práce, kde navazuji na výzkum dalších aspektů udržitelného podnikání, vztahy se zákazníky a spotřebiteli.

Módní odvětví je obecně považováno za druhé z nejšpinavějších ve světě. Je spojováno s velkými environmentálními dopady a nadměrným konsumerismem, který způsobuje mnoho světových problémů. Jedním z nepříznivých faktorů je tzv. módní systém 'fast fashion', (rychlá móda). Můžeme ji charakterizovat jako masově konzumovanou, levnou, pro kterou

je typická rychlost spotřeby a rychlost produkce v zemích s nízkými standardy pracovních podmínek, a bezpečnosti a s relativně levnější pracovní silou, jejichž výdělky nepokryjí ani základní životní potřeby.

Výsledkem jsou módní atrikly z nekvalitních materiálů, kde jsou viditelné známky obnošení již po prvním nošení. Nové ekonomické vztahy nabízejí příležitosti, rozšiřují výběr úžasných obchodů a nízké ceny módních artiklů otevírají možnosti širokým vrstvám obyvatel, které si mohou dovolit kupovat nové oblečení po pár nošeních. Nikdy předtím nemělo tak velké množství lidí tak snadný přístup k tolika možnostem. Fast fashion dokáže velice rychle reagovat na touhy a potřeby spotřebitelů/zákazníků a ve své rychlé produkci se inspiruje jak trendy ulice tak přehlídkovými moly.

Téměř v každém městě dnes najdeme obchodní řetězce s levnými módními artikly.

Spotřeba módních artiklů podle Lipovetského<sup>1</sup> slouží k uspokojení vlastních soukromých potřeb: „Nákup drobných kusů oblečení dává nejen možnost častěji uplatňovat svůj výběr, ale také si častěji, dělat radost’.“

Odezvou na potřebu odpovědnějšího, etičtějšího a poctivějšího globálního módního průmyslu se stalo hnutí tzv. pomalá módy „slow fashion“ se šetrnější produkcí, jako aktuální alternativa a trend současné doby.

Obhájkyně pomalé módy Kate Fletcher<sup>2</sup> výstižně vyjádřila slovy termín Slow fashion v časopise *The Ecologist* :

„Pomalá móda je o navrhování, výrobě, spotřebě a lepším životě výrobku. Pomalá móda není založená na bázi času, ale kvality (která má nějaké časové komponenty). Pomalá není opakem rychlé (nejde o dualismus), ale odlišný přístup, ve kterém si jsou designéři, podnikatelé, maloobchodníci a spotřebitelé více vědomi toho, jaké mají výrobky dopady na pracovníky, společnost a ekosystémy...Slow fashion, přecházející od kvantity ke kvalitě, snižuje tlak času. To umožňuje dodavatelům plánovat objednávky, předpovídat počty potřebných pracovníků a investovat v dlouhodobém horizontu.“

---

<sup>1</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. Praha: Prostor, 2002, ISBN 80-7260-063- X.

<sup>2</sup> FLETCHER, Kate. Slow fashion. *The ecologist* [online]. 2007 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <https://theecologist.org/2007/jun/01/slow-fashion>

## 1.1 MÓDNÍ REVOLUCE

Aktivistické hnutí Fashion Revolution získává na popularitě veřejnosti každým rokem. Je to mezinárodní iniciativa, která vznikla v Londýně, v přímé reakci na pád bangladéské oděvní továrny Rana Plaza, 24. dubna 2013. V jejích troskách zahynulo 1130 lidí a více než 2500 dalších bylo zraněno.

Všechny organizace módní revoluce zpochybňují současný módní systém a jeho environmentální, sociální a psychologický dopad. Je to úsilí o radikální změnu způsobu, jakým jsou oděvy vyráběny a spotřebovávány a aby naše oblečení bylo vyrobeno bezpečným, čistým a spravedlivým způsobem. Společným zájmem je propojenost módy a potřeby rozvíjet průmyslový standard, který hodnotí lidské blaho a zdraví našeho ekosystému. Snahou je sjednocení lidí a organizací a společné spolupráce v celém hodnotovém řetězci - od zemědělce až po spotřebitele.

Britská poslankyně Mary Creagh<sup>3</sup>, předsedkyně výboru pro audit životního prostředí se na stránkách hnutí fashion revolution vyjádřila k módnímu průmyslu:

"Móda by nás neměla stát naši Zemí. Ale způsob, jakým navrhujeme, vyrábíme a odkládáme oděvy, má obrovský dopad na životní prostředí. Výroba oděvů vyžaduje toxické chemické látky a vytváří emise, které mění klima. S každým praním vypustíme tisíce plastových vláken kanalizací do oceánů. Nevíme, kde a jak recyklovat oděvy."

Z pozice zaměstnance v jednom řetězci rychlé módy vyjádřila své znechucení blogerka a fotografka Barbora Perglová<sup>4</sup> ve svém článku Peklo na dosah. "Ty věci strašně smrdí. Plastem, špínou a umělinou. Z těch toxických výparů se vám při rozbalování desáté krabice plastových bot udělá chtě nechtě šoufl. A vůbec se nedivte, že se vám ruce zbarví do duhova. Představa toho, jak se někomu zbarví pokožka, až bude tyhle věci celý den nosit je směšná. Dokud vám na kůži po rozbalování nenaskočí vyrážka."

---

<sup>3</sup> Fashion Revolution. Fashion revolution [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.fashionrevolution.org/tag/fast-fashion>Překlad: Lenka Drgová

<sup>4</sup> PERGLOVÁ, Bára. Peklo na dosah. In: *Bara Perglová* [online]. 4.3. 2019 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <http://www.baraperglova.com/blog/2019/3/peklo-na-dosah?fbclid=IwAR0k6QtNRtv-flr6vgxK5mvgwshERsdxuNt6qc-G2jpP3alYdkunkafQtk>

“Pracovat stále intenzivněji, abychom obstáli v systému, kde je konkurence stále nelítostnější; prodávat sebe sama se stále větší odhodlaností v prostředí, které mění téměř každého v cosi jako spekulanta se sebou samým; vymezovat se podle bohatství, vzdělání a zdraví v systému, který takové dělení neustále usnadňuje - tyto jevy jsou důsledkem jakéhosi samopohybu. Čím víc lidí v něm bude ponořeno, tím nevyváženější situace vznikne a tím obtížněji se bude volit jiná cesta.”<sup>5</sup>

Na trend udržitelnosti začaly postupně reagovat i velké módní řetězce a postupně přizpůsobovat jejich nabídku o udržitelné výrobky a kolekce. Módní značka H&M obohatila svůj sortiment kolekci Conscious Exclusive a tím poukazovat na nutnost tvorby udržitelné a etické módy.

„Použití dvou nových udržitelných materiálů v kolekci je nesmírně vzrušující. Vytvořením úchvatné krajky z materiálu ECONYL® a překrásných šperků z recyklovaného stříbra totiž dál posouváme hranice udržitelné módy. Velmi příznačné v tomto ohledu bylo i dílo Karin Larssonové, protože její stylizované motivy, odvážné kompozice a použití barev po celém domě předstihly dobu. Byla opravdu silná žena, a právě tohoto ducha jsme vyjádřili,“ Ann-Sofie Johansson, kreativní poradkyně v H&M.<sup>6</sup>

Kolekce Conscious jsou vyráběny z recyklovatelných materiálů, jako je organické plátno, organická bavlna, organické hedvábí, materiál TENCEL™ a recyklovaný polyester. Kromě toho zahrnuje a experimentuje s dalšími novějšími eco-friendly materiály - recyklované stříbro a ECONYL® - vlákno vyrobené z rozložených rybářských sítí a jiného nylonového odpadu.

---

<sup>5</sup> REICH, Robert B. *V pasti úspěchu: diagnóza kapitalismu 21. století*. 1. Praha: Prostor, 2003. ISBN 8072600966.

<sup>6</sup> HONG, Veronika. Kolekce, kterou milujeme my i příroda: H&M Conscious Exclusive 2018. In: *Marianne* [online]. 2018 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <https://www.marianne.cz/clanek/kolekce-terou-milujeme-my-i-priroda-hm-conscious-exclusive->

Ne všichni vnímají pozitivně tyto snahy módních řetězců a uzpůsobení jejich prodejní nabídky k více udržitelné variantě. Názorů je mnoho a v mnoha příkladech jsou protikladné.

Na svém instagramovém účtu se vyjádřila k tématu pomalé módy mladá slovenská stylistka, blogerka a obhájkyň pomalé módy Natália Pažička<sup>7</sup>, která se rozhodla začít šířit osvětu prostřednictvím YouTube kanálu. Paradoxně vyjádřila svůj názor na 'slow fashion' iniciativy v rámci velkých řetězců a jejich zavádění udržitelných kolekcí:

“Značky jako H&M a ani jejich kolekce jako H&M conscious, nikdy udržitelné nebudou. Kolekce takového typu jsou doplňkem marketingu dané značky. Není využita na vzdělávání zákazníka o omezení konzumu jako takového, je určena k prodeji v masách.”

Své prohlášení doplňuje vysvětlením pojmu *smart marketing*, které tyto řetězce používají:

“Je to marketing, kde za lidi vyřešíme jejich výtku, aby mohli nakupovat ještě více.

Příkladem je H&M a jejich sběrné boxy na staré oblečení, které mají v jejich prodejnách.

Nejprve tam oblečení dáte a máte dobrý pocit, že se nevyhodili, že se recykluje a že máte tím pádem nárok na nové. Za přinesení oblečení Vám v obchodě dají poukázku / slevu na nákup a tak můžete nakupovat do zbláznění.”

“Jsme to my sami, kdo v roli spotřebitelů a zákazníků toto kolo roztáčíme do vysokých obrátek. Jsme to my, kdo stojíme před volbou podobné té, před níž stáli naši předci před zhruba sto lety: jak užívat bohatství, které nám nová ekonomika nabízí, a uchovat si přitom svou vlastní identitu, lidskou tvář a důstojnost.”<sup>8</sup>

## 1.2 VÝVOJ MÓDNÍHO PRŮMYSLU

Se změnou politického režimu a sametovou revolucí přišla transformace obchodu a nakupování, a došlo k zásadním změnám v chování nás lidí jako spotřebitelů. Sortiment spotřebního zboží se rozšířil a na základě marketingových strategií naše životy začaly být definovány produkty a službami, které si každý den kupujeme. Začal nám být podsouván

---

<sup>7</sup> NATALIAPAZICKA. Udržitelná fast fashion. In: *Instagram* [online]. 10.4. 2019 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/BwFVrVipbIS/>

<sup>8</sup> REICH, Robert B. *V pasti úspěchu: diagnóza kapitalismu 21. století*. V českém jazyce vyd. 1. Praha: Prostor, 2003. ISBN 8072600966

jakýsi nový model způsobu života, který bychom měli žít a který udělá náš život kvalitnější. Evropský styl prodeje se přestal řídit jen nabídkou a poptávkou, ale převzal americkou cestu.

Velmi výstižně popsal americký způsob prodeje Ruediger Dahlke ve své knize 'Čím onemocněl svět?' "Američané velmi brzy začali poptávku nejprve vytvářet a pak ji uspokojovat. Opravdové umění této strategie spočívá v tom, že někomu prodám něco co nepotřebuje, ale ochotně za to zaplatí penězi, které nemá, avšak ochotně si vypůjčí od toho, kdo mu za ně prodá zboží, jež nepotřebuje."<sup>9</sup>

Věk úžasných obchodů: výběr je téměř neomezený a sáhnout po něčem novém je tak snadné. To je základní princip nové ekonomiky.<sup>10</sup>

"Když hledáme společné prvky zatím vskutku libovolně zvolených příkladů začarovaných kruhů průmyslové společnosti, nalezneme jen několik málo principů, jež jsou základem uvedeného dilematu. V hospodářském růstu stejně jako v masovosti máme klasické příklady svědčící o tom, že kvantita je nadřazována kvalitě, za což dříve nebo později draze zaplatíme."<sup>11</sup>

V módním průmyslu, ale i v dalších odvětvích stále panuje konkurenční boj a snaha přilákat zákazníky. Jako vlastník malé značky jsem přirozeně pod tlakem. Kolem jsou miliony webových stránek a mnoho dalších výrobců a obchodníků bojuje o výhodnou pozici a pozornost potenciálních zákazníků, kde stále většina z nich chce stále nakupovat za nízké ceny a touží po jistotě konzumu.

Sociolog Jan Keller<sup>12</sup> ve své knize 'Až na dno blahobytu' nevidí na nástupu hrozivé ekologické krize, jehož jsme přímými svědky, nic překvapivého.

---

<sup>9</sup> DAHLKE, Rüdiger. *Čím onemocněl svět?: moderní mýty ohrožují naši budoucnost*. Praha: Ikar, 2004. s. 137. ISBN 8024903806.

<sup>10</sup> LIPOVĚTSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti*. Vyd. v Praze: Prostor, 2002. s 27. ISBN 80-7260-063-X

<sup>11</sup> DAHLKE, Rüdiger. *Čím onemocněl svět?: moderní mýty ohrožují naši budoucnost*. Vyd. 1. Praha: Ikar, 2004. s. 37. ISBN 8024903806.

Konstatuje: “Bylo by naopak s podivem pokud by chování moderní společnosti, která zcela bez zábrán drancuje prokazatelně omezené zdroje přírody, nakonec vedlo k výsledkům méně zoufalým.”

“Všude vládne diktát hesla *'stále víc'*. Zároveň se pachtíme za myšlenkou *'stále levněji'*, která koneckonců vždy cílí na *'stále víc'* peněz'. Z tohoto pravidla neexistují prakticky žádné výjimky.”<sup>13</sup>

Podle Egona Bondiho<sup>14</sup> v jeho knize O Globalizaci “ Existují ovšem odlišnosti ve vztahu ke konzumu, jak u jednotlivců tak u sociálních celků. Kulturní tradice se ale mohou měnit překvapivě rychle, zejména v případě, že jejich změna přináší hmatatelné materiální výsledky. Podkladem kultury bývá zprvu soubor pragmatických norem. Ty vznikají jako reakce lidského společenství na jisté prostředí, jisté podmínky.

Když se toto prostředí změní například po změnách v dostupnosti zboží, technologií a hospodářských mechanismů, kultura a s ní i postoje a hodnoty se plasticky přizpůsobují”

“Potenciální zákazníci mají stejný problém, jenom zažívají problém konzumu z opačné strany. Jsou zaplaveny informacemi - reklamami, cenovými nabídkami, vizuálním harampádím všeho druhu, překřikováním. Vznikající ekonomika jim dává velikou moc, aby získali, co si přejí, ale jen pokud to dokážou najít. S rostoucím počtem možností výběru roste také zmatek zákazníků. Potřebují důvěryhodné poučení, kde najít to co hledají.”<sup>15</sup>

„Lidé se tlačí v rychlících,” řekl malý princ, „ale už nevědí co hledají. A tak se rozčilují a motají se dokolečka...”<sup>16</sup>

---

<sup>12</sup> KELLER, Jan. *Až na dno blahobytu*. Vyd. 1. V Brně: Hnutí Duha, 1993. s. 93. ISBN

<sup>13</sup> DAHLKE, Rüdiger. *Čím onemocněl svět?: moderní mýty ohrožují naši budoucnost*. Praha: Ikar, 2004. s. 230. ISBN 8024903806.

<sup>14</sup> BONDY, Egon. *O globalizaci*. Brno: L. Marek, 2005. s. 144. ISBN 8086263606.

<sup>15</sup> REICH, Robert B. *V pasti úspěchu: diagnóza kapitalismu 21. století*. Praha: Prostor, 2003. s. 65. ISBN 8072600966

<sup>16</sup> DE SAINT-EXUPÉRY, Antoine. *Malý princ*. Vyd. 2. Praha: Fortuna Libri, 2015, s. 82. ISBN 978-80-7321-931-4

“K lidem je potřeba přistupovat nikoliv jako k celku, který je nutno naprogramovat k jednoznačnému a jedinému revolučnímu chování. S ohledem na jejich různorodost je spíše třeba naučit je samostatně myslet, tedy ptát se, proč myslí zrovna takovým způsobem a ne jiným, co nebo kdo je k tomu vede. Je třeba zpochybnit, že existuje jen jeden způsob myšlení.”<sup>17</sup>

“Udržitelnost začíná v hlavě. Udržitelnost je nebýt ovcí a sluhou módních značek. Možná by nás mělo zajímat méně to, co máme na sobě a možná více to, co máme kolem nás.”<sup>18</sup> Je zřejmé, že se pohled na módní průmysl postupně mění a začíná se šířit osvěta, už tím, že se o tématech veřejně mluví. Jsou předkládány způsoby a manuály jak se konzumnímu způsobu vyhnout což snad povede k transformačním změnám a zodpovědnějšímu přístupu k hodnotám a etickému způsobu myšlení.

Dnešní nakupující pahnou po hodnotách a chtějí dát svůj přístup najevo, což jde ruku v ruce s módním průmyslem, který začal brát v posledních dvou letech udržitelnost mnohem vážněji. Lhostejnost se postupně mění ve vědomý vztah k životnímu prostředí a životnímu stylu. Čím dál více lidí na celém světě si začíná postupně uvědomovat dopady globalizace na život jednotlivce.

Příkladem jsou pravé kožešiny, která se postupně stávají módním faux pasem nebo přibývají on-line prodejci a secondhandové oblečení. V článku online serveru iDNES.cz/ Ekonomika z 20.března 2019 se píše, že za deset let bude mít americký trh s použitým oblečením podle odhadů téměř 1,5krát vyšší hodnotu než trh s „rychlou módou“. V roce 2018 bylo šest procent obsahu dámských skříní ze second handu. V roce 2028 by to mohlo být už 13 procent.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup>. BONDY, Egon. O globalizaci. 1. vyd. Brno: L. Marek, 2005. s 146. ISBN 8086263606.

<sup>18</sup>. NATALIAPAZICKA. Udržitelná fast fashion. In: *Instagram* [online]. 10.4. 2019 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/BwFVrVipbIS/>

<sup>19</sup>. EMO. H&M a Zara mají problém. Lidé čím dál víc nakupují použité oblečení Zdroj: [https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/trh-se-secondhandovym-oblecenim-rose.A190320\\_103706\\_eko-zahranicni\\_nio](https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/trh-se-secondhandovym-oblecenim-rose.A190320_103706_eko-zahranicni_nio). In: *Idnes.cz: Ekonomika* [online]. 20.3.2019 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/trh-se-secondhandovym-oblecenim-rose.A190320\\_103706\\_eko-zahranicni\\_nio?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=sharecd&utm\\_campaign=desktop](https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/trh-se-secondhandovym-oblecenim-rose.A190320_103706_eko-zahranicni_nio?utm_source=facebook&utm_medium=sharecd&utm_campaign=desktop)

Nejen módní trh je od roku 2019 hladový po vytvoření ekologičtějšího módního prostředí s koncovou prodejnou a vědomější ekonomikou.

V únoru v roce 2019 internetový server [fashionista.com](https://www.fashionista.com) zmínil reporty ze společnosti Rank and Style, analytické platformy, která využívá data-řízené analýzy a svým výběrem se zaměřuje na 'top ten' seznamy v odvětví módy a kosmetiky. Podle analýz této společnosti se ve vyhledávači Google termín "udržitelné módní značky" zvýšil o 25 procent od roku 2017 do roku 2018, a o 61 procent od roku 2016.

Beth Zerdecki, hlavní produktová a marketingová ředitelka společnosti Rank and Style, uvádí, že v letech 2016 až 2018 došlo k nárůstu tržeb ve společnostech řízených udržitelností o 450 procent, jako jsou společnosti Everlane, Allbirds a Reformation; Kromě toho, Rank a Style uvádí, že redakční zmínky o termínu "udržitelné módní značky" mezi publikacemi jako Elle, Vogue a Refinery29 vzrostly mezi lety 2017 a 2018 o 83 procent - meziročně o 267 procent.<sup>20</sup>

I tak je ale v dnešní době pro spotřebitele obtížné nemít pochybnosti a vědět, komu a kterému produktu můžeme opravdu důvěřovat. Je těžké se dopátrat kdo stojí za konkrétní značkou, jaký má postoj a v co věří. Udržitelnost se může promítnout ve všem, je to způsob myšlení, hodnoty a díky tomu si volíme i designéry. Není to jen o materiálech, procesu navrhování a výrobním procesu. Bereme v úvahu i osobnost designéra a jeho přínos pro lidstvo. Zamýšlíme se i nad svým každodenním životem a to také může ovlivňovat proces rozhodování, výběru a volby. Požadavky na průhlednost a transparentnost ohledně místa, odkud naše oblečení pochází, a to, co se odehrálo předtím, než se k nám dostalo, stále narůstá a je podporované zejména kampaněmi, jako je #whomademyclothes, která vyzývá módní značky k transparentnosti.

---

<sup>20</sup> Sustainable Fashion Brands End to End Retail Economy. In: *Fashionista.com* [online]. 2019 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://fashionista.com/2019/02/sustainable-fashion-brands-end-to-end-retail-economy>

Spotřebitelé chtějí vědět, co se děje s jejich produkty před jejich nákupem. Proto je transparentnost důležitá pro značky a dodavatelské řetězce, aby si vybudovali důvěru s moderními a sociálně uvědomělými zákazníky.

Společnosti a módní návrháři, kteří se nebojí odhalit podmínky výroby jejich oblečení sdílejí fotky s hashtagem #imadeyourclothes a reagují tím na tuto kampaň. V této souvislosti bych ráda zmínila módní návrhářku Martine Jarlgaard z Londýna, která ve spolupráci se softwarovou společností Provenance vytvořila transparentní platformu, která využívá technologii bloků pro zvýšení sledovatelnosti dodavatelského řetězce. Tato platforma dává značkám možnosti vysledovat každý krok hodnotového řetězce - odkud pochází a jak se získává materiál pro výrobu a jakým způsobem jsou textilie vyráběny a dodávány - umožňující módním společnostem převzít udržitelnější způsoby 'end-to-end' prodeje.

V interview se zakladatelkou iniciativy Lissome, Dörte Lange, Martine Jarlgaard<sup>21</sup> vysvětluje stručný popis toho, jak funguje bloková technologie:

"Blockchain je decentralizovaná kniha, která umožňuje ověřit pravost, ať už se jedná o kryptoměny, investice, dodavatelské řetězce nebo něco úplně jiného. Skládá se ze sítě nezávislých počítačů ověřujících data a není řízena jednou osobou, společností nebo institucí. To je samo o sobě vysoce relevantní pro svět, v němž žijeme, protože má potenciál změnit dynamiku moci a změnit způsob, jakým podnikáme. “

### 1.3 NOVÉ PŘÍSTUPY A PREZENTACE MÓDY

“Nová společnost a nový člověk se stanou skutečností pouze tehdy, když budou staré motivace - zisk a moc - nahrazeny novými.” Erich Fromm

V módě a designu začaly postupně vznikat nové komunity, iniciativy a kolaborace, které ukazují udržitelnější a uvědomělejší způsoby tvorby a produkce, které ve skutečnosti mohou být velice obohacující a prospěšné.

---

<sup>21</sup> LANGE, Dörte. Discussing The Role Of Technology In The Future Of Fashion With Martine Jarlgaard. In: *The Lissome* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.thelissome.com/blog/2017/11/24/martine-jarlgaard-london?rq=Martine%20Jarlgaard>

Alternativní možnosti a osvětová činnost narůstají, a to i v menších městech jako je Praha. Příkladem jsou aktivní Slow Fashion iniciativy, které sdružují návrháře a značky a pořádají rozmanité akce, přednášky a události. Jedním z nich je například Sustainable Fashion Day, festival udržitelné módy, který nabízí jiný pohled na módní průmysl nebo nový módní magazín Slou v čele se zakladatelkou Kamilou Boudovou nebo Modeschau věnovaný české módě v čele s Veronikou Ruppert, která dlouhodobě spolupracuje s s Radiem Wave a natáčí reportáže o české módě, od designu až po průmysl, kulturní akce a výstavy.

Veronika mimo jiné kurátorsky spolupracuje na programu konferencí Business Forward Forum pro MBPFW a jako art director, dramaturg a stylistka spolupracuje na projektech, které jí dělají radost, třeba na mezigeneračních výstavách, kampaních a workshopech Modeschau. Díky Kamile, Veronice a podobným iniciativám vzniká příjemný prostor ke vzdělávání a kladení si klíčových otázek o udržitelnosti, které by si měli klást vědomí spotřebitelé: Jaký je současný stav módního průmyslu a kam směřuje? Může změna pohledu ovlivnit naše zdraví a životní prostředí a zároveň plnit naše očekávání?

Veronika Ruppert se vyjádřila o nakupování v řetězcích “Nakupovat v běžných obchodech mě nebaví, když tam vidím viset desítky stejných věcí, které už dopředu vypadají jako nekvalitní trendový hadr, je mi z toho smutno.”<sup>22</sup>

Přibývá čím dál více uvědomělých návrhářů a spotřebitelů, kteří vyrábí nebo nosí upcyklovanou, recyklovanou nebo lokální módu a kteří se tímto rozhodli čelit neustálému tlaku moderní civilizace a manifestovat svůj nesouhlas vůči neetické politice nadnárodních společností. Kromě toho vzrůstá počet obchodů, které udržitelnou, environmentálně šetrnou nebo lokální módu prodávají nebo propagují. Nedávno mě zaujala organizace Elpida a její projekt Ponožky od babičky.

Do projektu, který je založený na myšlence, že senioři podporují seniory, je zapojeno více jak 200 babiček z celé republiky. Broňa Hilliová vede v Elpidě kulturní projekty a značku založila Andreou Erziaková, která je srdcem projektu. Myšlenkou je, že produktem, konkrétně pletenými páry ponožek, které vyrábějí seniorky, si přivydělají peníze a zároveň podpoří organizaci, aby mohla připravovat programy pro další seniory.

---

<sup>22</sup> BOUROVÁ, Tereza. SLOW STYLE – VERONIKA RUPPERT. In: *Secondround* [online]. 15.4.2018 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: zdroj. <http://secondround.cz/?p=2371>

„Jednáme prostě podle toho, čemu věříme. Pokud jsme uvěřili tomu, že budeme 'in' jedině pokud si každý měsíc koupíme něco nového na sebe, tak se z toho diktátu nedá vyvlíknout.“<sup>23</sup> Kamila Boudová

#### 1.4 INSPIRATIVNÍ INICIATIVY A OSOBNOSTI

Inovativnější způsoby působení a podnikání s menší produkcí odpadu, s větší lidskostí a společenskými hodnotami mají už své zastoupení i mezi korporacemi, podnikateli a neziskovými organizacemi. Rozhodli se pro transparentní přístup, který přispívá k pozitivním změnám nejen v módním průmyslu, který může postupně přecházet k přenastavení způsobu myšlení celé společnosti a systému.

Krásně to vyjadřuje poesie a metafora od Raine Maria Rilke o moudrosti Země a spojitosti všech bytostí: "Kdybychom vše odevzdali inteligenci Země, mohli bychom povstávat z kořenů, jako stromy.”

Je velmi inspirující tvorba designérů, kteří přistupují k oděvu konceptuálně a zároveň udržitelně. Anne Schwalbe a Ayumi Paul jsou jedny z nich, jejichž tvorba mě svým konceptem velmi oslovuje. Anne a Ayumi tvoří ručně šité textilie, které odrážejí jejich zájem o transformaci tkanin. Obě ženy používají ve své tvorbě své jedinečné oděvy jako metody zkoumání zdánlivě duálních myšlenek: hmatatelnost a pomíjivost, nadčasovost a stárnutí, tvorba a obnovení.

V nedávném rozhovoru 'Stories within Stitches' na online platformě Lissome pojednávají o tom co nám může jeden oděv říci o jeho výrobcí a materiálech, které jej tvoří a jak se jejich příběh mění v čase? V rozhovoru popisuje Ayumi Paul<sup>24</sup> process tvorby šatů, které, odráží mnoho příběhů mnoha žen v jejím životě:

---

<sup>23</sup>. Greenglasses. UDRŽITELNÁ MÓDA JE O PŘENASTAVENÍ PROGRAMU V HLAVĚ. In: *Greenglasses* [online]. [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <https://www.greenglasses.cz/cs/udrzitelna-moda-je-o-prenastaveni-programu-v-hlave/>

'Bylo krásné vidět, tak intenzivně prožít proces tvorby šatů, že jsme skutečně součástí systému. Nikdo z nás není sám; Jsme vždy ovlivňováni vším, co je kolem nás, a my jsme neustále s touto pavučinou utvářející život v nás a život kolem nás. Co mě fascinuje, je, že všechny ženy, které něco daly, jsou, jak jsme my všichni, v procesu stárnutí, zrání. Takže i když by šaty mohly vypadat povrchně, stejně jako před rokem, mění se každou sekundu, protože všechny ženy v tomto oblečení se mění. A některé ženy, které jsou v těch šatech, už ve skutečnosti nejsou naživu, protože látka byla darovaná sestrami, dcerami, ženami, které si přály spojit tyto ženy s větším příběhem. Takže si myslím, že jsem se nenaučila nic nového. Ale povzbudilo mě to a utvrdilo v mé víře v propojenost všech příběhů.'

„Nemyslím si, že je nutné něco změnit, tak abych mohl prohlásit, že je to nové. Nudí mě veškerá reklama, která neustále slibuje nové věci, protože nepotřebuji nové věci tak často. Raději bych měla dobré věci, které můžu nosit nebo používat a které mi slouží už léta.“<sup>20</sup>

Velkou inspirací jsou pro mě také společnosti, které postupně vznikají ve světě. Jedna z nich je mezinárodní online časopis a již výše zmíněná kreativní agentura se sídlem v Berlíně Lissome, jejichž vývoj sleduji od doby jejich vzniku. Tato iniciativa sdílí moudrost a poznatky o progresivním a etickém přístupu k módě a životnímu stylu. Jejich přístup je jednoduchý a zároveň sofistikovaný.

Od svého uvedení na trh na jaře roku 2016 zvýšila tato společnost pojem udržitelnosti v módě díky své kvalitní módní fotografii a inspirativnímu psaní, oslavuje jednotu estetiky a účelu. Lissome své působení charakterizuje na svých stránkách jako 'pocit, kdy sledujete dlouhé, půvabné listy trávy, svištějící se ve větru, "lissome" je pokus o vysvětlení něčeho, co je v zásadě nevýrazné, okamžik klidného vědomí, které jste zažili, ale nikdy to nevyjádřili slovem.

---

<sup>24</sup> LANGE, DÖRTE. Stories Within Stitches Ayumi Paul Anne Schwalbe. In: *The Lissome* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.thelissome.com/blog/2019/1/13/stories-within-stitches-ayumi-paul-anne-schwalbe>



Obr.č.1 zdroj Lissome Mission.

Lissome nabízí holistický pohled na módu na prahu nové éry. Přináší a propojuje příběhy a vize designérů, řemeslníků a měnících se profesionálů napříč obory, pomáhá iniciovat nový způsob života a bytí skrze rozjímání a transformační sílu krásy a estetiky.<sup>25</sup>

Zajímavou a inspirativní osobností je pro mě také Sigrid McCarthy, zakladatelka průkopnické publikace Intent Journal, který se zaměřuje na výzkum etiky stylu. Umožňuje otevřený a upřímný dialog o etice v oblasti módy a podporuje úroveň vnímavosti, která v současné době chybí jak v módním průmyslu, tak i ve světě. Obsah magazínu je založen a formován na odborných znalostech nejen kreativních tvůrců, ale také maloobchodníků, zemědělců, pedagogů, designérů, ekologů, odborníků na etické zdroje, regulátorů a dalších.

Tento široký obsah pomáhá tomuto online mediu budovat důvěryhodnější a vyváženější platformu.

---

<sup>25</sup>.About. The Lissome [online]. ©2019 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.thelissome.com/mission>

Obr.1 Mission. In: The Lissome [online]. ©2019 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.thelissome.com/mission>

Sigrid kromě toho řídí média a komunikace v ECA, což je akreditační orgán, který dohlíží na to aby australské dodavatelské řetězce byly plně transparentní a legálně kompatibilní.

“Věříme, že práce agentury ECA zlepšuje standardy v celém lokálním průmyslu a podporuje obchodní benefity managementu dodavatelského řetězce. Spolupracujeme s australskými společnostmi a zajišťujeme, aby si byli vědomi svých zákonných povinností a odpovědností při zaměstnávání místních tvůrců. Jedná se o právě probíhající proces, kdy stále více společností začíná rozpoznávat hodnotu v souladu s pravidly třetích stran a etickými obchodními praktikami, což se odráží v našem rostoucím počtu akreditací a zvyšujícím se počtu značek, které se rozhodly využít akreditaci ve svém marketingu, aby získaly další přidanou hodnotu do jejich obchodního příběhu.”<sup>26</sup>

Neméně inspirativní osobností je pro mě také Evelyn Mora, finská podnikatelka a mluvčí udržitelného a cirkulárního módního průmyslu. Evelyn je také zakladatelka týdne módy ve Finsku - Helsinki Fashion Week, který je založen na 100% udržitelnosti a cirkulární ekonomice. Cirkulární ekonomika je koncept, který je integrální součástí udržitelného rozvoje. Zabývá se způsoby, jak zvyšovat kvalitu životního prostředí a lidského života pomocí zvyšování efektivity produkce.

Po pročtení rozhovoru s Evelyn Mora, jsem se pokusila podrobněji prozkoumat metodu udržitelného a cirkulárního průmyslu a zásad *Cradle to Cradle*. Zaujalo mě to jako možnost pro případný koncept budoucí tvorby. Jelikož bych chtěla směřovat k tomu abych umělá vlákna nahradila obnovitelnými materiály: výrobky s dlouhou životností a obnovitelnými přísadami. Mám v úmyslu se zaměřit na výzkum bioproduktů a kompostovatelných materiálů, které v České republice zatím nejsou dostupné.

---

<sup>26</sup> Sigrid McCarthy manages Media and Communications at Ethical Clothing Australia, the accreditation body that ensures Australian supply chains are fully transparent and legally compliant. In: *Makegood.world* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.makegood.world/interview-sigrid-mccarthy-eca>

Metodou Posuzování životního cyklu není obtížné dojít k závěru, že pokračovat s tradiční produkční koncepcí Cradle to Grave (Od kolébky do hrobu), která vychází z lineárního produkčního řetězce, není cestou k dosažení udržitelného průmyslu. V tomto modelu vzniká odpad jak na konci řetězce v podobě použitého výrobku, tak v průběhu výrobního procesu. Tím mohou být třeba zplodiny vzniklé při transportu nebo rafinaci, přebytky výroby nebo obaly.

Design výrobku v produkčním řetězci podle zásad Cradle to Cradle by měl zohledňovat environmentální šetrnost, možnost rozebrání na jednotlivé materiály a zdravotní nezávadnost prvotního produktu. Jednotlivé součástky musí být možné snadno přeměnit zpět na zdrojovou surovinu, z níž lze vyrobit výrobek o srovnatelné kvalitě jako byl ten původní.

Klíčové je, aby používané materiály byly navzájem odděleny do dvou nezávisle cirkulujících okruhů, jež se řídí rozdílnou logikou. První operuje s látkami organického původu, které jsou snadno odbouratelné a není u nich proto problém navrátit je zpět do biosféry. Druhý operuje se syntetickými látkami, jež by měly být do produktů vkládány tak, aby bylo možné je z nich následně extrahovat a opět použít, a nebylo tak nikdy nutné je do biosféry navracet.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Cirkulární ekonomika. In: *Cs.wikipedia.org* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Cirkulárn%C3%AD\\_ekonomika](https://cs.wikipedia.org/wiki/Cirkulárn%C3%AD_ekonomika)

Všechny výše uvedené organizace a iniciativy přispěly k prvotní inspiraci a nápadu multidisciplinární spolupráce s inovativními značkami, designéry a organizacemi na poli designu, řemesla a umění, se kterými souzním a sdílím podobné hodnoty.

Vznikl Projekt Z(line) během mé praxe v showroomu Playbag v Praze a ve Zlíně a pár měsíců na to společný editorial v prostorách Krajské galerie výtvarného umění ve Zlíně, která tento projekt tímto podpořila. Následoval další lokální fotografický projekt 'Feel Move Breathe'. Tyto kolaborace podrobněji popisují v dalších kapitolách.

## **PLAYBAG**

Ke zlínské značce Playbag mám vřelý vztah nejen proto, že je ze Zlína ale i proto, že její příběh a působení komunikuje smysluplným a konzistentním způsobem.

## **2. PLAYBAG SHOWROOM JAKO OTEVŘENÝ PROSTOR PRO DESIGNOVOU PLATFORMU**

Zlínskou značku Playbag založil v roce 2009 Aleš Loch, který se dostal do povědomí zákazníků prvními produkty, které byly batohy a tašky vyrobené ze starých autoplachet s hravým a zábavným designem. Značka stala brzy populární u zákazníků nejen v Česku ale i v zahraničí. V současnosti Playbag tvoří tým 7 zaměstnanců. Znakem všech výrobků této značky je dokonalé řemeslné zpracování, čistý a nadčasový design, smysl pro detail, estetiku a funkčnost. V Playbagu se snaží propojit tradiční přístupy k řemeslu a moderní, efektivní postupy při výrobě, kdy jsou schopni dosáhnout velmi slušných výsledků v nízkých energetických nákladech. Samozřejmostí je kvalita, která je pro jejich výrobky příznačná.

Playbag produkty jsou k vidění v showroomu v Praze na Žižkově nebo v prodejní galerii ve Zlíně, která je propojena i s výrobní dílnou. Výrobky Playbag je možné zakoupit přes eshop Playbag. Značka je na trhu už poměrně dobře zavedená a její vizuální identita je rozpoznatelná. Nabídka jejich produktů je velmi široká. Od klasických aktovek, batohů až po elegantní kabelky a psaníčka či produkty pro vegany a ochránce zvířat neobsahující živočišný materiál. Playbag také postupně rozšiřuje svůj sortiment produktů o peněženky, pásky, ponožky a boty s názvem Playbot.



Obr č. 2. Zdroj: Playbag nástroje (facebook 2018)

---

Obr č. 2. Playbag. In: Facebook.com [online]. 2018 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/playbag.cz/photos/a.10150268620625623/10154783158130623/?type=1&theater>

Zákazníci mají možnost až jim produkty doslouží poslat rozbité a staré výrobky zpět do Playbagu, kde je zrecyklují a zlikvidují podle složení materiálů. Značka se nebojí se experimentovat a zařazovat nové eko-technologie jako například nový materiál Malai (kokosová kůže), kterou rádi používají.<sup>28</sup>

## 2.1. PROJEKT Z(L)INE

Projekt Z(l)ine, jehož jsem byla iniciátorem vznikl jako podpora a platforma pro mladý design, jehož cílem byla vzájemná interakce a inspirace, propojování lidí a možnosti networkingu. Mladí současní návrháři dostali možnost prezentovat a nabízet své produkty v showroomu Playbag v Praze a rozvíjet tak dialog s místní tvůrčí komunitou. Zprostředkovat mladým spoludyzajnéřům platformu je inspirující.



Obr. č. 3. Z(l)ine projekt vizuál zdroj: facebook Playbag

---

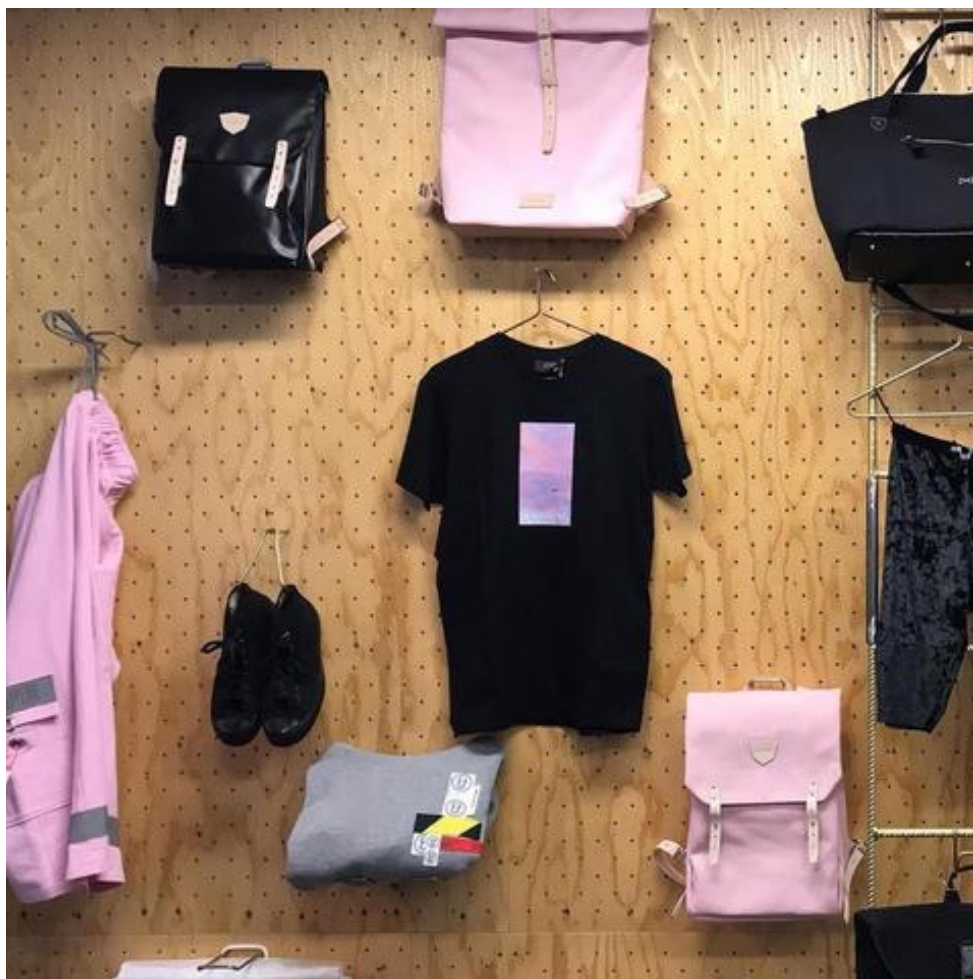
<sup>28</sup>Playbag [online]. 2019. Dostupné z: [www.playbag.eu](http://www.playbag.eu)

Obr. č. 3. Playbag. In: Facebook.com [online]. 2018 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/playbag.cz/photos/a.10150268620625623/10154783158130623/?type=1&theater>

Designéři a kreativní lidé přemýšlí jinak. Ikdyž pocházejí z různých prostředí, sdílejí určitý způsob myšlení. Odlišností jsou u každého různé techniky uplatnění tohoto způsobu myšlení ve své tvorbě. Když se jednotlivé produkty nainstalují do prostoru je zde cítit jejich vibrace a energie, která komunikuje.

Výběr se soustředil na trojici mladých talentovaných československých designerek Vivien Babicové, Kristýny Coufalové a Michaely Hriňové tvořící pod značkou AIM.

Tyto talentované návrhářky společně studovali v Ateliéru designu oděvu na zlínské Univerzitě Tomáše Bati a mají za sebou mimo jiné úspěšnou prezentaci na pražském týdnu módy Mercedes-Benz Prague Fashion Week. Tímto projektem se zmíněné návrhářky a značka Playbag dostávají do souběhu v tom co opravdu ovládají a milují: řemeslo, móda, umění. Opravdoví lidé a jejich práce ze Zlína, to je projekt Z(L)INE.



Obr.č. 4 Z(l)ine projekt display, zdroj: facebook Playbag

Tento první projekt v kolaboraci se značkou Playbag byl výchozím bodem pro další následující projekty. Otázky, které jsem si pokládala: Jak budou zákazníci Playbagu reagovat na jiné produkty než produkty na které byli v showroomu zvyklí. „Co lidé chtějí? Co by mohlo následovat? Jaký by mohl mít další projekt koncept? “.

## 2.2 EDITORIAL Z(LINE)

Další projekt, který následoval na projekt Z(l)ine bylo propojení módních designérů a již tradiční zlínské značky Playbag a vznikl pod mým vedením lokální společný editorial v prostorách Krajské galerie výtvarného umění ve Zlíně, která tento projekt tímto podpořila. Společnou vizí byly multidisciplinární spolupráce na poli designu, řemesla a umění, navazující na zlínskou tradici zpracování kůže oděvních doplňků a designu. Jako fotografku jsem oslovila Barboru Bydžovskou, se kterou dlouhodobě spolupracuji a známe se od doby jejího studia oboru Reklamní fotografie na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Barbora momentálně žije a pracuje v Praze.

V editoriale se prezentovali kromě doplňků značky Playbag i oděvy lokálních návrhářů v návaznosti na předchozí projekt Z(l)ine. Na stylingu se semnou podílela Vivien Babicová.

Do editoriale jsme se rozhodly mimo jiné zařadit hřejivé ručně pletené svetry od její babičky a propojily tím mladou generaci a starší generaci a zároveň oslovili lidi, kteří lokálnost vnímají a upřednostňují originální kusy ve kterých nikoho druhého nepotkáte.

Editorial v rozsahu osmi stran zveřejnil ve svém jarním čísle, 2019 slovenský časopis Woman.



Obr. č. 5 Woman magazín. Foto: Leona Ondrušková



Obr. č. 6 babička a časopis. Foto: Vivien Babicová

## 2.3 FEEL.MOVE.BREATHE PROJEKT

Dalším lokálním projektem, je již probíhající fotografický projekt Feel.Move.Breathe. Tento projekt není časově ohraničený a je takovou mini oslavou osobností, souznící z jogínskými principy, pohybem a mojí tvorbou. Osobnosti, které jsou inspirující a patří k Zlínu. Dlouho jsem hledala formu propagace své tvorby, která nebude násilná, ale zároveň bude mít pozitivní dopad. Něco jako ambasadorství značky, ale s přidanou hodnotou.

Každý měsíc vybíráme osobnost nebo skupinu, kteří do konceptu tohoto projektu zapadají. Inspirující, různé talenty, aspirace, které přesahují. Pečlivě vybíráme osobnosti lokace a outfít.

Příkladem jsou zlínské architektky ing.arch. Jitka Ressová Ph.D., ing.arch. Hana Maršíková ze studia Ellement, působící v oblasti architektury a designu pro které je domluvena lokace focení nově zrekonstruovaného Památníku Tomáše Bati .

Projekt se skládá ze tří fotografií nebo fragmentů. Jedná se o citlivé zachycení smyslů, pohybů, pocitů. Ponoření se hlouběji do světů každé osobnosti.

Do projektu jsem přizvala Kristínu Opálkovou, která v současnosti studuje obor Reklamní fotografie na zlínské Univerzitě Tomáše Bati a která projekt fotograficky zaštiťuje.

Kristínina tvorba mě oslovila svým citem a estetikou se kterou velmi rezonuji, proto jsem ji oslovila i pro nafocení diplomové kolekce 'Chai'.

Ke každé sérii fotografií by měl následovat v budoucnu krátký text. Ještě přesně netušíme kam nás tento projekt zavede a jestli zůstane jen pro účely propagace značky nebo třeba vyústí ve výstavu nebo knižní publikaci. Je to něco co nás hodně baví a zároveň mapuje a zanechává stopu.

*Smysly, pohyby, pocity.. ponoření se hlouběji do jejich světů.*



Obr. č. 7 moodboard projektu Feel.Move.Breathe

## II. PRAKTICKÁ ČÁST

## 3 ODĚVNÍ KOLEKCE A DOPLŇKY 'CHAI'

### 3.1 KONCEPT KOLEKCE

V Indii Holi znamená oslavu příchodu jara, vítězství dobra nad zlem, den, kdy se lidé bez rozdílů vrstev na sebe smějí, odpouštějí si, objímají se a přejí si: “Šťastný svátek Holi!”

Ale především po sobě rozverně házejí prášek všelijakých barev...

Samotný koncept kolekce čerpá inspiraci z barevnosti 'Holi festivalu', který se každoročně slaví koncem února anebo začátkem března o úplňku s příchodem jarní rovnodennosti. V Indii se tomuto úplňku říká *Phalgun Purnima*. Barevností těchto oslav, kdy lidé na ulicích po celé Indii si pořídí barevný prášek a nacházejí nesmírné potěšení v tom, že jím obarví šaty, kůži i vlasy komukoliv, kdo jim přijde “pod ruku”.<sup>29</sup>

Barevnost těchto těchto oslav se stala centrem mé práce a promítá se v dezénech a autorském tisku, který jsem na základě této inspirace vytvořila a je klíčový pro obsah a atmosféru celé kolekce.

Inspiraci odstartoval také deník z cest mého přítele, a moje vášeň pro jógu, kterou zároveň předávám dál jako lektor jógy. Jóga pochází z Indie a je jedním z nejstarších systémů, který působí celistvě na člověka tím, že sjednocuje tělo, mysl, duši a vědomí. Vede ho přirozeně k rovnováze a harmonii se sebou samým. Tyto vlivy přirozeně formují moji tvorbu diplomové kolekce 'Chai'.

Předchozí tvorba pod značkou Jo.Gaia, založena v roce 2016 se do roku 2017 orientovala výhradně na tvorbu limitovaných kolekcí oblečení pro volný čas, jógu a tanec. Prodej zaštiťovaly převážně v jógová studia v České republice a na Slovensku. Estetika značky vycházela z předchozího studia malby na University of the Arts v Londýně a je založena na odvážných barevných kombinacích s vlastními autorskými potisky.

---

MARIE. Holi, indický svátek barev, Indie. Život na cestách [online]. 13.4.2014 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <https://www.zivotnacestach.cz/holi-indicky-svatek-barev-indie/>

Během magisterského studia jsem značku a tvorbu v atelieru dizajnu oděvu posunula o nové technologie a produkty a větší rozsah produktové řady - boty, doplňky v kolaboraci. Diplomová kolekce všechny tyto prvky obsahuje. Kolekci jsem rovněž obohatila o prvky sportu a streetwearu. Důraz kladu na výtvarnou tématickou stránku kolekce v kombinaci s perfektní řemeslným zpracováním.

### 3.2 MOODBOARD

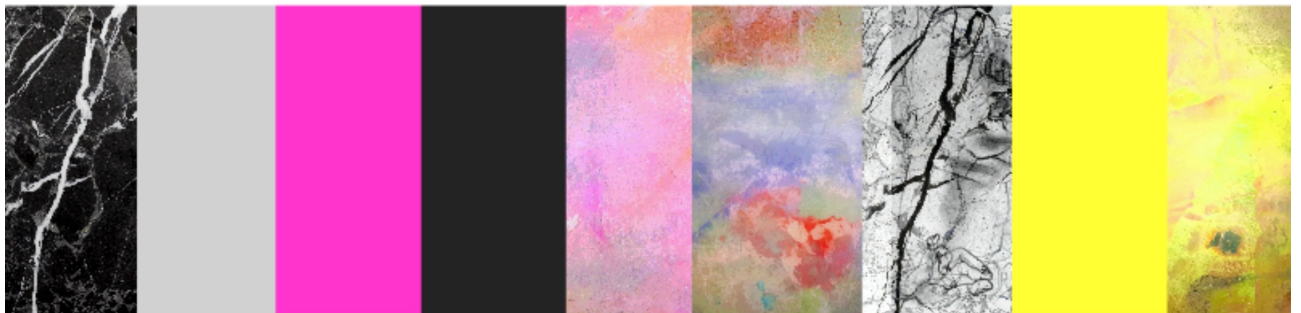
Oslavy Holi, atmosféra oslav *Phalgun Purnima*, hra barev, oslava rozmanitosti Indie



Obr. č. 8 moodboard kolekce

### 3.3 BAREVNOST KOLEKCE

Kombinace základních barev, růžová se žlutou, černá, šedá a autorské potisky a dezény



Obr. č. 9 barevnost kolekce

### 3.4 ODĚVNÍ KOLEKCE

Kolekce se skládá z 11 modelů. V kolekci najdete od volných průsvitných šatů po neoprenové kabáty a sportovní mikiny, kalhoty a legíny. Jednotlivé kusy se dají z kolekce vyjmout a vzájemně kombinovat a vrstvit. Siluety a střihy jsou sportovně laděné na tělo nebo volné. Důraz kladu na volnost pohybu, komfort. Sportovní look ve městech.

Stimulující potisky přírodních a sportovních materiálů navozující jarní náladu a odkaz na 'Holi', svátek barev, veselí a radost, která celou kolekcí prostupuje. Kombinace přírodních materiálů se syntetickými. (Potisky)

Kolekce je vytvořena pro ženy. Cílovou skupinou jsou aktivní ženy 25 - 45 let, zajímaví se o zdravý životní styl, design, důraz na etický, lokální způsob výroby, upřednostňující kvalitní, komfortní materiály s nádechem luxusu a originality.

**MODEL Č. 1 A 2**

Outfit č 1 je složený s černé sportovní podprsenky, krátkých elastických cyklistických kalhot a šatů s průsvitného pružného tylu s autorským potiskem. Outfit č.2 se skládá s černé sportovní podprsenky a šatů s průsvitného pružného vzdušného tylu s autorským potiskem. Oba modely prezentují spojení sportswear s glamour lookem.



Obr.č 10 model č. 1



Obr.č 11 a 12 model č. 2

### MODEL Č. 3, 4 A 5

U všech 3 modelů je dominantní sportovní neoprenový look. Střihové řešení a autorský potisk na částech outfitů dává sportovnímu looku výtvarný přesah.

Model č.3 se skládá z krátkého kabátu se zipsem. Výrazné jsou zaoblené rukávy s růžovým autorským potiskem vsazené do kabátu. Outfit je doplněn cyklistickými legínama nad kolena. Model č. 4 se skládá s dlouhého černého neoprenového oversize kabátu, který je střihově prodloužená verze krátkého kabátu s potiskem černého mramoru na rukávech. Model č.5 se skládá z šatů z růžového neoprenu, do kterých jsou zakomponovány funkční detaily jako plastové spony odkazující na prvky sportswear. Outfit doplňuje sportovní

podprsenka a legíny s potiskem s funkčního úpletu, které jsou samostatně využitelné pro sportovní aktivity jako fitness, jóga.



Obr. č.13 model č. 3



Obr.č. 14 a 15 model č. 4

Obr.č 15 a 16 model č.5



**MODEL 6, 7, 8**

Oslava dokonalosti těla a pohybu. Kombinace přírodních materiálů se syntetickými (potisky) Modely s prvky aktivního oblečení a streetwear se dají maximálně kombinovat a vrstvit. Autorské dezény a barevné kombinace. Inspirované tancem. Barvy, doplňky a detaily - korzetový opasek se šňěrováním s potiskem mramoru., ledvinky v pastelových barvách. Šortky ze síťoviny.



Obr. č. 17 model č. 6



Obr. č. 18 a 19 model č. 7



obr.č. 20 model č. 8

**Model Č 9, 10 A 11**

Modely 10 a 11 a 12 soupravy volného střihu, volné mikiny, kalhoty/šortky/legíny s bavlněného elastického úpletu s potiskem tmavého a světlého mramoru. Drobné detaily jako stuhy a výšivky s logem, a zlaté žebrování v detailu rukávu.



Obr. č. 21 model č. 9

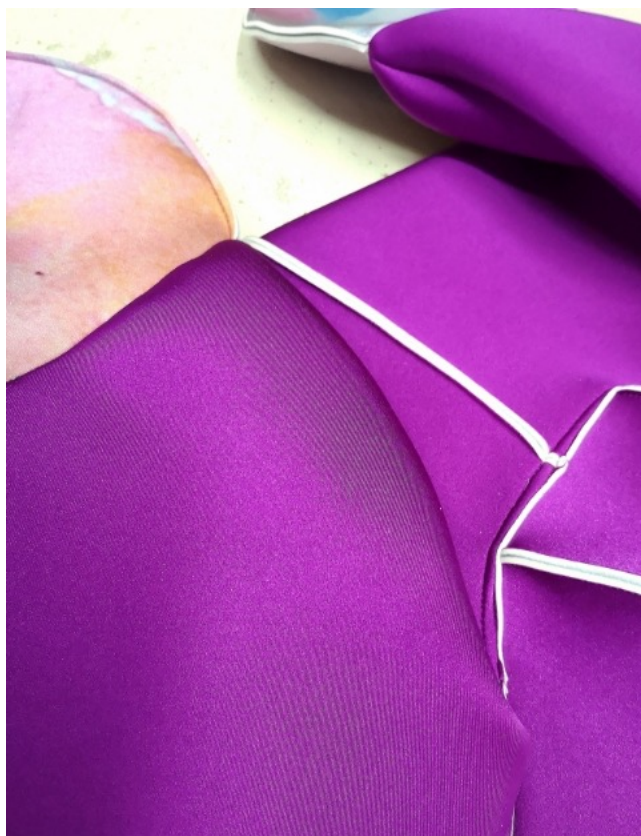
Obr. č. 22. model č. 10

Obr. č. 23. model č. 11

### 3.5 MATERIÁLY

Při výběru materiálů a tkanin se zaměřuji hlavně na funkčnost, komfort a praktičnost. Kromě toho je pro mě důležitá i jejich dostupnost. Příběh, jedinečnost a originalita kolekce je podpořena materiály s vlastními dezény a výtvarnými potisky látek, které pomáhají dotvářet koncept a myšlenku kolekce. Mezi použitými materiály se objevuje tradiční bavlna, bambusová viskóza. Pro šaty jsem zvolila pružný tyl s autorským potiskem.

Pro výrobu sportovních oděvů používám různá umělá vlákna a materiály jako polyester, nylon a neopren. V budoucnu směřuji k tomu abych umělá vlákna nahradila obnovitelnými materiály: výrobky s dlouhou životností a obnovitelnými přísadami. Chci se zaměřit na výzkum bioproduktů a kompostovatelných materiálů, které v České republice zatím nejsou dostupné.



Obr. č. 24 materiály neopren

### 3.6 DETAILS

Pro branding jsem použila ozdobné stuhy s logem a názvem kolekce, které jsou umístěny většinou ve švech rukávů, na kalhotkách nebo jiných místech. Jejich účel v kolekci je většinou případů marketingový. Galanterie jako spony, popruhy, lana mají funkční nebo ozdobnou vlastnost a dotvářejí a odkazují na prvky sportu. Vyskytují se na oděvech, doplňcích i botech.



Obr.č. 25 detaily stuhy/logo

### 3.7 DOPLŇKY V KOLABORACI SE ZLÍNSKOU ZNAČKOU PLAYBAG

Na výše zmíněné projekty popsané v teoretické části diplomové práce jsem navázala praktickou spoluprací s již mnohokrát zmiňovanou značkou Playbag a v kolaboraci s ní

vytvořila sérii doplňků pro doplnění své oděvní kolekce 'Chai'. Výhodou bylo kompletní vybavení a technické zázemí pro výrobu ve Zlíně.

Díky spojení tradičních přístupů k řemeslu a moderních, efektivních postupů při výrobě jsem měla možnost společně se značkou Playbag navrhnout ke své kolekci doplňky, které jsou funkční a precizně řemeslně zpracované a zároveň esteticky a barevně doplňují kolekci.

#### KABELKA / LEDVINKA



Materiál:

- žlutá kůže
- vodoodpudivý zip YKK
- kovové karabiny
- obuvnické polokroužky

Obr. č.26 doplněk č.1

#### LEDVINKA



Materiál:

- syntetická useň
- galanterní zip
- popruh s potiskem

Obr.č 27 doplněk č. 2

## KAPSIČKA NA KRK - CROSS BODY ŽLUTÁ/ČERNÁ



Obr.č. 29 doplněk 4

Obr.č. 28 doplněk 3

## Materiál:

- černá a žlutá kůže
- PA - polyamidový popruh
- černé uzavírací druky KIN
- Plastové spony
- Plastová karabinka na klíče



KORZETOVÝ  
OPASEK - šedý

Materiál:

- neoprén
- PA popruh
- Plastové spony

Obr. č. 30 doplněk č. 5



KORZETOVÝ OPASEK -  
mramorový

- neoprén
- PA tkanice
- kovové obuvnické polokroužky
- kovové nýty

Obr.č. 31 doplněk č. 6

## LEDVINKA



Materiál:

- hovžzinová useň - imitace reptílie
- vodoodpudivý zip se zátěrem
- široká plastová spona YKK

Obr.č. 32 doplněk č. 7



## BATOH

Materiál:

- černá kůže
- neopren s potiskem
- PES popruh černý
- plastové průvlečné spony a uzavírací spona YKK

Obr. č. 33 doplněk č. 8

### 3.8 BOTY V KOLABORACI S HELENOU VÁCLAVKOVOU A VÝROBNÍ FIRMOU PEON

Sportovní boty se zdravotními aspekty a ortopedickou vložkou jako doplněk kolekce vznikly v kolaboraci s Helenou Václavkovou se kterou jsem spolupracovala již v minulosti na designu a výrobě barefoot kožených mokasínů pro svoji značku Jo.Gaia.

Oslovila jsem ji znovu pro spolupráci. Záměrem bylo vytvořit sportovní botu jako doplněk kolekce, která bude mít sofistikovaný design a korespondovat esteticky z oděvní kolekci a doplňky. Kromě toho bude mít navíc zdravotní aspekty, ortopedickou vložku a prvky pro podporu správného postavení chodidla a integraci sportovních detailů. Důraz bude kladen na pohodlí, komfort a začlenění aspektu fyzioterapie.

Na základě těchto podkladů vytvořila Helena technický návrh a s tímto návrhem jsme hledaly vhodnou firmu, která by byla ochotná dle návrhu vyrobit vzorové kusy a prototypy. Podařilo se nám navázat spolupráci s výrobní firmou Peon, která vyrábí ručně šitou obuv se zvýšeným zdravotním účinkem, splňující certifikace podle ITC a vyrábí v malých sériích v České republice a v zemích EU.



Obr.č. 34 sportovní bota 1, autor vizualizace Helena Václavková



Obr.č. 35 sportovní bota 2, autor vizualizace Helena Václavková

FOTO: JULIUS FILIP ZKOUŠKY /PROTOTYPY 1 A 2



Obr.č. 36 sportovní bota zkouška/ prototyp 1



Obr.č. 37 sportovní bota zkouška/ prototyp 2

## III PROJEKTOVÁ ČÁST

#### 4.FOTODOKUMENTACE

Foto: Kristína Opálková

Make up a vlasy: Leona Ondrušková

Modelka: Alexandra Mlčáková



Obr. č. 38 model č.1



Obr. č. 39 model č. 6



Obr. č. 40 model č. 4



Obr. č. 41 model č 7



Obr. č. model č 11



Obr. č. 43 model č. 5



Obr.č. 44 model č. 9



Obr. č. 45 model č 3



Obr. č. 46 model č 10



Obr. č.47 model č. 8



Obr. č. 48 model č.2

Foto : Julius Filip



Obr. č. 49 zkouška 1/ prototyp



Obr. č. 50 zkouška 2/ prototyp

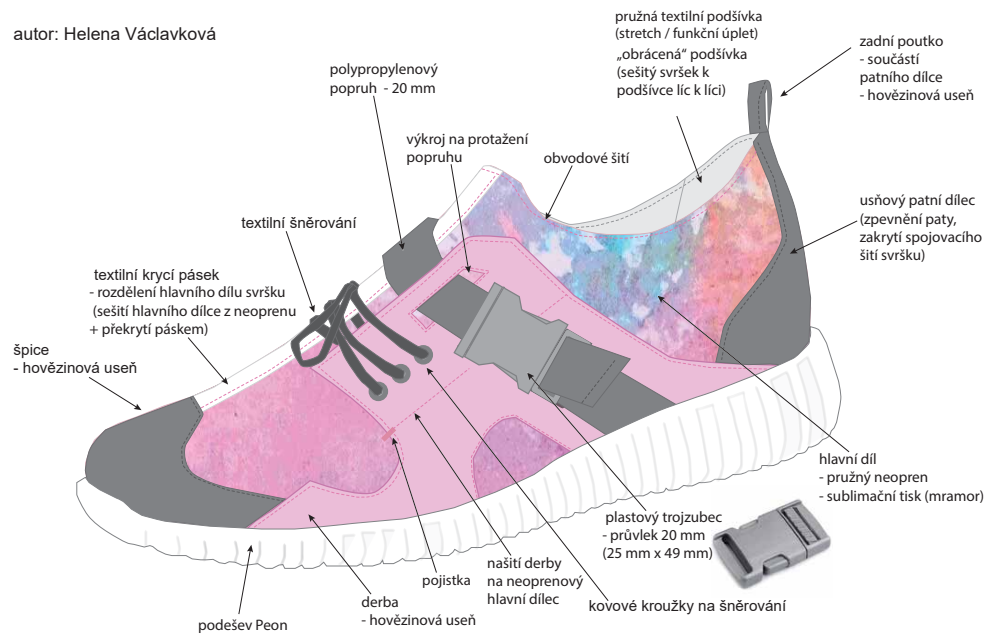
5 SKICI / ILLUSTRACE



Obr. č. 51 skici/ilustrace

India sneakers\_pink

autor: Helena Václavková



Obr. č. 52 technický náčrtek 1, boty v kolaboraci. Helena Václavková

India sneakers\_black\_mramor

autor: Helena Václavková



Obr. č. 53 technický náčrtek 2, boty v kolaboraci. Helena Václavková

## ZÁVĚR

Během dvanácti let v Londýně, které jsem většinu času strávila prací v módě jako přivýdělek při studiu malby na londýnské univerzitě, jsem nepřemýšlela nutně o tom, že bych někdy začala budovat svoji vlastní módní značku, ale i tak mě toho na módě hodně fascinovalo. Zajímaly mě aspekty, které oblečení ovlivňují a jsou součástí každodenního života uživatele.

Při práci pro londýnské návrháře a asistenci jim v butiku při display a merchadisingu nových kolekcí bylo mým hlavním uvědoměním, že umělecký svět má konstantní vliv na moji osobnost. Už tenkrát jsem vnímala, že spolupráce s kreativními lidmi mi vyhovuje a naplňuje a že spojení módního designu a výtvarného umění je skvělá kombinace.

Teoretický základ diplomové práce mi umožnil kontextualizovat pojem udržitelné módy, a prozkoumat pole propojování lidí a organizací, kteří se tomuto ideálu vědomého udržitelného podnikání přibližují nebo ho žijí.

Proto jsem si pro kolaboraci zvolila právě manufaktury, organizace nebo jednotlivce kterým věřím, že to dělají správně a kteří semnou nějakým způsobem rezonují. Vnímám samotný proces z větší části důležitější než konečný produkt nebo výsledek, jelikož si myslím, že pokud je proces od počátku dobře nastaven a probíhá správně, bude i samotný produkt skvělý.

V teoretické části byly nastíněny možnosti a příklady pomalých hnutí v České republice nebo ve světě a inspirativní kolaborace, které sloužily jako orientační „bod“, který vyústil v počáteční projekty a kolaborace pod mým vedením, které navazovaly na inspirace zkoumané v teoretické části. Zároveň byly v teoretické části rozebrány příklady současné fast fashion produkce, vysvětlen vznik pomalých hnutí a jejich vztah k udržitelnosti. V praktické části se všechny tyto nabitě poznatky promítly v tvorbě a výrobě oděvní kolekce a doplňků, jelikož jsem na výše zmíněné kolaborace navázala a splnila cíl svojí diplomové práce, kterou vnímám jako nový začátek a odrazový můstek něčeho, na co bych chtěla po studiu navázat a pokračovat.

Samotný výzkum témat ohledně udržitelnosti mě inspiroval k odhodlání se ve své další tvorbě plně zaměřit na možnosti výroby z obnovitelných a kompostovatelných materiálů. Cílem je prozkoumat bioprodukty a kompostovatelné materiály, které v České republice zatím nejsou dostupné a hledat možnosti šetrnějšího a ekologičtějšího potisku.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] BONDY, Egon. *O globalizaci*. Brno: L. Marek, 2005. s 144. ISBN 8086263606.
- [2] DAHLKE, Rüdiger. *Čím onemocněl svět?: moderní mýty ohrožují naši budoucnost*. V Praze: Ikar, 2004. s. 230. ISBN 8024903806.
- [3] DE SAINT-EXUPÉRY, Antoine. *Malý princ*. Vyd. 2. Praha: Fortuna Libri, 2015, s. 82. ISBN 978-80-7321-931-4
- [4] LAPŠANSKÁ Dana. Prednášky v rámci hodiny *Súčasná tendencie módy*. 2019.
- [5] LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. Praha: Prostor, 2002, ISBN 80-7260-063- X.
- [6] MOŽNÝ, Ivo. *Proč tak snadno--: některé rodinné důvody sametové revoluce* : sociologický esej. 3. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2009. 132 s. Knižnice Sociologické aktuality, sv. 2. ISBN 9788074190131.
- [7] REICH, Robert B. *V pasti úspěchu: diagnóza kapitalismu 21. století*. 1. Praha: Prostor, 2003, s. 23. ISBN 8072600966.

## INTERNETOVÉ ZDROJE

- [1] About. *The Lissome* [online]. ©2019 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.thelissome.com/mission>
- [2] BOUROVÁ, Tereza. SLOW STYLE – VERONIKA RUPPERT. In: *Secondround* [online]. 15.4.2018 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: zdroj. <http://secondround.cz/?p=2371>
- [3] Cirkulární ekonomika. In: *Cs.wikipedia.org* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Cirkulárn%C3%AD\\_ekonomika](https://cs.wikipedia.org/wiki/Cirkulárn%C3%AD_ekonomika)
- [4] Elpida. Elpida [online]. 2015 [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: <https://shop.elpida.cz/Ponozky-od-babicky/>
- [5] LANGE, DÖRTE. Stories Within Stitches Ayumi Paul Anne Schwalbe. In: *The Lissome* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.thelissome.com/blog/2019/1/13/stories-within-stitches-ayumi-paul-anne-schwalbe>
- [6] Greenglasses. UDRŽITELNÁ MÓDA JE O PŘENASTAVENÍ PROGRAMU V HLAVĚ. In: *Greenglasses* [online]. [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <https://www.greenglasses.cz/cs/udrzitelna-moda-je-o-prenastaveni-programu-v-hlave/>
- [7] EMO. H&M a Zara mají problém. Lidé čím dál víc nakupují použité oblečení Zdroj: [https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/trh-se-secondhandovym-oblecenim-roste.A190320\\_103706\\_eko-zahranicni\\_nio](https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/trh-se-secondhandovym-oblecenim-roste.A190320_103706_eko-zahranicni_nio). In: *Idnes.cz: Ekonomika* [online]. 20.3.2019 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/trh-se-secondhandovym-oblecenim-roste.A190320\\_103706\\_eko-zahranicni\\_nio?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=sharecd&utm\\_campaign=desktop](https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/trh-se-secondhandovym-oblecenim-roste.A190320_103706_eko-zahranicni_nio?utm_source=facebook&utm_medium=sharecd&utm_campaign=desktop)
- [8] Fashion Revolution. *Fashion revolution* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.fashionrevolution.org/tag/fast-fashion>
- [9] FLETCHER, Kate. Slow fashion. *The ecologist* [online]. 2007 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <https://theecologist.org/2007/jun/01/slow-fashion>
- [10] HONG, Veronika. Kolekce, kterou milujeme my i příroda: H&M Conscious Exclusive 2018. In: *Marianne* [online]. 2018 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <https://www.marianne.cz/clanek/kolekce-terou-milujeme-my-i-priroda-hm-conscious-exclusive-2018>
- [11] KLOUPAROVÁ, Jana. MÓDNÍ KAMPAŇ FASHION REVOLUTION VÁM PROZRADÍ #WHOMADEMYCLOTHES. In: *Moda.cz* [online]. 27.4.2017 [cit. 2019-05-

- [12] Dostupné z: <https://www.moda.cz/a/modni-kampan-fashion-revolution-vam-prozradi-whomademyclothes--19545>
- [13] LANGE, Dörte. Discussing The Role Of Technology In The Future Of Fashion With Martine Jarlgaard. In: *The Lissome* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.thelissome.com/blog/2017/11/24/martine-jarlgaard-london?rq=Martine%20Jarlgaard>
- [14] MARIE. Holi, indický svátek barev, Indie. Život na cestách [online]. 13.4.2014 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <https://www.zivotnacestach.cz/holi-indicky-svatek-barev-indie/>
- [15] MARTINCOVÁ, Dominika. Marketingový mix zvolené značky. In: *Digilib.k.utb.cz* [online]. 2018 [cit. 2019-05-09]. Dostupné z: [http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/42569/martincova\\_2018\\_dp.pdf?sequence=1](http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/42569/martincova_2018_dp.pdf?sequence=1)
- [16] NATALIAPAZICKA. Udržatelná fast fashion. In: *Instagram* [online]. 10.4. 2019 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/BwFVrVipbIS/>
- [17] PERGLOVÁ, Bára. Peklo na dosah. In: *Bara Perglová* [online]. 4.3. 2019 [cit. 2019-05-06]. Dostupné z: <http://www.baraperglova.com/blog/2019/3/peklo-na-dosah?fbclid=IwAR0k6QtNRtv-flr6vgxK5mvgwshERsdxuNt6qc-G2jpP3alYdkunkafQtk>
- [18] *Playbag* [online]. 2019. Dostupné z: [www.playbag.eu](http://www.playbag.eu)
- [19] Sigrid McCarthy manages Media and Communications at Ethical Clothing Australia, the accreditation body that ensures Australian supply chains are fully transparent and legally compliant. In: *Makegood.world* [online]. [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.makegood.world/interview-sigrid-mccarthy-eca>
- [20] Sustainable Fashion Brands End to End Retail Economy. In: *Fashionista.com* [online]. 2019 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://fashionista.com/2019/02/sustainable-fashion-brands-end-to-end-retail-economy>

## Seznam obrázků

Obr. č.1 Mission. In: The Lissome [online]. ©2019 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.thelissome.com/mission>

Obr. č. 2. Playbag nástroje. In: *Facebook.com* [online]. 2018 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/playbag.cz/photos/a.10150268620625623/10154783158130623/?type=1&theater>

Obr. č. 3. Playbag. In: Facebook.com [online]. 2018 [cit. 2019-05-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/playbag.cz/photos/a.10150268620625623/10154783158130623/?type=1&theater>

Obr. č. 4

Obr. č. 5 Woman magazín, foto: Leona Ondrušková

Obr. č. 6 babička a časopis, foto: Vivien Babicová

Obr. č. 7 moodboard projektu Feel.Move.Breathe

Obr. č. 8 moodboard kolekce

Obr. č. 9 barevnost kolekce

Obr. č. 10 model č.1

Obr. č. 11 model č. 2

Obr. č. 12 model č.2

Obr. č. 13 model č. 3

Obr.č. 14 a 15 model č.4

Obr.č 15 a 16 model č.5

Obr. č. 17 model č. 6

Obr. č. 18 a 19 model č. 7

Obr. č. 20 model č. 8

Obr. č 21 model č. 9

Obr. č 22. model č. 10

Obr. č 23. model č. 11

Obr č. 24 materiály neopren

Obr.č. 25 detaily stuhy/logo

Obr.č 26 doplněk 1

Obr.č 27 doplněk 2

Obr.č 28 doplněk 3

Obr.č 29 doplněk 4

Obr.č 30 doplněk 5

Obr.č 31 doplněk 6

Obr.č 32 doplněk 7

Obr.č 33 doplněk 8

Obr.č. 34 sportovní bota, autor vizualizace 1 Helena Václavková

Obr.č. 35 sportovní bota, autor vizualizace 2 Helena Václavková

Obr.č. 36 sportovní bota zkouška/ prototyp 1

Obr.č. 37 sportovní bota zkouška/ prototyp 2

Obr. č. 38 model č.1

Obr. č. 39 model č.6

Obr. č. 40 model č. 4

Obr. č. 41 model č. 7

Obr. č. 42 model č.11

Obr. č. 43 model č. 5

Obr. č. 44 model č. 9

Obr. č. 45 model č. 3

Obr. č. 46 model č.10

Obr. č. 47 model č. 8

Obr. č. 48 model č.2

Obr. č. 49 zkouška 1/ prototyp

Obr. č. 50 zkouška 2/ prototyp

Obr. č. 51 skici/ilustrace

Obr. č. 52 technický náčrt 1 boty, v kolaboraci. Helena Václavková

Obr. č. 53 technický náčrt 2, boty v kolaboraci. Helena Václavková

## **SEZNAM PŘÍLOH**

Flash disk - elektronická verze diplomové práce