

Módne trendy / CHANEL

Kristína Bánovská

Bakalářská práce
2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Design oděvu

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Kristína Bánovská**
Osobní číslo: **K17037**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Design oděvu**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Módní trendy**

Zásady pro vypracování

1. Teoretická část:

Prostudování a analýza dostupných materiálů a informací k zadanému tématu, obrazová příloha, vlastní závěry v minimálním textovém rozsahu 20-25 normostran. Zvolená téma se zabývá vývojem módy 20. let 20. století a jeho vlivem na současné módní trendy v dámském oděvu.

2. Praktická část:

Výtvarné zpracování a realizace finálních návrhů v počtu 5-7 modelu. Teoretická a technická příprava projektu, sběr potřebných informací, dokumentace realizace dle zadaných parametrů (moodboard, kresebné návrhy, barevnost, popis materiálů, technické nákresy modelů, technické popisy, stříhové řešení modelů). Praktická část bude obsahovat dámskou oděvní kolekci, která vyzdvihuje dámskou eleganci přenesenou do současného streetwearu. Práci doplní dokumentační fotografie z procesu tvorby, módní fotografie, popřípadě krátké video. Rozsah práce: minimálně 40 normostran, formát A4. Odevzdám ve dvou stejnopisech v pevné vazbě (1 může být v kroužkové vazbě). Součástí předané písemné práce je dodání elektronické verze bakalářské práce na Flash disku, který bude obsahovat takéž samostatné fotografie v tiskové kvalitě z praktické části bakalářské práce. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250mm delší strana. Formát pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách.

Forma zpracování bakalářské práce: **Tištěná/elektronická**
Jazyk zpracování: **Slovenština**

Seznam doporučené literatury:

BAUDOT, F. 2001 *Móda století*. 1. Praha: Ikar. ISBN 8072029436.
GAUTIER, J. 2011 *Chanel- the vocabulary of style*. 1. New Haven: Yale University Press. ISBN 9780300175660.
LAPŠANSKÁ, D. 2014 *Kapitoly z módného marketingu a stylingu*. 1. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. ISBN 9788074544705.
MÁCHALOVÁ, J. 2003 *Móda 20. století*. 1. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny. ISBN 8071065870.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Art. Pavel Brejcha**
Ateliér Design oděvu

Datum zadání bakalářské práce: **1. listopadu 2019**

Termín odevzdání bakalářské práce: **15. května 2020**

doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkanka



doc. MgA. Kristýna Petříčková, Ph.D.
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 1. listopadu 2019

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: 15. 6. 2020

Jméno a příjmení studenta: KRISTINA ŽANOVSKÁ

.....
podpis studenta

ABSTRAKT

Vo svojej bakalárskej práci sa zaoberám vplyvom Coco Chanel na súčasné módné trendy v dámskom odevu. Teoretická časť je zameraná na históriu históriu a vývoj značky Chanel a jej módné tendencie. Praktická časť je odzrkadlením zistených poznatkov v podobe odevov v danej kolekcii. Cieľom bakalárskej práce je poukázať na už dávno vzniknutú eleganciu, prenikajúcu do dnešných módných trendov a streetwearu.

Kľúčové slová: Chanel, elegancia, trendy

ABSTRACT

In my bachelor thesis I deal with the influence of Coco Chanel on contemporary fashion trends in women's clothing. The theoretical part is focused on the history and development of the Chanel brand and its fashion trends. The practical part reflects the acquired knowledge and converts it into a fashion collection. The aim of this thesis is to point out the long-established elegance, which infiltrates today's fashion trends and streetwear.

Keywords: Chanel, elegance, trends

*Ďakujem Bohu,
d'akujem rodičom,
d'akujem sestrám a švagrovi,
d'akujem celej rodine,
d'akujem všetkým priateľom,
zvlášť Kristiánovi, Annemárii a Zuzke,
d'akujem vedeniu,
Mgr. art. Pavlovi Brejchovi a doc. MgA. Kristýne Petříčkovej,
d'akujem všetkým profesorom,
d'akujem sebe.*

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

OBSAH

ÚVOD.....	8
I TEORETICKÁ ČASŤ	9
1 ŽIVOT A TVORBA GABRIELLE CHANEL	10
1.1 DETSTVO.....	10
1.2 ZAČIATKY TVORBY	11
1.3 ZNAČKA CHANEL	15
1.3.1 Módné tendencie	18
2 OVPLYVNEŇ MÓDOU CHANEL	23
2.1 KARL LAGERFELD.....	26
2.2 ZNAČKA CHANEL DNES	29
2.2.1 Vplyv značky	30
3 MÓDNE TRENDY.....	32
II PRAKTICKÁ ČASŤ.....	34
4 ÚVOD	35
4.1 1920 x 2020	35
5.1 MOODBOARD.....	45
5.2 COLORBOARD	46
5.3 LINE – UP.....	46
5.4 MODEL Č. 1	47
5.5 MODEL Č. 2	48
5.6 MODEL Č. 3	49
5.7 MODEL Č.4.....	50
5.8 MODEL Č. 5	51
III PROJEKTOVÁ ČASŤ	52
6 FOTODOKUMENTÁCIA	53
ZÁVER	79
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY.....	80
ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK.....	81
ZOZNAM OBRÁZKOV	82
ZOZNAM PRÍLOH.....	85

ÚVOD

Už dávno vieme, že šaty robia človeka. Podľa oblečenia môžeme rozoznať isté postavenia, sociálny, pracovný či kultúrny život človeka. Odev má veľkú symboliku aj v oblasti náboženstva. Móda je jednoducho prúd, ktorý ide rukou v ruke s dejinami ľudstva.

Snáď najviac zmien v oblasti módy, môžeme pozorovať práve počas celého 20. storočia. Dovtedy nikdy neprešla svetová móda toľkými zmenami, ktoré rázne ovplyvnili súčasnú módu. Najdôležitejším človekom z hľadiska zmien v móde je Gabrielle Chanel.

V teoretickej časti svojej práce by som sa preto chcela zamerať na Gabrielle Chanel, celosvetovo známu ako Coco Chanel. Práca o nej by obsahovala opis a históriu jej osoby a pracovného rozvoja, ktorý bol veľmi obširny. Okrem toho by som sa rada zamerala aj priamo na rozvoj značky Chanel od jej začiatku až po súčasnosť.

Súčasťou tejto práce by bolo zmapovanie módných tendencií, ktoré uviedla do sveta módy značka Chanel, ktorými ovplyvnila aj nasledujúcich módných návrhárov 20. storočia.

Aké rôzne vplyvy na ľudí mala móda alebo značka Chanel?

V súčasnosti chce byť každý iný, ale zároveň trendy. Tak ako aj v minulosti, aj dnes sa ľudia vyjadrujú oblečením. Či už na nejakú politickú, alebo spoločenskú situáciu. Alebo chcú jednoducho upútať. Pokiaľ chcete byť v dnešnej móde o krok popredu, musíte určite „načúvať“ módnym kanceláriám, ktoré na aktuálnych módných trendoch pracujú denne. Na to, ako to aj v tomto smere v módnom priemysle chodí, by som sa rada zamerala v poslednej časti teoretickej práce.

Praktickú časť venujem vlastnému výskumu módných trendov, ktoré v rámci módy nadobudli prívlastok trend alebo skôr hit, ešte niekoľko desaťročí dozadu. Vďaka tomu by sa nám malo opäť potvrdiť, že isté módné prvky a tendencie sa len opakujú. Dôležité však je, že aktuálne trendy sa opakujú práve od čias Coco Chanel.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 ŽIVOT A TVORBA GABRIELLE CHANEL

Každú slávnú osobnosť, ktorú obdivujeme chceme nejakým spôsobom bližšie spoznať. Vždy sa snažíme bádať po tom, akým človekom tá osobnosť je alebo bola, aké mala záľuby, akým spôsobom dosiahla svoju slávu a obdiv, aký milostný život ju prenasledoval alebo ovplyvňoval.

Coco Chanel, vlastným menom Gabrielle Chanel. Žena, ktorú pozná každý, kto sa zaoberá alebo čo i len trošku zaujíma o módu. Žena, ktorá ovplyvnila mnohé generácie nie len svojim vkusom, štýlom a obliekaním ale hlavne správaním a postojom k životu. Dnes by sme mohli túto osobu nazvať ikonou, no bolo tomu tak od začiatku jej života?

1.1 Detstvo

Písal sa deň 19.8. 1883 a vo Francúzskom mestečku Saumur, prišlo na svet nemanželské dievčatko Gabrielle. Viacero knižných alebo internetových zdrojov má rôzne poznatky o tom, z akej rodiny toto dieťa pochádzalo. Či to boli roľníci, pouličný predavači, alebo predavači látok sa dnes už presne nedozvieme. Nedozvieme sa ani bližšie informácie o jej detstve. Prečo? Ako tvrdí *Lisa Chaneyová (2014, s.34)* podľa jej zistení, mala samotná Gabrielle zaplatiť svojim príbuzným, aby nehovorili o jej detstve či rodine, ba dokonca sú tu aj mienky o tom, že mali byť aj zničené dôkazy z jej detstva. Ťažko povedať aký dôvod na to mala, no pravdepodobne to bol len útek pred niečím, čo jej ubližovalo. Faktom je chudoba, ktorá ju v detstve neodmysliteľne prenasledovala a mala aj následky.

Ako 11-ročnej jej zomrela matka na tuberkulózu. V týchto rokoch to bola známa choroba, ktorá usmrtila nespočetne veľa ľudí a hlavne detí aj na našom území. Keďže jej otec bol obyčajný opilec a nezodpovedný človek putujúci po svete z miesta na miesto, nebol schopný sa o Gabrielle a jej súrodencov postarať. Preto museli byť deti umiestnené do rúk iným ľuďom a to konkrétne kláštorným sestram. Niektoré pramene tvrdia, že jej otec menom Albert, odcestoval do Ameriky za prácou. Tieto tvrdenia však pravdivé nie sú, na základe výpovedí príbuzných. Keďže sa otec už nikdy neobjavil, z Gabrielle a jej súrodencov sa stávajú siroty vyrastajúce v kláštore v malej francúzskej dedine Aubazine. (*Chaneyová, 2014, s. 36*).

O svojom detstve povedala že nepoznala ani domov, ani lásku, ani otca, ani matku. Bolo to príšerné.

V kláštore strávila minimálne ďalších 6 rokov, počas ktorých sa učila remeslám, ktoré boli v tých časoch potrebné a vhodné pre ženu. Žiadne vyššie vzdelanie. Iba to, čo je potrebné pre tú najnižšiu vrstvu spoločnosti. A však, vtedy nikto ani len netušil, ako dokonale premení svoje zručnosti na umelecké diela, vtedy malá Gabrielle.

Po "prepustení" z kláštora, si mala zháňať prácu, ako to bolo zvykom pre všetky dievčatá opúšťajúce kláštor. Dodnes z neznámych dôvodov, jej kláštorné sestry vybavili presun do iného kláštora v Moulins, ktorý funguje podobne ako súkromná dievčenská škola. Tu sa nečakane spoznala so svojou rodinnou príbuznou Adrienne, ktorá jej odvtedy bola oporou po celý život. Adrienne bola najmladšou sestrou Gabriellinho otca, čiže to bola jej teta. Keďže bol medzi nimi len dvoj ročný rozdiel, stali sa z nich najlepšie priateľky. Gabrielle neskôr spoznala aj Adrienninu staršiu sestru Louise, ktorá sa venovala šitiu klobúkov. (*Chaneyova, 2014, s.44*) Tu sa Gabrielle priúčala aj takémuto remeslu, ktoré ju veľmi fascinovalo, keďže to bolo pre ňu niečo úplne nové. Možno si už vtedy mladá Gabrielle uvedomovala, akú cenu malo pre ňu toto zoznámenie sa s jej ďalšou tetou Louise, pretože zručnosti a vedomosti ohľadom šitia klobúkov sa jej v jej budúcnosti bravúrne zišli.

1.2 Začiatky tvorby

Keď už konečne v roku 1902 opustila brány kláštora, zamestnala sa rovnako ako Adrienne v obchode s odevmi ako predavačka. V tejto dobe sa zamestnankyne nemuseli báť o bývanie, to im poskytol zamestnávateľ v podobe malej izbičky. Tým pádom bola vždy pod veľkým drobnohľadom a nemohla si dovoliť to, čo by si konečne slobodná Gabrielle priala. Práve kvôli tejto akejsi nevoľnosti, sa v službe u Desboutinových zdržala len rok a pol. Následne si spolu s Adrienne našli skromnú izbu na okraji mesta, na ktorej nájom si zarábali už ako krajčírky zamestnané v jednej z miestnych dielní. Táto práca bola pre Gabrielle veľmi výhodná, pretože sa stretávala s vyššou spoločnosťou.

Tvrdý režim, skromnosť a nedostatok financií viedlo Gabrielle k tomu, aby sa materiálne veci využívali prevažne iba na to, na čo sa majú. Všetko čo bolo takzvané navyše, bolo pre ňu znakom pomyselného luxusu, ktorý nepoznala.

Na základe týchto skutočností a chudobných pomerov si Gabrielle nikdy nezakladala na nejakej okázalosti. Nikdy nič nedostala na striebornom podnose.

Keďže jej plat krajčírky bol veľmi nízky a už vôbec nestačil na to, aby si niečo našetrila, spolu s Adrienne si privyrábali spievaním v nočnom kabarete v kaviarni La Rotonda. Podobné kaviarne patrili vždy večer hlavne vojakom, plukovníkom, dôstojníkom z vyššej vrstvy, ktorí sa prišli zabaviť. Práve preto mali tieto vystúpenia veľký zmysel hlavne z hľadiska kontaktov. Gabrielle najčastejšie spievala známe francúzske popevky ako „Ko Ko Ri Ko“ alebo šanzón „Qui qu’a vu Coco dans l’Trocadero?“.

Od vtedy, jej už nikto nikdy nepovedal inak, ako Coco.



Obr. 1 Gabrielle Chanel v roku 1910

Jej ďalšie kroky smerovali do mesta Vichy, kde sa chcela presadiť ako speváčka. Ako by sme dnes povedali, chodila po rôznych konkurzoch, kde sa snažila zapôsobiť či už spevom, tancom alebo výzorom. Ani jedno jej nevychádzalo, nakoľko v roku 1905 bol ideál ženskej krásy v podobe plných tvarov a Coco bola jednoducho útle, chudé dievča bez výrazného hlasu. Začala chodiť na hodiny spevu, na ktoré minula aj svoje posledné úspory. No aj

napriek tomu sa z nej speváčka nikdy nestala. To ju donútilo sa znova zamestnať, najskôr ako predavačka (*Henry Gidel, 2008, s.47-49*) a neskôr sa znovu vrátila k šitiu.

V tejto kapitole jej života zohráva najväčšiu rolu jej ctiteľ Étienne Balsan, s ktorým sa zoznámila ešte v La Rotonde. Podľa niektorých tvrdení a výpovedí boli milenci. Coco však vždy tvrdila, že ho nemilovala. Vďaka tomu vzniklo medzi nimi veľké kamarátske puto, ktoré viedlo k tomu že sa Coco k nemu v roku 1907 nasťahovala, a to priamo do sídla Royallien (*Henry Gidel, 2008, s.57*).

Tu si začne obnovovať svoje zručnosti v šití klobúkov, ktoré sa naučila od svojej tety. Keďže bol Étienne dôstojníkom, jeho známosti boli veľké a na vplyvných miestach. Jednou z nich bola vtedy veľmi známa, tzv. kokota Emilienne d'Alençon, ktorej sa ako jednej z mnohých zapáčili minimalistické klobúky od Coco. Ako tvrdí *Chaneyová (2014, s. 70 - 71)* „ženská pokrývka hlavy bola veľmi významnou súčasťou odevu. Módny dámsky klobúk predstavoval dramatickú konštrukciu, ktorej účelom bolo vyvolať svojou krásou a vznešenosťou rozruch a pozornosť okolia.“ A to sa s klobúkmi od Chanel podarilo, nakoľko boli úplne odlišné od ostatných vďaka svojej jednoduchosti a vďaka tomu, že ich nosili známi a vyššie postavení ľudia.

Už v týchto časoch môžeme na Coco pozorovať jej módné začiatky bez toho, aby si ona sama uvedomovala, že vytvára niečo nové. Niečo, bez čoho si my momentálne nevieme predstaviť naše každodenné oblečenie. Napríklad jazda na koni a dámske sedlo. To bolo niečo, s čím nesúhlasila, nakoľko to bolo pre ňu nepohodlné. Preto sa rozhodla nosiť klasické pánske jazdecké nohavice a do sedla si sadala bežne ako muži. Dôkazom toho sú aj fotografické zábery z roku 1910 (*Chaneyova, 2014, obr. 11*), na ktorých sedí na koni oblečená ako chlapec z čoho sa neskôr stane módnym pojemom, z francúzštiny **la garçon**.

Okrem toho môžeme na tejto fotografii pozorovať aj hranatú pleteninovú kravatu, o ktorej je známe, že ju preslávil americký módný návrhár Ralph Lauren na prelome šesťdesiatych a sedemdesiatych rokov minulého storočia, na základe kolekcie inšpirovanej uniformami pre amerických študentov stredných škôl. To či si Coco kravatu takto upravila sama, dnes len ťažko povedať. Jediné čo môžeme s určitosťou povedať je, že vďaka rokom vieme, že sa nám tu naskytla jej ďalšia módna tendencia a tým pádom vplyv na módu v 60. rokoch. Okrem Laurena je však ešte veľa ďalších návrhárov, ktorí tvorili v šesťdesiatych alebo sedemdesiatych rokoch produkty inšpirované Coco. Týchto návrhárov si priblížime v ďalších kapitolách našej práce.

Aj podľa tejto fotografie teda vieme, že Coco akoby „vykrádala“ pánsky šatník. A však neboli to len pánske nohavice a kravata, ale taktiež pánska voľná košeľa či vesta.

Ak sa žena v týchto časoch obliekala ako muž, bolo to pre niektoré spoločnosti veľmi zvláštne a iné, no čo raz viac rozšírené. Častokrát sa k takto obliekajúcim ženám pripisoval status lesby. Vzhľadom na to že za čias Belle Époque bola homosexualita veľmi rozšírená a vo francúzsku beztrestná, si Paríž vyslúžil prezývku „Paríž-Lesbos“ (Chaneyova, 2014, s. 63).

Preto sa tu naskytujú otázky: obliekala sa Coco ako muž preto, aby sa cítila pohodlne a tým prejavila záujem o zmenu vtedajšej módy? Alebo bola lesba? Alebo len chcela podporiť tieto ženy, ktoré mali v istom zmysle slobodu prejavu, a priznávali sa k svojej homosexualite na základe oblečenia?

Pretože ako tvrdí Chaneyová (2014, s. 65) „Gabrielle svojím vzhľadom identifikovala s istým dobovým spoločenským hnutím.“ Každopádne sa tým nemení nič na tom, že na to mala právo s akýmkoľvek zámerom.

Medzi jej ďalšie prvé kroky v jej tvorbe, bez ohľadu na to aby si to uvedomovala, bol biely okruhlíkový golier, ktorý nosila ešte ako dieťa v sirotinci. Obyčajné voľné šatočky s bielym golierom, boli tradičnou rovnošatou v sirotincoch. Tu jej pravdepodobne utkvela v pamäti aj farebná kombinácia čiernej a bielej, ktorú ako dobre vieme, veľmi obľubovala a sama iné farby viac-menej nenosila. Tento krok najskôr odpozorovala na šatách mníšok, ktoré sa o ňu starali. Čierno-bielu kombináciu mníšskych odevov môžeme pozorovať ešte dnes.

Veľmi známym prvkom, ktorý patrí medzi jej začiatky je **catogon**. „Catogon je malý drdol alebo vrkoč stiahnutý stužkou, nazvaný podľa účesu anglického generála Cadogana“. (Baudot, 2001, s. 162). Tento prvok mašle alebo stužky vo vlasoch sa v mene značky Chanel preslávil hlavne v druhej polovici 20. storočia, no aj napriek tomu ho môžeme vďaka niektorým fotografickým prameňom pozorovať v jej rannej ére.

V neposlednom rade je tu materiál, ktorý obľubovala kvôli pohodliu ktoré vyhľadávala. Ten našla v džersejovom úplete, dovtedy známy a používaný výhradne pre pánov a ich spodnú bielizeň. (Baudot, 2001, s.74)

Jej osobitý štýl a názor na obliekanie vtedajších žien ovplyvnilo jej tvorbu na toľko, že sa maximálne odlišila od ostatných návrhárov. Nemôžeme však ešte hovoriť o módných

trendoch, ale o módných tendenciách, ktoré viditeľne ovplyvnili nasledujúce generácie až po súčasnosť.

1.3 Značka Chanel



Obr. 2 Logo značky Chanel

Dôsledkom jej pracovitosti a túžbe po úspechu, no hlavne finančnej slobode, bolo otvorenie obchodu s klobúkmi, kde najskôr začínala len ako modistka. Bolo to ešte v roku 1908 a nebol to celkom obchod. Za pomoci Étiennea Balsana začala podnikáť v jeho byte na Malesherbes č. 160, v Paríži na tzv. parížskom bulvári. V týchto časoch sa tu stretávala s jej známosťou, ako neskôr zistíme, životnou láskou, Arthurom Capelom. (*Chaneyová, 2014, s. 73*).

Nebol len jej milencom, ale hlavne akýmsi sponzorom v jej podnikaní. Či už finančným alebo psychickým, nakoľko ženy ktoré chceli pracovať, nenachádzali v tej dobe pochopenie u nikoho a už vôbec nie u mužov, pri ktorých by pracovať nemuseli, nakoľko by boli dostatočne finančne zabezpečené.

Coco bola však pre prácu zapálená a chcela toho dosiahnuť viac. Čo sa týka financií, obracala sa na Arthura, aby jej pomohol. „Arthur bol dobrý podnikateľ a chápal, že jeho milienka je inteligentná a energická. Sám veľa zarábala, ale veril, že Gabrielle má potenciál,

a keďže bol odvážny a rád riskoval, súhlasil, že jej peniaze dá. Začiatkom roku 1911 si tak prenajala prízemný priestor na **rue Cambon** neďaleko módnjej rue Rivoli.“ (Chaneyová, 2014, s. 90).

Butik na čísle 21 bol otvorený pod názvom „CHANEL MODES“. Na rue Cambon je dnes otvorených už viac butikov pod číslami 21, 31 a iné, a tým pádom sú jedny z najdlhšie otvorených predajní na ulici vôbec.

Ako dnes už vieme, z marketingového hľadiska, každá značka musí mať svoje logo, vlastný originálny produkt, ktorý zarába a dobrú reklamu na rôznych miestach. Ak sa reklama týka módy, tak býva najmä v známych módných časopisoch, v ktorých sa neskôr objavovala aj samotná Coco Chanel.

K dispozícií máme viac príbehov o tom, ako známe logo s dvomi prekríženými C vzniklo. Menej pravdepodobná je tá, o ktorej hovorí vo svojej knihe *Gidel* (2008, s. 10), nakoľko sa nenašiel žiadny dôkaz o tom, že by to tak mohlo byť. Spomína, že logo vzniklo ešte v 19. storočí a vymyslel ho prastarý otec Gabrielle, Joseph Chanel. Živil sa ako krčmár, ku ktorému chodili roľníci. Tých musel niekde usadiť a preto zostrojil pár stoličiek a stolov. Rozhodol sa že si svoje výrobky podpíše vlastnými iniciálami. Keďže bol veľmi veriaci katolík, iniciáli JC sa mu zdali ako svätokrádež. Preto sa rozhodol, že použije dve C prekrížené cez seba, ktoré vyryl do dreva. A však tento nábytok sa nenašiel, preto môžeme toto tvrdenie považovať len za povest’.

Ďalším, no viac pravdepodobným príbehom loga je príbeh, ktorý sa zakladá aj na skutočnosti. Tú môžeme vidieť na fľaštičke flakónu, čiže prvého parfumu s názvom Chanel N°5, ktorý veľmi dobre poznáme. A však napriek tomu, že sa samotný parfum vyrábala približne od roku 1921, toto logo sa začalo používať až od roku 1924, pravdepodobne preto, lebo značka Chanel v tomto roku predstavuje svoju prvú kozmetickú radu rúžov, púdrov a iných kozmetických prípravkov. Okrem iného, bola v tomto roku založená spoločnosť s názvom „SOCIÉTÉ DES PARFUMS CHANEL“, ktorá sa zaoberá výrobou špeciálnych vôní a kozmetiky.

Tento dizajn má na svedomí samotná Coco Chanel za predpokladu, že sú to jej iniciály alebo iniciály priezvisk Chanel a Capel (Arthur Capel), keďže bola zamilovaná vždy len do Arthura, aj napriek svojim mnohým známostiam. (Chaneyová, 2014, s.197). Nič sa však nemení na tom, že od tohto momentu sa začína logo používať úplne všade ako charakteristický znak značky Chanel.

V roku 1913 si Gabrielle otvára ďalší butik vo Francúzsku, v Deauville. Ani v tomto roku ešte nenachádzame žiadne náznaky svojho loga. Môžeme si to povšimnúť na fotografii, ktorá vznikla v tomto roku, priamo pred butikom v Deauville. Je na nej Gabrielle spolu s jej tetou a zároveň najlepšou priateľkou Adrienne. Obe mali na sebe oblečenie a klobúky značky Chanel. Čo je ale najdôležitejšie si všimnúť, že na markíze butiku je nápis „GABRIELLE CHANEL“. (*Chaneyova, 2014, obr. 16*)

V tomto istom roku uvádza aj svoju novú kolekciu s okamžitým úspechom. Kolekcia športových odevov pre dámy bola ďalšou kvázi revolúciou, podporujúcou zmenu žien voči svojmu vlastnému telu. Bolo to isté prejavenie spôsobu života. Športové odevy sa šli aj naďalej. Niektoré boli vytvorené aj pre rôzne predstavenia ako, napríklad „MODRÝ VLAKE“ ktoré vzniklo v roku 1922. Tieto modely veľmi podtrhli aktuálnu atmosféru nie len v inscenáciách ale aj vtedajšom životnom štýle. (*Chaneyova, 2014, obr. 30*)

Nasledujúce roky po roku 1913 boli pre celý svet neľahké. 3. augusta 1914 vyhlásilo Nemecko vojnu Francúzsku. Z hľadiska módy to bola veľmi zlá situácia, nakoľko sa zväčša zastavil import aj export. Preto mala táto politická situácia veľký vplyv nie len na módu, ale na ekonomiku všeobecne. Coco Chanel však premenila v biznise akési nešťastie ostatných, na šťastie a plus pre svoj rozvoj. V dobe, kedy sa všetky butiky zatvárali, ona svoje brány otvárala. Príchod vojny mal veľký dopad na ženy. Zrazu nemali pri sebe mužov, ktorých museli zastúpiť ako v domácnosti, tak aj v práci. Ženy z nižších a stredných vrstiev si už nemohli dovoliť kupovať drahé veľké róby. Nástup kratších sukni, s ktorými prišla Coco, bol jedným z najdôležitejších prvkov danej doby.

Ako píše *Paul Morand (L'allure de Chanel, 2008, s.61)*, ona sama povedala „*Bola som na správnom mieste, a naskytila sa mi príležitosť. Chopila som sa jej... Bolo za potrebu jednoduchosti, pohodlie, eleganciu a ja som to všetko poskytovala.*“

V tomto vojnovom období značka Chanel rozkvitla, dôkazom toho bolo otvorenie ďalšieho butiku v Biarritzu, ktorý sa stal prvým krajčírskym butikom v tomto meste vôbec.

Vďaka neobvyklým materiálom na tú dobu, butiky predávali tovar stále. Ženy jednoducho nutne potrebovali presne to, čo Coco ponúkala. V týchto časoch ľudia nepotrebovali korbety a dlhé sukne s tzv. honzikom, ani krajky a čipky. Potrebovali niečo praktické, a to spomínané krátke sukne, jednoduché šaty na viac príležitostí, džerzejové svetre a podobne. To, že po týchto odevoch bude dopyt, sa Gabrielle nemusela báť, nakoľko o nej a jej tvorbe začali písať vo viacerých vplyvných časopisoch, magazínoch i novinách.

V roku 1915 bol zverejnený článok a fotografia s jej modelom, dokonca aj v americkom známom časopise Women's Wear Daily.

V knihe od *Lisy Chaneyovej* (2014, s. 120) sa dozvedáme omnoho viac a vďaka jej spoľahlivým zdrojom, môžeme veriť tomu, že to tak naozaj bolo. Každopádne jeden z článkov, ktorý uviedla Chaneyová, písali noviny a bolo to odzrkadlenie toho, čo dnes už veľmi dobre poznáme. Bolo v nich uvedené:

„Gabrielle Chanelová ponúkla ... veľmi zaujímavé svetre s využitím nových prvkov. Za materiál jej poslužil vlnený džersej v atraktívnych farbách: svetlomodrá, ružová, tehlovo červená a žltá. Taktiež použila pruhovaný čierno-biely a modro-biely džersej. Jej svetre sa obliekajú cez hlavu, pri krku sú odhalené približne na 15cm na gombíky, ktoré sú potiahnuté džersejom... Predpovedáme im veľký úspech“. (Chaneyová, 2014, s. 120-121)

Značka Chanel ďalej bezpochyby napredovala a dosahovala obraty aj napriek hospodárskej kríze spôsobenej 1. svetovou vojnou. Po prvej svetovej vojne ďalej pokračovala vo svojej tvorbe v ďalšom zo svojich butikov. Tento krát si v roku 1918 na rue Cambon otvorila svoj prvý *couture house*, pod číslom 31.

Pracovala a prinášala stále nové materiály a strihy, ktoré sa stali hitmi doby. Dnes by sme ich nazvali módnymi trendami. Zatiaľ sa im však môžeme venovať pod pomenovaním módné tendencie, ktorými sa nechal ovplyvniť celý svet.

1.3.1 Módné tendencie

Keďže sa začiatkom minulého storočia sa ani nechýrovalo o pojme módné trendy alebo módnny hit, musíme tento nám známy pojem nahradiť slovami módné tendencie. Pod týmto pojmom si predstavme všetko to, čo ovplyvnilo nasledujúce generácie. V minulom storočí sme mohli pozorovať napríklad aj technickú tendenciu v podobe vývoja automobilu. Bolo to úsilie alebo niekoho zámer s tým, že sa v konečnom dôsledku vyvinulo niečo, bez čoho si momentálne nevieme predstaviť život. Každou jednou tendenciou človeka sa výrobok zlepšoval. Preto sa dnes už nevozíme v automobiloch, ktoré boli známe ľuďom na začiatku minulého storočia. My sa však zameriame na módné tendencie. Na módné tendencie Coco Chanel, ktoré ovplyvnili módnú scénu, celého 20. storočia.

Mala Coco Chanel snahu uplatniť niečo pokrokové a hlásať tým osvetu? Mala Coco potrebu stále niečo zlepšovať či ukázať ľuďom, že to čo robí je to najsprávnejšie v oblasti vtedajšieho krajčírstva?

- Jedna z mnohých tendencií, ktorá sa pripisuje Coco Chanel ja aj **plisé**. Niektoré pramene hovoria, že to bola práve ona, ktorá začala pracovať s plisé ako s niečím novým. No ako sa píše v knihe **Móda storočia** (Baudot, 2001, s. 46), prvé plisé by sa mohlo pripisovať Marianovy Fortunemu, ktorý zostavil patent alebo formu na tzv. magické plisované šaty, dnes už známe ako „Delphos“. Sú to jedinečné šaty tej doby, ktoré dokonale kopírujú postavu a vďaka voľnosti a pohodlnosti umožňovali lepší pohyb o ktorý išlo aj samotnej Coco Chanel.
- Čo sa týkalo pohybu, medzi jej úplne prvé tendencie alebo aj charakteristické znaky, patrí **nepoužívanie korzetu**. Veľa krát sa stretneme s vetou, že Coco zbavila ženy korzetu. Áno, z časti. O koniec korzetu sa mal postarať Paul Poiret ešte v roku 1908, spôsobom presadenia línie tzv. direktória. Zvýšil driek trošku vyššie, ktorý by bol zvýraznený opaskom, ktorý by bol hrubší a vystužený kosticami. Spoločnosť tento prvok prijala až o dva roky neskôr a dopomohla tomu práve Coco, ktorá bola v tej dobe najväčšou konkurentkou Paulovi Poiretovi. (Baudot, 2001, s. 42)
- Opasok ako doplnok dopomohlo k ďalšiemu vtedajšiemu trendu. Keďže sa ženy definitívne vzdali svojho pásu, posunuli ho nižšie. Už nie pásovú ale bedrovú líniu si zvýraznili previazaním či už opaskom, alebo len nejakou viazačkou. Džersejové oblečenie od Coco dopomáhalo k vytvoreniu si novej **siluete, tzv. I**.
- **Viazačky** okolo krku alebo do vlasov. Jednalo sa čisto o doplnok odevu. Viazačka v podobe mašle okolo krku alebo kravaty. Typický mužský prvok, ktorý dokázala skombinovať tak, aby sa stal módnym doplnkom a hitom aj pre ženy. Boli z rôzneho materiálu, no najčastejšie z čierneho hodvábu. Viazačky do vlasov sa preslávili hlavne v päťdesiatych rokoch. Boli veľmi podobné dnešným čelenkám. Viazali sa zo stužiek na mašličku na boku hlavy, ktoré boli pripevnené pinetkami.
- **Nohavice**, čisto pánska časť odevu. Ako sme už v predchádzajúcich kapitolách spomínali, najskôr to bol akýsi znak bisexuality alebo len súhlas s hnutím, ktoré podporovalo ženy tohoto typu. No z hľadiska módy to bol rozvíjajúci sa trend, ktorý sa stal nevyhnutnou súčasťou dámskeho šatníka. Nohavice nadobudli úplnosť hlavne v 30. rokoch. Šili sa z rôznych materiálov, úpletu, plátna a podobne. Ich strih sa

postupne rozvíjal, čo môžeme vidieť na fotografiách z rôznych dekád minulého storočia, na ktorých je aj samotná Coco.

- **Klobúky**, ktoré boli jej úplne prvým predajným produktom sa zvýraznili minimalistickým spôsobom. Vtedajšie klobúky boli veľké a okázalé. Akoby si chcela každá žena dať na klobúk všetko, čo doma našla. Perly, stužky, perie, brošne, kvety... Coco ich len odbremenila od okázalosti. Klobúky, ktoré boli omnoho menšie a s rovnou striedkou sa preslávili hlavne v druhej polovici 20. storočia.
- **Kozmetika a hlavne ikonický parfum**, sú jedny z hlavných predajných produktov značky Chanel aj dnes. Je verejne známe, že parfum s názvom N°5 bol najpredávanejším parfumom na svete, zvlášť v 50. rokoch, nakoľko v reklame na parfum vystupovala známa herečka a ikona krásy 50. rokov, Marylin Monroe. Parfum sa v priemere predával každých 30 sekúnd. A však, aj keď je tento parfum známy širokej verejnosti a niektorý ho môžu evidovať ako priekopníka vo svojom obore, nebolo tomu tak. Prvý parfum, ktorý bol vydaný pod módnou značkou, bol parfum s názvom **Rosine**, ktorý uviedol na trh Paul Poiret ešte v roku 1911, čiže desať rokov pred Coco Chanel. (*Baudot, 2001, s. 42*) A však aj napriek týmto faktom, môžeme tvrdiť, že parfum N°5 bol revolučný, na základe ktorého sa vyvíjali ďalšie a ďalšie parfúmy.
- **„Golfín sa rázom stal módnym hitom“** (*Chaneyová, 2014, s. 120*), toto je citácia z novin z roku 1915, ktoré tvrdia, že salón Chanel ešte v predchádzajúcej sezóne, čiže v roku 1914, ako prvý ušil z tohto materiálu športový plášť. *Golfín od Rodiera* takto uzrel svetlo sveta, a vďaka Coco, ho dnes môžeme využívať bežne na rôzne typy odevov.
- **Rôzne materiály**, ktoré boli dovtedy veľmi nevídané jednak pre ženy a jednak na tvorbu vrchných odevov, ako napríklad už niekoľkokrát spomínaný **džerzej**, ktorý sa využíval na tvorbu spodného oblečenia pre pánov. Použitie vtedy najobyčajnejšieho materiálu bolo veľmi neobvyklé, no z praktického hľadiska si nič iné toto obdobie nežiadalo. Vo *Vogue* v roku 1916 napísali: „...džerzej vyzerá sviežo a je neopísateľne chic“. (*Chaneyová, 2014, s. 122*). Získavanie skúseností s netradičnými materiálmi, posúvalo myslenie Coco vpred a to ju viedlo k ďalším „novým“ materiálom.

Semiš používala neobvykle na klobúky, saká či kabáty. Tento materiál dnes už dobre poznáme a tak ako aj dnes, aj predtým sa využíval zväčša na obuv a neskôr na doplnky, napríklad na rukavičky.

Králičia kožušina bola síce známa, no nie pre luxusné oblečenie. Bol to opäť jeden z menej cenných materiálov. Dovtedy sa ľudia obvykle zahalovali do činčíl, líšok a podobne. Nakoľko sa však počas prvej svetovej vojny nič nedovážalo, musela pracovať s tým, čo bolo. Práve preto siahla po králikoch, ktoré zožali veľký úspech aj u veľmi vznešených dám. Podľa vlastných slov, chcela len dať zarobiť chudobným ľuďom, opisuje *Chaneyová (2014, s. 123)*

Tvíd, materiál, ktorý žije do dnes. Tradičná mužská tkanina, ktorou sa nechala inšpirovať okolo roku 1924. Dnes tento materiál veľmi dobre poznáme, využíva sa hlavne na jej tradičných dámskych kostýmoch. (web)

- Takzvané **malé čierne šaty** a ich celú kolekciu vytvorila Coco v roku 1926. Čierne vychádzkové šaty boli neobvyklé, pretože čierna farba bola smútočná alebo sa používala len na uniformy. Jednoducho bola na bežné nosenie nevhodná. V tomto prípade to bol len ďalší prvok ktorý si mohla Coco pripísať na svoje konto, ako svoj autorský triumf. Šaty sa stali akousi uniformou všetkých elegantných žien, ktoré si získavali vďaka šatám všetku pozornosť. (*Chaneyova, 2014, s. 235*). Nám dobre známy časopis Vogue k šatám napísal trefnú a dnes veľmi známu poznámku, že šaty sú ako čierne automobily, ktoré vyrába Ford. Z toho vyplýva, že už vtedy boli predurčené rovnako ako automobily, na každodenné používanie. Jedny malé čierne šaty môžeme dnes vidieť aj na známej fotografii Marion Morehouseovej. (*Chaneyova, 2014, obr. 38*).
- **Módne doplnky**, ktoré Coco preslávila, sa stali neodmysliteľnou súčasťou dnešnej doby. **Perly** či už pravé alebo v podobe bižutérie. Na fotografiách môžeme vidieť viacero možností nosenia perál či už v podobe jednej šnúrky alebo viacerých v rôznych dĺžkach. V 20. rokoch si pracovitá mademoiselle Chanel otvára aj svoje klenotníctvo. Pracovalo pre ňu mnoho známych klenotníkov, ako napríklad manželský pár Gripoixovcov, ktorí pracovali aj pre Paula Poireta. (*Chaneyová, 2014, s. 227*). Nič sa však nemení na tom, že od tohto momentu sa bižutériou ozdobovali aj vplyvné ženy.

Klobúčiková čiapka, tzv. *cloches*, je snáď najznámejším módnym hitom 20. rokov minulého storočia medzi pokrývkami hlavy. Je v tvare zvonu a keď sa uvádzala na trh, nemala veľmi pozitívne privítanie. A však neskôr sa stala hitom, bez ktorého si look 20. rokov nevieme predstaviť.

Topánky s farebne odlišnou špičkou ocenia hlavne dámy, ktoré majú dlhšiu nohu než je pre dámy zvykom. Táto revolučná obuv bola preslávená v 50. rokoch a jej zámerom bolo opticky skrátiť chodidlo. Tieto lodičky ocenila aj známa herečka a módna ikona 50. rokov, *Audrey Hepburn*, ktorá mala neobvyklú veľkosť nohy 41. Tieto topánky zhotovil obuvník Raymond Massaro a existujú ich rôzne farebné obmeny. Sú neodmysliteľným charakteristickým znakom značky Chanel, ktorý žije dodnes. (*Baudot, 2001, s. 162*)

Kabelka na plece na zlatú retiazku, ktorá bola prešivaná, obdĺžnikového tvaru sa doslova zakorenila v módnom priemysle, od kedy uzrela svetlo sveta vo februári 1955. Podľa tohto dátumu sa dodnes označuje pod číslami 2.55. Inšpirovaná je jazdeckými prešivanými bundami, jej zapínanie sa volá „mademoiselle turnlock“ a dnes si ju môžeme kúpiť vo viacerých prevedeniach. (*inside.chanel.com,2020*)

- **Kostým**, ktorý žije dodnes. Prvý kultový kostým, taký ako ho poznáme, bol ušitý ešte v roku 1924, vďaka tomu, že sa v dielni značky Chanel objavil „nový“ materiál, tvíd. Kostým, ktorý sa skladal z puzdrovej sukne a saka s vreckami, lemovaním, so zlatými retiazkami, nadobudol okamžitý úspech. Tvídový kostým bol známy aj po druhej svetovej vojne, a však aj v iných prevedeniach. Keďže musela Coco prísť aj s niečím novým kvôli silnej konkurencii 50. rokov, prichádza na scénu kostým tzv. „petit Chanel“, ktorý vynikal svojou pánskou líniou a čierno-bielym prevedením. Krásny čierny kostým podšitý bielym saténom obletel celý svet. (*Baudot, 2001, s. 162*). Tu sa len podčiarkol čierno-biely štýl Chanel, na ktorom vidíme ďalšiu módnú tendenciu pretrvávajúcu do dnes, pretože ako vieme, čierno-biela kombinácia je nesmrteľná, rovnako ako všetky tieto módné trendy od Coco Chanel.

2 OVPLYVNENÍ MÓDOU CHANEL

Všetci návrháři v 30. letech, chtít či nechcít, se už naspět nevraceli ku korzetům, ale dále pokračovali s prvky, s kterými přišla Coco Chanel.

Samozřejmě, jako poznáme módních návrhářův, najdu si nějakou inspiraci podle které tvoří svoje vlastní originální kusy. Takýmto způsobem tvořili návrháři aj v minulém století a Coco jim sloužila jako múza či inspirace. Jednoduše to, s čím přišla ona už nikdy neodíšlo, len sa s tým inak pracovalo.

Například také Lucien Lelong. Mladý muž, syn Arthura a Élénory, kterých módní dom byl známý už na konci 19. století, vybudoval z rodinného podniku impérium, které už v roce 1926 malo 1200 zaměstnancův. (*Baudot, 2001, s.86*)

Ako tvrdí sám *Francois Baudot*, vo svojej knihe *Móda století*, Lelong je skôr len businessman a o jeho návrhy sa starali dnes už veľmi známe mená ako například Christian Dior, Pierre Balmain, Hubert de Givenchy a ďalší. Dalo by sa povedať, že toto bol pre nich pomyselný odrazový mostík, ktorý ich neskôr v 50. rokoch priviedol k tomu, aby si otvorili ich vlastné módné salóny. Keďže sa Lucienová značka rozvíjala rukou v ruke so značkou Chanel, je viac než isté, že vzhľadom na vývoj módy, tvorili podobné siluety.

Každý návrhár, ktorí sa preslávil v 20. rokoch minulého století, si neodmysliteľne bral do svojich návrhov aj niečo z tvorby Coco Chanel. Čo sa však týkalo úpletu a sportswearu, sa v tzv. bláznivých rokoch rozvíjal aj **Jean Patou**, ktorý tvoril športové oblečenie len pre páňov v podobe tenisových polokošiel, voľných krátkych či dlhých nohavíc, námorníckych plášťov a podobne. Následne prišla s úpletom na iný spôsob Coco a nakoniec sa nechali ovplyvniť aj ďalší návrháři:

Elsa Schiaparelliová bola veľmi známa Parížanka hlavne v medzi vojnovom období, ktorá bola často krát porovnávaná práve s Coco počas **20. rokov**. Jej tvorba bola však úplne odlišná, mohli by sme ju nazvať, že bola priam výstredná. Zaujala hlavne svetom, na ktorom bola vpletená veľká mašľa bielej farby. Motív mašle môže vidieť aj na mašľovom opasku ružovej farby, ktorá bola jej obľúbená. Dôležité je taktiež poznamenať, že po druhej svetovej vojne sa u nej učia dnes známi módní návrháři ako Pierre Cardin a Hubert de Givenchy, u ktorých môžeme neskôr taktiež pozorovať vplyvy značky Chanel alebo aj samotnej Schiaparell.

V **30. roko**ch môžeme všeobecne pozorovať preslávenú módu Hollywoodu. Aj Amerika inšpirovala z veľkej časti práve Parížom. Francúzska elegancia prekvitala a každý návrhár sa k nej staval svojím vlastným spôsobom. Dôvod prečo bol v Amerike tak veľký vplyv práve tejto módy v podobe jednoduchých strihov siluet bez pásu a podobne, bol aj vďaka rozvíjajúcej sa módnjej fotografii, ktorú v 30. rokoch výrazne ovplyvnil **Martin Munkácsy** svojou fotografiou „Fun during coffee break“ a celkovou tvorbou športovej módnjej fotografie. (*Lapšanská, 2014, s. 34*) Vytvoril tak obraz typického amerického dievčaťa, ktoré športuje, formoval sa istý moderný životný štýl, ktorý išiel rukou v ruke s módou, pretože ako vieme, športovú módu ovplyvnila aj samotná Coco Chanel vďaka šitiu úborov na divadelné predstavenia, ktoré sa predstavovali po celom svete.

Charles James bol zrejme jediný veľký americký couturier, známy hlavne v 40. rokoch, ktorí sa nenechal zlákať na americkú ready- to- wear. Považuje sa za predchodcu saténového plášťa, zavinovacej sukne, prešívaného kabáta, či dokonca aj new-looku ako takého. Aj napriek tomu, že sa v 40. rokoch v americkom New Yorku udomáčuje francúzska móda v podobe Chanel kostýmu, skrátených sukni, jemných dámskych doplnkov, sa Charles pokúša vniesť do svojich modelov opäť kruhy, pripomínajúce krinolínu. Svedčí o tom fotografia zverejnená v knihe *Móda storočia od Baudota (2001, s. 118)*. A však ako dnes už vieme, krinolína v pravom slova zmysle sa neujala a Charles na základe jeho siluet sa preslávil hlavne v 50. rokoch. A však, čo sa týkalo americkej prêt-à-porter, výrazne ovplyvnenou tvorkyňou bola Claire McCardell, ktorá sa vplyvom druhej svetovej vojny, začala výrazne zaujímať o džersej, denim a všeobecne o bavlnu. Vďaka jej za slávne puzdrové šaty z denimu, ktoré uviedla na trh v roku 1942. Taktiež jej vďaka za úpletové trojštvrťové nohavice, ktoré sú nám známe hlavne z 80. rokov vďaka Madonne.

40. roky boli z pohľadu módy opäť kritické. Medzivojnová situácia nútila ľudí ku skromnosti. Do konca sa aj na niekoľko rokov museli zatvoriť brány Chanelu. Kým sme doteraz pozorovali ako sa móda v priebehu krátkeho času úplne menila a ako sa každý návrhár snažil odlíšiť, prichádzajú „fifties“ ktoré sú známe rovnošatou hlavne v Spojených štátoch amerických. Avšak, vďaka Američanom nemáme dnes len slobodu a demokraciu, ale aj syntetické látky, nylon – ktorý sa používal najskôr len na padáky, rôzne pokroky v technike, ktoré ženám v päťdesiatych rokoch uľahčovali život. Zaujímavosťou však je, že ani tie nylonové pančuchy, tzv. nylonky si nemohol každý dovoliť. Ženy z nižších vrstiev si tak začali na nohy kresliť švy, pomocou kozmetickej farby, ktorú vyrábala firma **Max Factor**, ktorú poznáme dodnes. (*Máchalová, 2012, s. 73*)

Na základe aj tohoto poznatku o kozmetike, môžeme pozorovať veľký nárast popularity aj v tomto módnom odvetví, nakoľko odevy a kozmetika idú ruka v ruke s trendami daného obdobia. Zatiaľ čo v Amerike určovali trendy študenti vďaka svojim rovnošatám v podobe košeľových šiat so spodničkami, vo Francúzsku si stále držali svoj konzervatívny elegantný look. Doposiaľ snáď najvýraznejším návrhárom 50. rokov je **Christian Dior**, najväčšia konkurencia Coco Chanel po jej návrate a dlhoročnej odmlke. Christian Dior, tvorca new-looku, je ikonickou postavou vo svete módy, rovnako ako Coco Chanel. Aký mala však vplyv tvorba Coco Chanel na jeho modely? Aj keď je vynálezcom novej siluety tzv. X, musíme si povšimnúť spôsoby vypracovania jeho modelov. Jeho vychádzkové odevy už nikdy nesiahajú po zem. Dĺžku sukne určuje do pol lýtka, kabáty sú voľného strihu, niektoré so stajačkami, čierno biela kombinácia je obľúbená stále, perly doladujú jeho modely na rôznych spôsoboch a fazóny z pánskeho saka krásne poukazujú na to, že žena môže nosiť všetko z pánskeho šatníka.

Výnimočnými návrhármi 50. rokov sú neodmysliteľne aj **Cristóbal Balenciaga**, ktorému vďačíme za tunikové šaty, ktoré boli doplnené nohavicami. Nohavice, ako môžeme pozorovať, sa čoraz viac udomácňujú na pôde trendov. Veľmi uznávaným návrhárom bol aj **Hubert de Givenchy**, o ktorom sme sa už zmieňovala. Pôsobil v rôznych módných domoch, okrem Lelonga, tak aj u Pigueta, Fatha a niekoľko rokov u Schiaparellovej. Givenchy môže ďakovať za svoju slávu aj ikone krásy 50. rokov, Audrey Hepburn, ktorú obliekal do rôznych filmov a neskôr aj v osobnom živote. Ako tvrdí *Máchalová (2012, s. 80)* v jej knihe *„Obliekali ju do skvostne vypracovaných vlnených šiat, so siluetou „A“ a s plastickými švami, do plášťov s dvojradovým zapínaním a s ľahko odstávajúcim límcem.*

Aj napriek tomu, že v **60. rokoch** bola z módného hľadiska známa Británia, móda a umenie napredovalo všade. Viac a viac mohli ľudia počuť z rádií rock and roll, The Beatles, Rolling Stones, atmosféra bola uvoľnenejšia a ľudia bláznivejší. Šesťdesiate roky mali svoj symbol – mini. Mini sukňa je predovšetkým symbolom Británie, ktorú preslávila aj známa modelka Lesley Hornbyová prezývaná **Twiggy**. Tu môžeme pozorovať výrazný posun nie len v odievaní, ale i v modelkách. Zatiaľ čo sme do teraz pozorovali modelky a modely zamerané na úzky pás a prsia, teraz prichádza plochá tínedžerka, odhaľujúca svoje takmer celé nohy vďaka minisukni. Tu vidíme veľký módný trend v podobe postavy modelky, ktorý prevláda do dnes. Hlavnou postavou Britskej módy šesťdesiatych rokov je módna návrhárka **Mary Quantová**, ktorá tvorila jednoduché voľné šaty z džerseja a ďalších iných neobvyklých látok. Môžeme pozorovať ďalšiu tvorbu, ovplyvnenú Coco Chanel.

Je tu tendencia skrakovania, aj keď Coco nebola nikdy za to, aby mali ženy odhalené kolená (*Máchalová, 2012, s. 90-95*) V tom istom období, ibaže vo Francúzsku si rozbiehal svoju vlastnú značku Yves Saint Laurent, ktorý sa preslávil najskôr ako hlavný dizajnér v módnom dome Christiana Diora. Keď už pôsobil pod vlastnou značkou, vytvoril jeho ikonickú kolekciu inšpirovanú obrazmi od Pieta Mondriana s názvom „Mondrian“ z roku 1965. Tieto nenahraditeľné šaty, symbolizujúce francúzske 60. roky poukazujú na návrat siluety „I“, s ktorou prišla Coco. Žiaden pás, len veľká uvoľnenosť, ktorá sa šírila vtedajšou spoločnosťou. Ďalší z mnohých úžasných návrhárov tejto dekády je určite **André Courrèges**, ktorého odevy sú známe taktiež siluetou „I“ a pásikmi, známymi aj z úpletových tričiek Coco Chanel.

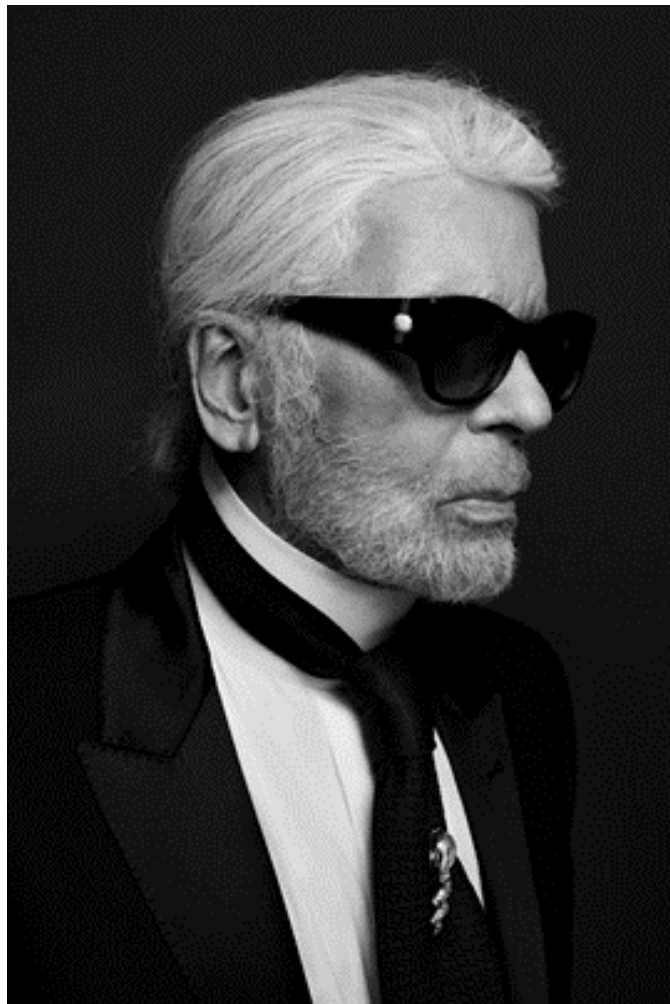
V **70. rokoch** môžeme sledovať pokroky Yves Saint Laurenta v podobe dámskeho nohavicového kostýmu. Tento dámsky smoking z roku 1979 si milovníci módy veľmi rýchlo obľúbili. Stáva sa hitom, ktorý môžeme pozorovať aj v súčasnosti. Okrem Laurenta sa v tomto desaťročí minulého storočia, rozvíjala aj ďalšia známa osobnosť módnjej scény, Oscar de la Renta. Veľký rozruch okolo svojej kolekcie narobila Rei Kawakubo, ktorá ukázala konzervatívnej Európe, ako môžu vyzerat' modely podľa nej v podobe pletených a úpletových svetrov s veľkými dierami, nezvyčajnými strihmi a materiálmi.

Nemôžeme zabudnúť ani na ďalšie veľké mená, ktoré prichádzajú o pár rokov neskôr, ako napríklad Calvin Klein, Giorgio Armani a ďalší, ktorí sa inšpirovali históriou, ktorá sa odohrávala na začiatku 20. storočia v podobe príchodu Coco Chanel a jej módnymi tendenciami pretrvávajúcimi celým storočím. V **80. rokoch** prichádza na scénu aj Karl Lagerfeld, ktorý sa stáva ikonou módnego priemyslu až do svojej smrti. Muž, ktorý bol najviac ovplyvnený módou Chanel.

2.1 KARL LAGERFELD

Aj napriek tomu že značka Chanel si stále drží takú tú svoju pomyselnú vysokú latku, ktorú neprekročí, značka napreduje a drží krok s aktuálnymi módnymi trendami. Čo je však najviac obdivuhodné, značka dokáže vyprodukovať ročne niekoľko stoviek návrhov, ktoré budú vždy vyjadrovať štýl Chanel, ale zároveň budú obsahovať módnne trendy na nadchádzajúcu sezónu. Mohol za to hlavne maestro Lagerfeld.

Karl Lagerfeld sa narodil v roku 1933 nemecko-švédskym rodičom v Hamburgu. Následne sa presťahovali do Paríža, kde strávil zvyšok svojho života. Vyrastal ako úplne bežné dieťa, bez nejakých veľkých nárokov a pokiaľ aj nejaké mal, tvrdo si za nimi išiel, čo sa aj preukázalo v jeho tvorbe. Dôkazom toho je aj jeho hneď prvý úspech, ktorý mu odštartoval kariéru. Karl svoje nadanie úspešne prejavil už ako 17-ročný v roku 1954, keď vyhral súťaž, ktorú organizoval *Secrétariat International de la Laine (International Wool Association)* vo Francúzku, kedy navrhol kabát, ktorý bol aj neskôr ušitý pod značkou Pierre Balmain. Pierre mu na základe tejto výhry a viditeľnému potenciálu ponúkol miesto jeho asistenta. (karl.com, 2020)



Obr. 3 Karl Lagerfeld

Viedlo sa mu tak dobre, že o tri roky neskôr sa z neho stal umelecký riaditeľ módného domu *Jean Patou*. Vo svojom odbore sa z neho stal taký odborník, že ako jediný z nezávislých odborníkov na módu a módny priemysel, fungoval naraz medzi Francúzskom, Talianskom, Anglickom a Nemeckom. V roku 1964 začal spolupracovať so značkou **Chloe**. Jeho kroky ďalej viedli do známej módnej značky **Fendi**, s ktorou spolupracoval od roku 1965 až do svojej smrti. Čo je však obdivuhodné, u vtedy tak mladého návrhára je, že spolupracoval s viacerými značkami naraz. Tu môžeme vidieť veľký zápal pre prácu, tvorbu a módu všeobecne. Aj napriek tomu, že tak úspešný mladý človek ešte nemal svoju vlastnú značku, sa mohol pýšiť tým, že v roku 1975 predstavil parfum CHLOE. Týmto sa zapísal do dejín módy ako návrhár bez vlastnej značky, no s vlastným parfumom. (karl.com, 2020)

Pozíciu hlavného umeleckého riaditeľa, si udržal najdlhšie práve v módnom dome **Chanel**. Pre značku Chanel začal pracovať v roku 1983, kedy bol vymenovaný za hlavného návrhára, nakoľko bol pre nich najlepšou voľbou a to vďaka tomu, že bol silná osobnosť a mal úžasnú vlastnosť navrhovať čokoľvek a pre kohokoľvek. S okamžitým nástupom sa dokázal vteliť do kože danej značky a povýšiť jej charakteristické črty. To sme mohli pozorovať vo všetkých jeho kolekciách najmä pre Chanel, kde z jeho tvorby bolo cítiť trend, jeho originalitu, no zároveň aj samotnú Coco.

Rok 1984 sa stal pre Karla zlomovým. Aj napriek tomu, že pracoval súčasne pre Chanel a Fendi, založil si svoju vlastnú značku **Karl Lagerfeld**, ktorá je úspešná aj v súčasnosti. V tejto značke môžeme pozorovať rukopis samotného Karla. To, ako Karl tvorí v mene svojom a nie v mene niekoho iného. Pozorujeme menšiu výstrednosť a zároveň klasiku vystihujúcu práve jeho, ako napríklad vysoké biele límce s čiernou viazačkou či cyklistické rukavice.

Čo sa však týka značky Chanel, dodnes je jej neodmysliteľnou súčasťou. Je to tak aj vďaka tomu, že ako hlavný umelecký riaditeľ, sa nevenoval len navrhovaniu, ale taktiež aj marketingu a fotografovaniu. Od roku 1987 sa pohyboval za objektívom a sám fotografoval svoje kampane pre Chanel. Vďaka tomu, môžeme dnes v publikácii *CHANEL the Karl Lagerfeld Campaigns* vidieť všetky jeho ikonické kampane a snímky. V tejto knihe nie sú však len fotodokumentácie, ale aj popisy, ktoré sú dôkazom týchto tvrdení. V tejto knihe *Chanel the Karl Lagerfeld Campaigns od Patricka Mauriése (2018, str. 17)*, môžeme vidieť fotografie z roku 1987, ku ktorým je článok o tom, ako je toto jeho prvá kampaň, ktorú si nafotil sám a tým odštartoval svoju fotografickú kariéru. Stvárnil svoju originálnu múzu Chanelu nazývanú „Parisienne“. Bola to Haute Couture kolekcia určená na obdobie

jeseň/zima. Kolekcia bola inšpirovaná Versailleskou operou Jean – Baptiste Lully's zo 17.storočia. Kolekcia ponúka bohatú barokovú estetiku doplnenú luxusnou „Lesage“ výšivkou.

Niektoré z týchto fotografií, boli dokonca pretransformované do umeleckých kníh, ktoré publikoval známy Steidl. (karl.com, 2020)

Z marketingového hľadiska, bol Karl dokonca lepším predajcom ako Coco Chanel. Vedel ako narábať s materiálom, strihmi, farebnosťou tak, aby modely zaujali aj mladšie potenciálne zákazníčky, čo bolo najlepšie čo mohol pre značku spraviť, pretože ako vieme, už v 50. rokoch bolo Coco pripisovaný status, že je staromódna.

Karl doslova naštartoval nie len značu Chanel a svoju značku Karl Lagerfeld, ale celosvetovú módu všeobecne. Svojmu remeslu návrhára, fotografa, vydavateľa a architekta sa venoval do svojej smrti, do 19.02.2019.

2.2 Značka Chanel dnes

Hlavným umeleckým riaditeľom módnej značky Chanel je momentálne Virginie Viard. Tú menoval za svoju nástupkyňu ešte Karl Lagerfeld, nakoľko mu bola pravou rukou viac než 30 rokov. Právomoc hlavnej riaditeľky nadobudla v deň smrti Karla. Na scéne Chanel s vlastnými autorskými kolekciami momentálne pôsobí už viac ako rok. Ona sama povedala, že je tu preto, aby odkaz Coco Chanel a Karla naďalej prežival.

Aktuálna situácia vo svete, následkom pandémie Covid19, nedovoľuje usporiadanie módnych prehliadok a preto sme tento rok nemohli vidieť jej ďalšiu prehliadku v podobe Haute Couture prehliadky. Doposiaľ sme mohli vidieť jej prehliadku **The Cruise** v máji 2019, ktorá bola určená na sezónu 2019/2020. Odohrávala sa v duchu vlakovej stanice vo veľkolepom priestore v *Grand Palais*, ktorým si Virginie získala okamžité divákov a presvedčila ich o tom, že je schopná pokračovať v tom, čo sa od značky Chanel očakáva. Ďalšie prehliadky sa odohrávali na rôzne témy. Najhonosnejšia bola v štýle **Rue Cambon 31**. Absolvovala všetky sezónne prehliadky, ready to wear, haute couture, jar/leto, jeseň/zima. Posledná chodená prehliadka na móle, ktorú sme mohli vidieť vďaka Virginie pod značkou Chanel, bola sezónna prehliadka jeseň/zima 2020/21, ktorá bola odprezentovaná 3. marca 2020. Ďalšia prehliadka v poradí by bola haute couture jeseň/zima 2020/21, ale nakoľko to momentálna situácia vo svete kvôli pandemií nedovoľuje,

prehliadkové modely boli len nafotené pred plátnom v Parížskom ateliéri. Fotografie vyšli presne v ten dátum, kedy mala byť oficiálna prehliadka **Haute Couture Fall/Winter 20/21**.

V ten istý deň vyšiel článok, v ktorom autorka tvrdí, že aj napriek tomu že sme nemohli vidieť inscenáciu čarovného lesa vo Veľkom Paláci, kde by sa prehliadka odohrávala, svet couture stále žije a je nám k dispozícii digitálne. Chanel predstavil prostredníctvom Parížskeho ateliéru celý line up svojich modelov cez internet. Napriek zmene tohto formátu, sa ikonická značka opäť uchýlila k svojim koreňom s troškou romantizmu. Jemné tvídové súpravy v hlbokéj fialovej farbe, sú ozdobené drahými drahokamami, župany s ručne vykoráľkovanou výšivkou. Čo sa však celkového vzhľadu kolekcie týka, Virginie cíti, že kolekcia viac odzrkadlila Karla než Coco, nakoľko jednou z inšpirácií boli práve germánske maľby.

2.2.1 Vplyv značky

Každá módna, alebo iná značka má dnes veľký vplyv na ľudí, či už z módného alebo ľudského hľadiska. Vplyvy môžu byť z rôznych uhlov pohľadu.

- **Vplyv značky na verejnosť** – na základe doterajších zistení v predošlých kapitolách, môžeme konštatovať, že zrejme najväčší vplyv na verejnosť ako takú, mala značka Chanel na začiatku svojej kariéry, t. j. v 20. rokoch minulého storočia. Išlo o vplyv vnímania istej spoločenskej vrstvy na základe oblečenia. Nakoľko prišla Coco Chanel s prevratom obliekania v štýle menej honosnom, jednoduchosť, neokázalosť a bižutériu si dali na seba ženy aj z vyšších vrstiev, bolo ťažké rozoznať, kto sa kam zaraďuje.

Paradoxom toho je práve dnešná doba. Dnes akonáhle uvidíme niekoho s kabelkou s logom Chanel, vieme, že pokiaľ je originál, jedná sa o človeka z tzv. “vyššej” vrstvy.

- **Vplyv značky na kupujúcich** – akákoľvek značka na svete, ktorá je už pojmom, má istú skupinu ľudí, ktorej umožňuje členstvo vo svojom tzv. klube. Všetko má svoje výhody aj nevýhody a nie je tomu tak aj v tomto prípade. Pokiaľ si chcete udržať členstvo v Chanel, musíte mať konfekčnú veľkosť 36. Aj na základe týchto nárokov môžeme tvrdiť o istom vplyve, ktorý má určitý dopad aj na gastronómiu.
- **Vplyv značky na iné značky** – ako sa môžeme dočítať v celej knihe *Móda storočia* od Francios Baudota (2001), je spomenutých viacero návrhárov **minulého storočia**,

ktorí sa nechali inšpirovať Coco Chanel. Jednalo sa prevažne o materiály, techniky spracovania a strihy. Čo sa týka vplyvu na iné značky v aktuálnom období, nemôžeme presne hovoriť o vplyvoch a ovplyvneniach, nakoľko si už každá značka vytvorila svoj vlastný priestor na prezentáciu, ktorá je jej rukopisom.

Výnimkou sú fast fashion podniky/značky, ktoré čerpajú z aktuálnych módných trendov, ktoré sa predvedú sezónne na módlach, ktorých kópie sprostredkujú spotrebiteľom do celého sveta za omnoho nižšie ceny. Takýto vplyv na módné a aktuálne produkty, má každá veľká značka, ktorá sa prezentuje na fashion weeku.

- **Vplyv značky na módné trendy** – na základe dnešných trendov, ktoré môžeme vidieť všade, či už sú to fast fashion podniky alebo samotné prehliadky veľkých značiek, momentálny vplyv značky Chanel na módné trendy je z historického hľadiska očividný. Aktuálne môžeme pozorovať, ako je v kurze napr. znížený pás, ktorý zaviedla práve Coco Chanel. Taktiež rôzne viazačky, čiapky či čierno-biela farebnica.

Na základe týchto viditeľných aspektov sa dá určiť, že z historického hľadiska má značka Chanel vplyv na súčasné módné trendy.

3 MÓDNE TRENDY

Pojem módne trendy sa zaužíval omnoho neskôr ako sa presadila Coco Chanel. Tento pojem sa udomáčňoval počas celého 20. storočia, rukou v ruke s otváraním rôznych módných domov. Čo sa týka obdobia Coco Chanel, môžeme hovoriť len o módných tendenciách. Súčasné módne trendy môžeme sledovať vďaka týždňom módy – Fashion Weekom. Dokonca aj samotný Fashion Week sa stal akýmsi trendom vo svete módy. V istom slova zmysle to je trend, ktorý sprostredkováva módne trendy.

História fashion weeku sa začala písať v roku 1943, kedy sa módna žurnalistka **Eleanor Lambertová** zaslúžila o zorganizovanie týždňa módných prehliadok. Ako tvrdí *Lapšanská (2014, str. 25)*, bolo to v hoteli La Plaza v New Yorku, kde pozvala ďalších 150 módných redaktorov. Zámer bol jasný – pritiahnúť viac pozornosti na americkú módu vďaka tlači. Dnes už vieme že vďaka tomuto Press Weeku sa postupne stal Fashion Week – jeden z najväčších a zároveň najdôležitejších prvkov módného marketingu.

Lapšanská (2014, str. 30), ďalej tvrdí, že aj napriek tomu, že sa história Fashion Week začala písať v Amerike, Fashion Week sa zaužíval aj v Európe, nakoľko je Paríž kolískou módy. Vďaka módnym časopisom sa vygenerovala tzv. veľká štvorka, ktorá predstavuje 4 veľké mestá, kde sa Fashion Weeky konajú dodnes. New York, Londýn, Miláno a Paríž získali svoj priestor v módnom kalendári v rôznych týždňoch podľa vývoja daných situácií v krajine.

V dnešných dňoch je pojem módne trendy tak vysoko, že v súčasnosti existujú priamo trend kancelárie – trend office, ktoré zamestnávajú ľudí, ktorí určujú trendy na nasledujúcu sezónu. Na základe doterajších módných trendov, ktoré boli hitmi v minulých sezónach, vygenerujú rôzne grafy, na základe ktorých zostavia plán na nasledujúcu sezónu. Tieto štúdie uzrú svetlo sveta ešte pred oficiálnymi Fashion Weekmi, takže nie je vôbec vylúčené že práve veľké módne domy spolupracujú s týmito fashion trend officmi, ktoré im poskytnú všetky údaje, vďaka ktorým si návrhár daného domu vytvorí svoju kolekciu, plnú trendov na nasledujúcu sezónu. A však každý fashion week už spomínanej veľkej štvorky má iné trendy, viac menej typické danému prostrediu a situáciám, ktoré sa v danom meste aktuálne dejú.

Jedným z najznámejších a najväčších trend officeov je agentúra **WGSN**, ktorá vytvára predpovede rôznych trendov pre širokú škálu užívateľov. Na ich oficiálnej stránke www.wgsn.com sú dostupné štúdie trendov v rôznych oblastiach ako napr. v gastronómii,

kráse, móde, interiéru či životného štýlu. Ako oni sami tvrdia na portáli (web wgsn about us), veria vo vynikajúci dizajn výrobkov. Pomáhajú dizajnérom prechádzať zmenami tak, aby vytvorili lepšiu budúcnosť. Odborníci v WGSN spájajú isté body na to, aby presne predpovedali produkty, skúsenosti a služby, ktoré budú ľudia potrebovať v nasledujúcich mesiacoch až rokoch. Pomáhajú značkám aby si udržali svoje miesto aj v budúcnosti.

Pravidelne prehliadajú globálne prostredie, aby sa mohli zamerať na vytvorenie vynikajúcich produktov. Ich rozsiahli tím odborníkov, z oblasti priemyslu všetkého druhu, poskytuje inšpiráciu komunite, ktorá sa skladá z viac ako 43 000 dizajnérov na území 32 svetových trhoch.

Trendová spoločnosť WGSN funguje od roku 1998, kedy bola založená a uvedená na trh v Londýne. Roky napomáha umeleckému priemyslu k úspešnému budovaniu dizajnu všeobecne.

V ďalšej sekcii na oficiálnej stránke WGSN pod ikonou móda, nájdeme ďalšie zaujímavé poznatky pre dizajnérov, ktorí potrebujú poradiť s aktuálnymi módnymi trendami. Tu (wgsn/fashion.com, 2020) píšú aj o výhodách pre spotrebiteľov ich služieb v oblasti módných trendov. Môžeme vidieť širokú ponuku v oblasti podkladov pre farebnú škálu pre materiály, vzory materiálov, celkovú ponuku odevných materiálov, typy obuvi, šperkov či celkové koncepty daných aspektov vytvorených vďaka perfektnej grafike. Dodávajú aj odporúčania zamerané na predaj a investíciu, ale taktiež aj odporúčania na stiahnutie investície pokiaľ nie je správna z dizajnového a marketingového hľadiska. Výhodou vo vizuálnom a módnom smere tejto stránky je to, že poskytuje viac ako 25 miliónov obrázkov daného trendu, ktorý si vyberiete na základe kľúčového slova.

Celý tím trend agentúry WGSN sa skladá z odborníkov v rôznych odvetviach a už viac ako 20 rokov posúvajú veľkých aj malých dizajnérov k úspechu vďaka ich výskumu v trendoch. Koniec koncov sú to vlastne oni, ktorí určujú módné a iné trendy a nie veľké módné domy, ako si väčšina ľudí myslí.

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

4 ÚVOD

Bakalárska práca s názvom BOW z anglického slova mašľa, ktorá je nosnou inšpiráciou kolekcie, je založená na strihových riešeniach mašle do rôznych typov odevu, na súčasných módných trendoch vyplývajúcich z prehliadkových mód, na súčasnej farebnosti odevov a na historickom výskume v teoretickej časti.

Nakoľko je mašľa jeden z najväčších súčasných módných trendov, praktická časť nadväzuje na teoretickú časť ktorá sa zaoberá módnymi tendenciami Coco Chanel v 20. rokoch minulého storočia, kde sa práve odzrkadlil vývoj mašle ako takej. Praktická časť bakalárskej práce odzrkadľuje spojenie medzi módou v roku 1920 a 2020 v podobe kolekcie piatich modelov.

4.1 1920 x 2020

Dvadsiate roky minulého storočia sú známe svojou jednoduchosťou a eleganciou. Vtedy sa snád' po prvýkrát sa začalo skloňovať slovo elegancia v duchu, akom ho poznáme dodnes. Minimalizmus dvadsiatych rokov, akoby predpovedal ďalšie dekády módného priemyslu. Vo všeobecnosti sa celé 20. storočie nieslo v duchu uvoľňovania. Pokiaľ však máme porovnávať módu z pred 100 rokov a módu dnešnú, uvidíme isté zhody, len v modernejšom prevedení. Základ je však ten istý. Na základe fotografií z daného obdobia a taktiež archívnych článkov z rôznych módných magazínov, ako napríklad Vogue, Harper's Bazaar a Gazette du Bon Ton, dokážeme nie len spozorovať odevné detaily ale taktiež vtedajšie trendy, ktoré sa udomácnili na pôde módy a objavili sa na móle aj v roku 2020.

Roky nasledujúce po prvej svetovej vojne boli rokmi zmien ľudstva na celom svete. Čo sa týkalo módy, nebolo tomu inak. Ženy si začali viac presadzovať svoje práva a istým spôsobom aj nároky. Zvládali práce ktoré zvládali muži, starali sa o chod domácnosti, šoférovali, hrali golf, cvičili, fajčili cigarety. Nastal rozvoj emancipácie. Štýl „la garsonne“ teda vzhľad ženy „ako chlapec“ sa začal viac a viac uplatňovať nie len v bežnom živote ženy, ale aj v spoločenskom a kultúrnom živote. Ikonou tohto vtedy nového módného štýlu sa stala Gabrielle Coco Chanel, ktorá prehlásila, že moderná žena je málo oblečená žena. Preto sme už viac na ženách nevideli krinolíny, ani korzety, okázalé zdobenia či mohutné klobúky s rôznymi perami, stuhami a brošňami. Dekolt sa nezakrýval desiatimi náhrdelníkmi ale len jednou či dvoma šnúrami perál.

Tento štýl sa naďalej uplatňoval nie len v medzi vojnovom období ale aj v 50. a 60. rokoch čoho dôkazom sú aj ikonické malé čierne šaty, ktoré navrhla Gabrielle Chanel. Totiž, v šatách na tento spôsob sa ukázala ikonická herečka **Audrey Hepburn** vo filme Raňajky u Tiffanyho. Tento typ čiernych jednoduchých šiat dodnes predstavuje stelesnenie jednoduchosti a elegancie, ktorú by mala predstavovať každá moderná žena vtedajšej doby.



Obr. 4 Chanel – malé čierne šaty

z roku 1927

Módne kolekcie pre rok 2020 vychádzali ešte v roku 2019. Vďaka tomu máme momentálne k dispozícii všetky fotodokumentácie z prehliadkových módel a aj videozáznamy. Módne trendy na rok 2020 majú veľa spoločných znakov práve s módou, ktorá sa rozvíjala v roku 1920. Či to bol zámer alebo nie je ťažké povedať, každopádne dnešní módní návrhári sa vždy nejakým spôsobom inšpirujú históriou či ďalekou v podobe, napr. gotiky, renesancie

alebo baroka, alebo blízkou minulosťou, ako práve 20. rokmi, alebo celou dekadou dvadsiateho storočia.

V aktuálnych módných trendoch môžeme pozorovať inšpiráciu, napr. práve 80-tymi rokmi. Tie sú vo všeobecnosti známe vypchatými ramenami. Veľké ramená žien poukazujú na akúsi mužnosť a tým pádom nezávislosť od muža. Tu stojí za povšimnutie, že takýmto „heslom“ sa riadili ženy práve aj v 20. rokoch minulého storočia. Nachádzame tu isté prepojenie nie len v móde a vo vyjadrovaní sa oblečením ale taktiež prepojenie v zmýšľaní žien. Kolekcie od značky Chanel na jar/leto 2020 sa taktiež nechala inšpirovať práve vypchatými ramenami.



Obr. 5 Chanel SS20



Obr. 6 Chanel SS20

Podľa fotografií môžeme vidieť aj stále nesmrteľnú čierno bielu kombináciu farieb. Gabrielle Chanel bola známa práve touto kombináciou farieb, no predovšetkým čiernou. Ona sama iné farby takmer vôbec nenosila. Zaujímavosťou však je, že aj súčasný módný návrhári nosia prevažne čiernu.

Ďalším, veľmi dôležitým prvkom, ktorý sa zopakoval na móle v kolekciách pre tento rok, a to nie len u značky Chanel ale aj u iných veľkých módných značiek, je znížený pás. Doposiaľ sme mohli aj mimo móla pozorovať módu, ktorá bola založená na zvýraznenom páse. Dalo by sa nazvať že móda posledných rokov bola na štýl 80. a 90. rokov, kedy sa

nosili vysoké sukne či nohavice so zvýrazneným pásom doplnené opaskom. Nikde nie je napísané, že tento trend úplne vymizol. Práve naopak. Stále tu je ale s tým rozdielom, že už to nie je jediný typ nosenia spodnej časti odevu. Podľa viacerých módných domov prichádza opäť do módy už spomínaný znížený pás, tým pádom aj silueta „I“. Naposledy sme znížený pás, ako módný trend, mohli vidieť na módlach ešte v prvom desaťročí 21. storočia. Následne od roku 2010 sa pás znovu posúval vyššie. Práve táto zmena sa pripisuje ako najradikálnejšia v oblasti módy 20. storočia, nakoľko boli dovtedy ženy zviazané korzetmi. Znížený pás uviedol do svojej kolekcie aj módný dom **Saint Laurent** či **Valentino** v kolekciách jar/leto 2020.



Obr. 7 Saint Laurent SS20



Obr. 8 Valentino SS20

Na fotografiách je dobré si povšimnúť aj **viazačky** okolo krku. Jedná sa tu o ďalší módný trend, ktorý je hlavnou súčasťou praktickej časti bakalárskej práce. Viazacia, ktorá bola ukradnutá z pánskeho šatníka. Na začiatku 20. storočia bola viazačka známa len pre pánov, no Gabrielle Chanel ju začala nosiť taktiež a niekedy aj v klasickej podobe kravaty. Neskôr sa začala viazať do mašle a v 50. rokoch aj ako mašľa do vlasov. Dnes poznáme tento typ doplnku aj vo väčších veľkostiach, kedy už nejde celkom o viazačku, ale čisto len o doplnok v podobe mašle. V súčasnosti sa však mašľa objavuje čo raz viac aj ako súčasť odevu. Celé

rady módnych kolekcií od Valentina sú plné mašli a tzv. „puff“ materiálov, ktoré dopomáhajú mašliam, aby boli nadýchané a plné objemu.

Módne trend kancelárie predpovedali, že mašľa je jedným z veľkých hitov pre rok 2020. Po sezónnych i couture prehliadkach bolo jasne vidieť že sa nemýlili. Vo Vogue a iných módnych magazínoch sa iné ani nepísalo, len o veľkých mašliach a mašliach všeobecne.

Ďalším prepojením roku 1920 a 2020 v oblasti módnych trendov sú určite rôzne typy sukni. Keďže sa ešte okolo roku 1910 nosili dlhé sukne, výrazným trendom boli krátke sukne s dĺžkou po kolená alebo do pol lýtok na rôznych spôsoboch. Častým prvkom boli záhyby a proti záhyby, rôzne sklady, plisé, či riasenie. Zaujímavým prvkom boli dolné kraje sukni, ktoré neboli zakončené len hladko ale do rôznych vzorov napr. trojuholníkov, oblúkov, alebo boli zakončené úzkymi volánikmi, skladanou stužkou či rôznymi štrásami. Na malých čiernych šatách od Chanel z roku 1926, ktoré boli ušité pre Marion Morehouseovú, môžeme vidieť asymetrické zakončenie sukne vďaka flitrovým štrásom.



Obr. 9 Marion Morehouseová
v malých čiernych šatách, 1926



Obr. 10 Štýl Coco Chanel, 1920

Takéto skladané sukne môžeme vidieť na móloch aj dnes len v iných materiáloch. A čo viac, majú spoločný práve už spomínaný znížený pás. Pokiaľ nie je sukňa strihovo riešená s nízkym pásom alebo sedlom, boky sú zvýraznené opaskom, ktorý nám opäť zvýrazní

siluetu „I“. Další společný bod, který mají tyto odevy společné, je tendence skracování. Zatímco se předtím skracovali sukne z maxi na midi, sa teraz skracujú aj tie midi na mini. Princíp je však ten istý. Týmto trendom sa nechali inšpirovať viaceré módné domy, nie len Chanel. A však, momentálne sa neskracujú len sukne ale taktiež aj kraťase. Krásnym príkladom je značka Saint Laurent, Dolce & Gabbana či Versace.



Obr. 11 Dolce & Gabbana SS20



Obr. 12 Versace SS20

Na uvedených obrázkoch môžeme vidieť veľmi krátke kraťase z hadej kože od Dolce & Gabbana a saténovú mini sukňu od Versace. Oba modely sú z prehliadok, ktoré boli uvedené ešte v roku 2019 na nasledujúcu sezónu jar/leto 2020. Výrazným trendom okrem iného sú taktiež materiály. Najväčším módnym hitom z hľadiska materiálov je pre rok 2020 koža. Viacerí návrhári pracovali s kožami mnohých druhov. Mohli sme vidieť klasickú hladkú alebo brúsenú kožu, hadiu kožu ale najviac krokodíliu. Krokodília koža bola buď pravá z krokodíla alebo koža z iného zvieratá s úpravou dezénu, ktorý sa podobá na krokodíliu. Vzhľadom na luxusné a drahé módné značky sa predpokladá, že všetky materiály sú pravé. Krokodília koža sa však používala na viacero typov odevu. Sukne, kraťase, bundy, saká, kabáty a doplnky ako kabelky, opasky a topánky. V spojení s históriou módných tendencií sa na tieto detaily môžeme pozerať z viacerých uhlov pohľadu. Jedným z nich je pohľad,

na základe ktorého sa používa prírodný materiál, ktorý bol od pradávna bežnou záležitosťou pre ľudí, no slúžil ako materiál, ktorý zahrial a nie ako materiál módný či trendy. Ďalšie prepojenie si môžeme vysvetliť z hľadiska textúry/dezenu látky. Keďže odevy 20. rokov 20. storočia boli strihovo nenáročné, očakávalo sa, že sa model povýši vďaka svojmu materiálu. Boli to rôzne lesklé materiály, štrasy, flitre, čipky, ktoré vytvárali zaujímavé textúry daných modelov. Preto ak sa dnes pozrieme na uvedený model od Dolce & Gabbana, jeho strihové riešenie nie je veľmi náročné kvôli tomu, aby vynikla látka, v tomto prípade krokodília koža. Tento dezén sa mohol prejavíť aj na iných látkach ako len na koži. Dôkazom toho sú aj niektoré modely od značky Sies Marjan, ktorá taktiež pracovala s týmto módnym trendom vo svojej kolekcii ready-to-wear 2020.



Obr. 13 Sies Marjan, ready-to-wear 20

Dezén krokodílej alebo aj hadej kože sa objavuje z časti aj na obuvi. Keďže v bakalárskej práci môžeme sledovať čerpanie inšpirácií hlavne z kolekcií na jar/leto, poväčšine sa na mólach objavujú lodičky, sandále alebo šlapky. Aj napriek tomu, sme mohli vidieť u Saint Laurenta čižmy z hadej kože, ale aj lodičky s výraznou špičkou. Saint Laurent sa v kolekcií ready-to-wear SS20 postaral o to, aby sa nezabudlo ani na jeden typ obuvi. Trendom na túto sezónu je tvar špičky do štvorca. Špicaté topánky, ktoré boli viac podobné tým, ktoré sa nosili v 20. rokoch 20. storočia sa akosi postupne vytrácajú. Aj napriek tomu sa stále objavuje špicatý typ lodičky či už bez výraznej špičky alebo s výraznou špičkou, s ktorou prišla Coco Chanel v 50. rokoch. Na mólach sa objavili napr. u Saint Laurenta u Versace, Richarda Quinna, Gucciho, Oscara de la Rentu, Prabala Gurungu a iných.

Aj keď je horúcim trendom presný opak týchto lodičiek, neznamená to však že nemajú nič spoločné. Tentokrát môžeme pozorovať znižovanie podpätku. Opäť sa dbá na uvoľnenie, aby klenba nohy nebola príliš vysoko. Uvoľnenie vidíme aj v strihu topánky, nakoľko nám štvorcová špička dovoľuje lepšie rozprestretie prstov na nohách v porovnaní s uzavretým špicom. Nastáva návrat k pohodlnosti, ktorý sme videli aj na počiatku 20. storočia.



Obr. 14 Lodičky Chanel, 1963 – 65



Obr. 15 Lodičky Saint Laurent SS20



Obr. 16 Čižmy Saint Laurent SS20



Obr. 17 A.W.A.K.E. Mode



Obr. 18 Bottega Veneta

Ďalším porovnateľným aspektom sú doplnky. Nachádza sa tu istá zhoda v oblasti kabeliek. V roku 1920 boli v obľube malé „vrecúškové“ kabelky, ktoré boli obvykle vyšívane rôznymi korálikmi alebo drahými kameňmi. Ich rozmery neboli veľké približne 18cm x 12cm. Zapínanie fungovalo na klasickú kabelkovú kovovú sponu, farebne prispôbenú k materiálu kabelky. Keďže sa tento typ kabelky využíval prevažne na spoločenské udalosti, materiál kabelky bol k tomu prispôbený. Pokiaľ to bol materiál ako, napr. zamat, kabelka mohla byť aj vyšívaná, nakoľko je zamat hrubšia tkanina. Obľúbené boli štrásové kabelky, obvykle saténové. Kabelku mohli dámy uchopiť jednoducho do dlane, alebo za malé kovové uško do ruky.

Nedá sa nevšimnúť si, že v aktuálnych módných trendoch sú podobné kabelky, zvlášť čo sa týka veľkosti. Dnešné ženy, by potrebovali minimálne 5 rúk a preto potrebujú tie svoje dve oslobodiť. Opäť sú tu náznaky uvoľňovania a kabelka sa zmenšuje najviac ako sa len dá. Slúži prevažne len na pár vecí, bez ktorých sa dnešná žena nezaobíde – peniaze, doklady, mobil, rúž. Všetko ostatné netreba.

Vďaka dlhému retiazkovému ramienku, ktoré sa preslávilo na prešívanej kabelke od Chanel v 50. rokoch, si môžeme svoje kabelky odložiť na rameno aj dnes. Moderná žena dnešných dní nosí malú kabelku, podobnú tej z roku 1920 na dlhom retiazkovom ramienku, zavesenú cez seba ako crosbody kabelku.



Obr. 19 Večerné kabcky, 1920



Obr. 20 Kabelka Jacquemus, 2020

5 KOLEKCIA BOW

Kolekcia Bow je inšpirovaná módou 20. rokov 20. storočia a zároveň aj módnymi trendami pre rok 2020. Využíva prvky, s ktorými prišla na módnú scénu Coco Chanel ako, napr. nohavice, nízky pás, silueta „I“, rôzne typy viazačiek, perly, ktoré sa prelínajú s aktuálnymi módnymi trendami ako, napr. kožená sukňa, mikina, oversize sako, plecne vypchávkové a iné. Najviac je založená na strihových riešeniach mašle. Kolekcia je odzrkadlením elegancie, streetwearu a trendu očami autorky. Kúsky odevov sú šité priamo z nových materiálov. Nenájdeme tu žiadny dekonštruktivizmus ani redizajn. Čo sa týka materiálu v kolekcií, využíva sa vo veľkej miere neoprén, koža s dezénom krokodílej kože, koženka, bavlnený satén, kostýmovka so zvorom pásov. Materiály zostávajú technicky nezmenené a sú volené k modelom tak, aby čo najlepšie vyniklo strihové riešenie mašle.

Niektoré kúsky z kolekcie, sú vhodné aj pre bežných zákazníkov. Iné sú z hľadiska nízkeho komfortu určené len ako umelecký zámer vhodný na módnú prehliadku.

5.1 MOODBOARD



Obr. 21

5.2 COLORBOARD



Obr. 22

5.3 Line – up

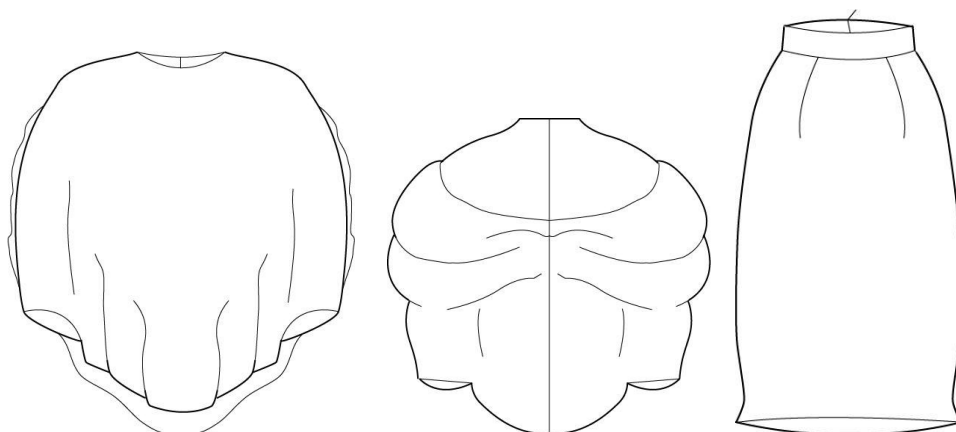
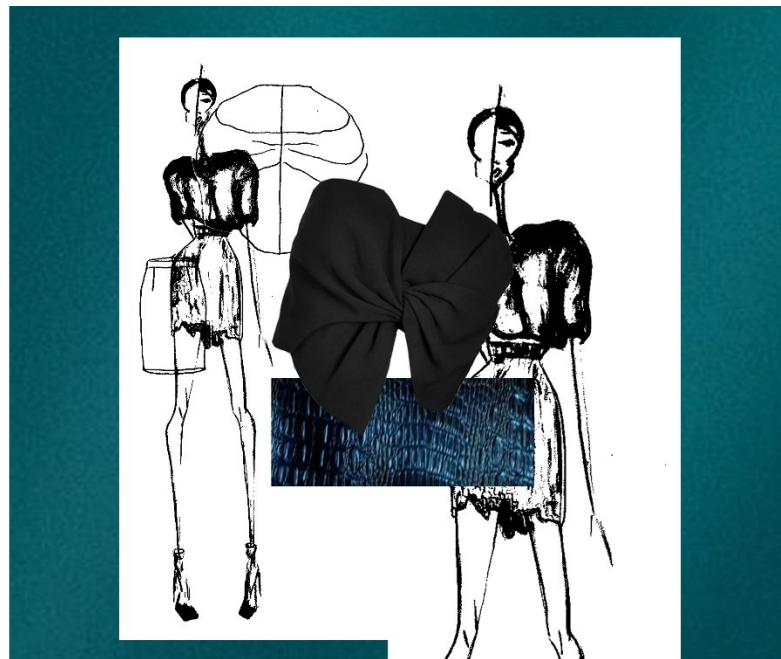


Obr. 23

5.4 Model č. 1

Model číslo 1 je z hľadiska predajnosti najlepšou voľbou. Skladá sa z klasickej púzdrovej sukne z teľacej kože s dezénom krokodílej kože a úpletovej mikiny. Mikna je strihovo náročnejšia, pretože zadné diely mikiny vytvárajú mašľu, ktorá je nosným strihovým prvkom celej kolekcie. Pásec a dolný kraj sukne sú nezačistené a dolný kraj je nepravidelne zastrihnutý, kvôli inšpirácii zo sukni z roku 1920.

Moodboard / technické nákresy:



Obr. 24/25

5.5 Model č. 2

Tento model, ktorý sa skladá z crop topu a sukne je vhodný aj na bežné nosenie. Crop top je ušitý z pásikavej kostýmovky a má vertikálne a vodorovné členenie. Úpletová sukňa je aranžovaná do tvaru mašle na zapínanie v zadnom stredovom šve. Dolné kraje oboch častí modelu sú hladké.

Moodboard / technické nákresy:

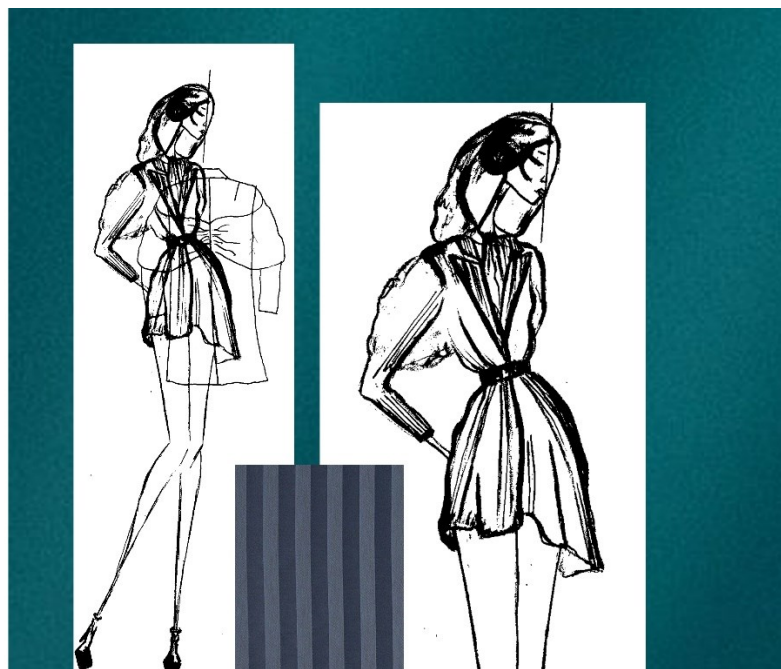


Obr. 26/27

5.6 Model č. 3

Podšité sakové šaty, inšpirované módnym trendom známym aj z 80. rokov. Vypchaté plecnice a over size strih dodáva modelu variabilitu. Môže byť spásaný opaskom alebo nie. V tom prípade vytvára voľnú siluetu „I“. Pásiková kostýmka je v potrebných miestach vystužená lepivou výstužou. Strih rukávov je modelovaný tak, aby v zadnej časti modelu vytváral mašľu. Doplnok v podobe kapucne na viazačku z jemného hodvábného materiálu dodáva modelu celistvý look.

Moodboard / technické nákresy:



Obr. 28/29

5.7 Model č.4

Najelegantnější model kolekcie v podobe šiat, je ušitý z bieleho úpletu Scuba. Mäkkosť materiálu dodáva šatám variabilitu a pohodlnosť. Základ týchto púzdrových šiat tvorí viac členené princosové členenie. Model je doplnený opaskom z kože s dezénom krokodílej kože na veľkú sponu. Šaty majú hladké začistenie a zipsové zapínanie v zadnom stredovom šve.

Moodboard / technické nákresy:



5.8 Model č. 5

Posledný model kolekcie sa skladá z troch častí. Koženkové kraťase s nízkym pásom začisteným páskom z kože s dezénom krokodílej kože. Body zo Scuba úpletu s výrazným stojáčikom so skrytým zapínaním v zadnom stredovom šve. Hlavným prvkom celého looku je petrlejevý maxi kabát z bavlneného saténu. Rukávy kabáta sú vymodelované do tvaru mašle. Kabát je podšitý klasickou podšívkou a predné diely sú začistené šálovitou fazónou.

Moodboard / technické nákresy:



Obr. 32/33

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

6 FOTODOKUMENTÁCIA

Fotograf: Samuel Alexander Petráš

Model: Lenka N.



Obr. 34



Obr.35



Obr. 36



Obr. 37

Model: Milena M.



Obr. 38



Obr. 39

Model: Eliška M.



Obr.40



Obr. 41



Obr. 42



Obr. 43



Obr. 44



Obr. 45

Model: Michaela



Obr. 46



Obr. 47



Obr. 48



Obr. 49



Obr. 50

Model: Lenka G.



Obr. 51



Obr. 52



Obr. 53



Obr. 54



Obr. 55



Obr. 56



Obr. 57



Obr. 58



Obr. 59

ZÁVER

Vo svojej bakalárskej práci som sa venovala prepojeniu módy 20. rokov minulého storočia a súčasných módných trendov. Na základe sezónnych módných prehliadok určených pre tento kalendárny rok, som odpozorovala, čo konkrétne mali tieto dve obdobia spoločné.

Analyzovala som rôzne historické pramene z obdobia a života Gabrielle Chanel, keďže práve ona bola priekopníčkou vtedajšej módy a vtedajších módných hitov. Gabrielle Coco Chanel sa zaslúžila o rozvoj módy 20. storočia, ktorej odkaz do dnes nesie značka Chanel. Rôzne informácie z histórie módneho domu Chanel, mi dopomohli k väčšiemu rozhľadu nie len v histórii odevu, ale aj v oblasti kultúrnych či svetových udalostiach.

V minulom storočí neexistovali žiadny trendsettery, ani trend offices, ktoré by určovali celému svetu čo sa bude nosiť nasledujúcu sezónu. Priebeh týchto vplyvov trval o niečo dlhšie. Vďaka zisťovaniu si istých faktov o trend officeoch, ktoré som objasnila v teoretickej časti svojej bakalárskej práce, vieme, akým spôsobom to dnes „chodí“ v módnom priemysle.

Modely od Coco Chanel som porovnávala s dohľadanými modelmi, ktoré sú aj podľa Trend kancelárie módnymi trendami pre rok 2020. Nakoniec sa ukázalo, že nie len značka Chanel čerpá inšpiráciu od svojej zakladateľky ale aj mnoho ďalších módných návrhárov 20. a 21. storočia.

Praktická časť len zdôrazňuje fakt, že móda má tendenciu sa opakovať, alebo čerpať inšpiráciu z histórie. Na základe nájdených a doložených fotografií priamo z prehliadkových módl, ktoré sú porovnateľné, je jasné že módou Coco Chanel sa nechali inšpirovať aj súčasné móдне trendy. Či to bol zámer alebo nie, nezistíme. Na základe zistení v teoretickej a praktickej časti vznikla kolekcia piatich modelov, ktorá zahŕňa všetko, čo bolo pre mňa a moju bakalársku prácu dôležité. Trendy roku 2020, eleganciu Coco Chanel a celkový vzhľad vystihujúci môj rukopis.

Cieľom kolekcie je poukázať na eleganciu, ktorá v dnešných uliciach, podľa mňa, ľuďom chýba. Zároveň chce poukázať na historické súvislosti na pôde módy, ktoré pretrvávajú stovky rokov.

Vďaka tejto práci som získala viac vedomostí nie len z histórie módy ale aj kultúry či z histórie ľudstva všeobecne. Bakalárska práca mi pomohla v rozvoji nie len dizajnérskom a pracovnom, ale aj osobnom. Ukázala mi, aké dôležité je poznanie histórie módy.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- BAUDOT, Francois, 2001. *Móda storočia*. 1.Bratislava: Ikar. ISBN 80-551-0127-2.
- CHANEYOVÁ, Lisa, 2014. *Coco Chanel*. 1.Praha: Eroika. ISBN 978-80-87409-27-5.
- GIDEL, Henry, 2008. *Coco Chanel*. 1.Praha: Garamond. ISBN 978-80-7407-022-8.
- GULBENKIAN, Sandrine, 2018. *The World According to Karl*. 1. London: Thames & Hudson. ISBN 978-0-500-29393-5.
- LAPŠANSKÁ, Dana, 2014. *Kapitoly z módného marketingu a stylingu*. 1. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. ISBN 978-80-7454-470-5.
- MÁCHALOVÁ, Jana, 2012. *Budiž móda*. 1. Praha: BRÁNA. ISBN 978-80-7243-608-8.
- MACKENZIE, Mairi, 2010. *...izmy ako rozumieť móde*. 1. Bratislava: SLOVART, spol. ISBN 978-80-556-0192-2.
- MAURIÉS, Patrick, 2018. *Chanel: The Karl Lagerfeld campaigns*. 1. London: Thames & Hudson. ISBN 978-0-500-51981-3.
- MORAND, Paul, 2008. *The Allure of Chanel*. 1. Paris: Pushkin Press. ISBN 978-1901285987.

INTERNETOVÉ ODKAZY

- inside.chanel.com* [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://inside.chanel.com/en/timeline/1924_tweed
- Karl.com [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://www.karl.com/experience/es/biography/>
- Wgsn.com [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://www.wgsn.com/en/#!/page/fashion>

ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK

s. – strana

napr. – například

tzv. – takzvaných

č. – číslo

Obr. – obrázok

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok 1 Gabrielle Chanel

Zdroj: Pinterest [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://www.pinterest.ie/pin/AaM4RFtWcWdM2cC_TDe6qIkFMm5dEG5BwTsfB0fLsUFajRvPzrH5MMk/?nic_v1=1a1oVngrt

Obrázok 2 Logo značky Chanel

Zdroj: Agneseangelini [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://www.agneseangelini.com/coco-a-woman-a-brand/>

Obrázok 3 Karl Lagerfeld

Zdroj: Vogue [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://www.vogue.com.au/fashion/news/karl-lagerfeld-has-died-aged-85/news-story/28f2a1bc23d815b490050a3ffbf9299f>

Obrázok 4 Chanel - malé čierne šaty z roku 1927

Zdroj: Pinterest [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://www.pinterest.at/pin/168040629817354346/?nic_v1=1ancM%2BxueCaHNQqhEvSVGhainqKLUkHeo1ONYJ5r6LLbpuxi11TqEsJLpkEjvwGru9

Obrázok 5 Chanel SS20

Zdroj: Pinterest [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://www.pinterest.at/pin/297378381649874103/?nic_v1=1azs5TUcAGRLYYwPyrh%2F36QYi51a25yZjy%2BbMkRjUrgqvApUEIaFof2xmES4G9i8co

Obrázok 6 Chanel SS20

Zdroj: Pinterest [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://www.pinterest.at/pin/72479875240602872/?nic_v1=1aFWE8bEP6Ue9m3C5YyHFbUv1o98pIX7FyxfQHSx0UhuqiAeaKwu%2BixDLTM0%2FvCJe7

Obrázok 7 Saint Laurent SS20

Zdroj: Pinterest [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://www.pinterest.at/pin/255508978846174638/?nic_v1=1aAYobyx8xyMaclijLJDYDsj2sYNrsXNhHSMXuhvclrpwir57%2BCGDnjusaQrzyR97P

Obrázok 8 Valentino SS20

Zdroj: Pinterest [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://www.pinterest.at/pin/504473595760917193/?nic_v1=1azXrH4QG8d1aTg1EytAF5WVqP4yuyh1IKYM77mx9OXDxGOAwbd8UVXmZyPR%2FkHfr%2B

Obrázok 9 Marion Morehouseová v malých čiernych, 1926

Zdroj: Vogue [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://www.vogue.com.au/fashion/news/everything-to-know-about-the-history-of-the-little-black-dress/image-gallery/331833aef31580619e15123a0e1496d0>

Obrázok 10 štýl Coco Chanel, 1920

Zdroj: Tumblr [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://speakeasyanne.tumblr.com/post/149623325283/coco-chanel-fashion>

Obrázok 11 Dolce & Gabbana SS20

Zdroj: Fashiongonerogue [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://www.fashiongonerogue.com/collection/dolce-gabbana-spring-2020/Obrázok>

12 Versace SS20

Zdroj: Pinterest [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://www.pinterest.at/pin/86131411610880071/?nic_v1=1a3aFsbWMG5DbTSc59Q1EMP5U%2FzMGK9i2eIVDiMsvfckbG%2B901KV50cDHZC2I0RXx

Obrázok 13 Sies Marjan, ready-to-wear 20

Zdroj: Livingly [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://www.livingly.com/runway/New+York+Fashion+Week+Spring+2020/Sies+Marjan/Details/tpf4ICmzt0l>

Obrázok 14 Lodičky Chanel 1963-65

Zdroj: Thehistorialist [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <http://www.thehistorialist.com/2012/04/1957-1971-chanel-two-tone-slingback.html>

Obrázok 15 Lodičky Saint Laurent SS20

Zdroj: Pinterest [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://www.pinterest.at/pin/489907265719009654/?nic_v1=1aORoPesnUSwF9wa38RkmdP7nbv5J4iZ8Kil2w4luigDiGZ9DF9QmAphLSEvjcZ52N

Obrázok 16 Čižmy Saint Laurent SS20

Zdroj: Livingly [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://www.livingly.com/runway/Paris+Fashion+Week+Spring+2020/SAINT+LAURENT/Details/0ROACUdVlVi>

Obrázok 17 A.W.A.K.E. Mode

Zdroj: Livingly [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://www.livingly.com/runway/London+Fashion+Week+Spring+2020/A.W.A.K.E.+Mode/Details/6akCu-vGHg7>

Obrázok 18 Bottega Veneta

Zdroj: Pinterest [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://www.pinterest.at/pin/375487687682830363/?nic_v1=1auBq8vpgNQp5bldOtHVYrSgkzVblvQ%2BCyCXiYGzptY9j9A5xCgaDi2TBEUo%2FOHR%2Bo

Obrázok 19 Večerné tašky, 1920

Zdroj: Bigricho [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://bigricho.com/gallery.html?IIBNtkRHY0azZQMFNzX3ZpbnRhZ2UtamV3ZWxyeS0xOTlwLWV2ZW5pbmctYmFnc19iaWdyaWNoby5jb21faHR0cHM6Ly9pLnBpbmItZy5jb20vb3JpZ2luYWxzL2E5LzZlM3L2RiL2E5MzdkYmI3Mjc5Y2MyYzk5N2I3MDlkMjIzODNjMDJILmpwZ192aW50YWdlILWpld2VscnktMTkyMC1ldmVuaW5nLWJhZ3M=>

Obrázok 20 Kabelka Jacquemus 2020

Zdroj: Purseblog [online]. [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://www.purseblog.com/buzz-worthy/jacquemus-debuts-a-brand-new-tiny-bag-at-its-latest-runway-show/>

Obrázky 21-33

Vlastné koláže a technické nákresy

Obrázky 34-59

Vlastný archív

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha č. 1 - USB

