

Sherwood

Pánská móda

Jan Černý

2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Design oděvu
akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Jan Černý
Osobní číslo: K13018
Studijní program: B8206 Výtvarná umění
Studijní obor: Multimédia a design – Design oděvu
Forma studia: prezenční

Téma práce: Sherwood – Pánská móda

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

Prostudování a analýza dostupných materiálů a informací, obrazová příloha, vlastní závěry v minimálním rozsahu 15 normostran. Práce bude doplněna o rozhovory s lidmi z ulice.

Kolekce se bude zabývat pánskou módou současnosti nekonvenčního pojetí s odrazy nedávné historie.

2. Praktická část:

Výtvarné zpracování a realizace finálních návrhů v počtu 7 pánských modelů odrážející život pražských nejspodnějších vrstev z 90. let i současnosti. Dekonstrukce typických pánských prvků z nedávné minulosti se přenesou do nově sestavených kusů. Teoretická a technická příprava projektu, sběr potřebných informací, dokumentace, osobitý přístup k tvůrčí fázi, vytvoření statementu k danému tématu. Práce musí být doplněna o dokumentační fotografie z procesu tvorby a módními fotografiemi. Rozsah práce: cca 30 str. formát A4. Odevzdejte ve 2 stejnopisech v pevné vazbě. Součástí předané písemné práce jsou i 2 vyhotovení na CD-ROM. Na samotném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci prakt. části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách.

V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i angličtině, rok obhajoby, osobní email, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Sample: 100 fashion designers, 010 curators: cuttings from contemporary fashion.

London: Phaidon, 2006, ca 432 s. ISBN 0-7148-4713-5.

LAPŠANSKÁ, Dana. Kapitoly z módného marketingu a stylingu. Vyd. 1. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2014, 94 s. ISBN 978-80-7454-470-5.

BAUDOT, Francois. Móda století. Vyd. 1. Praha: Ikar, 2001, 399 s. ISBN 8072029436.

SEELING, Charlotte. Století módy 1990-1999. 1. vyd. Praha: Slovart, 2000, 655 s. ISBN 8072092472.

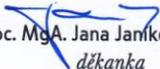
BIERHALS, Christine Anna. Young European Fashion Designers. 2nd ed. Cologne: Daab, c2008, 377 s. ISBN 978-3-86654-013-2.

Vedoucí bakalářské práce: **Jakub Polanka**

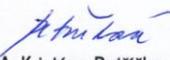
Datum zadání bakalářské práce: **3. října 2014**

Termín odevzdání bakalářské práce: **16. května 2016**

Ve Zlíně dne 2. prosince 2015


doc. MgA. Jana Jančková, ArtD.
děkanka




MgA. Kristýna Petříčková
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- 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 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ 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 ³⁾ 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.

Ve Zlíně 27. 4. 2016


JAV ČERNÝ
Jméno, příjmení, podpis

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydávající zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

²⁾ 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, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užíje-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³⁾ 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, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlíží k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Pánská kolekce Sherwood si klade za cíl reflektovat život pražských nejspodnějších vrstev z 90. let až do současnosti v módě. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoreticky se práce zabývá módou nejaktuálnějších mladých nekonvenčních značek a jejich směřováním, ale i odkazy do minulosti. Praktická část je pak věnována tvorbě kolekce, postupu a vysvětlení specifického přístupu k práci. Mísí se zde kontroverzní téma chlapecké prostituce v 90. letech, křehká a popraskaná duše mladého člověka s nocí v záři klubových světél, drog a hodinových hotelů.

Klíčová slova: Sherwood, pánská móda, menswear, chlapecká prostituce, 90. léta

ABSTRACT

Menswear collection Sherwood is reflecting life of the lowest class in Prague during 90's till nowadays. Thesis is divided into the theoretical part and practical part. Theoretical part is about the latest unconventional fashion brands and their direction to the future, but also about the references to the past. Practical part is dedicated to the creative process of making of the collection and explanation of my attitude. Controversial themes such as men's prostitution and broken soul of a young person are mixed here.

Keywords: Sherwood, menswear, men's prostitution, 90's

„Oděv dělá člověka. Nazí lidé mají malý nebo žádný vliv na společnost.“

Mark Twain

Děkuji vedoucímu mojí bakalářské práce Jakobovi Polankovi za cenné konzultace a rady pro moji práci, za trpělivost a důvěru. Děkuji své rodině a přátelům za neustálou podporu v tom, co dělám.

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

OBSAH

ÚVOD	9
I. TEORETICKÁ ČÁST	10
1. PROGRESIVNÍ MÓDNÍ LABELY	11
1.1. CHRISTOPHER SHANNON	11
1.2. J. W. ANDERSON	12
1.3. COTTWEILER	14
1.4. GOSHA RUBCHINSKIY	15
1.5. RAF SIMONS	18
1.6. VETEMENTS.....	19
1.7. BALENCIAGA	21
1.8. BURBERRY	23
2. FASHION INFLUENCE	25
2.1. NOVÉ KANÁLY K PROPAGACI MÓDY	25
2.1.1. J. W. Anderson a Grindr.....	25
2.1.2. Pieter a Grindr	25
2.1.3. Diesel a PornHub.....	26
2.2. FASHION INFLUENCERS.....	27
2.2.1. Kanye West	27
3. NOČNÍ PRAHA	29
3.1. PRAGUENIGHT	29
3.2. SOUČASNOST.....	31
II. PRAKTICKÁ ČÁST	32
4. INSPIRACE	33
5. PROCES TVORBY	35
6. BAREVNOST A MATERIÁLY	38
7. DOKUMENTACE JEDNOTLIVÝCH MODELŮ	39
7.1. MODEL 1	39
7.2. MODEL 2	40
7.3. MODEL 3	41
7.4. MODEL 4	42
7.5. MODEL 5	43
7.6. MODEL 6	44
7.7. MODEL 7	45
7.8. MODEL 8	46
III. PROJEKTOVÁ ČÁST	47
8. LOOKBOOK	48
ZÁVĚR	53
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	56
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	56
SEZNAM OBRÁZKŮ	57

ÚVOD

Až dvanáct klientů za noc, zdánlivá záchrana v podobě drog, ztráta všech ideálů. Spousta peněz, které jsou ale stejně promarněny v alkoholu, drogách a v placení ubytovny. Člověk se možná přirozeně ani nechce zabývat tak silným a surovým tématem. A nebo ho možná v něčem fascinuje? Cílem je mi vytvoření pánské kolekce, která bude vizuálně silná a vyvolá sourodý postoj. Mezi „PR“ kousky se objevují i nové základní prodejní kusy oděvu v různých obměnách, specifické pro mou značku.

V teoretické části je přiblížen hlavní inspirační zdroj pro moji kolekci, pražské podsvětí a chlapecká prostituce v 90. letech. Celý tento neviditelný systém obchodu s tělem se otiskl na mnoha mladých lidech, kteří nesou a nebo už neunesli jeho tíhu. Dále se práce zabývá seskupením informací o mladých nekonvenčních značek podle mého výběru, které také mohou čerpat z kultury ulice a silných sociálních témat. Současně se zde objevuje i průřez práce již zavedených, avšak stále velmi inovativních designérů a módních domů, kteří v módě stále posouvají hranice silně dopředu. A nakonec se práce věnuje i pro mne zajímavým jevem současnosti. Spojování módy s vlivnými médii, aplikacemi, s celebritami a vizionáři. Bourání hranic a inzerce na webech, o kterých se ve společnosti snad stydíme mluvit. Kam dál to ještě může zajít?

Praktická část je věnována samotnému procesu tvorby pánské kolekce se silnou inspirací v pražské chlapecké prostituci v 90. letech. Chci k tomuto tématu vytvořit můj vlastní pohled a poukázat na tuto neviditelnou část každodenní Prahy, která zde stále přetrvává. Tato subkultura je totiž pro mne silný zdroj emocí a inspirací, které mám potřebu vyjádřit ve své tvorbě. Roztříštěná duše mladého člověka jde do souboje se září klubových světel a stejně jako se bortí osobnost a ideály, bortí se také jednotlivé oděvní kusy v mé kolekci. Dekonstrukce a následné znovuspojení v nových souvislostech je jedním z jejích nosných prvků. Křehkost mladé duše i těla byla skryta za obrovské kožené bundy a džíny a stejně tak chci vyjádřit tento kontrast i já v mé kolekci. Kolekce nemá odsuzovat nebo podávat obecný názor, ale spíše upozornit a odehrát příběh, který je dnes současnější víc než kdykoliv předtím.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1. PROGRESIVNÍ MÓDNÍ LABELY

Kdo ovlivňuje zítřejší módu? Vybral jsem nekonvenční a progresivní značky, které však zdá se působí i na velké módní domy světa. Popírají totiž možná už zastaralé principy a přidávají do módy tolik nutný zeitgeist¹. Zmíním také pár velkých módních domů, které začínají vystupovat z řady nečekanými změnami ve svém fungování.

Jak názory mladých progresivních umělců tvořících pod vlastními značkami tak názory uznávaných módních redaktorů a kritiků na jejich tvorbu. Jde mi hlavně o zachycení aktuální situace v módě.

1.1. Christopher Shannon



obr. 1 Christopher Shannon jaro/léto 2016

V Liverpoolu narozený Christopher Shannon ukončil své magisterské vzdělání na prestižní Central Saint Martins v roce 2008². Sám Shannon říká, že při tvoření kolekcí nemá žádný počáteční nebo konečný bod. Pracuje ve svém studiu celý rok a rozdíl mezi tvorbou jednotlivých kolekcí není nijak výrazný. Některé prvky se překrývají nebo byly použity

¹ duch doby

² LEACH, Robert. *The fashion resource book: men*. New York, NY: Thames & Hudson, 2014, s. 40. ISBN 9780500291320.

jinak než v minulé kolekci³. „Baví mě knihy fotografií, takže vždycky jdu do mého oblíbeného knihkupectví nebo se setkávám s dealery a neustále budu knihovnu obrazů, které mě zajímají. Od cestovních fotografií přes knihy o skatu až po britské archivní fotografie,“ říká Shannon⁴. Z módy samotné podle Leache⁵ avšak téměř nečerpá. Vždycky je tu totiž něco, co nás ovlivňuje, ať už je to album které posloucháme nebo dokument, který jsme viděli.

„Píšťalky, pěna, která byla napatlaná ve vlasech a občas „super-trash“ bikini top přehozený jako trofej kolem krku. Všichni mluvili o křupanském zájezdu požitkářů: pošilhávajících klucích na cestě⁶.“ Tak vystihnul jeho kolekci na jaro/léto 2016 módní redaktor Luke Leitch pro Vogue.com. Syntéza výborně fungujících siluet, materiálů, vtipu a perfektního stylingu vytváří pro mě velmi přesvědčivý a silný názor.

1.2. J. W. Anderson

Vždycky nové, divné, až šokující siluety, rozporuplné kombinace a bourání hranic viditelné na každém kroku. Vlastně ani nevím, jestli Anderson stále tvoří módu a nebo už si jen hraje s kritiky a veřejností, u které si zasloužil velké uznání. Svoji stejnojmennou značku, která je nyní podporována skupinou LVMH, si Anderson zakládá v roce 2008.

³ LEACH, Robert, ref. 1

⁴ LEACH, Robert. *The fashion resource book: men*. New York, NY: Thames & Hudson, 2014, s. 40. ISBN 9780500291320.

„I am very into photography books, so I'm always going to my favourite bookshops or seeing book dealers - constantly building a library of imaginery that I'm interested in. This goes from travel photography to skate books to very British archive imagery.“

⁵ Leach, Robert, ref. 1

⁶ LEITCH, Luke. SPRING 2016 MENSWEAR: Christopher Shannon. In Vogue.com [online]. Condé Nast, 12.6.2015 [cit. 26-12-2015].

„The whistles, the foam that was mashed into the models' hair, plus the occasional super-trash bikini top looped like a trophy around their necks all spoke of boorish package holiday hedonism: leering lads on tour hammered on 1 euro shots.“

Dostupné z: <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-menswear/christopher-shannon>



obr. 2 J.W.Anderson podzim/zima 2013

Podle Andersona oblečení musí člověka donutit přemýšlet, když je prezentována kolekce, musí způsobit ne kontroverzi ale reakci, musí upozorňovat na nějaké téma, otevřít myšlenku. Říká, že jeho oděv musí být uvěřitelný, ale občas se stane, že pro publikum není jeho show příjemná a uvádí je do rozpaků. Oděv se musí posouvat a musí být nový. Anderson tvoří show, které jsou spontánní ale předem kalkulované⁷.



obr. 3 J.W.Anderson jaro/léto 2016

⁷ SHOWstudio: J.W. Anderson A/W 13 Exclusive Re-see. In: Youtube [online]. 5.2.2013 [cit. 27-12-2015]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=JwMx4xRbOYQ>

V roce 2012 šokuje svojí pánskou kolekcí podzim/zima 2013 (obr. 2). Podle Andersona byla o hranici mezi ženskou a mužskou myslí. Oděv je jen oděv, nezáleží na tom, kdo ho nosí. Nemusí být nutně dámský nebo pánský. Je to jenom postava, charakter.⁸ „Tato show pro mě stále nedává smysl, ale doufám, že dávat bude, až bude v obchodech. Teď smysl dávat nemusí⁹.“ Anderson také zmiňuje, že se naučil více ve značce Prada jako vizuální merchandiser než na celé London College of Fashion, uvědomil si, že se móda nedá nikdy naučit. Člověk musí „vypadnout“ a být v tom sám až po krk.

Jeho novější kolekcí pro jaro/léto 2016 v nás vyvolává napůl naivní a napůl dekadentní pocity. Oblečení je spirituální, kosmické a snad každého nutí přemýšlet. Silně vypasované kožené bundy, tělové průhledné topy s peřím a tentokrát dokonce docela klasické černé dvouřadé sako se spojují ve futuristický mix, kde i disharmonie může být příjemná, tedy aspoň podle předního módního redaktora Tima Blankse¹⁰.

1.3. Cottweiler

Ben Cottrell a Matthew Daint, od roku 2012 společně známí jako značka Cottweiler, vytváří díky intuitivní reakci na sociální prostředí, novátorskému myšlení, designu a kvalitě relevantní pánský label¹¹. Zajímavé je, že se kromě sezónních pánských kolekcí prodávaných po celém světě zabývají také produkcí filmů a instalací, které byly představeny například v Institutu současného umění v Londýně nebo v Haus der Kunst v Mnichově. Jejich studio se nachází v kreativním srdci východního Londýna a podle designérů se snaží „rozjet“ udržitelnou značku, která chce v lidech vzbudit zájem o oděv, který mají na sobě. Toto chtějí dosáhnout pomocí konceptuálně založených kolekcí, které z Cottweilera vytváří lifestyleovou značku¹².

⁸ In Fashion: J.W. Anderson interview. In: Youtube [online]. 14.8.2012 [cit. 26-12-2015]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=pDdcnB5w9sw>

⁹ In Fashion: J.W. Anderson interview, ref. 6

¹⁰ BLANKS, Tim. SPRING 2016 MENSWEAR: J.W.Anderson. In Vogue.com [online]. Condé Nast, 14.6.2015 [cit. 26-12-2015]. Dostupné z: <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-menswear/j-w-anderson>

¹¹ značku

¹² Cottweiler Biography. In British Fashion Council [online]. London Fashion Week, [cit. 27-12-2015]. Dostupné z: http://www.londonfashionweek.co.uk/uploads/documents/doc_7431.pdf



obr. 4 Cottweiler podzim/zima 2016

Podle dua Cottweiler se během svých prezentací (obr.4) snaží vyvolat pocit, emoci, náladu, používají k tomu např. specifické osvětlení a způsob prezentace, kterým jejich kolekcím přidávají lidský dotek¹³. I přes možnou podobnost s brandy¹⁴, které mají stejnou cílovou skupinu, jako např. Astrid Anderson, se Cottweiler necítí jako „sportswear (streetwear) brand“. Sami říkají, že byli v dětství ovlivněni velkými módními domy v Paříži, a tak mají docela odlišný „background“ než většina ostatních streetových značek. V rozhovoru s Lou Stoppard zazněl další zajímavý názor na současnou módu. Dvojice nevidí důvod, proč by se v dnešní době měla móda kategorizovat. Například pojem „menswear“ je podle nich kromě „tailoringu“ už zbytečný. Místo těchto kategorií nazývají kolekce „performancewear“, protože je vytvořeno pro performance a za určitým účelem¹⁵.

1.4. Gosha Rubchinskiy

Mezi výrazné osobnosti Ruské současné módní scény patří Gosha Rubchinskiy. V roce 2009 byl pozván představit svou tehdy třetí kolekci do Londýna, poprvé jinde než v Moskvě. Rubchinskiy kvůli nedostatku času (na přípravu show měl asi jen týden) zvolil základní prosté druhy oděvu - svetry, tepláky atp. Jeho první kolekce byla představena v

¹³ Cottweiler: In Fashion interview. In: Youtube [online]. 18.12.2015 [cit. 27-12-2015]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=0-O_eipe8NM

¹⁴ značkami

¹⁵ tamtéž



obr. 5 Gosha Rubchinskiy jaro/léto 2016

Moskvě v roce 2008 formou performance. Podle Rubchinskiyho móda sama o sobě nic neznamená. Věcem je třeba dát duši. Pravý příběh přetvoří v luxus i láhev od piva tak, že ji každý bude chtít, a bude za ni schopen položit život. Říká, že produkt samotný není důležitý a příkladem dává mikinu Supreme, která může být stejně atraktivní jako šaty Chanel¹⁶.

Rubchinskiy se v rozhovoru pro i-D otevřel i ve svém názoru na Instagram a sociální sítě celkově. Podle něj je Instagram přímo fantastický. Zprávy v televizi šíří akorát nenávist, na Instagramu ale pozoruje, že obyvatelé jiných částí planety si sebe navzájem uvědomují, že jsou vlastně „nice“ a sdílejí stejný názor jako my. Skateři v Paříži ho skrze Instagram poznávají a vyjadřují podporu skaterům do Ruska. Mimo jiné Rubchinskiymu pomáhají sociální sítě i během procesu castingu modelů pro své show¹⁷.

Na otázku redaktora, jestli si nemyslí, že soupeření na sociálních sítích nahradilo rebelského ducha, odpovídá překvapivě. Myslí si, že jsme doposud žili v době starých lidí. Nikdo se o mladé lidi nezajímal a nebral je vážně, když mladí ale jsou bráni vážně, není zde už žádná potřeba rebelství. Mladí jen chce být vidět a slyšet, chce něco tvořit, a to je podle Rubchinskiyho dnes velmi jednoduché.

¹⁶ NEUGEBAUER, Tim. Gosha Rubchinskiy's Berlin diary. In i-D-vice.com [online]. i-D Magazine, 27.11.2015 [cit. 26-12-2015]. Dostupné z: https://i-d.vice.com/en_gb/article/gosha-rubchinskiys-berlin-diary

¹⁷ tamtéž

Nerad o sobě mluví jako o návrháři, cítí se mnohem víc jako fotograf, film maker, umělec, designér. V interview s Lou Stoppard vyjadřuje další svůj upřímný názor. Nemá rád, když lidé věci škatulkují. Říká, že je jednoduché -až hloupé- říci o někom, že je módní návrhář a tímto ho zařadit do určité známé skupiny, podle něj se tito lidé nechtějí dívat kolem sebe a učit se novým věcem. Fascinují ho moskevské ulice, tamní subkultury, totalita, „skateboard culture“ a je doslova posedlý mládím, „young kids in Russia“¹⁸.



obr. 6 Gosha Rubchinskiy podzim/zima 2016

Demokracie a zapojení všech, bez ohledu na jakékoliv rozdíly. To je jeden z hlavních aspektů světa Goshy Rubchinskiyho. Jako jeden z mála přímo zasazuje do svých show produkty z kolaborace s velkými značkami, jako tenisky Reebok nebo Vans, které se poté dostanou do prodeje za mnohem přijatelnější cenu, než obuv od začátku vyvinuta a vyrobena přímo pro jeho značku samotnou. Stejně je to s triky s potiskem, které jiné značky mají v obchodech ale nezasazují je do samotného stylingu show. Možná právě tyto aspekty dělají z jeho show velmi přirozený a upřímný zážitek z oděvů, které jsou vytvořeny pro reálné zákazníky.¹⁹

Jeho kolekce na podzim/zimu (obr. 6) je pro tohoto designéra velký skok. Překvapení. Nové elementy. Kšandy, trika oblečené přes košile, styling Lotty Volkove²⁰ jako protiváha

¹⁸ Gosha Rubchinskiy: In Fashion interview, uncut footage. In: Youtube [online]. 26.10.2015 [cit. 27-12-2015]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=EFW4y5Iyh_Q

¹⁹ Gosha Rubchinskiy - Autumn / Winter 2016 Panel Discussion. In: Youtube [online]. 27.1.2016 [cit. 10-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=dE8BO7ODjss>

²⁰ stylistka mimo jiné také značky Vetements

k čistotě Rubchinskiyho udělala z kolekce docela temný zážitek. Ikdyž je tato kolekce zaměřena hlavně na stylistickou práci, i jednotlivé kousky dávají smysl a jsou v něčem inovativní. Oproti předchozím „ruským“ kolekcím je tato také více univerzální a otevřená, zdá se skoro jako další kapitola jeho tvorby. Více než politické spojitosti se zde vyskytují příjemné vzpomínky, „kids are just kids“.²¹

Kluci, které si vybírá jako tváře pro jeho oděv, nejsou zrovna maskulinní, ale přináší jemnou a citlivou stránku muže, která zrovna pro Rusko není úplně přijatelná. Mají ztotožňovat jeho komunitu, „rodinu“, prostředí a lidi, pro které tvoří. To dokazují jeho kampaně a náladové fotografie, zachycující šedá ruská sídliště, realitu života v Rusku.²²

1.5 Raf Simons

Raf Simons je jeden z klíčových inovátorů v pánské módě. Při studiu průmyslového designu na Antwerpské akademii byl také na stáži v Paříži s Walterem Van Beirendonckem, členem Anwerpské šestky²³. Tam také poprvé viděl přehlídku Martina Margiely. Několik let po vystudování pracoval jako designér nábytku pro galerie a interiéry²⁴. V roce 2005 se stává kreativním ředitelem Jil Sander, v roce 2012 kreativním ředitelem domu Christian Dior, odkud po třech a půl letech odchází²⁵.

Podle Simonse je jeho práce o experimentu, svobodě, a o práci na změně pohledu na pánskou módu. Pánská móda je podle něj v poslední době komplikovaná, a objevuje se spousta kolekcí inspirovaných mužskou garderobou, muži kteří kupují módu ukazují poslední roky velký zájem o dámskou módu, což je pro něj velká výzva. Práce v módě je hodně o spolupráci, vytvoření něčeho jako rodiny a budování něčeho společně. Móda už dnes nefunguje tak, že designér něco vytvoří a uvidí se jak budou fungovat. Spousta aspektů jako zvědavost, trpělivost se ze systému odstraňuje, Simons avšak nikoho neviní. Mění se jak systém tak celý svět a toto jsou následky. Také má velkou naději v mladou

²¹ Gosha Rubchinskiy - Autumn / Winter 2016 Panel Discussion. In: Youtube [online]. 27.1.2016 [cit. 10-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=dE8BO7ODjss>

²² tamtéž

²³ skupina šesti avantgardních módních návrhářů ze školy The Royal Academy of Fine Arts

²⁴ DAVIES, Hywel. Modern menswear. London: Laurence King, 2008. s.137, ISBN 9781856695404.

²⁵ PHELPS, Nicole. Raf Simons to Step Down at Christian Dior. In Vogue.com [online]. Condé Nast, 22.10.2015 [cit. 13-4-2016]. Dostupné z: <http://www.vogue.com/13363642/raf-simons-leaves-christian-dior/>



obr. 7 Raf Simons podzim/zima 2016

generaci, která má jako jediná šanci jasně věci změnit. Lidé, kteří už jsou uvnitř systému nemůžou jen tak přepnout²⁶.

1.6 Vetements

Pařížský no.1 undergroundový brand, kde kolektiv designérů tvoří pod vedením Demny Gvasalia, podle mnohých spirituálního syna Martina Margiely. Gvasalia, který u Margiely dříve pracoval, a jehož principy jsou podle mého názoru ve značce očividné, sám říká, že se jím nenechává inspirovat, ale je jím spíše ovlivněn. Neinspirují ho jeho příběhy nebo témata kolekcí ale ovlivnil ho jeho přístup k oděvu a jak s jednotlivými kusy pracovat²⁷.

Inspirací pro kolekce jsou podle Gvasaliho oděvy samotné a také přátelé, autentičnost a jejich přístup k tomu, jak se oblékat. Mluví také o přípravě kolekce podzim/zima 2015, která byla prezentována ve známém pařížském gay klubu Le Depot. Říká, že sami nevěděli, jak budou jednotlivé outfity vypadat dohromady až do fittingu v den samotné show. Podle něj ale dělají věci tak, jak je to baví, a neřeší, jestli je to „dobře nebo ne“. Když pak vytvořili jednotlivé looky, najednou začaly dávat smysl, logiku jako celek.

²⁶ When intellect meets emotion - Raf Simons. In: Youtube [online]. 11.3.2014 [cit. 15-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=8CUak5NnzpQ>

²⁷ Minimal Talks #10 Vetements. In: Youtube [online]. 2.4.2015 [cit. 30-12-2015]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=W6fB3Fs724I>

Lou Stoppard v diskuzi se studenty London College of Fashion, Central Saint Martins, Courtauld Institute of Art a Royal College of Art pro Showstudio otevírá téma inkusivity a exklusivity tohoto labelu. Podle studentů je právě otevřenost této značky pro všechny, kterou demonstrují např. svými kampaněmi, tak lákavá a dělá z Vetements to, co jsou. Na druhou stranu máme v podvědomí to, že něco drahého by mělo být něco vzácného, exkluzivního, něco, co nenosíme tak často. A jaký je tedy rozdíl si koupit šaty za tisíc liber, které si obleču třikrát, nebo si koupit za devět set liber Yeezy²⁸ a nosit je každý den dva roky v kuse? Stoppard tímto upozorňuje na zvláštní úkaz toho, jak uvažujeme nad slovy „cena“ a „hodnota“ a jak se tyto váhy začínají obracet. Založit tedy značku na tom, prodávat do šatníku vždy „ten nejlepší hype kus“ by se mohlo zdát jako správné. Na druhou stranu, všichni známe všechny kolekce Vetements, a pokud si teď obleču kousek z předminulé sezony, už dnes se může zdát „prošlý“, starý, „oh, to je ten kousek z minulého roku“. Módní snobství a exkluzivita se tohoto systému rozhodně dotýká, možná stejně jako přehnaný hype, který brzy opadá do vystřízlivění.²⁹



obr. 8 Vetements podzim/zima 2016

Tmavým mrakem vznášejícím se nad Vetements je jejich casting pro přehlídky. Ačkoliv je tento brand mladý, cool, progresivní a bořící hranice, jejich modelky a modelové jsou vždycky a bez jediné výjimky bílé barvy pleti. Tímto tedy rozhodně hranice neboří. Dnes

²⁸ obuv z kolaborace Kanyeho Westa se sportovní značkou Adidas

²⁹ Vetements - Autumn / Winter 2016 Panel Discussion. In: Youtube [online]. 4.3.2016 [cit. 1-4-2016]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=qGZpgYDf_8I

je casting nesmírně důležitý a Vetements pracuje s modelem street castingu³⁰, který je více uvolněný a jednodušší pro to vybrat tváře rozdílného typu, věku, barvy pleti. Podle studentů z Británie jsou současné castingy pro Vetements nebo např. pro Gucci fantazie zcela vzdálené od reality a reálného života.³¹

1.7 Balenciaga

Změna. Alexander Wang je out, přichází král (bývalého?) pařížského undergroundu Demna Gvasalia. Jaro 2016³² přineslo propojení nových klientů s ikonickým odkazem Cristóbalu Balenciagy. Gvasalia nasbíral zkušenosti u těch nejlepších - dříve pracoval pro Louis Vuitton a Maison Martin Margiella a nyní zaslouženě těží ze svých vědomostí. Všichni napjatě čekali, co vznikne při sešití hlavy Vetements a těla Balenciagy. Samotné „show notes“³³ definují tuto přelomovou kolekci jako sérii nových couture přístupů měnící tradiční spotřební a praktický šatník. Co je dnes sofistikované, jak představit dědictví Balenciagy v novém kontextu.³⁴ Podle Lou Stoppard Gvasalia touto show ukázal, jaké aspekty a prvky miluje v domě Balenciaga a nesnažil se nutně implantovat zákonitosti Vetements, ikdyž čím dál více vidím, že Vetements a Balenciaga toho mají společného více, než se zdá.

³⁰ casting probíhající oslovením lidí na ulici, přátel a performerů nezávisle na modelingových agenturách, např. přes Instagram

³¹ Vetements - Autumn / Winter 2016 Panel Discussion. In: Youtube [online]. 4.3.2016 [cit. 1-4-2016].

Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=qGZpgYDf_8I

³² show se konala na jaře 2016, je pro sezonu podzim/zima 2016

³³ informace o kolekci určené pro tisk a hosty přehlídky, oficiální zdroj informací o kolekci přímo od značky samotné

³⁴ Balenciaga - Autumn / Winter 2016 Panel Discussion. In: Youtube [online]. 6.3.2016 [cit. 1-4-2016].

Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=-9xvy34Z4MA>

Sportswear dotažené až do couture looku, perfektní střihy jako dědictví domu se setkávají v podivnějších a ne zrovna klasicky romantických siluetách.³⁵ Například využití právě dokonalé modelace pro zvláštní deformované a mírně pootočené hlavice rukávů a tvarování boků, které z usedlých dvoudílných kostýmků najednou dělají objekt zájmu i mladších generací. Jeden z nových obrazů moderní ženy? Deformace proporcí typická pro Vetements v jemnější, elegantnější variantě. Sám Gvasalia řekl, v kolekci byl postoj a způsob práce Cristóbalu Balenciagy spojen s tělem a siluetou, kterou Gvasalia nachází zajímavou. Perfektní krejčovina se zde spojuje s hledáním elegance dneška - možná v šustřákových bundách spadnutých z ramen, které se ihned ujaly jako nový streetstyle trend. Za těmito showpieces³⁶ se ale schovává mnohem víc. Pragmatický a promyšlený šatník,



obr. 9 Balenciaga podzim/zima 2016

který by ženy mohly nosit dennodenně, pokud se chtějí dobře obléct. A to aspoň podle mého názoru dodává této kolekci obrovskou sílu a smysl. Žádná další drahá reklama okolo ničeho ale reálný oděv který skvěle funguje i na mole. Navíc se neztratila čistota pro dům tak důležitá a typická. „Je důležité znát historii, abychom mohli cítit budoucnost. Ale nemůžeme řídit auto pohledem do zpětného zrcátka.“ Tak okomentoval svou první show pro Balenciagu

³⁵ tamtéž

³⁶ kusy oděvu primárně vizuálně zajímavé pro tisk a fotografy, pro propagaci značky

Gvasalia pro recenzi od uznávaného Tima Blankse.³⁷ Divně futuristická show v tom nejlepším slova smyslu. Plážové tašky ve spojení s kožichem. Proč ne.

1.8 Burberry



obr. 10 Burberry podzim/zima 2016

Poslední pánská show Burberry. Od září 2016 bude tato značka pod vedením CEO Christophera Baileyho představovat vždy pánskou i dámskou divizi společně v jedné show, na následující sezonu, která bude ke koupi hned druhý den po show. Reálně však tato změna není tak strašidelná, jak vypadá. Realitou je, že sekce Burberry Prorsum, kolekce prezentovaná na mole, netvořila zdaleka hlavní část výdělků této firmy, hlavní byznys tvořila sekce Burberry Brit, trenchcoaty a podobné basic kousky. Jelikož je tato značka komerční, dává smysl pro tuto značku přenést více komerční kousky na molo a zavést systém „see now-buy now“. Znamená to, že šest měsíců předem musí mít kolekci připravenou pro nákupčí pro objednávky, avšak tisk ji nebude moci vidět až do dne přehlídky půl roku později. A v základu je to vlastně úplně stejný systém, jaký zde byl

³⁷BLANKS, Tim. The Shape of Things to Come. In The Business of Fashion [online]. The Business of Fashion, 6.3.2016 [cit. 7-4-2016].

“It’s important to know the past to feel the future,” he said after his show, “but you can’t drive a car looking in the rear-view mirror.”

Dostupné z: <http://www.businessoffashion.com/articles/fashion-show-review/just-in-balenciaga-autumnwinter-2016>

před třiceti lety, aspoň podle Patricka Granta v diskuzi Showstudia³⁸. Vpodstatě je to menší boj proti virtuální revoluci a kopírování trendů fast fashion systémem, kterému tento model zkomplikuje fungování právě nulovým časem na to vyrobit podobné kusy ještě před uvedením do prodeje originálu. Na druhou stranu, je na to potřeba velmi dobrý podpůrný systém a produkci, kterou například začínající značky nemají. Burberry prodává hlavně ve svých vlastních buticích, a tak dodávky k zákazníkům jsou vlastně jednodušší než zásobovat rozdílné concept story a showroomy. Všechny ovšem nezajímá jak to ovlivní zákazníky, designéry ale jak to ovlivní systém módního průmyslu. Baileyho vůbec poslední pánská kolekce ukazuje mnohem reálněji zákazníka Burberry, než kolekce dřívější. Po spojení všech divizí do jedné se objevují starší střihy a klasické kousky Burberry a vzniklo na jednu kolekci spousta krásného oblečení, produktů, které lze prodat, podobně jak je tomu například u Saint Laurent Paris³⁹.

³⁸ London Menswear - Autumn / Winter 2016 Round Up Panel Discussion. In: Youtube [online]. 20.2.2016 [cit. 10-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=L9bDQVizSfg>

³⁹ London Menswear - Autumn / Winter 2016 Round Up Panel Discussion. In: Youtube [online]. 20.2.2016 [cit. 10-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=L9bDQVizSfg>

2. FASHION INFLUENCE

V této kapitole bych chtěl shrnout pro mě nejzajímavější jevy v současném módním průmyslu ve spojení se společností a širší veřejností. Poukážu jak na „fashion influencers“, tedy na osoby které ovlivňují své followery sociálních sítí nebo v médiích, tak na nové postupy propagace značek skrze netypické zprostředkovatele.

2.1 NOVÉ KANÁLY K PROPAGACI MÓDY

Je zajímavé pozorovat, jak se ve společnosti i v módě začínají zcela vytrácet hranice intimity a módní domy se spojují s aplikacemi pro hledání partnerů nebo s porno stránkami. Jasným důkazem je třeba J.W.Anderson, který svoji pánskou kolekci na podzim/zimu 2016 přenášel živě skrze aplikaci gay seznamky Grindr nebo Diesel se svou inzercí na webu Pornhub.

2.1.1. J. W. Anderson a Grindr

Už týden před show už všichni mluvili o J. W. Andersonovi a o tom, že se bude streamovat živě na gay seznamce Grindr. Lepší PR tah asi udělat nemohl. Když se ale podíváme na show samotnou, nejsou zde žádná loga, žádné spojitosti a rozhodně bychom neřekli že je kolekce jako taková spojena s Grinderem⁴⁰. Anderson je businessman, přemýšlí o tom, jak získat pozornost, a daří se mu to výborně: zvládá svou vlastní úspěšnou značku dohromady s klasickým španělským domem Loewe, kde zastává funkci kreativního ředitele.

2.1.2 Pieter a Grindr

Na sezonu podzim/zima 2016 to byla vůbec první prezentace tohoto brandu v rámci oficiálního programu London Collections: Men, tedy pánského týdne módy v Londýně. Svetry s nápisem „Fun“, tedy legrace, jako fráze z aplikace Grindr, HH (high and horny⁴¹) trika, kožené kalhoty... Když designeři dříve upozorňovali na tyto sensuální reference, vždy byly spojovány s určitou subkulturou. Zajímavé tedy je, že Grindr je obrovská síť, platforma, která ovšem už dávno subkulturou není. Samozřejmě je to reklama, díky které

⁴⁰ London Menswear - Autumn / Winter 2016 Round Up Panel Discussion. In: Youtube [online]. 20.2.2016 [cit. 13-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=L9bDQVizSfg>

⁴¹ „sjetý a nadržený“



obr. 11 Pieter podzim/zima 2016

se mluví o obou stranách mnohem více. Je tu spousta platforem a sociálních sítí, ale vybrat si zrovna tuto gay seznamku byl rozhodně chytrý krok⁴².

2.1.3 Diesel a Pornhub

Ještě kontroverznější reakce vyvolala zpráva, že Diesel bude nově inzerovat své spodní prádlo na porno stránkách jako je Pornhub nebo YouPorn. Nicola Formichetti, kreativní ředitel Dieselu, komentuje v rozhovoru pro portál Fucking Young sarkasticky: „Nikdy jsem nebyl na porno stránce. Nikdy! Tato kampaň je o digitální kultuře a chci ji mít na webech nebo aplikacích kam lidé chodí. A nepřestával jsem přemýšlet: co je nejsledovanější web na celém světě? Porno stránky! Zeptal jsem se některých mých kolegů a ti řekli ne, ale udělal jsem to i tak.“⁴³ Diesel také inzeruje v seznamovacích aplikacích jako je Tinder⁴⁴. Jak bude tato inzerce fungovat ukáže až čas.

⁴² London Menswear - Autumn / Winter 2016 Round Up Panel Discussion. In: Youtube [online]. 20.2.2016 [cit. 13-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=L9bDQVizSfg>

⁴³ Fucking Young. Diesel SS16 campaign. A conversation with Nicola Formichetti. In fuckingyoung.es [online]. ABHFYA.com, 11.1.2016 [cit. 13-4-2016].

„[Sarcastically] I’ve never been on a porn site. Ever! [Laughs] I was thinking, “Ok, this campaign is about digital culture and I want to go to websites or apps where people go.” And I kept thinking, “What is the most viewed website in the whole world?” And I was like, “Porn sites!” I asked some of my colleagues and they were like “No!!!” But I did it, anyways.“

Dostupné z: <http://fuckingyoung.es/diesel-ss16-campaign-a-conversation-with-nicola-formichetti/>

⁴⁴ DAY, Michael. Diesel: Italian fashion giant plans to break retailing taboo - by advertising on porn sites. In [Independent.co.uk](http://www.independent.co.uk) [online]. Independent Print Ltd, 13.1.2016 [cit. 13-4-2016]. Dostupné z:

2.2 FASHION INFLUENCERS

2.2.1 Kanye West

Lidé jsou za kreativitu šikanováni. Dnes se nehledí na hodnoty, které byly vytvořeny dříve, jsou vytvářeny nyní a budou vytvářeny v budoucnosti. Jsme kontrolováni organizacemi a penězi, které dnes znamenají moc, avšak podle Westa se to po jeho životě změní. Vrátime se pak do doby, kdy budou lidé více filosofovat, mluvit o proporcích, tvarech, barvách a o tom, co přinést dalším generacím. Dnes je to jen o tom, jak vydělat více peněz. A West se chápe jako voják v první linii v boji pro větší sílu kreativity v dnešním světě⁴⁵. V takřka dvouhodinovém záznamu z rozhovoru s Lou Stoppard pro Showstudio zní ve svých vizích Kanye West velmi přesvědčivě a jistě. Podle Westa samotného to, co teď dělá, dělají nyní jen šedesátiletí bílí lidé. Proto se snaží všechno redefinovat a dát to lidem vědět, proto se sám nazývá „creative genius“⁴⁶. Co se týče jeho kolekcí, West je zcela přesvědčený v tom, co dělá, a nestará se o to, co si myslí druzí. Právě teď je podle něj nejvyšší umělecká forma právě móda. Nejvíce energie je okolo módy, byznys může být umění, rozhovor může být umění, vše ostatní může být umění. O svých kolekcích Yeezy (obr. 12) mluví jako o impresionistických obrazech se spousta odstíny a tóny barev, které ho uspokojují. Přesně proto nechápe kritiku, která je podle něj stejně nesmyslná, jako kdybychom přišli k Monetově obrazu a řekli, že tento jeden puntík není ve správném odstínu. Rozhodně tyto rozdílné barvy pokožky a oděvu nevnímá jako politické stanovisko a tento názor samotný považuje za rasistický proti barevnému tvůrci. Nestará se o to jestli něco módě přináší. Oděv je podle něj socha, nositelné umění.

<http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/news/diesel-italian-fashion-giant-plans-to-break-retailing-taboo-by-advertising-on-porn-sites-a6810761.html>

⁴⁵ Kanye West: In Camera: Live Interview. In: Youtube [online]. 6.10.2015 [cit. 15-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=fYwiR1kA7gI>

⁴⁶ kreativní génius



obr. 12 Yeezy podzim/zima 2016

3. NOČNÍ PRAHA

Touto kapitolou bych rád volně uvedl téma praktické části mé bakalářské práce z teoretického hlediska. Hlavním impulsem k práci na tomto tématu mi bylo zjištění obrovské sítě organizované mužské prostituce hlavně v 80. a 90. letech v Praze. Tehdy věhlasné podniky jako dnešní Cafe Louvre na Národní Třídě byly celé nočními kluby pro bohaté klienty, na ulici „nešlapaly“ zdaleka jen ženy a vysoké latexové kozačky také nebyly pouze jejich doménou. Prý pak klienti platili jednou tolik. Informace, které jsem zjistil hlavně z dokumentů ale i z přednášky a osobního setkání s jedním z bývalých prostitutů, mne nenechaly chladným. Nechci svou práci nebo šířením těchto informací nijak odsuzovat tento byznys, rozhodně nechci soudit, zda je špatný, nebo ne, cílem celé mé práce je pouze poukázat na toto ne zrovna známé téma a kolekcí prožít jednu velkou, barevnou ale neskutečně drsnou party. Dnes už je celý systém tohoto byznysu trochu jiný, a tak jsou právě 80. a 90. léta velmi specifická v tom, jakým způsobem se z naivního kluka, který právě přijel do Prahy, stane „šlapka“, šáhne si na naprosté dno, a možná ani nepřežije. Ale koho to vlastně zajímá.

3.1 PRAGUENIGHT

Tak se jmenuje dokument, který je pro mě naprosto prvním setkáním se s informacemi tohoto typu. „Měli se rozdělit se Sašou⁴⁷, nerozdělili se. Tak dostali ještě nakládačku od Saši, od kolegů, takže je policajti dávali skoro půl roku dohromady. (...) Saša a Krysa (dva hlavní pasáci, kteří měli kluky pod sebou) si pod sebe natáhli kluky, kluci je brali protože jim zajistili ubytování, měli si kde vyprat, kde se najíst, mohli se nafetovat.“⁴⁸ Těmito slovy Karima, celým jménem Karla Lampy, bývalého prostituta, který má teď něco málo přes čtyřicet, začíná celý dokument. Na ulici byl od čtrnácti do třiceti devíti let, sám je rád, že se z ulice dostal ale přiznává, že lidem, kteří jsou na ulici zvyklí, potom chybí. Čím déle na ní byli, tím více si na ni zvyknou. Říká, že kdyby se tam vrátil, tak určitě přežije, protože je už naučený jak. Lampa je HIV pozitivní, klient mu vir vědomě předal v roce 1997. S prostitucí začal na Perlově ulici, kde pracoval 9 let, odkud přešel do Louveru, „bordelu“, kde byl až do zavíračky v roce 1999. Lampa vypráví, jak v „Perlovce“ tehdy

⁴⁷ pasák

⁴⁸ PragueNight - Complete FILM. In: Youtube [online]. 26.7.2015 [cit. 28-4-2016]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=NbBopPxag_Y

byly turnusové pracovní doby, klasické pracovní doby, a každou noc na každé lokaci bylo zhruba třicet lidí. To ukazuje, jak byl systém rozsáhlý. Mluví také o průměrném výdělku kluka za noc, který se pohyboval tehdy okolo 15 000 Kč, za týden 35 000 Kč a za měsíc 95 000 Kč, z toho šla automaticky daň pasákům, třetina až polovina výdělku. Tyto příjmy uváděl na příkladu „Ládinka“, který je zobrazen i ve filmu Mandragora, který začal s prostitucí ve svých jedenácti letech a nyní je těžce závislý na heroinu a je z něj podle slov Lampy troska. Běžné bylo, že když měli kluci lepšího klienta a lepší peníze, zveřejňovali jen co bylo třeba a nezveřejnili celý plat, avšak třeba v Louveru se dohlíželo jak na finance, tak na praktiky, a prostitutky měli pravidelně za noc okolo deseti až patnácti klientů. Kluci se také navzájem monitorovali, když někdo dostal víc a nenahlásil to, když okradl klienta a nerozdělil se, když si někdo „ulil“ prachy bokem, vše na sebe navzájem hlásili pasákům⁴⁹. Podle „Karima“ však stejně většina peněz spadla do alkoholu a drog, počty klientů, které byly například v Louveru se prý nedaly zvládnout ve střízlivém stavu a vědomí. Navíc polovina klientů lámala klukům žebra, ruce, mlátila je, avšak na druhou stranu měli výdělek a pasáci je motivovali a hlídali, byli v rámci možností pod jejich ochranou. Za extra služby se platí. Kluci byli odevšud. Z Moravy, Slezska, Jižních Čech, Pražáci, ze Slovenska. Většina kluků utekla z domova, vyhodila je rodina, utekli z past'áků, dětských domovů, na hlavním nádraží odchytili pasáci, dokopali je k Sašovi nebo Krysovi. Na „Fantovce“ byla herna, kde se odchytili kluci, které potom zfetovali, znásilnili a prodali. A kluci nesměli odmítat techniky. Tady se dělá všechno. Většina to dělala hlavně kvůli penězům, které byly lepší než dnes. Karim přijel do Prahy hlavně kvůli tomu postavit se na své vlastní nohy, ale přiznává, že když přemýšlel, co by tam dělal, napadlo ho právě i „nejstarší řemeslo“. Chtěl si vyzkoušet, co to obnáší, zažít to a ne jen o tom slyšet. Jedna z motivací byly samozřejmě peníze, ale chtěl si také něco dokázat. Dnes jezdí po školách a po univerzitách s přednáškami, pracuje s organizací Pragulic, a ukazuje lidem, co to obnáší.

Karim objasňuje další informace. Na „Fantovce“ (Fantova kavárna na hlavním nádraží) byla zóna za trest. Kdokoliv pracoval v Louveru, na Václaváku, v Perlovce, na hlavním nádraží, jakmile udělal něco špatného, skončil na Fantovce, kde mimo jiné pobíhali kluci s

⁴⁹ tamtéž

noži, a když nebyl prostitut předem dohodnutý a vstoupil do „cizí zóny“, neváhali je použít.

3.2 SOUČASNOST

Karim o současnosti moc nemluví, hlavně kvůli mafii a organizacím, kterým by se to rozhodně nelíbilo. Podle něj dnes prostituci a sexuální služby dělají kluci dobrovolně, skoro neexistují pasáci, nemusí odvádět „daně“, musí avšak mít někoho, kdo jim hlídá záda, ale mohou si určit, co chtějí a nechtějí dělat, a také si vybrat klienty. Kluci, kteří dřív neměli pasáka, nemohli například do Louveru vůbec vstoupit.

Dnes prostitute prý v ulicích už moc nefunguje, přesunula se do barů a podniků, avšak do dnes lze najít „sexuální pracovníky“ na Karlově náměstí, Lazarské ulici po Faustův dům a také na „Václaváku“. Objasňuje také systém celého Václavského náměstí. Je rozděleno na „zóny“. U metra na zastávce jsou Češky, od koně k Duplexu⁵⁰ jsou cizinky, avšak níž už nemůžou, tam je jiná zóna. Na horní polovině jsou „hybridi“- úplatní policisté, kterým platí prostitutky, pasáci, dealeři za to, že mohou neustále provozovat svou činnost na tomto místě. Proto je v tomto ohledu horní polovina náměstí mnohem rušnější než dolní část. Tím jsou policisté i mafie z obliga. U fastfoodu McDonald jsou také zloději a feťáci⁵¹.

⁵⁰ klub zhruba ve středu Václavského nám.

⁵¹ PragueNight - Complete FILM. In: Youtube [online]. 26.7.2015 [cit. 28-4-2016]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=NbBopPxag_Y

II. PRAKTICKÁ ČÁST

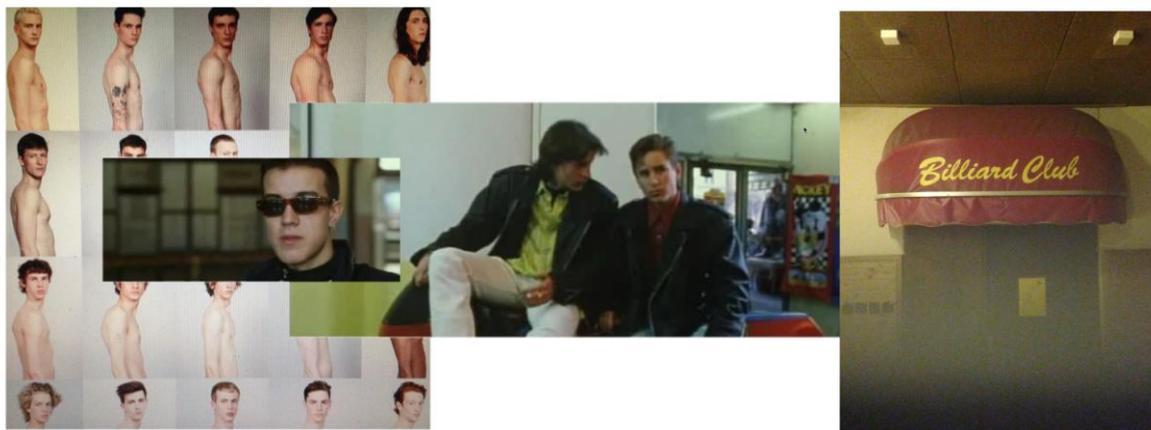
4. INSPIRACE

Marek uteče od svého despotického otce a přijíždí do Prahy. Tak začíná film Mandragora a v mém překladu také moje kolekce. Tento film byl spolu s dokumentem Prague Night a přednáškou Karla Lampy asi největším motorem pro vytvoření této kolekce. Film Mandragora ukazuje mé téma naprosto surově a bez přikrášlování. Sám Lampa, který o tomto filmu hovořil na svojí přednášce, říká, že film je v podstatě dokumentem té doby. Pozlátko, spousta peněz, bolest, drogy, smrt. Z naivních kluků se velmi rychle stávají otrkaní a drzí, kteří dobře vědí, jak s klienty pracovat. Chtějí to ale oni sami? Když ne, jsou tu drogy a alkohol. Tak by se dala popsat další třetina mé kolekce, avšak můj příběh končí dobře. Všechno směřuje k čistotě a vysvobození.



obr. 13 koláž se záběry z filmů Mandragora, Party Monster
a z mých vlastních fotografií

Čistě pragmaticky mě také zaujal oděv těchto kluků. Obrovské džínové bundy a křiváky, košile, bílé rifle, často sluneční brýle a hodinky na ruce (obr. 14). Silueta ikonické džínové bundy mě zaujala natolik, že jsem se rozhodl ji postavit jako nosný prvek mé kolekce. Také jsem si uvědomil, že co se týče systému, má k tomuto průmyslu móda docela blízko. Vždyť si taky designér taky zaplatí kluky a holky a dělá si s nimi co chce. Proto se také v mých inspiračních kolážích nachází i setkarty modelingových agentur (obr.14).



obr. 14 koláž ze záběrů z filmu Mandragora a z mých vlastních fotografií

5. PROCES TVORBY

Aby nevznikla jen trendová kolekce, snažil jsem se, aby jednotlivé kusy oděvu měly svou hodnotu a smysl i vytržené z celku. Vnímám své modely jako moje skice, se kterými si hraju, zkouším na nic různé experimenty a tak se postupně formuje celek. Jak jsem už naznačil, nosným prvkem kolekce je mi ikonická džínová bunda, kterou jsem analyzoval a rozváděl do různých variant, změnami materiálu, odbarvováním a barvením nebo páráním a rozkládáním (obr. 15). Jednotlivé bundy jsou pro mě jednotlivými dušemi mladých, některé čisté, jiné roztržité. Bundy mají skryté légy na zapínání riflovými knoflíky, a právě skryté légy se opakují jako zapínání i u kalhot a košilí v celé kolekci.



obr. 15 koláž džínových bund

Další část tvorby mé kolekce bylo vymyšlení a navržení kalhot tak, aby celý model dostal silnou siluetu. Rozhodl jsem se nakonec pro kalhoty nad kotníky, stříhově širší a to hlavně v oblasti stehen. Tak se siluetárně po velkém objemu v hrudníku zúží boky a opět rozšíří stehna a silueta se uzavře zúžením dole na lýtkách. Na koláži (obr. 16) jde vidět, že jsem vycházel jak z recyklace klasických riflí, na které jsem navázal jiným materiálem, nebo jsou kalhoty celé nově šité.



obr. 16 koláž kalhot

Další typologickou částí kolekce jsou velké košile (obr. 17), které jsou v některých modelech jako svrchní oděv a v některých jako doplnění outfitu. U košil jsem vycházel z tradičního střihu, avšak z větší velikosti. Košile mají prodloužené délky a koláže na hrudníku. Ty se skládají z légy na přepínání knoflíků, čímž lze košili zúžit, kapsy a také prošívání linek, kterými mimo jiné navazuji na minulou kolekci.



obr. 17 koláž košilí

Jako doplňky jsem zvolil opasky a obojky na krk z tělově růžové usně, flitrů a žluté gumy. Outfity akcentem doplňují také sytě žluté a modré ponožky.



obr. 18 typy obojků

6. BAREVNOST A MATERIÁLY

Materiály i barevnici jsem měl během tvorby velmi otevřenou, a to hlavně kvůli samotnému tématu, které mě ničím nesvazovalo.

Postupem času se přirozeně ustálila barevnice, která se skládá z neutrálních barev bílé, černé a hnědé, kterou narušuje kontrastní žlutá a růžová, v kolekci se také objevují záblesky sytě modré, oranžové, zelené, ale to většinou jen v barevném prošívání.

Mezi materiály lze najít džínsovinu, jak recyklovanou modrou tak bílý kepr, ale také žlutou gumu s úpletem v rubu, flitry nebo umělou kožešinu. Jemně působí hlavně košile s potiskem andělíčků, která je vyrobena ze starého ložního prádla.

Symbolika jak staré džínsovinu, která zažila na rozdíl ode mě dobu, kterou chci ukázat v mém zprostředkovaném pojetí, tak ložního prádla, které je použito na košile, je pro mě velmi silná a přidává kolekci na autentičnosti.



obr. 19 proces, spojování materiálů

7. DOKUMENTACE JEDNOTLIVÝCH MODELŮ

Kolekce se skládá z osmi pánských modelů, které mají jak vizuální tak konceptuální návaznost.

7.1 Model 1

Naivní mladý kluk utekl od rodiny a přijíždí do Prahy, má na sobě košili od maminky a čisté kalhoty.

Model se skládá z košile s potiskem andílků a koláží na hrudníku, kalhot z bílého kepru s opaskem z růžové usně a z obojku z růžové usně.



obr. 20 model č.1

7.2 Model 2

Pozůstatky rodiny a minulosti se střetnou s novým životem.

Model se skládá z košile z bílého kepru a koláží na hrudníku, kalhot z jemné modrošedé bavlny s kompozičním detailem flitrového čtverce, z opasku z růžové usně a z obojku z růžové usně. Kompozičně spolu bojuje andílek na kapse jako dosavadní život s flitrovým čtvercem jako září klubových světél.



obr. 21 model č.2

7.3 Model 3

Poprvé obléká džínovou bundu.

Model se skládá z bílé bundy z dvou vrstev bílého kepru, označenou kontrastním prošitím linky na hrudníku, kalhot z jemné hnědé látky imitující broušenou kůži, z opasku z růžové usně a z obojku ze žluté gumy. Model uzavírá první část kolekce, která se odvolává na čistou duši a nezkaženost mladého člověka.



obr. 22 model č.3

7.4 Model 4

Bílá se rychle špiní a chlapec si prochází peklem. Model otevírá čtveřici outfitů, které vznikaly brutálním a radikálním způsobem práce s materiály.

Model se skládá z recyklované džínové bundy, která je přetočená do rubu, částečně páraná, barvená hnědou barvou a odbarvovaná bělidlem a prošívána kontrastní žlutou nití, kalhot z recyklovaných riflí, na které je navázána třívrstvá pěnová látka se zvířecím vzorem, z opasku z růžové usně a z obojku z flitrové látky.



obr. 23 model č.4

7.5 Model 5

Jedna velká špinavá party.

Model se skládá z bundy z flitrů a kůže, která je potřená sytou žlutou barvou, která ledabyle stéká po flitrech jako krev, recyklovaného růžového trika, kalhot z imitace broušené kůže, z opasku z růžové usně a z obojku z růžové usně.



obr. 24 model č.5

7.6 Model 6

Růžovožlutý kožich? Proč ne.

Model se skládá z umělého kožichu s lepenou bílou folií, šortek z recyklovaných riflí a aplikovanou flitrovou látkou, z opasku z růžové usně a z obojku z flitrové látky.



obr. 25 model č.6

7.7 Model 7

Roztrhaný a znovu spojený.

Model se skládá z recyklované džínové bundy, způli rozpárané, rozžehlené a slepené znovu k sobě, avšak se švovými záložkami venku, označené kontrastním prošíváním na hrudníku, kalhot z recyklovaných riflí, na které je navázána žlutá guma, z opasku z růžové usně a z obojku z flitrové látky.



obr. 26 model č.7

7.8 Model 8

Nová čistota, nová normálnost. Po celém příběhu je tu figura, která má v sobě všechno, co zažila, ale se vším se smířila a vyrovnala. Toto je můj návrh na nový dress code, nový smoking.

Model se skládá z bundy ze žluté gumy, košile z imitace broušené kůže s koláží na hrudi, kalhot černé bavlny, z opasku z růžové usně a z obojku z flitrové látky.



obr. 27 model č.8

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

8. LOOKBOOK

Dokumentační lookbook

Fotograf: Jan Černý

Model: Maroš Šmeringai

Asistence: Kristina Vontszemuova



obr. 28 outfit č.1 a 2



obr. 29 outfit č.3 a 4



obr. 30 outfit č.5 a 6



obr. 31 outfit č.7 a 8

ZÁVĚR

V teoretické části jsem zachytil vývoj mladých módních značek současnosti, které mě samotného zajímají. Tyto nové informace mě obohatily a přispěly k současnému nahlížení na módní průmysl a také mě ovlivnily v tvorbě kolekce. Také způsob nabývání informací, v mém případě mimo jiné i sledování diskuzí módních odborníků ze zahraničí, mě velmi zaujalo. Nové informace o mužské prostituci, jak skrz dokumenty či filmy, tak skrze přednášku Karla Lampy, mi pomohlo vžít se do tématu kolekce a zpracovat ji s jasnou inspirací, avšak po svém.

Myslím si, že se mi podařilo kolekcí povyprávět příběh a poukázat na dané téma, avšak stále v zachované civilnosti oděvu, což pro mě bylo velmi důležité. Kolekce podává komplexní obraz, který má logickou návaznost, pragmatické rozvržení jednotlivých oděvních součástí a lze z ní vycházet i do komerčních produktů.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] DAVIES, Hywel. *Modern menswear*. London: Laurence King, 2008. ISBN 9781856695404.
- [2] LEACH, Robert. *The fashion resource book: men*. New York, NY: Thames & Hudson, 2014. ISBN 9780500291320.
- Internetové zdroje:
- [1] Vogue.com [online]. Condé Nast, Dostupné z: <http://www.vogue.com/>
- [2] SHOWstudio: J.W. Anderson A/W 13 Exclusive Re-see. In: Youtube [online]. 5.2.2013 [cit. 27-12-2015]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=JwMx4xRbOYQ>
- [3] In Fashion: J.W. Anderson interview. In: Youtube [online]. 14.8.2012 [cit. 26-12-2015]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=pDdcnB5w9sw>
- [4] Cottweiler Biography. In British Fashion Council [online]. London Fashion Week, [cit. 27-12-2015]. Dostupné z: http://www.londonfashionweek.co.uk/uploads/documents/doc_7431.pdf
- [5] Cottweiler: In Fashion interview. In: Youtube [online]. 18.12.2015 [cit. 27-12-2015]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=0-O_eipe8NM
- [6] i-D-vice.com [online]. i-D Magazine, 27.11.2015 [cit. 26-12-2015]. Dostupné z: <https://i-d.vice.com/>
- [7] Gosha Rubchinskiy: In Fashion interview, uncut footage. In: Youtube [online]. 26.10.2015 [cit. 27-12-2015]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=EFW4y5Iyh_Q
- [8] Gosha Rubchinskiy - Autumn / Winter 2016 Panel Discussion. In: Youtube [online]. 27.1.2016 [cit. 10-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=dE8BO7ODjss>
- [9] When intellect meets emotion - Raf Simons. In: Youtube [online]. 11.3.2014 [cit. 15-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=8CUak5NnzpQ>
- [10] Minimal Talks #10 Vetements. In: Youtube [online]. 2.4.2015 [cit. 30-12-2015]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=W6fB3Fs724I>
- [11] Vetements - Autumn / Winter 2016 Panel Discussion. In: Youtube [online]. 4.3.2016 [cit. 1-4-2016]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=qGZpgYDf_8I
- [12] Balenciaga - Autumn / Winter 2016 Panel Discussion. In: Youtube [online]. 6.3.2016 [cit. 1-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=-9xvy34Z4MA>
- [13] London Menswear - Autumn / Winter 2016 Round Up Panel Discussion. In: Youtube [online]. 20.2.2016 [cit. 10-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=L9bDQVizSfg>
- [14] Fucking Young. Diesel SS16 campaign. A conversation with Nicola Formichetti. In fuckingyoung.es [online]. ABHFYA.com, 11.1.2016 [cit. 13-4-2016]. Dostupné z: <http://fuckingyoung.es/diesel-ss16-campaign-a-conversation-with-nicola-formichetti/>
- [15] Kanye West: In Camera: Live Interview. In: Youtube [online]. 6.10.2015 [cit. 15-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=fYwiR1kA7gI>

[16] PragueNight - Complete FILM. In: Youtube [online]. 26.7.2015 [cit. 28-4-2016]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=NbBopPxag_Y

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Např. Například

Atp. A tak podobně

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 christopher shannon jaro/léto 2016.....	11
(http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-menswear/christopher-shannon/slideshow/collection)	
obr. 2 J.W.Anderson podzim/zima 2013	13
(http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2013-menswear/j-w-anderson/slideshow/collection)	
obr. 3 J.W.Anderson jaro/léto 2016.....	13
(http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-menswear/j-w-anderson/slideshow/collection)	
obr. 4 Cottweiler podzim/zima 2016	15
(http://showstudio.com/collection/cottweiler_london_menswear_a_w_2016)	
obr. 5 Gosha Rubchinskiy jaro/léto 2016	16
(http://showstudio.com/collection/gosha_rubchinskiy_paris_menswear_s_s_2016)	
obr. 6 Gosha Rubchinskiy podzim/zima 2016.....	17
(http://showstudio.com/collection/gosha_rubchinskiy_paris_menswear_a_w_2016)	
obr. 7 Raf Simons podzim/zima 2016	19
(http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-menswear/raf-simons/slideshow/collection)	
obr. 8 Vetements podzim/zima 2016	20
(http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection)	
obr. 9 Balenciaga podzim/zima 2016	22
(http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/balenciaga/slideshow/collection)	
obr. 10 Burberry podzim/zima 2016.....	23
(http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/burberry-prorsum/slideshow/collection)	
obr. 11 Pieter podzim/zima 2016.....	26
(http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-menswear/pieter/slideshow/collection)	
obr. 12 Yeezy podzim/zima 2016	28
(http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-menswear/christopher-shannon/slideshow/collection)	
obr. 13 koláž se záběry z filmů Mandragora, Party Monster a z mých vlastních fotografií	33
obr. 14 koláž ze záběrů z filmu Mandragora a z mých vlastních fotografií	34
obr. 15 koláž džínových bund.....	35
obr. 16 koláž kalhot	36
obr. 17 koláž košilí.....	37

obr. 18 typy obojků	37
obr. 19 proces, spojování materiálů	38
obr. 20 model č. 1	39
obr. 21 model č. 2	40
obr. 22 model č. 3	41
obr. 23 model č. 4	42
obr. 24 model č. 5	43
obr. 25 model č. 6	44
obr. 26 model č. 7	45
obr. 27 model č. 8	46
obr. 28 outfit č. 1 a 2	49
obr. 29 outfit č. 3 a 4	50
obr. 30 outfit č. 5 a 6	51
obr. 31 outfit č. 7 a 8	52

