

# Kolekce obuvi a dopňků pro proměnlivé počasí

Barbara Bugyíková

---

Bakalářská práce  
2017

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ateliér Design obuvi  
akademický rok: 2016/2017

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

Jméno a příjmení: **Barbara Bugyíková**  
Osobní číslo: **K13007**  
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimédia a design - Design obuvi**  
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Kolekce obuvi a doplňků pro proměnlivé počasí.**

### Zásady pro vypracování:

Vypracujte teoretickou studii na téma **streetwearová móda a tématu unisex v móde. Navrhněte funkční a esteticky kultivované řešení kolekce obuvi a doplňků, jenž je možné přizpůsobit nepříznivým povětrnostním podmínkám. Zamyslete se nad vhodným funkčním řešením a specifikujte životní styl vašeho uživatele. Předložte kolekci sestavenou z min. dvou párů obuvi a tří galantemích doplňků. Řešení doplňte kresebnými návrhy v rozsahu 15 normo stran, písemnou zprávou o rozsahu 20 normo stran + obrazové přílohy, doložte střihové řešení i technický popis.**

**Předložte vytisknutý poster 100x70 cm, CD-ROM s bakalářskou prací, posterem, prezentací a obrazovou přílohou dokumentující vaše řešení v minimálním počtu 10 kusů.**

**Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické 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 a angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.**

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

Seznam odborné literatury:

**DORFLES, Gillo. (Nová) móda módy. Rubato Praha, 2014. 158 stran. ISBN: 978-80-87705-19-3.**

**SCHAFFER, Jane. SAUNDERS, Sue. Fashion Design Course: Accessories : Design Practice and Processes for Creating Hats, Bags, Shoes and More. First published in the United Kingdom. London: Thames & Hudson Ltd, 2012. 256 p. ISBN: 978-0-500-29034-7.**

**LAPŠANSKÁ, Dana. Kapitoly z módného marketingu a stylingu. 1. vydania. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2015. ISBN: 978-80-7454-470-5.**

**GERVAL, Olivier. Fashion accessories. First published in Great Britain. London: A&C Black Publishers, 2009. ISBN: 978-1-408-11058-4.**

**CHOKLAT, Aki. Footwear Design. London: Laurence King Publishing Ltd, 2012. ISBN: 978-1-85669-745-3.**

**ŠTÝBROVÁ, Miroslava. Dějiny odívání. Boty, botky, botičky. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2009. 244 stran. ISBN: 978-80-7106-986-7.**

Vedoucí bakalářské práce: **MgA. Jana Buch**  
Ateliér Design obuvi  
Datum zadání bakalářské práce: **30. října 2016**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **12. května 2017**

Ve Zlíně dne 28. prosince 2016

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.  
*ředitelka*



*MgA. Jana Buch*  
*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<sup>1)</sup>;
- 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<sup>2)</sup>;
- podle § 60<sup>3)</sup> 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<sup>3)</sup> 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 26.4.2017.....

*Barbora Bugtíková*  
**BARBORA BUGTÍKOVÁ**  
Jméno, příjmení, podpis

<sup>1)</sup> 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 Zveřejněním zůstává právo

(1) Vysoká škola nesvoběžně zveřejňuje bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledků obhajoby prostřednictvím dlešedce veřejnosti (práci, kterou zpracoval). Zveřejněním zároveň učiní přístup vysoké školy. Vysoké školy disertační práce nezveřejňuje, byla (již) zveřejněna jinou institucí.

(2) Bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce odevzdané uchazečem a obhajoba musí být také nezávisle při pracovním dnu před konáním obhajoby zveřejněny v nahlédnutí veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo nemí v takovém místě v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Kdož si může ze zveřejněné práce učinit na své náklady výpisy, spisy nebo rozmnožování.

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

(4) Vysoká škola může učinit zveřejnění bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce nebo jejich částí a to po dobu třiceti měsíců pro zveřejnění, reviduje však na dobu 3 let. Informace o odevzdání zveřejnění musí být spolu s autorizací zveřejnění na ústředním místě, kde jsou zveřejňovány bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce. JZ se může učinit zveřejnění podle této úpravy i jeden výčet práce k uchování množství. Z. 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.

(5) Do práva autorského také nezahrnuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užitím které ze členů přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k dalšímu studiu podle ústředního předpisu zákona nebo studiem ke společným školským nebo školním účelům vnitřních zřízení.

(6) 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 povinnost podmínky práva na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 12 odst. 3). Oprávněni autora školního díla učit v rámci svého učebního programu mohou se tyto osoby domáhat uzavření smlouvy jako učitel v soudu. Ústředním § 30 odst. 3 může nadotčen.

(2) Autor školního díla může autor školního díla své dílo užít i podmínkami jinou 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 jin autor školního díla z výpůjčky jin dosažení v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které ne vynucení díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlíží k výši výpůjčky dosažení školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Bakalárska práca s názvom Kolekcia obuvi a doplnkov pre premenlivé počasie je rozdelená na dve časti. Teoretická časť je zameraná na streetwear, na unisex fashion, a styling ľudí žijúcich v Anglicku. V praktickej časti sa rieši kolekcia v štýle unisex, dizajn a funkcia obuvi a doplnkov, inšpiračné zdroje, charakteristika cieľovej skupiny, materiály, postup, realizácia kolekcie.

Kľúčové slová: streetwear, unisex, móda, premenlivé počasie, dizajn, funkčnosť, variabilnosť, Anglicko

## **ABSTRACT**

Bachelor thesis titled Footwear and accessories collection for changeable weather is divided into two parts. The theoretical part focuses on the streetwear, unisex fashion and styling of people living in England. The practical part is specified in unisex style, design and functionality of footwear and accessories, inspiration, researches, characteristics of target groups, materials, processes, implementation of collection.

Keywords: streetwear, unisex, fashion, changeable weather, design, functionality, variability, England

Ďakujem vedúcej mojej bakalárskej práce pani MgA. Jane Buch za odbornú pomoc, cenné rady ktoré som využila pri spracovaní a ďakujem za vedenie počas rokov môjho štúdia.

Ďakujem všetkým profesorom za vedenie ateliéru.

Ďakujem, že existuje Erasmus+, že som mala možnosť a mohla vycestovať, zažiť niečo nové, zdokonaľovať sa v odbore a v cudzom jazyku, a hlavne, že mi to otvorilo oči. Ďakujem NTU, kde som sa naučila viac, než som očakávala. Ďakujem.

Ďakujem svojim spolužiakom, kamarátom, ktorí ma držali nad vodou, keď bolo treba a boli pre mňa oporou v ťažkých chvíľach. Ale hlavne v tých dobrých! Obzvlášť Terezke, ktorá pri mne stojí v dobrom i zlom, v osobnom živote a v pracovnom, a je to moja druhá polovička. Slečna, ďakujem. Ďalej ďakujem Kristínke za to, že vždy vie čo povedať, že ma vždy rozosmeje, a že mi neskutočne veľa pomohla, keď už som bola s nervami v koncoch v škole.

Martin a Roman. Dvojica, bez ktorých by môj život bol nudný. Ďakujem vám chlapi za oporu, rady a príležitosti.

Chcela by som poďakovať firme tikoki, menovite Šanovi, vďaka ktorému vznikli topánky do mojej kolekcie.

Ďalej by som chcela poďakovať z celého srdiečka rodine a kamarátom za podporu, pochopenie, oporu aj keď to miestami so mnou nie je ľahké. Ďakujem, že vás mám.

A čerešnička na koniec. Maminka moja. Ďakujem za to, že Ťa mám. Ďakujem úplne za všetko. Za život, za cestu, akou si ma celým mojim životom viedla. Si pre mňa tou najväčšou inšpiráciou a najsilnejšou ženou na svete. Bez Teba by som nebola tým, kým som teraz. Ďakujem za podporu, za Tvoju lásku, energiu, čas, ochotu. Obrovská vďaka!

*Ludia na vás vždy budú získať. Tak nech im to stojí za to.*

Harry Winston

Prehlasujem, že odovzdaná verzia bakalárskej práce a verzia ekeltronická nahraná do IS/STAG sú totožné.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b>	<b>9</b>
<b>I. TEORETICKÁ ČASŤ</b>	<b>10</b>
<b>1. MÓDA</b>	<b>11</b>
1.1. MÓDA A ŠTÝL	11
1.2. PREMENLIVOSŤ MÓDY	11
1.3. FAST FASHION	12
<b>2. UNISEX MÓDA</b>	<b>13</b>
2.1. DEFINICIA „UNISEX“	13
2.2. HISTÓRIA UNISEXU	13
2.3. VPLYV UNISEXU	15
2.3.1. Androgýnny look	15
2.4. UNISEX V SUCASNOSTI	16
2.5. ZNACKY/DESIGNERI	17
2.5.1. Calvin Klein	17
2.5.2. Rad. Clothing	18
<b>3. STREETWEAR</b>	<b>20</b>
3.1. DEFINÍCIA STREETWEAR	20
3.2. HISTÓRIA STREETWEARU	20
3.3. VPLYV STREETWEARU	21
3.4. STREETWEAR V SÚČASNOSTI	22
3.4.1. Luxusné športové oblečenie	22
3.4.2. Sezónne športové oblečenie	23
3.5. ZNACKY/DESIGNERI	24
3.5.1. Supreme	24
3.5.2. Lazy Oaf	25
3.5.3. Hype	26
<b>4. ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASŤI</b>	<b>28</b>
<b>II. PRAKTICKÁ ČASŤ</b>	<b>29</b>
<b>5. INŠPIRÁCIA</b>	<b>30</b>
5.1. POČASIE AKO INŠPIRÁCIA	31
<b>6. SPOTREBITEĽ</b>	<b>32</b>
6.1. ŽIVOTNÝ ŠTÝL SPOTREBITEĽA	32
<b>7. MATERIÁL</b>	<b>33</b>
<b>8. FAREBNOSŤ</b>	<b>34</b>
<b>9. KOLEKCIA</b>	<b>35</b>
9.1. OBUV	35
9.1.1. Model obuvi č. 1	36
9.1.2. Model obuvi č. 2	37
9.1.3. Model obuvi č. 3	38
9.2. BATOHY, TAŠKY	39
9.2.1. Batoh č.1	39
9.2.1.1. Vrecko k batohu č. 1	39

9.2.2. Batoh č. 2	42
9.2.2.1. Vrecko k batohu č. 2	42
9.2.3. Batoh č. 3	44
9.2.3.1. Vrecko k batohu č. 3	44
<b>ZÁVER</b>	<b>47</b>
<b>ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY</b>	<b>48</b>
<b>ZOZNAM OBRÁZKOV</b>	<b>49</b>
<b>ZOZNAM PRÍLOH</b>	<b>52</b>



## ÚVOD

Tému na moju bakalársku prácu som hľadala dlho. Rozmýšľala som, ale nevedela som presne čo by som chcela robiť, až kým som nedostala možnosť zo školy vycestovať do zahraničia, kde nakoniec prišla inšpirácia. Po prvé, láska k Anglicku. Po druhé, láska k móde, a keďže Anglicko je viac než internacionálne, odráža sa to aj v móde. Po tretie, to už taká láska nie je, počasie. Typické anglické premenlivé počasie, keď behom pár hodín sa vystrieda slnko, dážď, hmla, vietor a mrholenie.

Práve počasie sa stalo najväčším inšpiračným zdrojom mojej bakalárskej práce. Riešenie funkčnosti, variabilnosti v kolekcii, prispôsobenie sa premenlivému počasiu a zakomponovanie celej kolekcie do života spotrebiteľa z veľkomesta. A nie len funkčnosť ale aj estetickosť je dôležitou súčasťou mojej práce. Módne doplnky sa stále viac a viac dostávajú do popredia a sú z jedných najdôležitejších prvkov tvorby štýlu.

Móda v dobe, v ktorej žijeme je veľmi dôležitá. Je súčasťou nášho každodenného života a objavuje sa všade okolo nás.

V teoretickej časti sa venujem histórii, vplyvom, rôznym módnym značkám zo štýlu unisex a streetwear.

V praktickej časti opisujem priebeh celej tvorby mojej kolekcie, riešenie funkčnosti, variabilnosti a estetiku.

V mojej práci by som chcela dosiahnuť komplexný prehľad spomenutých módných štýlov, a v kolekcii dosiahnuť funkčné a estetické riešenie konkrétnych doplnkov a obuvi pre vopred definovaného spotrebiteľa.

## I. TEORETICKÁ ČASŤ

## 1. MÓDA

Móda je aktuálny trend - neustále meniaci sa - uprednostňovaný skôr z ľahkomyselných ako z praktických, logických alebo intelektuálnych dôvodov.

Móda je sociálno-psychologický fenomén, ktorý vplýva na rôzne ľudské aktivity a myslenie.

Najvýraznejšie sa móda aplikuje na oblečenie a iné aspekty ľudského výzoru, ale tiež zasahuje do hudby, umenia, politiky, filozofie, dokonca aj do matematiky a tiež do ekonomických oblastí, ako tých, ktoré sa zaoberajú ekonomickým konaním na základe emócií.

Móda balansuje na rozhraní estetiky a inovácie, ovplyvnená detailami a nákladmi.

### 1.1. Móda a štýl

Štýl je vo všeobecnosti istou formou vzhľadu či dizajnu, alebo spôsob, akým sa niečo vyrába. Pod štýlom rozumieme aj eleganciu a isté zjemnenie mravov, štýlom nazývame aj charakteristický spôsob vyjadrenia slovom, hudbou, kresbou a štýl vyjadruje aj prevládajúci spôsob obliekania a celkového vzhľadu. V každom prípade, štýl v móde je akýmsi zovšeobecňujúcim fenoménom, ktorého kontúry sú overené časom. <sup>1</sup>

### 1.2. Premennivosť módy

Móda v životnom štýle, vizáži jedinca, estetickom hodnotení vzhľadu predmetu dennej potreby alebo aj vo vzhľade budov, podlieha pretváranie vplyvom stálych zmien vkusu, avšak móda samotná a výber aktuálnej módy, môže byť určený jedine vyššími vrst-

---

<sup>1</sup> Lapšanská, D. Kapitoly z módného marketingu a stylingu, s. 57

vami spoločnosti, privilegovanou triedou. V dobe keď módu vyšších stavov napodobňujú aj nižšie kasty, ktoré používaním znakov vyššej triedy prekračujú hranice, ktorými sa odlišujú od stavov vyšších. Vyššia trieda preto módnym smerom opúšťa.

### 1.3. Fast fashion

Fast fashion je súčasný módnym termín používaný maloobchodníkmi pre vyjadrenie ako rýchlo sa design presúva z predvážacieho móla do módnym trendov. Fast fashion odevné kolekcie sú založené na módnym trendoch, ktoré boli prezentované na Fashion Weekoch na jar a na jeseň v každom roku. Dôraz sa kladie na optimalizáciu určitých aspektov reťazca. Tieto módnym trendy majú byť navrhnuté a vyrobené veľmi rýchlo a lacno, aby umožnili bežným spotrebiteľom kúpiť súčasné módnym trendy za nižšiu cenu. Táto filozofia rýchlej výroby za prijateľnú cenu sa používa u väčších maloobchodníkoch ako je H&M, Zara, Primark, Topshop.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> SIMS J.: 100 Ideas That Changed Street Style, str. 180

## 2. UNISEX MÓDA

### 2.1. Definícia „unisex“

Pod pojmom “unisex” rozumieme odev vhodný a určený špeciálne pre mužov aj ženy. Unisex móda v tomto zmysle je univerzálna a bola navrhnutá tak, aby muži a ženy vyzerali podobne. Môže sa jednať o štýl streetwear, casualwear alebo o športové a voľnočasové oblečenie.

### 2.2. História unisexu

Terminológia “unisex” sa datuje od roku 1960, ale môžeme tvrdiť, že “unisex oblečenie” a jeho prvá podoba pochádza z konca devätnásteho storočia. Napriek tomu šesťdesiate roky dvadsiateho storočia považujeme za desaťročie, v ktorom sa “unisex” a “unisex oblečenie” najviac rozšíril. Unisex trend vznikol ako reakcia na revolúciu mládeže a na hnutie hippies z roku 1960 a na ženské oslobodzovacie hnutie zo začiatku sedemdesiatich rokov dvadsiateho storočia. Avšak tento trend možno považovať za novšiu formu, a väčšinou u žien, ktoré reprezentujú mužské oblečenie na sebe.

Džínsy a tričká, propagované v päťdesiatych rokoch dvadsiateho storočia v Hollywoode, uviedli demokratizáciu oblečenia. Do toho roku slúžili ako robotnícke oblečenie, čo značilo istú úroveň v spoločnosti. Vzorom pre mladú generáciu boli herci, ako Marlon Brando a James Dean, ktorí sa objavovali v džínsoch a tričkách, a to bol ten moment, keď tieto kúsky neboli len fenoménom, ale konečne sa uznali ako prvé unisex kúsky.

Roky šesťdesiate boli obdobím mimoriadnych zmien, kde konvenčné predstavy o veku, pohlaví a triedy boli kompletne novo definované. Bolo to obdobie a prostredie experimentovania. V tejto ére tlačili na návrhárov, aby ich kúsky boli mladistvé a univerzálne. Myšlienka unisexu v dôsledku znamenala slobodu. Oslobodenie od pohlavia, ale čo je najdôležitejšie, jeho vzťah k budúcnosti, popretie tradičnej hierarchie a staromódny postoj. To bola najväčšia hnacia sila pre módu.

Šesťdesiate roky boli “vekom vesmíru”. Všetky aspekty spoločnosti boli ovplyvnené IT, vrátane módy, kde sa to časom aj odráža. Veľký dôraz sa kladie na minimalistický dizajn, geometrické konštrukcie, použitie syntetických materiálov a myšlienke unisex. Za veľký návrat v móde môžeme vďačiť návrhárovi Pierre Cardinovi, ktorý vytvoril futuristické oblečenie vhodné pre vesmírnu dobu (obr. č. 1). Produkovoval jednoradové bundy s okrúhlym výstrihom, tuniky z padavého džerzeja, a legíny pre obe pohlavia, oblečené na mužoch a ženách, a kombinézy doplnené zaoblenými helmami a plastovým ochranným očným štítom.<sup>3</sup>



(Obrázok č.1, Pierre Cardin, Space Age look)

Rudi Gernreich, často označovaný ako “vynálezca” unisex módy, preskúmal mužské a ženské zastúpenie v spoločnosti tým, že sa hrá so zavedenými ideálmi. Jeho unisex projektom bolo zmazať čiaru oddeľujúcu medzi mužským a ženským pohlavím. Ústredným bodom tohto projektu bolo monokini - jednodielne plavky polonahé plavky určené na nosenie tak pre mužov ako aj pre ženy, ktorí boli oholení od hlavy až po päty (obr. č. 2).<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Článok: Kimberly Chrisman-Campbell, A Brief History of Unisex [online] 14.4.2015 [cit. 27.4.2017] dostupné z: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/04/when-unisex-was-the-new-black/390168/>

<sup>4</sup> FOGGOVÁ M.: Móda - Úžasný príbeh fenoménu, str. 379



*(Obrázok č.2, Rudi Gernreich, Monokini)*

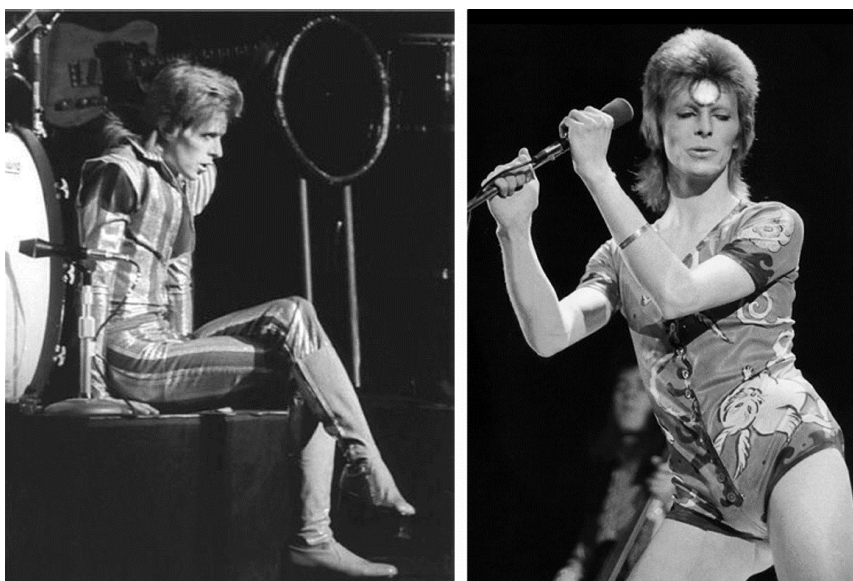
### 2.3. Vplyv unisexu

Koncept unisexu má ďalekosiahle dôsledky, pretože narúša spoločnosť na základnej úrovni. Móda sa stáva mocným nástrojom pre narúšanie sexuálnej identity prostredníctvom oblečenia. Skrz históriu a s rôznou mierou úspešnosti návrhári napadli konvenčné oblečenie. V roku 1920, Chanel predstavila novú ženskosť v móde, ktorá zahŕňala nohavice - symbol mužskej sily. Avšak do ženského oslobodeneckého hnutia v roku 1970 nohavice neboli uznané ako ženské oblečenie. Od tejto chvíle dopad unisexu expanduje v širšom zmysle. Zahŕňa rôzne témy v móde vrátane androgény, maloobchodný masový trh a konceptuálne oblečenie.

#### 2.3.1. Androgýnnny look

Obojpohlavné návyky cross-gender sa datuje do privilegovaných tried sedemnásteho a osemnásteho storočia v Anglicku a vo Francúzsku. Avšak po priemyselnej revolúcii a

následkom vzostupu kapitalistických spoločností, sa znovu sa objavilo pomerne štrukturované obliekanie mužov a žien. Ďalšou veľkou revolúciou bola módna revolúcia Youthquake v šesťdesiatych rokoch dvadsiateho storočia, kde sa rozbili rodové ideály. Prémium šesťdesiatych rokov viedla mládež takou cestou k móde, ktorá nebola špecifikovaná ako ženská alebo mužská. Od vesmírneho veku až po hippies, predstava o obliekaní nebola o tom, že sa niekto oblieka chlapčensky alebo dievčensky, bolo to celkovo o očarení a šialenstva mládeže. Roky sedemdesiate pokračovali s prieskumom pohlavia. Yves Saint Laurent objavoval mužský vzhľad v ženskej tvorbe. V roku 1980, Jean-Paul Gaultier poslal muža a ženu na predvádzacie mólo v podobnom oblečení a to v sarongách a nohavico-sukniach inšpirovaných Orientom. Súčasne, hnutie new-wave zlúčený punk a glam-rockovými vplyvmi vytvorili novú generáciu unisex módy. V rokoch sedemdesiatych hudobníci ako Mick Jagger, Jimi Hendrix, či David Bowie taktiež nosili podpätky, tuniky či iné atypické oblečenie pre muža (obr. č. 3).<sup>5</sup>



(Obrázok č. 3, David Bowie ako Ziggy Stardust počas Ziggy Stardust Tour v roku 1972-3)

## 2.4. Unisex v súčasnosti

V dnešnej dobe kultúra unisexu môže pozostávať z jednoduchého trička, košele, nohavíc alebo ich kombinácií, práve preto, lebo tieto kúsky sa považujú za vhodné pre obe

---

<sup>5</sup> Článok, wikipedia. Androgyny [online] 25.4.2017 [cit. 1.5.2017] dostupné z <https://en.wikipedia.org/wiki/Androgyny>



pohlavia. Muži i ženy pravidelne nosia košeľu a nohavice v západnom svete a stali sa obľúbenými kúskami každodenného života.

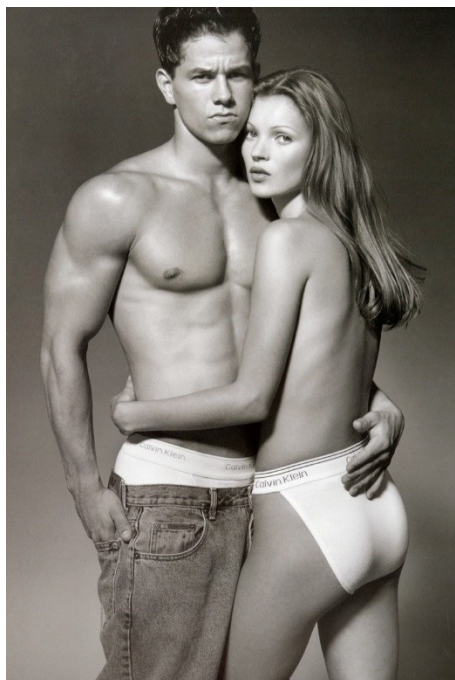
## 2.5. Značky/designéri

### 2.5.1. Calvin Klein

Calvin Klein je americký módný návrhár. Magazín Vogue ho označil za majstra minimalizmu a farieb. Je preslávený svojimi provokatívnymi návrhmi. V roku 1968 založil s priateľom Barrym Schwartzom spoločnosť Calvin Klein. Na začiatku predával iba obleky. Postupne však rozšíril svoj sortiment aj na dámske šaty. Jeho prvá kolekcia sa zameriavala na jednoduchý štýl určený najmä pre mladšiu generáciu. V 70. a 80. rokoch sa firma špecializovala na džínsové odevy, V roku 1979 vyvolala škandál, keď sa herečka Brooke Shields na plagátoch ukázala iba v jedinom kuse oblečenia - rifliach Calvin Klein, kde prehlásila že „džínsy Calvin Klein sú ako moja druhá koža“. V osemdesiatych rokoch Calvin Klein spôsobil malú revolúciu v pánskej spodnej bielizni. Dovtedy módní návrhári veľkú pozornosť tejto časti odevu nevenovali. Kolekciu elastickej spodnej bielizne CK predvádzala v roku 1992 Kate Moss (obr. č. 4). Predaj spodnej bielizne v súčasnosti stále patrí k významným zdrojom príjmu spoločnosti.

Modely CK sú unisex - jeho tričká i džínsy môžu nosiť muži aj ženy. Značka CK má svoj osobitný štýl, je nevšedný a nezabudnuteľný, okúzľuje originalitou. CK nie je len značka, je to životný štýl ktorý vediete. Vzdáva hold estetike a nadšeniu zo života.

Calvin Klein sa snaží osloviť všetky vekové a spoločenské skupiny. Robí to aj vytváraním špeciálne zameraných kolekcí. Okrem módy sa značka Calvin Klein objavuje aj v šperkoch či parfumoch.



*(Obrázok č. 4, Kate Moss a Marky Mark v spodnej bielizni Calvin Klein)*

### 2.5.2. Rad. Clothing

V roku 2012 bola vytvorená internetová módna značka, ktorá sa špecializovala na kurátorstvo umelcov, značiek a osobností z celého sveta, ktorí spolupracovali na streetwearových kolekciami. Boli presvedčení, že móda by mala byť zábava, spontánna, odvážna a mali by sme to zdieľať s priateľmi (obr. č. 5). Práve to bolo dôvodom aby postavili úplne nový druh e-commerce. RAD. je nielen jedinečný vo svojej ponuke produktov, ale je tiež revolučný z hľadiska prevádzky. Nemá žiadne kamenné obchody alebo sprostredkovateľov. Mimoriadny kreatívny tím dizajnérov neustále produkuje nové kolekcie. Kolekcie uvádzajú na trh na týždennej báze, a v neposlednom rade, všetko, čo predávajú je ručne vyrábané, akonáhle sa niečo objedná cez e-shop. Tým pádom neprodujú žiadny odpad. Všetky výrobky sú vyrábané vo vlastných továrňach umiestnených vo Francúzsku, Veľkej Británii a USA. V súčasnej dobe doručujú do Francúzska, Veľkej Británie, Nemecka, Rakúska, Belgicka, Španielska, Holandska, Kanady, Austrálie, Hongkongu, Číny a do USA.

6

---

<sup>6</sup> Článok, Rad. About us, [cit. 13.4.2017] dostupné z <https://www2.rad.co/uk/about>



*(Obrázok č. 5, RAD. Clothing Unisex Lookbook)*

### 3. STREETWEAR

#### 3.1. Definícia streetwear

Streetwear je výrazným štýlom pouličnej módy. Korene má v kalifornskej surfovej a skateovej kultúre, ktorá sa rozrástla a zahŕňa prvky hip-hop módy, japonskej pouličnej módy a modernej haute couture módy.

#### 3.2. História streetwearu

Prvé streetwearové značky prebrali inšpiráciu z DIY estetiky punku, novej vlny, heavy metalu a neskôr aj z hip-hopovej kultúry. K zavedeným športovým a módnym značkám sa pripojili v skorých osemdesiatych rokoch z hip-hopovej scény značky ako Kangol a Adidas.

Zlomovým bodom bol rok 1984, keď značka Nike uchytila budúcu basketbalovú hviezdu Michaela Jordana od konkurenčného Adidasu. Nike dominuje na trhu s mestskými streetwearovými teniskami na konci osemdesiatych a deväťdesiatych rokov. Ostatné odevné značky, ako Champion, Carhartt a Timberland boli veľmi úzko späté, najmä na východnom pobreží s Wu-Tang Clan a Gang Starr športovým vzhľadom.

V strede a na konci deväťdesiatych rokov mali profesionálne americké franšízy obrovský vplyv na vzhľad Los Angeles Raiders a Chicago Bulls čiapok a bünd.

Na prelome storočia s príchodom kultúry “bling” došlo k zvýšeniu zavedených luxusných značiek, ako napríklad Burberry, Gucci, Fendi. Všetci robili hip-hopové videá, filmy, vystúpenia. Najobľúbenejšími topánkami tejto éry boli bezpochyby Nike Air Force One (obr. č. 6).<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> SIMS J.: 100 Ideas That Changed Street Style, str. 96-97



*(Obrázok č. 6. Nike Air Force One)*

Značky spustili šéfov nahrávacích spoločností na scénu, ako napríklad Russel Simmons z Def Jam zahájujú svoju Phat Farm značku, Sean Combs z Bad Boy so Sean John, a Jay-Z a Damon Dash Roc-a-Fella Records uvádzajú Rocawear. Rapová hviezda 50 Cent o niekoľko rokov neskôr zahájil svoju značku odevu G-Unit s právami na tenisky od Reebok.<sup>8</sup>

### **3.3. Vplyv streetwearu**

Fenomén streetwear prešiel dlhú cestu a vznikol mnohými vplyvmi mestských ulíc v 70. a 80. rokoch. Skateboard a surfigové komunity, graffity, hip hopová kultúra boli základom pre streetwear. Mnohé neboli z týchto skupín ľahko prijaté, ale našli spôsob, ako sa vyjadriť prostredníctvom graffiti alebo oblečením na mieru.

Základnými prvkami ktoré patria pod streetwear sú jednoznačne mikiny, tepláky, tričká a tenisky. Viacero značiek a dizajnérov inovujú návrhy na ďalšie výrobky, ako slnečné okuliare, batohy, klobúky a rôzne doplnky.

---

<sup>8</sup> SIMS J.: 100 Ideas That Changed Street Style, str. 96-97

Obrovským prínosom do módy streetwearu boli rôzne športy, ako basketball, aerobic, skateboarding. Ďalej rôzne kulty, gangy, rapová a hip hopová hudba, celebrity.

Úspešní raperi, hip hoperi nosili tie najznámejšie značky či už vo svojich videách alebo aj na červených kobercoch po celom svete. V dôsledku toho, že celebrity sa spojili so spoločnosťami, tenisky ako Nike Air Force a Air Jordan sa stali lídrami toho času.

### 3.4. Streetwear v súčasnosti

Streetwearová móda je módnym trendom, ktorý mieša prvky vysokej a nízkej módy, formálny a aktívny štýl v jednom outfite. Zdôrazňuje ležérnosť a pohodlie. V súčasnosti ľudia bez problémov môžu priamo prejsť z telocvične na nákupy bez toho, že by došlo k zmene ich vzhľadu. Športové oblečenie bolo pretransformované do street štýlu, ale už nekladie dôraz len na funkčnosť. Tento trend má stúpajúci vymanitý štýl, ktorý umožňuje ľuďom, aby sa obliekali moderne aj vo športovom oblečení. V súčasných pouličných štýloch ako obyčajné športové oblečenie sa nosia napríklad mikiny, bombery, tenisové sukne, luxusnejšie tepláky, legíny a tenisky. Streetwear môžeme považovať ako oživenie hip-hopovej módy z deväťdesiatych rokov, ktoré tiež obsahujú prvky ako napríklad bombery a baseballové čiapky.

Súčasný streetwear je zvyčajne ovplyvnený všeobecnými športovými zvratmi a elegantnými atletickými líniami. V skorších fázach športovej módy bola ženskosť zvyčajne vyjadrená čistejšími líniami a siluety sa stali minimalistickejšími. Neskôr sa športové oblečenie začalo rozvíjať, pišli hi-techové tkaniny a old-schoolové štýly boli použité v stylingu. Vo všeobecnosti platí, že voľnejšie siluety, čistejšie tvary, menšie zdobenie a celkovo sofistikované pocity môžeme pozorovať na týchto outfitch tohto trendu.

#### 3.4.1. Luxusné športové oblečenie

Pokles formálneho oblečenia viedlo k vzostupu streetwearovej módy. Luxusné značky začali rozvíjať "luxusné športové oblečenie", ako napríklad Alexander Wang (obr.

č. 7), Gucci a DKNY. Tento typ “luxusného športového oblečenia” vyžaduje luxusné látky. Tieto látky boli použité na výrobu športového oblečenia pre veľký kontrast v športovej siluete. Tkaniny, ako hodvábná organza, premývaný satén, koža, neoprén a vlna boli použité na výrobu “luxusného športového oblečenia”. Tieto typy tkanín by mali pomôcť experimentovať s odevom a textúrou, a mali by pomôcť zachytiť moderné športové ducha sezóny. Podrobnosti vzorov “luxusného športového oblečenia” sú vytiahnuté priamo z aktuálneho aktívneho oblečenia. Dve slová. “luxus” a “minimalizmus” boli prvýkrát použité spoločne pre športové oblečenie v móde, interpretovali nový športový vzhľad, ktorý je elegantný a čistý, ale nesúci rozpoznateľné atletické vplyvy. Bežné mich-and-match kombinácia luxusného športového oblečenia na ulici sú tepláky na basketbalové šortky, s veľkými vzormi z honosných tkanín pre mužov, a svetlofarebné púzdrové sukne s bomberami a elegantnými topmi, ktoré sú zo saténu alebo tvídu, pre ženy.



(Obrázok č. 7, Alexander Wang Spring/Summer 2015)

### 3.4.2. Sezónne športové oblečenie

Športové oblečenie v streetwear dizajne sa tiež mení v závislosti na ročnom období. Napríklad s poklesom teploty objem športovej siluety sa zväčšuje. Pevné látky, ako kožušiny, zamat, vlna a koža sa stanú prevládajúcimi. Prešívane detaily na vetrovkách, športové sukne a vesty môžeme vidieť aj v zimnom období. Typický zimný vzhľad môže obsahovať objemnú mikinu so saténovými trenírkami, alebo aj brokátovú bomberu z

pleteniny. Letné športové oblečenie, v kontraste so zimným, vyzerá viac ľahko a jednoducho. V lete môžeme skombinovať jednoduché kratšie topy s elegantými šatami či šortkami.

### 3.5. Značky/designéri

#### 3.5.1. Supreme

Supreme je skatebordový obchod a obchod s oblečením so sídlom v New York od roku 1994. Táto značka sa stará o kult skateboardingu, hip hop, punk rockovú kultúru a kultúru mládeže na celom svete. Značka vyrába oblečenie, obuv, doplnky a skateboardy.

Výrazné červené logo značky Supreme v bielej farbe je z veľkej časti založené na propagandistickom umení Barbary Krugerovej.

Značku založil James Jebbia, prvý obchodný dom Supreme otvoril na ulici Lafayette v centre Manhattanu v roku 1996. Bol navrhnutý s ohľadom na skaterov s jedinečným dizajnom pre usporiadanie obchodu. Oblečenie bolo usporiadané po obvode obchodu a veľký centrálny priestor umožnil voľný pohyb s batohmi a so skatami v obchode. Ďalšia predajňa bola otvorená v roku 2004 v Los Angeles, ktorá je veľkosťou takmer dvojnásobná, ako predajňa v New Yorku.

Na rozdiel od iných značiek, ktoré uvoľňujú svoje nové zbierky naraz, Supreme vydá zvyčajne päť až pätnásť týždne. Tento "pokles" nastáva raz za týždeň. Táto stratégia zachováva auru "hype", ktorú táto značka vytvára.

Supreme spolupracuje so značkami ako Nike, Air Jordan, Vans, Clarks, Dickies, North Face, Hanes, Playboy, Levi, Timberland, Comme des Garçons, Stone Island, Undercover a White Hard. V januári 2017 luxusná módna značka Louis Vuitton módnou prehliadku, kde bola potvrdená spolupráca medzi týmito dvoma značkami (obr. č. 8).





(Obrázok č. 8, Supreme x Louis Vuitton 2017)

### 3.5.2. Lazy Oaf

Ilustrátorka a dizajnérka Gemma Shiel, tvorivá duchovná umelkyňa, stojí za nezávislou britskou značkou Lazy Oaf. Značku založila kým študovala na univerzite v roku 2001, ktorú prevzala zo Spitalfields, kde ručne tlačila tričká v garáži svojho otca do jedného butiku v Londýnskom Soho, ktorý bol úspešným internetovým obchodom pre viac ako 250 obchodníkov na svete.

Gemma pod vedením Lazy Oaf vytvára kusy, ktoré sú hravé, majú zmysel pre humor. Jej postoj vytvoriť niečo humorné, zábavné, nerobiť nič príliš vážne sa nesie v dizajne, a je inšpirovaná nostalgiou mládeže, dospievajúcou vzburou a apatiou k dodržiavaniu noriem (obr. č. 9).

Spolupracuje aj s youtubovskými fenoménmi, robí na špeciálnych projektoch a kolaboruje s obľúbenými umelcami a kreatívcami.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Článok: About us - Lazy Oaf [online] [cit. 28.4.2017] dostupné z: <http://www.lazyoaf.com/story/about-us/>



(Obrázok č. 9, Lazy Oaf)

### 3.5.3. Hype

Spoločnosť založili Liam Green a Aidy Lennox v roku 2011 v Leicester. Začali ako dvaja študenti grafického dizajnu, ktorí predávali svoje vlastné návrhy na tričká. Rýchlo začali expandovať, keď si uvedomili, že dopyt po ich mestskom oblečení je obrovský. Odišli z univerzity, a o dva roky neskôr vo veľkom expandovali zo skladu v Leicester. Na začiatku, všetko čo mali, boli len dobré návrhy, 400 eur začiatkovej investície a šťastie vo víťazstve v súťažiach a voľné výtlačky. V spojení s maloobchodnými predajcami boli určený na úspech.

Nadalej vytvárajú mládežnícku kultúru prostredníctvom oblečenia ich fantastickými výtlačkami, mestskou identitou, využívania farieb a kvalitnej tlače, ktorá bol prijatá rôznymi luxusnými značkami (obr. č 10).

V roku 2013 vykázali ročný príjem vo výške 8 miliónov libier, čo je obrovským úspechom pre nezávislú značku. Stále sa nachádzajú v meste Leicester a zamestnávajú viac ako 15 ľudí. Ich oblečenie sa predáva po celom svete predajcami na high street, ako sú Urban Outfitters, ASOS a Topman.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Článok: FM, Brand Review - Hype [online] 4.2.2016 [cit. 28.4.2017] dostupné z: <http://fashionmythology.com/hype/>



*(Obrázok č. 10, Hype)*

#### 4. ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASTI

Móda nás obklopuje všade, je prítomná všade okolo nás. Každý človek istým spôsobom žije módou, niekto to vníma viac, niekto menej. Styling ľudí na uliciach. Bol to zámer, alebo to bol len náhodný výber zo šatníka? Móda svojou rafinovanosťou občas prekvapuje, šokuje.

Z historického hľadiska vieme, že móda a módne trendy sa neustále menia, a neskôr sa zase vracajú. To, čo sa nám možno teraz zdá, že je to maximálne nevkusné, a nevieme si to predstaviť, že by sme si to niekedy obliekli na seba, bude o 10 rokov najväčším módnym výstrelkom.

Vďaka módnym diktátorom a slávnym módnym domom sa tieto trendy dostanú na móla a na módne prehliadky, ktoré o trochu neskôr komerčné značky začnú kopírovať, a tak sa to celé dostane aj medzi obyčajných ľudí a do ulíc.

Aj takýmto spôsobom môže fungovať celý proces toho, ako sa móda, určená pre ženy, mužov alebo pre obe pohlavia sa dostane medzi nás.

A v dnešnej dobe už neexistujú hranice. Definovať niektoré prvky, že patria len do jedného štýlu sa nedá a je to nezmysel. Momentálne je všetko o stylingu, o tom, ako môžeme namixovať elegantnú sukňu s teniskami, ihličky s bomberou. a stále to dokáže vyzerat' dobre a vkusne. Aj o tom je móda z ulice. Čo je najdôležitejšie, máme slobodu v rozhodovaní, čo si oblečieme na seba. Ženy môžu nosiť pánske oblečenie a doplnky, a funguje to aj naopak.

Všetky tieto informácie, či už z historického hľadiska, či z praktického, alebo inšpirácia od rôznych módných návrhárov mi pomohli v inšpirácii v praktickej časti, a vytvoriť kolekciu pre daného spotrebiteľa.

## II. PRAKTICKÁ ČASŤ



## 5.1. Počasie ako inšpirácia

Ďalším veľmi dôležitým inšpiračným zdrojom bolo pre mňa počasie. V Anglicku počasie je veľmi premenlivé. Za pár hodín sa vystrieda slnko, dážď, vietor, hmla. Vďaka tomu farba oblohy sa neustále mení. Práve farebnosť oblohy bola pre mňa inšpiráciou aj pri výbere farebnej palety.

## 6. SPOTREBITEĽ

Kľúčovým bodom pre tvorbu mojej kolekcie bolo zadefinovanie spotrebiteľa, užívateľa mnou vyrobených doplnkov a obuvi.

V mojom prípade užívateľ môže byť žena aj muž, keďže celá kolekcia je unisexová. Spotrebiteľ by mal pochádzať z veľkomesta, ktorý dennodenne je na cestách, nesutále sa presúva. Z toho dôvodu vyžaduje pohodlnosť na prenášanie si svojich vecí.



(Obrázok č. 13, Spotrebiteľ - Koláž)

### 6.1. Životný štýl spotrebiteľa

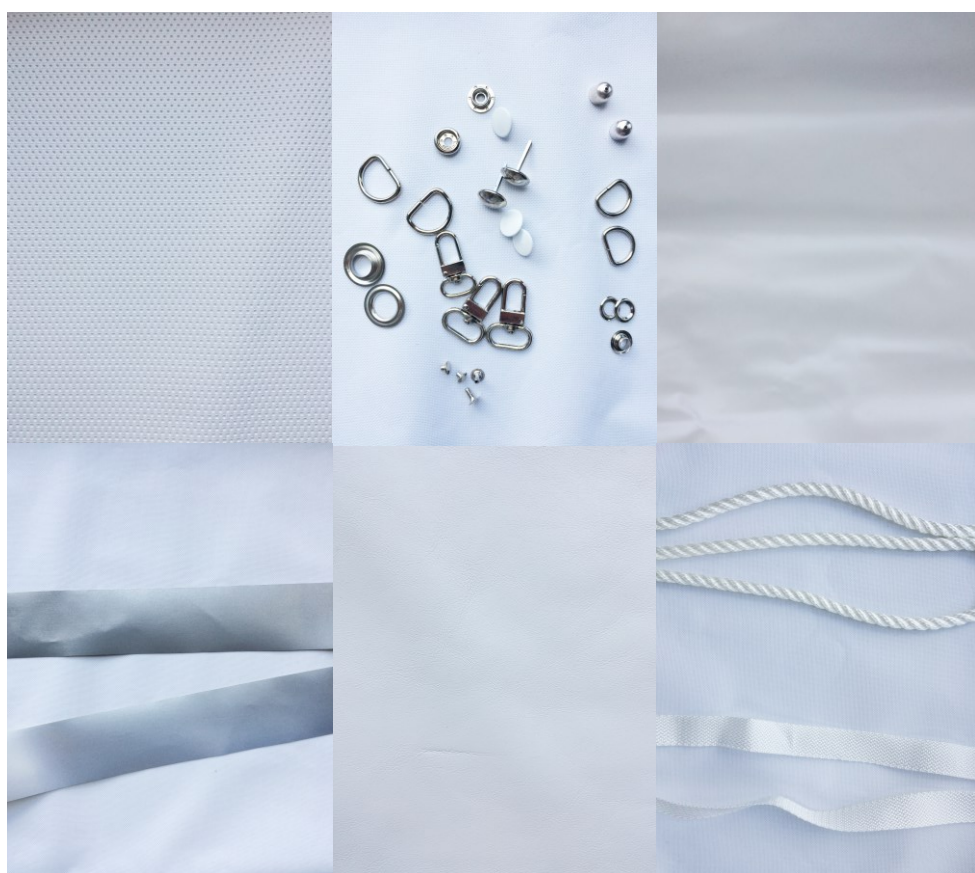
Užívateľ, či už je to žena alebo muž, je typ človeka, ktorý má rád cestovanie, neustále sa presúva z miesta na miesto, ale zároveň má rád pohodlie. Práve pohodlnosť, funkčnosť a variabilnosť sú základom kolekcie, či už u obuvi alebo u batohov.

Za potencionálneho spotrebiteľa som určila mladšieho človeka od veku 18 rokov do 30 rokov, ktorý má záľubu v cestovaní a pochádza z veľkomesta, z miesta, kde to módou žije, čiže sa zaujíma o módné trendy, o aktuálne dianie, zároveň má rád jednoduché tvary, a doplnky, ktoré sa hodia ku všetkému a ku každému.



## 7. MATERIÁL

Nosným materiálom batohov a tašiek je štrukturovaná koženka pre ktorú som sa rozhodla z dôvodu zaujímavého vizuálneho efektu, a vďaka grafickému vzoru sa ponúkla možnosť zarezávania do materiálu. Ďalším materiálom bola hovädzia useň. Ako doplnkový materiál, ktorý vďaka prerezávaniu robí 3D efekt na detailoch batohov a tašiek som zvolila zmäkčený PVC materiál a reflexnú pásku. Ďalej ako doplnkový materiál som použila rôzne popruhy, šnúrky, retiazky, patenty, niklové kovanie.



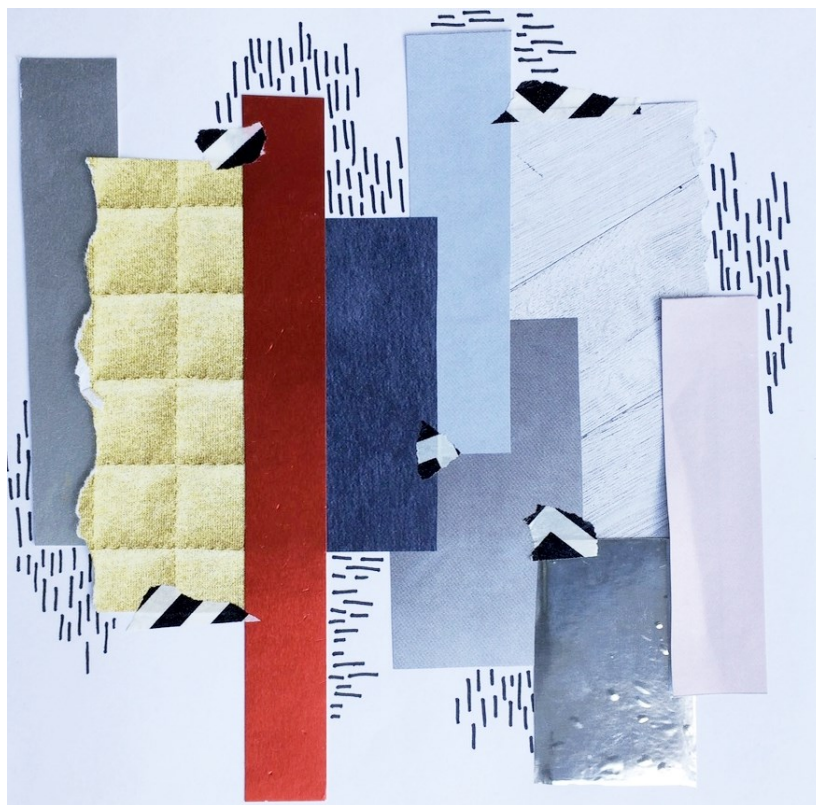
*(Obrázok č. 14, Použitý materiál)*

Bielu štrukturovanú koženku som si zvolila pre jej zaujímavý vzhľad a štruktúru. Dá sa s ňou ľahko pracovať, ľahko sa čistí. Hovädzia useň len potvrdzuje kvalitu a trvanlivosť produktov.

## 8. FAREBNOSŤ

Farebná škála bola inšpirovaná neustále sa meniacim počasím v Anglicku, a meniacou sa farebnosťou oblohy vďaka poveternostným podmienkam.

Základnými farbami sa stali najtypickejšie pre unisex módu, biela a bledošedá, ktorá je špecifická pre celú moju kolekciu od začiatku až ku koncu. Kovanie je striebornej farby. Doplňujúce farby ako pastelovo žltá, pastelovo ružová, pastelovo modrá a kontrastná červená sa objavia na potlačí na obuvi, alebo v prípade batohov a tašiek na podšívkach.



(Obrázok č. 15, Farebná škála - Koláž)

Biela farba na taškách je aj trochu provokácia. Chytiť farbu, sprej, fixu a dotvoriť to podľa vlastného gusta. Istým spôsobom aj to bolo mojím zámerom.

## 9. KOLEKCIA

Kolekcia sa nesie v jednom duchu použitím tých istých materiálov, jednoduchých geometrických tvarov.

Kolekcia batohov a tašiek sa postupne stupňuje, od najväčšieho a najpevnějšího batohu až po najmenší a najjemnejší kus. Batohy, tašky a doplnky sa dajú nosiť každý zvlášť, ale sa dajú aj rôzne kombinovať.

### 9.1. Obuv

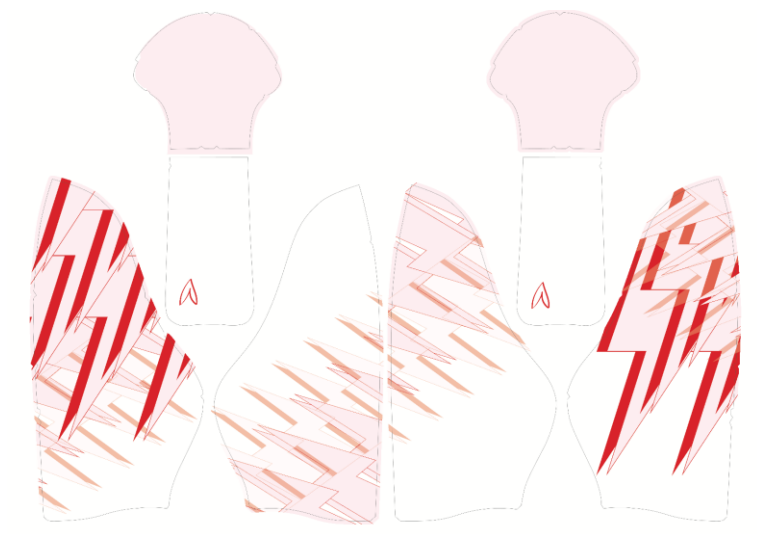
Obuv vznikla ako spolupráca s firmou *tikoki*. Tenisky *tikoki* sú vyrábané na Slovensku, z prírodných materiálov, bavlny a prírodného kaučuku.

Pri výrobe tenisiek sa nesnažia zakrývať ich prirodzenú drsnosť vyplývajúcu zo spôsobu ich výroby. Drobné nedostatky sú dôkazom ručnej práce. Práve tradičný výrobný postup im umožňuje vyrábať malé série rôznych dizajnov.

Tenisky vyrobené firmou *tikoki* dopĺňajú celkový vzhľad a styling kolekcie. Zapadajú do konceptu celej tvorby, do mestského štýlu, práve preto som zvolila tento typ obuvi.

Mojou úlohou bol navrhnuť potlač na látku. Zvolila som jednoduché geometrické tvary, ktoré som vrstvila, prekladala cez seba. Farebnosť je totožná s farebnou škálou.

## 9.1.1. Model obuvi č. 1

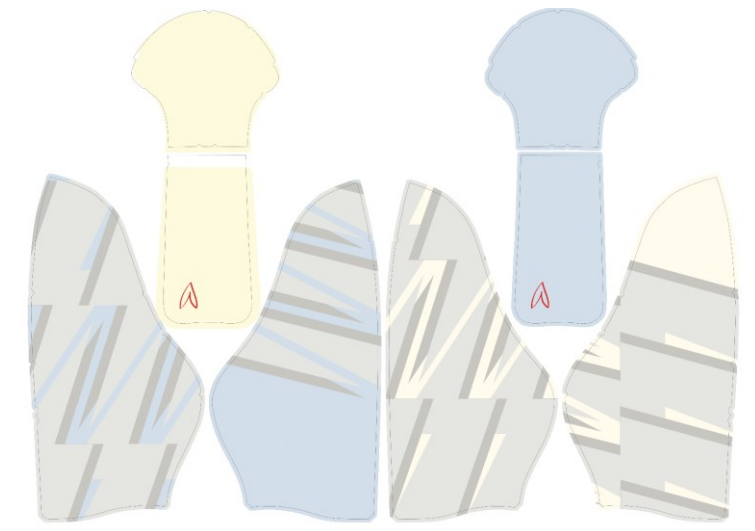


(Obrázok č. 16, Návrh na model obuvi č. 1)



(Obrázok č. 17, Model obuvi č. 1)

## 9.1.2. Model obuvi č. 2

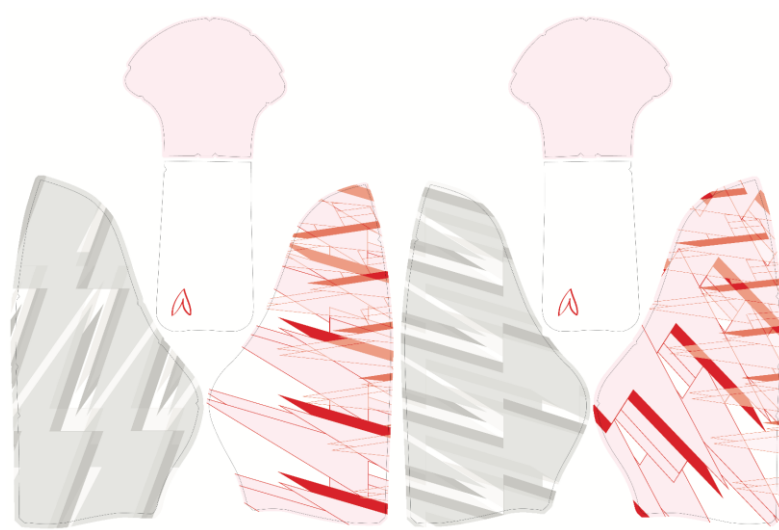


(Obrázok č. 18, Návrh na model obuvi č. 2)



(Obrázok č. 19, Model obuvi č. 2)

## 9.1.3. Model obuvi č. 3



(Obrázok č. 20, Návrh na model obuvi č. 3)

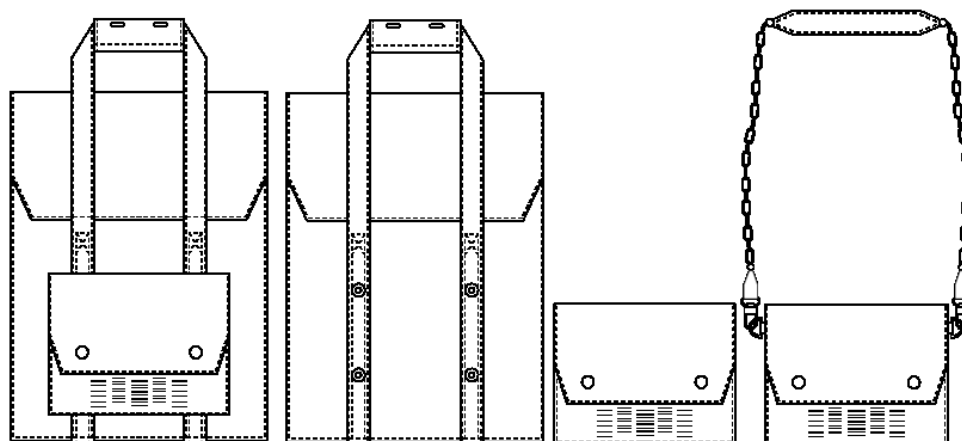


(Obrázok č. 21, Model obuvi č. 3)

## 9.2. Batohy, tašky

Kolekcia batohov a tašiek sa nesie v jednotnom duchu, čo sa týka materiálov, detailov na nich, kovania a princípu 2 v jednom, alebo 3 v jednom. Každý prvok sa dá nosiť zvlášť ale aj kombinovane.

### 9.2.1. Batoh č.1



(Obrázok č. 22, Návrh modelu č. 1)

Tento model sa dá nosiť na viacero spôsobov. Skladá sa z tela a z vrecka na prednej strane, ktorá je pripevnená stláčacími gombíkmi. Tento model sa dá nosiť ako batoh, alebo kabelka do ruky spoločne aj s vreckom. Vrecko vďaka stláčacím gombíkom sa dá odstrániť a dá sa nosiť zvlášť ako cross body kabelka alebo ako listová kabelka.

Telo batohu je vytvorený z rovnakého predného a zadného dielu spolu s vencom a klopou. Na venci sa nachádza ručne vyrezávaný detail a s použitím priesvitného zmäkčeného PVC a reflexnej pásy vytvára 3D efekt.

Taška je pevná, vystužená 2-milimetrovým hrubším zmäkčeným PVC materiálom. Okraje batohu sú zaklepávané, popruhy na prednom a zadnom diele sú rezané.

Celé telo je zo štrukturovanej bielej koženky okrem klopky a popruhov, ktoré sú z hovädzej usne tak isto v bielej farbe. Podšívka v batohu je zo zmäkčeného PVC materiálu v pastelovo ružovej farbe s vnútorným vreckom.



(Obrázok č. 23, Model č. 1)

#### **9.2.1.1. Vrecko k batohu č. 1**

Vrecko na tomto batohu môže slúžiť ako samostatná kabelka. S napojením retiazky z nej vznikne cross body kabelka, a keď retiazku odpojíme, môže slúžiť ako listová kabelka.

Vrecko, tak isto ako u batohu je vytvorený z rovnakého predného a zadného dielu spolu s vencom a klopou. Na prednom diele sa nachádza ručne vyrezávaný detail.

Zadný diel vrecka je vystužený 2-milimetrovým hrubším zmäkčeným PVC materiálom. Okraje batohu sú zaklepávané. K vrecku patrí odnímateľná retiazka, ktorá sa pripevňuje karabínkami.

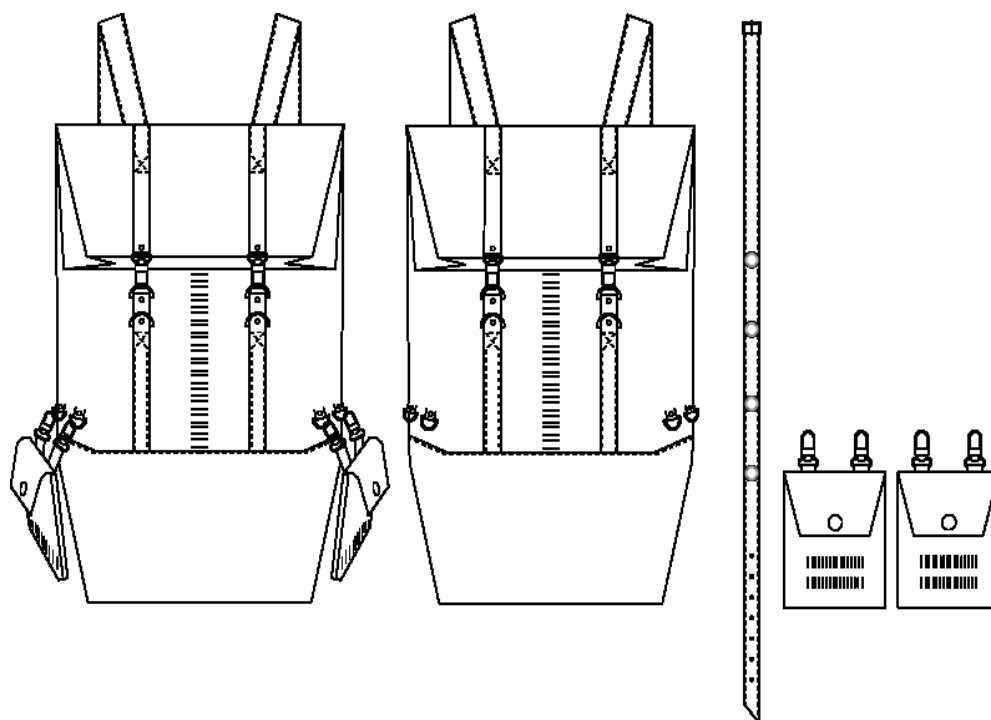
Celé vrecko je vyrobené zo štruktúrovanej bielej koženky, podšívka kabelky je zo zmäkčeného PVC v pastelovo ružovej farbe.





*(Obrázok č. 24, Vrecko č. 1)*

## 9.2.2. Batoh č. 2



(Obrázok č. 25, Návrh modelu č. 2)

Druhý model je tiež variabilný. Skladá sa z väčšieho tela s rolovacím vrchom, a na zapínanie na karabínky. Batoh obsahuje na bokoch malé vrecká, ktoré pomocou karabínok môžeme odopnúť, a pripnúť na tenký opasok. Tým pádom získame novú funkciu vreckám a slúži ako ľadvinka.

Telo batohu je vytvorený z rovnakého predného a zadného dielu zo štruktúrovanej bielej koženky, spodný diel je z bielej hovädzej usne. Pásy, ktoré slúžia na zapínanie batohu sú rezané a pevne prišité k prednému a zadnému dielu.

Batoh je menej pevný, je len z časti vystužený 2-milimetrovým hrubším zmäkčeným PVC materiálom. Okraje batohu sú zaklepávané, bočné strany sú k sebe prišité lícom k lícu. Podšívka v batohu je zo zmäkčeného PVC materiálu v pastelovo modrej farbe s vnútorným vreckom.



(Obrázok č. 26, Model č. 2)

#### 9.2.2.1. Vrecko k batohu č. 2

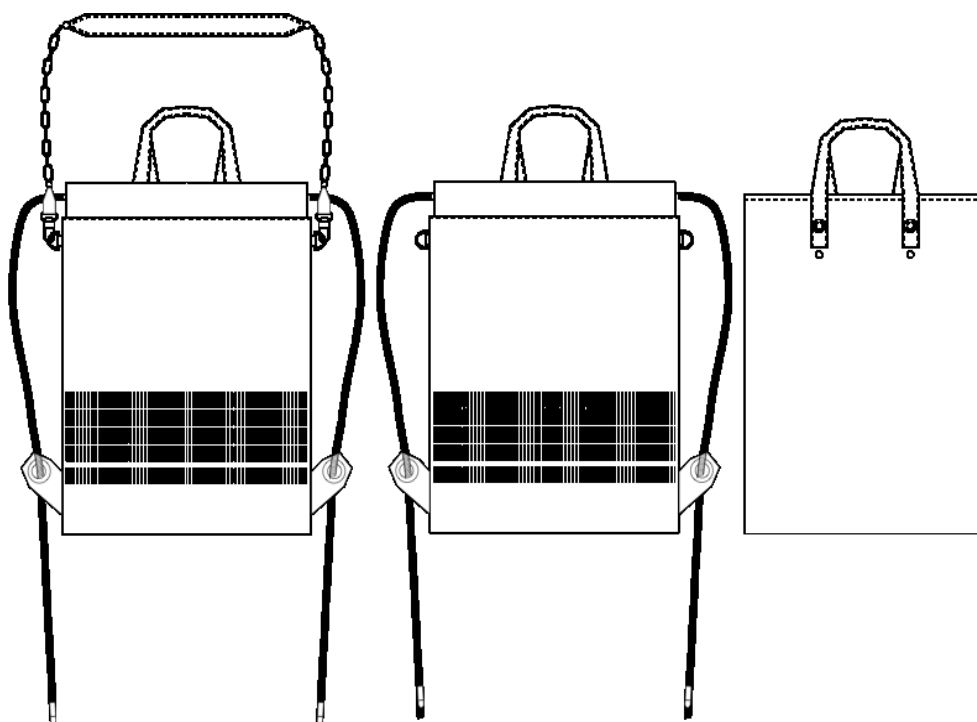
Vrecká, ktoré keď odopneme z batohu, majú samostatnú funkciu. Patrí k nim opasok z hovädzej usne, s kovovými krúžkami, kam pomocou karabínok ľahko môžeme pripnúť jedno alebo obidve vrecká.

Predný a zadný diel vrecka je opäť rovnaký. Na zadný diel je prišitá klopa a na zadnej strane sú pripevnené karabínky, ktoré slúžia na zapínanie. Okraje vrecka sú zaklepávané a boky sú šité lícom k lícu. Podšívka vo vreckách je zo zmäkčeného PVC materiálu v pastelovo modrej farbe.



(Obrázok č. 27, Vrecko č. 2)

### 9.2.3. Batoh č. 3



(Obrázok č. 28, Návrh modelu č. 3)

Tretí model sa tiež dá nosiť na viaceré spôsoby. Skladá sa z tela a z vnútorného vrecka, ktorá je pripevnená stláčacími gombíkmi. Vnútorné vrecko môže slúžiť na oddelenie priestoru v batohu, alebo ako samostatná taška.

Telo batohu je vytvorený z rovnakého predného a zadného dielu. Na prednom diele sa nachádza ručne vyrezávaný detail a s použitím priesvitného zmäkčeného PVC a reflexnej pásky vytvára 3D efekt. Popruhy sú z točeného lana, a k batohu patrí aj odnímateľná retiazka, ktorú pomocou karabínok vieme pripnúť a odopnúť.

Taška je mäkká, nie je vôbec vystužená. Okraje batohu sú zaklepané.

Celé telo je zo štruktúrovanej bielej koženky. Podšívka v batohu je zo zmäkčeného PVC materiálu v pastelovo žltej farbe s vnútorným vreckom.



(Obrázok č. 29, Model č. 3)

#### 9.2.3.1. Vrecko k batohu č. 3

Vrecko v tomto batohu môže slúžiť na rozdelenie priestoru v batohu alebo ako samostatná taška.

Vrecko je vytvorené z totožného predného a zadného dielu so zaklepanými okrajmi a so šitím na bokoch lícom k lícu.

Celé vrečko je vyrobené z hovädzej usne, podšívka tašky je zo zmäkčeného PVC v pastelovo žltej farbe.



*(Obrázok č. 30, Vrečko č. 3)*

## ZÁVER

Pri hľadani informácií a podkladov do teoretickej časti tejto práce som objavila mnoho zaujímavých značiek, dizajnérov, ktorí ma inšpirovali do budúcnosti. Ďalej som si spravila prehľad o histórii, získala som nové vedomosti o rôznych módných značkách, ktoré som poznala len z počutia. Dozvedela som sa veľa zaujímavých informácií o tom, ako vznikli módné štýly ako unisex a streetwear, a snažila som sa tieto poznatky preniesť aj do praktickej časti mojej bakalárskej práce.

V praktickej časti som sa snažila zúžitkovať všetky moje poznatky, ktoré mi dala teoretická časť a samozrejme aj tie, ktoré som sa za štúdium naučila. Veľmi veľa som spomínala práve na milované Anglicko, na čas strávený v Nottinghamu, kde som bola na výmennom pobyte, žila v prostredí miestami upršaného, inokedy slnečného Anglicka. Práve tam som našla cestu, ktorou by som chcela ďalej pokračovať, a tam prišla aj inšpirácia na celú moju bakalársku prácu. Naďalej by som sa chcela venovať doplnkom, zdokonaľovať sa, a využiť ďalšie zaujímavé spolupráce.

Cieľom bolo vytvoriť dizajnovú, funkčnú a variabilnú kolekciu, ktorá istým spôsobom odzrkadlí styling a životný štýl ľudí žijúcich v Anglicku.

Pri písaní bakalárskej práce a vyrobení kolekcie som sa naučila mnoho. Disciplínu, pracovať a tvoriť pod tlakom. Aj keď miestami niektoré chvíle boli ťažké, som za ne vďačná. Posilnili ma a nasmerovali do budúcnosti.

**ZOZNAM POUŽITEJ LITERATURY**

- LAPŠANSKÁ, D.: Kapitoly z módného marketingu a stylingu, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2015, ISBN 978-80-7454-470-5
- DORFLES, G.: (Nová) móda módy, Rubato Praha, 2014, ISBN 978-80-87705-19-3
- SIMS, J.: 100 Ideas That Changed Street Style, Laurence King Publishing Ltd, 2014, ISBN 978-1-78067-341-7
- FOGGOVÁ, M.: Móda - Úžasný příběh fenoménu, Slovart, 2015, ISBN 9878073912246
- MANANDHAR, N.: What We Wore - A People's History of British Style, Prestel, 2014, ISBN 978-3791348988
- CHOKLAT, A.: Footwear Design, Laurence King Publishing Ltd, 2012, ISBN 978-1-85669-745-3
- MACKENZIE, M.: ...Izmy. Ako rozumieť móde, Slovart, 2010, ISBN 978-80-556-0192-



## ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok č.1, Pierre Cardin, Space Age look

Zdroj: <https://blog.thedpages.com/flashback-pierre-cardin-63-years-of-design-counting/>

Obrázok č.2, Rudi Gernreich, Monokini

Zdroj: <http://www.messynessychic.com/2014/03/05/the-first-monokini-trying-to-make-the-topless-swimsuit-happen-in-1964/>

Obrázok č. 3, David Bowie na pódiu ako Ziggy Stardust počas Ziggy Stardust Tour v roku 1972-73

Zdroj: <https://podofsweetpeas.wordpress.com/2014/10/13/androgyny-a-genderless-fashion/>

Obrázok č. 4. Kate Moss a Marky Mark v spodnej bielizni Calvin Klein

Zdroj: <http://www.fashiongonerogue.com/calvin-klein-controversial-campaign-images/>

Obrázok č. 5, RAD. Clothing Unisex Lookbook

Zdroj: <https://thefashiontalk.wordpress.com/tag/rad-unisex/>

Obrázok č. 6. Nike Air Force One

Zdroj: [http://store.nike.com/us/en\\_us/pd/air-force-1-07-mens-shoe/pid-10005903/pgid-11408180](http://store.nike.com/us/en_us/pd/air-force-1-07-mens-shoe/pid-10005903/pgid-11408180)

Obrázok č. 7, Alexander Wang Spring/Summer 2015

Zdroj: <https://www.2luxury2.com/fashion-superhero-alexander-wang-on-style-sportswear-and-never-going-to-the-gym/alexander-wang-spring-summer-2015/>

Obrázok č. 8, Supreme

Zdroj: <http://www.highsnobiety.com/2017/01/19/louis-vuitton-supreme-fw17/#slide-7>

Obrázok č. 9, Lazy Oaf

Zdroj: <http://www.coolhunting.com/style/a-fun-project-by-lazy-oaf-pick-me-up-festival-2015>

Obrázok č. 10, Hype

Zdroj: <http://theswagger.co.uk/2012/09/04/hype-clothing-look-book/>

Obrázok č. 11, Inšpirácia - Koláž

Obrázok č. 12, Moodboard

Obrázok č. 13, Spotrebiteľ - Koláž

Obrázok č. 14, Použitý materiál

Obrázok č. 15, Farebná škála - Koláž

Obrázok č. 16, Návrh na model obuvi č. 1

Obrázok č. 17, Model obuvi č. 1

Obrázok č. 18, Návrh na model obuvi č. 2

Obrázok č. 19, Model obuvi č. 2

Obrázok č. 20, Návrh na model obuvi č. 3

Obrázok č. 21, Model obuvi č. 3

Obrázok č. 22, Návrh modelu č. 1

Obrázok č. 23, Model č. 1

Obrázok č. 24, Vrecko č. 1

Obrázok č. 25, Návrh modelu č. 2

Obrázok č. 26, Model č. 2

Obrázok č. 27, Vrecko č. 2

Obrázok č. 28, Návrh modelu č. 3

Obrázok č. 29, Model č. 3

Obrázok č. 30, Vrecko č. 3

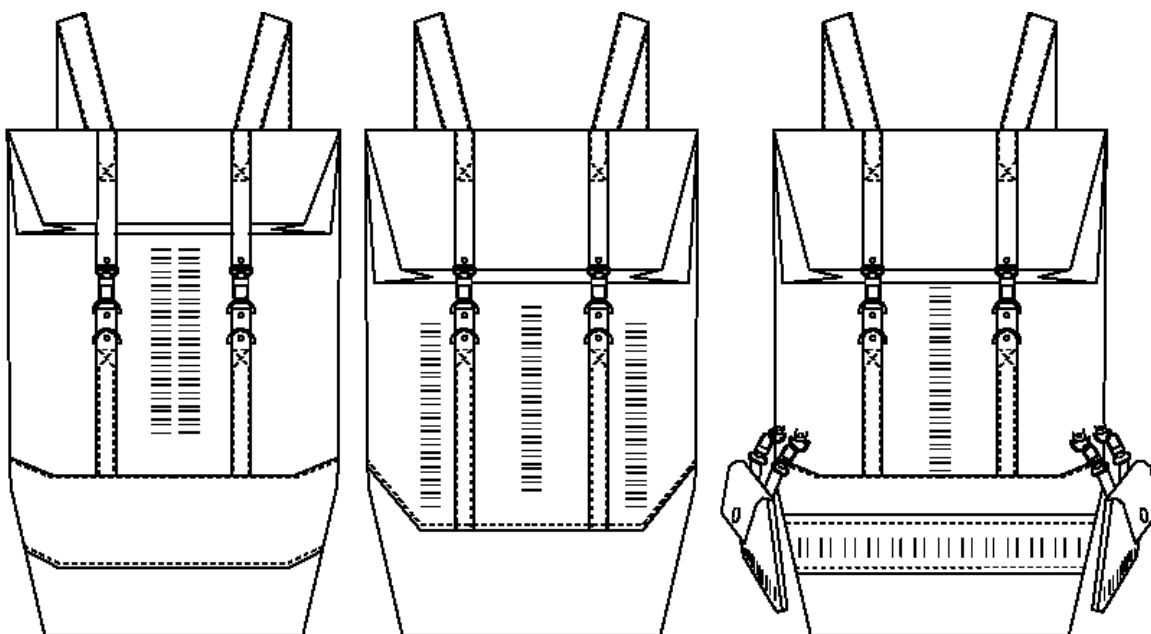
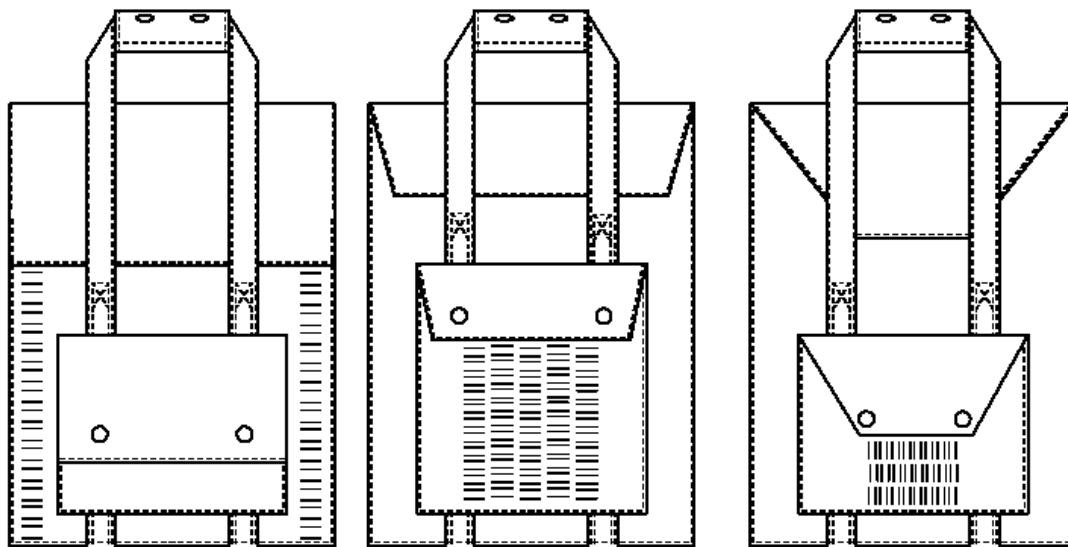
## ZOZNAM PRÍLOH

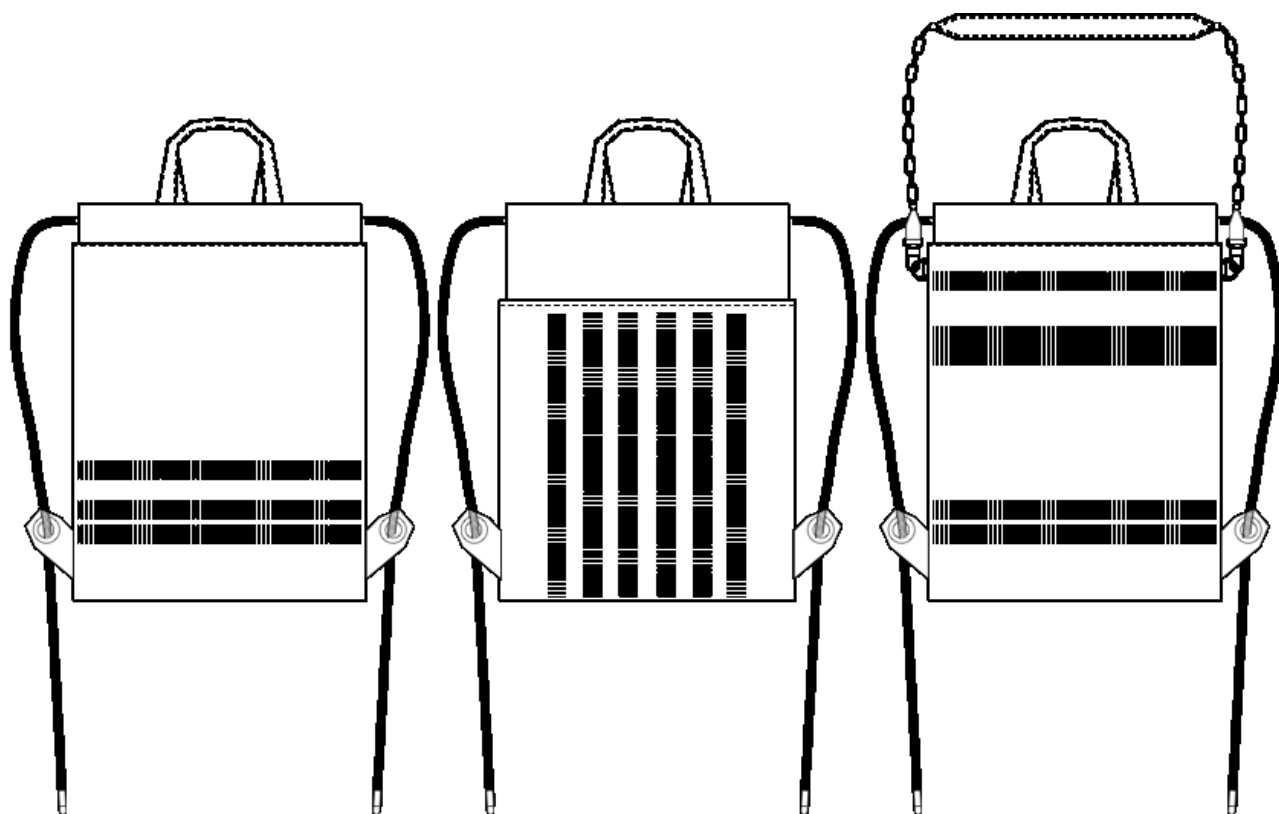
P1: Návrhy - Batohy

P2: Šablóny - Batohy

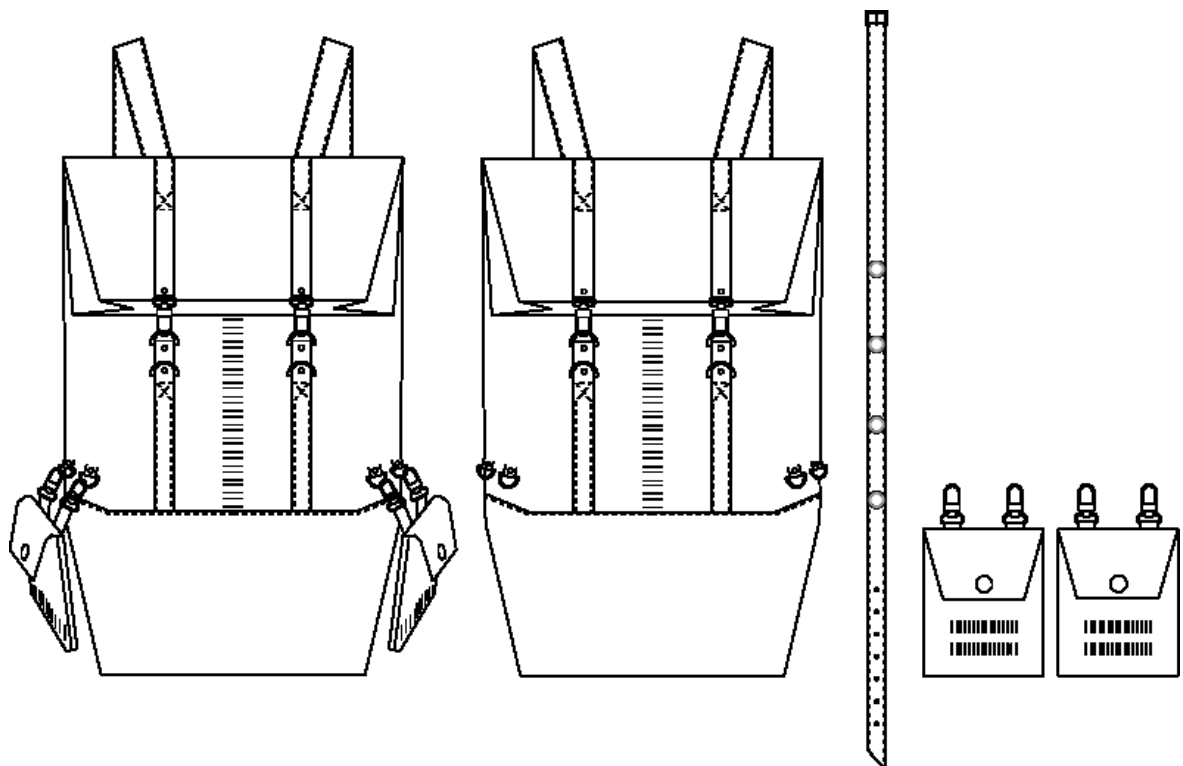
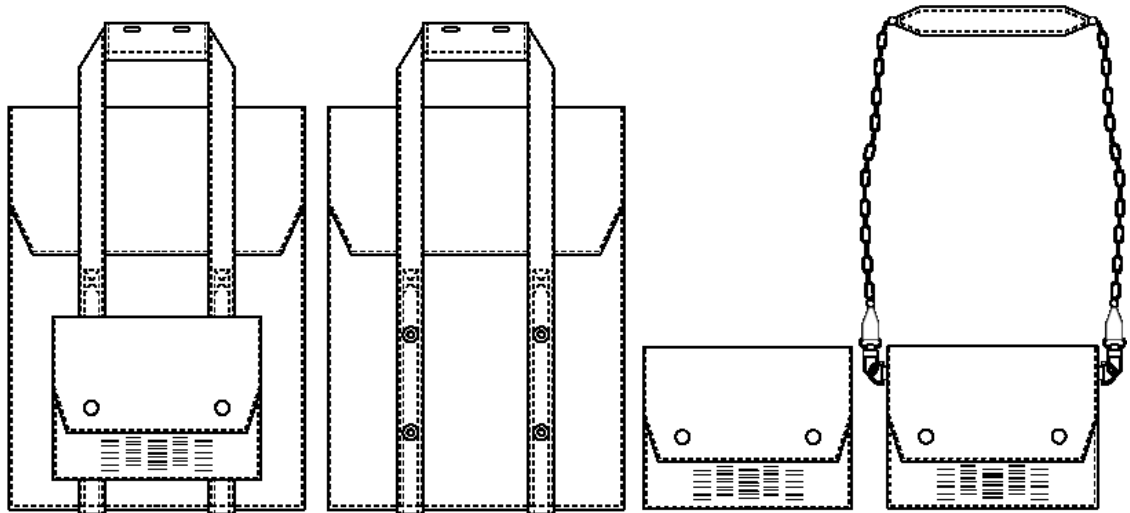
P3: Dokumentačné fotografie kolekcie

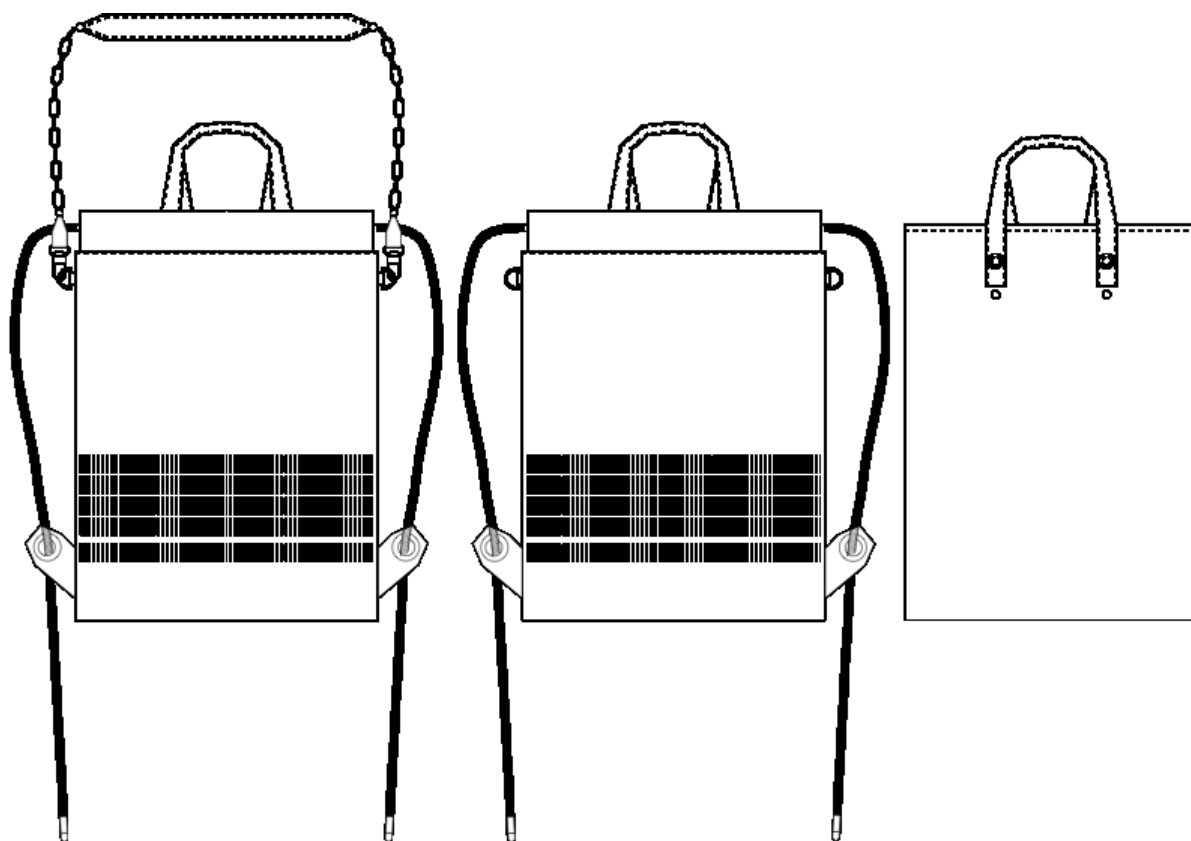
PRÍLOHA P1: NÁVRHY - BATOHY:





FINÁLNE NÁVRHY:

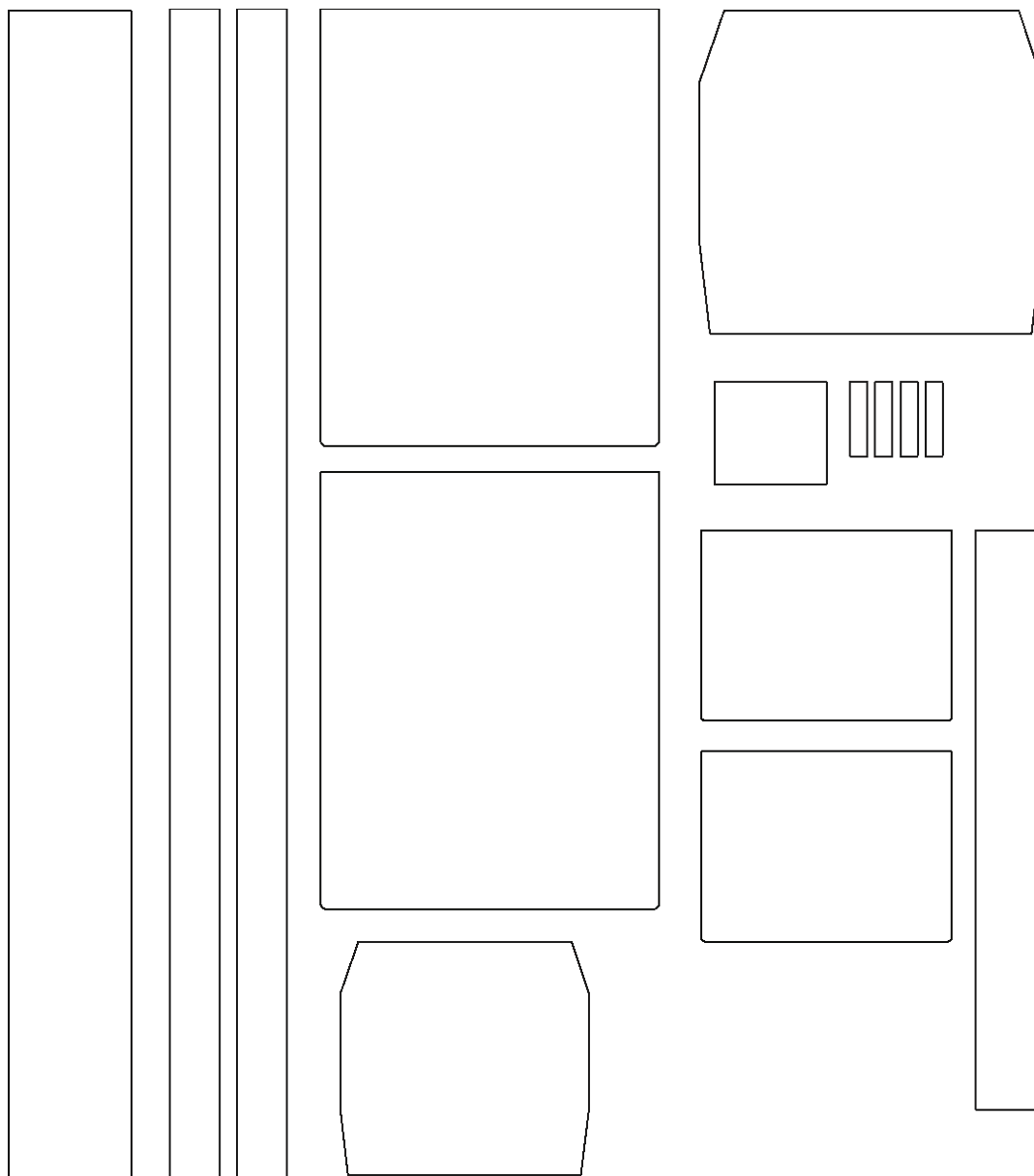




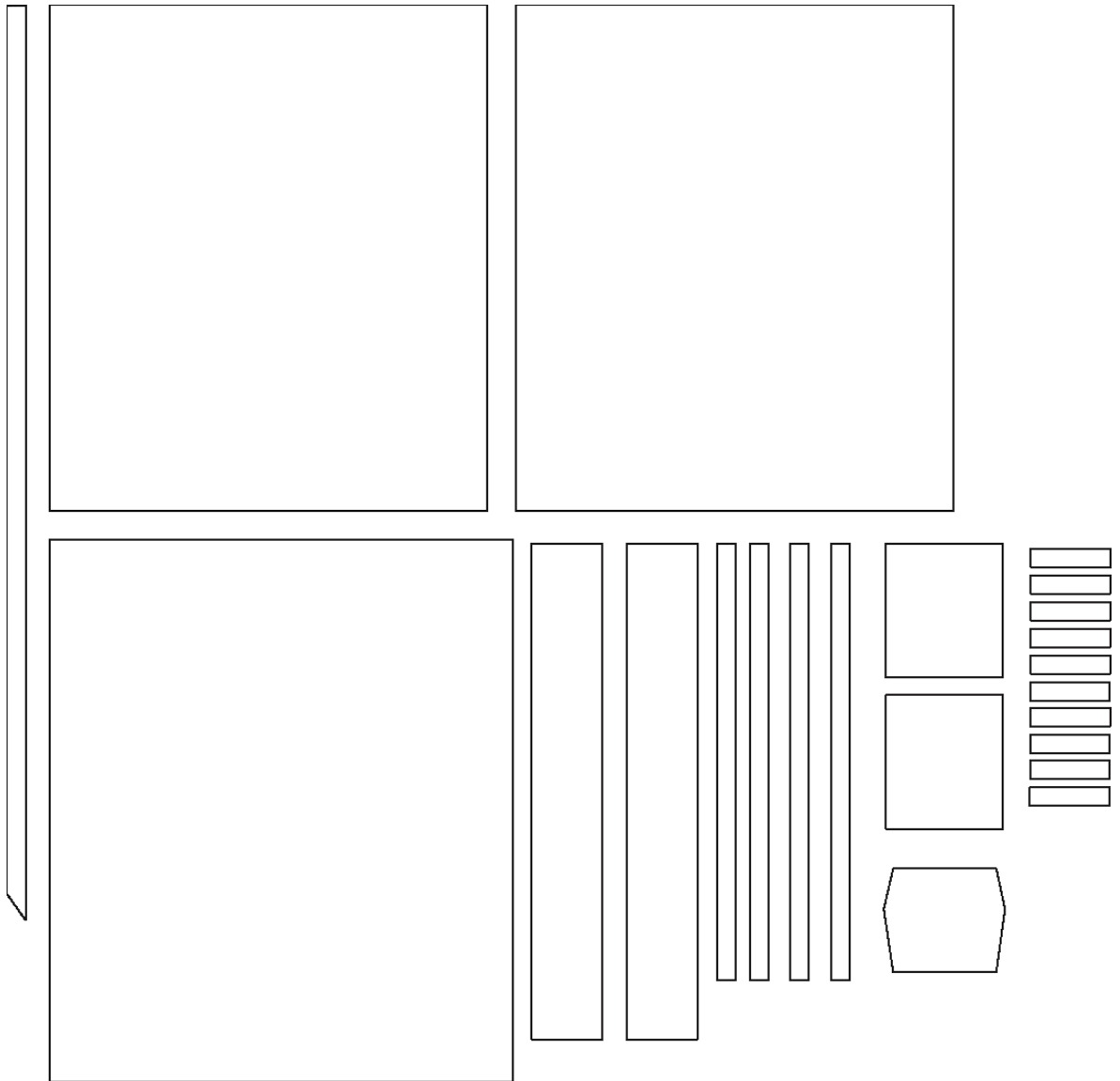


**PRÍLOHA P2: ŠABLÓNY - BATOHY:**

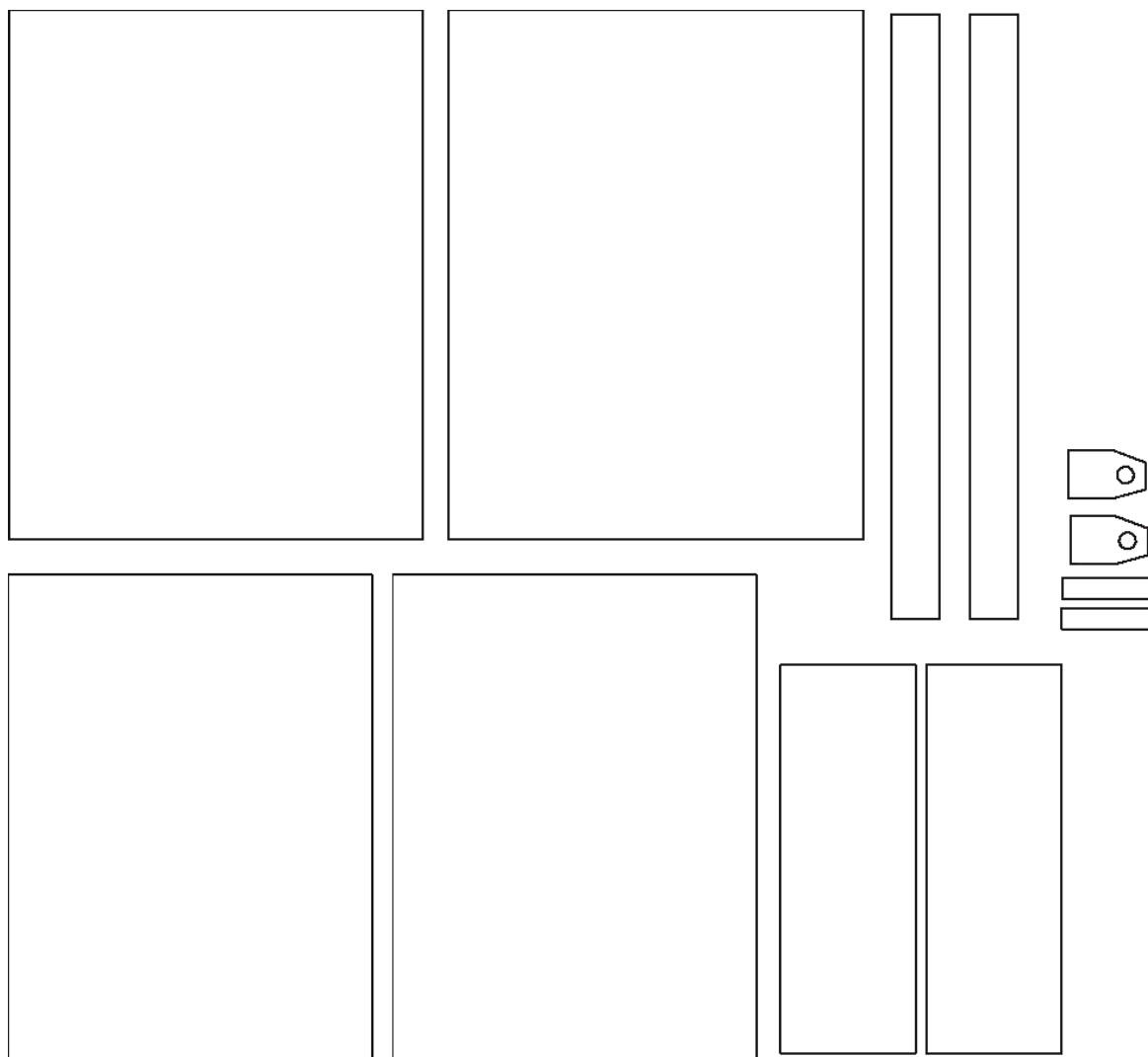
Batoh č. 1



Batoh č. 2



Batoh č. 3



**PRÍLOHA P3: DOKUMENTAČNE FOTOGRAFIE KOLEKCIE:**







































