

Oděv jako ukazatel sociálních a hierarchických rozdílů

BcA. Lucia Sládečková

Diplomová práce
2017



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Design oděvu
akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Lucia Sládečková**
Osobní číslo: **K15391**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design - Design oděvu**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Artwear**

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

Prostudování a analýza dostupných materiálů a informací, obrazová příloha, vlastní závěry v minimálním textovém rozsahu 30 - 35 normostran. Řešení doplňte kresebnými návrhy v minimálním rozsahu 15 normostran.

Problematika oděvu jako ukazatele sociálních a hierarchických rozdílů. Oděv beze slov definuje společenské rozdíly a formuje skupiny lidí, které spojují stejné zájmy či ideologie. Vzájemné ovlivňování a prolínání prvků vysoké a nízké módy.

2. Praktická část:

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

Dámská kolekce reagující na oděv jako médium, které diferencuje lidi na základě určitých předpokladů.

Teoretická a technická příprava projektu, sběr potřebných informací.

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

Rozsah práce: minimálně 45 normostran. Formát A4.

Odevzdejte v 2 stejnopisech v pevné vazbě (1 může být kroužková).

Součástí předané písemné práce jsou i 2 vyhotovení na CD-ROM. 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 i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

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

Seznam odborné literatury:

BARTHES, Roland. The language of fashion. Sydney: Bloomsbury, 2013. Icit. 2016-10-30 | 191 s. Dostupné z: <https://rosswolfe.files.wordpress.com/2015/04/roland-barthes-the-language-of-fashion.pdf>.

FOGG, Marnie (ed.). Móda: úžasný příběh fenoménu: historický vývoj, detailní vyobrazení i příběhy slavných návrhářů. Přeložil Zuzana PAVLOVÁ, Runka ŽALUDOVÁ. Praha: Slovart, 2015. 576 s. ISBN 978-80-7391-224-6.

LIPOVETSKY, Gilles. Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech. V českém jazyce vyd. 2. Přeložil Martin POKORNÝ. Praha: Prostor, 2010. 428 s. ISBN 978-80-7260-229-2.

MACKENZIE, Mairi. ...izmy: Ako rozumieť móde. Bratislava: Slovart, 2010. 160 s. ISBN 978-80-556-0192-2.

MÁCHALOVÁ, Jana. Módou posedlí. Břeclav: MORAVIAPRESS, 2002, 159 s. ISBN 80-86181-47-2.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Art. Mária Štraneková, ArtD.**
Ateliér Design oděvu
Datum zadání diplomové práce: **3. října 2016**
Termín odevzdání diplomové práce: **13. května 2017**

Ve Zlíně dne 28. prosince 2016


doc. MgA. Jana Janíková, 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 2.5.2017



LUCIA SLÁDEČKOVÁ

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 nevydělečně zveřejňuje bakalářské, diplomové, disertační 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. Vysoká škola disertační práce nezveřejňuje, byla-li již zveřejněna jiným způsobem.

(2) Bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení 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.

(4) Vysoká škola může odložit zveřejnění bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce nebo jejich částí, a to po dobu trvání překážky pro zveřejnění, nejdéle však na dobu 3 let. Informace o odložení zveřejnění musí být spolu s odůvodněním zveřejněna na stejném místě, kde jsou zveřejňovány bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce, již se týká odklad zveřejnění podle věty první, jeden výtisk práce k uchování ministerstvu

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 vnitřní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího 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). Odpráve-li autor takového díla udělil 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 výdělků 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 přihlídnou k výši výdělků dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Vo svojej diplomovej práci sa zaoberám odevom ako ukazovateľom sociálnych a hierarchických rozdielov v spoločnosti. Teoretická časť sa zaoberá touto problematikou z pohľadu histórie odievania. Nadobudnuté poznatky sú aplikované na konkrétne kúsky odevu v konfrontácii s aktuálnymi módnymi trendami. Práca poukazuje na problematiku i zo sociologického hľadiska. V praktickej časti sú poznatky transformované do súčasného dámskeho odevu, ktorý je osobným výtvarným vyjadrením tejto spoločenskej problematiky. Cieľom práce je preskúmať odev ako médium, ktoré diferencuje ľudí na základe určitých predsudkov.

Kľúčové slová: hierarchia, jazyk módy, médium, móda, odev, sociálne rozdiely, trendy

ABSTRACT

In my thesis I am dealing with clothing as an indicator of social and hierarchial differences in the society. The theoretical part of my work deals with at this problem from the point of history of clothing. Acquired knowledge is applied into specific pieces of clothing in confrontation with actual fashion trends. Moreover, my work is tracking this issue from the sociological point of view as well. In the practical part of my thesis the knowledge is transformed into current trends of ladies' clothing, which becomes a personal artistic expression of this issue in society. Finally, the aim of my thesis, is to explore clothing as a medium, which differentiates people based on certain prejudices.

Keywords: hierarchy, language of fashion, medium, fashion, clothing, social differences, trends

Rada by som sa poďakovala svojej rodine a priateľovi za pomoc, podporu a trpezlivosť počas celého môjho štúdia designu odevu, najmä pri tvorbe mojej diplomovej práce.

Ďakujem Mgr. Art. Márii Štranekovej ArtD., vedúcej práce, za odborné vedenie a cenné rady.

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

„Móda je nebezpečné územie, pretože vypovedá o nás a je veľmi intímna.“

Miuccia Prada

OBSAH

ÚVOD.....	11
I TEORETICKÁ ČÁST.....	12
1 SOCIÁLNE A HIERARCHICKÉ ROZDIELY V HISTÓRII ODIEVANIA.....	13
2 FAKTY MÓDY	18
2.1 VYSOKÁ MÓDA POLYESTERU A FAST FASHION	18
2.2 STREET WEAR VO VRECIACH NA ODPADKY	23
2.3 PRODUKT A LOGO	24
2.4 DOWN & UPPER CLASS	26
2.4.1 Zooties	26
2.4.2 Zazou	30
2.4.3 Hip hop	31
2.4.4 Sapeur	32
2.5 POMSTA COCO CHANEL	35
2.6 ODIEVANIE V ČSR V OBDOBÍ KOMUNIZMU	37
3 KDE SA RODÍ MÓDA?	41
3.1 IKONY Z ULICE	42
3.1.1 Tričko	42
3.1.2 Jeansy	43
3.1.3 Sneakers & trainers	44
3.2 IMAGE Z ULICE	46
3.2.1 Tetovanie	46
3.2.2 Hipster	48
3.2.3 Homeless	48
3.2.4 Normcore	50
II PRAKTICKÁ ČÁST	51
4 KONCEPT KOLEKCIE PIZZA OR CAVIAR	52
4.1 SILUETY A SKICE	54
4.2 POUŽITÉ MATERIÁLY A FAREBNOSŤ	55
4.3 OZDOBNÁ TECHNIKA	57
5 KOLEKCIA PIZZA OR CAVIAR.....	58
5.1 MODEL 1	58
5.2 MODEL 2	60
5.3 MODEL 3	62
5.4 MODEL 4	64
5.5 MODEL 5	67
5.6 MODEL 6	69
5.7 MODEL 7	72
5.8 MODEL 8	74
5.9 MODEL 9	75
III PROJEKTOVÁ ČÁST	77

6	ILUSTRÁCIE	78
7	FOTODOKUMENTÁCIA	87
	ZÁVĚR	113
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	114
	SEZNAM OBRÁZKŮ	117
	SEZNAM PŘÍLOH.....	122

ÚVOD

Rozdiel medzi vysokou a nízkou módou, aká výrazná je v súčasnosti táto hranica? Aká bola v minulosti? Je možné podľa odevu zaradiť človeka k určitej sociálnej skupine?

Hovorí sa „nesúď knihu podľa obalu“. Odev má odpradáva predovšetkým funkčný význam, chráni naše telo. Je známym faktom, že odev je ukazovateľom našej identity, nálady, pocitov, záujmov, bez slov definuje kto sme. Odev je preto pre mňa intímna záležitosť, paradoxne demonštrovaná¹ zovňajškom. Prezradí o nás aj to čo nechceme. Je to prvá, očividná vec, ktorú si na nás ľudia všimnú, na základe ktorej nás posudzujú, hodnotia, kritizujú. Odevom sme zraniteľný. To ako sa obliekame priamo súvisí s našou sociálno-ekonomickou a kultúrnou situáciou, náladou, postojom k spoločnosti a jej hodnotám.

Cieľom mojej diplomovej práce je bližšie sa oboznámiť so sociálnymi rozdielmi v histórii odievania. Poukázať na odev ako komunikačný kanál mnohých informácií, ktorý však častokrát môže zavádzať, či klamať. Móda nám neustále prináša rôzne štýly, čerpá z rôznych sociálnych vrstiev, prelína hranice. Môžeme odevu ako informačnému zdroju ešte veriť?

V jednej z kapitol teoretickej časti sa zaoberám myšlienkou ako sa zmenil sociálny či hierarchický význam niektorých kusov odevu v priebehu histórie. Niektoré z nich sa stali ikonickými kúskami, pričom však stratili svoj pôvodný význam, identifikovateľnosť sociálneho zaradenia či povolania. Prečo? Je to vplyv doby, politiky, sú to potreby ľudí, či prirodzený kolobeh módy, ktorá neustále posúva hranice a mení svoje zákony? Móda je kultúrny subjekt, ktorý sa neustále mení, zahŕňa v sebe množstvo informácií. Návrhári tvoria módu, novinári a štylisti produkujú každú sezónu trendy, sú to však sami konzumenti, ktorí rozhodujú čo a ako sa bude v reálnom živote nosiť.

Ktorý kus odevu, materiál, značka, suma alebo štýl dnes definuje vyššiu a nižšiu sociálno-ekonomickú triedu - bohatých a chudobných?

V záverečnej časti čitateľovi približujem koncept odevnej kolekcie, moodboard, inšpiračné koláže, skice, zvolenú farebnosť, technické nákresy a popis jednotlivých modelov kolekcie. Projektová časť obsahuje fotodokumentáciu kolekcie.

¹ vysvetľovaná, objasňovaná

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 SOCIÁLNE A HIERARCHICKÉ ROZDIELY V HISTÓRII ODIEVANIA

Kapitola je venovaná prierezu vybraných období histórie odievania. Jej obsahom sú zaujímavé princípy zachytávajúce sociálne i hierarchické diferencie v rámci odevu. Odkedy a ako sa prejavujú?

Sociálne rozdiely v odievaní neboli vždy rovnaké. S každým novým historickým obdobím sa menili pod vplyvom rôznych okolností. O tom ako sa bude obliekať nižšia vrstva rozhodli tí bohatší. Sama šľachta totiž chcela, aby ich odev odzrkadľoval postavenie v spoločnosti. Už v pravekom období hovoríme prvýkrát o hierarchii, ale až v období Egypta (2 600 p.n.l.) o hierarchickom odevu.² Nielen samotný odev, ale aj jeho doplnky v podobe šperkov sú označením sociálneho postavenia nositeľa. Otrokom, v kastovom systéme najnižší, neprišlo slúchať nosiť žiaden odev.³

Sociálne rozdiely v odievaní tu boli, sú a vždy budú, pretože vždy bude spoločnosť separovaná na bohatých a chudobných. V minulosti bol tento rozdiel v odievaní pomerne jasný, usudzujem tak z toho, že sami „najvyšší“ obmedzovali nižšiu vrstvu rôznymi zákazmi a pravidlami, diktovali im čo smú a nesmú nosiť. Obmedzenia sa týkali druhu materiálu, farby, bohatosti zdobenia či konštrukčného riešenia. Napríklad v Číne bolo pre spodinu určené nosiť odev len modrej alebo čiernej farby.⁴

Pre viditeľné udržanie tejto hranice boli vydávané tzv. „odevné zákony“. Tieto nariadenia boli zrkadlom vtedajšej hierarchie spoločnosti. Dbali na rozoznateľnosť spoločenského postavenia na základe farby, dĺžky použitého materiálu, dokonca i dĺžky špicatej obuvi. „*Príslušníci vyššej šľachty mohli mať dĺžku obuvi dve a pol chodidla, zatiaľ čo mešťania si mohli predlžovať topánky len o dĺžku jedného chodidla a obyčajní ľudia len a polovicu stopy.*“⁵

² SKARLANTOVÁ, Jana. *Od fíkového listu k džínám*. Praha: Grada Pub., 1999. s. 13. ISBN 8071697850.

³ FOGG, Marnie (ed.). *Móda: úžasný příběh fenoménu: historický vývoj, detailní vyobrazení i příběhy slavných návrhářů*. Přeložil Zuzana PAVLOVÁ, Runka ŽALUDOVÁ. Praha: Slovart, 2015. s. 8. ISBN 978-80-7391-224-6.

⁴ COX, Barbara. *Ve jménu módy: ilustrované dějiny bizarnosti a krásy*. Praha: Mladá fronta, 2013. s. 81. ISBN 978-80-204-2928-5.

⁵ SKARLANTOVÁ, Jana. *Od fíkového listu k džínám*. Praha: Grada Pub., 1999. s. 46, 56, 76. ISBN 8071697850.

Královský dvor dokonca presadzoval zákony proti prepychu. Alžbeta I. v roku 1574 zakazovala nosiť soboliu kožušinu a to všetkým ženám, okrem vysokopostavených dám jej kráľovského dvora.⁶

I bohatým zdobením odevu čipkou nositeľ dokazoval, že disponuje časom iných – teda čipkárok, krajčírov a služobníctvom. Voľné košeľové odevy sa v období baroka zužovali, boli konštrukčne veľmi zložité, nepohodlné až znemožňovali pohyb tela. Odev nositeľa bez slov zaraďuje k tej vrstve, ktorá nemusí vykonávať fyzickú prácu a ani sa sám neoblieka – odev je dištinktívnym⁷ ukazovateľom. Tak isto i hygiena tela je znak diferencie, kto je čistý, nevykonáva fyzickú prácu.

Veľmi podrobné regulačné zákony boli vydávané v Anglicku. Boli určené konkrétne ceny, ktoré nesmeli manželky sluhov prekročiť pri chystaní svojej výbavy. Za závoj bolo povolené dať maximálne 12 pencí a dĺžka háčkovanej čipky nesmela prekročiť 5 cm. Každý centimeter navyše by znamenal väzenie.⁸

Ani ľudový kroj nebol výnimkou a hlavne vo svojej sviatočnej variante sa snažil napodobniť šľachtický odev. To sa prejavilo v jeho veľkej ozdobnosti, nepohodlnosti, priestorovej rozmernosti i samotnej váhe. Na základe počtu spodníc, či bohatosti výšivky sa dalo určiť z akého bohatého kraja alebo rodiny osoba pochádza. Tak isto bolo treba, aby nositeľovi s obliekaním pomohla iná osoba.⁹

⁶ FOGG, Marnie (ed.). *Móda: úžasný príbeh fenoménu: historický vývoj, detailní vyobrazení i příběhy slavných návrhářů*. Přeložil Zuzana PAVLOVÁ, Runka ŽALUDOVÁ. Praha: Slovart, 2015. s. 8-9. ISBN 978-80-7391-224-6.

⁷ rozdielnym, odlišným

⁸ COX, Barbara. *Ve jménu módy: ilustrované dějiny bizarnosti a krásy*. Praha: Mladá fronta, 2013. s. 81. ISBN 978-80-204-2928-5.

⁹ PETŘÍČKOVÁ, Kristýna. *Přednáška Dějiny odívání. 2011 - 2014*



Obr.1 Alžbeta I., 1592



Obr. 2 Kroj, Hradcovice, 1952

Plytvanie, nedostatok potravín, zlyhanie ekonomického systému a celkovo nerozvážne hospodárenie kráľa Ľudovíta XVI. a jeho manželky Márie Antoinetty vyústili v roku 1789 do Veľkej Francúzskej revolúcie. Veľký podiel na nej mala nezmyselná extravagancia ich kráľovského dvora. Odev tu nadobúda charakter resp. odraz politickej situácie. Sformovala sa skupina ľudí, ktorí sa rovnako obliekali na základe istých spoločensko-politických záujmov. Ich spoločným označením bola trojfarebná kokarda. *Sformovanie akejsi národnej uniformy – symbol revolúcie, bol prvý pokus v histórii odievania, ktorý chcel demonštrovať spoločenskú rovnosť jednotným odevom.*¹⁰

Na problematiku odevu ako ukazovateľa sociálnych a hierarchických diferencií mala obrovský vplyv priemyselná revolúcia (1790-1900). Rozvoj priemyslu a techniky umožnilo zmeniť proces výroby – manufaktúra¹¹ musela ustúpiť veľkej strojovej výrobe. Pokrok sa najprv

¹⁰ SKARLANTOVÁ, Jana. *Od fíkového listu k džínám*. Praha: Grada Pub., 1999. s. 112. ISBN 8071697850.

¹¹ dielňa s prevažne ručnou výrobou a podrobnou deľbou práce v období vzniku kapitalizmu

prejavil v textilnom priemysle v roku 1760 v Anglicku, čo malo obrovský vplyv na módu, jej dostupnosť a rozšírenie rôznym sociálnym vrstvám.¹²

Je zaujímavé sledovať hierarchiu medzi mužom a ženou prostredníctvom odevu. I v priestorovej rozmernosti sa odráža tichý ukazovateľ spoločenského postavenia ženy. S obliekaním do rozmerných šiat bolo treba mať k dispozícii niekoľko pomocníčok - diskomfort pohybu taktiež ukazuje na obmedzené postavenie ženy v spoločnosti - ide o odev, v ktorom nemožno pracovať. Žena len reprezentuje úspešnosť svojho manžela a postavenie rodiny. Extrémne rozmerné šaty viktoriánskej éry, odstrkovali ženy zo spoločenského diania.¹³



Obr. 3 Karikatúra dámskej módy, 1850

Spoločensko-ekonomické a politické dôsledky prvej svetovej vojny dovoľujú žene zo strednej vrstvy zamestnať sa, čomu však musí prispôbiť aj svoj odev. Ženská skladba odevu sa zjednodušila. Konfekčné odevy sa začali šiť už v roku 1890. Ich nosenie, však v skutočnosti vo veľkom prepuklo až po prvej svetovej vojne. Emancipácia žien a rovnosť pohlaví sa odzrkadlili v štýle „à la garçonne“ ako chlapec. Jednoduchý štvorcový strih šiat potláčal siluetu ženského tela a neumožňoval očividnú sociálnu hierarchiu. Pozornosť elitnej spoločnosti

¹² <https://goo.gl/IXNQUC>

¹³ MACKENZIE, Mairi. ...izmy: Ako rozumieť móde. Bratislava: Slovart, 2010. s. 32, 33. ISBN 978-80-556-0192-2

bola venovaná výberu kvalitného materiálu.¹⁴ Nie každá žena bola odkázaná na konfekciu, krajčírskе salóny sa stále venujú individuálnemu zákazkovému šitiu. Sú zdrojom pre masovú výrobu, ktorá verne obkresľuje ich strihy a vo veľkom ich vyrába. V podstate tu hovoríme o prvopočiatkoch fast fashion¹⁵ 21. storočia.

Zlom teda nastáva v období 19. storočia, kedy industrializácia, technický pokrok, rýchlosť výroby, nové materiály sprístupňujú odev, a bez nariadení má nižšia vrstva možnosť slobodnej voľby odevu. V roku 1885 dal Hilare Chardonet vytvorením umelého hodvábu nižšej vrstve akýsi pocit lacnejšieho luxusu. Umelý hodváb vyrobil z viskózy. Údajne bolo už v roku 1938 zastúpenie syntetických vlákien v textile 10 percentné. Paradoxne, zakúpenie konfekčného odevu bolo naďalej pre väčšinu obyvateľstva stále vyššou finančnou investíciou.¹⁶

Nebolo zvykom, aby šľachtic prevzal nejaký prvok z odevu nižšej vrstvy. Preto sa naďalej utvrdzujem v presvedčení rozoznateľnej hranice sociálnej vrstvy na základe odevu.

Kapitola končí 30. rokmi 20. storočia, tým však rozdiely v odievaní určujúce spoločenskú vrstvu rozhodne nemiznú. Práve obdobím vzniku nových textilných syntetických materiálov končí obdobie striktného obmedzovania nižších vrstiev a sú im ponúknuté širšie možnosti výberu odevu. Tým pozorujem akýsi začiatok premiešania jednotlivých spoločenských vrstiev. Aké jasné sú tieto rozdiely dnes?

¹⁴ SKARLANTOVÁ, Jana. *Od fíkového listu k džínám*. Praha: Grada Pub., 1999. s. 161. ISBN 8071697850.

¹⁵ móda rýchlo obmieňajúca štýly a trendy

¹⁶ MACKENZIE, Mairi. *...izmy: Ako rozumieť móde*. Bratislava: Slovart, 2010. s. 40, 41, 72, 73. ISBN 978-80-556-0192-2

2 FAKTY MÓDY

Druhá kapitola poukazuje na samotné prelínanie vysokej a nízkej módy v rôznych formách a podáva ich na konkrétnych príkladoch. Ukazuje predovšetkým na čerpanie prvkov z ulice. To sa prejavuje rôznymi formami – kolaboráciou značiek s designérmi, prijímaním nových komunikačných kanálov a stratégií.

2.1 Vysoká móda polyesteru a fast fashion

Táto podkapitola opisuje problematiku haute couture a jej duchovný, ale i materiálny pokles v rôznych sférach. Tak isto sa venuje téme fast fashion teda „lacnej móde“. Vybrala som reťazec H&M, ktorý považujem za najtypickejšieho producenta fast fashion, zároveň asi najvhodnejšieho z hľadiska spájania nízkej módy s vysokou, čo spoločnosť dokazuje nielen kooperáciou so svetovou špičkou návrhárov, ale napríklad i účasťou na Parížskom Fashion Weeku či záujmom o ekologické myslenie.

Haute couture ako znak luxusu a spoločenskej prestíže výrazne stratila svoj vplyv v prospech individuálneho poňatia módy. Sama „najvyššia“ haute couture móda musela skloniť hlavu a prispôbiť sa trhu i aktuálnej situácii a akceptovať nástup pret-a-porter¹⁷ (v 60. rokoch 20. storočia) či „bis línie“ (na začiatku 21. storočia)¹⁸ ako dostupnejšej módy, ktorú budú ľudia reálne kupovať. Stále by však mala byť z kvalitných prírodných materiálov a dokonale remeselne vypracovaná. Môžeme teda povedať, že sama haute couture sa týmto „gestom“ priblížila ľuďom.

Podľa oblečenia bolo možné určiť, či osoba patrí k triede vládnucej alebo ovládanej a v akej miere sa podieľal na spoločenskom blahobyte.¹⁹ To čo v podstate Worth prostredníctvom haute couture zadefinoval – teda, že jeho šaty opäť uľahčili proces vzájomného odlíšenia jednotlivých tried, 21. storočie a pret-a-porter narušilo. Aby dnes móda nebola len doménou privilegovanej časti spoločnosti ako to bolo kedysi, robia sa ústupky. Čo to však reálne znamená pre zákazníka?

¹⁷ angl. ready to wear

¹⁸ reakcia veľkých značiek na masívny útok fast fashion, formou nižšej ceny v samostatnej línii

¹⁹ ZÍTEK, Odolen. *Lidé a móda: malá moderní encyklopedie*. Praha: Orbis, 1962, s. 340.

Kooperácia fast fashion reťazca H&M so značkami vysokej módy je hľadanie nových spôsobov ako redizajnovat' resp. sprístupniť haute couture estetiku ulici – teda bežným ľuďom? Konkrétnym príkladom môže byť sako z roku 2015 kedy sa Balmain spojil s H&M. Čierne sako so šálou fazónkou posiate perlamami značka Balmain predstavila už v roku 2012, pred nedávnom by sme takmer identický zvrchník našli zavesený v predajni H&M. Ide teda o originálny návrh? To čo sa predáva v rámci kolaborácie H&M so svetovou špičkou módných značiek však nie je určené pre ľudí z „ulice“. Spomínané sako Balmain stálo 550 \$, čo je síce asi desaťnásobne nižšia cena ako to „originálne“, no cenovo bežným ľuďom až také prístupné nie je.²⁰ Áno, v tomto smere, je móda stále výsadou tých, ktorí si to môžu dovoliť. Balmain prerobil niektoré svoje najznámejšie kúsky za nižšiu cenu, čím dali „chudobnému“ spotrebiteľovi „falošný“ pocit, že aj on si môže dovoliť kus „vysokej“ módy. Keď si nemôžeme dovoliť kúpiť luxus, siahneme po lacnejšej alternatíve aspoň trochu pripomínajúci originál. Je módnosť stále určitým spoločenským statusom?

Väčšina kusov odevov s podpisom svetového designéra sa aj tak vždy vypredá za pár hodín. V prípade Marni v roku 2012 nebola cena vyššia ako 149 \$, v roku 2008 kúsky od Comme des Garçons nepresiahli vyššiu hodnotu ako je 30 \$. Skutočne je fast fashion H&M určená pre nižšie sociálne vrstvy?

²⁰ <http://www.meltingpotdiaries.com/2015/10/balmain-pro-hm-fotky-cele-kolekce-a-ceny/>



Obr. 4 Balmain, jeseň/zima 2012



Obr. 5 Sako Balmain pre H&M

Odevná tvorba ako estetická činnosť si vyžaduje množstvo financií, práce, času a pozornosti, tak ako každá aktivita človeka vo sfére designu. Odevná výroba sa však neustále prispôbuje aktuálnej dobe. Tradičná kvalita ručného spracovania je degradovaná a stráca svoju hodnotu. Odev vyrobený z polyesterového materiálu je obrovským masovým produktom továrni. Spoločnosť sa oblieka do masovej kultúry umelých syntetických materiálov. Prečo? Pretože sme obeťami konzumentarizmu, životného štýlu a kultúry utváratej okolo spotreby. Spotrebná spoločnosť potrebuje spotrebiteľa, ktorý nakúpi tu a teraz. Ide o charakteristický rys technicky vyspelej tzv. postmodernej spoločnosti – a je cielene podporovaný masovými komunikačnými prostriedkami.²¹ Koncept v duchu „see now, buy now“ nie je ojedinelý.

²¹ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak*. Praha: Karlova Univerzita, 2007. s. 37, 40. ISBN 978-80-7290-330-6

Túto marketingovú stratégiu si na zákazníka vyskúšali značky ako Versus, Burberry, Tom Ford, Tommy Hilfiger či Ralph Lauren, hoci pri nej nezostali.²² Švédská spoločnosť H&M, ktorá síce patrí k masovým značkám, predstavila na Parížskom Fashion Weeku svoju líniu H&M Studio v štýle „pozri si a nakupuj hneď“. Limitovanú edíciu, ktorú uvádza dvakrát ročne bola vždy prezentovaná v predstihu (do predaja išla až o niekoľko o mesiacov neskôr) bolo teraz možné nakúpiť už dva dni po prehliadke.²³

Vyšší vývojový stupeň v móde neznamena tiež stupeň komplikovanejši. Je nutné odmietnuť či aspoň obmedzovať zložitosť módnej línie, tá má byť elegantná, účelná a jednoduchá, nie však zjednodušená. Nevadí, ak nie je móda natoľko rozmanitá, aby vyhovela rôznym druhom vkusu, avšak mala by cieľavedome obmedzovať rôzne druhy nevkusu.²⁴

Móda predstavuje bytostne spoločensky a historicky útvar, ktorý sa obmedzuje na určitý typ spoločnosti. Významnou vlastnosťou modernej spoločnosti je jej prispôsobivosť a flexibilita, či už ide o kultúrne, či sociálno-ekonomické zmeny.

Čo je v skutočnosti úspechom fast fashion fenoménu? Nízka cena? Z drahých návrhárskych vecí profitujú aj reťazce, ktoré ponúkajú lacné napodobeniny drahej módy. Predaj každej módnej značky zaručuje kvalitný marketing. Extrémne vysoké náklady na marketing a podpora predaja, rýchla obmena noviniek, to všetko má viesť k prilákaniu zákazníkov do predajní a to čo najviac krát v čo najkratšom čase. Fast fashion má budiť dojem, že je jednorazová a lacná. Taká lacná, že tričko môžete pokojne po jednom nosení vyhodiť, (čo je často-krát pravda, nakoľko je vyrobené z nekvalitných materiálov a farbív) a ísť si kúpiť druhé. Je dokázané, že spotrebiteľom stačia len tri sekundy na to, aby sa rozhodli pre kúpu produktu na základe reklamného pútača resp. výkladu a pod. Preto módne spoločnosti investujú čo najviac financií do tzv. instant hooks – teda do predmetov, ktoré v spotrebiteľovi podporia myšlienku ísť opätovne nakupovať do ich predajne.²⁵

²² <http://www.highsnobiety.com/2017/03/02/hm-ss17-show/>

²³ <http://koktail.pravda.sk/miss-a-modelky/clanok/421700-hviezdy-vyrazili-na-prehliadku-lasky-gigi-a-bella-kralovali-molu/>

²⁴ ZÍTEK, Odolen. *Lidé a móda: malá moderní encyklopedie*. Praha: Orbis, 1962, s. 346.

²⁵ <http://www.amwa.cz/clanky/konvencni-bavlna/fast-fashion>

Móda je pominuteľná, súčasne však nalieha a túži po zmene, nachvíľu nová a zakrátko je už zase stará. *Móda hľadá stále nových prívržencov a pritom zároveň nechce byť uniformná a túži po výlučnosti, dáva súčasne na trh drahé i lacné vzory, stále chce mať novú tvárnosť, ale pritom sa stále znovu a znovu vracia k starému, tvorí elegantné, krásne a estetické spolu s nevkusnými gýčmi.*²⁶ Móda utvára celkovú náladu spoločnosti, nie je len záležitosťou logiky, ale aj citu. Kolobeh súčasnej konfekčnej módy - teda fast fashion je odrazom našej spoločenskej doby, nášho životného tempa, tak ako bola móda jej odrazom v každom historickom období. Zhon, ruch, rýchlosť, to sú znaky súčasnej doby a táto doba len ťažko znáša pomalosť, trvácnosť či stálosť. Práve preto sa móda v súčasných tendenciách vracia späť k svojim koreňom, k identite, k materiálu – látke ako takej, ku svojmu základu a svojej jednoduchosti. Dnešná móda funguje bez akéhokoľvek miestneho či triedneho obmedzovania.

Aká je budúcnosť fast fashion a haute couture? To čo na reťazci H&M oceňujem najviac je jeho snaha byť pokrokovým, posúvať sa k lepšiemu. Jedným z takýchto pokusov je čerstvo ohlásená informácia z New York Fashion Week 2017 o mobilnej aplikácii Coded Couture, ktorá má reagovať na túžbu ľudí obliekať sa jedinečne a inak ako ostatní.²⁷ Ide o spoluprácu digitálnej divízie spoločnosti H&M Ivyrevel s Google, ktorý vytvorili špeciálny algoritmus. Ten na základe sledovania denných fyzických aktivít človeka, aktuálneho miesta a počasia v priebehu jedného týždňa vytvorí jedinečné šaty na mieru a na udalosť, ktorú si zvolíte a to len za cenu 99 \$.²⁸ Odporozované dáta pohybu človeka potom vytvoria na povrchu šiat dežénovú mapu, vytvorí sa tak ľahko čitateľná týždenná časová os. Hlavnou myšlienkou projektu je, že môžete pretransformovať svoj život do jedinečného designu odrážajúceho váš životný štýl. Voľba použitého materiálu, farba, detaily ako opasok, manžety či golier budú taktiež dané aplikáciou na základe vyhodnotenia získaných dát. Šaty potom bude možné zakúpiť v rámci aplikácie.

Prieskum ukazuje, že z 1000 zákazníkov sa asi 30% zaujíma o navrhovanie vlastného oblečenia na mieru. Módny priemysel napreduje, zároveň sa však vracia k svojim koreňom, ku

²⁶ ZÍTEK, Odolen. *Lidé a móda: malá moderní encyklopedie*. Praha: Orbis, 1962, s. 11.

²⁷ <http://www.businessinsider.com/google-partners-with-hm-ivyrevel-for-coded-couture-project-2017-2>

²⁸ <http://www.fashionbook.cz/2017/03/01/v-budoucnu-budou-znacky-vytvaret-obleceni-na-miru-hm-se-o-to-snazi-uz-ted/>

koreňom jedinečného designu, šiat na mieru „haute couture“. Módna výroba sa mení priamym vstupom nositeľa do procesu tvorby cez dátové technológie a čím ďalej tým viac sa zlučuje kreativita s technologickou inováciou designu a na to začína reagovať i fast fashion.²⁹

2.2 Street wear vo vreciach na odpadky

Aj keď značka Adidas nie je labelom³⁰ haute couture módy, neočakávate, že si ich kúsok odnesiete vo vreci na odpadky. A dokonca keď sa pod design podpísal Alexander Wang. Osemdesiatštyri unisex kúsokov z jeho kolekcie bolo umiestnených vo veľkých bielych dočkách s menom samotného návrhára a logom Adidas obráteným hore nohami.³¹ Dostať sa však k „obchodom na kolesách“ nebolo také jednoduché. Kreatívci nemeckého športového gigantu sa so svojimi zákazníkmi trochu pohrali. Prvá indícia bola mailová komunikácia rozvešaná po uliciach New Yourku, k nim neskôr pribudli pečiatky Wangových ľudí a nakoniec aj samotné logo Adidas a miesto predaja. Hádanka sa lúštila po sociálnych sieťach a mala svoj efekt. Ferdinando Verderi, kreatívny riaditeľ sa vyjadril, že tento interaktívny predaj bol koncipovaný na základe odmietnutia tradičného predaja streetwear v obchode - podkopali tak hranicu všeobecne uznávaných pravidiel.³² Vytvorili okolo predaja kolekcie silnú túžbu zahalenú tajomstvom za čo vďačia kvalitnej marketingovej stratégii.

Drahá móda v lacnom balení? O štatúte Adidas ako drahej alebo lacnej môžeme polemizovať. I keď nepochybne, cena jednotlivých kúsokov je vždy vyššia ak si na spoluprácu prizvete svetového módného návrhára či celebritu. Tri druhy mikiny, nohavice, čierne tepláky, tri druhy tričiek, tenisky, to všetko v minimalistickom štýle a čiernej farbe. Cena trička 80 \$, tepláky za 210 \$. Taká bola hodnota odpadkov vo vreci Adidas.³³

²⁹ <http://www.businessinsider.com/google-partners-with-hm-ivyrevel-for-coded-couture-project-2017-2>

³⁰ label – angl. značka

³¹ <http://nymag.com/thecut/2016/09/adidas-originals-x-alexander-wang-is-sold-in-trash-bags.html>

³² <http://sketcher.startitup.sk/znacka-adidas-sposobila-osial-ich-nova-kolekcia-sa-predavala-priamo-z-kami-ona-vo-vreciach-na-odpadky/>

³³ <http://nymag.com/thecut/2016/09/adidas-originals-x-alexander-wang-is-sold-in-trash-bags.html>



Obr. 6 Alexander Wang pre Adidas, jar/leto 2017

2.3 Produkt a logo

Predáva obal, obsah či len tajomstvo, príbeh vytvorený s cieľom predaja? Kupujeme si módu skutočne z jej primárneho dôvodu? Ak stačí obyčajnému produktu vytvoriť ilúziu exkluzivity budeme po ňom túžiť. Platí to aj opačne? Budeme túžiť po exkluzívnom produkte v nepríťažlivom obale? Takým príkladom je parfum Fresh Couture od Moschina v ironickom obale lacného čistiacieho prostriedku.

Ďalšia Moschino kolekcia divákov zaviedla do siete rýchleho občerstvenia. Ide samozrejme o pomerne vydarenú, vtipnú a ironickú reakciu na rýchlo sa meniacu, lacnú fast fashion módu. V skutočnosti by si však žiaden radový zamestnanec McDonald's, ktorého priemerná mzda je asi 7,72 \$ na hodinu, nemohol dovoliť kúpiť „Moschino rovnošatu“. Musel by si na ňu odrobiť asi 120 hodín.³⁴

³⁴ <https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-03-07/moschinos-mcdonald-s-fashion-is-selling-out>

Kto dobrovoľne túži nosiť šaty, ktoré nosí asi 20 miliónov čašníkov po celom svete? Ak navyše za nezaplatíte 350 \$.³⁵



Obr. 7 Moschino, jeseň/zima 2014



Obr. 8 Moschino, parfém Fresh Couture

Ava Nirui logá luxusných značiek popiera umiestnením na obyčajné veci každodenného života ako napríklad na inhalátor, zubnú pastu a podobne. Módny svet je veľmi strnulý a dbá na zabehnuté pravidlá, tak prečo sa s nimi nepohrať?

Konceptom je manipulácia malých vizuálnych zmien na logu, hra s ikonografiou luxusných značiek s cieľom transformovať význam s vtipným výsledkom.

„A logo is a visual symbol that is representative of a lifestyle. By applying or wearing a logo, you can completely skew and alter the meaning of an object or garment, which is a concept that plays into my work a great deal. To me, logos are the most powerful cultural signifiers.“³⁶

Zmení sa hodnota obyčajnej veci, ak ju označujeme logom? Stane sa z lacnej veci luxusná? Oslovila ma napríklad kombinácia vzoru podšívky z kabáta Burberry s bielymi teniskami značky Nike. Dva symboly značiek na jednom predmete, čo vyhráva? Ide stále o luxus, dvojnásobný luxus alebo tieto dva rôzne a tak typické symboly Burberry a Nike úplne stratili svoju hodnotu?

³⁵ <http://www.thefashionspot.com/buzz-news/latest-news/379597-anna-dello-russo-moschino-jeremy-scott-fast-fashion/>

³⁶ <http://www.wmagazine.com/story/ava-nirui-makes-bootleg-look-bougie>

Kreatívne „remixy“ však vo výsledku pôsobia silnejšie ako značky samotné.



Obr. 9 Fila/Fendi, Ava Nirui



Obr. 10 Nike/Burberry, Ava Nirui

2.4 Down & upper class

Je pre mňa fascinujúce ako odev bol a stále je tým prostriedkom, ktorým sa snaží nižšia vrstva dobehnúť vyššiu. V 30. rokoch 20. storočia to bolo černošské hnutie zooties, ktorí chceli prostredníctvom odevu dokázať, že sa vyrovnajú bielym, paradoxne tento štýl obliekania od nich potom prevzali aj biely. Aj táto skutočnosť je pre mňa v rámci témy zaujímavý obrat a bližšie ju rozoberám v nasledujúcich podkapitolách.

2.4.1 Zooties

Štyridsiate roky dvadsiateho storočia boli významným obdobím zmeny postavenia černošských menšín a to i z hľadiska odievania. Amerika „upratala“ afroamerických obyvateľov do tzv. get³⁷. Tieto vyhradené mestské štvrte izolovali spoločensky nerovnoprávných obyvateľov od tých ostatných.

Tzv. zooties boli spájaný s jazzovou scénou newyorskej štvrťi Harlem, koncom 30. rokov. Sformovala sa tu predovšetkým elegantná móda černošských mladých ľudí. Pre muža bol typický dvojdielny oblek. Široké nohavice s vysokým pásom držali traky, v oblasti kolena mali neuveriteľnú šírku až trištvrte metra a smerom k členku sa zase zužovali niekedy len na

³⁷ je časť mesta, väčšinou určená majoritou obyvateľstva pre minoritu

tridsať centimetrov. Dvojfarebná vesta, na nej sako so širokými klopami a výrazne vypchatými ramenami, ktoré si zapínalo na jeden gombík, pod golierom vytŕčal veľký motýlik alebo kravata. Na hlave nesmel chýbať klobúk – čím širší, tým bol jeho nositeľ považovaný za „väčšieho zootieho“, od opasku zachytená dlhá zlatá retiazka z „mačacieho zlata“ mu siahala až pod kolená.³⁸ Dôraz sa kládol aj na topánky – dvojfarebné väčšinou čierno – biele. Boli to obleky v jasných farbách a odvážnych vzoroch, ktoré mali za nositeľa hovoriť: „Pozrite sa na mňa, tiež na to mám!“³⁹ Typické boli pásikové obleky, od toho sa odvodil aj ich názov „zoot“ v preklade z americkej angličtiny pásik a „suit“ - oblek, v slangu harlemu znamenalo „zoot“ byť „cool“.

Černošské ženy nosili tiež dlhé saká ku kolenám a skrátene šaty z elastického materiálu. Oblúbený bol i umelý hodváb či syntetický džersej, pretože sa nekrčil.

Celková voľnosť odevu im dovoľovala mužom i ženám dostatočný pohyb pri tanci na jazzovú hudbu.⁴⁰ „Vrecový oblek bol vedomým prejavom smelosti odlišovať sa, a pre niektorých to bol vysoko problematický symbol vtedajšej rasovej situácie v Amerike.“⁴¹ Zoot suit sa stal symbolom doby, odrazom hudobnej subkultúry, prijali ho tí (bieli), ktorí počúvali swing a jazz a to bez ohľadu na ich pôvod či spoločenskú príslušnosť.

Ako počas každej krízovej situácie aj v období druhej svetovej vojny bolo treba šetriť. Vláda nariadila šetrenie vlny, nakoľko sa z nej šili kabáty pre vojakov na front. Preto začali byť zooties tŕňom v oku „mariňákom“. Možno i to bol dôvod, keď v roku 1943 začali americké noviny písať o „pásikových výtržnostiach“ - dochádza k prvým útokom z rasovej nenávisti voči obyvateľom tmavej pleti.⁴² Sila odevu sa ukázala ako nebezpečná.

³⁸ <http://www.queensofvintage.com/vintage-sub-cultures-zooties/>

³⁹ MÁCHALOVÁ, Jana. *Módou posedlí*. Břeclav: MORAVIAPRESS, 2002. s. 104. ISBN 80-86181-47-2.

⁴⁰ FOGG, Marnie (ed.). *Móda: úžasný příběh fenoménu: historický vývoj, detailní vyobrazení i příběhy slavných návrhářů*. Přeložil Zuzana PAVLOVÁ, Runka ŽALUDOVÁ. Praha: Slovart, 2015. s. 292. ISBN 978-80-7391-224-6.

⁴¹ STEVENSON, N. J. *Kronika módy: kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři*. Praha: Fortuna Libri, 2011. s. 142. Fortuna factum. ISBN 978-80-7321-570-5

⁴² STEVENSON, N. J. *Kronika módy: kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři*. Praha: Fortuna Libri, 2011. s. 143. Fortuna factum. ISBN 978-80-7321-570-5



Obr. 11 Zooties pri tanci

Obr. 12 Zoot suit

Silueta toho štýlu oslovila viacerých súčasných návrhárov napríklad Giorgia Armaniho, či Balenciagu, najviac ma oslovilo poňatie Yohjiho Yamamota v kolekcii pre sezónu jeseň/zima 2011. Yohji Yamamoto sa jasne inšpiroval širokými nohavicami siahajúcimi do pásu zachytené opaskom, nechýbali veľké rozopnuté kabáty a saká, vesty, z ktorých vykúkali retiazky vreckových hodínok. Nekonvenčnosť prehliadky spočívala vo výbere modelov – vekom i postavou rôznorodých. Zženštilých mladých chlapcov striedali starší šediví páni – džentlmeni, ktorí sa elegantne niesli po móle v čierno – bielych „čínach“ či futuristických teniskách ako odkaz na jazzové lakovky, či zavalitý muž, ktorý si počas chôdze utiera pot z čela.⁴³ Vlnené honosné materiály dopĺňali upletené svetre s motívom červeného jablka a kostry – ako symbol memento mori, čo odrážalo aj pomerne pochmúrnú atmosféru, pretože aj taká bola doba štyridsiatych rokov.⁴⁴

⁴³ Yohji Yamamoto Fall Winter 2011/2012 / ヨウジヤマモト 2011/2012 秋冬 (メンズ). Zdroj: Youtube [online]. 24.01.2011 [cit. 2017-01-03]. Dostupné z: <https://youtu.be/qiqQjZgIyg4>. Kanál používateľa SerraEly.

⁴⁴ <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2011-menswear/yohji-yamamoto>



Obr. 13 Giorgio Armani, jeseň/zima 2011



Obr. 14 Balenciaga, jar/leto 2017



Obr. 15 Yohji Yamamoto, jeseň/zima 2011

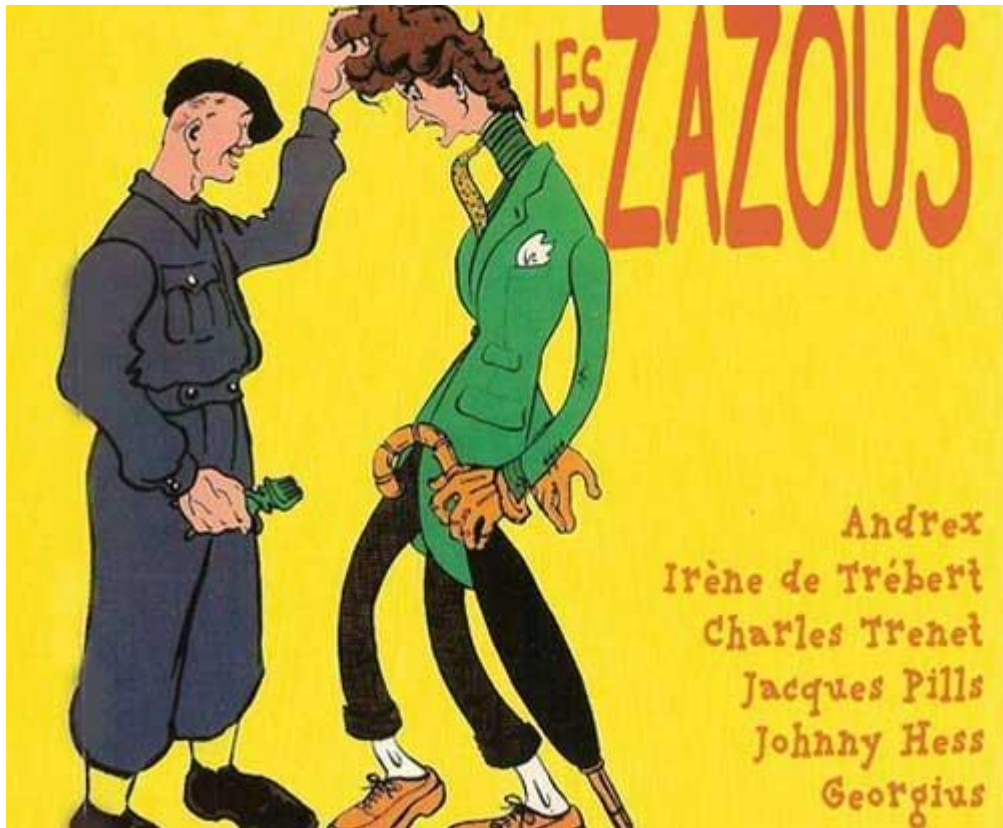
2.4.2 Zazou

Aj Paríž mal svojich „zooties“ nazývali sa však zazou – boli to tí, ktorí sa vymykali konvenciám. Na svoju módu však museli mať čas a peniaze. Sako zostalo siluetou rovnaké ako to za oceánom, zúžili sa však nohavice, ktoré sa skrátili, aby bolo vidieť farebné ponožky. Košeľu nahradili úzkym roláčikom, vo výstrihu saka aj tak zostáva úzka kravata. Vytŕčali z davu svojím strojeným oblečením, v čase vojny, keď sa textilným materiálom šetrilo. Odevom dávali jasne najavo svoju lásku k jazzu, čo bolo v čase druhej svetovej vojny v Paríži okupovanom Nemcami, pomerne odvážne. Zatiaľ čo zooties bolo vyčítané nedostatok vlastenectva, zazou boli prenasledovaní práve pre sympatizovanie s americkou kultúrou, ktorá bola úhlavným nepriateľom Nemecka.⁴⁵ V čase rasových zákonov, keď Nemci značkovali Židov žltou hviezdou, členovia zazou sa zo vzdoru značkovali žltými hviezdami s nápisom zazou. Symbolom mužov i žien boli mohutné vlny vlasov a práve tie im Nemci násilne strihali. Ak ich len ostrihali a zbili, mali šťastie pretože veľa z nich pre ich zjav odvliekli do koncentračných táborov.⁴⁶

Zooties bola podradná skupina, odsúdená spoločnosťou pre tmavú farbu pleti. Odevom sa chceli vyrovnat' vyššej bielej vrstve, preto vzniklo zoot suit. Práve tu badať fascinujúci obrat. Zazou, ktorí boli bieli, solventní obyvatelia Paríža prevzali odev a štýl nízkej vrstvy spoločnosti.

⁴⁵ MÁCHALOVÁ, Jana. *Módou posedlí*. Břeclav: MORAVIAPRESS, 2002. s. 105. ISBN 80-86181-47-2.

⁴⁶ <https://timeline.com/zazou-france-world-war-ii-9f26b36e0ee3#.ahv1eqnlz>



Obr. 16 Zazou

2.4.3 Hip hop

„Hip hop bol predovšetkým vyjadrením afroamerických skúseností a zaoberal sa sociálnymi problémami, s ktorými sa príslušníci tejto komunity stretávali, a ich túžbami. Ide o silné posolstvo oslovujúce pôvodnú socioetnickú skupinu a širšiu mladú kultúru vrátane ich módy.“⁴⁷ Na prelome 70. a 80. rokov kedy hip hop vznikol mal politický podtext – „prvý“ hip hop sa stotožňoval s černošským nacionalizmom a bol prepojený s gangsterským svetom. Ich štýl mal byť toho odrazom. Odmietali vysokú módu a tradičné značky, miesto nich presadzovali športový a pouličný štýl. Karl Cani bola prvá značka, ktorá začala v roku 1989 predávať hip hopovú módu. V roku 1995 sa k nej pridala značka Wu Wear.

⁴⁷ FOGG, Marnie (ed.). *Móda: úžasný príbeh fenoménu: historický vývoj, detailní vyobrazení i příběhy slavných návrhářů*. Přeložil Zuzana PAVLOVÁ, Runka ŽALUDOVÁ. Praha: Slovart, 2015. s. 445. ISBN 978-80-7391-224-6.

Zatiaľ čo hip hopový umelci pokračovali v tematizácii sociálnych problémov, širšia kultúra sa viac zaoberala ich vonkajšími znakmi a sústredila sa na extravaganciu, napríklad v podobe nápadnej bižutérie zvanej „bling“. Svojim odevom, doplnkami a ich okázalou spotrebou, chceli spoločnosti dokázať svoj úspešný únik z geta a rovnosť bielej majorite.⁴⁸

2.4.4 Sapeur

Áno, Paríž je nesmrteľným centrom módy a štýlu. A čo tak africké Kongo? Práve tam údajne v roku 1922 vzniklo hnutie Le Sape (Société des ambienceurs et des personnes élégantes) v preklade Združenie nositeľov vkusu a elegancie. Sú prezývaní aj „The Kongo Dandies“ – podľa štýlu francúzskych „švihákov“ zo začiatku 19. storočia, ktorý sem údajne priniesol politik čiernej pleti André Grenard Matsoua po návrate z Paríža oblečený ako aristokratický džentlmen.⁴⁹ V 19. storočí zvykli páni platiť svojim sluhom miesto peňazí oblečením a tak sa stal z európskeho štýlu obliekania prostriedok nenápadnej kolonizácie a zároveň i nadradenosti.

Brazzaville (hlavné mesto Konga) zažilo veľa násilia, utrpenia vojnu, biedu a hlad preto honosný názov „módnych prívržencov“ Société des ambienceurs et des personnes élégantes znie trochu absurdne. Nie je zvykom, aby sa v uliciach zničených vojnou promenádovali muži v cukríkových oblekoch ako po prehliadkovom móle.

„Bieli možno vmysleli oblečenie, ale my sme ho premenili na umenie.“ Sapeur je viac než len forma obliekania, je to tiež filozofia, istá forma terapie, ktorá im pomáha zabudnúť na rany vojny. „Nechápem, ako niekto v La Sape môže byť násilný alebo bojovať. Mier znamená pre nás všetko,“ hovorí, 78-ročný Severin, ktorého otec bol tiež sapeur. „Vojna vytvorila mnoho etnických rozdielov, a to najmä medzi severom a juhom. Ale La Sape je to, čo nám umožňuje dať sa znovu dohromady,“ hovorí Ferole Ngouabi. V týchto dňoch, on a jeho kolegovia sapeurs bojujú len o to, kto bude mať viac oslňujúci outfit.⁵⁰ Ten si môžu kúpiť

⁴⁸ FOGG, Marnie (ed.). *Móda: úžasný príbeh fenoménu: historický vývoj, detailní vyobrazení i příběhy slavných návrhářů*. Přeložil Zuzana PAVLOVÁ, Runka ŽALUDOVÁ. Praha: Slovart, 2015. s. 446, 447. ISBN 978-80-7391-224-6.

⁴⁹ FOGG, Marnie (ed.). *Móda: úžasný příbeh fenoménu: historický vývoj, detailní vyobrazení i příběhy slavných návrhářů*. Přeložil Zuzana PAVLOVÁ, Runka ŽALUDOVÁ. Praha: Slovart, 2015. s. 553. ISBN 978-80-7391-224-6.

⁵⁰ <http://www.ozy.com/good-sht/la-sape-knows-style/30968>

priamo v Brazzaville u predajcov alebo v provizórnych krajčírstvach zriadených v unimobunke. Radšej sa ich však snažia získať priamo z módných svetových centier, z Londýna či Paríža. Dokument *The Congo Dandies: living in poverty and spending a fortune to look like a million dollars* z roku 2015 predstavuje niekoľko sapeurov, ktorí ochotne ukazujú svoju garderóbu. Na kameru ukazujú saká značiek Yves Saint Laurent, Kenzo či Armani, je tu snád' povinnosťou mať koženú obuv značky J. M. Weston.

Opatrne sa promenádujú v bielych nohaviciach a v topánkach zo žabej kože po zaprášenej ceste, aby sa nezašpinili. Ich pohyby, prejav i gestá sú veľmi distingvované, ladné.⁵¹ Človek nevie či sa má smiať, plakať alebo ich obdivovať. Dvíhajú náladu a oslavujú život. Ako? Odevom! Pretože obliekanie môže byť aj forma tvorivého sebaujadia, či dokonca elegantná forma protestu i v Kongu.

Nie je to žiadna lacná záležitosť obliekať sa ako sapeur. Napodobeniny sa totiž v tomto štýle neakceptujú. Ak vezmeme do úvahy priemerný ročný dôchodok v Kongu, čo je asi 3 400 \$, cena nohavíc sa pohybuje okolo 300 \$, jeden pár topánok z krokodílej kože približne 1 300 \$, oblek za 3 000 \$. Sepaurs si preto často na svoje outfity berú obrovské pôžičky, pričom celá suma ide len na nákup oblečenia. Obleky si vzájomne zapožičiavajú alebo si ich dokonca prenajímajú približne za 25 \$ na deň. K celkovému outfitu samozrejme nesmú chýbať doplnky - klobúk, kravata so sponou, hodvábná vreckovka vykúkajúca z vrečka na saku, môžu byť aj okuliare, hodinky, vychádzková palička či prstene.

Je rozumné utrácať peniaze za módu, v krajine tretieho sveta, kde polovica obyvateľstva žije v biede? The Kongo Dandies si však nezakladajú len na značkových oblekoch, hodnotu vidia v človeku ktorý oblek nosí, nie v samotnom odevu. Musia si udržiavať tzv. kódex cti, ktorý diktuje ich správanie. Ich spôsoby reprezentácie majú byť nonšalantné, ako správanie pravých dandy džentlmenov.

Jedni ich oslavujú, vytvorili si z nich akýchsi hrdinov, ktorých natešene vítajú, tleskajú im, keď prechádzajú ulicou. Takmer každý chce byť sapeur, preto založili školu, kde učia ako kombinovať farby či ako si správne uviazať kravatu. Väčšina z nich cez deň pracuje v bežnom zamestnaní ako taxikár policajt, či elektrikár, po práci sa ležérne prechádzajú ulicami

⁵¹ The Congo Dandies: living in poverty and spending a fortune to look like a million dollars. Zdroj: Youtube [online]. 16.11.2015 [cit. 2017-01-03]. Dostupné z: https://youtu.be/W27PnUuXR_A. Kanál užívateľa RT Documentary.

vo svojom najlepšom oblečení, nechajú sa obdivovať susedmi, či len náhodnými okoloidúcimi. Ide o formu terapie - odevom. *"Aj keď nemám peniaze, stačí keď si oblečiem oblek a kravatu a cítim sa naozaj v pohode,"* hovorí Armel, mladý sapeur, ktorý pracuje ako maliar.⁵²

Ich absurdný, individuálny štýl sa stal natoľko známy, že oslovil svetových módných návrhárov. Paul Smith už v roku 2010 predstavil dámske modely inšpirované Willym Cocarym – najznámejší a najfotografovanejší sapeur.



Obr. 17 The Kongo Dandies, Willy Cocary v strede

⁵² <http://www.ozy.com/good-sht/la-sape-knows-style/30968>



Obr. 18 Paul Smith, jar/leto 2010

2.5 Pomsta Coco Chanel

Jednou z prvých návrhárok, ktorá nenápadne podstrčila jednoduchosť chudobných vysokej elite spoločnosti bola Gabrielle Coco Chanel. Práve ona dokázala rafinovane skryť jednoduchosť chudobných do pozlátka luxusu. Výsledok? Každá bohatá dáma tužila nosiť Chanel. Jej veľkým umením bola schopnosť z obyčajných štvorcových šiat spraviť luxusný žiadaný tovar. Coco pochádzala z chudobnej rodiny, detstvo prežila v sirotinci, kde ju vychovávali mníšky – žila v čierno – bielom vesmíre. Sama musela nosiť jednoduchú čiernobielu rovnosť. „*Biele blúzky osirelých dievčatiek, večne prané, vždy čisté... Čierne boli sukne s dutými*

skladmi, ktoré mali dlho vydržať a dovoľovali robiť veľké kroky. ⁵³ Do čierno - bielych kombinácií, strohých čiernych šiat s bielym golierikom pod krkom tajne zakomponovala svoju pomstu. Dámam z vysokej spoločnosti chcela dať zažiť ten pocit, aké je to obliekať sa do „módy“ chudobných. Ona však z toho módu v pravom slova zmysle urobila.

Učila spoločnosť po celom svete, že „luxus je to, čo nie je na prvý pohľad vidieť“. ⁵⁴

Coco Chanel menila pravidlá, ktoré boli v spoločnosti dlhodobo zakotvené. Prvky ktoré boli dovtedy prislúchajúce a typické pre nízku spoločenskú vrstvu presadila do života bohatej elity. Jednou z nich je aj opálená pokožka. Tmavá pokožka bola považovaná za znak pracujúceho, robotníckeho človeka, ktorý sa živý prácou na poli – na slnku. Preto šľachta na zviditeľnenie rozdielu medzi nimi používala na tvár biely púder. Coco Chanel tento stereotyp zmietla pod stôl, za čo jej môže byť dodnes veľmi povďačný turistický priemysel. Zaviedla nosenie bižutérie predovšetkým umelé perly - nižšej vrstve dala pocit istého falošného luxusu. Paul Poiret označil jej „ vynálezy“ ako „chudobu de luxe“ .⁵⁵

Paradoxne, chudobný vzhľad priniesol Chanel neutíchajúcu slávu a predovšetkým bohatstvo. Americký magazín Forbes v roku 2003 uviedol, že hodnota módného domu Chanel sa odhaduje na 4,5 miliardy dolárov. To z neho spravilo najväčšiu firmu s luxusným tovarom na svete.⁵⁶

⁵³ CHARLES-ROUX, Edmonde. *Coco Chanel*. Praha: Československý spisovateľ, 1993. s. 59. Vlasta (Československý spisovateľ). ISBN 80-202-0392-3.

⁵⁴ <http://www.fashionbook.cz/2017/02/22/rebelka-coco-chanel/>

⁵⁵ STEVENSON, N. J. *Kronika módy: kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři*. Praha: Fortuna Libri, 2011. s. 98-99. Fortuna factum. ISBN 978-80-7321-570-5

⁵⁶ JONAS, Sylvia. *Móda v proměnách času: lexikon : značky, návrháři, oblečení*. Čestlice: Rebo, 2008. s. 110. ISBN 978-80-7234-857-2.



Obr. 19 Malé čierne šaty Chanel, 1926 Obr. 20 Kostým Chanel, 1964, hodváb, syntetika

2.6 Odievanie v ČSR v období komunizmu

Móda nie je len odievanie, je svojrázna forma aktívne reagujúca sa spoločenské situácie. *Nový politický systém vyvinul značné úsilie s cieľom využiť módu ako účinný ideologický nástroj k ovládaniu občanov. Móda sa tak ocitla v centre pozornosti komunistického režimu.*⁵⁷ Odev bol v tomto období výrazom nových predstaviteľov moci, stratil však výraz individuality jednotlivca. Z odievania sa stala anonymná uniformita. Mnohí ľudia sa kvôli svojmu spôsobu obliekania, ktorý bol v rozpore s novou ideológiou ocitli bez práce alebo ich deti vylúčili zo školy.

Od októbra 1945 prebiehalo znárodňovanie podnikov, bánk, poisťovní, elektrární a iných firiem. Nikto nesmel súkromne podnikat'. *Znárodňovanie bolo považované za akt sociálnej spravodlivosti v situácii všeobecného nedostatku základných životných potrieb.*⁵⁸ Štát chcel

⁵⁷ HLAVÁČKOVÁ, Konstantina. *Móda za železnou oponou: spoločnosť, oděvy a lidé v Československu 1948-1989*. Praha: Grada Publishing, 2016. s. 20. ISBN 978-80-247-5833-6.

⁵⁸ HLAVÁČKOVÁ, Konstantina. *Móda za železnou oponou: spoločnosť, oděvy a lidé v Československu 1948-1989*. Praha: Grada Publishing, 2016. s. 12. ISBN 978-80-247-5833-6.

mať všetko pod vlastnou správou a kontrolou – i módu. Odievanie sa stalo formou politickej kontroly či dokonca šikany. Politické strany šíрили svoj vlastný „módny program“ prostredníctvom ženských módných časopisov napríklad *Žena a móda* (ktorý vydával priamo Ústredný výbor KSČ), časopis *Vlasta, Tvar*, štvrt' ročník *Módní tvorba, Odívání*. Obsahovo sa venovali politickým témam, otázkam hospodárenia, starostlivosti o domácnosť a rodinu.

Komunistická móda mala zbaviť spoločnosť selekcie tried a spoločenských vrstiev, každý si mal byť aspoň na pohľad rovný. Módné zákazkové salóny, ktoré pred vojnou šili pre vyššiu spoločnosť neboli zrušené, ale boli znárodnené, naďalej však mohli pokračovať vo svojej zákazkovej činnosti. Boli to napríklad salón Podolská premenovaný Eva, Salon Rosenbaum Styl premenovaný na salon Bárta a Diplomat premenovaný na Adam. Ich novými klientmi sa stala predovšetkým nová politická mocnosť, práve tá, ktorá hlásila, že každému sa bude „merať rovnakým dielom“. V krajine ktorá sa svojim program snažila o beztriednu spoločnosť dochádzalo k sociálnemu rozvrstveniu za základe príslušnosti k vládnucej vrstve.

Výrobné prostriedky vlastnil štát, konkurencia zanikla. Nedostatok tovaru nútil firmy dodávať na trh vo veľkom množstve. Kvalita a módnosť sa stala druhoradou. Vysoká úroveň textilnej tvorby v predvojnovom období bola pre komunistickú vládu minulosťou, ktorú bolo treba v novej ére celkom zmeniť. Nový štýl odievania zakazoval prijímať módu zo západného sveta. Mal byť určený predovšetkým pre človeka kapitalisticky zmýšľajúceho. Odev bol navrhovaný pre pracujúcich ľudí – a teda zbavený akejkolvek zdobnosti, v prvom rade mal byť účelný a funkčný, pohodlný, strih nesmel obmedzovať pracovníka pri vykonávaní jeho práce. Zdobenie odevu čipkou, stuhami, riasením, volánmi, neúčelnými gombíkmi, estetické variácie golierov, manžiet, či sedla boli neprípustné. Jedinou ozdobou ženy boli farby. Tie však taktiež nepodliehali nejakému estetickému cíteniu, ale komunistickému zmýšľaniu, a tak sa častokrát volila napríklad kaki farba, na ktorej nebola vidieť špina.⁵⁹

Boli to predovšetkým ľudia zo strednej vrstvy, pre ktorých byť primerane oblečená znamenalo prirodzenú súčasť nielen ich sociálneho zaradenia, ale predovšetkým ich osobnosti. Zachovanie aspoň čiastočného odevného spoločenského statusu symbolizovalo zachovanie

⁵⁹ HLAVÁČKOVÁ, Konstantina. *Móda za železnou oponou: společnost, oděvy a lidé v Československu 1948-1989*. Praha: Grada Publishing, 2016. s. 24. ISBN 978-80-247-5833-6.

*ľudskej dôstojnosti.*⁶⁰ Po roku 1948 sa na základe zmien politiky zmenila aj sociálna štruktúra československej spoločnosti. Vyššia spoločenská trieda, pre ktorú bol odev výrazom spoločenského postavenia a prestíže bola zlikvidovaná.

Úlohou návrhárov, ktorí pracovali v národných textilných závodoch (Textilní tvorba, ÚBOK, ÚLUV) bolo popri navrhovaní pracovného odevu vytvoriť aj bežný denný odev a odev spoločenský. Ani v tomto prípade nemali návrhári voľnú ruku a museli sa držať striktných vymedzení. Takýto typ odevu bol z hľadiska určenia spoločenskej triedy veľmi nebezpečný. Najlepšie totiž ukazoval, kto na čo má a údajne bol i ukazovateľom spoločenskej prestíže ženy získaného výhodným sobášom. Takýto odev zahŕňal dráždivé znaky, za ktoré sa považoval výstrih či zdôraznená silueta ženského tela. Tieto prvky vtedajšia spoločnosť označila za buržoázne a museli zmiznúť.⁶¹

I formálne znaky pánskeho odievania sa zdali komunistickej ideológii príliš noblesné v dobe šetrenia. Muži mali v lete nosiť miesto sák bundy, rozhalenkové košeľe (obľúbené boli tzv. švédske), alebo ich nahradiť tričkami, odložiť klobúky, kravaty i ponožky. Šetrilo sa všetkým, predovšetkým materiálom, pánske nohavice sa napríklad šili bez bočného šva – strihali sa v celku. *Po roku 1948, v priebehu triedneho boja a odstraňovanie spoločenských elít, predovšetkým z radov inteligencie, muselo vymeniť mnoho mužov obleky za montérky a naopak. Odev sa stal symbolom sociálneho poníženia.*⁶²

Obdobie po druhej svetovej vojne je v západných krajinách spojené predovšetkým s mladými ľuďmi, ktorí slobodne vyjadrovali svoje názory na svet prostredníctvom odevu a svojej vizáže. Hoci ich vrstovníci v Československu žili pod politickou kontrolou polície, učiteľov a rodičov aj tu sa vytvárali rôzne skupiny, ktorých spoločným znakom sa stal odev. Stal sa silným proti ideologickým prostriedkom, ktorého sa súdruhovia báli. Nechceli aby sa niekto odlišoval. Ak si niekto doma ušil tzv. douffke coat – športový plášť britskej armády s kapucňou, ktorý sa zapínal na drevené „olivky“ hrozilo mu vylúčenie z vysokej školy. Do nemilosti padla i tzv. skupina „pásku“ – označenie pre mužov a „sajdek“ - označenie pre ženy,

⁶⁰ HLAVÁČKOVÁ, Konstantina. *Móda za železnou oponou: spoločnosť, oděvy a lidé v Československu 1948-1989*. Praha: Grada Publishing, 2016. s. 32. ISBN 978-80-247-5833-6.

⁶¹ HLAVÁČKOVÁ, Konstantina. *Móda za železnou oponou: spoločnosť, oděvy a lidé v Československu 1948-1989*. Praha: Grada Publishing, 2016. s. 27. ISBN 978-80-247-5833-6.

⁶² HLAVÁČKOVÁ, Konstantina. *Móda za železnou oponou: spoločnosť, oděvy a lidé v Československu 1948-1989*. Praha: Grada Publishing, 2016. s. 230. ISBN 978-80-247-5833-6.

tak ako zooties a zazou v zahraničí. Cieľom tejto skupiny mladých ľudí, bolo odlíšiť sa od svojich rodičov, vymýšľali si rôzne výstredné strihy, nosili nohavice trubkového strihu z ktorých vykúkali farebné ponožky maľovali si kravaty, obuté mali topánky na šnurovanie na hrubej podrážke tzv. maďary. Dievčatá „sajdky“ nosili kárované úzke sukne s vysokým rozparkom, kvetinovú blúzku, športovú veľkú kabelku a obuv na vysokom opätku.⁶³

⁶³ HLAVÁČKOVÁ, Konstantina. *Móda za železnou oponou: spoločnosť, oděvy a lidé v Československu 1948-1989*. Praha: Grada Publishing, 2016. s. 73 -75. ISBN 978-80-247-5833-6.

3 KDE SA RODÍ MÓDA?

Od kedy pocít'ujeme potrebu obliekať sa esteticky? Ktorý kus odevu, materiál, značka alebo štýl definuje bohatých a chudobných?

Do 19. storočia bola móda čisto záležitosťou kráľovského dvora a šľachty. Keď sa k moci dostala bohatá feudálna buržoázia, nastáva v kolobehu módnosti zvrät. Tak ako ju určovali ľahkovážni aristokrati, začala ju určovať nová stredná vrstva - podnikatelia. Jej vznikom sa však prehľbuje sociálna nerovnosť, čo vyvolávalo nepokoje a protesty.

Ktorá sociálna vrstva určuje dnešnú módu a jej trendy? Trendy vytvárajú na to určené ratingové agentúry, ale influencersi⁶⁴ ich uvádzajú priamo do života prostredníctvom svojich sociálnych médií. Na konci tohto reťazca teda sami spotrebitelia rozhodujú čo a v akých kombináciách bude najviac „in“. Nie je to však taký čistý proces. V konečnom dôsledku sám zákazník dodáva trendu štýl.

Na prvý pohľad je oblečenie veľmi zaujímavým predmetom výskumu. Jedná sa o fenomén, ktorého štúdie sa musia v každom okamihu histórie zamerať na ekonomiku, etnológiu, technológiu a možno dokonca aj lingvistiku. To, čo je na odievaní zaujímavé je, že má obrovský vplyv na celú spoločnosť. Pri skúmaní módy sú využívané najnovšie sociálne metódy ako psychoanalýza, marxizmus a štrukturalizmus. Prečo sa móda stala predmetom výskumu filozofie? Teoretici majú prirodzený záujem o skúmanie o vývoj módy najmä preto, že odievanie je každodenný objekt, a preto je jedným z najsledovanejších činností spoločnosti. Rovnako ako všetky objekty i módu možno študovať z niekoľkých hľadísk. Môžeme analyzovať spôsob, akým je odev vyrobený (technológiu), uvedenie na trh (ekonómia), i samotné rozšírenie do spoločnosti (sociológia). Môžeme rekonštruovať jeho históriu, jeho estetiku alebo jeho psychológiu. Technológ uvidí v módnom oblečení len to, čo priniesla jeho výroba a výrobný proces, ekonóm v tom vidí len cenu a potenciálny zisk, sociológ odevné modely, historik vníma ako sa veci zmenili a psychológ postoje spoločnosti. Jednotliví odborníci vychádzajú z týchto vybraných vlastností, na ktorých bude postavená celá analýza. Každý z nich si vyberie to čo potrebuje pre svoj objekt skúmania. To nás privádza k tradičnému názoru, že človek vymyslel oblečenie z troch dôvodov - ako ochrana proti nepriaznivému

⁶⁴ modelky blogerky, herečky, stylistky, ženy i muži, ktorí majú mediálnu moc ovplyvniť rozhodovanie verejnosti

počasiu, za účelom skrytia nahoty a za účelom skrášlenia aby bol videný – aby si ho ľudia všimli.⁶⁵

3.1 Ikony z ulice

V tejto podkapitole sa zaoberám myšlienkou, ktorá ma nadchla už pred nejakým časom. Bežne nosíme určité odevné kúsky, ktoré mali pôvodne svoj význam identifikovať sociálny štatút či povolanie nositeľa. V priebehu histórie módy sa však z nich táto informácia vytratila, úplne stratili či zmenili svoj význam. Ostal len dávny príbeh a spomienka naň. Móda dnes nemá pravidlá. Ak máte na to kúpiť si hodvábny župan, pokojne si ho kúpte a noste ho aj na ulici. Žiaden trest vás nečaká, možno len vaša hanba. Ale aj na to si už móda zvykla. Dnes sa jednoducho toleruje všetko. Má móda ešte svoj hlbší zmysel? Majú ešte „handry“ schopnosť zaradiť človeka k sociálnej vrstve? Tento význam sami potláčame tým, že prijímame rôzne subkultúrne štýly, ktoré sa zmenili na štýly módne – normcore, homeless štýl, grunch.

3.1.1 Tričko

Biele tričko bolo až do 30. rokov 20. storočia výlučne spodným odevom – akýmsi náteľníkom. Jeho prvými nositeľmi boli príslušníci amerického námorníctva. Biely náteľník s modrými pruhmi bol pôvodne bretónska námornícka „uniforma“. Mal svoje dva praktické významy – chránil mužov na mori pred chladom ak námorník spadol do mora podľa pruhov ho bolo ľahšie v mori nájsť. Tričko malo presne 21 pruhov, každý pruh mal údajne symbolizovať víťazstvo Napoleona nad Britmi. Zaraďovalo teda svojho nositeľa k určitej spoločnosti – k pracujúcej triede, pričom Coco Chanel ho povýšila na bežne nositeľný, viditeľný kúsok, ktorý nahradil košeľu či blúzku.⁶⁶ Od roku 1960 tričká neboli len kusom odevu, ale získali dôležitú podobu reklamy, sebavyjadrenia, protestu či politicko-sociálnych vyhlásení a to najmä zásluhou designérky Katharine Hamnett.⁶⁷ Dnes je tričko masovo predávaný produkt, ktorý absolútne zmenil spoločenský dress code a modernú kultúru oblie-

⁶⁵ BARTHES, Roland. *The language of fashion*. Sydney: Bloomsbury, 2013. [cit. 2016-10-30] 191 s. Dostupné z: <https://rosswolfe.files.wordpress.com/2015/04/roland-barthes-the-language-of-fashion.pdf>

⁶⁶ <http://goutaste.com/how-the-french-got-their-stripes/>

⁶⁷ <http://blog.katharinehamnett.com/>

kania. Veľký vplyv na to mal rozmach počítačových spoločností v 80. rokoch, ktorý priniesli do dress codu prvky neformálnosti napríklad v podobe farebných tričiek s nápismi a obrázkami. Dobrovoľne sme sa vzdali elegancie, degraduje móda vďaka jej nositeľom?

3.1.2 Jeansy

Jeansy, pôvodne pevné pracovné nohavice boli určené pre ťažkú prácu v bani, pre zlatokopov, roľníkov na farmách. *V polovici 50. rokov boli ešte jeansy spolu s tričkom spájané s manuálnou prácou a stali sa symbolom odmietania vyšších ambícií v etablovanej rozvíjajúcej sa konzumnej spoločnosti. Pre vtedajšiu generáciu rodičov sa jeansy stali urážkou morálky.*⁶⁸ Už v 20. rokoch 20. storočia, mladí umelci v San Fe v Novom Mexiku prvýkrát v histórii zaradili výhradne pracovný odev do bežného šatníka. Prelomenie predsudkov voči jeansom prišlo v roku 1943 kedy americký časopis Harper's Bazaar zobrazil na svojich stránkach odev z jeansového materiálu.⁶⁹ Vďaka rozmachu hollywoodskej kinematografie a jej hviezd sa jeansy transformovali z odevu prislúchajúcemu tvrdo pracujúcej triede a stali sa odevom nielen pre voľný čas, pričom dnes sa stali všednou kultúrnou uniformou bez hlbšieho významu. Tak ako tenisky aj jeansy a jeansový materiál prenikol do všetkých oblastí módy. Z pracovného prostredia sa dostali až na prehliadkové móla haute couture.

⁶⁸ HLAVÁČKOVÁ, Konstantina. *Móda za železnou oponou: spoločnosť, oděvy a lidé v Československu 1948-1989*. Praha: Grada Publishing, 2016. s. 73. ISBN 978-80-247-5833-6.

⁶⁹ HLAVÁČKOVÁ, Konstantina. *Móda za železnou oponou: spoločnosť, oděvy a lidé v Československu 1948-1989*. Praha: Grada Publishing, 2016. s. 84. ISBN 978-80-247-5833-6.



Obr. 21 Alexander McQueen, Jar/Leto 2016, Ready-to-Wear

3.1.3 Sneakers & trainers

Prečo dávame prednosť športovej obuvi – teniskám pred akoukoľvek inou? Čím to je, že obuv určená primárne k športovaniu si v našej spoločnosti našla také výrazné miesto? Dnes je dovolené obúť si ich k sukni, ku kostýmu či k večerným šatám a nikto sa nad tým nepohoršuje. Stali sme sa obeťami „teniskovej kultúry“? Ich rozmach súvisí s hnutiami acid jazz, hip hopu, skejťákov v období 90. rokov 21. storočia a celej urban kultúry.⁷⁰ Bobitto Garcia⁷¹ označuje tenisky za „agentov sociálnej zmeny“. Ich propagátormi boli najmä športovci, no stali sa kultovými až s príchodom hip hopu a to predovšetkým v New Yorku. Zatiaľ čo do roku 1970 sa tenisky nosili predovšetkým na basketbalovom ihrisku, hip hop ich pretlačil do

⁷⁰ STEVENSON, N. J. *Kronika módy: kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři*. Praha: Fortuna Libri, 2011. s. 255. Fortuna factum. ISBN 978-80-7321-570-5

⁷¹ DJ spolupracujúci s Adidas, Nike či Puma

módneho odvetvia. Športová obuv sa tak zmenila tvarovo, prispôsobila sa materiálom, i farebne sa stali nositeľnejšie pre širokú verejnosť. Vďaka týmto dvom subkultúram resp. komunitám sa zmenilo vnímanie tenisiek od športového vybavenia k prostriedku kultúrne sociálneho vyjadrenia.⁷² Z tenisiek sa stal ošiaľ dokonca záľuba. Pre ľudí, zberateľov tenisiek, dokonca existuje aj samostatný anglický výraz. Označujú sa ako „sneakerheads“, čo môžeme voľne preložiť ako nadšenci do zbierania tenisiek. Zbierajú predovšetkým unikáty, limitované edície apod. Paradoxne je pre nich viac zaujímavý príbeh samotných tenisiek ako ich vzhľad a design.⁷³ Niektorí zbierajú vo vintage obchodoch staré kúsky haute couture, niektorí zase tenisky...

Portál *highsnobiety.com* uverejnil rebríček 50 najpredávanejších druhov „sneakers“⁷⁴ & trainers⁷⁵ za rok 2016 v USA. Najvyššiu predajnosť dosiahol Adidas, ktorý sa v rebríčku umiestnil až 25 krát, Jordan Brand 19 krát, botasky značky Nike len 5 krát a značka Puma jedenkrát.⁷⁶ Ak by som mala vybrať jednu trendy dámsku „siluetu sneakers“ pre tento rok, určite to je práve Adidas, Stan Smiths – teda botasky s gumou okolo obvodu, kompletne celé v čistej bielej farbe.⁷⁷

Dnes snáď nenájdeme módny dom, ktorý by do svojej ponuky nezaradil „sneakers“. Modelky s lodičkami sú klišé, kto neobuje svoje modelky do tenisiek, je mimo diania. Dokonca ani elegantný Dior, nás nenechal dlho čakať. Línia *Dior Fusion Sneakers* ponúka síce trochu kozmické, ale stále sú to „sneakers“ s prívlastkom najvyššej módy haute couture.⁷⁸

⁷² <http://observer.com/2015/07/how-sneaker-culture-democratized-fashion/>

⁷³ https://www.etrend.sk/trend-archiv/rok-2017/cislo-9/emociami-napumpovany-biznis-s-teniskami.html?utm_source=fbINTERN&utm_medium=TREND&utm_campaign=fanpageTREND

⁷⁴ Angl. tenisky mestského štýlu

⁷⁵ Angl. tenisky športového štýlu

⁷⁶ <http://www.highsnobiety.com/2017/01/01/50-best-selling-sneakers-2016-new-york-retailer/>

⁷⁷ <http://www.whowhatwear.co.uk/best-white-sneakers-celebrities/>

⁷⁸ http://www.dior.com/couture/en_us/womens-fashion/shoes/sneakers/discover-dior-fusion-trainers



Obr. 22 Dior Fusion Sneakers, jeseň 2015

3.2 Image z ulice

3.2.1 Tetovanie

Princípy zachytávajúce sociálne i hierarchické diferencie sa prejavujú už od vzniku prvých primitívnych kmeňov predovšetkým na základe výzdoby ich zovňajšku maľovaním, tetovaním, jazvením či deformovaním častí vlastného tela. Okrem spirituálneho a estetického významu plnilo toto dekorovanie funkciu zaradenia jedinca k určitému spoločenstvu, ktorého je súčasťou.⁷⁹ Zároveň definovalo jeho postavenie v rámci kmeňa. V Ríme sa tetovanie používalo napríklad na značenie otrokov.

20. storočie prinieslo odvrátené názory na tetovanie. Európska konzervatívna spoločnosť tetovanie vnímala negatívne, ako poškodzovanie svojho tela.⁸⁰ Aj dnes sa predovšetkým starší ľudia pozerajú na ľudí s tetovaním s veľkými predsudkami hoci dnes tetovanie zažíva opäť veľký boom, ako súčasť imidžu. Prečo je to tak? Tetovanie bolo typické pre bláznivých cirkusantov a odsúdených vo väzení. *Tetovania väzňov v podstate mapujú celý ich život. Zaznamenávajú, aké zločiny spáchal, akým spôsobom sa šplhal po rebríčku v zločineckej*

⁷⁹ SKARLANTOVÁ, Jana. *Od fíkového listu k džínám*. Praha: Grada Pub., 1999. s. 13. ISBN 8071697850.

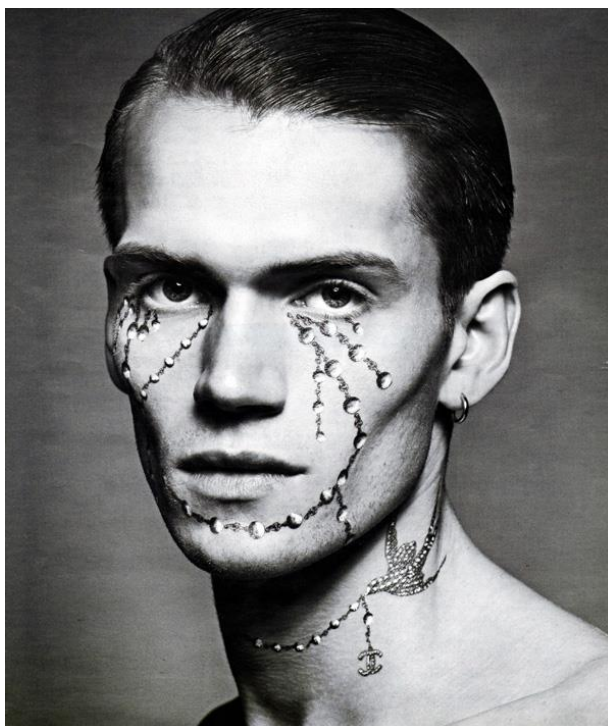
⁸⁰ <https://www.secrettattoo.sk/inpage/historia-tetovania/>

*hierarchii, koľkokrát sedel vo väzení, aké úspechy dosiahol. Vo svete zločinu nemá muž bez tetovaní v podstate žiaden spoločenský status.*⁸¹

V minulosti bola táto dekorácia pokožky odsúdená, prislúchala spoločnosťou odsúdeným deviantom, vrahom a väzňom – najnižšej spodine. Prečo je tetovanie v súčasnosti považované za trendy, je súčasťou mnohých nových štýlov ako napríklad hipster štýl? Dokonca je symbolom akejsi exkluzivity?

Pre prehliadku Chanel na jar 2010, kolekciu ready to wear vytvoril Peter Philips modelkám dočasné tetovania, ktoré zobrazovali ikonické logo Chanel hojdajúce sa na perličkami zdobených retiazkach umiestnených na stehnách, zápästiach alebo na hrudných kostiach modeliek.⁸²

Má tetovanie ešte svoj hlbší význam alebo už ide len o povrchnú módnú záležitosť a jej znak?



Obr. 23 Tetovanie pre Chanel, 2010

⁸¹ <http://magazin.atlas.sk/styl/tetovania-ruskych-vaznov-aky-je-ich-tajny-vyznam/850045.html>

⁸² FFOULKES, Fiona. *Abeceda módy: rychlokurs v porozumění módním stylům*. V Praze: Slovart, 2012. s. 223. ISBN 978-80-7391-602-2.

3.2.2 Hipster

Podstatou hipster štýlu bolo byť iný, odlišiť sa od „mainstreamu“. V súčasnosti však podľa mňa tento štýl stratil túto svoju podstatu. Dokonale to vystihuje veta od R. Lardnera: „*Mladí ľudia prahnú po originalite. Vyjadrujú to tým, že sa obliekajú všetci rovnako.*“⁸³

Ulice sú plné mužov s „nedbalo“ zarastenou bradou, všetci vyzerajú rovnako, takmer sa nedajú navzájom odlišiť. Donedávna však nebolo bežným zjavom muža mohutná zarastená brada. Nosenie fúzov má dlhú sociálno-kultúrnu tradíciu. Egypťania považovali ochlpenie tela za nehoráznosť, naopak vo viktoriánskej dobe sa muži holili do hladka a pestovali si malú briadku či fúzy a starostlivo si ich uhladzovali do požadovaného tvaru.

Krása bola vždy záležitosťou osobného estetického vkusu. To čo bolo považované za nevkusné v jednej dobe, môže byť v nasledujúcej považované za ideál krásy.

3.2.3 Homeless

Ktovie prečo, či už samotná móda nevedela odkiaľ čerpať, spravila zo „štýlu“ ľudí bez domova trend. Je však diskutabilné či tu môžeme hovoriť o štýle ako takom. Ľudia žijúci na ulici by sa možno sami čudovali prečo by chcel byť niekto oblečený ako bezdomovec. Veľká rozopnutá vetrovka, niekoľko vrstiev vyťahaných svetrov, krátke nohavice spod ktorých vykúkajú hrubé ponožky, na hlave čapica, rukavice, šál. V celebrityných kruhoch sa týmto štýlom preslávila Kate Moss či sestry Olsenové. Kolekciu inšpirovanú bezdomovcami predstavila i návrhárka Wivienne Westwood, ktorá ju pod názvom Homeless Chic uviedla v roku 2010 pre sezónu jeseň/zima na milánskom Fashion Weeku. Modely boli zámerne vytvorené ako zaprášené, špinavé, strapaté vlasy a tváre modelov vyzerali ako keby im zamrzli v tuhom mraze. Pre dokonalejší pocit ulice niektorí modeli pred sebou tlačili nákupný vozík, niesli karimatky, igelitky a kráčali, povedzme, menej elegantne. Kritici však Westwoodovej vyčítali, že prezentuje bezdomovcov necitlivo so zamrznutými tvármi, pretože niektorí ľudia bez strechy nad hlavou skutočne mrznú v mínusových teplotách. Kolekciu prezentovala na mladých modeloch s výraznými lícnymi kosťami, krásnou tvárou v nastajlovanom oblečení. Westwoodová reagovala vyjadrením, že svojou kolekciou vzdáva hold tejto

⁸³ <http://vicky-dance.infoblog.cz/clanek/citaty-slavnych-modnich-navrharu-8194/>

sociálnej skupine a dokonca ju považuje za inšpiratívnu, a obdivuje ju, nevidí v nich špinu, ale krásu.⁸⁴

Môžeme štýl bezdomovcov považovať sa módnym, keď nemáte na výber?

Slavik je 55 ročný bezdomovec, najradšej pije pivo, žije na Ukrajine v meste Ľvove. Nie je ako ostatní bezdomovci, takmer nikdy si neoblečie tú istú vec dvakrát. Svoj outfit niekedy mení aj dvakrát za deň, pričom zmení aj svoj účes. Po tom ako si ho všimol ukrajinský fotograf Jurkov Dyachyshyn sa zo Slavika stal najmódnejší bezdomovec na celom svete. Počas dvoch rokov zachytil viac ako 100 rôznych Slavikovych outfitov, ktoré zaplavili internet.⁸⁵



Obr. 24 Wivienne Westwood, jeseň/zima 2010 Obr. 25 Slavik, foto: Jurkov Dyachyshyn

⁸⁴ <https://thesocietypages.org/socimages/2010/01/19/homeless-chic/>

⁸⁵ <http://www.boredpanda.com/homeless-slavik-street-fashion-photography-yurko-dyachyshyn/>

3.2.4 Normcore

Podľa Richarda Nicolla (kreatívny riaditeľ konfekcie Jack Wills) normcore hovorí: „*Mám dušu a inteligenciu. Som jedinečný a nemám potrebu to vykrikovať.*“⁸⁶

Štýl je len akýsi obal, pozlátka, nie je merítkom originality či ľudskej osobnosti, tá sa ukáže až podľa toho ako sa správame. Ľudia chcú byť odlišní, sú presýtení módou, jej trendami. Chcú dosiahnuť odlišnosť od ostatných tým, že sa stratia v dave. Dá sa byť ešte dnes jedinečný? V bežnom, ničom zvláštnom, výstrednom či zaujímavom nájsť oslobodenie. Až príliš často sme posudzovaní podľa módnosti nášho oblečenia, štýlu, či citu preň.

Už len z označenia nejakého spôsobu obliekania nálepkou štýl, ktorý si ako normcore zakladá na ignorácii módných trendov, sa z jeho podstaty stal opak – teda štýl. Je jasné, že ak sa stane z takého spôsobu obliekania štýl, ktorého prioritou je obliekať sa normálne, bežne, všedne, stráca vlastne svoj primárny význam. Prečo sa z antitrendu stal trend?

Dá sa bojovať proti móde? Dokážeme, obklopený médiami, odolať naliehavosti trendov?

Je založený na klasických „basic“ kúskoch – jeansy, tričko, tenisky, mikina, estetike 90. rokov. Odmieta vzory, či logá na viditeľných miestach, prevláda paleta základných farieb a jednoduchá silueta. Móda dnes čoraz naliehavejšie hlási návrat k nenápadnosti, čistote a pravidlám jednoduchého odievania. V podstate ide o spôsob obliekania, ktorý bol súčasťou mestskej kultúry resp. prejav nekultúrneho obliekania, neznalosť dress codu i vplyv pohodlnej „IT módy“ z Floridy. Priemerne oblečených ľudí, ktorých netrápi móda boli i naďalej sú plné ulice. Normcore v podstate zotiera svojím spôsobom sociálne rozdiely. Čím viac bežne a rovnako oblečených ľudí, tým je ťažšie priradiť subjekt k danej spoločenskej triede.

⁸⁶ <http://www.vogue.co.uk/gallery/normcore-fashion-vogue-definition>

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 KONCEPT KOLEKCIE PIZZA OR CAVIAR

Otázka či je aj dnes odev ukazovateľ sociálnych a hierarchických rozdielov ma zaujíma už dlhšiu dobu, preto som sa rozhodla venovať tejto problematike vo svojej diplomovej práci. Sama som súčasťou módného diania, móda sa ma dotýka ako tvorcu aj ako spotrebiteľa, sama hodnotím, kritizujem, sama som i hodnotená.

Kolekcia, ktorú som pracovne nazvala „PIZZA OR CAVIAR?“ je inšpirovaná znakmi hierarchie. Spočiatku ma nadchol historický odev a prostredie šľachty, teda obdobie, kedy boli sociálne rozdiely v odievaní podporované odevnými zákonmi, tým pádom boli priepasti medzi spoločenskými triedami očividné. V šľachtickom odevu za znak hierarchie považujem čas a to v podobe výšivky, pretože bohatým zdobením odevu čipkou alebo výšivkou nositeľ bez slov dokazuje, že disponuje časom iných – teda čipkárok, krajčírov a služobníctvom. Je pre mňa fascinujúce, že práve odev je tým mienkotvorným prostriedkom, ktorým sa nižšia vrstva snaží dobehnúť vyššiu. Preto sa pre mňa stali inšpiráciou hnutia ako zooties a La Sape, ktorý chceli prostredníctvom odevu dokázať, že sa vyrovnajú bielym, paradoxne tento štýl obliekania od nich nakoniec prevzali aj biely. Kolekcia preto reaguje na paradoxy a vzájomné prepájanie prvkov rôznych spoločenských vrstiev.

V kolekcií pracujem s prvkami rôznych vrstiev, tak ako to robí móda dnes.

Hoci kolekcia priamo nesúvisí s jedlom, názov „PIZZA OR CAVIAR?“ je obrazným pomenovaním hlavnej myšlienky kolekcie – teda rozdielnosti spoločenských tried.



PIZZA OR CAVIAR?

Obr. 26 Logo kolekcie



Obr. 27 Pracovná koláž, skicár



Obr. 28 Moodboard, skicár

4.1 Siluety a skice

Celkové siluety kolekcie vychádzajú z klasických odevných kúskov v pánskom štýle. Oslovil ma najmä novátorsky prístup Coco Chanel, ktorá nenápadne podstrčila jednoduchosť chudobných vysokej elite spoločnosti.

Niektoré modely kolekcie sú čisté, minimalistické, strohé, ďalšie zase hýria farbami, vzormi či bohatou zdobnosťou. „Minimalizmus“ bol kedysi z môjho pohľadu znak chudoby - strohosť, jednoduchosť. To však i vďaka Coco Chanel už neplatí, dnes značky, ktoré produkujú minimalistickú módu patria medzi luxusné. Bohatú zdobnosť, bižutériu či pravé šperky by sme možno mohli prvoplánovo priradiť k bohatej spoločenskej vrstve. Ja v prezdobenej gýčovosti alebo „značkovaní“ luxusnými logami vidím častokrát nevydarenú snahu nižšej vrstvy dobehnúť vyššiu. Mnohokrát tak vznikne komický styling.

Celkovo sú jednotlivé kúsky kolekcie vzájomne kombinovateľné a variabilné. Pri tvorbe skíc som využívala techniku koláže, ktoré som následne upravovala v grafických programoch a ďalej do nich vstupovala kresbou či kolážou.



Obr. 29 Ukážka skíc

4.2 Použité materiály a farebnosť

Farebnosti kolekcie sa pozvoľne menila v priebehu mojej tvorby. Nakoľko som chcela pracovať s niekoľkými kvalitnými vlnenými materiálmi, ktoré som získala ako dedičstvo, počiatočnú farebnosť som mala danú, pričom som bola obmedzená i množstvom materiálu, ktorý sa už nedal zohnať. Kolekciu som začínala skladať zo zelených a šedých odtieňov. Neskôr ma vo farebnosti a vo vzoroch ovplyvnilo spomínané hnutie La Sape, čím do farebného spektra kolekcie pribudli výraznejšie farby v podobe žiarivej zelenej, odtiene ružovej, smaragdovej zelenej a tmavo modrej. Takmer celá kolekcia je vytvorená z prírodných materiálov – z vlny, bavlny, zo syntetických materiálov je zastúpená len viskóza a zamat.

Použila som materiály bez vzoru i so vzorom. Zo vzorovaných materiálov som použila káro vo výraznej aj tlmenej farbe, kohútiu stopu, diagonálne i vertikálne pružky.



Obr. 30 Farebnica, skicár



Obr. 31 Farebnica a použité materiály



Obr. 32 Farebnica a použité materiály

4.3 Ozdobná technika

Nakoľko mám vždy silnú potrebu zanechať vlastnoručnú stopu na materiáloch s ktorými pracujem, podstatnou súčasťou kolekcie je vytváranie kolážovej výšivky ako istá forma ozdoby odkazujúcej na hierarchiu. Dynamická výšivka na ploche odevu je doplnená kúsokami recyklovanej bižutérie a technickej sieťky.

5 KOLEKCIA PIZZA OR CAVIAR

Kolekcia „PIZZA OR CAVIAR?“ pozostáva z deviatich dámskych modelov. Nevylučujem možnosť variabilne kombinovať jednotlivé kusy odevov.

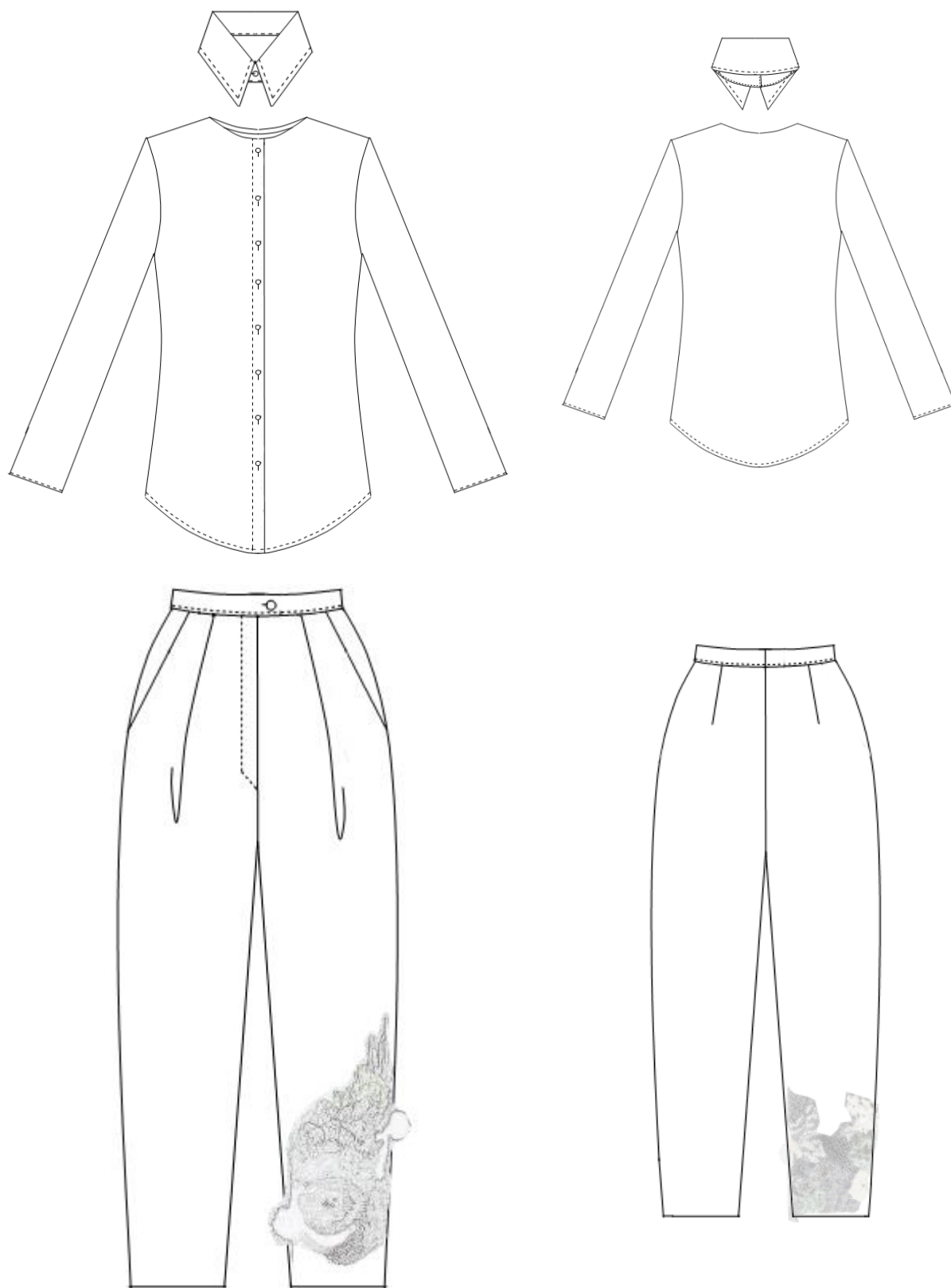
5.1 Model 1



Obr. 33 Pracovná koláž, skicár

Model pozostáva z trojštvrťových vlnených nohavíc, ktoré sú podšité, siahajú do pásu. Predné diely nohavíc majú v páse jednosmerný záhyb, zadný diel je tvarovaný odševkami, rázporok je podkrytový so zipsovým zapínaním, pásec sa zapína na dierku a gombík. V bočných krajoch sú vypracované klinové vrecká. Na jednej z nohavíc je vytvorená aplikácia v podobe kolážovej výšivky.

Pôvodne bol k nohaviciam navrhnutý mohutný béžový sveter. Neskôr som ho vylúčila pre jeho nehodiacu sa farbu a nahradila som ho dámskou blúzkou z károvanvej viskózy. Má vypracované prekladové zapínanie na gombíky, je voľného strihu bez odševkov, v dolnom kraji tvarovaná. Jej súčasťou je odnímateľný dvojdielny košeľový golier z kontrastnej bielej bavlny.



Obr. 34 Technický nákres, model 1

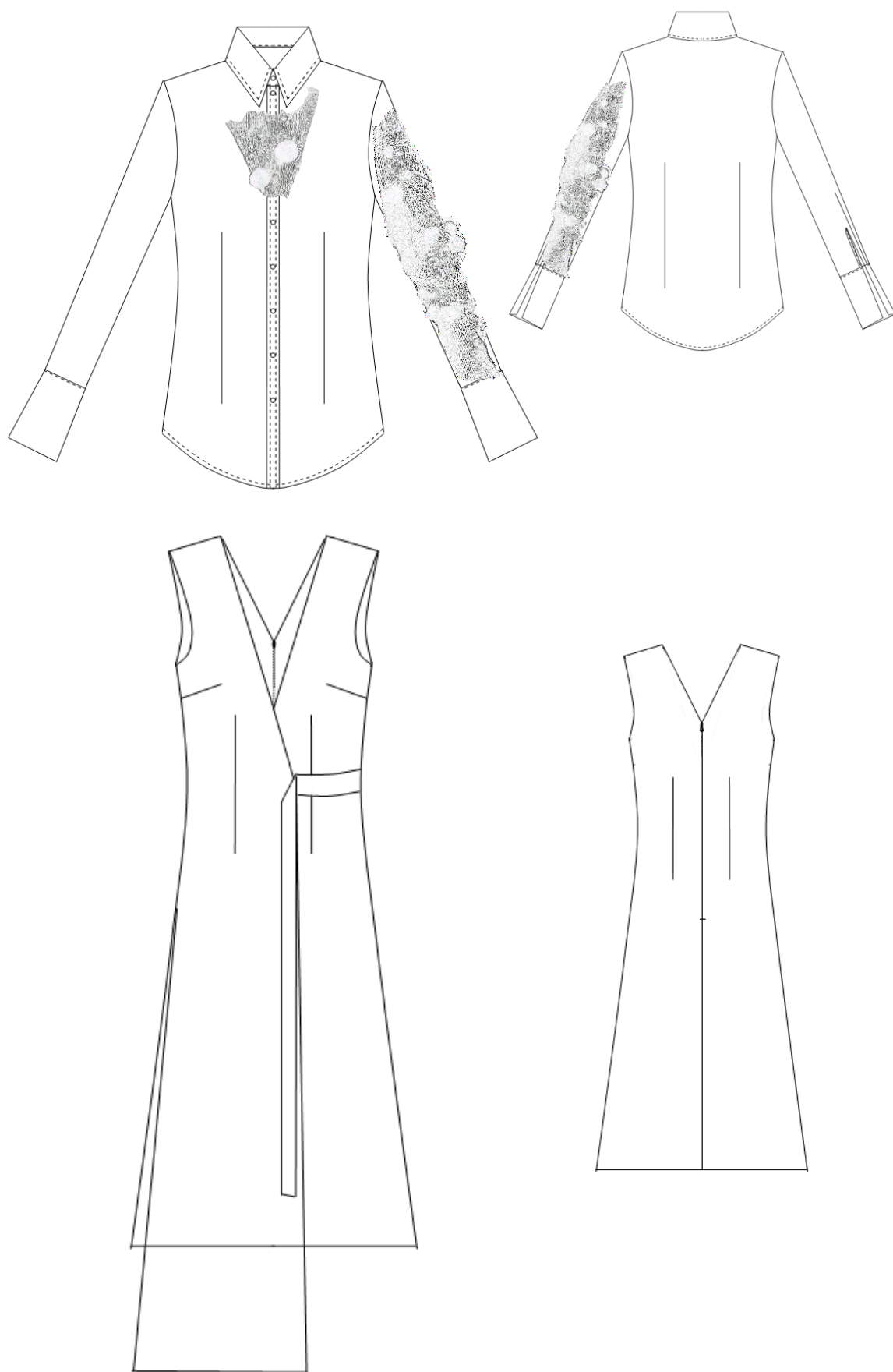
5.2 Model 2



Obr. 35 Pracovná koláž, skicár

Druhý model tak isto prešiel určitou zmenou počas jeho realizácie. Nakoľko som nenašla úplet, ktorý by mi dostatočne vyhovoval svojim zložením, štruktúrou a farbou, nahradila som rolák bielu bavlnenou blúzkou. Blúzka je tvarovaná, má vypracované pásové odševky, léga je prinechaná nakladaná, zapína sa na gombíky. Blúzka má golier, nadstavné manžety, rukávy sú predĺžené so záhybom, majú vypracované lemovacie rózporoky bez zapínania, takže vytvárajú mierne rozšírenú siluetu. Dolný kraj je tvarovaný. V ľavom bočnom kraji blúzky je všitý skrytý zips, aby bolo možné obliecť ju cez hlavu, kvôli aplikácii na hrudníku. Na hrudníku a na jednom z rukávov je vytvorená aplikácia – výšivka je vyšitá na samostatnom dieli z úpletu.

Vlnené šedé šaty s prilahlou siluetou k telu v hornej časti, bez rukávov, sú tvarované prsnými a pásovými odševkami. Dolný kraj šiat je rozšírený. Sú podšité, výstrih je klinový, zapínajú sa na zadnom diely skrytým zipsom. Polovicu predného dielu tvorí technický sieťový materiál, ktorý je nastriekaný striebornou farbou. Šaty sú doplnené koženým opaskom. Výšivka na šatách je vynechaná kvôli nadbytku aplikácií na rukáve.



Obr. 36 Technický nákres, model 2

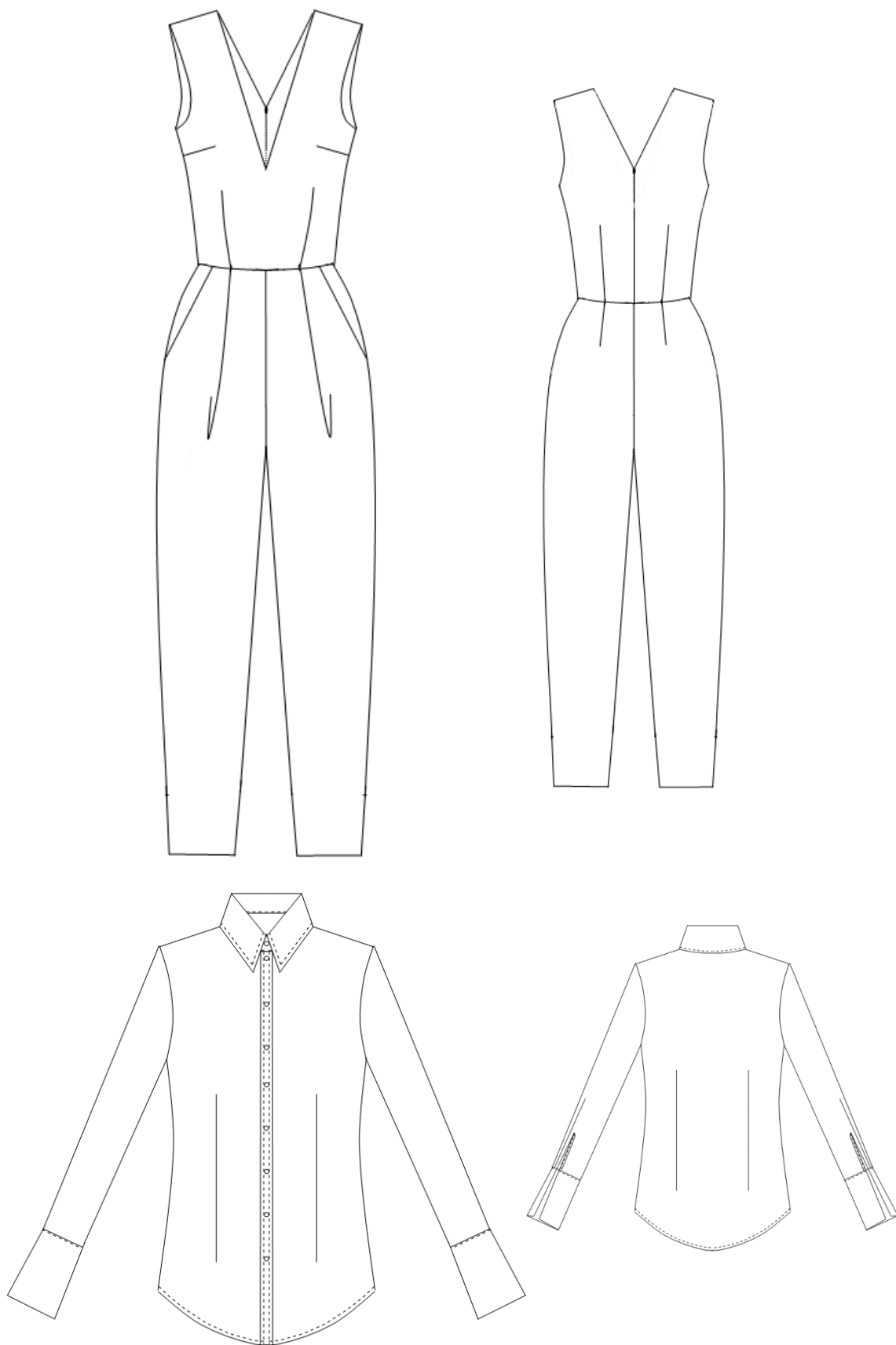
5.3 Model 3



Obr. 37 Pracovní koláž, skicár

Tretí model v mnohom nadväzuje na predchádzajúci. Úplet som nahradila bielou bavlnenou blúzkou. Blúzka je tvarovaná, má vypracované pásové odševky, léga je prinechaná nakladaná, zapína sa na gombíky, má košeľový dvojdielny golier, nastavné manžety, rukávy sú predĺžené so záhybom, majú vypracované lemovacie rázporky bez zapínania, takže vytvárajú mierne rozšírenú siluetu. Dolný kraj je tvarovaný.

Vlnený overal je v páse členený, vrchná časť je podšitá. Vrchný predný diel je tvarovaný prsnými odševkami, v páse ma vytvorené vertikálne záhyby. Nohavicová časť predného dielu má takisto vytvorené vertikálne jednosmerné záhyby. Vrchná časť zadného dielu i zadná nohavicová časť je tvarovaná odševkami. Výstrih je klinový. Overal sa zapísana v stredovom šve zadného dielu skrytým zipsom. V bočných krajoch má vypracované klinové vrecká.



Obr. 38 Technický nákres, model 3

5.4 Model 4

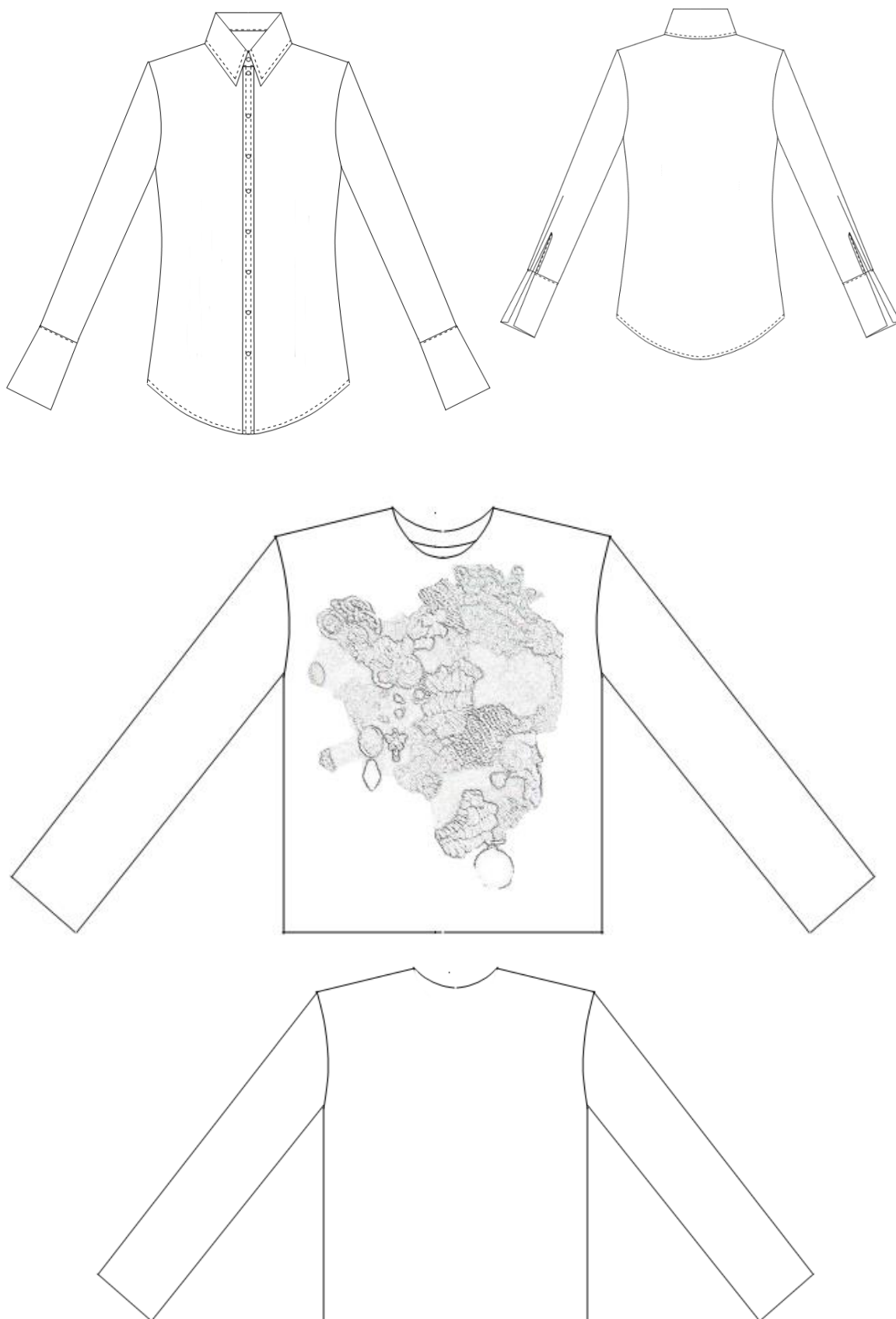


Obr. 39 Pracovní koláž, skicár

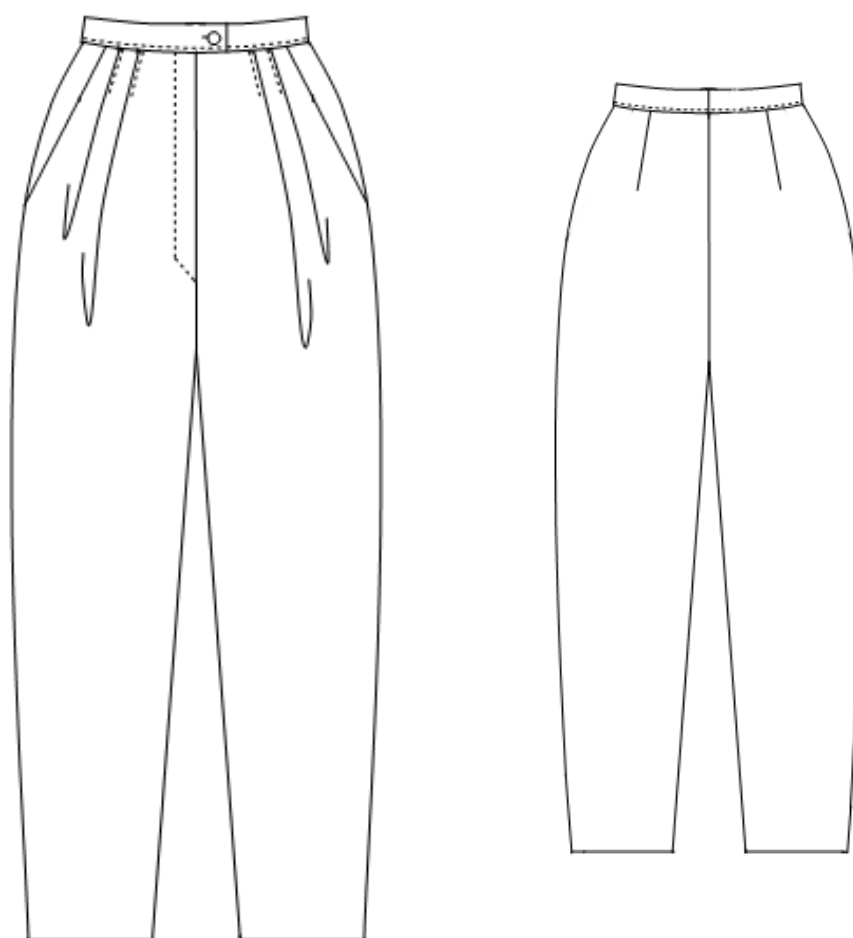
Károvaná blúzka z viskózy je voľného strihu, léga je prisadená nakladaná, zapína sa na gombíky. Blúzka má košeľový dvojdielny golier, nastavné manžety sú extrémne predĺžené, rukávy sú predĺžené so záhybmi, majú vypracované lemovacie rázporky bez zapínania, takže vytvárajú rozšírenú siluetu.

Na prednom dieli mikiny je vytvorená bohatá kolážová aplikáciu vytvorená s použitím bižutérie. Predný diel je podložený termom, aby záťaž šperkov mikinu príliš nedeformovala. Kvôli nedostatku materiálu má mikina predný, zadný diel a jeden rukáv z petrolejovo zelenej károvanej vlny, druhý rukáv je z čisto zelenej vlny, z rovnakého materiálu ako nohavice. Mikina je podšitá.

Súčasťou modelu sú vlnene nohavice, ktoré siahajú do pásu, predné diely nohavíc majú v páse jednosmerné záhyby, zadný diel je tvarovaný odševkami, rázporok je podkrytový so zipsovým zapínaním. Nohavice sa zapínajú páscom na gombík a dierku. V bočných krajoch sú vypracované klinové vrecká.



Obr. 40 Technický nákres, model 4



Obr. 41 Technický nákres, model 4

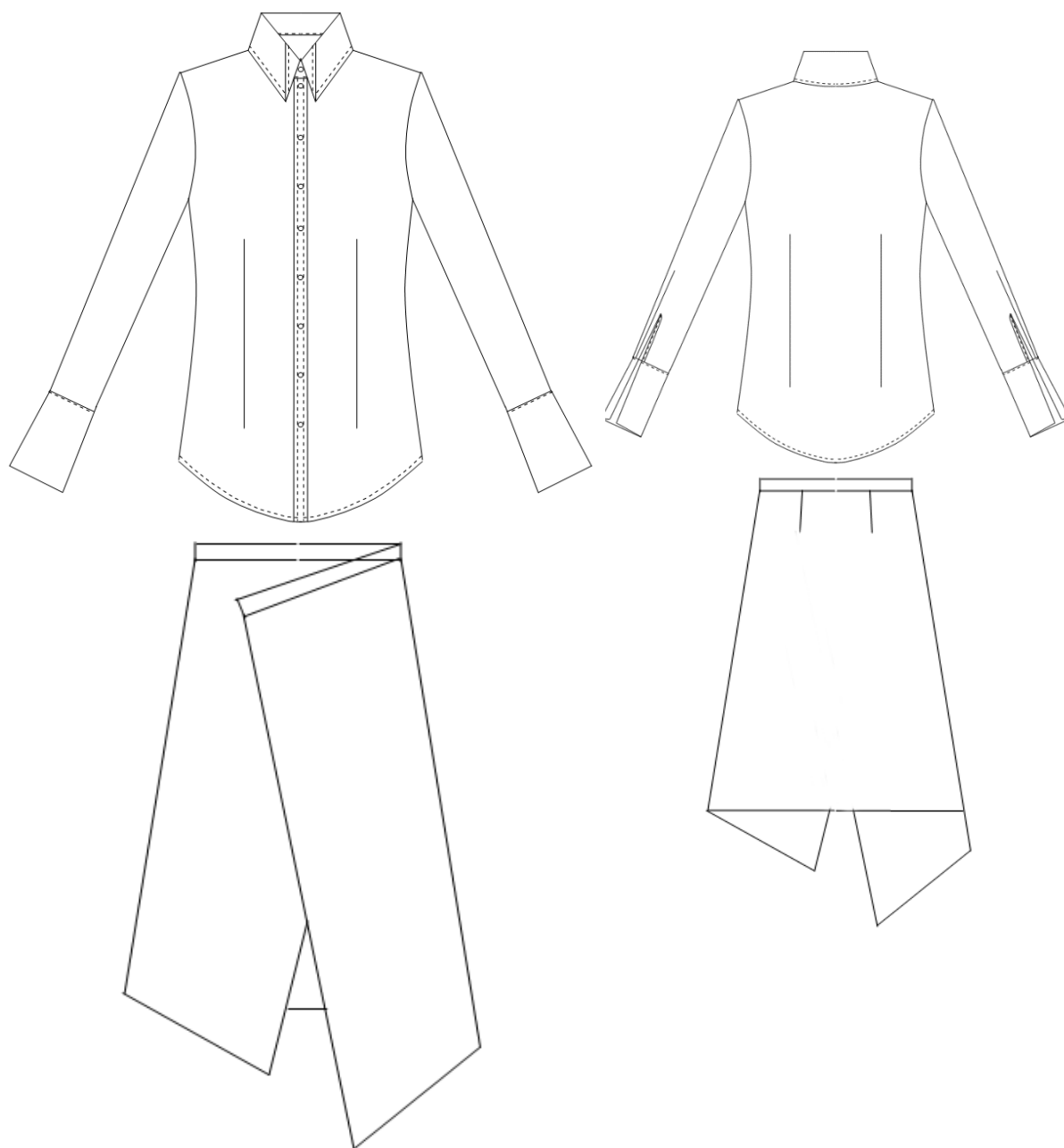
5.5 Model 5



Obr. 42 Pracovná koláž, skicár

Blúzka z bielej bavlny je v bočných krajoch tvarovaná, má vypracované pásové odševky, léga je prinechaná nakladaná, zapína sa na gombíky. Blúzka má košeľový dvojdielny golier, ktorý ma v krajoch vytvorené preloženie. Nadstavné manžety, rukávy sú predĺžené so záhybom, majú vypracované lemovacie rázporky bez zapínania, takže vytvárajú rozšírenú siluetu.

Sukňa je z vlny so vzorom kohútej stopy. Je zavinovacia, asymetrická a podšitá. V zadnom diele je tvarovaná pásovými odševkami. V hornom kraji ma prisadený pás.

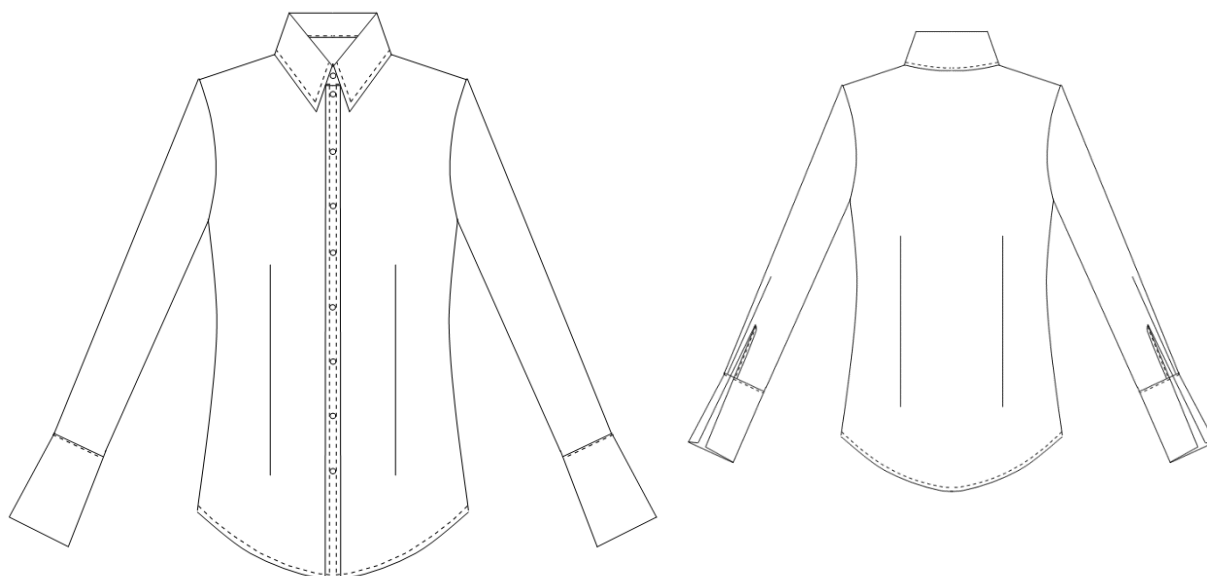


Obr. 43 Technický nákres, model 5

5.6 Model 6



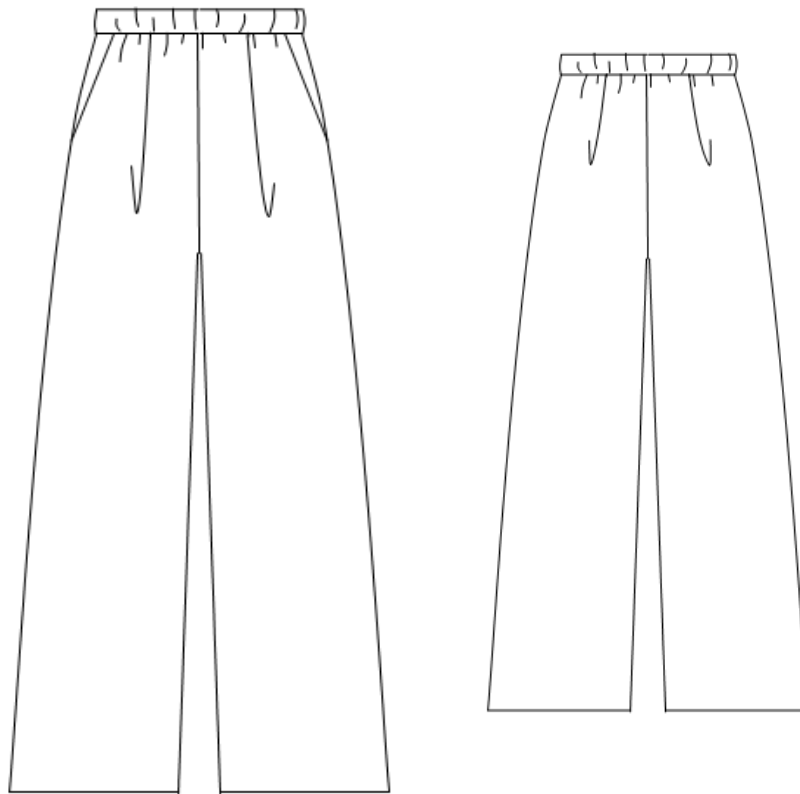
Obr. 44 Pracovní koláž, skicár



Obr. 45 Technický nákres, model 6



Obr. 46 Technický nákres, model 6



Obr. 47 Technický nákres, model 6

pásové odševky. Léga je prinechaná nakladaná, zapína sa na gombíky, má košeľový dvojdielny golier, nadstavné manžety, rukávy sú predĺžené so záhybom, majú vypracované lemovacie rázporky bez zapínania takže, vytvárajú rozšírenú siluetu.

Na blúzku sa oblieka mikina z tmavomodrého zamatu.

Voľné zamatové nohavice majú v páse jednosmerné vertikálne záhyby, v bočných krajoch sú vypracované klinové vrecká, pásec je prisadený a je v ňom všitá guma.

Kabát je ušitý z tmavohnedej vlny, má šálovú fazónu, na predných dieloch sú vypracované lištové vrecká. Kabát je voľnej siluety, bez tvarovania, rukáv je hlavicový. Dolný kraj je tvarovaný, kabát je podšitý. Na jednom z predných dielov je vytvorená aplikácia z výšivky.

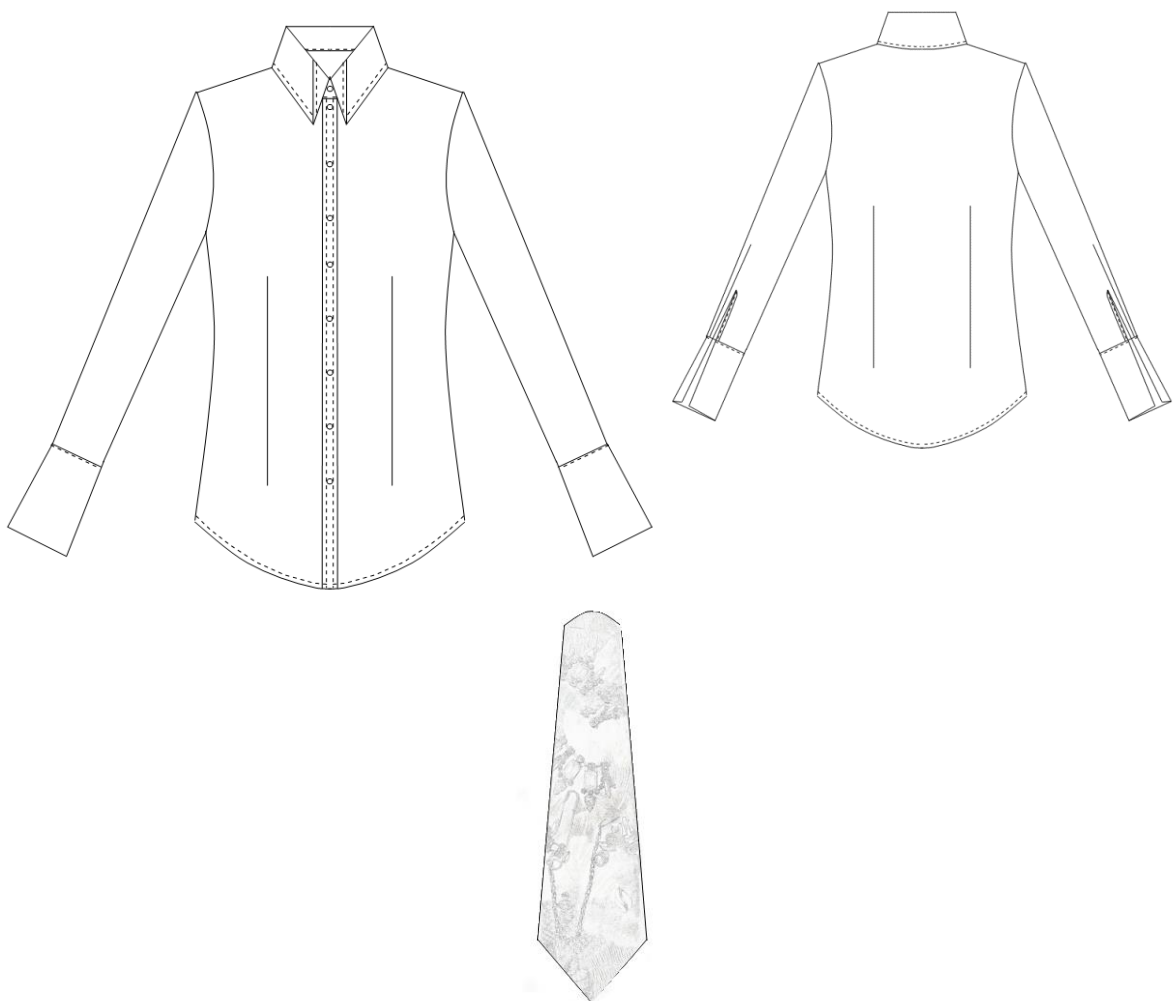
5.7 Model 7

Bavlnená biela blúzka z bavlny, je tvarovaná, má vypracované pásové odševky, léga je pri-nechaná nakladaná, zapína sa na gombíky, má košeľový dvojdielny golier, ktorý má v kra-joch vytvorené preloženie, nastavné manžety, rukávy sú predĺžené so záhybom, majú vy-pracované lemovacie rázporky bez zapínania.

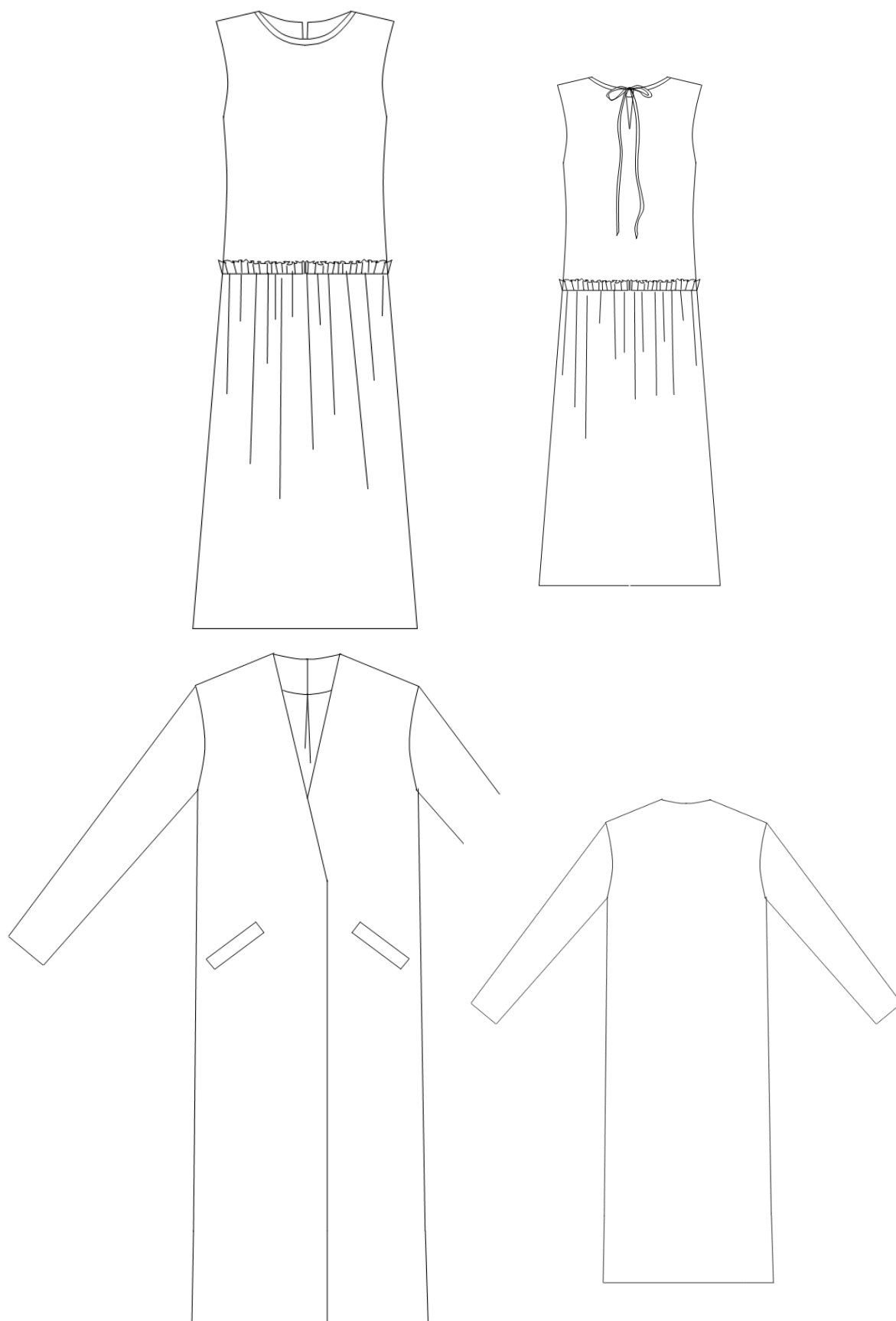
Pod blúzku sa obliekajú šaty zo zmesi bavlny a hodvábu so vzorom prúžku. Majú voľnú siluetu, zníženú pásovú líniu. V zadnom dieli je vytvorený lemovací rázporok, priekrčník je začistený lemovkou, ktorý sa v zadnom diely zaväzuje na mašľu. Šaty sú pre priehľadnosť materiálu podšité.

Kabát je ušitý zo 100% vlny s vlasom šedej farby. Má voľnú siluetu, na predných dieloch sú vypracované lištové vrecká. Predný kraj je tvarovaný, kabát je podšitý.

Súčasťou modelu je vyšívaná kravata, ktorá sa k blúzke pripína ozdobnou sponou.



Obr. 48 Technický nákres, model 7



Obr. 49 Technický nákres, model 7

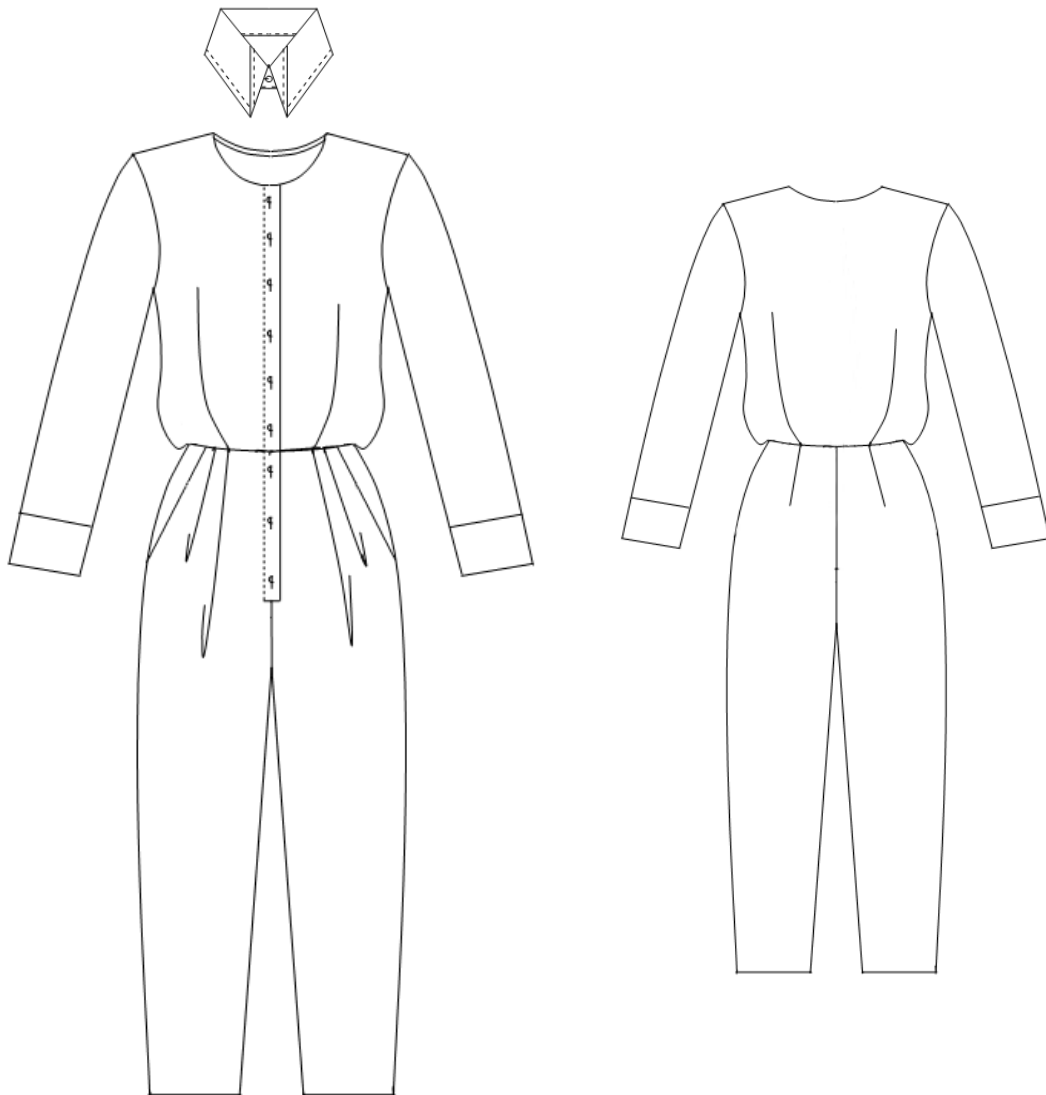
5.8 Model 8



Obr. 50 Pracovní koláž, skicár

Overall z károvanej viskózy má prinechanú légu a zapína sa na gombíky. Vrchná i nohavicová časť predného dielu a vrchná časť zadného dielu má v pásovom kraji vytvorené jednosmerné záhyby. Nohavicová časť zadného dielu je v páse tvarovaná odševkami. V bočných krajoch sú vypracované klinové vrecká.

Súčasťou ôsmeho modelu je samostatný biely bavlnený košeľový dvojdielny golier, ktorý má v predných krajoch vytvorené preloženie.

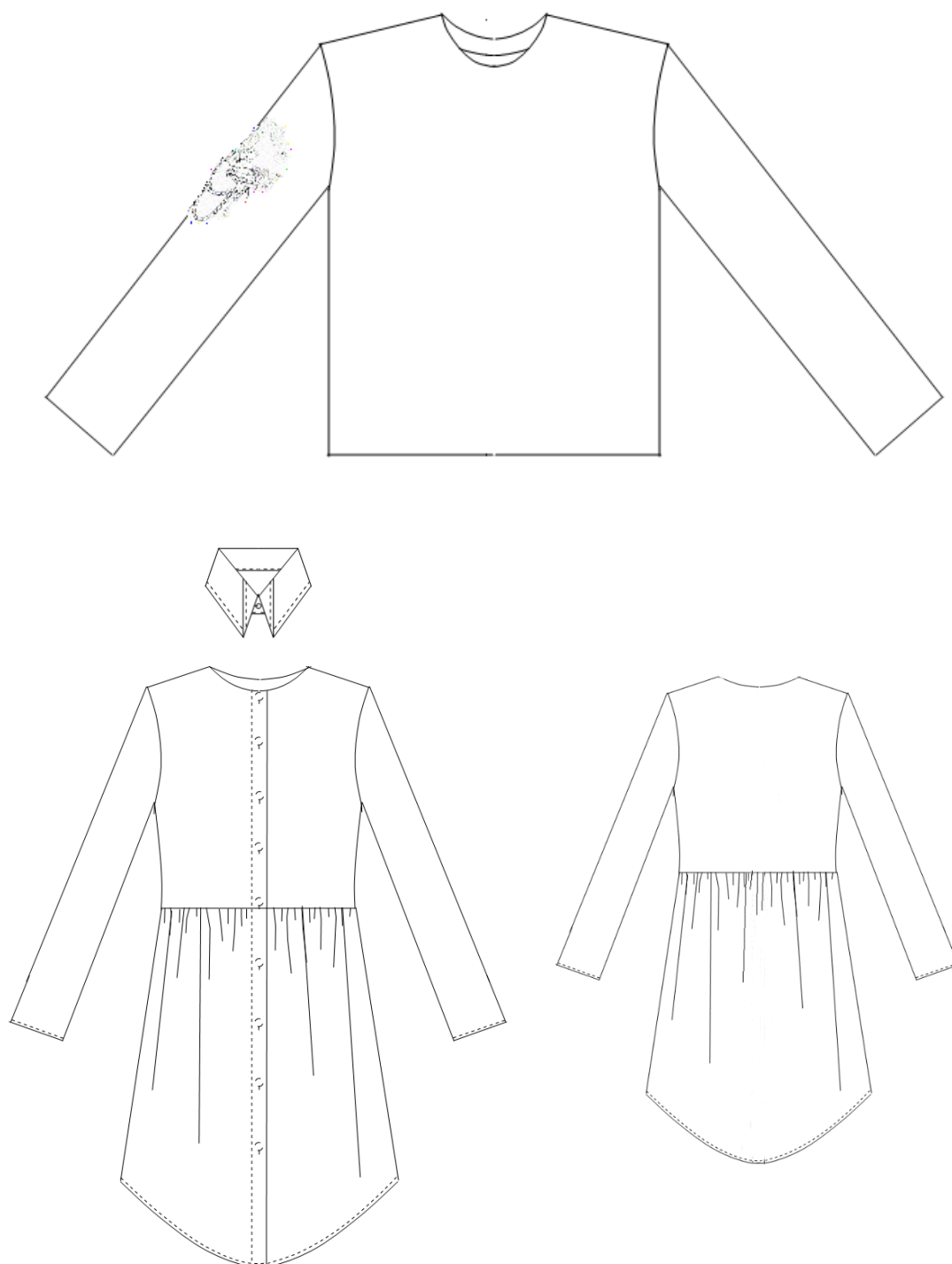


Obr. 51 Technický nákres, model 8

5.9 Model 9

Mikina je ušitá z vlneného materiálu s diagonálnymi pruhmi. Na jednom rukáve je vytvorená vyšívaná aplikácia doplnená šperkmi a retiazkami. Mikina je podšitá.

Pod mikinu sa obliekajú košeľové šaty zo zmesového materiálu bavlny a hodvábu so vzorom prúžku. Šaty sú voľného strihu, v páse sú členené na živôtik a sukňu. Sukňová časť je zriadená, léga je prinechaná a zapína sa na gombíky. Šaty sú pre priehľadnosť materiálu podšité. Súčasťou modelu je samostatný odnímateľný golier z károvanej viskózy, ktorý má v predných krajoch vytvorené preloženie.



Obr. 52 Technický nákres, model 9

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

6 ILUSTRÁCIE



Obr. 53 Skica 1



Obr. 54 Skica 2



Obr. 55 Skica 3



Obr. 56 Skica 4



Obr. 57 Skica 5



Obr. 58 Skica 6



Obr. 59 Skica 7



Obr. 60 Skica 8



Obr. 61 Skica 9

7 FOTODOKUMENTÁCIA

Foto: Barbora Bydžovská

Modelky: Ely Management



Obr. 62 Foto 1



Obr. 63 Foto 2



Obr. 64 Foto 3



Obr. 65 Foto 4



Obr. 66 Foto 5



Obr. 67 Foto 6



Obr. 68 Foto 7



Obr. 69 Foto 8



Obr. 70 Foto 9



Obr. 71 Foto 10



Obr. 72 Foto 11



Obr. 73 Foto 12



Obr. 74 Foto 13



Obr. 75 Foto 14



Obr. 76 Foto 15



Obr. 77 Foto 16



Obr. 78 Foto 17



Obr. 79 Foto 18



Obr. 80 Foto 19



Obr. 81 Foto 20



Obr. 82 Foto 21



Obr. 83 Foto 22



Obr. 84 Foto 23



Obr. 85 Foto 24



Obr. 86 Foto 25

ZÁVĚR

Hlavným cieľom mojej diplomovej práce bolo bližšie spoznať súvislosti týkajúce sa odevu v rámci problematiky sociálnej hierarchie a spoločenského statusu. Venovala som sa jej od obdobia historického až po súčasné módné tendencie a vplyvy, v ktorých túto problematiku pozorujem. Spracovala som tému, ktorá sa ma bytostne dotýka ako tvorcu, pozorovateľa i spotrebiteľa. Nadobudla som množstvo zaujímavých a podnetných informácií rozširujúcich môj obzor a to nielen štúdiom odbornej literatúry ale aj rozhovormi s ľuďmi. Ich názory boli pochopiteľne rôznorodé, pretože odev je osobná a intímna záležitosť. Na základe nadobudnutých vedomostí si však netrúfam uzatvoriť túto prácu jednoznačnou odpoveďou. Myslím si, že sociálne rozdiely v odievaní v budúcnosti pretrvávajú, pretože vždy bude spoločnosť selektovaná na vyššiu a nižšiu vrstvu. K lepšiemu porozumeniu tejto témy by prispel sociologický výskum, nakoľko v tejto problematike zohráva úlohu niekoľko faktorov - psychologický, ekonomický a estetický.

Prácu predovšetkým vnímam ako teoretický a inšpiratívny podklad kolekcie „PIZZA OR CAVIAR?“ Musím priznať, že zo začiatku bolo pre mňa pomerne náročné pretransformovať čisto teoretickú otázku sociálneho charakteru do odevnej kolekcie. Pri písaní diplomovej práce som postupne nachádzala zaujímavé momenty a podnety, ktoré som vlastným výtvarným vyjadrením preniesla do súčasného dámskeho odevu, ktorý pre mňa navždy zostane fascinujúcim.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] SKARLANTOVÁ, Jana. *Od fíkového listu k džínům*. Praha: Grada Pub. 1999. 232 s. ISBN 8071697850
- [2] FOGG, Marnie (ed.). *Móda: úžasný příběh fenoménu: historický vývoj, detailní vyobrazení i příběhy slavných návrhářů*. Přeložil Zuzana PAVLOVÁ, Runka ŽALUDOVÁ. Praha: Slovart, 2015. 576 s. ISBN 978-80-7391-224-6.
- [3] COX, Barbara. *Ve jménu módy: ilustrované dějiny bizarnosti a krásy*. Praha: Mladá fronta, 2013. 256 s. ISBN 978-80-204-2928-5.
- [4] MACKENZIE, Mairi. *...izmy: Ako rozumieť móde*. Bratislava: Slovart, 2010. 160 s. ISBN 978-80-556-0192-2
- [5] ZÍTEK, Odolen. *Lidé a móda: malá moderní encyklopedie*. Praha: Orbis. 1962. 360 s.
- [6] MÁCHALOVÁ, Jana. *Módou posedlí*. Břeclav: MORAVIAPRESS, 2002. 159 s. ISBN 80-86181-47-2.
- [7] STEVENSON, N. J. *Kronika módy: kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři*. Praha: Fortuna Libri, 2011. s. 142. Fortuna factum. ISBN 978-80-7321-570-5
- [8] CHARLES-ROUX, Edmonde. *Coco Chanel*. Praha: Československý spisovatel, 1993. 480 s. Vlasta (Československý spisovatel). ISBN 80-202-0392-3.
- [9] JONAS, Sylvia. *Móda v proměnách času: lexikon : značky, návrháři, oblečení*. Čestlice: Rebo, 2008. s. 110. ISBN 978-80-7234-857-2.
- [10] HLAVÁČKOVÁ, Konstantina. *Móda za železnou oponou: společnost, oděvy a lidé v Československu 1948-1989*. Praha: Grada Publishing, 2016. 288 s. ISBN 978-80-247-5833-6.
- [11] BARTHES, Roland. *The language of fashion*. Sydney: Bloomsbury, 2013. [cit. 2016-10-30] 191 s. Dostupné z: <https://rosswolfe.files.wordpress.com/2015/04/roland-barthes-the-language-of-fashion.pdf>
- [12] FFOULKES, Fiona. *Abeceda módy: rychlokurs v porozumění módním stylům*. V Praze: Slovart, 2012. s. 223. ISBN 978-80-7391-602-2.
- [13] <https://goo.gl/IXNQUC>
- [14] <http://www.meltingpotdiaries.com/2015/10/balmain-pro-hm-fotky-cele-kolekce-a-ceny/>
- [15] <http://www.highsnobiety.com/2017/03/02/hm-ss17-show/>

- [16] <http://koktail.pravda.sk/miss-a-modelky/clanok/421700-hviezdy-vyrazili-na-prehliadku-lasky-gigi-a-bella-kralovali-molu/>
- [17] <http://www.amwa.cz/clanky/konvencni-bavlna/fast-fashion>
- [18] <http://www.businessinsider.com/google-partners-with-hm-ivyrevel-for-coded-couture-project-2017-2>
- [19] <http://www.fashionbook.cz/2017/03/01/v-budoucnu-budou-znacky-vytvaret-obleceni-na-miru-hm-se-o-to-snazi-uz-ted/>
- [20] <http://nymag.com/thecut/2016/09/adidas-originals-x-alexander-wang-is-sold-in-trash-bags.html>
- [21] <http://sketcher.startitup.sk/znacka-adidas-sposobila-osial-ich-nova-kolekcia-sa-predavala-priamo-z-kamiona-vo-vreciach-na-odpadky/>
- [22] <https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-03-07/moschinos-mcdonald-s-fashion-is-selling-out>
- [23] <http://www.thefashionspot.com/buzz-news/latest-news/379597-anna-dello-russo-moschino-jeremy-scott-fast-fashion/>
- [24] <http://www.wmagazine.com/story/ava-nirui-makes-bootleg-look-bougie>
- [25] <http://www.queensofvintage.com/vintage-sub-cultures-zooties/>
- [26] Yohji Yamamoto Fall Winter 2011/2012 / ヨウジヤマモト 2011/2012 秋冬 (メンズ). Zdroj: Youtube [online]. 24.01.2011 [cit. 2017-01-03]. Dostupné z: <https://youtu.be/qiqQjZgIyg4>. Kanál používateľa SerraEly.
- [27] <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2011-menswear/yohji-yamamoto>
- [28] <https://timeline.com/zazou-france-world-war-ii-9f26b36e0ee3#.ahv1eqnlz>
- [29] <http://www.ozy.com/good-sht/la-sape-knows-style/30968>
- [30] The Congo Dandies: living in poverty and spending a fortune to look like a million dollars. Zdroj: Youtube [online]. 16.11.2015 [cit. 2017-01-03]. Dostupné z: https://youtu.be/W27PnUuXR_A. Kanál užívateľa RT Documentary.
- [31] <http://www.fashionbook.cz/2017/02/22/rebelka-coco-chanel/>
- [32] <http://goutaste.com/how-the-french-got-their-stripes/>
- [33] <http://blog.katharinehamnett.com/>
- [34] <http://observer.com/2015/07/how-sneaker-culture-democratized-fashion/>
- [35] https://www.etrend.sk/trend-archiv/rok-2017/cislo-9/emociami-napumpovany-biznis-s-teniskami.html?utm_source=fbINTERN&utm_medium=TREND&utm_campaign=fanpageTREND

[36] <http://www.highsnobiety.com/2017/01/01/50-best-selling-sneakers-2016-new-york-retailer/>

[37] <http://www.whowhatwear.co.uk/best-white-sneakers-celebrities/>

[38] http://www.dior.com/couture/en_us/womens-fashion/shoes/sneakers/discover-dior-fusion-trainers

[39] <https://www.secrettattoo.sk/inpage/historia-tetovania/>

[40] <http://magazin.atlas.sk/styl/tetovania-ruskych-vaznov-aky-je-ich-tajny-vy-znam/850045.html>

[41] <http://vicky-dance.infoblog.cz/clanek/citaty-slavnych-modnich-navrharu-8194/>

[42] <https://thesocietypages.org/socimages/2010/01/19/homeless-chic/>

[43] <http://www.boredpanda.com/homeless-slavik-street-fashion-photography-yurko-dyachyshyn/>

[44] <http://www.vogue.co.uk/gallery/normcore-fashion-vogue-definition>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Alžbeta I., 1592

<http://tudorhistory.org/elizabeth/elizamap.jpg>

Obr. 2 Kroj, Hradcovice, 1952

<https://sk.pinterest.com/pin/8936899239623476/>

Obr. 3 Karikatura dámskej módy, 1850

<https://sk.pinterest.com/pin/242631498648110582/>

Obr. 4 Balmain, jeseň/zima 2012

<http://www.meltingpotdiaries.com/2015/10/balmain-pro-hm-fotky-cele-kolekce-a-ceny/>

Obr. 5 Sako Balmain pre H&M

<http://www.meltingpotdiaries.com/2015/10/balmain-pro-hm-fotky-cele-kolekce-a-ceny/>

Obr. 6 Alexander Wang pre Adidas, jar/leto 2017

<http://nymag.com/thecut/2016/09/adidas-originals-x-alexander-wang-is-sold-in-trash-bags.html>

Obr. 7 Moschino, jeseň/zima 2014

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-03-07/moschinos-mcdonald-s-fashion-is-selling-out>

Obr. 8 Moschino, parfém Fresh Couture

<http://www.nstperfume.com/2016/01/08/moschino-fresh-couture-perfume-review/>

Obr. 9 Fila/Fendi, Ava Nirui

<https://www.instagram.com/p/BKHPuIijqfC/>

Obr. 10 Nike/Burberry, Ava Nirui

<https://www.instagram.com/p/BO-58ThBkJZ/>

Obr. 11 Zooties pri tanci

<https://sk.pinterest.com/pin/309692911849324882/>

Obr. 12 Zoot suit

<https://sk.pinterest.com/pin/359443613990075610/>

Obr. 13 Giorgio Armani, jeseň/zima 2011

<https://sk.pinterest.com/pin/424745808581529972/>

Obr. 14 Balenciaga, jar/leto 2017

<http://www.balenciaga.com/sk/men/men-spring-summer-17>

Obr. 15 Yohji Yamamoto, jeseň/zima 2011

<https://hypebeast.com/2011/1/yohji-yamamoto-2011-fallwinter-collection>

Obr. 16 Zazou

<http://www.ultramagnetique.com/les-zazous-une-resistance-passive-par-la-musique/>

Obr. 17 The Kongo Dandies, Willy Cocary v strede

<http://heartheartseason.blogspot.sk/2015/12/dressing-up-for-new-years-eve.html>

Obr. 18 Paul Smith, jar/leto 2010

<http://jaimetonstyle.com/le-style-vu-par-les-sapeurs/>

Obr. 19 Malé čierne šaty Chanel, 1926

<https://sk.pinterest.com/pin/569072102885165853/>

Obr. 20 Kostým Chanel, 1964, hodváb, syntetika

<http://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/1973.297.2a,b/>

Obr. 21 Alexander McQueen, Jar/Leto 2016, Ready-to-Wear

<https://sk.pinterest.com/pin/300333868879295642/>

<http://www.designlovest.com/2016/03/wild-wild-west/efb644ccd1d8db4eeca-efd2caa68114d/>

Obr. 22 Dior Fusion Sneakers, jeseň 2015

<http://fashionide.com/autumn-2015-dior-fusion-sneakers/>

Obr. 23 Tetovanie pre Chanel, 2010

<http://tonimalt.blogspot.cz/2010/07/artist-watch-creative-director-of.html>

Obr. 24 Wivienne Westwood, jeseň/zima 2010

<https://thesocietypages.org/socimages/2010/01/19/homeless-chic/>

Obr. 25 Slavik, foto: Jurkov Dyachyshyn

<http://www.boredpanda.com/homeless-slavik-street-fashion-photography-yurko-dyachyshyn/>

Obr. 26 Logo kolekcie

Obr. 27 Pracovní koláž, skicár

Obr. 28 Moodboard, skicár

Obr. 29 Ukážka skíc

Obr. 30 Farebnica, skicár

Obr. 31 Farebnica a použité materiály

Obr. 32 Farebnica a použité materiály

Obr. 33 Pracovní koláž, skicár

Obr. 34 Technický nákres, model 1

Obr. 35 Pracovní koláž, skicár

Obr. 36 Technický nákres, model 2

Obr. 37 Pracovní koláž, skicár

Obr. 38 Technický nákres, model 3

Obr. 39 Pracovní koláž, skicár

Obr. 40 Technický nákres, model 4

Obr. 41 Technický nákres, model 4

Obr. 42 Pracovní koláž, skicár

Obr. 43 Technický nákres, model 5

Obr. 44 Pracovní koláž, skicár

Obr. 45 Technický nákres, model 6

Obr. 46 Technický nákres, model 6

Obr. 47 Technický nákres, model 6

Obr. 48 Technický nákres, model 7

Obr. 49 Technický nákres, model 7

Obr. 50 Pracovní koláž, skicár

Obr. 51 Technický nákres, model 8

Obr. 52 Technický nákres, model. 9

Obr. 53 Skica 1

Obr. 54 Skica 2

Obr. 55 Skica 3

Obr. 56 Skica 4

Obr. 57 Skica 5

Obr. 58 Skica 6

Obr. 59 Skica 7

Obr. 60 Skica 8

Obr. 61 Skica 9

Obr. 62 Foto 1

Obr. 63 Foto 2

Obr. 64 Foto 3

Obr. 65 Foto 4

Obr. 66 Foto 5

Obr. 67 Foto 6

Obr. 68 Foto 7

Obr. 69 Foto 8

Obr. 70 Foto 9

Obr. 71 Foto 10

Obr. 72 Foto 11

Obr. 73 Foto 12

Obr. 74 Foto 13

Obr. 75 Foto 14

Obr. 76 Foto 15

Obr. 77 Foto 16

Obr. 78 Foto 17

Obr. 79 Foto 18

Obr. 80 Foto 19

Obr. 81 Foto 20

Obr. 82 Foto 21

Obr. 83 Foto 22

Obr. 84 Foto 23

Obr. 85 Foto 24

Obr. 86 Foto 25

SEZNAM PŘÍLOH

Príloha 1

CD