

## **SPOLUPRÁCE**

Viktorie Sedlářová



---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ateliér Design oděvu

Akademický rok: 2020/2021

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

Jméno a příjmení: **Viktorie Sedlářová**  
Osobní číslo: **K18057**  
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimédia a design – Design oděvu**  
Forma studia: **Prezenční**  
Téma práce: **Spolupráce**

### Zásady pro vypracování

#### 1. Teoretická část:

Prostudování a analýza dostupných materiálů a informací, obrazová příloha, vlastní závěry v minimálním textovém rozsahu 20-25 normostran. Práce pojednává o Itálii, jako o jednom z center módy, stylu a její historii od roku 1945 po současnost.

#### 2. Praktická část:

Výtvarné zpracování a realizace finálních návrhů v počtu 5-7 modelů. V praktické části vytvořím dámskou kolekci ve spolupráci s českou firmou Vabacci. Práci doplním o dokumentační fotografie z procesu tvorby a finálními módními fotografiemi. Rozsah práce: minimálně 40 normostran. Formát A4. Odevzdám ve 2 stejnopisech v pevné vazbě (1 může být v kroužkové vazbě). Součástí předané písemné práce bude dodání elektronické verze bakalářské práce na Flash disku, který bude obsahovat taktéž samostatné fotografie v tiskové kvalitě z praktické části bakalářské práce. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 DPI, 250mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách.

**Seznam doporučené literatury:**

STANFILL, Sonnet, ed. *The glamour of italian fashion since 1945*. London: V&A Publishing, 2015. ISBN 9781851778171.

MUNICH, Adrienne, ed. *Fashion in film*. Bloomington: Indiana University Press, c2011, x, 360 s. New directions in national cinemas. ISBN 9780253222992.

STEVENSON, N. J. *Kronika módy: 1800 – 1870 – 1940 – 1960 – 1980 – 2020 : kdo udává tón – nejslavnější módní ikony a návrháři*. Praha: Fortuna Libri, c2011, 288 s. Fortuna factum. ISBN 9788073215705.

TUNGATE, Mark. *Fashion brands: branding style from Armani to Zara*. 3rd ed. London: Kogan Page, 2012, xii, 228 s. ISBN 9780749464462.

JONES, Terry a Susie RUSHTON, ed. *Fashion now 2: i-D selects 160 of its favourite fashion designers from around the world*. Köln: Taschen, c2008, 556 s. ISBN 9783836503365.

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

**Datum zadání bakalářské práce:** **1. prosince 2020**

**Termín odevzdání bakalářské práce:** **21. května 2021**



  
\_\_\_\_\_  
**doc. Mgr. Irena Armutidisová**  
děkan

  
\_\_\_\_\_  
**doc. MgA. Kristýna Petříčková, Ph.D.**  
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 15. prosince 2020

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Beru na vědomí, že

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

### Prohlašuji, že:

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

Ve Zlíně dne: 1. 8. 2021

Jméno a příjmení studenta: VIKTORIE SEDLÁŘOVÁ .....  
podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce zkoumá vývoj italské módy od konce druhé světové války.

Teoretická část popisuje obecné dění módy v jednotlivých dekadách až po současnost. Společně s tím představuje postupně vznikající módní značky a domy.

Praktická část je založena na inspirování se získaných poznatků z předešlé kapitoly. Zároveň zde představuje podstatu bakalářské práce, čímž je spolupráce s oděvní firmou Vabacci.

Klíčová slova: Itálie, móda, historie, vývoj, módní návrháři, propojení

## **ABSTRACT**

The bachelor thesis examines the evolution of italian fashion since the end of the World War II.

The theoretical part describes general events in each of the decades until present. Along with that, the work presents gradually emerging fashion brands and houses.

The practical part is based on inspiring by obtained knowledge from previous chapter. At the same time, it represents the essence of the bachelor's thesis, which is the cooperation with the clothing company, Vabacci.

Keywords: Italy, fashion, history, evolution, fashion designers, connection

Děkuji Mgr. art. Pavlu Brejchovi za vedení, pomoc a trpělivost

Děkuji firmě Vabacci a jejím zaměstnancům za spolupráci, poskytnutí materiálů a cenné rady.

Děkuji rodině a přátelům, kteří mi byli po celou dobu neutuchající oporou.

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

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>1 HISTORICKÝ VÝVOJ ITALSKÉ MÓDY</b> .....	<b>12</b>
1.1 50. LÉTA- „ZROZENÍ ITALSKÉ MÓDY“ .....	13
1.1.1 Emilio Pucci .....	14
1.1.2 Simonetta Colonna di Cesáro- „Šlechtična italské módy“.....	16
1.2 60. LÉTA .....	16
1.2.1 Valentino Garavani- „Snílek obdivující všeobecnou krásu“ .....	18
1.2.2 Missoni.....	19
1.3 70. LÉTA-LÉTA ÚTLUMU .....	19
1.3.1 Giorgio Armani-„The power of suit“ .....	20
1.4 80. LÉTA .....	21
1.4.1 Franco Moschino.....	22
1.4.2 Gianni Versace .....	23
1.4.3 Prada- „Ugly chic“ .....	24
1.4.4 Gianfranco Ferré .....	26
1.4.5 Dolce& Gabbana .....	27
1.5 90. LÉTA .....	27
1.5.1 Tom Ford a Gucci .....	28
1.5.2 Marni .....	28
1.6 SOUČASNOST-MADE IN ITALY?.....	29
1.6.1 Fausto Puglisi .....	30
<b>2 MÓDA A FILM</b> .....	<b>31</b>
2.1 ITÁLIE A HOLLYWOOD .....	31
2.2 „HOLLYWOOD NA TIBEŘE“ .....	32
2.2.1 Sorelle Fontana.....	32
2.2.2 Fernanda Gattinoni.....	33
2.3 ELSA SCHIAPARELLI.....	34
<b>3 PÁNSKÁ MÓDA</b> .....	<b>36</b>
3.2 SPREZZATURA .....	37
3.3 PISTI UOMO.....	38
3.4 BRIONI .....	38
3.5 NINO CERRUTI .....	39
<b>4 PROPOJENÍ PÁNSKÉ A DÁMSKÉ MÓDY</b> .....	<b>40</b>
4.1 WALTER ALBINI.....	41
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>43</b>



<b>5</b>	<b>SPOLUPRÁCE</b> .....	<b>44</b>
5.1	FIRMA VABACCI.....	44
<b>6</b>	<b>INSPIRACE</b> .....	<b>45</b>
<b>7</b>	<b>MOODBOARD</b> .....	<b>46</b>
<b>8</b>	<b>KOLEKCE</b> .....	<b>47</b>
8.1	LOOK 1.....	47
8.2	LOOK 2.....	48
8.3	LOOK 3.....	49
8.4	LOOK 4.....	50
8.5	LOOK 5.....	50
8.6	LOOK 6.....	51
8.7	DOPLŇKY .....	52
<b>III</b>	<b>PROJEKTOVÁ ČÁST</b> .....	<b>54</b>
	<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>72</b>
	<b>SEZNAM PO-UŽITÉ LITERATURY</b> .....	<b>73</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ</b> .....	<b>77</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	<b>81</b>

## ÚVOD

Itálie je dnes řazena na seznam světových center módy. Jak vysoké Alta mody, tak i té trendové konfekční. Většina obyvatel na naší planetě má italskou módu spojenou v prvé řadě s kvalitou, designem a v současné moderní době i s kdejakými inovacemi a technologickým vývojem. Je plná krásy, čerpající z jejích dávných dob renesance, kdy se ulicemi Říma, Florencie a Benátek procházeli největší umělci té doby a zdobili svou rodnou krajinu stavbami tak, aby se jimi mohli inspirovat budoucí umělci a kreativní duše všeho zaměření.

Sláva italské módy, jakou známe dnes se však budovala po desítky let a započala s koncem druhé světové války, kdy nastalo její znovuzrození.

Teoretická část bakalářské práce slouží jako postupný sled událostí v jednotlivých dekadách se začátkem v 50. letech. Od formování prvních poválečných módních ateliérů, které postupně budovaly hluboce zarytý koncept Made in Italy a dnešní slávu italského oděvního průmyslu až po stávající, do světa expandující společnosti.

Druhá kapitola patří vztahu mezi módou a filmem se zaměřením na italské ateliéry. Od momentu, kdy se filmová studia začala hromadit v rušných ulicích Říma a protagonisté jejich snímků byly od hlavy k patě oděni místními tvůrci.

Tématu pánské krejčoviny a jejího rozdělení se v krátkosti zmíním ve třetí kapitole. Spolu s rozdělením srovnáním s další zemí, proslulou pro své špičkové zpracování pánských obleků, také zmíním rodinné společnosti, zakládající si na pečlivé produkci tohoto druhu oblékání.

Posledním oddílem teoretické části věnuji tématu, které se prolíná i do části praktické, a to je propojení dvou pólů, pánské a dámské módy.

Rešerše historie italské módy, jak ji známe dnes, v teoretické práci slouží jako východisko pro praktickou část a výslednou autorskou dámskou oděvní kolekci.

V praktické části své práce se věnuji kolekci, která vznikla na podnětech získaných při studování historie, módních návrhářů a obecných poznávacích značek italského stylu. Oděvní řada byla vytvořena ve spolupráci s českou firmou dámského odívání, Vabacci, z jejíž názvu už samotná nálada jižního státu přímo číší.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 HISTORICKÝ VÝVOJ ITALSKÉ MÓDY

Itálie a její textilní průmysl hráli v historii a dodnes hrají významnou roli. Už v dobách středověku byla Lombardie a Toskánsko producentem hedvábí a vlny a Milano bylo vždy spojováno s bavlnářstvím. S nástupem nového tisíciletí už byla Itálie řazena mezi špičku v oděvním odvětví spolu s noblesní Paříží a vždy moderním New Yorkem, avšak krátce po skončení druhé světové války Itálie procházela těžkým obdobím. Skoro milion lidí zemřelo, tisíce zraněno. Zdevastovaná města, únava, smutek byl cítit na míle daleko. Stát dále přišel k velkým ztrátám ze stran bydlení a průmyslu. Železné zásoby byly buď použity nebo ukradeny, takže země samotná neměla prostředky se sama rekonstruovat. Potýkala se s vysokou inflací a nezaměstnaností a snažila se dostat ze spárů fašismu. I když to zní, jako by Itálie balancovala nad propastí celostátní krize, skutečnost nakonec proti všem tvrzením nebyla tak krutá.

Za zachování mnoha průmyslových hal v Itálii se zasloužili partyzánské skupiny, díky kterým byly tyto továrny schopny zanedlouho začít znovu fungovat. Další výrazné pomoci se dostalo ze Spojených států amerických prostřednictvím Marshallova plánu, který usiloval o obnovu Evropy. Celá západní Evropa, včetně Itálie utvořili s Amerikou spojení a vláda za velkou louží začala poskytovat materiální pomoc v podobě oblečení pro ty, co to nejvíce potřebovali a finanční prostředky na obnovu průmyslu a podpory ekonomiky, zaměřené na exportu. O umělecké činnosti v produkci oblečení v poválečné Itálii nemohla být řeč. Módní průmysl v období druhé světové války dočasně přeměnil své pomyslné pozlátko luxusu na morální povinnost poskytovat veškeré materiály na uniforem pro bojující vojáky, čímž později vyústilo v nedostatek látek po skončení války pro civilní oděv Italů. Proto nejprve bylo potřeba obnovit výrobu v textilních manufakturách, přijít s inovativními technologiemi, které by daly oděvnictví zelenou. Konečně po stabilizaci textilního průmyslu v post válečné Itálii bylo umožněno rozvinutí tvorby italské módy. Vznikala také silná pouta mezi návrháři a dodavateli materiálů a navzájem si zprostředkovali reklamu v módních magazínech<sup>1</sup>.

Co se týče tehdejších trendů zrcadlících se v občanského oblékání, se ve 40. letech prosazovalo heslo „méně je více“<sup>2</sup> Kvůli přidělovému systému po válce v Evropě a v Americe bylo omezeno množství látek a jejího využití, přesto se švadleny snažily docílit sofistikovaného a elegantního dojmu oděvu<sup>3</sup>. Návrháři reagovali vytvořením nového

---

<sup>1</sup> White, 2000

<sup>2</sup> Albrechtsen, 2014

<sup>3</sup> Albrechtsen, 2014

vzhledu odpovídající střízlivé náladě. *Hojně se využívaly prvky vojenské elegance*<sup>4</sup>, který se vyznačoval maskulinními tvary a prvky jako vycpávaná hranatá ramena na kostýmcích, či ozdobné plastové knoflíky na košilových šatech a oděvech inspirovaných vojenskými uniformami<sup>5</sup>. To, co dnes rozeznáváme jako italský styl, což je velmi ženský, sofistikovaný a okouzující, se formovalo už v těch nejčernějších dobách státu<sup>6</sup>.

## 1.1 50. léta- „Zrození italské módy“

Itálie má silné kulturní a historické dědictví, ke kterému se designéři v 50. letech 20. století vraceli. Čerpali jak z mistrovských děl renesančních umělců, tak i jejích myšlenek, které dále aplikovali do svých návrhů. Italská móda je díky těmto tendencím inspirovat se kulturou rozpoznatelná od jiných zemí na první pohled. Inspirace ovšem mohla pocházet i z nekulturních zdrojů, např. potisky ovoce a zeleniny také napomáhaly k utváření onoho mořského italského stylu, jenž byl tolik oblíbený v zahraničí.

O reklamu italské módy, a s ní spojenou slibnou budoucnost průmyslu, se zasloužil Giovanni Battista Giorgini, jenž díky své práci obchodníka s americkým trhem, pocíťoval potřebu jako vlastenec milované země pozvat členy z velkých nákupních center v New Yorku na první poválečnou přehlídku italské módy.

Psal se rok 1951, kdy se v únoru prochladlé Florencii, v bytě zmíněného pana Giorginiho, uskutečnila převratná přehlídka, na které se na jeho pozvání sešli novináři a zástupci módních domů jako Bergdorf Goodman, či B. Altman. Na mole se procházely modelky oblečené do jmen jako Emilio Pucci, Simonetta, či Sorelle Fontana a celá událost se trvala přes tři dny. První den byla uskutečněna přehlídka denního a sportovního dámského oblečení, druhý byl vyhrazen k odpočinku a vstřebání dojmů z předešlého dne a posledním večer byl vyhrazen večerním Alta moda toaletám, což je název obdobný pařížskému Haute couture a doplňkům. Díky velmi vřelým ohlasům Američanů, se za pár měsíců v červenci konala druhá, neméně úspěšná akce. Giorgini vyjednal prostor, který se zapsal jako památné místo, kde se zrodila Italská móda. Byla jí Sala Bianca v Palazzo Pitti ve Florencii. Popularita italského designu dorostla do stádia, kdy se se svou kvalitou rovnala i

---

<sup>4</sup> ALBRECHTSEN, Nicky. *Móda 20. století: nadčasové retro pro váš šatník*. Praha: Knižní klub, 2015, 432 s. Universum. ISBN 9788024249070.

<sup>5</sup> Albrechtsen, 2014

<sup>6</sup> d'Avignon, 2017

konkurenční Francii. Roli zde zastupovala skutečnost, že italská móda byla daleko dostupnější a tím i atraktivnější na rozdíl od sousedního státu<sup>7</sup>.

Na výrobě látek, připravované na přehlídku, se podílely tamní manufaktury. V této době se obnovilo velmi silné pouto mezi návrhářem a dodavatelem materiálu, které na území sice existovalo i před válkou, ale nyní měly tyto firmy šanci se dostat do světového povědomí. Nejznámějšími textilní haly v Itálii se pohybovaly v oblasti Como, Fusac, Costa, Mantero<sup>8</sup>. *Značka Emilia Pucci by pravděpodobně nedosáhla tak mimořádného úspěchu, kdyby se mu nedostalo pomoci od dovedného tiskaře z Como, Ravasiho*<sup>9</sup>. Stejnou šanci na zviditelnění a důležitost zásobovat módní průmysl ucítily i vlnářské firmy jako *Rivetti, Pria, Lanerossi a Marzotto*<sup>10</sup>

Netrvalo dlouho a Itálie si zajistila své místo na oděvní scéně. Co Američany nejvíce očarovalo, byla praktičnost nošení oděvů a snadná údržba<sup>11</sup>. Tento fakt byl velmi vítaný kvůli jejich aktivnímu přístupu k životu, a navíc v lidech vzbuzoval uvolněný dojem letních prázdnin a středozevní energii. Co také mohlo způsobovat určitou sympatii k italské tvorbě byl fakt, že se v módě angažovali příslušníci modré krve, u kterých počáteční nedostatek technologických znalostí při vytváření oděvů vyvažovalo postavení ve společnosti a její smysl pro eleganci, vycházející z vyššího titulu. A propós, kdo by nechtěl nosit oblečení od prince, či vévodkyně?

### 1.1.1 Emilio Pucci

Italský markýz, zdatný lyžař a poválečný návrhář Emilio Pucci zprvu navrhoval pro osobní účely, avšak po zveřejnění snímku, kde vyfotografovaný Emilio lyžuje a má na sobě zimní úbor vlastního návrhu, se o něm rozkřiklo jako o novém návrhářovi a zakázky nejen z Evropy se začaly hrnout. Ideální dovolenou u moře vystřídala touha sjíždět svahy v kombinéze jeho jména<sup>12</sup>. Svou značku založil v roce 1949 na ostrově Capri, která byla charakteristická hlavně rekreačním letním oblečením. Název ostrova využil i u pojmenování slavných kalhot

---

<sup>7</sup> Stanfill, 2014

<sup>8</sup> Tamtéž

<sup>9</sup> Přeloženo z angličtiny: Emilio Pucci's label probably would not have reached the extraordinary levels success it did without the help of an extremely skilled printer Ravasi. STANFILL, Sonnet, ed. The glamour of italian fashion since 1945. London: V&A Publishing, 2014. ISBN 9781851778171

<sup>10</sup> Tamtéž

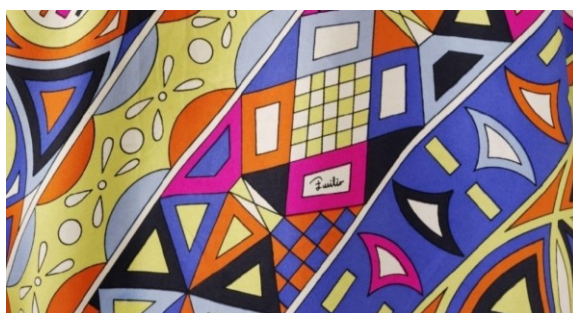
<sup>11</sup> Stanfill, 2014

<sup>12</sup> Máchalová, 2003

volného střihu<sup>13</sup>. Celková myšlenka značky Pucci bylo, aby žena byla schopna se ve svém oděvu přirozeně pohybovat, aby ji nic neškrtilo a nestahovalo<sup>14</sup>. Byl naprostým opakem Christiana Diora, jenž ve stejné době vládl se svým „new look“ ve Francii. Po čase své pole působnosti rozšířil dál o oblečení na denní nošení a večerní róby. Poznávací značkou stále fungujícího módního domu, jsou barevné až psychedelické potisky látky s různorodými ornamenty zvýrazněných černou konturou a vlnícími se liniemi. Na potisknuté látce je možno nalézt i nenápadně napsané jméno „Emilio“ jako logo značky. Díky nespočetnému množství tiskům, které vždy byly unikátními výtvoři fantazie, si od společnosti vysloužil přezdívku „The prince of prints“<sup>15</sup>.



Obr.č.1 Lyžařský komplet Emilio Pucci 1964<sup>16</sup>



Obr.č.2 Detail „Dalia“ motivu na hedvábné košili se jménem, 1965<sup>17</sup>

<sup>13</sup> , Sebastian. RIOTR: Emilio Pucci ~ Prince of Prints [online]. 2012 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://fashionandstylerioter.wordpress.com/2012/07/30/emilio-pucci-prince-of-prints/>

<sup>14</sup> MANSOUR, Lara. Aeworld: Prince Of Prints: The History Of Emilio Pucci [online]. 2018 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://aeworld.com/fashion/in-focus/history-of-emilio-pucci/>

<sup>15</sup> Tamtéž

<sup>16</sup> Vintage ski: Ski fashion shot by Peter Beard for Vogue, 1964. [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://vintageski.tumblr.com/post/30331321309/ski-fashion-shot-by-peter-beard-for-vogue-1964>

<sup>17</sup> Victoria and Albert Museum: Trouser suit [online]. 2009 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://collections.vam.ac.uk/item/O351201/trouser-suit-pucci-emilio/>

### 1.1.2 Simonetta Colonna di Cesáro- „Šlechtična italské módy“

Simonetta byla další velmi výraznou osobností pátého desetiletí nejen svou krásou, talentem, ale stejně jako Pucci pocházela z aristokratické rodiny, ve kterých se nosí noblesa, elegance a špetka pýchy. Tato hesla také vkládala do své tvorby luxusních šatů, kabátků i pokrývek hlavy. Do dějin se zapsala jako jedna z prvních dam tzv. Alta mody i přes to, že kvůli enormnímu poválečnému nedostatku materiálu, byla nucena vytvořit svou první kolekci ze starých ubrusů, zástěr a uniforem. Její charakterizující styl tvorby byl přesně tak, jak se očekává od někoho, kdo má před jménem šlechtický titul. Byl plný rafinovanosti a perfektně spárovaných siluet s jemným detailem v podobě lemování, či opakujícího se zdobení<sup>18</sup>. Po viditelném úspěchu doma toužila po uznání i jinde, proto se se svou reputací posunula s tehdejším manželem, dalším módním návrhářem, Albertem Fabianim do Paříže, kde se setkali s neméně hlučným potleskem. Bohužel ten neměl dlouhého trvání stejně jako jejich vztah a Simonettina sláva tím navždy uhasla<sup>19</sup>.



Obr.č.3 Simonetta pro Americký Vogue 1952<sup>20</sup>

## 1.2 60. léta

Italská móda se v 60. letech rozšířila o další okruh odívání, a tím bylo ready-to-wear. Stalo se tak díky postupnému prohloubení vztahů mezi návrhářem-kreativcem a průmyslem<sup>21</sup>. Přes to, že si pod tímto názvem představujeme oblečení každodenního nošení, nechyběly v tvorbě náznaky elegance, které jsou očividné v tvorbě Valentina Garavaniho, či Max

<sup>18</sup> Stanfill, 2014

<sup>19</sup> Máchalová, 2003

<sup>20</sup> Word Press: Simonetta Colonna di Cesáro [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://pleasurephoto.wordpress.com/2016/01/19/simonetta-colonna-di-cesaro/>

<sup>21</sup> LAURITANO, Jean. Itálie-země módě zaslíbená. ©2015 ČT art. Francie: Slow production



Mary. Tento typ oblečení byl na svém počátku přijat více v Americe než v kontroverzní Evropě<sup>22</sup>. Posun také zaznamenalo místo dění a centrem módy už nebyla Florencie, ale Milano, jakožto místo, kde se nacházely firmy, které této nové konfekční oblasti zabezpečily profesionální a průmyslové zpracování<sup>23</sup>. Dalším důvodem, proč zrovna Milano bylo místem s největší koncentrací zakázek a návštěv byla jeho snadná dostupnost díky dvěma letišťům a přímými linkami pro zahraniční cestující, jedoucí za obchodem a módou<sup>24</sup>. Byla to také doba progresivní na vývoj syntetických materiálů jako polyester a nového pojetí krásy po vzoru Twiggy v miniaturních šatech lineárního střihu. Geometrie ve střihu, díky jednoduchosti tvaru, minimalizovala odpad při výrobě a hrála do karet všem firmám v Como, které je svým zákazníkům dále potiskovaly<sup>25</sup>. Co se týče barevnosti, tak ve světě platilo jediné pravidlo. Čím barevnější a divočejší, tím lepší.

60. léta, ať už se bavíme o Itálii nebo celém světě, byla desetiletím propojující hudbu, umění a odívání a společně vytvořili novou svěží kulturu pro mladé<sup>26</sup>, módou posedlé zákazníky. Řetězce produkující konfekci prodávaly křiklavou, drzou módu.

Měnil se také způsob předvádění modelů na přehlídkách. Oproti předchozímu desetiletí, kdy modelky působily ladně, avšak strojeně, divoká 60. léta posílala na mola roztančené a energické manekýnky.

Úspěch textilní tvorby se podařilo zaznamenat v řadách zkušených pracovníků ve vlnářském sektoru, kde přišli s novinkou oboustranného oděvu<sup>27</sup>. *Díky technologickému pokroku bylo možné tkát oboustrannou vlnu, jejíž dvě vrstvy mohly být odděleny na lemu, poté oříznuty a znovu sešity, aby bylo možné vytvořit zcela oboustranný oděv, přičemž švy tvoří dekorativní lemování.*<sup>28</sup> S touto technologií oboustranných kabátů byla proslulá Mila Schön, které se jednoduše přičilo začištění vnitřní strany oděvu podšívkou<sup>29</sup>.

---

<sup>22</sup> Stanfill, 2014

<sup>23</sup> Lauritano, Jean. Itálie-země módě zaslíbená. ©2015 ČT art. Francie: Slow production

<sup>24</sup> Tamtéž

<sup>25</sup> Stanfill, 2014

<sup>26</sup> Albrechtsen, 2014

<sup>27</sup> Stanfill, 2014

<sup>28</sup> Přeloženo z angličtiny, STANFILL, Sonnet, ed. The glamour of italian fashion since 1945. London: V&A Publishing, 2014. ISBN 9781851778171

<sup>29</sup> Stanfill, 2014

Obr.č.4 Kabát Mily Schön<sup>30</sup>

V této době byl zaznamenán nárůst kreativců, Stylistů. Byl to nový druh návrhářů, který pracoval pro vícero firem v kreativním oddělení. Mezi slavné světové stilisty můžeme zařadit třeba Karla Lagerfelda, Waltera Albiniho, který byl součástí designérského týmu značky Etro, či Gianniho Versace<sup>31</sup>.

### 1.2.1 Valentino Garavani- „Snílek obdivující všeobecnou krásu“

Už od útlého věku, kdy pomáhal své tetě v ateliéru při šití, věděl, že svou budoucnost prožije v obklopení hedvábí, saténu a dalších ušlechtilých materiálů. Po letech praxe strávených u francouzské značky Guy Laroche jeho vlastní kariéra začíná rokem 1959, kdy se svou pravou rukou přes obchodní záležitosti Ciancarlem Giamettim, zakládá značku Valentino<sup>32</sup>. Filozofie domu vychází z Garavaniho citu pro „všechno krásné“. Krásná místa, ve kterých se procházejí krásné ženy oděny v krásném oblečení, nejlépe jím navrženým<sup>33</sup>. Módní dům se nejčastěji spojuje s dámskou, velmi elegantní módou a červenou barvou.

<sup>30</sup> [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://i.pinimg.com/originals/8d/e2/0d/8de20dc49aff2532e2b0c4991961afc2.jpg>

<sup>31</sup> Stanfill, 2014

<sup>32</sup> The talks: VALENTINO: “I AM SOMEBODY WITH TASTE, OF COURSE” [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://the-talks.com/interview/valentino/>

<sup>33</sup> Tamtéž

### 1.2.2 Missoni

Z designérských kreací manželů Ottavia a Rosity Missoni, zakladatelů ready-to-wear domu, jde hned napoprvé cítit komfort. Jejich značka byla založena sice v roce 1953, ale až 60. a 70. léta zažila zlatou érou úspěchu. Je postavena na silném rodinném poutu, barvě a pleteném zboží, při kterém využívali rašlového pletacího stroje, který jim vytvářel pomocí tisíce přízí pro ně tak typické cik-cak a jiné geometrické vzory<sup>34</sup>. Oblečení je díky tomu jednoznačné. Tímto způsobem vznikaly a stále vznikají, dnes pod vedením Angely Missoni, kabáty, šaty, svetry a další. Byla to dost možná jimi používaná expresivní paleta barev inspirována hudbou<sup>35</sup>, která vedla k utvoření kdysi původního názvu značky, Maglificio Jolly<sup>36</sup> (Joker Knitwear).



Obr.č.5 Rašlový pletací stroj rodiny Missoni<sup>37</sup>

## 1.3 70. léta-léta útlumu

Itálii zasáhly teroristické útoky a společenské nepokoje, které dnes známe jako doba „Olověných let“, odvozené od častých pouličních přestřelek. Dosavadní barevnost a nošení drahých značek z ulic téměř vymizela a nahradila ji střídmost a vytríbenost. Tato skutečnost byla podnícena všudypřítomným strachem a neutrální barvy byly bezpečnou volbou, jak pro

---

<sup>34</sup> Stanfill, 2014

<sup>35</sup> The Faisean: Art, Fashion and Family: Remembering Ottavio Missoni [online]. 2021 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://thefaisean.com/2021/02/12/art-fashion-and-family-remembering-ottavio-missoni/>

<sup>36</sup> YOTKA, Steff. Vogue: 5 Things You Didn't Know About Missoni [online]. 2016 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/article/missoni-history-5-unknown-facts>

<sup>37</sup> The Faisean: Art, Fashion and Family: Remembering Ottavio Missoni [online]. 2021 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://thefaisean.com/2021/02/12/art-fashion-and-family-remembering-ottavio-missoni/>

své bezpečí nevybočovat z řady<sup>38</sup>. Haute couture, oproti ready-to-wear, spí hlubokým spánkem<sup>39</sup>.

Celý svět módy je, na rozdíl od výbušných „šedesátek“, umírněný a k velkému množství módních výstřelků a revolucí zde nedošlo. Místo toho jsou tato léta charakteristická pestrou paletou stylů z uplynulých let. Na povrch se dostávají inspirace z 30. i 50. let, čímž poprvé v historii vzniká pojem „vintage“<sup>40</sup>. Objevují se bazarové i vojenské typy oděvů, které se kombinují s aktuálními tendencemi v odívání. Je rozšířen denim ve všech variantách. Džíny do boků, rozšířené, roztrhané, ale i bundy a kabátky<sup>41</sup>.

### 1.3.1 Giorgio Armani-„The power of suit“

Jeho kariérní cesta napříč módou započala v roce 1964, kdy působil v ateliéru Nino Cerruti. Postupem času v roce 1974 zakládá na nabytých znalostech o materiálech vlastní značku<sup>42</sup>. Přichází s myšlenkou, jež je pro tuto skoro monotónní dobu natolik jiná, že se 70. léta rázem stanou mnohem zajímavějšími. Opouští staleté tradice, která tvrdily, že pánské oblečení není možné dělat jinak než za použití těžkých a tuhých tkanin<sup>43</sup> a také odstraňuje z pánských sak vnitřní konstrukci vycpávek a vybírá z lehčích gramážíž textilií. Tímto gestem zjemňuje figuru, od krku nechává ramena volně spadnout, klopy a knoflíky umísťuje níže, než je zvykem. U dámských kolekcí, kam později zaměřil svou pozornost, mu na druhou stranu šlo o stavění silné ženy s dopomocí pánského kostýmu<sup>44</sup>. Ten jí měl naopak dodat v těchto těžkých dobách sebevědomí a sílu. V rozhovoru pro magazín „*The talks*“ zmínil, že samotná představa saka na ženské postavě pochází z jeho dětství, kdy pozoroval svou maminku, s jakou lehkostí a půvabem dokáže nosit právě sako.

Své tvorbě nikdy nepřirazoval pojem androgynní, protože tak nikdy nebyla z jeho strany zamýšlená. Společnost si však tento název vytvořila sama na základě toho, jak jednoduše podobně a nestranně jeho oblečení vypadá.

---

<sup>38</sup> LAURITANO, Jean. Itálie-země módě zaslíbená. ©2015 ČT art. Francie: Slow production

<sup>39</sup> Stanfill, 2014

<sup>40</sup> Albrechtsen, 2014

<sup>41</sup> Máchalová, 2003

<sup>42</sup> Stanfill, 2014

<sup>43</sup> Stanfill, 2014

<sup>44</sup> Tamtéž



Obr.č.6 Dámské a pánské sako Giorgio Armani<sup>45</sup>

Giorgio Armani se na poli módy objevuje už přes pět dekad a během těchto aktivních let plných tvorby elegance spojené s inovativním pohledem na ženský a pánský princip odívání, se z jeho jména stal pojem. Pojem, v jehož stínu ovšem stojí píle, nutná dávka disciplíny a přesvědčení o vlastním konání a rozhodování pro správnou věc<sup>46</sup>.

#### 1.4 80. léta

Říká se, že když se ekonomice daří, v módním průmyslu je to hned vidět díky použití výrazných barev. V tomto období panovala touha mít všeho moc. Moc zábavy, moc peněz na moc značkového oblečení a snad i moc nad celým světem<sup>47</sup>. *V kurzu byla minimalistická móda nepostrádající tlumený erotický náboj.*<sup>48</sup> Emancipované ženy prahnoucí po úspěchu spěchaly ulicemi na zasedání v hranatých kostýmcích, avšak s krátkou sukní, aby pod tou maskulinní fasádou šlo poznat, že se stále jedná o něžnou bytost. Světem se také volným krokem proměňují rozpustilí yuppies. Prototyp mužů, kterým kapsy jejich Versace, či Armani sak překypují nemalým obnosem zelených papírků a nevidí problémy je utrácet tím nejvíce nepotřebným způsobem vůbec<sup>49</sup>. Byla to doba, kdy je oděv povýšen na symbol úspěchu a majetku, v jistém smyslu i zbytečného nadbytku<sup>50</sup>.

<sup>45</sup> TASHIJAN, Rachel. GQ: Why '90s Armani Looks So Good Now [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.gq.com/story/vintage-armani-looks-so-cool>

<sup>46</sup> The talks: GiorgioArmani: We all need to step up [online]. [cit. 2021-8-7]. Dostupné z: <https://the-talks.com/interview/giorgio-armani/>

<sup>47</sup> Máchalová, 2003

<sup>48</sup> MÁCHALOVÁ, Jana. Móda 20. století. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2003, 229 s. Dějiny odívání. ISBN 8071065870.

<sup>49</sup> Máchalová, 2003

<sup>50</sup> Stanfill, 2014

V Itálii byla móda ovlivněna designem, blíže designérem a architektem Ettorem Sottsassem, který tvořil ve stylu vlastního směru s názvem Memphis<sup>51</sup>. Ten se vyznačoval kombinací art-deca a pop-artu, geometrií i volným tvaroslovím ve spojení se sladkými barvami i černou obtahovou linkou<sup>52</sup>.

Styl osmého desetiletí v módě je jeden z nejvýraznějších, který si lidé nemohou zaměnit s jiným.

#### 1.4.1 Franco Moschino

Moschino byl od prvopočátku designérem, který z “nudné“ přehlídky kolekce dokázal sestavit velkolepou show. Kdo byl na ni pozván, neměl šanci se nudit. Všude hýřící humor, nadsázka, uvolnění. Návrhář byl často lidmi z novinářské branže označován za módního *enfant terrible*<sup>53</sup>, což ve volném překladu z francouzštiny představuje člověka, který vystupuje z řad a dělá vše proto, aby šokoval nebo pobouřil.

Po vystudování Akademie delle Belle Arti v Miláně pracoval jako ilustrátor pro Gianniho Versace, který ho později povzbudil k založení vlastní kariéry módního designéra. Základní kámen vlastního ateliéru tedy položil tři roky po překlenutí 80.let. Velmi silně vnímal vliv módy na člověka, který mnohdy byl negativní z té stránky, že je móda povrchní a mezi lidmi působí jen jako přetvářka<sup>54</sup>.



<sup>51</sup> Albrechtsen, 2014

<sup>52</sup> Tamtéž

<sup>53</sup> CHAVEZ, Gabriel. L'official: Franco Moschino, a Fashion Radical [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.lofficielusa.com/fashion/franco-moschino-fashion-radical-designer-jeremy-scott>

<sup>54</sup> Tamtéž

Obr.č.7 Moschino šaty z kolekce SS/94 skládající se ze sukně z pytlů do koše a tílka s nápisem „Dobrý vkus neexistuje“. Jeden z příkladů tvorby plné ironie, výsměchu, provokace.<sup>55</sup>

#### 1.4.2 Gianni Versace

Začínal jako italský stylistu u ready-to-wear značek jako Callaghan<sup>56</sup>. Svou první kolekci pod svým jménem zveřejnil v roce 1978<sup>57</sup>. To, co ho vystihuje jsou divoké vzory, ale i střídme černě, zlato a kůže na kůži. Jeho kreace byly odvážné, smyslné a ze všeho nejvíce, ženské. Úspěch rodinné firmy netkvěl jen v jeho talentu, ale i v kooperaci mezi jeho starším bratrem Santem a sestrou Donatellou, která mu byla inspirací k tvorbě<sup>58</sup>. Inspirace vycházela z byzantského umění, antiky, baroka i moderního rock'n'rolu a uměleckého stylu pop-art<sup>59</sup>.

*Gianni byl jedním z nejvíce rafinovaných interpretů italského textilu během této doby.*<sup>60</sup> S velkou pečlivostí vybíral materiály pro kolekce a také hlavně spolupracoval s širokou škálou italských podniků, které mu tyto exkluzivní látky nejvyšší kvality poskytovaly. Hedvábí z Como, žakáry od firem Faliaro Sarti, Fila a další<sup>61</sup>. *Nejenže své dodavatele povzbuzoval k experimentování s novými kombinacemi prestižních přízí a neobvyklých materiálů*<sup>62</sup>, ale také potisků, které vycházely z umění Andyho Warhola a Delaunaye Roberta. Další významnou spoluprací navázal s německou řemeslnou dílnou, se kterou vynalezl nový splývavý materiál Oroton, sestavený z kovových plíšků<sup>63</sup>.

---

<sup>55</sup> Vogue: spring 1994 ready-to-wear [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1994-ready-to-wear/moschino>

<sup>56</sup> STANFILL, Sonnet, ed. The glamour of italian fashion since 1945. London: V&A Publishing, 2014. ISBN 9781851778171

<sup>57</sup> MEDA, Margherita. L'officiel: Gianni Versace: his story [online]. 2020 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://lofficielbaltics.com/en/lhommes/gianni-versace-his-story>

<sup>58</sup> Lauritano, Jean. Itálie-země módy zaslíbená. ©2015 ČT art. Francie: Slow production

<sup>59</sup> MEDA, Margherita. L'officiel: Gianni Versace: his story [online]. 2020 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://lofficielbaltics.com/en/lhommes/gianni-versace-his-story>

<sup>60</sup> STANFILL, Sonnet, ed. The glamour of italian fashion since 1945. London: V&A Publishing, 2014. ISBN 9781851778171

<sup>61</sup> Stanfill, 2014

<sup>62</sup> Tamtéž

<sup>63</sup> Stanfill, 2014



Obr. č. 8 Orotan koktejlové šaty Versace, kolekce jaro/léto 1994<sup>64</sup>

Byl návrhářem, který využil světových modelek, jako Naomi Campbell, Claudie Schiffer, či tmavovlasé Heleny Christensen s elektrizujícím pohledem, k vytvoření fenoménu topmodelky, ženy 80.let<sup>65</sup>.

Mimo tvorbu dámských kolekcí, byl také tvůrcem pánské tvorby. Oproti Armanimu byl ovšem okázalejší, drzejší a zdůrazňoval sexy maskulinitu požíváním černé kůže a kovových cvoků a jiných ozdob. Stejně jako u dámských modelů.

### 1.4.3 Prada- „Ugly chic“

V roce 1978 převzala vedení rodinné firmy s doplňkovým zbožím, kterou založil její dědeček ještě před tím, než zemí otrásla první světová válka. Tehdy dům nabízel doplňkové kožené zboží<sup>66</sup>. Miuccia v rozporu s jinými návrháři, kteří od mala snili o vlastní cestě designem, měla v hlavě více herectví a politické vědy. Od začátku kariéry proto bylo jasné, že její úmysly budou zacházet i do témat sociálních, nejen do otázek vzhledu.<sup>67</sup>

<sup>64</sup> Victoria and Albert Museum: Cocktail dress, Spring-Summer 1994, Versace, silver-tone Orotan [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <http://www.vam.ac.uk/content/articles/g/gianni-versace/>

<sup>65</sup> Lauritano, Jean. Itálie-země módě zaslíbená. ©2015 ČT art. Francie: Slow production

<sup>66</sup> The business of fashion: Miuccia Prada [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.businessoffashion.com/community/people/miuccia-prada>

<sup>67</sup> Tamtéž



Prada je dnes vlajkovou lodí veřejně kótované skupiny Prada, která zahrnuje Miu Miu a obuváře Church's a Car Shoe.<sup>68</sup> Rok, kterým si začala budovat jméno byl 1985, kdy se na trhu objevily černé nylonové kabelky s trojúhelníkovým logem domu. Byl to v řadě už druhý pokus využít netradičního odolného materiálu, ze kterého byly nejvíce vyráběny armádní stany. Poprvé se o slávu kabelek pokusila v roce 1979, ale bez valného úspěchu<sup>69</sup>. Nylon pro ni byl a dosud je inovativním přístupem ke klasické kožené alternativě, jaká tehdy byla populární u konkurenčních „dierek, chanelek“ a jiných<sup>70</sup>. Jak praví sama Miuccia Prada: „Najednou mi nylon začal připadat více fascinující než couture tkaniny.“<sup>71</sup> Dodnes je tímto minimalisticky vyhlížejícím materiálem „posedlá“ a stal se pro značku typickým prvkem, ze kterého vychází ve svých dalších oděvních a doplňkových řadách.

Tím, čím se vždy odlišovala od vrstevníků, návrhářů bylo její nerespektování povrchního předpokladu se líbit. Veřejnost, která byla už v té době zhýčkaná sexy představou konkurenčních značek byla na prvotních Prada přehlídkách spíše zaskočena nevýraznými, minimalistickými modely<sup>72</sup>. Intelektuálka a feministka jejího postavení ovlivňující módní trendy ale vždy chtěla myslet za sebe, tvořit podle sebe. *Čisté, jednoduché linie a tlumené základní barvy byly v kontrastu s „tišší“ barevností spárovány s luxusními tkaninami a vynikajícím krejčovstvím.*<sup>73</sup> Upřímnost k sobě samé, přirozenost a nenápadnost zajímavých detailů ready-to-wear kolekci tvoří obrázek značky, kterou Miuccia Prada budovala pro svou osobu inteligentní, sebevědomé, ženy s kariérou, která je odhodlaná dokázat velké věci.<sup>74</sup>

---

<sup>68</sup> Tamtéž

<sup>69</sup> NOLEN, Jeannette L. Britannica: Miuccia Prada Italian fashion designer [online]. 2021 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/biography/Miuccia-Prada>

<sup>70</sup> Tamtéž

<sup>71</sup> <https://www.pradagroup.com/en/perspectives/stories/sezione-know-how/prada-nylon.html>

<sup>72</sup> NOLEN, Jeannette L. Britannica: Miuccia Prada Italian fashion designer [online]. 2021 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/biography/Miuccia-Prada>

<sup>73</sup> Tamtéž

<sup>74</sup> Tamtéž

Obr. č.9 Prada FW 1988<sup>75</sup>

#### 1.4.4 Gianfranco Ferré

Z jeho prací lze cítit dokonalou vytříbenost a cit pro tvarová řešení. Za tímto faktem stojí jeho studie architektury, která ho naučila přesnosti a preciznosti. Během svých studijních let si začal vydělávat navrhováním a vyráběním opasků<sup>76</sup> a tehdy přičichl k práci, jež jednou zasvětil svůj život. Začínal s navrhováním nábytku, šperků a postupně si vyšlapával cestu přes spolupráce například s Walterem Albinim nebo Francem Mattiolim<sup>77</sup> až k domu Christiana Diora. U něj doposud tvořila jména jen francouzských umělců a Ferré jako první návrhář-cizinec, předváděl od let 1989 až 1997<sup>78</sup>, že i kromě dámských a pánských ready-to-wear kolekcí dokáže zformovat haute couture řadu stejně dobře a připraveně jako kdyby mu bylo tohle odvětví vlastní<sup>79</sup>. Gianfranco do své úspěšné kariéry vložil viditelnou část svého čistého architektonického i maximalistického teatrálního já, které se projevovalo i v mnoha variacích slavných bílých košil.

<sup>75</sup> In: Prada: FW 1988 womenswear [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.prada.com/be/en/pradasphere/fashion-shows/1988/fw-womenswear.html?page=7>

<sup>76</sup> DUDBRIDGE, Saxony, ©2021. Gianfranco Ferré. In: Catwalk yourself [online]. [cit. 2021-8-7]. Dostupné z: <http://www.catwalkyourself.com/fashion-biographies/gianfranco-ferre-biography/>

<sup>77</sup> Tamtéž

<sup>78</sup> Stanfill

<sup>79</sup> Tamtéž



Obr.č.10 Košile Gianfranco Ferré, podzim/zima 1991<sup>80</sup>

#### 1.4.5 Dolce& Gabbana

Svou první kolekci představili až ke konci dekády roku 1986. Jednalo se o kolekci určenou pro ženy. Zanedlouho od čtyři roky později ji doprovázela i pánská kolekce<sup>81</sup>. Dvojice návrhářů Domenico Dolce a Stefano Gabbana tvoří podle předlohy staré idylické Itálie a jejího ostrova Sicílie. Mafiánské rodiny, církevní hodnostáři a nádech smyslnosti mladých vdov s postavou přesýpacích hodin<sup>82</sup> Tyto tematické okruhy pak převádí do svých kolekcí, které dále prezentují na fotografiích navozujících onu temperamentní živou italskou atmosféru.

### 1.5 90. léta

Móda se v tomto období stává více prodejnou díky reklamám módních domů a čím dál se rozšiřující produkci módních doplňků. Eklektismus, který se kupil už v předchozích dekádách pokračoval dál do světa, *ve kterém už nebylo stopy po jediném jasném srozumitelném směru.*<sup>83</sup> Také díky výrobcům textilií už byla móda na takové technologické úrovni, že se jen stěží dokázalo po hmatu rozeznat přírodní materiál od syntetického. *Barevná škála se zúžila na neutrální a černé odstíny a pozornost byla zaměřena na kvalitu materiálu než na originalitě látky.*<sup>84</sup> Móda s příchodem japonských návrhářů značně měnila

<sup>80</sup> STANFILL, Sonnet, ed. The glamour of italian fashion since 1945. London: V&A Publishing, 2014. ISBN 9781851778171

<sup>81</sup> Tamtéž

<sup>82</sup> Máchalová, 2003

<sup>83</sup> MÁCHALOVÁ, Jana. Móda 20. století. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2003, 229 s. Dějiny odívání. ISBN 8071065870.

<sup>84</sup> STANFILL, Sonnet, ed. The glamour of italian fashion since 1945. London: V&A Publishing, 2014. ISBN 9781851778171

svůj vzhled. Italská móda, která dosud byla plná radostného exhibicionismu pochopila, že je potřeba se adaptovat na stálou, barevně uklidněnou a sofistikovanou podobu odívání<sup>85</sup>. v 90. letech se také začíná otevírat téma ekologického přístupu v oděvním prostředí.

### 1.5.1 Tom Ford a Gucci

Dům se skoro stoletou tradicí koženého zboží byla v 90. letech na pokraji bankrotu, než se objevil ambiciózní americký návrhář, Tom Ford<sup>86</sup>. Díky jeho zběhlosti v oblasti reklamy a marketingu, přesně věděl, jak obnovit zašlou slávu této značky, kterou měl dalších čtrnáct let vést jako umělecký ředitel. Znal dobře historii domu a jeho artiklů a k dosažení cíle, aby byl Gucci opět chtěným a viditelným hráčem v poli, potřeboval zapátrat po pár ikonických kouscích značky, které by vyvolaly vzpomínky na tehdejší luxusní život a poté je znovu uvést na trh<sup>87</sup>. Tom Ford byl pro Gucci jako čerstvý závan svěžího vzduchu do zaprášené místnosti. Jeho smělost, drzost a erotická provokace zajistila značce popularitu, která byla za potřebí, aby se předešlo jejímu zániku.

### 1.5.2 Marni

Consuelo Castiglioni zakládala svou značku na neformální ready-to-wear myšlence. Typická estetika značky je podivná, však ženská, zábavná a plná nebojácného kloubení vinatge potisků<sup>88</sup>. Cesta k samostatné módní kariéře razila přes podnik s kožešinou Ciwi Furs, která mimo jiné zásobovala Pradu, Fendi, či Moschino svým zbožím<sup>89</sup>. První přehlídku předvedla právě pod záštitou této firmy, která patřila jejímu manželi, Gianni Castiglioniemu a utržila svůj první úspěch návrhářky díky zajímavé práci s tímto materiálem<sup>90</sup>. Důležitým detailem používaný bývalou kreativní návrhářkou byla její „mix and match“ práce s materiály. Dnes módní dům vede Francesco Risso<sup>91</sup>

---

<sup>85</sup> Stanfill, 2014

<sup>86</sup> Tamtéž

<sup>87</sup> Tamtéž

<sup>88</sup> FMD - The Fashion Model Directory: Marni [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.fashionmodeldirectory.com/brands/marni/>

<sup>89</sup> Stanfill, 2014

<sup>90</sup> Jones, 2008

<sup>91</sup> RICHARDSON, Marc. Grailed: Marni's Secrets to Success [online]. 2021 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.grailed.com/drycleanonly/marni-fashion-brand-history>

## 1.6 Současnost-Made in Italy?

Původní zakladatelé značek odchází a nahrazují je noví a mladí návrháři, kteří rozvíjí danou značku dál. Móda je hlavně o reklamě, kterou zprostředkují celebrity, filmy a z větší části je o prodeji vedlejších produktů jako jsou parfémy, doplňky. Značky expandují do vzdálených kontinentů, kde také probíhá výroba oblečení a módní domy, které si kdysi zakládaly na myšlence „Made in Italy“- „Vytvořeno v Itálii“, ztrácí svůj smysl. S rychle stoupající globalizací se část výroby přesunuje do zemí, kde je výroba levnější, podmínky na práci horší a výdělky z práce drasticky nižší. Fast fashion. K problému výroby oděvů italských značek například v Asii nebo ve státech Jižní Ameriky se návrháři jako Prada veřejně přiznává kolekcí Made In... z roku 2010<sup>92</sup>. V kolekci se nacházejí modely se štítkem značky, pod kterou je vyznačeno i místo výroby. Namísto „Vyrobeno v Itálii“ na visačce stojí „Vyrobeno v Peru“ nebo Indii. Podobného přiznání se ale dopustil i v 80. letech módní dům Etro s kolekcí názvu Indo-n-Asia.<sup>93</sup>

V současnosti se také značky zamýšlí nad tím, jak nezatěžovat planetu přílišným používáním syntetických materiálů, barvením, či dalšími způsoby ubližováním naší planetě. Díky dnešním novým objevům v oblasti technologie výroby a vynalézáním uměle dopěstovaných, rozložitelných, či jinak etických vláken, je vidět pomalý pokrok kupředu. S vědomím toho, že je dnes módní průmysl jeden z nešpinavějších, tak přistupují nejen módní řetězce, ale i sami návrháři velkých domů. Je to i jejich povinnost. Nejen povinnost z pohledu umělce, ale hlavně z morální stránky věci, že mu svět není lhostejný. Móda se stala celosvětově řešeným a tématem světa. Na druhou stranu tam, kde je problém, tam je i řešení, a tak se návrháři snaží nacházet východiska a možnosti, jak planetě ulevit. I když ho každý řeší po svém, hlavní myšlenku sdílí všichni stejnou, a to je dnes známý pojem „udržitelnost“, která se mění z hnutí na přirozený standard<sup>94</sup>. Příkladem takového kreativního myšlení je například materiál, pocházející z ostrova Sicílie, kde vzniklo vlákno z plodu citrusu a jako první jej použil Mario Trimarchi, stojící za značkou Salvatore Ferragamo. Dalším příkladem je také recyklování rybářských sítí pro výrobu nylonu, pocházející z Trentina<sup>95</sup> nebo firma Brugnoli

---

<sup>92</sup> Stanfill, 2014

<sup>93</sup> Tamtéž

<sup>94</sup> Welum: ECO-SUSTAINABLE FASHION MADE IN ITALY: forward-thinking designers [online]. 2018 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://welum.com/article/eco-sustainable-fashion-made-italy/>

<sup>95</sup> Financial times: Sustainable fashion: A look at the latest Italian trends [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.ft.com/partnercontent/embassy-of-italy-in-the-uk/sustainable-fashion-a-look-at-the-latest-italian-trends.html>

vyrábějící polyamidové vlákno z přírodních polymerů, v daném případě z ricinového oleje.<sup>96</sup>

### 1.6.1 Fausto Puglisi

Puglisi je současný italský návrhář, těšící se stále větší popularitě. Tato skutečnost lze vidět na červených koberecích společenských akcí, či na koncertech slavných interpretů jako je Madonna. Do své práce vkládá svůj sicilský původ a propojuje ho spolu s fascinací kulturou západního světa. Jako věrný vlastenec dbá na tradice kvalitních řemeslníků po celé Itálii, proto jeho tvorba spadá mezi tu, která je vždy zrozena právě na tomto místě<sup>97</sup>. Jako mnoho dnešních návrhářů si je vědom důležitosti upřímnosti, pravdivosti a kvality zpracování.

Jeho návrhy jsou drzé, sexy, nápadné. Podobně jako u Versaceho jeho tvorba přetéká nepřehlédnutelným odhalováním kůže, veselými barevnými kombinacemi a zlatými ozdobami. V roce 2010 nastal velký zlom v kariéře. Díky dvojici Dolce&Gabbana, kteří si všimli jeho neotřelých návrhů, mu byla poskytnuta možnost vystavit své oblečení v jejich kamenném obchodě v hlavním městě a dosud neznámý návrhář nabyt nenadálé slávy<sup>98</sup>. Jeho až nespoutaný styl tvorby je natolik kompatibilní s módním domem Roberto Cavalli, že v této instituci aktuálně působí jako kreativní ředitel.



Obr.č.11 Fausto Puglisi, kolekce podzim 2013 ready-to-wear<sup>99</sup>, obr. č. 12 Fausto Puglisi pro Roberto Cavalli, Ready-to-wear podzim 2021<sup>100</sup>

<sup>96</sup> COUTELAN, Marina. Fashion Manager For The Sart Creation Project at Première Vision. In: Smart Creation, the podcast. Episode 9 [podcast]. 2019 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.premierevision.com/en/magazine/smart-creation-the-podcast-episode-9/>

<sup>97</sup> Italian Fashion: Fausto Puglisi. In: Youtube [online]. 13.9.2019 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=p9cAygRVbyM>

<sup>98</sup> REUTERS. Fashion network: Designer to the stars Fausto Puglisi aims out of this world [online]. Milan, 2014 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.fashionnetwork.com/news/Designer-to-the-stars-fausto-puglisi-aims-out-of-this-world,387403.html>

<sup>99</sup> FIOR, Filippo. In: Vogue: Fausto Puglisi Fall 2013 Ready-to-Wear [online]. 2013 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2013-ready-to-wear/fausto-puglisi>

<sup>100</sup> VADUKUL, Max. In: Vogue: Roberto Cavalli: fall 2021 ready-to-wear [online]. 2021 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-ready-to-wear/roberto-cavalli>

## 2 MÓDA A FILM

Dvojice, která tvoří nerozdělitelné pouto a za tímto poutem stojí návrhář s hercem. Známe nespočet spoluprací těchto dvou profesí, které se často vyvinuly v přátelské vztahy mimo natáčení. Hubert de Givanchy a Audrey Hepburn, Yves Saint Laurent a Catherine Deneuve, Giorgio Armani a idol 80. let, Richard Geere.

Vedle sestavení scény, interiéru a masky jsou kostýmy dalším důležitým prvkem, který nás ovlivňuje. Samozřejmě. Módní návrháři a kostýmní výtvarníci ve filmech a seriálech přibližují divákovi charakter postav a tím napomáhají utvářet celistvý dojem z toho, co vidí. Když se nám líbí oblečení, které má zrovna herec, či herečka v dané scéně na sobě, upoutají tím naši pozornost a mnozí z nás pocítí potřebu, nebo záchvěv chtění vlastnit podobný kus oblečení, jaké se jim právě mihne před obličejem. Není pochyb o tom, že angažování módních domů ve filmu funguje jako jedna z možností product placementu, ale pravá hodnota tkví ve společném umu vyprávět příběhy<sup>101</sup>.

U procesu tvorby kostýmů se také naskýtají dvě myšlenky. Zda se filmoví tvůrci kostýmů inspirují všedním životem a jeho oděvem, nebo či kostyméři záměrně vytváří podobu člověka, která má ovlivňovat diváka, aby se opičil po hercích a jejich modely<sup>102</sup>

### 2.1 Itálie a Hollywood

S poválečným znovuzrozením italské módy vzele s novými úspěšnými tvářemi a jejich propagací v zahraničí byl stát na Apeninském poloostrově náhle atraktivním místem, kam se vydat, byť jen na pár dní. Itálie nabízela vynikající prostředí pro dovolené, důležité obchodní cesty a také i pro natáčení slavných filmů. Režiséři filmů jako Prázdniny v Římě (1953) od Williama Wyllera, Federico Fellini se svým Sladkým životem (1960), či Pietro Germi a jeho Rozvod po italsku (1961) nejen, že těmito snímky ukázali historická místa a krásy země, ale také do svých celovečerních dramát a romantických komedií angažovali právě italské módní domy, které šatily obsazené herce a herečky. Kdo by neznal slavnou scénu Marcella Mastroianiho a vlnadné blondýny Anity Ekberg? Oba zmáčení vodou ve Fontáně di Trevi a oděni italskými návrháři jako Piero Gherardi a sesterským triem Sorelle Fontana.

---

<sup>101</sup> FRENCH, Greg. I-D: exploring the relationship between fashion and the silver screen [online]. 2015 [cit. 2021-8-7]. Dostupné z: [https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/qvbwmq/exploring-the-relationship-between-fashion-and-the-silver-screen](https://i-d.vice.com/en_uk/article/qvbwmq/exploring-the-relationship-between-fashion-and-the-silver-screen)

<sup>102</sup> Dorfler, 2008

## 2.2 „Hollywood na Tibeře“

Název, který v sobě ukrývá přímou asociaci Říma s řekou, jím protékající. Byla to zlatá éra filmu 50. a 60. léta 20. století<sup>103</sup>. Řím byl tehdy poutavým městem umění, historie a samozřejmě módy, které přitahovalo americké filmové společnosti točit filmy právě tady. „*Filmy byly v podstatě komentářem k současnému stavu italské společnosti a kultury, která prosila o umělecké odbytí a něco odlehčujícího, aby zmírnilo zármutek, který všichni cítili v důsledku války.*“<sup>104</sup>.

### 2.2.1 Sorelle Fontana

Zoe, Micol a Giovanna. Sesterské trio švadlen, které svůj salón velkolepých šatů otevřely v roce 1943<sup>105</sup>.

Díky kontaktům Itálie se Spojenými státy, a tedy i Hollywoodem byly jedny z mnoha italských ateliérů, které se podílely na tvoření kostýmů. Filmy ve sluncem prohrátém Římě, se našly mezi jejich klientelou dámy stříbrného plátna jako Audrey Hepburn, Elizabeth Taylor<sup>106</sup>. Mimo jiné, že spolupracovaly s filmovým štábem na vytváření kostýmů, tak také zůstaly v kontaktu s herečkami, které později využívaly jejich služby pro osobní garderobu. Ava Gardner, která ztvárnila roli tanečnice Marie ve filmu „*The barefoot Contessa*“ byla jejich hlavní múzou a přítelkyní. Nejde opomenout slavné černé šaty herečky Anity Ekberg ve snímku *Sladký život*, které však byly původně ušity pro Avu. Jejich tvorba byla zaměřena na večerní róby s komplikovanou výšivkou.<sup>107</sup>

---

<sup>103</sup> Wikipedie: Hollywood on the Tiber. Dostupné také z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Hollywood\\_on\\_the\\_Tiber](https://en.wikipedia.org/wiki/Hollywood_on_the_Tiber)

<sup>104</sup> Their films were essentially a commentary about the current state of Italian society and culture, which was begging for an artistic outlet and something more lighthearted to ease the grief everyone was feeling as a result of the war. ([Italian Fashion Throughout the Years - History of Italian Fashion \(crfashionbook.com\)](http://www.crfashionbook.com))

<sup>105</sup> Stanfill, 2014

<sup>106</sup> Stanfill, 2014

<sup>107</sup> Tamtéž





Obr.č.13 Herečka Ava Gardner v šatech od Sorelle Fontana<sup>108</sup>

### 2.2.2 Fernanda Gattinoni

Před tím, než se stala výraznou kostymérkou a návrhářkou, pracovala Gattinoni v Londýně jako sekretářka. Netrvalo ale dlouho a ve 30. letech 20. století se vrátila do Itálie, kde začala budovat svou kariéru v ateliéru Ventura. *Byla proslulá obojím, jemnou drapérií a precizní krejčovinou*<sup>109</sup>. Jako většina návrhářů těsně po válce se především inspirovala módou z Francie a Londýna, od kterého čerpala pro denní oděvy šité na míru. Gattinoni se podílela na vytváření kostýmů k filmu *Vojna a Mír* (1956) a to přímo pro tehdy nejslavnější protagonistku hollywoodských filmů, Audrey Hepburn.<sup>110</sup>



Obr.č.14 Šaty z filmu *Vojna a mír*<sup>111</sup>

<sup>108</sup> STANFILL, Sonnet, ed. *The glamour of italian fashion since 1945*. London: V&A Publishing, 2014. ISBN 9781851778171

<sup>109</sup> Tamtéž

<sup>110</sup> Tamtéž

<sup>111</sup> *Eventi culturali: Gattinoni vola al Victoria & Albert Museum con la mostra The Glamour of Italian Fashion (1945- 2014)* [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.eventiculturalimagazine.com/archivio-articoli/gattinoni-vola-al-victoria-albert-museum-con-la-mostra-the-glamour-of-italian-fashion-1945-2014/>

### 2.3 Elsa Schiaparelli

Elsa Schiaparelli byla módní návrhářkou, která do oděvu vkládala velkou část umělecké teatrálnosti. Známa pro své surrealistické spolupráce s umělci jako Salvator Dalí, Leonor Fini, či Man Ray, se kterými se setkala při svém pobytu ve Spojených státech. Opovrhovala konvencemi „normálního“ způsobu tvoření oděvu, a tak jak se surrealisté vysmívali pojmu „dobré umění“, Elsa zesměšňovala termín „dobrý vkus“<sup>112</sup>. Její kreativita, nepostrádala vtip, jak lze vidět na pojetí pokrývky hlavy ve tvaru boty nebo opasek, který je spojován dvěma navzájem se držícíma rukama. Díky těmto kouskům nepostrádající nadsázku a fantazii dokázala v dobách, kdy se Evropa propadala do válečných depresí, vytvořit úsměv na tvářích nejen klientům, ale pravděpodobně i sobě.



Obr.č.15 Opasek Schiaparelli 1934<sup>113</sup>

Byla nevyčerpatelnou studnicí nápadů, což se projevilo ve vytváření kostýmů do hollywoodských, francouzských a britských filmových studií<sup>114</sup>. Patřila mezi oblíbené kostýmní výtvarnice a na kontě měla skoro tři desítky součinností se stříbrným plátnem. Nejznámější spoluprací se stala s herečkou Mae West ve snímku „Každý den jsou prázdniny“ (1937)<sup>115</sup> kterou není možno přehlédnout pérových kloboukem enormní velikosti, charakterizující výstřednost její tvorby.

---

<sup>112</sup> MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2003, 229 s. Dějiny odívání. ISBN 8071065870.

<sup>113</sup> In: The MET: Evening belt [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/155919>

<sup>114</sup> COOK, Pam. *Fashion into film: Shocking truth: Elsa Schiaparelli and British cinema* [online]. 2011 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://fashionintofilm.wordpress.com/2011/07/25/shocking-truth-elsa-schiaparelli-and-british-cinema/>

<sup>115</sup> Stanfill, 2014



Obr.č.16 Mae West v kostýmním kompletu Elsy Schiaparelli<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> STANFILL, Sonnet, ed. The glamour of italian fashion since 1945. London: V&A Publishing, 2014. ISBN 9781851778171

### 3 PÁNSKÁ MÓDA

Není ani o píď méně důležitá než móda dámská. Ani by neměla být, ačkoliv se v průběhu devatenáctého století se na úkor ženy podřídila, kvůli společensky smyšlené roli pouhého ochránce a doprovodu<sup>117</sup>. Barevnost, přepych a kreativitu oděvu přenechal partnerce a jemu byla přisouzena doplňující černobílá uniforma, která se schovávala za pojem elegance. Naštěstí však doba pokročila o století později se začaly dít postupné nápravy pánského společenského vzhledu<sup>118</sup>.

Na chvíli se v historii vrátíme zpět k začátkům italské módy a panu Battistu Giorginimu, V roce 1952 pozval italskou firmu Brioni na onu módní událost v Sala Bianca, kde i muži byli součástí přehlídkového mola.<sup>119</sup> Sice stále jako doprovod pro modelky v róbách, ale důležité je, že byli oděni v kvalitních oblecích italské značky.



Obr.č.17 Model předvádějící Brioni oblek<sup>120</sup>

*„Pokud žena nemůže mít nikdy dost kabelek, potom ani žádný muž nemůže mít dost obleků“<sup>121</sup>.*

Je skoro až logické, představovat si Italy v oblecích, nemluvě o dlouholeté tradici rodinných krejčovských firem. Itálie spolu s Velkou Británií je domovem pro pánskou krejčovinu. Na rozdíl od vlhkého podnebí, které panuje nad britskými ostrovy, je Itálie uvolněnější<sup>122</sup>. Angličan chce vypadat správně, Ital zase elegantně<sup>123</sup>.

---

<sup>117</sup> Ceccarelli, 2018

<sup>118</sup> Tamtéž

<sup>119</sup> Stanfill, 2014

<sup>120</sup> Brioni: Brand Story of Brioni [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://uomogroup.com/brioni-brand-story/>

<sup>121</sup> Přeloženo z angličtiny: „If a woman can never have enough handbags, no man can ever gave enough suits“ (Italian Style: Fashion since 1945)

<sup>122</sup> Stanfill, 2014

<sup>123</sup> Ceccarelli, 2018

Ve dvacátém století se dostala na výsluní Neapolská škola, která se velmi lišila od anglické<sup>124</sup>. Místo těžkých vlněných obleků tmavších odstínů, které přesně definují postavu nositele, Italové upřednostňují lehčí verze vlny a tkanin a paleta barev se pohybuje od sytých výrazných barev až po ty světlé pastelové<sup>125</sup>. Mezi nejznámější krejčovské domy patří například firmy Caraceni a Campagna v Miláně, Rubinacci a Kiton v Neapoli<sup>126</sup>.

### 3.1 Sever proti jihu

Člověk by se domníval, že v jedné zemi existuje jen jeden střih obleku, avšak v Itálii je viditelný rozdíl mezi severní a jižní částí země. Sice se shodují na tom, že sako je pánský oděv *par excellence*, ale každá škola má svůj vlastní styl<sup>127</sup>.

Pánská móda severu, jehož centrem módy je Milán, se vyznačuje přísnějším, elegantnějším přístupem, kterým se podobá Anglii. V počátcích totiž byla inspirací italským domům pánské krejčoviny. Podle jejich vzoru si zakládá na optickém zeštíhlení postavy, od špičatých ramen přes definovaný hrudník po úzký pas. Barevná paleta je omezena na tmavší modře a šedi. Jižní Florencie a Neapol jsou na druhou stranu ohňostrojem barev a vzorů a přizpůsobeno ke slunečnému počasí. Ramena jsou oválná, protože neobsahují hutné vycpávky a tělo často nepodšité<sup>128</sup>.

### 3.2 Sprezzatura

Název vznikl v roce 1528 pod rukama lombardského diplomata a spisovatele Baldesara Castiglioneho. O Sprezzatuře se zmínil v knize „Dvořan“. Jde o pojem, který jde ruku v ruce s pánským stylem odívání. Jde o filozofii perfektního chování a odívání s naprostou přirozeností bez známky jakékoli námahy jedince. O co muž usiluje je přirozenost, nonšalance, styl. Opakem sprezzatury je affectazione-afektovanost, která se lehce pozná např. přebytkem nesmyslných doplňků. Opět se uplatňuje staré moudré slovní spojení „méně je více“<sup>129</sup>.

---

<sup>124</sup> CECCARELLI, Giuseppe. Pánská móda: 20 nadčasových stylových kusů oděvu. Praha: Dobrovský, 2019, 223 s. Kniha Omega. ISBN 9788075851369.

<sup>125</sup> Stanfill, 2014

<sup>126</sup> Ceccarelli, 2018

<sup>127</sup> Stanfill, 2014

<sup>128</sup> Tamtéž

<sup>129</sup> JACOMET, Hugo. The Truth about Sprezzatura. In: Youtube [online]. 2018 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_QG4ITMjWtY&t=117s](https://www.youtube.com/watch?v=_QG4ITMjWtY&t=117s)

### 3.3 Pitti Uomo

Jedná se o veletrh pánské módy a doplňků, konající se dvakrát do roka ve Florencii. Už 60 let se po dobu čtyř dnů mění ulice ve svět bezvadných obleků, výstřednosti, barevných a vzorových kombinací. Tomuto světu vládne tzv. Dandismus. Vláda, která v určitých případech přehnaně klade důraz na vnější vzhled, však stále v mezích stylu. Během této doby módní značky představují své kolekce široké veřejnosti prostřednictvím stánků, přehlídek a instalací. Mezi další sektory Pitti Uomo se řadí Pitti Bimbo, móda pro děti, Pitti Filati, nové materiály a Pitti Frangranze, pařfémy.<sup>130</sup>



Obr.č.18 muži na veletrhu Pitti Uomo<sup>131</sup>

### 3.4 Brioni

Pověst nejlepších obleků získala zanedlouho po svém založení v roce 1945 a byla vysloužena hlavně ručním zpracováním kostýmů, vysokou kvalitou materiálů a zářivější volbou barevnosti, která byla v 50. letech reakcí na temná válečná léta. Zakladatelé značky Nazareno Fonticoli and Gaetano Savini<sup>132</sup>, dobře věděli, že potřebují přinést novou myšlenku pánských obleků a rozhodli se jít proti zajetým konvencím. Proto místo hedvábí, používaného na podšívky ho použili jako vrchní materiál saka<sup>133</sup>. Ateliér existuje dodnes a stále patří mezi vrcholy pánské krejčoviny, známá po celém světě.

<sup>130</sup> Destination Florence: FLORENCE AND FASHION: THE HISTORY OF PITTI UOMO [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.destinationflorence.com/en/blog/42-florence-and-fashion-the-history-of-pitti-uomo>

<sup>131</sup> Manofmany: Pitti Uomo 91: Style Report [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://manofmany.com/fashion/pitti-uomo-91-style-report>

<sup>132</sup> Brioni: History SEVEN DECADES OF ROMAN STYLE [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.brioni.com/en/gb/history>

<sup>133</sup> Stanfill, 2014

### 3.5 Nino Cerruti

Narodil se do rodiny, vlastníci firmu na zpracování vlněných látek, jejíž vznik se datuje rokem 1881. Z látek značky se během začátku 20. století vyráběly vojenské uniformy pro vojáky, bojující v 1. světové válce. Na počátku 50. let však firmu převzal mladý Nino, který podnik s dobrou reputací z dřívějších let povznesl jak do povědomí na celosvětové úrovni, tak se také stále hlásil k domácímu kvalitnímu italskému řemeslu<sup>134</sup>. Nino vytvářel pánské kolekce, které vždy nesly a budou nést punc nestárnoucí klasiky, podpořené filozofií anglického obleku, a neapolské kvality materiálů<sup>135</sup>. To, co dělá Cerrutiho oblek jedním z nejlepších je maximální pečlivost a nepřetržitá péče při produkci luxusního zboží. Také mu je přisuzována nálepka průkopníka Haute couture s konceptem ready-to-wear v průmyslové míře<sup>136</sup>.

Vedle elegantních, přesně střižených sak, bylo jeho angažmá rozšířeno i o sportovní oblečení pro tenisty. Jedním z klientů byl např. Jimmy Connors, reprezentující nejen sebe, ale i jméno Cerruti 1881 na Wimbledonu v roce 1980<sup>137</sup>.

---

<sup>134</sup> Stanfill, 2014

<sup>135</sup> Tamtéž

<sup>136</sup> CORRADO, Alberto. Force one: NINO CERRUTI – INSIDE THE WARDROBE OF A LEGEND [online]. 2017 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <http://www.force-one.net/nino-cerruti-inside-the-wardrobe-of-a-legend/>

<sup>137</sup> Stanfill, 2014

## 4 PROPOJENÍ PÁNSKÉ A DÁMSKÉ MÓDY

Dnešní doba nabízí nesmírnou volnost pro každého ve volbě oblékání. Přestávají existovat hranice mezi pánským a dámským šatníkem a kousky ze svých příhrádek si tomu druhému začínají propůjčovat. Je přirozené si pro ženu obléct si kalhoty se sakem, co má výrazné ramenní vycpávky a mnozí muži se nestydí si místo džinsů „natáhnout“ sukni. Je to hra, svoboda, vyjetí ze stereotypu a jak se v dnešní době doslýcháme z internetových či knižních zdrojů, „šatníková fluidita“ není dokonce neobvyklá věc. Vždyť i ve Starověkém Egyptě a Mezopotámii nosili muži sukně, či tuniky na ramínka. V 19. století se díky Amelii James Bloomer zrodily dámské kalhoty „bloomerky“ a od té doby se postupně stávaly neodmyslitelnou součástí skříně s oblečením. Takové propojení pánského a ženského odívání bylo viditelné i později ve fišismem ovládané Itálii, kdy vznikaly jak odbojové skupiny mužů, tak i žen- „*Donne della Resistenza italiana*“<sup>138</sup> („Ženy odboje“), které si přisvojili módu mužských uniforem, bund i mohutných bot.



Obr.č.19 žena „italského odporu“ Carmen Bisighin v pánské uniformě. Vedle ní byla velmi slavná Ada Gobetti<sup>139</sup>

Ohlédnutí se za historií je mnohdy překvapující i z pohledu odívání. Díky postmodernímu přístupu ke světu, umění i módě, kde neexistují žádné přísné hranice, jde hlavně o užívání si svobody projevu, a to jakéhokoliv.

---

<sup>138</sup> STARA, Pietro. *Vinoestoria: IL CIBO DEI RIBELLI*. In onore di quelle donne e di quegli uomini che hanno combattuto per la giustizia e la libertà. Le nostre. [online]. 2019 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://vinoestoria.wordpress.com/tag/donne-della-resistenza-testimonianze-di-staffette-partigiane-della-pianura-bolognese/>

<sup>139</sup> *Vinoestoria* [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://vinoestoria.wordpress.com/tag/donne-della-resistenza-testimonianze-di-staffette-partigiane-della-pianura-bolognese/>



## 4.1 Walter Albini

Vedle dříve zmíněného Giorgia Armaniho, který se velmi prosadil o propojení muže a ženy v oblasti odívání, Walter Albini byl návrhářem, který se tímto tématem zabýval také. Po svém a stejně dobře jako tvůrce ležérních sak. Dá se říct, že byl renesančním návrhářem, mluvíme-li od všestrannosti, a hlavně pílí při tvorbě. Jako sedmnáctiletý odepřel obyčejný život, ve kterém ho viděli jeho rodiče a rozhodl se jít na Institut umění, designu a módy v italském Turíně. Byl v té době jediným studentem mezi velkým počtem studentek. Po zakončení studia v 60. letech 20. století byl se svou charakteristickou, art decem inspirovanou kresbou, zaměstnán v Paříži coby ilustrátor a osud tomu chtěl, aby se setkal s Coco Chanel. Zastánkyně volné siluety mu od té doby byla inspirací. Kromě slečny Chanel, Albini začal ve Francii spolupracovat s Kriziou<sup>140</sup>, u které začal skládat díly skládačky, které mu v následujících letech přinesly úspěchy v kariéře. Byl velmi oblíbeným stilistou. I přesto, že byl upsán k práci na přehlídkách hned u pěti firem, byl zapálený i pro budování kolekcí pod svým jménem. Jeho všestranné vědomosti o textiliích kořenila právě ve spolupracích u firem, které pracovaly na odlišném konceptu. Ať už se jednalo o kolekce bund a svrchních oděvů, pletenin, či obleků a košil, Walter byl člověk otevřený k učení se novým věcem.



Obr.č.20 Ilustrace Waltera Albiniho<sup>141</sup>

Je brán jako průkopník ready-to-wear v doprovodu unisex módy, kdy pánské oblečení slušivě instaloval na ženy. Vynalezl pro ně také novou podobu, kdy jsou oděny v saku, kalhotách nebo košilových šatech. Dával především velkou pozornost tzv. „total look“,

<sup>140</sup> Walter Albini: Biografia [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <http://walteralbini.org/biografia>

<sup>141</sup> In: Walter Albini: WA, PE 73, LONDRA [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <http://walteralbini.org/portfolio/wa-pe-73-londra>

který byl pro něj hlavně o doplňcích. Doladování modelu charakteristickými nízkoplošnými klobouky, či dvoubarevnými páry bot bylo pro něj hrou, ke které zároveň připisoval důležitější roli než samotnému oblečení.<sup>142</sup>

---

<sup>142</sup> Walter Albini: Biografia [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <http://walteralbini.org/biografia>

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 SPOLUPRÁCE

### 5.1 Firma Vabacci

Kolekce česká značky dámského oblečení, Vabacci se od samého začátku v roce 2001 inspirují Itálií, zemí, udávající styl a trend<sup>143</sup>. Oblečení se vyznačuje pohodlnými střihy košil, šatů, kalhot a dalších vrchních i svrchních typů oděvu pro mladé slečny a dospělé ženy. Jejich velikostní sortiment se pohybuje ve velikostech XS až L. Firma se zaručuje o kvalitní zpracování materiálů z Evropy na území České republiky, což jen potvrzuje lokální výrobu zkušených švadlen. Značka má po celém státě rozmístěných celkem sedm prodejen, a to jak v Praze, Jihlavě, či Zlíně.



Obr.č.21 Vabacci

<sup>143</sup> Vabacci, 2021 [online]. [cit. 23.6.2021]. Dostupné z: <https://vabacci.com/o-nas>

## 6 INSPIRACE

Inspirací mé bakalářské práce se stala Itálie, přesně řečeno stylizace italské siluety dámského těla, které má výrazný úzký pas, jakožto místo na těle, které spolu s hrudníkem a boky vytváří tři základní prvky ženskosti.

Mým záměrem bylo poukázat na nenápadnou smyslnost v kolekci, která je na první pohled velmi sofistikovaná. Tato smyslnost se projevuje v závěrečném stylingu košil a šatů, které střihem vychází z pánského šatníku, což se pojí s mou druhotnou inspirací, propojení dámské módy s módou jejího protějšku. Inspirace se také objevovaly v procesu studia historie Itálie, kdy mi v hlavě utkvěly partyzánské skupiny, ve kterých figurovaly i ženy, přejímající styl a oděv pánů, partyzánů.

Důležitým zdrojem inspirace, který doprovázel proces tvorby návrhů, byl i samotný sortiment oblečení, nabízený firmou Vabacci. Jde tedy o kolekci, která je nositelná s prvky autorských nápadů a detailů, které působí hlavně efektně jako řasený límec, který doplňuje overall, inspirující oděvem zmíněných partyzánů, či použité vlnité pásy objevující se na sukních.

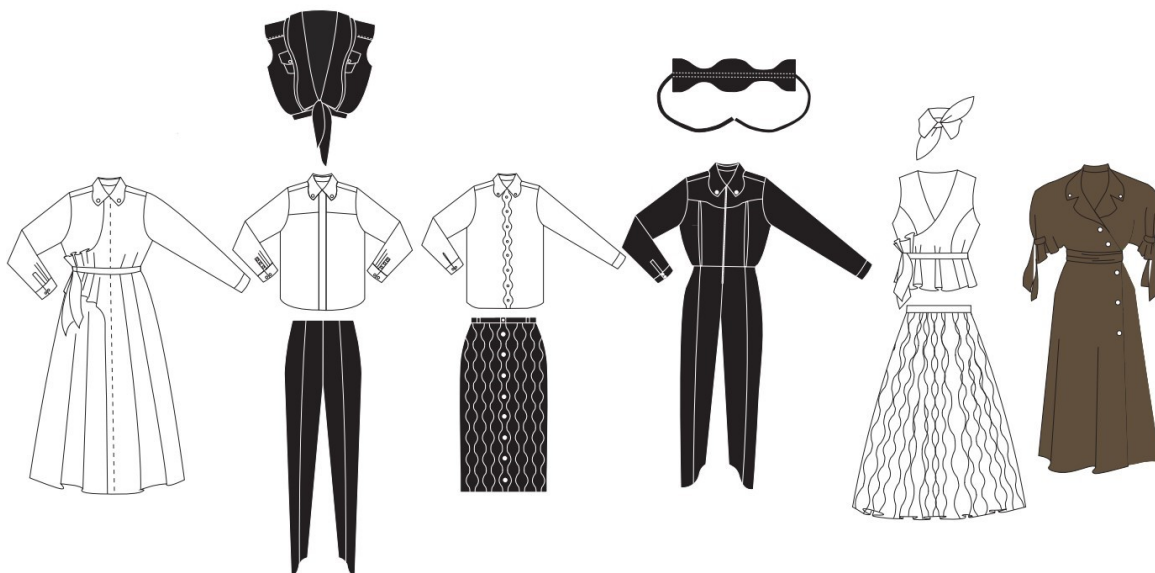
## 7 MOODBOARD



Obr.č.22 Moodboard kolekce

V moodboardu se objevují 3 největší témata, která se také odráží v kolekci. Zmíněné propojení pánského a dámského šatníku prostřednictvím pánské košile, ženy rezistence a ženskost, vkus a krása.

## 8 KOLEKCE



Obr. č. 23 Nástin kolekce

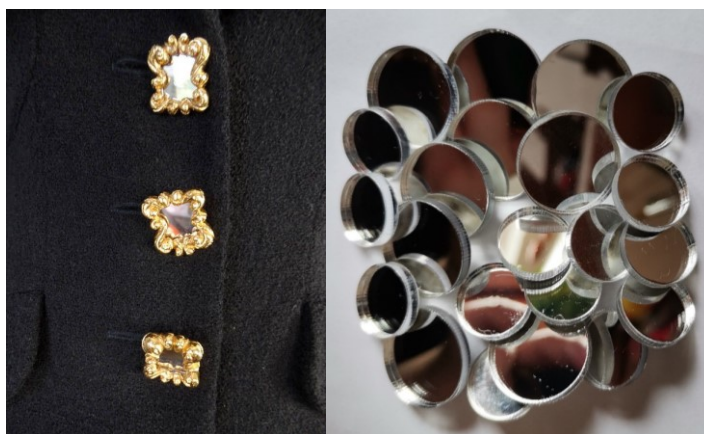
### 8.1 Look 1

První model, košilové šaty, jsou také prvním návrhem, který byl pro kolekci navržen. Je vytvořen na základě inspirace pánskou košilí. Hlavním dominantním prvkem na šatech je řasení v oblasti pasu. Řasení je vytvořeno pomocí prodlouženého sedla vycházející z légy a tunelem, kterým prochází pás ze stejného materiálu jako je košile. Při navrhování tohoto modelu jsem jako u většiny oděvů přemýšlela nad důležitým finálním stylingem, což v tomto případě závisí na rozepnutí prvních dvou, či tří knoflíků a vyhrnutí rukávů, aby byl z části odhalen dekolt a ruce nositelky. Tyto detaily v adjustaci oděvu mají působit lehce provokativně, ale stále sofistikovaně a ležerně. Jelikož se jedná o řadu oděvů vhodných na jaro/léto, košilové šaty jsou z hlediska čistě autorského hlediska oděvem typickým pro dovolené, nejen v Itálii.

Materiál, který byl zvolen na tyto košilové šaty, je 100% viskóza. Střih vychází z pánské košile, která byla prodloužena a po stranách rozšířena. Jako detail, který se dá označit právem jako oslnivý jsou knoflíky, zhotovené ze zrcadlového plexiskla, které jsou vyřezány pomocí laseru ve třech velikostech. 1 cm, 1,5 cm, 2 cm. Tento malý, ovšem důrazný detail se objevuje jako spojovací prvek u dalších oděvů v kolekci i na manžetách, či límcích a je



inspirován knoflíky, které použila Schiaparelli na jednom z jejích kabátků. V autorčiném případě se ale jednalo o zmenšeniny opravdových zrcadel se zlatým rámem.



Obr.č.23 Zrcadlové knoflíky podle Schiaparelli<sup>144</sup> a obr. č. 24 zrcadlové knoflíky z plexiskla použité v kolekci

## 8.2 Look 2

Look č. 2 se skládá z košile, úzkých kalhot s vlnitým dolním krajem, černou vestou. Vesta je v tomto případě svrchním typem oděvu, který má nosnou inspiraci v partyzánském vestě. Je otevřená, pouze stažená v pase na pás, či šátek, což je typický doplňkový prvek partyzánského oděvu. Jsou na ní umístěny dvě náprsní kapsy a dvojitý límec.

Košile je zde vrchním oděvem s myšlenkou prodejnosti v rámci spolupráce s firmou Vabacci. Jde o košili, která má sloužit samostatně jako jednoduchý, však zajímavý kus oblečení díky vertikálním členěním, ve kterém je skryta švová kapsa. Střih obdobně jako u košilových šatů a dalších košil objevujících se v kolekci, vychází z pánského střihu.

Úzké kalhoty jsou také typem oděvu, který má splňovat hlavní potřebu funkce. Na dolním kraji jsem upotřebila jemný detail vlnovky, která se objevuje skoro ve všech modelech. Tento prvek je inspirován lidským tělem, přesněji pasovou oblastí pod hrudním košem, podle kterého jsem si domyslela tvar vlnovky. Tento tvar byl si nadále přenesen na látku a tím byl vytvořen zkušební pás, který se mohl aranžovat tam, kde by splňoval účelovou nebo ozdobnou úlohu. Tak vznikl límec. Element vlnovky byl však použit i u nadcházejících modelů, čímž se stal dalším z autorských vstupů do oděvní řady.

<sup>144</sup> (1044) [Pinterest](https://www.pinterest.at/pin/568086940490397501/) [online]. [31.7.2021] Dostupné na : <https://www.pinterest.at/pin/568086940490397501/>





Obr.č. 25 Tvar vlnovky inspirovaný lidským tělem

Opět ve druhém modelu se objevuje bílá viskóza použita na košili, kterou doplňuje vesta z umělého hedvábí s procenty nylonu a polyesteru. Úzké kalhoty v černé barvě jsou zhotoveny ze směsi modalu a lycry.



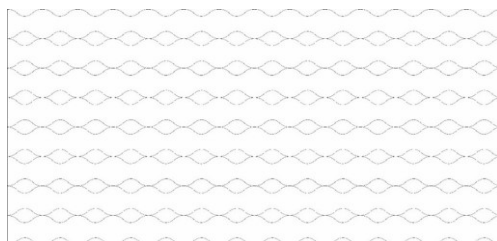
Obr. č. 26 Střihová zkouška vesty

### 8.3 Look 3

V pořadí třetí model je na první pohled typický dalším autorským příspěvkem do kolekce, vlnitými pásy. Objevují se jak na tvaru přední středové légy s účelnými knoflíky, tak i po celém obvodu pouzdrové sukně. V případě sukně jsou pásy vertikálně pokládány na spodní materiál bílé barvy a jsou k němu přišity tak, aby při chůzi byl uplatněn efekt pohybu a bílá látka byla viditelná.

Nápad sukně vznikl současně s druhou, však půlkolovou sukni a tím na sebe myšlenkově navazují. Obě se skládají z vlnek, ale každá se chová jinak. Spodní základní vrstva sukně tvoří bílý modal+lycra, vrchní druhou vrstvu jeho černá varianta. Díky spolupráci s panem Cettlem, technikem na fakultě, byla možnost vyhotovit z látky začištěné pruhy látek. Pomocí laserového stroje byly oddělené i pruhy na sukni u bílého kompletu s vestičkou.

Koncept tohoto modelu tkví v navazování zapínací légy na košili se zapínací légou na sukni. Spojením košile a dlouhé pouzdrové sukně vzniká velmi sofistikovaný outfit, který koresponduje inspirací převzetí pánské košile a dalším spojením s čistě dámskou součástí.



Obr.č.27 Šablona pásků na pouzdrové sukni



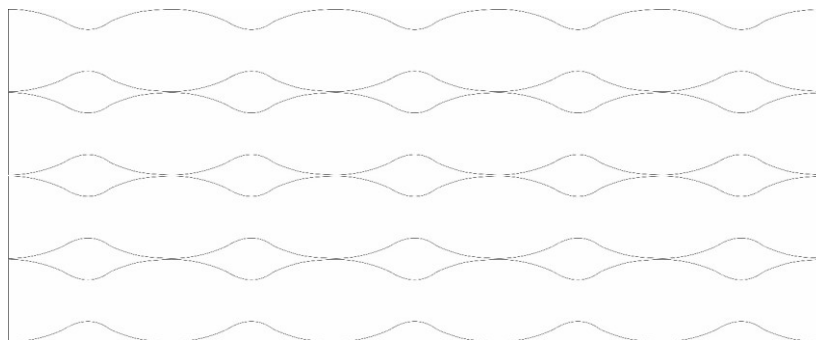
Obr.č.28 výsledek

## 8.4 Look 4

Kombinéza je inspirovaná obrázkem ženy v italské partyzánské skupině ve válečných letech na území Itálie. Střih pánský, akcentace pasu dámská. Overal je zde doplněn o límec, který se dá variabilně tvarovat, stahovat. Pás procházející tunelem límce dále pokračuje pod pažemi a s překřížením na zádech se uvazuje v pasové linii. Tím, že je oděv celou černý a jemně lesklý díky materiálu na bázi celulózového vlákna, modalu, působí velmi klasicky, však dramaticky a je jedním z případných nositelných návrhů v kolekci pro firmu Vabacci.

## 8.5 Look 5

Bílý model skládající se z půlkolové sukně, vesty a límečku. Límeček se opět pojí s historií partyzánských šátků kolem krku. Namísto šátku je však zakomponovaný k límci a funguje jako samostatná část looku č.5. Na vestě je opět uplatněn detail řasení v pase se zavázáním na pásek stejného materiálu. Tak, jak je tomu u košilových šatů. Vesta se ovíjí kolem těla. Spodní část těla zakrývá sukně, pokryta již dříve zmíněnými vlnitými pásy z lehkého polyesterového šifonu. Sukně se tím při chůzi hezky vlní a vytváří velmi romantický dojem. V sukni jsou pod těmito pásy také zakomponovány švové kapsy.



Obr.č.29 Šablona pásků uplatněných na sukni



Obr.č.30 Prvotní zkouška



Obr. č. 31 Špendlení jednotlivých vlnek na sukni

## 8.6 Look 6

Závěrečným oděvem v kolekci jsou plášťové šaty s diagonálním zapínáním. Jedná se o šaty s připojenými kimonovými volnými rukávy, které se stahují pomocí stejnobarevného

materiálu lomené barvy khaki, šedé a hnědé. Je opět inspirován partizánskými ženami, které často doplňovaly své oblečení pláštěm, ovšem v tomto případě je plášť také lomený se šaty. Dají se tak využít dvojným způsobem. V případě šatů se dále stahují pruhem materiálu kolem pasu.

## 8.7 Doplnky

Mezi prvky italského vkusu, které jsou vidět na mnohých přehlídkách velkých značek jako Fendi, či Dolce&Gabbana, se řadí výrazné šperky, v tomto případě náušnice přezdívané „chandelier“<sup>145</sup>. Náušnice, které vznikly k doplnění oděvů se vážou s tématem antické architektury. Počáteční myšlenka tkvěla v jejich výrobě z FIMO hmoty, však později jsem se rozhodla pro minimalističtější verzi, která má však větší efekt, a to je jejich zhotovení ze zrcadlového plexiskla. Stejně jako knoflíky.



Obr.č.32 Náušnice Fendi<sup>146</sup>, obr. č. 33 Dolce&Gabbana<sup>147</sup>, obr. č. 34Giorgio Armani<sup>148</sup>

<sup>145</sup> d'Avignon, 2017

<sup>146</sup> [Fendi Spring 2021 Couture Collection - Vogue](https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-couture/fendi/slideshow/details#8) [online]. [1.8.2021] Dostupné na: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-couture/fendi/slideshow/details#8>

<sup>147</sup> TONDO, Marcus. In: Vogue: Dolce&Gabbana spring 2019 [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/dolce-gabbana/slideshow/details#100>

<sup>148</sup> TONDO, Marcus. In: Vogue: Giorgio Armani spring 2019 ready-to-wear [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/giorgio-armani/slideshow/details#26>



Obr.č.35 Zkoušky náušnic z kartonu

### **III. PROJEKTOVÁ ČÁST**





























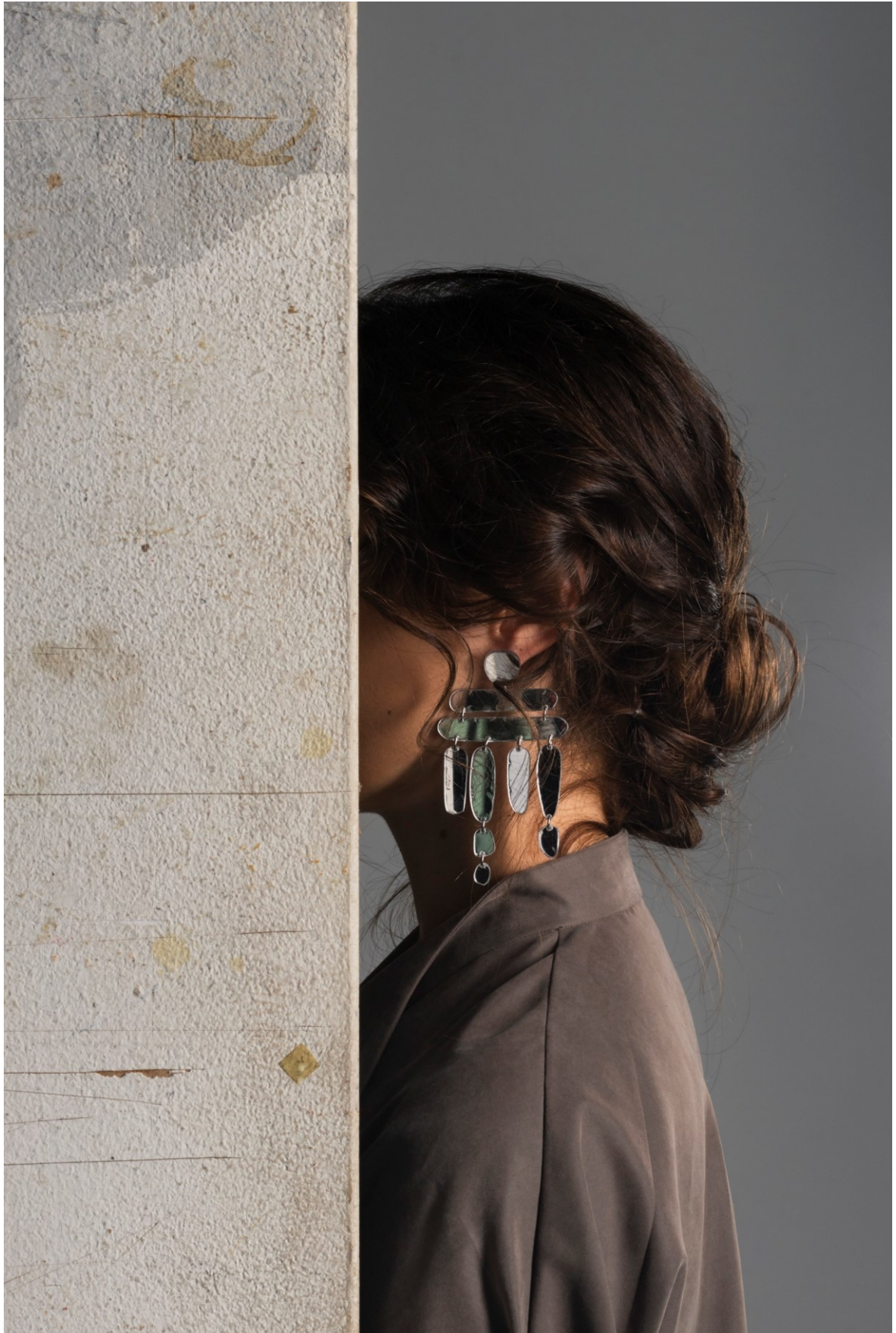














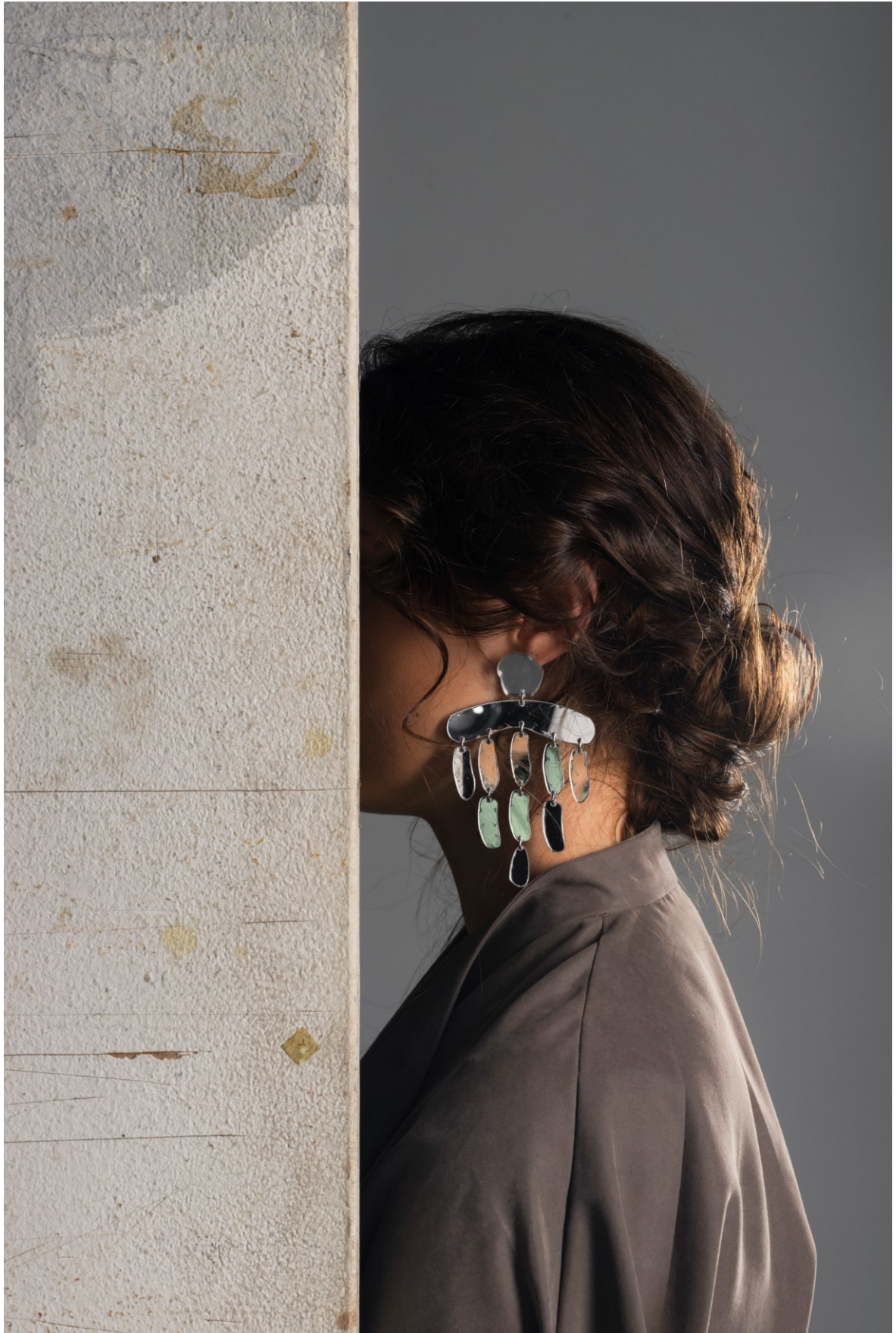






Foto: Vojtěch Plhák

Make-up a vlasový styling: Natálie Riederová

Modelka: Markéta Zelinková

## ZÁVĚR

Díky tomuto projektu v rámci bakalářské práce, spolupráce s oděvní firmou, mi byla poskytnuta možnost přiblížit se k oděvní praxi blíže, než jsem si jako studentka, kdy mohla představit. Na jednu stranu to byla pro mě velká dávka odpovědnosti vytvořit kolekci, která by obsahovala jak prvky nositelné, tak i oděvy plnící čistě efektní úkol. Mohla jsem si vyzkoušet komunikaci s vedením, i se samotnými zaměstnanci firmy. Nahlédnout do dílen a spolu s tím si potvrdit nabitě znalosti z oblasti technologie.

Studiem širší historie a vývoje módního průmyslu v Itálii jsem se dozvěděla o mnohých, mně doposud neznámých návrhářích. Jejich původu a vkladem do oděvní branže. Bylo přínosné se dozvědět o základních myšlenkách a inspiracích reflektujících se následně v tvorbě. Moschino a jeho rebelie spojená s nadsázkou, Pucciho resortové oblečení pramenící ze sportu a touhy po volnosti a další. Ať už pohnutky ke kreativě italských designerů pochází odkudkoliv, společným prvkem stále přetrvává potřeba kvality spojené s krásou.



**SEZNAM PO-UŽITÉ LITERATURY**

STANFILL, Sonnet, ed. The glamour of italian fashion since 1945. London: V&A Publishing, 2015. ISBN 9781851778171

WHITE, NICOLA. Reconstructing Italian Fashion. America and the Development of the Italian Fashion Industry, Berg, Oxford, 2000, 181 s. ISBN 978-1859733417

DORFLES, Gillo. (Nová) móda módy. Praha: Rubato, 2014, 152 s. Eseje. ISBN 9788087705193.

ALBRECHTSEN, Nicky. Móda 20. století: nadčasové retro pro váš šatník. Praha: Knižní klub, 2015, 432 s. Universum. ISBN 9788024249070.

CECCARELLI, Giuseppe. Pánská móda: 20 nadčasových stylových kusů oděvu. Praha: Dobrovský, 2019, 223 s. Knihy Omega. ISBN 9788075851369.

MÁCHALOVÁ, Jana. Móda 20. století. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2003, 229 s. Dějiny odívání. ISBN 8071065870.

JONES, Terry a Susie RUSHTON, ed. Fashion now 2: i-D selects 160 of its favourite fashion designers from around the world. Köln: Taschen, c2008, 556 s. ISBN 9783836503365.

## INTERNETOVÉ ZDROJE

DUDBRIDGE, Saxony, ©2021. Ginafranco Ferré. In: Catwalk yourself [online]. [cit. 2021-8-7]. Dostupné z: <http://www.catwalkyourself.com/fashion-biographies/gianfranco-ferre-biography/>

Miuccia Prada Biography, ©2014. In: Biography.com [online]. [cit.2021-8-7]. Dostupné z: <https://www.biography.com/fashion-designer/miuccia-prada>

Spellbrand: Miuccia Prada: From politician to fashion designer [online]. [cit. 2021-8-7]. Dostupné z: <https://www.spellbrand.com/miuccia-prada-fashion-designer>

GORELIK, Daria. Cabinet de l'art: #Brioni: history of the brand [online]. [cit. 2021-8-7]. Dostupné z: [cabinetdelart.com/en/fashion/brioni-history-of-the-brand/](http://cabinetdelart.com/en/fashion/brioni-history-of-the-brand/)

Walter Albini: BIOGRAPHY [online]. [cit. 2021-8-7]. Dostupné z: <http://walteralbini.org/en/biografia>

The talks: GiorgioArmani: We all need to step up [online]. [cit. 2021-8-7]. Dostupné z: <https://the-talks.com/interview/giorgio-armani/>

, Sebastian. RIOTR: Emilio Pucci ~ Prince of Prints [online]. 2012 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://fashionandstylerioter.wordpress.com/2012/07/30/emilio-pucci-prince-of-prints/>

FRENCH, Greg. I-D: exploring the relationship between fashion and the silver screen [online]. 2015 [cit. 2021-8-7]. Dostupné z: [https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/qvbwmq/exploring-the-relationship-between-fashion-and-the-silver-screen](https://i-d.vice.com/en_uk/article/qvbwmq/exploring-the-relationship-between-fashion-and-the-silver-screen)

LAURITANO, Jean. Itálie-země módy zaslíbená. ©2015 ČT art. Francie: Slow production Fashion abc: Gianfranco Ferré [online]. [cit. 2021-8-7]. Dostupné z: <https://www.fashionabc.org/wiki/gianfranco-ferre/>

Financial times: Sustainable fashion: A look at the latest Italian trends [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.ft.com/partnercontent/embassy-of-italy-in-the-uk/sustainable-fashion-a-look-at-the-latest-italian-trends.html>

Welum: ECO-SUSTAINABLE FASHION MADE IN ITALY: forward-thinking designers [online]. 2018 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://welum.com/article/eco-sustainable-fashion-made-italy/>

Fausto Puglisi [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://faustopuglisi.it/about/>

COUTELAN, Marina. Fashion Manager For The Sart Creation Project at Première Vision. In: Smart Creation, the podcast. Episode 9 [podcast]. 2019 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.premierevision.com/en/magazine/smart-creation-the-podcast-episode-9/>

REUTERS. Fashion network: Designer to the stars Fausto Puglisi aims out of this world [online]. Milan, 2014 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://ww.fashionnetwork.com/news/Designer-to-the-stars-fausto-puglisi-aims-out-of-this-world,387403.html>

D'AVIGNON, Angella. Medium: Alta Moda The Italian nationalist silhouette [online]. Milan, 2017 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://medium.com/s/aesthetics-of-evil/alta-moda-9c69f20c16b9>

JACOMET, Hugo. The Truth about Sprezzatura. In: Youtube [online]. 2018 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_QG4ITMjWtY&t=117s](https://www.youtube.com/watch?v=_QG4ITMjWtY&t=117s)

STEEL, Valerie a Gillion CARRARA. Love to know: Italian fashion [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://fashion-history.lovetoknow.com/clothing-around-world/italian-fashion>

DUDBRIDGE, Saxony. Catwalk yourself: Cerruti [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <http://www.catwalkyourself.com/fashion-biographies/cerruti/>

CORRADO, Alberto. Force one: NINO CERRUTI – INSIDE THE WARDROBE OF A LEGEND [online]. 2017 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <http://www.force-one.net/nino-cerruti-inside-the-wardrobe-of-a-legend/>

MANSOUR, Lara. Aeworld: Prince Of Prints: The History Of Emilio Pucci [online]. 2018 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://aeworld.com/fashion/in-focus/history-of-emilio-pucci/>

CHAVEZ, Gabriel. L'officiel: Franco Moschino, a Fashion Radical [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.lofficielusa.com/fashion/franco-moschino-fashion-radical-designer-jeremy-scott>

The talks: VALENTINO: “I AM SOMEBODY WITH TASTE, OF COURSE” [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://the-talks.com/interview/valentino/>

Biography: Valentino biography [online]. 2014 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.biography.com/fashion-designer/valentino>

YOTKA, Steff. Vogue: 5 Things You Didn't Know About Missoni [online]. 2016 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/article/missoni-history-5-unknown-facts>

The Faisean: Art, Fashion and Family: Remembering Ottavio Missoni [online]. 2021 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://thefaisean.com/2021/02/12/art-fashion-and-family-remembering-ottavio-missoni/>

NOLEN, Jeannette L. Britannica: Miuccia Prada Italian fashion designer [online]. 2021 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/biography/Miuccia-Prada>

Prada group: Perspective/ know how: Prada Nylon [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.pradagroup.com/en/perspectives/stories/sezione-know-how/prada-nylon.html>

The business of fashion: Miuccia Prada [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.businessoffashion.com/community/people/miuccia-prada>

FMD - The Fashion Model Directory: Marni [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.fashionmodeldirectory.com/brands/marni/>

RICHARDSON, Marc. Grailed: Marni's Secrets to Success [online]. 2021 [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://www.grailed.com/drycleanonly/marni-fashion-brand-history>

Italian Fashion: Fausto Puglisi. In: Youtube [online]. 13.9.2019 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=p9cAygRVbyM>

Wikipedie: Hollywood on the Tiber. Dostupné také z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Hollywood\\_on\\_the\\_Tiber](https://en.wikipedia.org/wiki/Hollywood_on_the_Tiber)

COOK, Pam. Fashion into film: Shocking truth: Elsa Schiaparelli and British cinema [online]. 2011 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://fashionintofilm.wordpress.com/2011/07/25/shocking-truth-elsa-schiaparelli-and-british-cinema/>

Brioni: History SEVEN DECADES OF ROMAN STYLE [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.brioni.com/en/gb/history>

Destination Florence: FLORENCE AND FASHION: THE HISTORY OF PITTI UOMO [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.destinationflorence.com/en/blog/42-florence-and-fashion-the-history-of-pitti-uomo>

STARA, Pietro. Vinoestoria: IL CIBO DEI RIBELLI. In onore di quelle donne e di quegli uomini che hanno combattuto per la giustizia e la libertà. Le nostre. [online]. 2019 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://vinoestoria.wordpress.com/tag/donne-della-resistenza-testimonianze-di-staffette-partigiane-della-pianura-bolognese/>

Walter Albini: Biografia [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <http://walteralbini.org/biografia>

MEDA, Margherita. L'official: Gianni Versace: his story [online]. 2020 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://lofficielbaltics.com/en/lhommes/gianni-versace-his-story>

## SEZNAM OBRÁZKŮ

### **Obr. č. 1 Lyžařský komplet Emilio Pucci, 1964**

Vintage ski: Ski fashion shot by Peter Beard for Vogue, 1964. [online]. [cit. 2021-8-8]. Dostupné z: <https://vintageski.tumblr.com/post/30331321309/ski-fashion-shot-by-peter-beard-for-vogue-1964>

### **Obr. č. 2 Detail „Dalia“ motivu na hedvábné košili se jménem, 1965**

Victoria and Albert Museum: Trouser suit [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://collections.vam.ac.uk/item/O351201/trouser-suit-pucci-emilio/>

### **Obr. č. 3 Simonetta pro Americký Vogue 1952**

Word Press: Simonetta Colonna di Cesarò [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://pleasurephoto.wordpress.com/2016/01/19/simonetta-colonna-di-cesaro/>

### **Obr. č. 4 Kabát Mily Schön**

[online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z:

<https://i.pinimg.com/originals/8d/e2/0d/8de20dc49aff2532e2b0c4991961afc2.jpg>

### **Obr. č. 5 Rašlový pletací stroj rodiny Missoni**

The faisean: Art, Fashion and Family: Remembering Ottavio Missoni [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://thefaisean.com/2021/02/12/art-fashion-and-family-remembering-ottavio-missoni>

### **Obr. č. 6 Dámské a pánské sako Giorgio Armani**

TASHIJAN, Rachel. GQ: Why '90s Armani Looks So Good Now [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.gq.com/story/vintage-armani-looks-so-cool>

### **Obr. č. 7 Moschino šaty z kolekce SS/94 skládající se ze sukně z pytlů do koše a tílka s nápisem „Dobrý vkus neexistuje“. Jeden z příkladů tvorby plné ironie, výsměchu, provokace**

Vogue: spring 1994 ready-to-wear [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1994-ready-to-wear/moschino>

**Obr. č. 8 Oroton koktejlové šaty Versace, kolekce jaro/léto 1994**

Victoria and Albert Museum: Cocktail dress, Spring-Summer 1994, Versace, silver-tone Oroton [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <http://www.vam.ac.uk/content/articles/g/gianni-versace/>

**Obr. č. 9 Prada FW 1988**

In: Prada: FW 1988 womenswear [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.prada.com/be/en/pradasphere/fashion-shows/1988/fw-womenswear.html?page=7>

**Obr.č.10 Košile Gianfranco Ferré, podzim/zima 1991**

STANFILL, Sonnet, ed. The glamour of italian fashion since 1945. London: V&A Publishing, 2014. ISBN 9781851778171

**Obr. č. 11 Fausto Puglisi, kolekce podzim 2013 ready-to-wear**

FIOR, Filippo. In: Vogue: Fausto Puglisi Fall 2013 Ready-to-Wear [online]. 2013 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2013-ready-to-wear/fausto-puglisi>

**Obr. č. 12 Fausto Puglisi pro Roberto Cavalli, Ready-to-wear podzim 2021**

VADUKUL, Max. In: Vogue: Roberto Cavalli: fall 2021 ready-to-wear [online]. 2021 [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-ready-to-wear/roberto-cavalli>

**Obr. č. 13 Herečka Ava Gardner v šatech od Sorelle Fontana**

STANFILL, Sonnet, ed. The glamour of italian fashion since 1945. London: V&A Publishing, 2014. ISBN 9781851778171

**Obr. č. 14 Šaty z filmu Vojna a mír**

In: Eventi culturali: Gattinoni vola al Victoria & Albert Museum con la mostra The Glamour of Italian Fashion (1945- 2014) [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.eventiculturalimagazine.com/archivio-articoli/gattinoni-vola-al-victoria-albert-museum-con-la-mostra-the-glamour-of-italian-fashion-1945-2014/>

**Obr.č.15 Opasek Schiaparelli 1934**

The MET: Evening belt [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z:  
<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/155919>

**Obr. č. 16 Mae West v kostýmním kompletu Elsy Schiaparelli**

STANFILL, Sonnet, ed. The glamour of italian fashion since 1945. London: V&A Publishing, 2014. ISBN 9781851778171

**Obr.č.17 Model předvádějící Brioni oblek**

Brioni: Brand Story of Brioni [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z:  
<https://uomogroup.com/brioni-brand-story/>

**Obr.č.18 muži na veletrhu Pitti Uomo**

Manofmany: Pitti Uomo 91: Style Report [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z:  
<https://manofmany.com/fashion/pitti-uomo-91-style-report>

**Obr.č.19 žena „italského odporu“ Carmen Bisighin v pásnké uniformě. Vedle ní byla velmi slavná Ada Gobetti**

Vinoestoria [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z:  
<https://vinoestoria.wordpress.com/tag/donne-della-resistenza-testimonianze-di-staffette-partigiane-della-pianura-bolognese/>

**Obr.č.20 Ilustrace Waltera Albinho**

In: Walter Albini: WA, PE 73, LONDRA [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z:  
<http://walteralbini.org/portfolio/wa-pe-73-londra>

**Obr. č. 32 náušnice Fendi**

In: Vogue: Fendi spring 2021 Couture [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z:  
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-couture/fendi/slideshow/details#8>

**Obr. č. 33 Dolce&Gabbana**

TONDO, Marcus. In: Vogue: Dolce&Gabbana spring 2019 [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/dolce-gabbana/slideshow/details#100>

#### **Obr. č. 34 Giorgio Armani**

TONDO, Marcus. In: Vogue: Giorgio Armani spring 2019 ready-to-wear [online]. [cit. 2021-8-9]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/giorgio-armani/slideshow/details#26>

Ukončit editaci

#### **Následující vlastní zdroje**

Obr. č. 21 Vabacci

Obr. č. 22 Moodboard kolekce

Obr. č. 23 Nástin kolekce

Obr.č.24 zrcadlové knoflíky z plexiskla použité v kolekci

Obr. č. 25 Tvar vlnovky inspirovaný lidským tělem

Obr. č. 26 Střihová zkouška vesty

Obr. č. 27 Šablona pásků na pouzdrové sukni

Obr. č. 28 Výsledek

Obr. č 29 Šablona pásků uplatněných na sukni

Obr. č 30 Prvotní zkouška

Obr. č. 31 Špendlení jednotlivých vlněk na sukni

Obr. č. 35 Zkoušky náušnic z kartonu



## SEZNAM PŘÍLOH

Flash disk

