

Dámská obuv s doplňky

BcA. Kristina Zemanová

Diplomová práce
2014



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Design obuvi

akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Kristina Zemanová**
Osobní číslo: **K11143**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design – Design obuvi**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **1. Teoretická část:
Forma, funkce a estetika v designu.
2. Praktická část:
Dámská obuv a doplňky.**

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část

Analýza tématu forma, funkce a estetika v designu, s příklonem na obuv a galanterii. Zprávu vypracujte v minimálním počtu 20 normostran A4 textu + obrazové přílohy ve vazbě ve standartu UTB.

2. Praktická část

Navrhněte a vypracujte kolekci čtyř párů dámské obuvi a doplňků.

Řešení dokumentujte kresebnými návrhy v min. 15 stran, písemnou zprávou o rozsahu min. 20 stran + obrazové přílohy. Předložte vytištěný poster 100 x 70 cm, CD-ROM s diplomovou prací, posterem, prezentací a obraz. přílohou dokumentující vaše řešení v minimálním počtu 10 kusů.

Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK.

Formát pro bitmapové podklady: JPGE, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách.

V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB,

obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině a angličtině,
rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii
v tiskovém rozlišení.

Rozsah diplomové práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

GOONETILLEKE, Ravindra S. The science of footwear. Boca Raton, FL: CRC Press, c2013, xxiii, 702 s. ISBN 978-1-4398-3568-5.

CHOKLAT, Aki. Footwear design. London: Laurence King, 2012, 192 s. ISBN 978-1-85669-745-3.

CROWE, Lauren Goldstein a Sagra MACEIRA DE ROSEN. The Jimmy Choo story: power, profits, and the pursuit of the perfect shoe. London: Bloomsbury, 2010, 231 s. ISBN 978-1-4088-0085-0.

WALFORD, Jonathan. Shoes A-Z: designers, brands, manufacturers and retailers. 1st pub. London: Thames & Hudson, 2010, 256 s. ISBN 978-0-500-51526-6.

QUINN, Bradley. The boot. London: Laurence King, 2010, 192 s. ISBN 978-1-85669-663-0.

Fifty shoes that changed the world. London: Conran Octopus, 2009, 106 s. ISBN 978-1-84091-539-6.

Vedoucí diplomové práce:

MgA. Jana Buch
Ateliér Design obuvi

Datum zadání diplomové práce:

30. října 2013

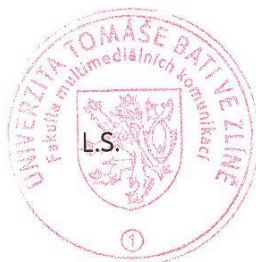
Termín odevzdání diplomové práce:

16. května 2014

Ve Zlíně dne 21. ledna 2014

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.

dekanka



MgA. Jana Buch
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 2.5.2014

Kristina Zemanová
KRISTINA ZEMANOVA

Jméno, příjmení, podpis

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

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

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

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

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

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

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

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

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

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

ABSTRAKT

Následující práce se zabývá vzájemným působením, propojením a doplněním jednotlivých složek výrobku, a to jak po vizuální stránce, tak i po té funkční. Praktická část, skládající se ze čtyř párů dámské obuvi a doplňků, odkazuje na část teoretickou, která je zaměřena na zkoumání vzájemných vztahů mezi funkcí, estetikou a formou, jež jsou demonstrovány na produktech vybraných firem. Vyrobené modely jsou především osobní výpovědí a uchopení daného problému.

Klíčová slova: design, estetika, funkce, barva, materiál, struktura, detail, tvar, prostor, použití, účel, prostředí

ABSTRACT

The following work addresses the interaction, connection and adding the individual components of the course, both visually and functionally. The practical part, consisting of four pairs of women's footwear and accessories, refers to the first theoretical part. Models are primarily personal testimony and grasp of the problem.

Keywords: design, esthetics, function, colour, material, structure, detail, shape, space, use, purpose, surroundings

Poděkování, motto a čestné prohlášení, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická, nahraná do IS/STAG jsou totožné ve znění:

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

Děkuji svým blízkým, ateliéru Design obuvi a vedoucí své práce MgA. Janě Buch.

OBSAH

ÚVOD.....	10
I TEORETICKÁ ČÁST.....	11
1 FORMA, FUNKCE A ESTETIKA V DESIGNU.....	12
1.1 ÚVOD	12
1.2 PROSTŘEDÍ A DOBA	13
1.3 VÝROBEK.....	14
1.4 FIRMY	18
1.4.1 Koncept, střih	19
1.4.1.1 Coté et ciel	19
1.4.1.2 Mismo	21
1.4.2 Forma, autorský přístup	22
1.4.2.1 Ilya Fleet	23
1.4.2.2 Tanner goods.....	23
1.4.3 Materiál, technologie výroby	25
1.4.3.1 Anteprema	25
1.4.3.2 Ryka	27
1.4.4 Zpracování, jednoduchost	28
1.4.4.1 Feit	29
1.4.4.2 Issac Reina	31
II PRAKTICKÁ ČÁST	33
2 DÁMSKÁ OBUV S DOPLŇKY	34
2.1 ÚVOD 34	
2.2 PŘÍPRAVA	35
2.2.1 Inspirace	35
2.2.1 Uživatel	38
2.2.2 Prostředí	40
2.2.4 Tradice, odkaz	44
2.3 VÝROBKY	45
2.3 DÁMSKÁ OBUV.....	46
2.3.1 Dámská obuv č. 1	46
2.3.2 Dámská obuv č. 2	47
2.4 DÁMSKÉ DOPLŇKY	48
1.4.5 Dámský doplněk č. 1	48
1.4.6 Dámský doplněk č. 2	49
III PROJEKTOVÁ ČÁST	50
ZÁVĚR	52
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	53
INTERNETOVÉ ZDROJE.....	54
SEZNAM OBRÁZKŮ	55

ÚVOD

Diplomová práce s názvem „Dámská kolekce s doplňky“ se skládá ze dvou částí, tj. teoretické a praktické části.

První část se zabývá vztahem vizuální neboli estetické stránky věci, formy a funkce, a to aplikované přímo na zvolených firmách, značkách zabývajících se obuví nebo galanterií. Výběr firem je zvolen podle osobních preferencí.

Praktická část hledá vhodné cesty pro vytvoření dámské městské kolekce. Kolekce se skládá ze čtyř párů obuvi a dvou doplňků. Hledání jednotlivých, kompozičně vyvážených, prvků bylo důležité pro konečné vyznění kolekce.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 FORMA, FUNKCE A ESTETIKA V DESIGNU

1.1 Úvod

Každá módní firma či značka má svou vlastní tvář, se kterou přichází na trh. Osobitý vzhled, kterým se profilují, je základ pro každou vizuální značku. Vizuál předmětu má mnoho poloh, a to od pouhé barvy přes tvar, velikost až po drobné detaily. Vyzdvihnutím či potlačením některé z vlastností výrobku určujeme cestu, jakou bude mít firma filozofii. Jediný, nebo i více aspektů, zhmotní viditelnou stránku, jak se firma profiluje potenciálním zákazníkům, jakým směrem se budou výrobky ubírat, čím se odlišuje od ostatních.

Móda je vizuální typ umění, je primárně tvořena tak, aby zaujala oko pozorovatele.

Definice módy podle jedné autorky je *móda (z francouzského mode, které vzniklo z latinského modus - míra, vzhled, způsob, pravidlo, předpis) je aktuálně (s trvalostí dnů až roků) upřednostňovaný způsob, jak se některé věci dělají nebo používají. Tento způsob použití nebo řešení není trvalý, ale v čase se mění. Změna módy tak znamená změnu způsobu užití nebo řešení.*

S módou je tak spojen určitý duch doby. Neustále se objevují nové módní vlny. To, co je nové, se nazývá módní; to, co je překonané, se nazývá staromódní. Někdy se móda po určitém čase znovu vrací. V takovém případě se takový způsob neoznačuje jako módní, ale klasický.

Nejčastěji je pojem móda spojen s oblékáním, kde popisuje v daném období upřednostňovaný vzhled oděvů, úpravu vlasů a úpravu zevnějšku obecně¹.

Podle oxfordského slovníku je móda ve zkratce populární nebo poslední styl v oblékání, umění, životního stylu, účesů, líčení, atd.

Móda je upřednostňovaný způsob v určitém období, jak se některé věci dělají nebo používají. Tento způsob použití nebo řešení není trvalý, ale v čase se mění.

¹ www.seleen.blog.cz [online]. Dostupné z: <http://seleen.blog.cz/0809/co-je-vlastne-moda>

Jako příklad jednotlivých vlastností jsem si vybrala módní návrháře a firmy. Držela jsem se pouze v okruhu menších podniků, kde je záměr značky udržitelný a více čitelný. Velké módní domy musí ctít poptávku a záměry investorů, a často je pro velké množství výrobků obraz mlhavý (mluvíme-li o celkovém obrazu firmy, ne jenom například o přehlídkách haute-couture).

Co ale určuje vkus a módu dané doby? Jsou to sociální a politické změny, stálý vývoj technologií, aktuální potřeby lidí, zábavní průmysl.

Dobrym příkladem pro doložení této skutečnosti, mi připadá příběh peněženky. Obecně vzato se nejdříve měnil tvar bankovek, podle potřeby se tedy měnila i forma peněženky. Současně se měnila její estetika, vizuální stránka výrobku, později opět tvar, skrze změnu bankovek. Dnes, peněženky sice máme, ale mění se její náplň (již do ní nedáváme jen peníze). Pomalu nastává doba, kdy peníze budou mít virtuální podobu, jejich fyzická zmizí a s ní buď výrobek, nebo se změní jeho účel. Průběhem času se mění nejen estetika, ale i forma a funkce, každý aspekt má svůj, a mnohdy jiný, důvod. Přirozený vývoj věci, od jejího zrodu až po zánik postupně vybrušuje, propojuje nebo oddaluje funkci, formu a konečně i estetiku daného předmětu, skrze veškeré podmínky, se kterými je konfrontována, a to vždy v závislosti na čase.

Jak se k tomuto úkolu postavily vybrané značky, dokumentuji na následujících stránkách. Každá ze značek má svou vlastní teorii a strategii.

1.2 Prostředí a doba

Každá doba a místo má svá vlastní pravidla estetiky, která jsou někdy krátká, občas se vrací zpátky v čase, a málokdy jsou nadčasová. Samozřejmě i funkce se mění, transformují se a zanikají podle potřeb.

I dnešní vizuální vnímání doby je rozdílné napříč světadíly, a mění se někdy tak rychle, že ji nestíháme vnímat. Je otázka, zdali opravdu esteticky hodnotný předmět by se měl automaticky udržet v životě člověka dlouho, stát se nadčasovou záležitostí. Nebo je dnešní krása právě v nepřetržitém vývoji a neuvěřitelně rychle se rozvíjejících technologiích. Kdybychom přiznali, že ikonické věci zůstanou módní, pozastavily bychom vývoj a uvázli v minulosti a její tradici. Ikonické výrobky si žijí mimo tyto pravidla, mají vlastní svět a život. Řemeslo má svou hodnotu v čase, ten je hlavním vodítkem k správnému pochopení. Řemeslo je dokonale zvládnutá technika. Precizně vyrobená věc je ale možná

i za pomoci moderních přístrojů. Řemeslo je tedy odkaz na čas, na jeho záznam v jednotlivých částech, tvořených lidskou rukou.

Estetika a funkčnost je stále se měnící tok nových poznání a pohledů, a to nejen z úhlu designérů, ale i uživatelů. Kdo vlastně určuje krásu výrobku, designér, kupující zákazník nebo je to doba, která prověří jeho správné fungování v rukou spotřebitele a ve světě módy. Dnešní doba, velmi zjednodušené řečeno, se ubírá dvěma směry – osobním výběrem a módním proudem. I tak ale můžeme obecně najít alespoň základní znaky jak pro estetiku, tak i pro funkčnost výrobku.



Obr. č. 1

módní věc minulosti



Obr. č. 2

ikona



Obr. č. 3

současný výrobek

1.3 Výrobek

Každý výrobek má určité vlastnosti a znaky pomocí kterých lze alespoň teoreticky najít jejich funkční a estetickou hodnotu. Je to definováno pohledem, zjištěním více osob-uživatelů.

Materiál je první aspekt, který vybízí k zamyšlení. Z čeho je zhotoven výrobek, je nanejvýš důležité. Pomocí něho můžeme zvyšovat či snižovat estetickou hodnotu. Na kvalitě materiálu rozhodně záleží, nevhodným užitím materiálu ubíráme na kvalitě vý-

robku. Když je úmysl právě opačný, a designér chce použít schválně zničený materiál, může tak povýšit chybu na záměr, dodat mu váhu.



Obr. č. 4



Obr. č. 5



Obr. č. 6

Struktura, stejně jako předchozí materiál, je doslova výrobek. *Strukturou nazýváme nezměnitelnou vnitřní výstavbu hmoty. Každý materiál se vyznačuje specifickou vlastní strukturou...²*



Obr. č. 7



Obr. č. 8



Obr. č. 9

Struktura je dekor materiálu, pomocí něho můžeme ozdobit celý výrobek, aniž bychom něco přidali. Vytvořit náladu předmětu, dát mu charakter, vlastnosti jaké chceme, a jak chceme, aby ho vnímali lidé (například měkkost – vlna, tvrdost – kov, křehkost – porcelán). Pro zdůraznění jednoho materiálu postačí přiložit k němu opačný. Estetika se skrývá v záměru, souhře, vyvážení kompozice nebo její nesoulad. Respektovat dopředu se strukturu a využít ji jako záměr je nejlepší možnost. Když navrhujeme funkčnost výrobku, hledáme ideální vlastnosti materiálu pro splnění podmínek ke správnému fungování.

² MOHOLY- NAGY, Laszlo. *Od materiálu k architektuře*. Praha, 2002. ISBN 80-86138-29-1.

Struktura nám může pomoci i při vytváření tvaru výrobku. Tvarem mám na mysli 3D objekt s různými hloubkami, výstupky a zákoutími. Struktura napomáhá při zdůraznění povrchu. Podle Jamese J. *Gibsona jsou textilní gradienty vůbec nejdůležitější: podávají nejjistější a kvalitativně nejvýznamnější informaci o hloubce prostoru*³. Toto tvrzení, je ale spíše aplikovatelné na obraz, film. Na menších objektech je tomu světlo- stín, které přispívá k vytvoření hloubky.



Obr. č. 10



Obr. č. 11



Obr. č. 12

Za strukturu se dá do jisté míry považovat i potisk. Ten ale na rozdíl od vnitřní struktury materiálu vytváří vnější strukturu povrchu. Povrch, kromě 2D potisku, může zdobit 3D aplikace. Obě možnosti řeší i problém členění plochy. Dekor může plochu opticky změnit – rozbit, zúžit, rozšířit, proporčnost atd. Na druhou stranu je takto využitý dekor velmi efektní.



Obr. č. 13



Obr. č. 14

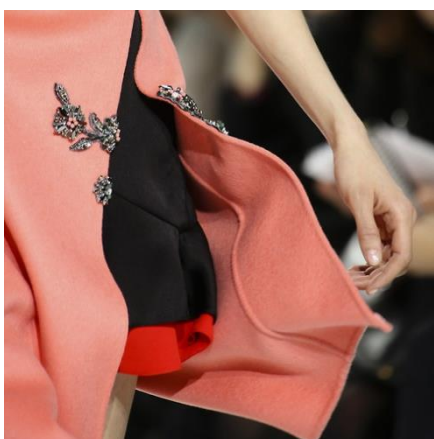


Obr. č. 15

³ AUMONT, Jacques. *Obraz*. Praha, 2010. ISBN 978-80-7331-165-0.

Důležitým prvkem je i detail. Detail v překladu znamená součást většího celku, drobnost. Co do důležitosti má ale větší význam, než jen maličkost v celku. Uzavírá a dovršuje vizuální podobu objektu jako kompletu. Detail může mít dvě podoby. Zprvée je to v rámci objektu, a zadruhé v rámci celku. V obou dvou případech je to prvek sice důležitý, někdy ale lehce opomíjený.

V prvním případě, tedy detailu v rámci objektu, je důležité najít to, co předmětu chybí, a právě pomocí detail uzavřít celkovou myšlenku a vizuální stránku objektu.

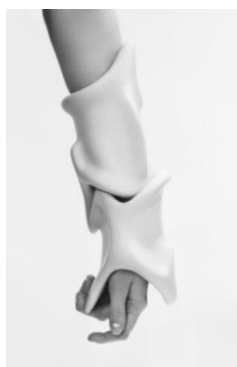


Obr. č. 16



Obr. č. 17

Ve druhém případě jde o doplnění a vyvážení kolekce, nějakým předmětem nezačleněným do objektu, ale připojeným k němu zvlášť. Takovým příkladem mohou být náramky. Drobný doplněk, který není nezbytný, ani nutný, něco navíc, co doplní celkový vzhled a záměr.



Obr. č. 18



Obr. č. 19



Obr. č. 20



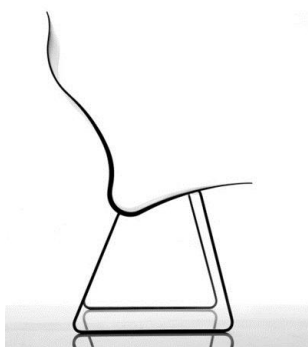
Obr. č. 21

Tvar výrobku, jeho proporce, velikost, forma se různí buď v závislosti na účelu, nebo na záměru designéra. Každý výrobek má při navrhování nekonečně mnoho řešení, nalezení toho správného, lze docílit pomocí určení si mantinelů.

Důležitý je například i tvar kabelky. Ohraničením prostoru od okolí vytvoříme formu, která má vnitřní a vnější část. Vnější tvarem udáváme fyzickou podobu výrobku-kabelky. Vnitřním vytvoříme prostor pro potřeby. Potřeby – účel by měl udávat prostor tedy vzhled kabelky. Popřením této úvahy vytvoříme výrobek disproporční, s nadsázkou, jiný pohled na věc.



Obr. č. 22



Obr. č. 23



Obr. č. 24

Abychom dosáhli co nejlepší funkce, musíme si pevně stanovit účel, za kterým výrobek navrhujeme. I tady lze funkci popřít, vytvořit tak výrobek bez jeho hlavního smyslu.



Obr. č. 25



Obr. č. 26



Obr. č. 27

1.4 Firmy

Tato část práce obsahuje výběr osmi firem, zaměřujících se na výrobu obuvi nebo doplňků. Seznam jednotlivých firem je podřízen osobnímu pohledu na problém, tedy skloubení vizuální stránky věci s funkčností výrobku. Nejedná se o náhodný výběr, firmy mají společné znaky, které se skrz obrazovou část a krátký text podkrývají. Každá firma problému spojení estetiky, formy a funkce řeší jinak.

1.4.1 Koncept, střih

Filozofii firmy pevně kotví nejen vizuální stránka, kterou se firma prezentuje na veřejnosti, ale i celá řada dalších věcí s ní spojených. Těmi dalšími nezbytnostmi jsou prezentace, prostředí tvorby designu, funkce a funkčnost, původ a vznik značky, filozofie firmy.

1.4.1.1 Côté et ciel

Je snadné najít důvod pro vybrání si této značky. Originalita tvaru, forma, stylové a přitom maximálně „využitelné“. Na první pohled se zdají výrobky extravagantní a nové, firma tyto vlastnosti nevytváří ovšem jako primární. Vyrábí plně funkční výrobky, aniž by se omezovala na konfekční tvary a vymezené formy dřívějších výrobců. Zcela nový pohled na proces tvorby. Když se designér odproští od zavedených pravidel a řídí se tím, co by ostatně očekával každý, funkcí, potřebami a konečně i vizuální stránkou předmětu. Firma Côté et Ciel vychází v návrzích ze struktury lidského těla, nejen z její vnější kostry pro konstrukci pohodlného používání, ale i z vnitřního uspořádání těla. Funkce je naplněna pomocí nové estetiky a naopak, propojení obojího v celek dalo za vznik zcela nadčasovým výrobkům.

Francouzská firma se sídlem v Paříži, vznikla z pověření firmy Apple, a to v roce 2008. Název firmy vychází z inspirace designérů (coast and sky), z přírody a ze země Francie. Cote et Ciel se zaměřuje na funkční, stylové, moderní, jednoduché řešení výrobků. Z těchto vlastností pak vychází až už při výběru materiálu, tvaru, funkčnosti či vzhledu.



Obr. č. 28



Obr. č. 29



Obr. č. 30

Jako každá firma, i tato má svého hlavního představitele, jakousi vlajkovou loď, která reprezentuje firmu, její značku a filozofii. Pro Côté et Ciel je to batoh *Isar*. Všechny hlavní znaky a záměry firmy jsou prezentovány skrze tento výrobek. Dlouhé hledání a neustálé zlepšování daly vzniknout unikátnímu a stylovému batohu.

Batoh *Isar* je dostupný v mnoha materiálech a barvách. Sama firma se vyjadřuje ke svým batohům slovy, které nejlépe definují záměr: *We take inspiration from nature in a design and production process we call organic construction. The form and function is conceived as a body, evolving from the interplay of organs, bones, muscles and skin. And your device sits right at the heart of it, with our compartment construction working as a protective skeleton that's surrounded by a fabric skin. Every bag in every shape has its own unique story, its own purpose. To carry, to protect, to enable⁴.*

Jednoduchý univerzální tvar, který ale nepozbývá originalitu je dostupný v mnoha variacích. Velikosti jsou tři, vždy v závislosti na rozměrech notebooku. Materiál se různí, od syntetického, přes useň po bavlnu. Bavlna ošetřená lehkým voskovým povrchem je dobře odolná proti vodě, oděru i ušpinění. Uspořádání, jak je výše napsáno, vychází uspořádání lidského těla. Zadní část je uzavíratelná na zip, pro uložení notebooku, plus dalších nezbytné kapsy. Přední část je otvíratelná dopředu, vevnitř se nacházejí ještě dva popruhy pro zabezpečení věcí.



Obr. č. 31



Obr. č. 32

Také další výrobky firmy se vyhýbají nekonvenčním tvarům a formám, ale ne do takové míry, kdyby to pozbývala smysl. Jako například jsou to pouzdra na notebooky či telefony. Forma těchto výrobků je klasická, tedy kapsa. V tomto případě se spíše zaměřují na materiál, barevnost, detaily. Firma spolupracovala i s některými dalšími značkami jako je Mykita, Comme des Garçons nebo Corso Como.

⁴ AUMONT, Jacques. *Obraz*. Praha, 2010. ISBN 978- 80- 7331-165-0.



Obr. č. 33



Obr. č. 34



Obr. č. 35



Obr. č. 36

1.4.1.2 Mismo

Elegance, vkus, luxus, současný design a zároveň tradice. To je stručná charakteristika následující značky. Skloubení stylového vzhledu dneška aniž by se popřela hluboká historie řemesla je jedním z výchozích bodů u výrobků firmy Mismo. Obojí lze spojit tak, že je z každé části maximálně využito to, co nabízí. Oproti předchozí značce, se tato neobrací k novému ztvárnění funkce a formy, ale vybírá si z prověřených zdrojů, pečlivým a s detailním novým pojetím, oprašuje klasiku a dává ji nový lesk, aniž by ji znetvořilo.



Obr.č. 37



Obr. č. 38



Dánská firma založená manžely Adama Bacha a Rikke Overgaard v roce 2003.

Jedním z hlavních znaků je materiál. Materiál je velmi kvalitní a je pečlivě vybírán, většinou vychází z účelu, pro který je výrobek určen. Jsou tedy časté kombinace usně s textilií. Textilie sice nejsou plně nepromokavé, ale jsou závěrečně ošetřeny. Lehký textil a pevná useň splní záměr vytvořit jednoduchý, funkční batoh, brašnu atd. Useň zpevňující dno a často používané na zapínání, doplní v detailech celkový vzhled. Kování dává pocit luxusu a pevnosti.

Mismo má za sebou i spolupráce s jinými značkami, jako je například Playtype. Vybrání této firmy není náhodné, i tato značka má kořeny v Dánsku, a její tvorba je založená na plném využití možností v oboru aniž by musela být extravagantní a složitá.



Obr. č. 39



Obr. č. 40



Obr. č. 41

1.4.2 Forma, autorský přístup

Samozřejmě, že obecně vzato je každý výrobek autorský. Následující značky jsou něčím výraznější, dávají větší volnost fantazii a hravosti než tradiční firmy. Uvolněnější forma vybízí k větší odvaze nositele, ale zároveň mu nabízí dávku originality. Formy se pojí s funkcí mnohem otevřeněji, někdy ji potlačí, jindy zdůrazní. To dělá výrobky nápadnějšími a snáze rozpoznatelnými. Hravost, překročení hranic, otvírání dalších možností, projevení vlastního postoje na veřejnosti činí tyto výrobky jedinečnými. Nositelnost výrobku, jak je tomu například u návrháře Nielse Peeraera, je otázkou, kterou si možná nepokládá, a zřejmě ani nemusí být zodpovězena.



Obr. č. 42



Obr. č. 43



Obr. č. 44

1.4.2.1 Ilya Fleet

Další zajímavou a nevšední značkou je Ilya Fleet. Originalita, extravagance, ale i řemeslně precizně vytvořené tašky se sami prezentují. Ani jiná forma, tvar nevytvářejí jiné funkční řešení, na jaké jsme zvyklí. Ostatně propojení jednoduchého požívání s nezvyklými organickými tvary dobře a přirozeně funguje.

Ilya Fleet se narodila v Rusku, její otec je ruský sochař. Byla vzdělána v kožedělném řemesle. I když název značky nese jméno jen jedné z návrhárek, skrývá se pod ní i druhá žena, Resha Shama. R. Shama vystudovala Saint Martins v Londýně, konkrétně pak grafický design. Dohromady tvoří nejen pár pracovní, ale i partnerský.

V jejich výrobcích můžeme rozpoznat vlivy obou žen, skulpturální hmota nepostrádá smysl pro detail a souhru ploch. Skloubení konstrukce a funkčnosti je patrné v každém výrobku. Materiál nejčastěji používaný je useň, a to v černé barvě, některé z jejich výrobků jsou zhotoveny i v barevném provedení.



Obr. č. 45



Obr. č. 46



Obr. č. 47

Autorská dvojice se nevěnuje jen navrhování a výrobě, ale i prezentaci své značky skrze instalace, videa.

1.4.2.2 Tanner goods

Tanner goods je druhá americká firma, v níž se odráží odkaz a tradice na kožedělnou výrobu v USA. Tvar, forma a střih jsou hlavním motivem výrobků a také důvod, proč je firma v této sekci. I když působí umírněnějším dojmem, i zde přírodní živé organické tvary jsou. Střih výrobků si pohrává s formou a tvarem, volné nenucené zacházení s usní a omezení doplňky dává vzniknout jakýmsi malým skulpturám. Nikdy forma neomezuje funkčnost výrobků, naopak je tvořen tak, že funkce se stává estetikou věci.



Obr. č. 48



Obr. č. 49



Obr. č. 50

Americká firma sídlí v západní části USA Portlandu státu Oregon. Vše je tvořeno převážně ručně, samozřejmě i s přispěním nezbytných úkolů strojů. Sortiment firmy se rozprostírá od peněženek přes batohy, až po speciální výrobky jako jsou látkové misky na vodu pro psy, vodítka atd. Zaměřují se i na speciální edice, jako například tašky na kolo. Výjimkou nejsou ani spolupráce s rozličnými firmami, jako je například firma Maak Lab, která pro Tanner vyráběla mýdla. Mýdla jsou založena na výběru místních ingrediencí. Ostatně to je i jedna z vlastností firmy, používání lokálního materiálu. Velmi pečlivý výběr usní a doplňků s odkazem na lokální dodavatele. Jako další materiál používají látku, a to povoskovanou, pro zlepšení vlastností jako je nepromokavost, méně se špiní a odírá, a samozřejmě vyšší životnost.



Obr. č. 51



Obr. č. 52



Obr. č. 53

Materiál hraje důležitou úlohu při tvorbě, výrobek by si měl totiž udržet svou kvalitu i po letech užívání. Protože používání, a to co nejpřirozeněji a nejjednodušeji, je další z bodů, který je pro tvorbu výrobku příznačný. Ostatně dříve než se vůbec výrobek dostane k zákazníkovi, je samozřejmě jeho dlouhé testovací období na vlastní kůži výrobců.



Obr. č. 54



Obr. č. 55

Zpracování a dokončovací práce jsou nezbytnou součástí každého výrobku. I tak ale nechávají výrobku jeho přirozenou vlastnost – postupné stárnutí a měnící se vzhled.

Jak již bylo výše napsáno, novější kolekce – Cielo, doplňků na kolo je výsledkem výměny si zkušeností s jinými designéry. Otevřené obzory a hranice dávají prostor pro nové nápady a neobvyklé spolupráce.



Obr. č. 56



Obr. č. 57

1.4.3 Materiál, technologie výroby

Důležitý prvek, v podstatě vytvářející výrobek, je materiál. Už on může nést jak funkci věci, tak její estetikou. Vybráním si vhodného materiálu můžeme ukotvit pozici výrobku na trhu. Každý materiál má své vlastnosti, ze kterých vycházíme a určujeme způsob výroby. Správným zvolením technologie výroby, nebo naopak opomeneme-li zažité způsoby, můžeme materiálu pomoci a ukázat ho v novém světle.

1.4.3.1 Antepima

V jiném světle se můžou jevit i výrobky firmy Antepima. Skloubení tradičního způsobu výroby s novými a dostupnými materiály skvěle funguje. Svěží a neotřelá kombinace působí zastarale a okoukaně, naopak vytvořený vzor z lesklých či perleťových bar-

vách rozehrává novou, funkční a prostou hru struktury, luxusu, tradice a zároveň novoty a stylu.

Firma Anteprima SRL v Itálii a Anteprima LTD v Hong Kongu byla založena v roce 1993. Značka se rozvíjela v Itálii v Miláně. V roce 1994 se připojila do firmy designérka Izumi Ogino, ve firmě působí jako kreativní ředitelka.

O pět let později, v roce 1998, se poprvé objevuje taška *Wirebag*, navržená právě Izumi Ogino. Zcela jednoduchý nápad, pletení tašky z umělohmotných provázků, se ukázalo jako mimořádně efektivní a nadčasové. Počáteční vývoj zabral 2 týdny, dalších 4-6 týdnů skicování a design konečného výrobku, a nakonec 12 týdnů tvorby šablon a výroba. Ani po takto dlouhé době ale vývoj nekončí. Neustálé zlepšování a řešení nových tvarů dalo za vznik do této doby přes 100 barevných vzorů a přes 600 různých stylů. Možnosti jsou díky jednoduchosti takřka neomezené, a tak si dnes můžeme zakoupit tašku ve tvaru psa nebo módní Kitty (její výroba trvá 50-70 hodin). Každá taška je pletená ručně v Italských manufakturách. I když je na *Wirebag* používán jako hlavní materiál plast, není taška nijak laciná a to proto, že je vyráběna převážně ručně. Tento výrobek je hlavní představitelem značky, stal se ikonou nejen mezi ostatními výrobky této firmy ale i po světě.



Obr. č. 58



Obr. č. 59



Obr. č. 60

Sortiment Anteprimi ale není omezen jen na *Wirebag*, k dostání je i obuv, oblečení a doplňky.

1.4.3.2 Ryka

Firma na dámskou sportovní obuv vychází z konstrukce ženského těla jejího pohybu. Jedním z hlavních bodů je tedy technologie, pozorování a vývoj. Ale ani tak neopomíjí vzhled svých výrobků. Doplňuje design svršku se stejnou pečlivostí tak, aby nebyla příliš extravagantní a pozbývala jednoduchost a neutralnost.

Firma založená v roce 1987, zakladatelka je Sheri Poe. Zaměření výroby je pouze a jenom na dámskou sportovní obuv. Podle informací získaných na internetu obuv vyrábí jenom ženy. V roce 1997 se spojily s Global Sport a v roce 1999 značku koupila American Sporting Goods. Ryka také podporuje různé sportovní akce jako zpětné poděkování svým uživatelům.



Obr. č. 61



Obr. č. 62



Obr. č. 63

Obuv značky Ryka není limitovaná věkem ani účelem sportu. Snaží se poskytnout pohodlí, ale také stabilitu a prostor uvnitř obuvi. Obuv je určena jak pro běh či trénink, tak i pro chůzi a volný čas.

To, čím se obuv Ryka liší od ostatních, je konstrukce obuvi. Jak již bylo zmíněno, firma se zabývá ryze dámskou obuví. Mezi ženskou a mužskou konstrukcí těla je rozdíl, který hraje důležitou roli při konstruování obuvi. Zaprvé je to úhel, tzv. úhel Q, který se nachází mezi kolenem, bokem-kyčlí. Úhel se liší od toho mužského asi od 5 do 7 stupňů. Je tedy důležité dbát na rovnoměrné zatížení na obou stranách nohy (vnější a vnitřní), větší váha jde na vnější stranu chodidla. Dochází k větší pronaci, což může způsobit nestabilitu, větší možnost zranění. I přední část obuvi je širší než u běžné sportovní obuvi. Zadní-patní partie je asymetrická a její spodek nerovný.

Filozofie firmy spočívá v soustředění se nejen na technologii a materiál, tvar a formu podešve samotné.



Obr. č. 64



Obr. č. 65

1.4.4 Zpracování, jednoduchost

Každý výrobek má svůj vlastní postup zpracování. Je tvořen tak, aby myšlenku designéra podpořil a ukotvil koncept. Pro zdůraznění zdobnosti a ženskosti (vyšívání, pletení atd.), tradice a luxus (ručně šitá obuv) atd., je vždy použit proces takový, který danou věc utvrdí v jejím záměru. Jednotlivé možnosti v sobě nesou určité znaky a předpoklady, které se nám automaticky zapadnou do jednotlivých kategorií. Neznamená to ale, že je vždy správné podle takových nepsaných pravidel postupovat. Překročením a propojením různých jiných spojení, může vzniknout zcela nový pohled. Ne vždy je nejlepší použití jen takových pracovních postupů, které se automaticky nabízí. Jako příklad je firma Nike, která se neřídí předepsanými regulami, ale snaží se spíše následovat instinkt a hlavně vlastnostmi příznačné pro nejrůznější způsoby zpracování. Pomocí pletení obuvi se zrodily plně funkční tenisky, s vlastností pružnosti a pevnosti, absencí švů a s dekorativní strukturou.



Obr. č. 66



Obr. č. 67

Dva následující příklady značky Feit a Issac Reina, mají spojující znaky jako jednoduchost, vystřížením se zbytečností, funkčnost, přímý tvar a formu. Zpracování a technologie u obou značek podporuje jejich ideu.

1.4.4.1 Feit

Tato značka se vyznačuje velmi silnou potřebou odebrat z věcí to, co není třeba. Ekologické smýšlení zakladatelů poskytuje dobrý důvod pro pochopení designu značky Feit. Zprvu se čistá forma obuvi jeví jako ryze estetický počín, ale po seznámení se s filozofií obou bratrů, uvidíme chytré skloubení myšlenky, designu zpracování a estetické stránky věci.



Obr. č. 68



Obr. č. 69

Zakladateli této australské značky jsou bratři Tull a Josh Price. Vznikla v roce 2005 jako reakce na průmyslovou výrobu, nepřilíživou velkou kvalitou, komfortem, a životním stylem. Oba bratři mají již dřívější zkušenosti s obuvnictvím, v roce 1996 to firma Royal Elastic, kde pracoval Tull Price a která se nakonec spojila s Rag and Bone.

Zdravý životní styl je důležitým bodem pro design obuvi této firmy. Snaží se o co nejmenší pomoc strojů, a tak je obuv vyráběna ručně. Ruční šití spodku obuvi je používáno nejen pro větší pohodlí, ale i kvalitu a tradici, s tím spojený luxusní vzhled. Kromě omezení strojů, se vyhýbají i používání chemikálií (jako je například chrom) obsažených v usnách. Co největší využití usně a zároveň co nejmenší počet švů dává přirozenou cestu dílcům z jednoho kusu, nebo alespoň v minimálně nezbytném. Použitý materiál je velmi důležitý, a i proto je s pečlivostí vybírán. Kromě třísločiněné usně na svršky z Itálie, se na obuv používá i useň Kudu. Ta pochází z Jižní Afriky z antilop, ty loví ale jen v omezeném počtu místních lidí, proto je usně velmi vzácná. Na podšívky se používá jemná telecí useň

dovežená z Francie, na podešve pak spodková useň z buvola. Kromě usní nalezneme na obuvi i alternativní materiály jako korek, dřevo nebo bambus.



Obr. č. 70

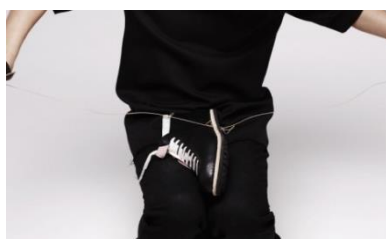


Obr. č. 71



Obr. č. 72

Veškerá obuv je ručně šitá, a prochází rukama jednoho řemeslníka, který je s ní od začátku do konce. Celý proces je velmi zdlouhavý, obsahuje kromě klasického vyřízení svršku a spodku obuvi, šití (většinou ručně, u pevnějších bot na stroji) Napnutí a nechání 10 dnů ustálit na kopytě, obuv je v určených podmínkách, kde na ni dopadá vlhkost a ztahuje tak usňový svršek ke kopytu. Potom následuje šití spodku obuvi a přechycení spodku obuvi ke svršku. Ta je ne vždy z usně, ale i z plastuvyráběného s ekologickým přístupem. Jako mezipodešev se používá korek.



Obr. č. 73



Obr. č. 74

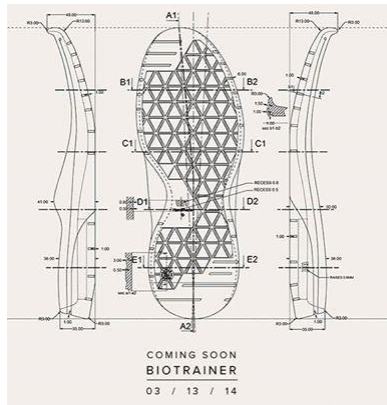


Obr. č. 75

V jejich dřívější kolekci se objevila obuv *Hiker X Ray*, ve které můžeme vidět jednotlivé články obuvi. Mezi novější přírůstky patří *Bio trainer*, s vlastnoručně navrženou podešví z kaučuku.



Obr. č.76



Obr. č. 77



Obr. č. 78

Obuv je dostupná jen v omezeném počtu, některé typy jsou vyráběny na zakázku, podle objednávky. Můžete si je tedy předobjednat, obuv se vyrobí až poté. Počet vyrobené obuvi se snaží omezovat na menší, vyhnout se tak masové výrobě.

1.4.4.2 Issac Reina

Stejně jako u předchozí značky i zde pozbývají výrobky zbytečnosti, aniž by se vzdal propracovanosti v detailech a smyslu pro komplexní tvar, rafinovanost, barevnost a formu.

Issac Reina je španělský designér narozený v Barceloně. Tam také studoval nejen módu ale i architekturu. Od roku 1998 po rok 2006 byl designérem v takových firmách, jako jsou Hemés či Veronique Nichanian. Spolupracoval ale i s návrhářem jakým je Maison Martin Margiela. V obou firmách byl pověřen pro oddělení pánská móda. Od roku 2011 učí na pařížské škole Ecole de la chambre syndicale de la couture parisienne v ateliéru specializovaném na doplňky. Roku 2006 si už otevřel vlastní obchod v Paříži a představil svou první kolekci.



Obr. č. 79



Obr. č. 80



Obr. č 81

Forma je geometrická, čisté plochy, vystříhané zbytečností. Ani tak nepostrádají výrobky preciznost v detailech a funkčnost. To vše ho naučila léta praxe u v předních luxusních značek (Hemés, M. M. Margiela). S vědomím, že materiál hraje hlavní úlohu, vytváří střihy a formy s citem, useň nenásilně přizpůsobuje konečnému tvaru.



Obr. č. 82



Obr. č. 83



Obr. č. 84



Obr. č. 85

Velký vliv na jeho tvorbu má i dánský design, konkrétně pak André Jacobsen.

Stejně jako u předchozích módních značek, i Issac Reina má výrobek, který v určitých směrech zastupuje a reprezentuje jeho pohled a myšlení. Taška *24 hours bag* je toho případem. Použitý materiál je prvotřídní telecí nebo jehněčí useň v různých barvách, od klasické černé po ostře růžovou. Velké čisté plochy zbavené veškerých ozdob, v horním okraji zpevňující pruh, držadla a zip. To je v základě vše, z čeho je vyrobena. Jednoduché, funkční, esteticky čisté, ostatně jako veškeré výrobky značky Issac Reina. Rafinovanost je v detailech a v tomto případě i v objemu tašky. Ten, když se ztratí, získá taška novou vizuální stránku a to svým složením. Je-li taška prázdná, dá se seskládat na plocho.



Obr. č. 86



Obr. č. 87



II. PRAKTICKÁ ČÁST

2 DÁMSKÁ OBUV S DOPLŇKY

Praktická část je věnována konečným výrobkům. Kolekci tvoří čtyři páry dámské obuvi a dva doplňky, přičemž žádný jednotlivý výrobek není dominantní; důležité je, aby věci dohromady tvořily celek.

2.1 Úvod

Následující text je rozdělen do dvou částí, a to – 1. část s názvem Příprava a 2. část, pojmenovaná Výrobky. Obě části na sebe navazují a nepřímo se dotýkají. Zatímco teoretická práce se zabývala jen výsledky výše jmenovaných firem, praktická část by měla kromě finálního výrobku ukázat i cestu, jak se postupně vyvíjely. Cesty jsou určitými vodítky, jak se dá pohlédnout na kolekci a nahlédnout do úvah před samotným vytvářením fyzických výrobků.

Jednotlivé body nejsou řazeny podle důležitosti, ale spíše chronologicky, jak postupně jednotlivé nápady a myšlenky přicházely a prolínaly se. Každý bod má svou úlohu v rámci celkové vizuální i funkční stránky. Všechny body jsou stejně důležité.

Základní myšlenka kolekce je set obuvi a doplňků pro běžné užívání. Je určen pro denní používání, pro různý účel i čas.

Tento set, tyto věci, by se měly stát běžnými a přirozenými při každodenním životě. Každá věc má své místo a svou vlastní funkci, a tak se stávají součástí našeho života. Jejich příběh by ale neměl být neviditelný, neboť to jsou věci; jejich příběh by měl být ve tvaru a použití (užívání a fungování).

2.2 Příprava

Těžko říci, co jsou první nápady, myšlenky vytvářející kolekci. Designér je již předem obohacen zkušenostmi a vědomostmi, kterými může disponovat. Pomocí nich rozvíjí a vytváří nový prostor pro své výrobky. Určení si hranic a mantinelů pro určitou práci je stěžejní; jednotlivé body se rozvíjí, postupně se rozrůstají a prolínají do dalších. Body, určené pro mou kolekci, jsem si rozvrhla na uživatele, prostředí, a pak na samotný výrobek. Části jsou uchopeny velmi volně a jsou samozřejmě doplněny obrazovou částí, která je velmi důležitá nejen pro vizuální stránku výrobku, ale i co a jak zobrazují.

2.2.1 Inspirace

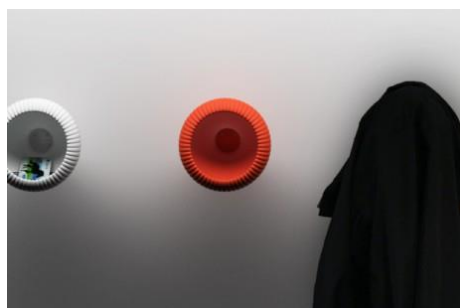
Všeobecnou inspirací je pro mě obecně příroda nebo umění, design, móda, architektura a mnoho dalšího. Věci kolem nás jsou vždy k zamyšlení; běžně užívané předměty, tvořeny s vtípem, vynalézavostí, neopomíjející funkční stránku.



Obr. č. 88



Obr. č. 89



Obr. č. 90



Obr. č. 91

V architektuře si všímám různých spojení minulosti a moderního světa. Skloubení nové zástavby s historickou, pochopení smyslu stávajících budov a s citem a logikou za-

členit současné stavby je velmi složité. Vyžaduje to znalost nejen nové technologie a konstrukce, ale i té staré.



Obr. č. 92



Obr. č. 93



Obr. č. 94



Obr. č. 95

Spojení dvou rozdílných věcí – nových a starých je pro mě prvek více než přitažlivý. Kontrast a napětí, které vytváří, vybalancování a nalezení správné souhry mezi dvěma zdánlivě jinými světy, je umění samo o sobě.



Obr. č. 96



Obr. č. 97



Obr. č. 9

Dnešní doba je dalším zdrojem mé inspirace, většinou skrze obrázky z blogů různých a pro mě neznámých, náhodných lidí.

Inspirace není z okolí, ve kterém se pohybuji, ale spíše z osobních, vlastních vytvořených světů. Viditelná intimita, ženskost, ztracenost dnešní generace, nehmatatelné, neuchopitelné věci se vyskytují všude okolo, rozpor mladé generace mezi virtuálním a hmotným světem.

Odstíny barev od černé přes lomené šedé, tělové a světlé mlhavé polostíny. Melancholie, odkaz na vzpomínky a minulost je živá i v přítomnosti; míjení časů, prolínání hranic a paralel. Vlastní svět stvořený na místě, který patří jen každému z nás, je pro mne postel. Přítomnost prázdnoty na místě kde by měla být naše vlastní podobizna, se nachází odvrácená nebo zakrytá tvář.



Obr. č. 99



Obr. č. 100



Obr. č. 101



Obr. č. 102



Obr. č. 103



Obr. č. 104



Obr. č. 105

2.2.1 Uživatel

Prvním bodem, na začátku nové práce, je určení si uživatele. Uživatel, čili osoba, která by měla být ideálním zákazníkem, je důležitá. Vždy při zpětném otočení za hotovou prací by měl být uživatel čitelný a snadno rozpoznatelný.

Pro tuto kolekci je to žena. Žena pracující – studující. Žena aktivní, stále v pohybu, i tak ale dbající na vizuální stránku sebe sama. Při navrhování pro mě věk ženy nebyl určujícím prvkem. Můžu ale specifikovat spodní hranici věku, je to student, a to spíše vysoké školy, což nás zavádí k věku kolem 20 let. Horní hranici nechávám otevřenou (samozřejmě výrobky nejsou určeny pro ženy velmi vysokého věku, kde je zapotřebí jiná konstrukce a vhodnější materiály). Věk pro mě není zase tak důležitým bodem, kolekce je navrhována tak, aby byla pokud možno neutrální a jednoduchá. Je tedy snadné představit si výrobky jak na studentce, tak na ženě středního věku.



Obr. č. 106



Obr. č. 107



Obr. č. 108

Pokud je zvolen kvalitní a vhodný materiál s neutrální barevností a esteticky přijatelným tvarem (ne příliš extravagantní), není důvod věk specifikovat.

Aktivní žena se odráží v podstatě v každém aspektu výrobků. Ať už je to materiál – lehký, pevný, barva – nenápadná, hodící se ke všemu, tvar – jednoduchý, velikost – rozměr podle účelu použití, vnitřní prostor a jeho rozdělení. Každodenní cestování do práce či školy vyžaduje funkční, pohotové a rychlé zacházení. Stálá přítomnost ve společnosti mezi lidmi zase esteticky hodnotnou věc.

Výrobky jsou nenápadné a měly by doplňovat celkový vzhled, rozhodně by neměly být nudné a esteticky nepřitažlivé.

Uživatele, konkrétně ženu, jsem si zvolila asi proto, že věci pro ni tvořené mají jakýsi intimnější ráz než pro muže. Jednoduchost, praktičnost, která nesmí pozbývat poetiky a něžnost nositelky. Právě skloubení čistě funkčních výrobků s vizuální stránkou tak, aby byly věci přirozené při používání a nenucené ve výrazu.

Předměty se k vnějšímu tělu různě těsně přimykají, přičemž se zdá, že pro ženu je tělesné přivlastnění některých předmětů, právě kabelky a bot, přirozené a bytostné. Kabelka je pro ni víc součástí těla než rekvizitou, kterou je pro muže aktovka, prozrazující jeho společenské zařazení a profesi- úředníka, manažera. Stejně je společenský oděv pro muže už pro svou uniformitu víc kostýmem než šaty pro ženu, jejichž případná přiléhavost zdůrazňuje těsné sepětí s kůží, s individuálním tělem. Bytostnost kabelky, podobně jako batůžku, přimykajících se k tělu, stojí proti jisté odcizenosti aktovky a kufříku, od těla odtazných. Pro ženu je její život už od dětství spjat s kabelkami, pamatuje si na ně i na svou touhu po nich, na jejich materiál, barvy, na hladkost i vůni- kůže posiluje moment jejich tělovosti, živočišnosti, dokonce pro ni souvisí s určitými životními obdobími, v tomto smyslu se i móda stává bytostnou součástí našich životů a těl.⁵

⁵ www.coteetciel.com [online]. Dostupné z: <http://www.coteetciel.com/en-CZ/about-us>.

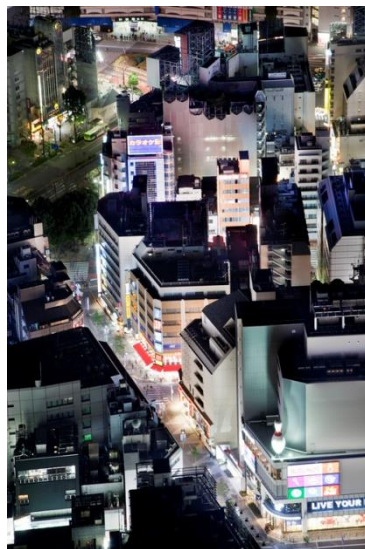
2.2.2 Prostředí

Další bod je prostředí. Prostředí, které jsem si určila, je prostor, ve kterém se uživatel pohybuje. Logicky jde o další krok – zasazení, v tomto případě aktivní ženy, do jejího prostředí.

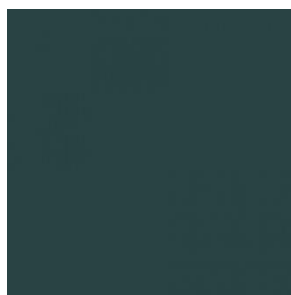
Město je rychlé, trochu znečištěné místo, plné lidí a pohybu, možností a zábavy. Město je živý organismu, neustále pulsující. Právě pro jeho nepřetržitou nutnost pohybu jsem zvolila kolekci, která má lehce sportovní ráz. Obuv není určená na sport, jsou v ní jen určité znaky a prvky inspirované sportovní – lifestylovou obuví.

Město, nejen jako místo pro budovy a silnice, ale město jako prostor pro pohyb, barvy, mísení stylů, rozmanitost, protiklady, živost, prostranství i zákoutí.

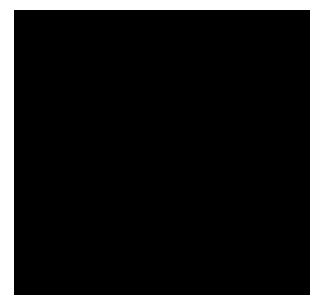
Barevnost vychází právě z měst, z pestrosti uvnitř i pochmurna na okrajích. Město je živé, plné barev, zářící a světélkující. Ne zvolila jsem ale tak radikální barvy. Šedost měst, a temnější odstíny jsou pro mě přitažlivější, poloplňné odstíny barev jsou vhodnější a nenápadnější, i vzhledem k tomu že mají doplňovat celkový vzhled.



Obr. č. 109

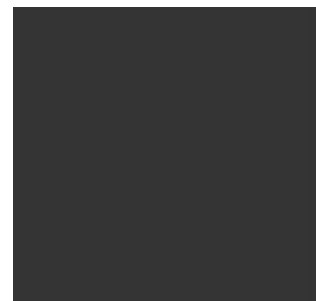
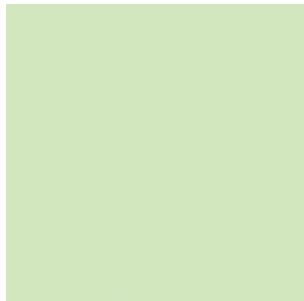


Obr. č. 110



Obr. č. 111

Okraje měst jsou naopak klidné, pomalé, trochu tajemné. Méně pestrosti a více mlhavo, to jsou odstíny, jsem si vybrala jako další prvek kolekce. Jakýsi opar, který doprovází fotografie (viz níže), je efekt, který jsem chtěla nějak zvětřit i v kolekci. Jen částečná viditelnost, obrysy věcí, ale nečitelnost detailů, byly pro mě výzvou. O to jsem se nakonec pokusila pomocí poloprůsvitného – mléčně zbarveného plastu – tarpaulinu.



Obr. č. 112

Obr. č. 113

Obr. č. 114

2.2.3 Tvar, forma, prostor

Třetí bod je určení výrobku. Po zasazení uživatele do jeho prostředí je na řadě určit jeho potřeby a s ním selektovat i výrobky.

Od potřeb ženy se odvíjí celá řada dalších vlastností jako je tvar, velikost, materiál, střih, barva, rozvržení vnitřku tašek, detailů. Kolekce se stává z výrobků z části pokrývajících potřeby ženy po celý den.

Tvar ve všech případech vychází ze základních geometrických tvarů jako je kruh a čtverec. Střih obuvi je drobně upravený kruh, u tašek pak lehce transformovaný obdélník. Tyto základní prvky jsem zvolila kvůli jejich jednoduchosti a snadnému seskládání do prostoru. Šablony jsou z jednoho základního tvaru, k nim jsou pak dodány nezbytnosti (u obuvi například opatek, u tašek pak podšívka a kapsy).

Forma je co nejprostší, složením jednoho kusu do prostoru se vyvarujeme zbytečnému šití a napojování dílců. U boty jsem zvolila kruh. Protože má kruh nekonečný okraj, tím chci říci, že pro oválný tvar kopyta, pomocí jeho protočení snadno docílíme pokrytí celé plochy, aniž bychom museli dílec kdekoliv dělit. U obou tašek je to pak obdélník. Stejně jako o kruhu je i obdélník nařezaný v některých částech, aby se dal vytvořit forma a tvar.

Vnitřní dělení a vložené kapsy jsou pomocníkem pro lepší orientaci uvnitř tašky. Vnitřek tašek by měl být rozdělen, zatímco vnější kostra tašky zůstává hladká bez kapes a přihrádek. Jediným „vzruchem“ na jejich tvaru jsou boční části, které jsou dělené, kvůli vytvoření objemu tašky.

Rozdělení uvnitř je důležité. U jedné z tašek, té větší, je to jen pomocí dodatečně přišitých kapes. U menší pak vytvoření kapsy stříhem, tedy jako část tašky. Inspirací mi byly různé značky světových firem, ale i účel, za kterými jsou přihrádky konstruovány.



Obr. č. 115



Obr. č. 116

Kabelka je příbytkem i jeho božstvem. Je hnízdem, do jehož tmy a tepla žena snáší své „poklady“. Aspekt snášení a schraňování věcí uvnitř, ve tmě je pro ženu a její vztah ke kabelce typický, zatímco pro muže bývá důležitější akt vynášení- vykládání věcí z aktovky na světlo, na pracovní stůl⁶.

Naopak obuv je uvnitř prázdná, až na nezbytné prvky, jakým je například opatek. Vnější obal je členitý, jednotlivé části se překrývají a přehýbají, a vytváří tak objem pro nohu.

U prvního, šedo-bílého páru, je svršek jen z jednoho kusu, není přidán žádný další dílec, jak je tomu u druhého černého páru. Druhý pár je tedy kromě téměř totožného stříhu obuvi ještě doplněn o usňové části nezbytné pro fungování obuvi (opatek, tužinka, derby).

Použity jsou různé materiály, jak umělé, tak i přírodního charakteru. Jako umělý materiál jsem vybrala tarpaulin pro jeho lehkost, pevnost a nenáročnou údržbu a polyesterový textil na podšívku. Z přírodních materiálů pak vlnu, konkrétně kašmír ve třech odstínech, a useň v barvě černé a světle modro-zelené. Vlnu i useň jsem si zvolila za stejných

⁶ HODROVÁ, Daniela. *Chvála schoulení (eseje z poetiky pomíjivosti)*. Praha, 2011, s. 254. ISBN 978-80-86702-91-9.

důvodů, oba dva materiály jsou příjemné na dotek, drží dobře tvar, jsou kvalitní a nesou známku tradice a komfortu.

Výraznější struktura je jen na tarpaulinu. Materiál je tvořen z viditelné mřížky z vlákna, která je pokryta nánosem průsvitného plastu.

Tašky jsou doplněny kováním. Pro lepší pevnost a trvanlivost je zvoleno nerez kování. Kov přináší příjemné oživení na prosté a jednoduché tašce.

Šití je užíváno na kolekci s rozvahou. Obuv je sice lemovaná, takže se šití nevyhýbá, tašky však mají okraj jen řezaný, nezapravený, a šití je použito jen na určitých částech, kdy je tomu potřeba.

Velikosti a proporce doplňků jsou přiměřené, měly by uměřeně doplňovat postavu ženy a velikostí splňovat účel tašky.

2.2.4 Tradice, odkaz

Tradice a odkaz na tradiční materiály a tvar jednotlivých výrobků je i přes jinou formu patrný. Klasické proporce jsou zvoleny právě pro klasičnost, která v nich je.

Odkaz na minulost přináší do kolekce závan elegance a jednoduchosti a přirozenosti nošení. U obuvi je to inspirace nedávnou historií, a to především sportovní obuví – teniskami.



Obr. č. 117



Obr. č. 118



Obr. č. 119

2.3 Výrobky

Dvě tašky tvoří doplněk ke čtyřem párům bot. Obě části tvoří kolekci pro ženy. I když je obuv dámská, svou neutralitou – jak tvarem, barvou, tak i střihem působí spíše jako obuv unisex. Tomuto výrazu napomáhá i sportovní ráz obuvi. Tašky jsou dámskou záležitostí, i když jsou také jednoduché a střídme, aby nijak vzhledem nepřevyšovaly obuv.

Obuv ani taška by neměly být záležitostí jen jednoho pohledu. Pokud je to 3D výrobek, měl by se tak i chovat ke svému pozorovateli a nestavit se jen jednou stranou.

Celá kolekce by měla k sobě navzájem ladit, to ale neznamená, že by po „vytržení“ z ní nemohla fungovat samostatně. Jednotlivé výrobky by k sobě měly ladit, ale neměly by být na sobě závislé; doplněním, jen například tašky, zcela jinými doplňky, by pro neutralnost výrobků mělo fungovat.

2.3 Dámská obuv

Stejný střih i tvar obou párů se liší v použití rozdílných materiálů. Rozdíl je i na použité podešvi na spodku obuvi. Obuv není určena na celoroční obouvání, je spíše záležitostí sezóny jaro-léto, hlavně kvůli zvolení lehkého, tenkého materiálu.

2.3.1 Dámská obuv č. 1

Kolekce obsahuje dva páry letní obuvi – tzv. sandály. Oba dva páry jsou velmi jednoduché střihem a tvarem, a také střídme i co do barevnosti.

Použitá useň je z rubové části ošetřena plničem a zažehlením silikonového papíru, jak je to ostatně i u dalších výrobců.

První pár je v ryze černé podobě. Hlavní materiál je teletina, na spodek obuvi je pak kromě mechovky použita guma; její přetažení do části svršku zabraňuje možnému poškození svršku.

Druhý pár je ve světlejších barvách. Na podešev je pak použita spodková useň, v nášlapné přední a zadní části je pokryt gumou.



2.3.2 Dámská obuv č. 2

První pár je vyroben z oboustranného textilu v barvě šedo-bílé s šedivou lemovkou. Svršek je doplněn o části z šedé usně, a to v patní části a na jazyku obuvi. Stélka je z usně, stejně tak i podešev; ta je pak ze spodkové usně. Spodek obuvi je ještě podražen černou **xx** pro menší opotřebení v nášlapné a patní části.

Střih, jak již bylo zmíněno, vychází z kruhu. Ve střední části je prostřížena ve tvaru jazyka a zadního poutka. Celý kruh je tedy využit beze zbytku. Přetočený svršek vytvoří objem, zadní patní část se přichytí stehy ke stélce, přední část se klasicky napíná. Zapínání na obuvi není, pro udržení obuvi na noze slouží boční gumičky.

Druhý pár je celý černý, jak svršek z dvojího materiálu, tak i podešev. Na svršek je použita pružná, ale pevná síťovina, používaná na sportovní obuv. Díl doplňují části z černé teletiny. Použitá useň je na místech, kde splňuje svůj účel. Useň je ošetřena plničem a zažehlená silikonovým papírem. Tento postup nejen že zpevní useň, ale i zabraňuje pouštění barvy, a navíc tak vzniká voděodolný povrch. Podešev je z černého plastu, rozdělená na přední a zadní část.



2.4 Dámské doplňky

Jako doplňky k obuvi jsem zvolila dva modely – jednu větší a druhou menší tašku. Obě v základě vychází z obdélníku, a to nejen hlavní díl ale i podšívka. Obě tašky splňují jednoduchý tvar i konstrukci. Doplňky, na rozdíl od obuvi, nejsou omezeny sezónou, kdy se mohou nosit.

1.4.5 Dámský doplněk č. 1

První je taška rozměrnější než druhá. Doplnuje ji její dvojník, ale ve velikosti ještě o něco větší. Opět téměř identický střih, rozdíl je patrný jen v maličkostech. Menší z těchto dvou je usňová taška, určená spíše na nošení do práce, školy atd. Druhá je z lehkého textilu, určená pro volný čas.

Useň je také ošetřena plničem a zažehlená silikonovým papírem, okraje jsou zatřeny černou barovou na hrany. Střih podšívky je také obdélník. Použitý materiál je kašmír v tmavě tyrkysové.

Doplněna je kováním – kroužky pro zachycení popruhu, navržené tak, aby svým tvarem ladily k celkovému vzhledu, stejně tak i chrániče dna.

Uzavírání je na jedno magnetické zapínání. Vnitřní vybavení se skládá z jedné větší kapsy, určené na notebook či papíry do velikosti A4, z jedné kapsy uzavíratelné na zdrhovadlo, a dvou malých kapsiček.



48x30x10

1.4.6 Dámský doplněk č. 2

Druhá taška je menšího rozměru. Střih je pro přední i zadní díl stejný. Spojením dvou polovin, vznikne uprostřed kapsa. Zavírání tašky je na zdrhovadlo, vnitřní vybavení se skládá kromě středové kapsy ještě z jedné menší kapsy.

Materiál je průsvitný tarpaulin (mléčné zbarvení), doplněno světle zelenou podšívkou a usní uchycující kování na popruh. Popruh je nastavovací podle potřeby uživatele.



30x25x5

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

ZÁVĚR

Obě dvě části, jak první teoretická, tak i druhá praktická, mi poskytly prostor pro hlubší rozbor, pozorování a hledání problému daného tématu.

Teoretická část obsahuje pohled na osm různých firem, ve kterých jsem se snažila najít zajímavý prvek i pro druhou, praktickou část. Vyzdvižením jedné vlastnosti nad ostatní nebylo vždy snadné. Rozhodnout se, co upřednostnit, a časté úvahy, proč zrovna tuto firmu a tento pohled na ni.

Praktická část pro mě byla výzvou pro svou komplexnost. Kolekce dámské obuvi a doplňků byla pro mě složitá hlavně co do výběru a zvolení jednotlivých částí – výrobků. Hledání a zvolení vhodné formy, tvaru, střihu, ale i materiálu a barvy bylo vždy kompromisem ve prospěch uceleného pohledu na kolekci. Kolekce je skupina jednotlivců, kteří by neměli ztrácet vlastní osobnost, ale ani nepřevyšovat celek.

Aby designéři dospěli k těm nejlepším výsledkům, musí nakonec jít stejnou cestou jako hráči golfu a flétnisté. Měli by zapomenout na vše, co se kdy naučily o technice, a jednoduše jít a udělat to!⁷

⁷ HODROVÁ, Daniela. *Chvála schoulení (eseje z poetiky pomíjivosti)*. Praha, 2011. s. 253. ISBN 978-80-86702-91-9.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- ŠTÝBROVÁ, Miroslava. *Boty, botky, botičky*. Praha 10, Dykova 15: Lidové noviny, 2009. ISBN 978-80-7106-986-7.
- MICHL, Jan. *Funkcionalismus, design, škola, trh*. Brno, Msrtinkova 7: Barrister a Principal, 2012. ISBN 978-80-87474-48-8.
- MOHOLY NAGY, László. *Od materiálu k architektuře*. Praha 1, Ostrovní 17: Triáda, 2002, 262 s., ISBN 80-86138-29-1.
- Design: aktualita, nebo věčnost?: *antologie textů k teorii a dějinám designu*. 2005. vyd. Praha: vysoká škola umělesko průmyslová v praze, 2005. ISBN 80-86863-05-0.
- HODROVÁ, Daniela. *Chvála schoulení (eseje z poetiky pomíjivosti)*. Praha, Malvern, 2011. ISBN 978-80-86702-91-9.
- AUMONT, Jacques. *Obraz*. Praha 10: Akademie muzických umění v Praze, 2010. ISBN 978-80-7331-165-0.
- GOONETILLEKE, Ravindra S. *The science of footwear*. Boca Raton, FL: CRC Press, c2013, xxiii, 702 s. ISBN 978-1-4398-3568-5.
- CHOKLAT, Aki. *Footwear design*. London: Laurence King, 2012, 192 s. ISBN 978-1-85669-745-3.
- CROWE, Lauren Goldstein a Sagra MACEIRA DE ROSEN. *The Jimmy Choo story: power, profits, and the pursuit of the perfect shoe*. London: Bloomsbury, 2010, 231 s. ISBN 978-1-4088-0085-0.
- WALFORD, Jonathan. *Shoes A-Z: designers, brands, manufacturers and retailers*. 1st pub. London: Thames & Hudson, 2010, 256 s. ISBN 978-0-500-51526-6.
- QUINN, Bradley. *The boot*. London: Laurence King, 2010, 192 s. ISBN 978-1-85669-663-0.
- Fifty shoes that changed the world*. London: Conran Octopus, 2009, 106 s. ISBN 978-1-84091-539-6.

INTERNETOVÉ ZDROJE

<http://www.coteetciel.com/en-CZ/>

<http://www.mismo.dk/>

<http://www.ln-cc.com/en/restofworld/women/bags/icat/womens-bags/>

<http://en.anteprima.com/>

<http://www.tannergoods.com/>

<http://hypebeast.com/>

<http://www.ryka.com/>

<http://www.feitdirect.com/>

<http://conceptkicks.com/interview-feit-co-owner-josh-price/>

<http://www.nielspeeraer.com/index.html>

<http://vimeo.com/52717801>

<http://www.tumblr.com>

<http://www.thetailoredlast.co.uk/journal/handmade-leather-bio-trainer-1-feit/#top>

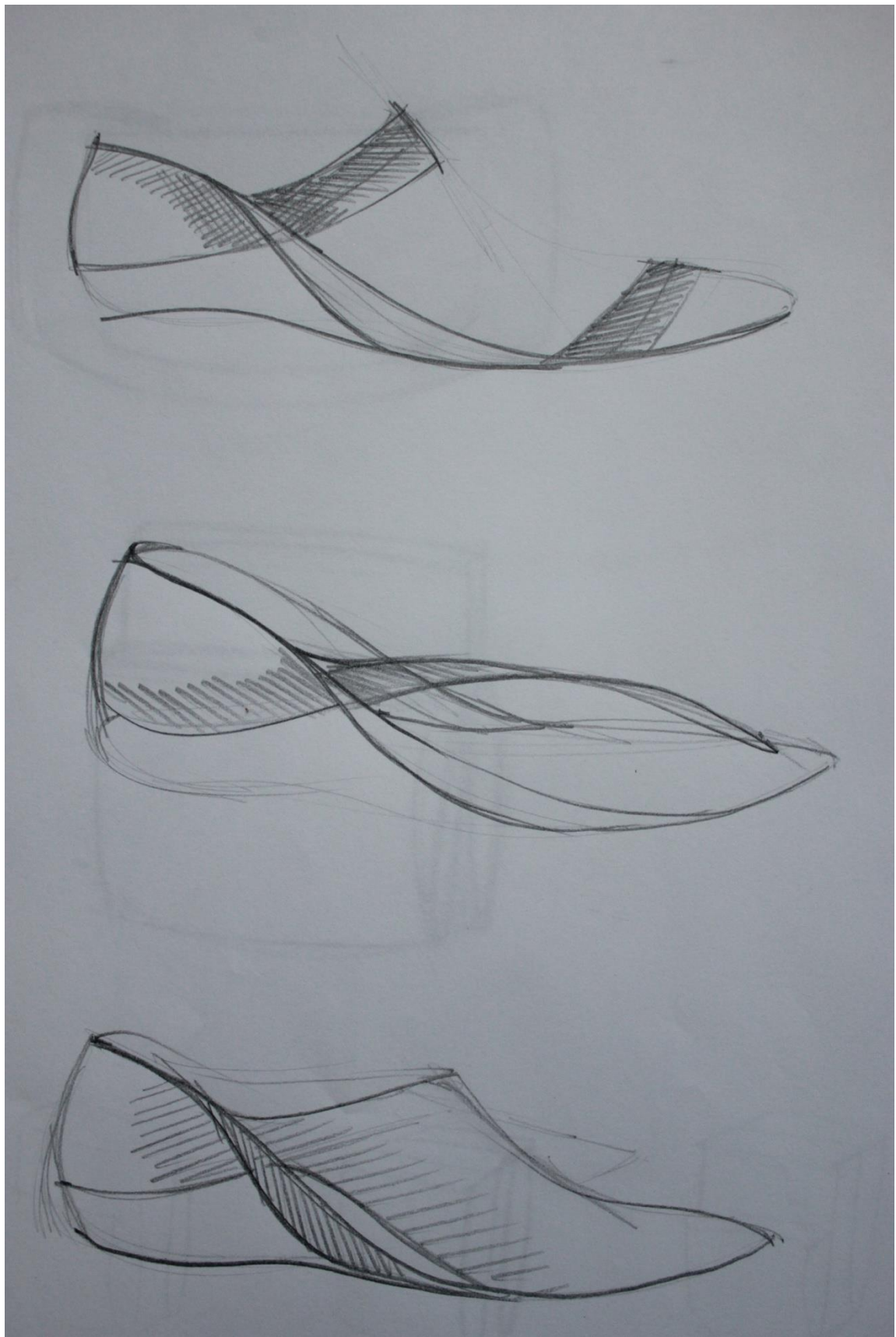
<http://www.carryology.com/>

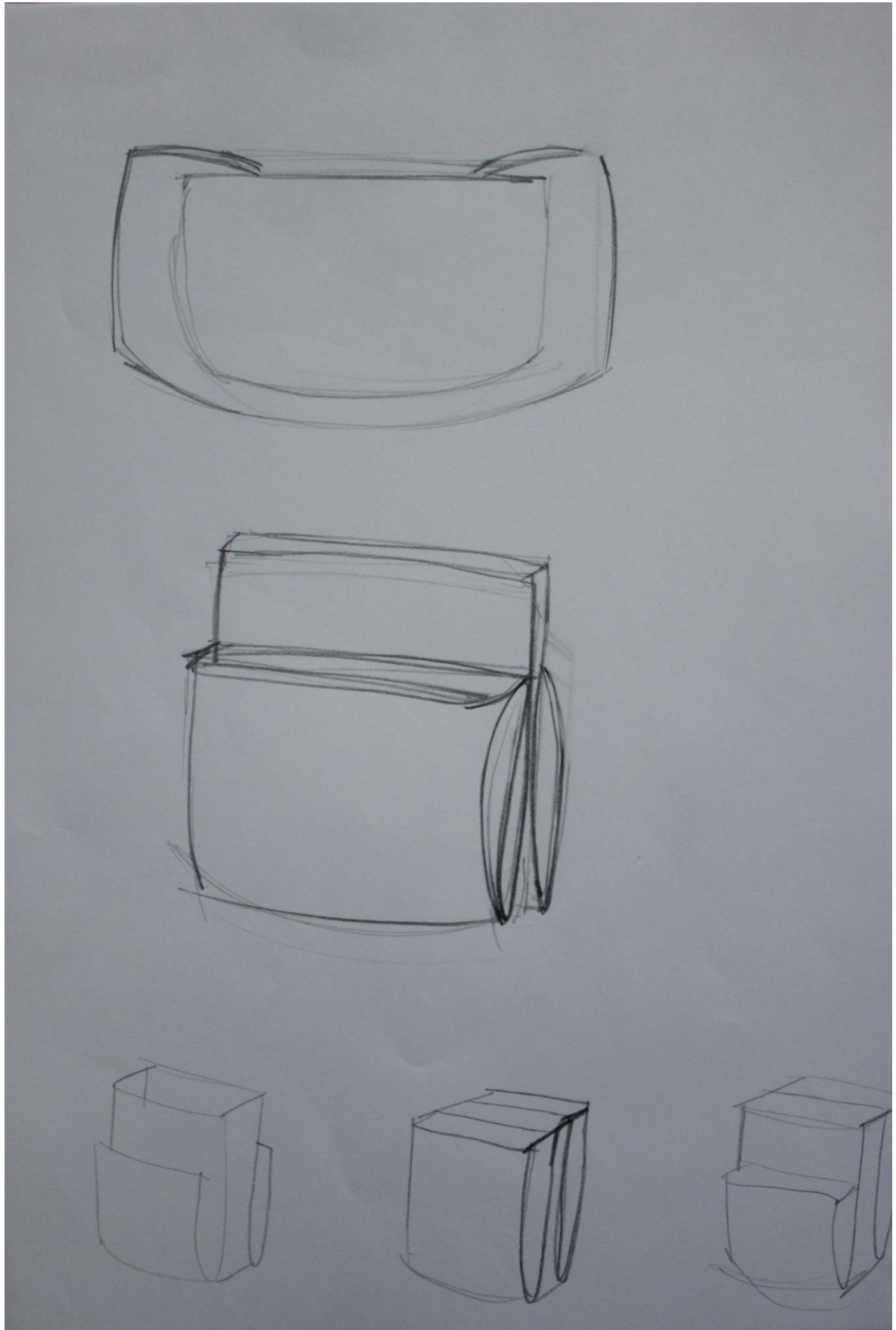
SEZNAM OBRÁZKŮ

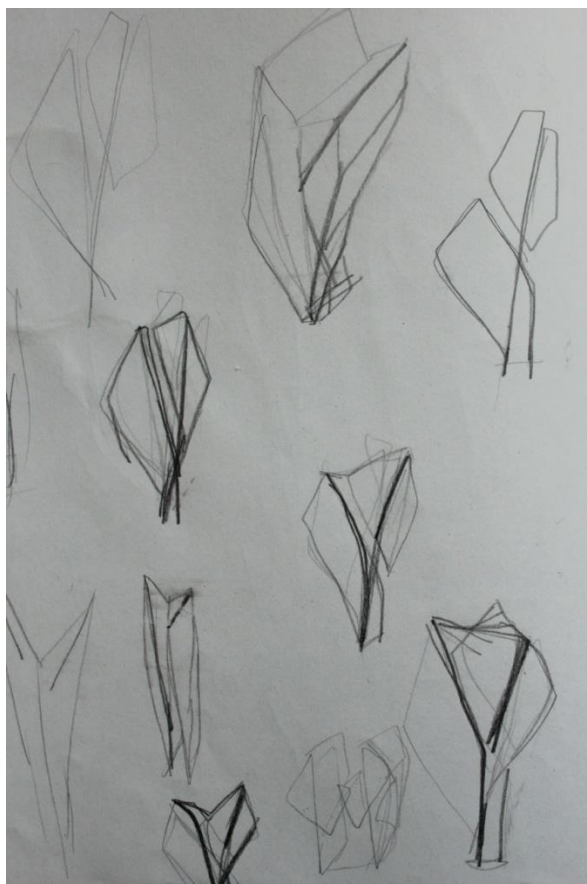
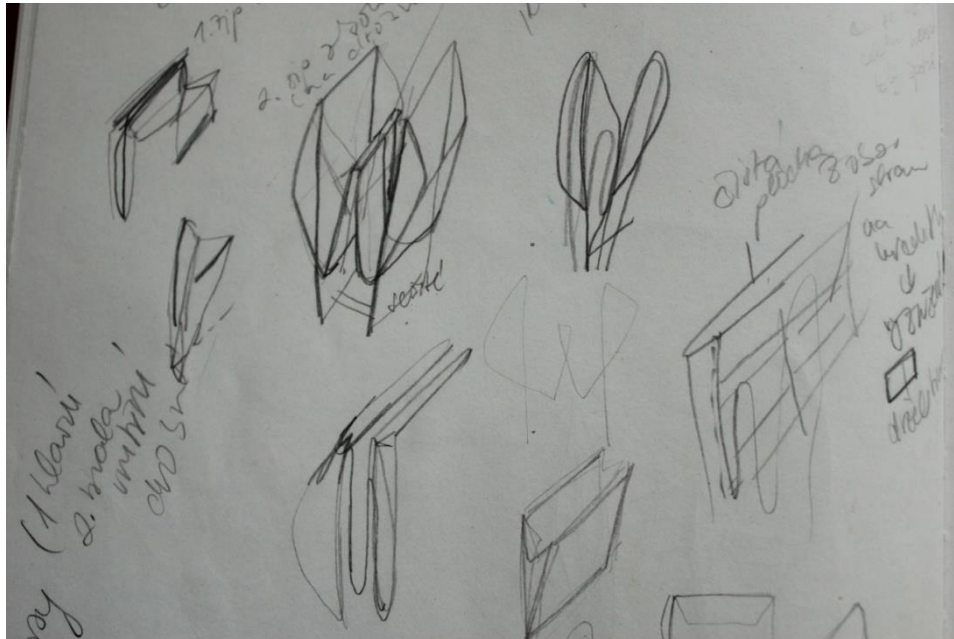
- 1- 25 : <http://www.tumblr.com>
26: <http://9gag.com/>
27: <http://www.northface.com>
28- 30: <http://www.coteetciel.com/en-CZ/>
31- 32: <http://www.carryology.com/reviews-2/road-test/road-test-coteciel-isar-rucksack-sxsw-213-edition/>
33- 36: <http://www.coteetciel.com/en-CZ/>
37- 38: <http://www.mismo.dk/>
39- 41: <http://www.mismo.dk/blogs/news/9852940-mismo-x-playtype>
42- 44: <http://www.nielspeeraer.com/index.html>
45- 47: <http://www.fleetilya.com/>
48- 57: <http://www.tannergoods.com/>
58- 60: <http://en.anteprema.com/>
61- 65: <http://www.ryka.com/>
66- 67: http://www.nike.com/cz/en_gb/?cp=EUNS_KW_CZ_1_Brand_Core
68- 76: <http://www.feitdirect.com/>
77- 78: <https://www.facebook.com/feitdirect>
79- 87: <http://www.isaacreina.com/?page=home>
88- 91: <http://9gag.com/>
92- 114: www.tumblr.com
115- 116: <http://www.pinterest.com/pin/274578908502198593/>
117: <http://www.loewe.com/>
118: <http://www.reedkrakoff.com/>
119: http://www.nike.com/cz/en_gb/?cp=EUNS_KW_CZ_1_Brand_Core











Skici návrhu tašek

