



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

VYBRANÉ KAPITOLY Z PŘEDMĚTU TECHNOLOGIE OBORU

MÁRIA ŠTRANEKOVÁ

SOŇA ZAJACOVÁ

ZLÍN 2015

UTB Zlín 2015

Vybrané kapitoly z předmětu **TECHNOLÓGIE ODĚVU**

Móda a umenie, ekologická móda

Autor : Mgr.art Mária Štraneková ArtD. kapitola Móda a umenie

MA Soňa Zajacová - kapitola Ekologická a udržateľná móda

Vydala: © Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2014

ISBN 978-80-7454-474-3

Tato publikace vznikla v
reg. č.: CZ.1.07/2.2.00/2:



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

ediálních komunikací",
početem ČR.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Móda a umenie

Nasledujúce kapitoly sa budú venovať vzájomnému vzťahu módy a umenia. Vzájomná konvergencia, inšpirovanie, či ovplyvňovanie zásadne posunuli hranice ich vlastného média, ba dokonca dochádza ku stieraniu hraníc, ich postupnému zániku. Môže byť móda umením? V čom spočíva táto previazanosť módy a umenia? Je umelecká tvorba len marketingová stratégia jednotlivých návrhárov, dokonca módnych domov, alebo úprimná umelecká výpoveď? Aký je rozdiel medzi umením v móde a módou ako umenie? Kapitoly tiež poukážu na aspekty súčasnej módy tzv. „módy na hrane“, ktorej hlavnou črtou je, že výsledok tvorby módnych návrhárov môže rovnako fungovať v kontexte módy aj umenia. Predstavitelia v tvorbe využívajú skôr umelecké postupy ako módne, čím niekedy necielene vzniká voľné výtvarné dielo, zaraditeľné do kontextu vnímania postmoderného umenia.

Umenie v móde

Umenie v móde, umenie v odevu. Kapitola uvažuje o móde a jej blízkom vzťahu k výtvarnému umeniu, podstatná je rekapitulácia vplyvu umenia na módu a jej vzájomný vzťah, tiež vymedzenie niektorých základných termínov. Pojem móda a umenie sú veľmi široké termíny na uchopenie-pojmom umenie uvádzam prejavy moderného a postmoderného umenia. Móda je problematický pojem, označuje komplexný systém tvorby a predaja odevov, aktuálny trend, ale aj invenčné prejavy jej avantgardnej polohy, ktoré sú stredobodom záujmu nasledujúcich kapitol.

„Móda nás obklopuje, podriadila si svet vecí a takmer všetko je aspoň čiastočne ovládané týmto fenoménom¹.“ Sama móda sa v súčasnosti označuje ako „umenie“ postmodernej kultúry. V rámci histórie mali móda a umenie mnoho spoločného, a v súčasnosti často splývajú, čo má základ aj v tom, že sa venujú spoločným témam. Podobne ako na umenie, aj na módu, sa dá nazerať esteticky, historicky, filozoficky a tiež sociologicky. Zahŕňa problematiku osobnosti, identity, sexuality. Zástancovia a kurátori vysokého umenia (fine art), ktoré je podľa tradície nadčasové

¹ LIPOVETSKY, Gilles: Říše Pomíjivosti, Prostor, Praha 2002, str.14.

a vážne, módou istým spôsobom opovrhujú za to, že je efemérna a plytká a nemajú tendencie ju s umením spájať. Ale v priebehu storočia je viditeľné, že v rôznych polohách umenia, kontextov expresíí významu bola móda nepopierateľnou súčasťou. Umelecká strana v móde sa prejavuje :

Haute couture (z fr. vysoká móda)² predstavuje odevnú tvorbu popredných návrhárov a ich módnych domov, ktoré tvoria a prezentujú jedinečné (autorské) modely. Má prísne pravidlá tvorby a predaja, ktoré určuje syndikát *Chambre Syndicale de la Haute Couture Paris*. Vznik haute couture, a tým nástup modernej fázy módy,³ úzko súvisí so vznikom moderného umenia. Móda a tvorba odevu klasicky patrili do oblasti remesla, ale zásluhou Ch. F. Wortha vznikla organizácia vysokej módy tak, ako ju poznáme dodnes. Sezónna premena, prezentácia kolekcií na manekýnkach, a predovšetkým nové povolanie módného návrhára spojené s novým spoločenským postavením. Jeho zásluhou, tým že začal tvoriť modely haute couture, sa krajčír presadil ako slobodný tvorca - umelec. Už tu teda začína moderná umelecká fáza módy, štruktúrou a logikou veľmi podobná modernému umeniu, s aspiráciou získať uznanie ako jeho plnohodnotná súčasť.

Návrhári vysokej módy haute couture sa už od jej vzniku s obľubou obklopovali umelcami – básnikmi, maliarmi, s ktorými spolupracovali, či zbierali ich diela. Po vzore umelcov, začali odevy „podpisovať“ umiestnením visačky a tak isto aj pomenovávať názvami. Priebehom storočia sa z podpisu vyvinul fenomén značky s logom na odeve, z názvu odevu filozofia kolekcie a z „obkloповania sa umelcami“, prepojenie so svetom výtvarného umenia, či dokonca galerijná činnosť módnych domov.

V súčasnosti módne domy ako Prada, Cartier, Hugo Boss, či Gucci figurujú v role dôležitých umeleckých patrónov⁴, sponzorujú múzeá moderného umenia, či vybraných umelcov⁵, alebo si dokonca zakladajú svoje vlastné múzeá a galérie moderného umenia. Zaujímavosťou je i fakt, že podľa výskumu v svetovej stovke majiteľov súčasného umenia je na prvom mieste Francois Pinault - majiteľ módného impéria Gucci, ktorý vlastní približne 2000 umeleckých diel súčasného umenia.

² *haute couture* - (z fr. vysoká móda) odevná tvorba popredných návrhárov a ich módnych domov, ktorá tvorí a prezentuje jedinečné modely. Návrhári sú združení v syndikáte *Chambre Syndicale de la Haute Couture Paris*, v ktorom členstvo je prísne podmienené stanovenými podmienkami. Napríklad tvorba musí byť predstavovaná dvakrát ročne v Paríži v počte minimálne 50 kusov. Každý model haute couture je jedinečný, autorský kus, šitý priamo na mieru, s percentuálnym podielom ručného šitia

³ Zo štúdií G. Lipovetského poznáme tri fázy módy: 14 - pol. 19. st. - aristokratická fáza, od pol. 19. st. do

50-tych rokov 20. storočia - moderná, a od pol. 60-tych rokov - otvorená móda (postmoderná fáza).

⁴ *Who's who: Contemporary art world top 100*. V svetovej stovke majiteľov súčasného umenia je na prvom mieste Francois Pinault, na 3. mieste je Nicolas Serota, riaditeľ Tate Modern, ..7. Charles Satchi... 11. Damien Hirst... 51. Tracey Emin... 65. Miuccia Prada,... 98. Takashi Murakami.

⁵ Galéria Louis Vuitton na Avenue de Champs-Élysées v Paríži, udeľovanie ceny Huga Bossa v spolupráci s Gugenheimovým múzeom - nositelia tejto ceny sú napr. Matthew Barney, Douglas Gordon, Marjetica Potrc, Pieter Huyghe, Rirkrit Tiravanija, či aktuálny držiteľ Tacita Dean.

Umenie na nosenie (*wearable art, art to wear, artwear*) Je poloha výtvarného odevu ako nositeľného objektu s vlastnou výpovednou hodnotou. Už od začiatku moderného umenia návrhárov lákala sloboda prejavu umelcov, a ich zase doslova fascinoval priamy vzťah odevu s telom. Tvorba návrhárky Elzy Schiaparelli a umelkyne Soni Delanay významne ovplyvnili aj tvorcov tzv. autorských odevov. Odevná tvorba Elzy Schiaparelli z 30-tych rokov 20. storočia bola výrazne ovplyvnená surrealizmom. Spolupracovala so Salvatorom Dalím, taktiež Man Rayom, Marcelom Duchampom. Bola pravdepodobne prvou návrhárkou, ktorá skutočne aj patrila do surrealistického hnutia, taktiež priekopníčkou neskorších avantgardných stratégií v móde, ako je koncept, dekonštrukcia objektov, mixovania „vysokého“ s „nízkym“ a používania neobvyklých materiálov a postupov. Jej modely vďaka invencii a zásahu umelcov boli nesmierne zaujímavé, šokujúce, ale mnohokrát nenositelne tzv. antimódne (v rámci módy ako štýlu).

Sonia Delanay sa inšpirovala svojou vlastnou voľnou výtvarnou tvorbou - obrazmi. Vytvorila autorské odevy, na ktorých dokonale spájala geometrický farebný vzor so strihom. Spolu s Tristanom Tzarom vytvorila dress poems (šaty ako báseň). Odevom dala tiež hlbší subjektívny výraz a filozofický rozmer. Tvorbu simultánných odevov, predstavovala pod vlastnou značkou v butiku s názvom Simultaneé. Pôsobila aj ako teoretička módy, prednášala na Sorbone *Vplyv maliarstva na módu* a publikovala prvé články o prepojení módy a umenia napr. s názvom „*Umelci a budúcnosť módy*“.

Odev ako umenie Joseph Beuys v roku 1970 zavesil na stenu galérie vlastný plstený odev. Súčasťou vysokého umenia sa tak stal odev v zmysle *unwearable art* (odev ako umenie). Menovaný odev niesol v sebe subjektívny význam, spájaný s osobným príbehom a životom Josepha Beuysa. Anne Holander v knihe *Seeing through clothes* charakterizuje odev ako umenie, najmä cez jeho symbolickú funkciu, vníma ju ako istú metaforu - ilustráciu k témam identity, sexuality, spoločenských otázok. Odev ako umenie, musí odkazovať na niečo iné.⁶ Odev teda nemusí byť determinovaný iba na funkciu, či subjekt módy. Súčasní návrhári, najmä tvorba konceptuálnych návrhárov, podobne ako Beuys, majú záujem o pretransformovanie myšlienok, spomienok, či príbehov do odevov. Tieto odevy – objekty nie sú určené na nosenie, radia sa ku kategórii *softart* (umenie mäkkého materiálu).

Výtvarné umenie a jeho vplyv na podobu módy Modernizmus na začiatku 20. storočia stvrdil novú rolu umenia –dvojrozmerné zobrazovanie, čo sa viditeľne odrazilo aj v móde radikálnymi zmenami ženskej siluety. Redukovanie formy vyvrcholilo v šatách „malé čierne“ od Coco Chanel. Vzťah k odevu ruských produktivistov a konštruktivistov tiež významne ovplyvnil módu smerujúcu

⁶ HOLLANDER, Anne : *Seeing through clothes*, University of California press: Berkeley, 1993.

k dizajnu. Návrhár Yves Saint Laurent akoby citoval diela moderných autorov v šatách, čím „premenoval moderné umenie v haute couture“ (diela Matisa, Picassa, Mondriana). Tvorba návrhárov Courrègesa a Balenciagu z 60-tych rokov nebola nijako podradená priestorovým experimentom, ktoré sa rozšírili toho času v sochárstve a architektúre minimalizmu. Vysoké umenie bolo tiež poznačené novými experimentálnymi umeleckými trendmi (Fluxus, Land art, Body art, Happening), ktoré boli cieľným protestom proti kultúrnemu stereotypu a konvencii tradičného artefaktu. V systéme módy nachádzame obdobné. Objavuje sa pojem „antimóda“, ktorá vznikla najmä zo sociálnych a politických dôvodov (hippies, punk, atď.) Vzhľad sa stal absolútnym symbolom - poukazoval na životné hodnoty, štýl, kult, spoločenskú rebeliu, provokáciu či individualizmus. Prvýkrát si „móda ulice“ našla cestu do vysokej módy práve vďaka avantgardným návrhárom. Konceptuálna tvorba umelcov tiež výrazne ovplyvnila tvorbu odevných návrhárov. Napríklad návrhárka Katharine Hamnet siahla po konceptuálnej tvorbe v sloganoch a heslách. Politické, ekologické heslá v odevných kolekciách⁷ vyvolali rozruch v umeleckej verejnosti, jej odevná tvorba však ostala na pokraji spoločenského záujmu.

Jednou z najrozšírenejších postmoderných taktík v umení bolo prevrátenie klasických tendencií naruby, eklektizmus, gýč, spochybňovanie významu, citácie. Tieto stratégie, známe už od čias Marcela Duchampa, sa naplno prejavili v postmoderne, a tie sa zas transformovali postupne aj do módy v podobe „novej estetiky v móde“. Jean Paul Gaultier zviditeľnil korzet a spodné prádlo, čím urobil intímne verejným. Eklekticky mieša rôzne štýly v rámci jedného odevu. Po vzore umeleckých diel art brut dizajnéri na ukázali spodné švy, nedokončili odevy, umiestnili vypchávkavy navonok. Dizajnéri začali využívať takmer všetky stratégie nedodržovania konvencií a dekonštrukciu formy. Taktiež sa do módy postupne dostávajú pojmy vlastné výtvarnému umeniu ako napr. minimalistická móda, dekonštruktivistická, konceptuálna móda a podobne.

Súčasný fenomén prepojenia módy a umenia

Typickým znakom postmoderny je stieranie hraníc. Ak hovoríme o súčasnom dianí, pojem postmoderné umenie už ani nemusí byť aktuálnym termínom. Vysoké umenie sa mieša s rôznymi štýlmi a žánrami, filmom, reklamou a samozrejme i módou. Návrhári tvoria odevné kolekcie, takisto aj výstavy, retrospektívne trendy i vízie do budúcnosti. Móda sa zlúčila s umením a umenie sa inšpiruje módou, už sa presne nedá definovať, ktoré patrí kam. Tieto dva fenomény určitým

⁷ TOWNSEND, Chris: Rapture Art's seduction by Fashion, Thames & Hudson, 2002 str. 45.

spôsobom rozpustili striktné definície pojmov, ktoré začali narúšať už umelci avantgardy na začiatku storočia v podobe „antifashion“⁸ (utopistická móda) a v 80-tych rokoch japonskí (Miyake, Kawakubo), belgickí (the Antwerp six) avantgardní návrhári.

Významný moment tohto vzájomného prepojenia módy a umenia sa uskutočnil v roku 1982, keď na obálke amerického časopisu *Artforum* uverejnili model Issey Miyakeho, čo dovtedy v kontexte umenia nebolo typické. Odev patril do kategórie užitého umenia. Čo odlišovalo túto fotografiu na obálke od všeobecného uverejňovania módy, boli šaty prezentované ako vysoké „umenie“. Toto gesto predznamenovalo odborné uznanie umeleckej časti tvorby návrhárov. Táto tendencia v súčasnosti vzrástla, móda prirodzene prenikla do významných umeleckých časopisov ako *Flash Art*, či *Tank*. Na druhej strane začali časopisy zamerané na avantgardnú módu ako *WAD*, *Ad/dict ID*, *Another Magazine*, *Dazed and Confused* svoje stránky obohacovať o aktuálne umelecké dianie a úplne prirodzene prepájajú voľné umenie, módu a dizajn.

Móda a galérie V 80-tych rokoch sa móda stáva novým kultúrnym fenoménom. Pod vedením kurátorov vstupuje do vybraných umeleckých inštitúcií, vrátane tých najvýznamnejších, ako Metropolitného múzea v New Yorku, Louvre v Paríži, Phoenix múzea vo Philadelphii, V&A v Londýne, vo forme permanentnej historickej zbierky alebo stále obmieňajúcej sa výstavy. Výstava *Addressing the Century -100 rokov módy a umenia* (1999) v Hayward gallery Londýne predstavila exponáty poukazujúce na vplyv umenia na módu v priebehu 20. storočia. V galériách sa móda prezentovala v podobe inštalácie, odevov, objektov, fotografií ale i módnej prehliadky. Boli dokonca založené špeciálne múzeá odevu ako napr. Kyoto Institute. Tiež návrhári vedome prepájali umenie s módou. Predajne *Comme des Garçons* návrhárky Rei Kawakubo sú zároveň aj galérie moderného umenia, ktoré napríklad v Tokiu hostili umelecké výstavy Daniela Burena, Cindy Sherman, Jany Šterbak. Súčasní návrhári tiež vydávajú vlastné časopisy, o ktorých v jednej z kritik tvrdili: „*Odevy Comme des Garçons sú rešpektované ako umenie, okrem toho, že sú umenie...vytvorila jeden z najlepších umeleckých časopisov, s výnimkou, že to nie je skutočný umelecký časopis - je to módný katalóg.*“⁹

V roku 1996 sa vo Florencii pod vedením kurátorov Germanta Celanta a Ingrid Sischy konalo prvé Bienále prepojenia módy a umenia (Bienale di Firenze Cultural Associations) s názvom *Looking at Fashion* (Pohľad na módu). Projekt začal vznikať už skôr, práve z podnetu kurátorov, ktorí cítili, že súčasné umenie doslova nestíhalo vyjadrovať situáciu doby. Móda tým, že je súčasť

⁸ STERN, Radu: *Against Fashion -Clothing as an Art*, str.19.

⁹ STERN, Radu: *Rapture- Art's seduction by Fashion*, str.96.

toho najaktuálnejšieho diania, je dokonalým médiom na jej zachytenie. Najvýznamnejšie priestory múzeí a galérií vo Florencii sa naplnili dielami, ktoré vznikli zo vzájomnej spolupráce umelca a dizajnéra, alebo individuálnymi prezentáciami. Tu sa móda nielen dostala do kontextu umenia, ale tiež sa vytvoril vážny diskurz o tejto problematike na poli umenia, estetiky a filozofie. Kritické postrehy priniesli myšlienky a úvahy o móde ako o novom výtvarnom médiu. Dôvod prečo móda nedosahovala rovnaké postavenie ako iné formy umenia už skôr, bola absencia odbornej kritiky. Krédom bienále sa stalo: „pozerať a myslieť“.¹⁰ Dialóg medzi umením a módou vyplynul nie z hľadania nadradenosti jedného vyjadrovacieho jazyka nad druhým, ale najmä z pokusu presiahnuť limity ich vlastných vyjadrovacích možností. Výsledky spolupráce umelcov s návrhármi boli rôznorodé.¹¹ Sú obsiahnuté v katalógu, pre ilustráciu predstavím len niektoré projekty. „Oblečené sochy“, od sochára Tony Cragga, vyvrátili zvyčajné vnímanie umenia ako nedotknuteľné. Damien Hirst, Jenny Holzer, Keith Herring vytvorili zaujímavé konceptuálne projekty. Samostatne sa prezentovali umelci ako Kiki Smith, Vito Acconci, Cindy Sherman či Tony Oursler. Bienále malo veľký úspech a podnietilo kurátorov k vzniku ďalších významných výstav v priebehu nasledujúcich rokov. Už tu však vystali aj mnohé diskusie týkajúce sa problematiky umiestnenia módy a odevu do galerijného priestoru, a otázok či môžeme módu za umenie vôbec považovať. Je náročné nájsť kritérium, ktoré môže rozhodnúť, či móda parí alebo nepatrí do oblasti umenia. Samozrejme záleží na interpretácii a kontexte diela, či umeleckej výpovede. Taktiež je táto otázka smerovaná skôr pre kurátorov umenia, v nasledujúcej časti predstavím rôzne názory, ktoré ma zaujali.

Je móda umenie? Odevy boli v minulosti tradične vylúčené z domény vysokého umenia. Suzy Menkers, módna editorka v International Herald Tribune tvrdí, že ozajstná móda by mala byť funkčná, preto môže byť klasifikovaná len ako užité umenie, alebo dokonca remeslo. Ak odev nie je nositeľný, je umením. To je ale problematické, pretože používa nepoužiteľnosť ako kritérium, čomu sa už v minulosti venovali filozofi ako Theodor Adorno, alebo Immanuel Kant.¹² Ale práve súčasné umenie neskrývane ašpiruje byť práve užitočným, a ak sa pozeráme na vývoj súčasného postmoderného umenia, termín „neužitočnosť“ sa stáva absolútne neužitočným kritériom. Anne Hollander kategoricky vyhlásila: „*Odev je forma vizuálneho umenia, výtvor z obrazov predstáv a*

¹⁰ Následné Bienále z roku 1998 pojednávalo o vzťahu módy a filmu.

¹¹ Dvojice : Jenny Holzer a Helmut Lang ,Tony Cragg a Karl Lagerfeld, Mario Merz a Jill Sander, Damien Hirst a Miuccia Prada, Keith Herring a Rei Kawakubo.

¹² Immanuel Kant: Antropogické štúdie ,Theodor Adorno : Estetická teorie (1970).

*zviditeľňovaním seba, ako vlastného média.*¹³ K tomuto názoru sa priklonili tvorcovia autorských odevov artwear. Tu je zase problematická tvorba „autorského“ odevu v sériovej výrobe. Módna návrhárka Zandra Rhodes v denníku *Observer* z roku 2003 zas možno i trochu naivne tvrdí, že móda je vlastne „viac relevantná, a viac umelecká“ ako súčasné umenie, pretože móda sa zaoberá konceptom a termínom krásy a remeselnej zručnosti, o ktoré súčasné postmoderné umenie stratilo záujem. Je to zaujímavý postreh, pretože aj keď termín krásy bol celé 20. storočie kritizovaný vo vzťahu k umeniu, literatúre, i estetike, v súčasnosti sa umenie znova začína zaoberať termínom estetického diela. Podľa môjho názoru to, čo robí niektoré výstupy módnej tvorby skôr umením, ako len módu ako takou, je aktuálnosť a možnosť zasiahnuť široké publikum. Tiež, že dokáže obsiahnuť reflexívne komentáre na aktuálny stav doby, priemyslu a otázok identity, ktorej je móda sama súčasťou. Podľa teoretika umenia Clementa Greenberga, práve toto je požiadavka moderného umenia, keď každá časť umenia sa snaží dokázať jeho jedinečnú a charakteristickú identitu, za účelom zdôraznenia „absolútnej autonómie“.¹⁴

Spolupráca s umelcami Spolupráca návrhárov s umelcami je charakteristická už od začiatku 20. storočia, samozrejme spolupráca medzi umelcami pokračuje aj v súčasnosti. Spojenie významných umelcov s návrhármi v tvorbe umeleckých projektov podnietilo už spomínané Bienále a výsledky spolupráce sa preniesli aj do praxe. Tak napríklad Helmut Lang umiestnil nápisy Jeny Holzer do jeho minimalistickej predajne a nafotením kampane poveril Nan Goldin. Damien Hirst vytvoril pre značku Prada mnoho zaujímavých inštalácií. Tracey Emin pre svoju priateľku, hádam najznámejšiu excentickú návrhárku Vivien Westwood, nafotila a sama prezentovala reklamné kampane. Podobne pracovala aj Cindy Sherman, ktorá už od 80-tych rokov kreovala zadania od módnych tvorcov. Pre japonskú avantgardnú návrhárku Rei Kawakubo sama seba prezentovala v sérii štylizovaných fotografií s názvom „*Metamorphosis*“ (Premeny) a tiež v sérii reklám a pozvánok „*Fairy Tales*“. Pre dizajnerku Dorothee Bis zas groteskne prerozprávala zvyčajné kliše ženskej krásy použitím absurdných pomôcok: umelé zuby, jazvy, grimasy, deformované telá, či nelichotivé pózy. Táto kampaň však bola zamietnutá, aj napriek novátorskému prístupu a irónií, nevyhovovala požiadavkám firmy, čiže trhu. Výzva návrhárky však v nej podnietila záujem pre vlastnú umeleckú tvorbu.

¹³ HOLLANDER, Anne: *Seeing through clothes*, Berkeley, 1993, str.311.

¹⁴ CRAIK, Jenifer : *The Face of Fashion: Cultural studies in Fashion*, London, 1994, str. 153 IN SVENDSEN, Lars : *Fashion - A Philosophy*, London , 2006 str.106.

Iní návrháři sa inšpirovali a doslova vyhľadávali spoluprácu s umelcami, pretože vycítili, že práve spoluprácou s nimi si zvýšia kultúrny kredit. Už Coco Chanel svoju „umeleckú auru“ posilňovala najmä priateľstvom s vplyvnými umelcami ako napríklad Picasso, Stravinsky, Cocteau, či Diaghilev. Chanel bola toho času nepochybne jediná, ktorá tvorila veľmi jednoduché, strohé odevy s veľmi vysokými cenami, čo sa jej podarilo obhájiť ako „jej“ štýl, napriek faktu, že aj iní návrháři tvorili podobné odevy. Práve umelecká aura prenesená do odevov jej napomohla k tomuto sebavedomiu. Tu vidím tiež určitú podobnosť so súčasnými reklamnými stratégiami veľkých módných značiek - využívania umenia, či umeleckej aury na získanie finančného kapitálu.

Najznámejšie komerčné značky povolávajú k spolupráci významných umelcov, pretože tým, že sa značka spája s veľkými umeleckými menami, akoby aj jej produkty prenášali „auru“ vysokého umenia. Odlučovanie sa od trhu bola vždy dôležitá stratégia pre zvyšovanie kultúrneho kreditu, ale cieľom tohto navýšenia, je v častých prípadoch účel navýšenia finančného kapitálu.

V súčasnosti je zaujímavé sledovať tento trend. Najvplyvnejší umelci, akým Damien Hirst nepochybne v súčasnosti je, módou neopovrhuje, práve naopak. Líder YBA bol prizvaný k spolupráci s firmou Jeans, čím v roku 2008 vznikla kolekcia *Jeans Damien Hirst*. Jeans už dlhšie spolupracujú s nadáciou The Warhol Foundation for the Visual Arts, známou ako Warhol Factory X Levi's, ktorá podporuje mladých umelcov. Po vzore Andy Warhola a Michela Basquita navrhol jeansy a odevy s použitím autorskej potlače jeho starších obrazov. Kolekcia bola predstavená na *New York Fashion week '08* v Gagosian gallery. Práve jeho zásahom vytvoril druh wearable art - nositeľného umenia. Jeho umelecká aura povýšila „obyčajné jeansy“ na status umeleckých, tým najdrahších na svete. Bola to jasná marketingová stratégia na posilnenie značky Levi Strauss & Co Jeans, aj keď podľa osobných tvrdení Damiena Hirsta, jeho intenciou bolo posunúť svoje voľné umenie medzi bežných ľudí, ktorí ich budú nosiť. Je to diskutabilné, cena 20 000 \$ - 80 000 \$ to dovoľí zas len vyvoleným. Niektoré kusy boli komerčne predávané vo vybraných obchodoch, ale limitovaná edícia bola exkluzívne dražovaná na aukciách súčasného umenia. Hirsta odborná verejnosť pozná pre jeho inovatívne a šokujúce kreácie, a teraz šokoval nie laickú, ale skôr odbornú verejnosť. Vystavalo množstvo otázok, ohľadom jeho „prízemnej“ komerčnej aktivity, alebo „významného“ posunu umenia?



Obr. 1. Damien Hirst : Collection Jeans Damien Hirst (2008)

Prezentácia módy a jej vzťah k umeniu Módne prehliadky súčasnosti nepostrádateľne vstrebávajú stratégie a inšpirácie z moderného umenia. Návrhár Moshino, označovaný „za umelca v službách módy“, dovolil na módnych prehliadkach divákovi interaktívne zasahovať. J. Ch. Castelbajac už dokonca v 60-tych rokoch 20. storočia mal intenciu posunúť módnú prehliadku do „pohyblivej galérie moderného umenia“. Ponúkol svoje modely ako plátno pre maliarov, a tým takmer každá prehliadka končila „obrazovými šatami - šatovými obrazmi“. Počas 80-tych a 90-tych rokov začali byť módne prehliadky viac spektakulárnejšie, extravagantné, lokalizované v imaginatívnych prostrediach za účelom maximálnej publicity. Tým začalo byť jasné, že niektoré prezentácie haute couture sa stali časťou tzv. „umenia performancie“ (tu skôr myslené v zmysle divadelného predstavenia, ako umeleckého smeru). Módne prehliadky haute couture sú z hľadiska predaja odevov neprofitujúce, fungujú skôr ako strategická reklama na podporu predaja produktov prêt – à – porter.¹⁵

V nedávnych rokoch prehliadky avantgardných návrhárov vyvolali doslova protest a šok, pretože namiesto glamúru, vykreslili agresiu, násilie, deštrukciu a špinu. Využili tzv. šokové stratégie

¹⁵ *prêt-à-porter* z fr. hotové na nosenie, (ready to wear z angl.) limitované série kolekcií módnych domov (v súčasnosti je ich okolo 30)

(Rei Kawakubo, Alexander Mc Queen).¹⁶ V kontexte prepojenia módy a umenia sa diskutuje o vzniku nového hybridu tzv. fashion performance (módna prehliadka ako predstavenie), ktorá obsahuje päť základných kategórií: *spectacle* (výjav, predstavenie) *substance* (koncept, podstata, materiál) *science* (veda, zručnosť) *structure* (štruktúra, konštrukcia) a *statement* (vyjadrenie, prehlásenie).¹⁷ Prejavy tejto súčasnej experimentálnej módnej tvorby sú postavené na témach ako: nestabilita, zmena, depresia, smrť, choroby, odcudzenosť, technológie, sociálne či ekonomické zmeny.

Móda v umení

Už umelci avantgardy začiatku minulého storočia boli doslova fascinovaní odevom a módou. Odev videli ako isté trojdimenzionálne predĺženie ich možností vyjadrenia a reflektovania skutočnosti. Gustav Klimt a William Morris navrhovali šaty nazývali ich artistic dress.¹⁸ Pre talianskych futuristov bol odev a móda dokonca jedným z najdokonalejších vyjadrení modernity a futuristické odevy zahrnuli aj do ich manifestu z roku 1909. Giacomo Balla, či Marino Marinetti podľa ich slov tvorili módu: agresívnu, asymetrickú, krátkodobú, variabilnú.¹⁹ Kandinsky bol istý čas zaujatý škvrnito - farebnou potlačou odevných materiálov a inšpiroval sa nimi pri vytváraní niektorých svojich raných nefiguratívnych kompozícií. Dokonca v roku 1919 Max Ernst vyhlásil „*Fiat modes-pereat ars!*“²⁰ (Nech žije móda - nech zhynie umenie!) Vyjadril tým akoby potvrdenie pomínutelnosti, ako opozitum večnosti, kde móda s jej neustálou zmenou, bola istým vzorom pre umenie. Paradoxom je, že umenie bolo v móde prítomné stále, kým móda „považovaná za umenie“ bola nemódna. Toto v podstate platí do súčasnosti, tvorba avantgardných návrhárov využívajúcich výtvarné praktiky sa značne odlišuje od módy komerčnej, uznávanej ako hlavný prúd.

¹⁶Podľa Waltera Benjamina sa novodobá estetika musí oslobodiť šokom - šokové stratégie sa stali centrálnym elementom v modernom umení. Podobnosť v móde, kde jedinečné originály (haute couture) sú nahradzované nekonečným počtom reprodukováných kópií (prêt-à-porter). Ale čo je skutočne kupované a predávané sú prêt-à-porter kolekcie, a tieto musia byť tiež esteticky zaujímavé. A toto podporujú práve prehliadky a umelecké reklamy. Akoby prenesením umeleckej aury jedinečného modelu haute couture predvedené netradičným spôsobom na móde, sa dostane do povedomia širokej verejnosti a prenesie sa do nositeľných a predajných modelov prêt-à-porter.

¹⁷ DUGGAN, G.G.:The greatest show on earth IN *The power of Fashion*, TerraArt EZ Press, 2006, str. 223.

¹⁸ Odev, ktorý navrhol umelec, alebo je ním nosený.

¹⁹ *Addressing the century* str. 30.

²⁰ IN LEHMANN, Ulrich: *Tigersprung: Fashion in Modernity*, Cambridge, 2000, str.348.

Fascináciu módou, glamúrom a efemérnosťou vyjadril v tvorbe aj „novodobý dandy“ Andy Warhol. Svoju profesionálnu kariéru začal ako ilustrátor pre módne časopisy. Warhol s obľubou transformoval vlastné obrazy do šiat - vytvoril odevy s názvom „Composite dress“, - móda ako fantazijná predstava. Po jeho vzore sa o niečo podobné pokúsili viac a menej úspešne aj iní návrhári. Tiež so svojou kapelou Velvet Underground poriadal prvé vernisáže „continuous happenings“ v butikoch nových začínajúcich návrhárov, ktoré premenoval na umelecké galérie. Umelci op-artu, či kinetického umenia dosiahli v odeve zosilnenie vizuálneho zážitku. V konceptuálnej tvorbe mnohých umelcov vidieť využitie možností odevu na lepšie vyjadrenie ich ideí. Na Documente Cassell VII v r. 1982 Jenny Holzer a Keith Haring realizovali limitovanú edíciu tričiek ako „spotrebných umeleckých objektov“, v snahe preniesť konceptuálne umenie do ulíc. Istým variantom obdobnej skúsenosti môže byť tzv. slogan art Jenny Holzer a Barbary Kruger, ktorý sa posunul do kontextu módy, v podobe politických hesiel a protestov. Filozof Gilles Lipovetsky dokonca konštatuje, že móda a jej systém dokonca ovplyvnil aj samotný systém umenia. „...umenie sa snaží o originalitu za každú cenu, [...] umelecká scéna sa stále viac štruktúruje efemérnymi príkazmi danej chvíle, nutnosťou vyvolať udalosť, nestálosťou vln poriadanych obchodníkmi a šírením médií. Rozdiel medzi módnou a umeleckou tvorbou sa neustále zmenšuje: umelcom sa už nedarí vyvolať škandál, ale módne prehliadky sa ponímajú stále kreatívnejšie. V oblasti módy je dnes takisto mnoho inovácií a prekvapení ako v umení, záleží predovšetkým na originalite, spektaklu a marketingu. Výpožičkami z minulosti a prehodnocovaním umeleckej tradície súčasné umenie završuje svoju premenu v módu [...] modernistická strohosť ustupuje neobmedzenému kríženiu starého a nového. Umenie sa pohybuje hlavne v rovine efektu, rovine hravých kombinácií. Všetko sa môže vrátiť, všetky formy imaginárneho múzea možno využiť ako príspevok k rýchlejšiemu odsunutiu toho, čo je práve „in“. „Umenie vstúpilo do módneho cyklu prchavých výkyvov neo a retro variácií, kde nič nie je poplatné a nič sa nezavrhuje. Namiesto vylučovania prichádza recyklácia, receptom na úspech je „revival“ - obnova. Mali sme neofauvistov, neoexpresionistov, skoro sa možno dočkáme neo-neoabstrakcie. Umenie oprosté od modernistického kódexu rebélie už nemá žiadny oporný bod, všetko je možné, umelecké nóvum už nie je to, o čo usilovali „klasické“ avantgardy je viac tým, čo riadi módu“.²¹

²¹ LIPOVETSKÝ, Gilles: *Říše Pomjivosti* (Móda a její údel v moderných spoločnostech), Prostor, Praha, 2002 str.425.

Samozrejme mnohí umelci, ktorých práce predstavím v nasledujúcej časti reflektujú najmä negatívnu stranu módy, týkajúcu sa jej komerčnej časti. V súčasnosti som však spozorovala isté náznaky, že aj vysoké umenie istým spôsobom parazituje na móde, alebo sa v nej realizuje. Galérie usporadúvajú čoraz viac výstav s tematikou – móda, pretože je to tak povediac „populárne“ a dokonca aj veľkí kritici umenia sa móde neobracajú chrbtom, pre vysoký záujem verejnosti. Avantgardnej móde sa venuje toľko pozornosti ako aj súčasnému umeniu. Je veľmi problematické kategorizovať postavenie módy v rámci postmoderného umenia, či patrí, alebo nepatrí do vysokého umenia, to nechám radšej na teoretikov.

Portrét módy, alebo módny portrét? „Vek irónie pominul, aby bol nahradený vekom lesku, kde vonkajší zjav dostáva prvenstvo byť jedinou realitou“.²² Známa talianska umelkyňa Vanessa Beecroft, kriticky reflektuje témy súčasnej kultúry, otázky stereotypov, násilia vizuálnej kultúry ale najmä následky „panovania“, módy a jej marketingových stratégií. Poukazuje na fakt, že práve móda hrá rolu toho, aby všetci boli dokonalí a „in“ či už odevom alebo výzorom, čo zakúsila aj na svojom tele, keď v mladosti trpela chorobou anorexie a následnej bulímie. Beecroft akoby „maľuje“ trojdimenzionálne individuálne alebo skupinové portréty so živými ženami - modelkami.

Jedná sa o „živé sochy“ ale aj o formu moderného portrétu. Podľa môjho názoru aj módneho portrétu. Perfomancie, ktoré označuje VB (najznámejšie z roku 1998 v Guggenheimovom Múzeu), sú takmer všetky finančne podporované známou firmou Gucci. Počas priebehu akcie, ktorá trvá dve tri hodiny sa nič nedeje, modelky musia len stáť, počúvať rozkazy. Autorku zaujíma vzťah medzi skutočným ženským telom a jeho funkciou ako vizuálneho obrazu, umenia a „módnych predstáv“. Modelky sú nahé, alebo oblečené v značkových odevoch značiek ako Gucci, Prada a obuté v exkluzívnych topánkach Manolo Blahnik s vysokými opätkami. Móda je v postmodernej dobe tak mocná, že paradoxne sponzoruje aj svoju vlastnú kritickú reflexiu.



Obr. 2. Vanessa Beecroft: Ponti Sisters Associazione culturale vista mare, Italy (2001)

²² Prof. FERUSON, Harvie IN Labyrinth revue : *Móda a umenie*, 2003 No13-14 str. 145.

Komoditný fetišizmus Tak isto aj Silvie Fleury reflektuje módu a konzum. Stala sa známou začiatkom 90-tych rokov vďaka svojim „nákupným vozíkom“, čiže inštaláciám značkových predmetov zo sveta módy, ktoré vyzerajú akoby boli zabudnuté, či pohodené na podlahe galérie. Vystavuje luxusné ženské doplnky a dáva im status umenia. Kritici označujú jej tvorbu ako „umenie zapísané do kreditnej karty“. Komerčné vyníma z kontextu tak ako Andy Warhol, či Jeff Koons a ukazuje fragmenty zo ženského sveta, ale sama je ich konzumentkou. Zároveň jej irónia narúša aj kanonické prvky súčasného umenia. Na podstavcoch v tvare bielej kocky, ktoré autorka poťahuje kožušinou umiestňuje ikony dneška ako Chanel N°5, Evian, tašku Luis Vuiton či Hermes. Priznáva, že luxus je pre ňu zdrojom fascinácie, ale nie je zaslepená voči deštruktívnym aspektom a ilúzii krásna. Tvrdí tak ako Debord že, každá uspokojená žiadosť, túžba, potreba, produkuje ďalšiu. Paradoxne Fleury v tomto manifeste nezahŕňa len paródiu konzumeristickej obsesie, ale tiež elitárstvo moderného-vysokého umenia, ktoré seba považuje za niečo „spirituálne“, alebo viac intelektuálne ako je globálny kapitalizmus. Umenie sa podobne ako móda častokrát stáva len komoditou, zákulisím nenásytosti aukčných siení a schopnosti systému umenia vytvoriť finančné nahodnotenie dokonca aj tých najdekonštruktivistickejších umeleckých objektov.

Kolektívny odev Vyštudovaná odevná dizajnérka z Nottingham Trent University Lucy Orta pracuje v súčasnosti ako voľný umelec. Od začiatku 90-tych rokov realizovala projekty, ktoré nazýva „architektúra s dušou“. Tvorí objekty, ktoré kriticky poukazujú na senzitívne oblasti spoločnosti a prebúdzajú potrebu zmeny. Poeticky transformuje realitu a navrhuje alternatívne životné štýly. Pôsobila ako profesorka na London College of Fashion v Londýne, a taktiež získala v histórii prvý titul „profesorka umenia módy a životného prostredia“.²³ Začala tvoriť „na ulici“ vytváraním dočasných núdzových úkrytov pre bezdomovcov, čím pre nich vytvorila odev ako ich prvotný domov. Zaoberá sa myšlienkou konceptu o prežití a ochrane v modernom mestskom prostredí. Vytvorila projekt nazvaný „*Refuge Wear* (útulky), kde skombinovala odevy a mestský priestor na vytvorenie polemiky o chudobe a bezdomovcoch žijúcich v meste. Tieto flexibilné odevy sa skladali z pláštá s mnohými vreckami - a zároveň sa dali využiť ako stan. „*Nexus architecture*“ (spojená architektúra) alebo kolektívny odev je jej najznámejším projektom. Viac symbolickým ako „praktickým“. Odevy sú

²³ Lucy Orta je zakladajúcim členom organizácie Človek a humanita na Akadémií dizajnu v Eindhovene.

veľmi podobné bielym – antinukleárnym overalom aktivistov Greenpeace. Jednotliví účastníci akcie môžu byť spolu spojení modulárnou sieťou s pol metra dlhým zipsovým spojením - pupočnou šnúrou. Týmto prepojením sa samostatné odevy menia do jedného spoločného. Hypoteticky sa môžu spojiť tisícky ľudí. Na spájajúcom materiáli je vytlačený popis zo slovami ako „heart“ „link“ „nexus“ (srdce, puto, spojivo). Je to určitý manifest filozofie vzájomnej závislosti a solidarity všetkých ľudí v spoločnosti. Hoci je Nexus zámerne vytvorené dielo, jej práca má veľa spoločného aj s pouličným street wear a klubovým oblečením našej doby. Lucy Orta sa nebránila inšpirácii zo systému módy. Hlavne mladá generácia sa pomocou výrazov ich oblečenia, či už nápismi, spája pomyselnými linkami. Je doba technológií a móda na ňu reaguje „*telo je dom, celý žijúci systém a móda nechce byť len plášťom, ale časťou budovy*“.²⁴



Obr. 3. Lucy Orta : Refuge wear Intervention London East End (1998)

²⁴ EVANS ,Caroline: *Fashion at the Edge*, Yale, New Haven and London 2007, str. 284.

Odevná značka ako umelecký projekt Pre zaujímavosť predstavím tvorbu španielskej umelkyne Alici Framins, zaoberajúcej sa tiež sociálnymi a politickými otázkami, ktoré vyplývajú z existenčných ľudských potrieb. Umelecký projekt tzv. odevná kolekcia *Anti_dog collection* (kolekcia proti psom), navrhla pre ženy, napr. inej farby pleti, aby sa cítili chránené v nebezpečných štvrtiach obývaných skinheads, či iných agresorov. Prvá kolekcia tohto sociálneho umenia obsahovala dvadsaťtri šiat vyrobených z nepriestrelného a ohňovzdorného materiálu s cieľom umožniť ženám zastaviť agresiu. Tvar šiat opisuje ikonické šaty od Chanel, Dior, Courrèges, Gaultier. Módny štýl a farba zlatej tkaniny odvolávajú odevy k luxusnému vzhľadu. Anti_dog odevy, ktoré reagovali ako šaty, ale aj v kontexte umenia prezentovali účastníci na módnej prehliadke na Victoria Square v centre Birmingham. Boli na nich vyšité citáty a odkazy. Autorka tvorivo využila možnosť odevu ako miesto pre antinásilie. V týchto dňoch sú bezpečnosť a ochrana aktuálnym celosvetovým problémom. Jej „značkové“ produkty s názvom *anti_dog* sú nielen mixom kreativity a invencie, ale majú najmä ideologickú i praktickú funkciu ochrany. „*Niekedy vidíme, že v umení je stále veľa „l' art pour l' art“, umenia ktoré iba hovorí samo o sebe. V móde vidíme takmer to isté: návraty , nové verzie, ale ja si myslím, že je čas tvoriť módu, ktorá skutočne vyjadruje našu situáciu v 21. storočí.*“

25



Obr. 4. Alica Framins : Anti-dog collection, Berlin (2000)

²⁵ FRAMINS, Alica IN <http://www.aliciaframins.com/>

Odev ako schránka Jana Šterbak,²⁶kanadská umelkyňa českého pôvodu, je známa vďaka jej dielam - sochám nesúcich podobu odevu, ktorých primárnym médiom je surové mäso²⁷, či elektrický drôt. Šterbakovej diela nereflektujú módu, zaoberajú sa predovšetkým otázkami a témami moci, sexuality a kontroly, ale tiež skúmajú vzťah medzi človekom a technológiami. Ľudia sa v súčasnosti obrátili k technológiám, aby prekonalu svoju telesnosť, no oslobodiť sa od vlastných psychických limitov je oveľa náročnejšie. V diele *Chcem, aby ste cítili tak ako sa cítim ja* (1985) vytvorila šaty z drôteného pletiva obalené neizolovaným drôtom. Odevy predstavujú akoby masky, autorka sa nimi hrá s morálkou. Projekt *Remote control* (1989) sa skladá z motorizovanej kovovej krinolíny. Narúša kliše nosenia šiat, v jej kontexte šaty nesú performeru. Do projektu musí žena ako performerka vstupovať ako do „plátna“. Jej pohyby sú ovládané diaľkovým ovládaním, ktoré ovláda muž. Šaty na diaľkové ovládanie skúmajú ako nám technologické pokroky umožnili dočasne prekonať hranice našej telesnosti, ale tiež poukazujú práve na isté úskalía týchto technologických inovácií.



Obr. 5. Šterbak, Jana : Remote control (1989)

²⁶ *Životopis*: Narodila sa 1955 v Prahe, v r.1968 emigrovala do Kanady. Jej umelecké vízie sú formované detstvom v Prahe a skúsenosťami z marxisticko-leninského systému.

²⁷ "steak šaty" s názvom *Vanitas: Flesh Šaty pre Albino anorexiu* (1987) a *Predseda Apollinaire* (1999).

No logo! Mladý umelec s pseudonymom ZEVS sa za kontroverznú tvorbu pravidelne dostáva za väzenské mreže. Jeho tvorbe sa nedá vyhnúť, namiesto ateliérov, plátna a galérií uprednostňuje verejné priestranstvá. Kriticky poukazuje na otázky konzumnej spoločnosti a brandizmus. Tvrdí, že taktiky spektakle používajú obrazy, len aby ľudí navádzali čo potrebujú a musia mať”. Kritizuje veľké módné značky i nadnárodné korporácie vlastným “zmyslom pre humor” a reflexiou. Umiestnil roztečené logo Chanel na budovu inej veľkej korporácie v Honk-Kongu, či logo Nike na budovu módného magnáta Emporia Armaniho. Za humornú, ale aj kritickú považujem nedávnu akciu v Berlíne. Vyrezal logo z billboardu reklamy a nechal odkaz so žiadosťou o výkupné v znení "*Visual kidnapping - pay now!*" (Vizuálny únos -zaplaťte!), čím akoby zpersonalizoval logo a poukázal na jeho „absolútnu dôležitosť”.

Tvorba švajčiarskeho grafika Thomasa Hirschhorna tak isto rieši moc lifestylových značiek a ich schopnosť zväzdať spotrebiteľov prostredníctvom obrazu - ilúzie. Agresívne zasahuje napr. do reklamy spoločnosti Hugo Boss, Calvin Klein, počmáraním jeho vlastnými znakmi. Prostredníctvom fotografických koláží tiež opisuje realitu globálnych problémov: násilie, úpadok, a depresiu. Nekonečné opakovanie slova 'Boss' slúži na podkopanie exkluzivitu pôvodného loga, čím však reklama získava novú estetiku a význam.



**Obr. 6. Zevs : Liquidated Louis Vuitton (2009)
Boss**

Thomas Hirschhorn -Untitled

Módne obrazy

Najväčší „umelecký“ aspekt módy je obyčajne spájaný s jej prezentovaním. Práve v propagácii módy zohráva umenie a jeho stratégie pre módu (najmä komerčnú) najdôležitejšiu časť. Návrhári a módne domy povolávajú k spolupráci najlepších fotografov.²⁸ V módnych časopisoch je niekedy len veľmi ťažké rozoznať, čo je prezentované ako voľné umenie, módný editoriál, a čo reklamný materiál. Niekoľko výstav z posledných rokov sa pokúsilo obhájiť pozíciu módnej fotografie vedľa (umeleckej) fotografie v umení. Fenomén módna fotografia píše svoju históriu od prvého desaťročia minulého storočia. Módou a fotografiou sa zaoberal Man Ray, ktorý práve pri zväčšovaní módnych fotiek objavil svoj rayogram. Následne sa nového žánru začali venovať najvýznamnejší fotografi v čiernobielym vydaní časopisov Vogue, či Vanity Fair. Práve tu o pár rokov neskôr vznikli naratívne príbehy Richarda Avedona, eroticky podfarbené obrazové fantázie Davida Baileyho, či Helmuta Newtona.

Elizabet Wilsonová prirovnáva módu k fotografii a za kľúčový znak tohto sesterstva pritom označuje schopnosť oboch uchopiť jedinečným spôsobom prchavý moment v čase. Zatiaľ čo fotografia zmrazí podstatu danej prítomnosti, móda pre túto prítomnosť žije - je jej večným gestom. Ak sa vyznačujú obe médiá zvýšenou citlivosťou pre „súčasné“, tak kombinácia módy a fotografie by mala znamenať zdvojenie intenzity zážitku toho najefemérnejšieho a najsúčasnejšieho. Módna fotografia môže fungovať ako senzibilný transformátor reality, aj keď je niekedy extrémne vyumelkovaná. Módna fotografia, ako elegantné spojenie komercie a kultúry, je v istom zmysle jedným z najmocnejších manifestov kapitalizmu „vytvára hromadné sny, ktoré sú všadeprítomné a nepolapiteľné zároveň.“²⁹ Na umeleckej fotografii móda často krát hrá až druhoradú rolu, aj keď obraz neuspje ako obraz sám o sebe, vždy tu bude ospravedlnenie, že ide iba o interpretáciu módy, čiže funkciu. Niekoľko výstav z posledných rokov sa snažilo obhájiť pozíciu módnej fotografie vedľa (umeleckej) fotografie v umení. Pohľadom na súčasnú rapídne sa množiacu škálu časopisov o móde a životnom štýle ako Visionare, Adlict, Face, i-D) je zrejmé, že dnešná módna fotografia je veľmi rôznorodá.

²⁸ Umelecká fotografia vstupuje do systému módy a neslúži len ako propagačný materiál (ako módna fotografia) v módnych časopisoch, ale ako jej reprezentačná (umelecká) časť.

²⁹ WILSONOVÁ, Elizabet: *Adorned in Dreams* IN Labyrinth revue: *Móda a umenie*, 13-14, 2003 str.160.

Realita v móde Známi fotografi, Guy Bourdin a Helmut Newton, už v 70-tych rokoch takmer súčasne vniesli do módnjej fotografie úplne nový trend, a to „zachytávanie temnej skutočnosti“. Až príliš pravdivej, príliš realistickej, podobne ako ju zachytávala v umelkyňa Nan Goldin“. Vyvinuli naratívny fotografický štýl, ktorý sa zahrával so zobrazovaním výstrednosti, sexu, násilia, či nebezpečenstva. Nový štýl sa diametrálne líšil od klasických, statických, farebných módných fotografií. To isté platí aj u súčasného fotografa Terry Richardsona, ktorý neustále vedome balansuje „na hrane“ s vyjadrovaním ambícií predstavovania si sexuálnych obrazov v kontexte hlavného prúdu. Americký kritik Hilton Kramer sa vyjadril k ich štýlu názorom, že módna fotografia sa stáva podskupinou pornografie, ukazujúc teror, násilie a vraždy. Toto extrémne potvrdila fotografia Jeana Baptiste Mondina z roku 1994 v *The Face*, kde modelky pózovali so zbraňami namierenými do hlavy, tečúcou krvou po tvári i z úst. Témy ako násilie, drogy, smrť a špina označovali „vstup reality“ do módnjej fotografie. Súčasná módna fotografia naozaj vyjadruje určité rozčarovanie zo skutočnosti a posúva hranice vnímania „krásy“. Temnejšie hranice krásy sa stali dominantnou inšpiráciou. Nová generácia fotografov preferuje poukázať na neusporiadanosť, dekadenciu, nepokoj, ale zároveň aj vtip, radšej ako uspokojujivé a zjednodušené formy.³⁰ Módnne obrazy zároveň veľmi často čerpajú námety v umeleckých dielach významných historických i moderných umelcov.



Obr. 7. Guy Bourdin

³⁰ SONTAG, Suzan: *On Photography* IN Caroline Evans: *Fashion At the Edge*, str. 194.

Odeté do umenia Kritici tvrdia, že móda je elegantným spojením súčasného umenia a kultúry. Britská umelkyňa Sam Taylor-Wood prirodzene prepája umenie s módou- módnymi značkami, či už tvorbou reklamných kampaní, alebo aj voľným umením. V roku 2000 spolupracovala na projekte s módnym domom Selfridges v Londýne, ktorého krédom bolo: Vzrušenie z public art³¹ (verejného umenia) vo veľkom štýle. Autorský pohľad na estetiku a módu vyjadrila spôsobom jej vlastným - fotografickou inštaláciou *XV seconds*, ktorá na päť mesiacov pokryla celú fasádu Selfridges na Oxford Street (18 m výška, 274 m dĺžka, váha 2 tony). Toto impozantné umelecké dielo je zatiaľ najväčšia panoramatická fotografia na svete. Projekt priamo súvisel s otvorením galérie moderného umenia [Tate Modern](#) v roku 2000. Monumentálna fotografia Sam Taylor Wood získala pozornosť širokej verejnosti a zároveň vďaka projektu radikálne zmenilo aj vnímanie Selfridges. Fotografia znázorňuje dvadsaťjeden ikon populárnej kultúry ako „istú kultúrnu koláž 21. storočia“. Autorka bola inšpirovaná mramorovým vlysom z Parthenonu, ktorý sa nachádza v Britskom múzeu. „Vlys“ na obchodnom dome Selfridges mal intenciu vyzeráť ako jeho súčasná postmoderná verzia. Wood zamenila gréckych bohov za kultúrne postavy súčasnosti "moderných bohov pre adoráciu svätyne módy."



Obr. 8. Sam Taylor Wood *XV Seconds*, inštalácia Selfridges, London (2000)

³¹ public art : umelecké diela umiestnené vo verejnom priestore, tiež tendencia moderného umenia, ktorá sa od konca 60-tych rokov usiluje o bezprostredný kontakt umelcov so širokou verejnosťou.

Kontroverzia v móde Talianky fotograf Olivier Toscani sa preslávil práve vďaka reklamným kampaniam značky Benetton, ktoré tvoril od roku 1982 do roku 2000. Konsenzusom firmy i autora vznikli série kontroverznej dokumentárnej fotografie. Logo firmy "United Colors of Benetton" ako titulok, bolo jediné, čo ich od dokumentárnej fotografie odlišovalo. Paradoxne na reklamu značky, ktorá tvorila módne odevy vedome nikdy neukazovali odev ako taký, ale skôr aktuálne a diskutované svetové témy. Využíval šokovú stratégiu, tak dôležitú v postmodernom umení. Najznámejšia kampaň, diskutovaná v médiách *Man dying of AIDS* (Muž umierajúci na AIDS) vyprovokovala diskusiu o etike a humánosti kampaní Benetton. Ďalšie tiež zahŕňajú narážky na [rasizmus](#), vojny, [náboženské](#) otázky, ale aj trest smrti (citácia Warholovho *Electric Chairs*). V roku 2005 Toscani Benetton opustil, ale pokračuje v jeho kritických fotografických štúdiách v časopise *Collors*. Ten založil tiež vďaka finančnej podpore firmy Benetton spolu s grafickým dizajnérom Tiborom Kalmanom. Časopis reflektuje aktuálne otázky doby, bez komerčného zamerania.

Toscani sa stal uznávaný vďaka podpore módnej firmy Benetton, ale naopak firma bola nie vždy úspešná v komerčnom predaji a to práve kvôli konceptuálnej povahe reklamy „na hrane s umením“. Pretože práve kvôli kontroverzným kampaniam, opadla kúpna sila v niektorých krajinách a firma mala vážne existenčné problémy.



Obr. 9. Olivier Toscani : Man dying on AIDS (1992) Frare Therese (fotograf)

KONCEPTUÁLNA MÓDA



Metanávhrár

Belgičan Martin Margiela bol jedným z hlavných členov zoskupenia avantgardných návrhárov „*The Antwerp six*“,³² ktorí v 80-tych rokoch vyštudovali Kráľovskú akadémiu umení v Antverpách. Spolu s japonskými dizajnérmi vyvolali doslova „revolúciu“ v móde a jej zaužívanom hierarchizovanom systéme určenom Parížom od začiatku 20. storočia. Margiela prostredníctvom odevnej tvorby kriticky komentuje tento systém a stojí v opozícii takmer všetkým veľkým komerčným návrhárom. V tvorbe tiež vyzdvihuje sociálny aspekt a kritiku konzumnej spoločnosti.

Kritici jeho tvorbu zaradili za priekopnícku v polohe konceptuálnej módy. Dáva odevom alebo kolekciám hlbší význam, obdobným spôsobom ako Beuys dal svojmu plstenému odevu. Transformácia osobnej mytológie a idey je nosná, niekedy prevyšuje aj formu. Reakciu na premenlivosť, nestálosť, povrchnosť, hlad po senzácií, ktoré komerčná móda prináša, nestotožnenia sa s klasickým fungovaním opakujúcich sa trendov vyjadril v kolekcii, ktorú tvorili jeho staršie modely už prezentované v minulých sezónach. Akoby ich „zrecykloval“ len s tým rozdielom, že ich prefarbil na sivo. Tak isto aj neustále opakuje ním vytvorené vzory, dezény a motívy. Kontrast medzi „luxusnou“ módou a skutočnosťou vyjadril v sérii modelov a umeleckých objektoch zhotovených z plátna krajčírskych figurín a strihového papiera.

Svojou prvou prezentáciou sa zapísal do povedomia širokej intelektuálnej i umeleckej verejnosti, keď na mólo pokryté bielym plátnom, poslal modelky v ponožkách nasiaknutých červenou farbou, zanechávajúc tým „krvavé stopy“. Odevy boli akoby nedokončené, rozpárané, vyblednuté, s prečnievajúcou podšívku, čím si Margiela od verejnosti vyslúžil pomenovanie dekonštruktivista. Obľubuje kontrasty, jeho modely sú precízne vypracované a zároveň nedokončené, akoby otvorené umelecké diela, do ktorých môže zákazník zasahovať. Vytvoril tiež projekt - kolekciu v maxi nadrozmernej veľkosti, čím venoval pozornosť štandardizácii tela v módnom priemysle.

³² Zoskupenie avantgardných módných návrhárov, ktorí absolvovali Antverpskú kráľovskú akadémiu umení, menovite: Dries van Noten, Walther van Beirendock, Ann Demeulemeester, Josephus Mel, Timister, nastúpili po módnjej revolúcii Japoncov po r. 1985 a získali označenie „mladí divosi“.

Anonymita Na vyjadrenie nesúhlasu s popularitou súčasných módných návrhárov i umelcov odmieta byť známy, dokonca fotografovaný a rozhovory poskytuje iba cez fax. Vystupuje ako fantóm módného domu Maison Martin Margiela, ktorý nazýva tzv. móдне laboratórium. Martin Margiela³³ a jeho značka MMM používa pri komunikácii prvú osobu množného čísla tzv. kolektívne povedané. V štúdiu kladie dôraz na spoluprácu a konsenzus spoločnej tvorby. Anonymita nie je považovaná len za umeleckú pózu, vychádza z jeho filozofie sociálnej a kultúrnej kritiky. Tak isto anonymitu transformuje aj do predvádzania modelov. Modelky v od 80-tych rokov získali vysoký status, popularitu a módný svet si bez nich ani nevieme predstaviť. Až na modelky a modelov MMM. Majú vždy pokrytú tvár závojom, vlasmi, alebo páskou cez oči. Pri prezentácii nekladie dôraz na tvár, skôr na odev sám a koncept. Odev získa život až konkrétnym nositeľom. Dokonca niekedy odevy neprezentuje na modelkách, ale len na figurínach. Raz v kolekcii nahradil modelky bábkami v životnej veľkosti, ktoré ovládali bábkarí.



Obr. Martin Margiela (2009)

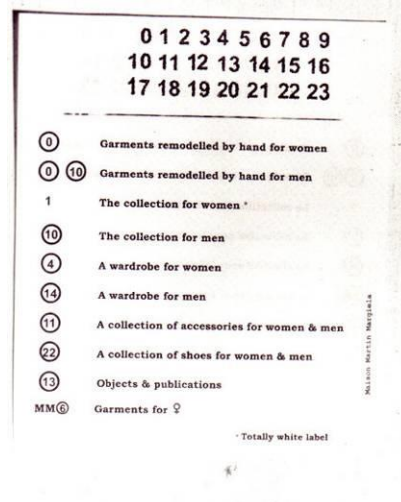
³³*Životopis* : Narodil sa v belgickej Luivane v roku 1957, vyštudoval Kráľovskú akadémiu v Antverpách . 1985-87 pracoval ako asistent u J.P.Gaultiera v Paríži. Hlavný dizajnér v Hermes - haute couture. Následne zakladá ateliér a značku Maison Martin Margiela MMM. Má jedenásť značkových obchodov -galérií po celom svete a zastúpenie v najdôležitejších módných domoch.

Koncept Idea je v jeho tvorbe prvoradý element. Nesnaží sa ako komerčný návrhári upútať publikum, zákazníkov a komerčný svet tvorbou len okázalých šiat a luxusu. Jeho zákazník si u neho nekupuje len odev, ale najmä ideu a posolstvo, ktoré sa snaží Margiela prerozprávať práve prostredníctvom módy. Spočiatku tvorby Margiela nepoužíval ani visačku, len čistý biely štítok, čo zmenil pred desiatimi rokmi na pravouhlý štvoruholník s natlačenými číslami od 0 do 23. Na visačke odevu je vždy zakrúžkované jedno z čísel a to indikuje, z ktorej časti Margielovej kolekcie daný odev, doplnky, obuv, publikácia alebo aj objekty pochádzajú.³⁴ Je to istý koncept interaktívnej hry - odkazov, a významov. Potencionálny kupujúci by si mal vopred naštudovať jeho symbolické znaky.

Jedinú visačku s popisom používa pri koncepte s názvom *Replika* z (2005), kde vytvoril kópie archetypálnych kusov z rozdielnych štýlových období. Na etikete je uvedený typ odevu, miesto a čas vzniku. Odev teda nie je dizajnový ako sa to žiada od návrhára, ale len presne „citovaný“ z dejín odevu. Odevy, ktoré zreplikoval mali v rámci histórie módy najmä symbolickú hodnotu (ako napr. odev významného umelca, odev beatníka z 50-tych rokov 20. stor. a pod.) V rámci projektu „*A Personal Wardrobe*“ transformoval do svojej kolekcie kompletný šatník neznámej lekárky z Antverp. Vzniklo tak 40 modelov z rozdielnych kolekcií, ale s osobitým „stylingom“ lekárky.



Obr. 10. Martin Margiela : kolekcia Replika (2008)



Martin Margiela : visačka

³⁴ Napr. „*Artisanal*“ produkcia je označená nulou, základné odevy pre ženy šestkou, šatník pre mužov číslom 10, obuv 22, publikácie a objekty 13. Viac čísel označí, tak ako sa bude jeho projekt rozširovať.

Artisanal Od roku 1989 pravidelne prezentuje v kolekcie v ktorých pretvára staré „už nosené odevy“ a ponúka ich ako avantgardné, nové a moderné. Tieto odevy patria do kolekcie *Artisanal*. Sú vytvorené recyklovaním rôznych odevných, ale aj netextilných materiálov ako napr. stará keramika, plasty, odevné súčiastky, maľované plátna obrazov, rámy obrazov. Kumuluje nájdené, zbierané predmety do objektu v podobe torza odevu, čím dáva tak objektom každodennej potreby disfunkčnú krásu. Modely sú predávané ako haute couture odevy, čo je pre svet vysokej módy takmer poburujúce. Vyjadruje tým istý protest³⁵ proti tradičnému chápaniu odevov haute couture. Vyzdvihuje remeselnú časť, tieto odevy - objekty sú vyslovene šité ručne v jeho módnom dome, a pri kúpe je vždy aj označenie, koľko hodín bolo potrebných na ich zhotovenie. Odevy majú funkčnú, ale aj symbolickú - umeleckú hodnotu, sú aktuálne prezentované v jeho obchodoch ale aj v galériách súčasného umenia.³⁶ Margiela tvrdí, „odevom a objektom tak dávam nový život rešpektovaním a sledovaním ich prechodu v čase a použití“.³⁷ Práve tieto objekty determinujú jeden zo základných princípov jeho umeleckého vyjadrenia.



Obr. 11. Martin Margiela kolekcia Artisanal (2003)

³⁵Obdobnú problematiku riešilo výtvarné hnutie *Arte povera* z 60-tych rokov 20. storočia (čiže chudobné umenie) programovo využívali jednoduché nevýtvarné materiály - ako napr. nosený textil, handry, nie s intenciou recyklácie, ale ako protest proti tradičnému chápaniu artefaktu, ako aj proti galerijnej manipulácii s dielom.

³⁶ Napríklad najznámejšie boli v Mode Museum, Antwerp (2009), v galérii Carla Sozzani v Miláne, v Rotterdame, v Bruseli (2007), vo V&A Londýn (2006), v Kyoto Museum of Modern Art (1999).

³⁷MARGIELA, Martin IN rozhovor Suzy Menkers, Herald Tribune 2006 <http://global.nytimes.com/?iht>.

Performancie Margiela patril medzi prvých a postupne sa k nemu pridávajú i ďalší, ktorí rebelujú proti povrchnosti módy tým, že svoje prehliadky tvoria v menších, uzavretých prostrediach, ktoré pripomínajú happeningy a performancie umelcov ako Rebecca Horn, Ann Hamilton, Vanessa Beecroft, alebo aj politicky ladené akcie Leslie Lebowitz. Tieto netradičné prehliadky často zahŕňajú konfrontačné a nepohodlné prostredia, vyhýbajúce sa štandardnej hierarchizácii sedenia, možnosti prezentácie pre médiá, čím istým spôsobom návrhár riskuje odcudzenie a nezájem komerčného trhu. Vyberajú si radšej túto polohu - skôr umenie ako biznis. Margiela už od 80-tych rokov tvorí v Paríži umelecké inštalácie a performancie, ktoré sa vyhýbajú konvenčným drahým prehliadkam na móle. On ich prezentuje na opustených mestských priestranstvách, metro stanicách, skladoch, miestach absolútne neprijateľných pre spoločnosť spektaklu, ktorá očakáva od módnej prehliadky najmä „potešenie“ z nádhery a okázalosti. Na jednu z takýchto netradičných prezentácií rozposlal novinárom, módnym kritikom a známym pozvánky s mapou Paríža. Tri nezvyčajné lokácie a časové údaje mnohí nepochopili a vyhodili v domnení, že ide o reklamný materiál. Členovia tímu, modelky a hudobná skupina sa na miesta prehliadok vozili autobusom. Na každom mieste prezentácie modelky a hudobná skupina len vystúpili z autobusu, za hrania hudby a pochodom smerovali na „mólo“ a potom na ďalšiu prezentáciu. Publikum ich malo možnosť stále pozorovať. Margiela zrušil zákulisie módnej prehliadky, ktoré je pre divákov v klasických módných prehliadkach tabuizované. V závere modelky ostali vonku na ulici a pomiešali sa s publikom a dokonca zapadli do davu i mesta. Boli doprevádzané asistentmi odetými v typických bielych pracovných plášťoch z krajčírskych ateliérov.³⁸ Inovatívne prehliadky tohto druhu možno nazvať „štýlom situačných lží“, vyhýbajúcich sa všadeprítomnej spektakulárnej spoločnosti, čo vyžaduje istú vnútornú znalosť nových módných i výtvarných znakov. Debord³⁹ v knihe *In the Society of the Spectacle* rozpracoval myšlienku cesty vrátenia spektaklu späť k pravej podstate, nezastrenú neustálym vnucovaním neskutočných obrazov.⁴⁰ Práve na to poukazuje a obracia tak pravidlá spektaklu späť k podstate tým, že sa modely prechádzali spolu s chodcami, splynuli v meste pomiešané s mestským davom. Je to vo veľkom protiklade so súčasným „elitárskym“ chovaním vysokej módy. Tieto performancie sú

³⁸ Biele plášte (laboratórne) alebo aké nosili najvýznamnejší majstri v dielňach Givenchy, Balenciaga

³⁹ Guy Debord (1931-1994) francúzsky, filozof, teoretik, spisovateľ, filmár a vedúca osobnosť Situacionistickej internacionály (SI), ktorá naväzovala na umelecké hnutia dadaizmu, surrealizmu a letrizmu. SI si kládla za cieľ prepojiť moderné umenie a radikálne ľavicovú politiku - nápomocnú zničiť kapitalizmus.

⁴⁰ EVANS, Caroline: *Fashion at the Edge*, Yale, New Haven and London 2007.

úzko späté s médiom fotografie, pretože to je často krát jediný spôsob, ako sa o nich dozvedá širšie publikum.

Dematerializácia odevu Margiela, ako odevný tvorca, ktorý by mal tvoriť úžitkové -nositeľné odevy v jednom projekte doslova odev „dematerializoval“, obdobne ako sa umelci zaoberali dematerializáciou výtvarného diela. Idea premiestňovania aktuálneho objektu referuje na konceptuálnu tvorbu Jozefa Koshuta. Predstavenie iba idey odevu prezentoval v niektorých kolekciách a nahradil predvádzanie odevov len slovne, alebo pomocou fotografie. Na móle, podobnom javisku, umiestnil šesť vysokých bielych podstavcov, na ktoré boli premietané popisy odevov slovníkovým štýlom, ktoré si mal divák predstaviť len v mysli. Potom sa tieto popisy spojili s videoprojekciou a na záver prezentáciou na vešiakoch, ktoré nosili „módni technici“. Raz na mólo vyslal len obyčajných ľudí, nosiacich reklamné tabule s fotografiou každého modelu. Odevy sa dali kúpiť fyzické, alebo len ako obrazy odevu. Publikum bolo vyzvané konfrontovať sa s definíciami formy kladením si otázky. Čo je súčasná móda? Šaty, idea šiat, alebo len šaty ako obraz?



Obr. 12. Zákulisie prehliadky Martin Margiela (2006)

Procesuálne umenie Koncept a istý druh procesuálneho umenia vytvoril Margiela, keď vystavil svoju kolekciu v múzeu umenia Boijmans Van Beuningen v Roterdame s tajomným názvom *9-4-1615*⁴¹ (1997). Vystavil osemnásť modelov z jeho predchádzajúcich kolekcí, ktoré za pomoci mikrobiológa nechal nainfikovať rôznymi druhmi plesní a baktérií, ktoré štyri dni ponechal v špeciálne upravenom skleníku. Odevy napadnuté plesňami následne vystavil v múzeu na figuríny ako „melancholických duchov“ z minulosti, v protiklade k modernej stavbe múzea. Baktérie paradoxne dali odevom nový život aj formu. Počas trvania výstavy sa odevy výrazne zmenili, zostali vyblednuté a zničené. Tie potom vystavil so skutočne starými šatami a poukázal na to, ako sa šaty môžu zmeniť biologickým procesom rozkladu za pár dní. Umelo zmenil pravidlá času, rastu niečoho „starého“ za noc, a tým vytvorenie niečoho nového a moderného.

Biela Ďalšou črtou Margielovej tvorby je používanie bielej ako univerzálnej farby so všetkými jej odtieňmi, tónmi a textúrami. Obaľuje, obdobne ako Christo tvoril svoje projekty, objekty do bieleho textilného materiálu, tým im dáva neutrálnu povahu -softartu. Interiéry obchodov MMM vyzerajú skôr ako umelecké inštalácie v galérii moderného umenia. Pôsobia archaicky, akoby zabudnuté - zamrazené *still life* v čase. Nábytok pôsobí sterilne, nelákavo je ozvláštnený autorskými objektmi. Odevy pôsobia nenápadne, sú uložené v častiach nábytku, niekedy sú doslova „zamaskované“ pre potencionálneho kupujúceho. Tým sa chce obchod podobať skôr na galerijný priestor.



Obr. 13. expozícia výstavy v Carla Sozzani , Miláno (2007)

⁴¹ 9 rokov od založenia jeho nadácie, 4 dni biologickej kultúry a 1615 výstavných dní.

Martin Margiela si zvolil špecifický druh prezentovania, aby zmenil záujem zo seba na prezentáciu tvorby. Používa vlastný vyjadrovací jazyk, vychádzajúci skôr z filozofie a estetiky, ako z módy. Používa takmer všetky aktuálne praktiky súčasného umeleckého diania (umenie inštalácie, performancie, interdisciplinaritu...). Poukazuje najmä na humánnosť v móde. Odkrýva jej druhú stranu, nielen tú, ktorá má byť prínosom v lesku a okázalosti a konzumu. Margiela prechádza z povrchového zážitku do iného - ideového „z vizuálneho potešenia oka do oblasti intelektu“. Jeho odevy sú na prvý pohľad nevýrazné, akoby nemodifikované v rámci strihu, akoby „nedotknuté aktuálnou módou“, ale majú inú, skôr symbolickú hodnotu. Artisanal sú kolekcie haute couture, kde rieši problematiku recyklácie, ktorá je veľmi aktuálnym fenoménom súčasnosti, ale nikdy sa netýkal vysokej módy.

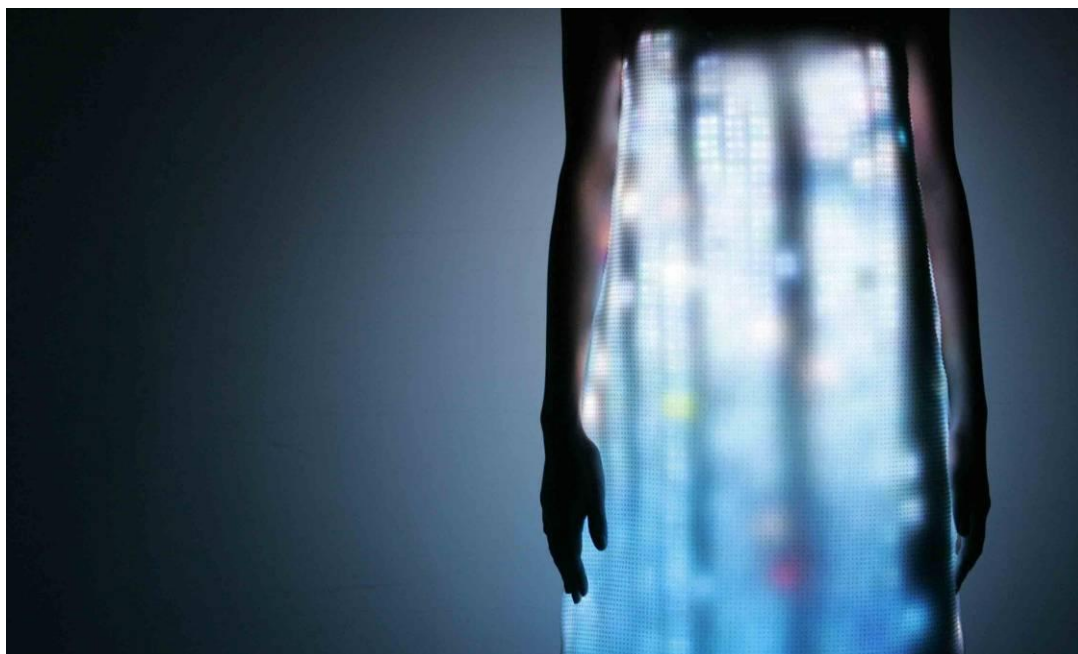
To, čo robí Margielovu tvorbu umením, viac ako módou je, že jeho diela obsahujú reflexívne komentáre na aktuálny stav módného priemyslu a svetových otázok, ktorých je aj on sám súčasťou. Reflektovanie vlastného média je blízke sebareflexii v modernom umení. Podľa teoretika umenia Clementa Greenberga je práve táto požiadavka moderného umenia dôležitá, keď sa každá časť umenia snaží dokázať jeho jedinečnú a charakteristickú identitu, za účelom zdôraznenia absolútnej autonómie. Inšpiroval novú generáciu konceptuálnych dizajnérov ako napr. holandské dizajnérske duo Viktor & Rolf, Bless. Nedávna retrospektívna výstava Martina Margielu v Mode Museum Antwerp (2009), ktorú som mala možnosť navštíviť, vo mne zanechala nezabudnuteľný zážitok a presvedčila ma o jeho absolútnom oddaní fenoménu prepojeniu módy a umenia.

Margiela je mnohými kurátormi voľného umenia označovaný za umelca, ale on paradoxne sa za umelca nepovažuje a tvrdí, „že móda je len remeslo, nie umenie“.⁴² Na druhej strane, je množstvo návrhárov, ktorí chcú aby boli považovaní za umelcov, alebo sa sami za nich vyhlasujú.

Úplne na záver by som chcela zdokumentovať aktuálnu skutočnosť, že Martin Margiela koncom roku 2009 oficiálne ukončil svoju tvorbu vo vlastnom módnom dome Maison Martin Margiela, aby sa mohol venovať voľnému umeniu a architektúre.

⁴² FRANKEL, Susanah: *Visionaries* : Interviews with Fashion Designers-London 2001, str.35.

ODEV AKO FUNKČNÁ TECHNOLOGIA



Architekt myšlienok

Osobnosť progresívneho návrhára Husseina Chalayana (Hüseyin Caglayan) je mi blízka nielen pre jeho invenciu, ale aj pôvod z východoeurópskeho prostredia. Nezaujíma ho minulosť, nie je rodený Európan, aby sa neúnavne vracal k dejinám odevu, či štýlom ako iní známi návrhári. Narodil sa na Cypre a vyrastal v úplne rozdielnom kultúrnom prostredí než aké mu teraz ponúka konzumná západná spoločnosť, čím vie kriticky porovnať tieto dva svety.

Koncept a vízie Chalayan pôvodne študoval architektúru, ale je dizajnér, pre ktorého ľudské telo v jeho fyzických, kultúrnych a sociálnych dimenziách je oboje - plátno i námet, primárny zdroj významov. V tvorbe sa snaží prepojiť intelektuálne zázemie –(filozofiu a inováciu) s komerčnou polohou. Vyštudoval Central St. Martin's v Londýne, ale kariéru začal skôr ako konceptuálny umelec po vzore niektorých jeho súčasníkov z hnutia Young British Artist (YBA). *Tangent flow* (odklon prúdu) absolventská práca z roku 1993 predstavila odevy, alebo skôr umelecké objekty, ktoré boli najskôr dlhší čas zakopané v zemi s kovovými predmetmi. Ideou bolo následne pomocou magnetu ovplyvňovať a meniť tvar odevu. Rituálny aspekt a proces „pochovania a vzkriesenia“ doprevádzal text. Odevy nadobudli nielen starodávnu patinu, ale aj istú mytológiu, čím odkazovali na pominuteľnosť a materialitu. Kolekcia vyvolala sériu diskusií o novom fenoméne, a to o konceptuálnej povahe odevného dizajnu. Chalayan už tu uvažoval, že pre odevného dizajnéra, ktorý chce vytvárať produkty s umeleckým zámerom, môže byť tento proces istým spôsobom frustrujúci. Je náročné prepájať komerciu s umením, pretože snaha „tvoriť ideu, umenie, prototyp“⁴³ ako umelec, sa nie vždy stane aj praktickou. V nasledujúcich projektoch mám záujem predstaviť ako sa mu toto prepojenie podarilo. Ešte chcem upresniť, že Chalayan sa tiež radí k tzv. *science* dizajnérom, ktorí sa inšpirovali v tvorbe umelcov ako napr. Nam June Paik, Elafur Ellaison, alebo Jana Šterbak. Títo umelci využívali technológiu, ako možnosť narušiť tradičnosť umeleckej tvorby. Tento záujem o proces, technológiu a experiment Chalayan využívajú v jednotlivých projektoch a módnych prehliadkach.

⁴³ Prototyp - niečo, čo ešte nebolo vytvorené. napr. šaty za použitia rozličných technológií, ktoré sa niekedy ešte nedajú vyrábať v rámci technologických možností odevného priemyslu.

Prenosná architektúra „Odcudzenosť je časťou novodobých podmienok a ' bezdomovstvo' začína byť osudom pre svet. V móde sme všetci migranti, tu nie je miesto pre domov. Módne je neustále v procese premeny a znovuvytvárania sa v nestálom svete. Tento proces sebaformovania môže byť potešujúci, ale súčasne aj odcudzujúci [...] z toho vyplýva akoby nová definícia našej kultúry a identity ako: premenlivá, pohyblivá a prenosná.⁴⁴ Chalayan pristupuje k tvorbe založenej na predpoklade, že naše odevy sú najintímnejšia časť nášho prostredia, nesú pečať nášho charakteru, sú nositeľmi funkcie aj významu. Neustále sa snaží previazať šaty s nositeľom, tak isto ako aj s realitou okolo. Odev, tým že pokrýva telo, sa spája v priestorovom vzťahu, ktorý môže byť fyzický- bližší k dizajnu a architektúre, alebo mentálny, vzbudzujúci špecifické osobnostné črty a stavy mysle. V projektoch ako napr. *Geotropics* (1998) či *After Words* (2000) si kládol otázku významu národa, nestálosť postmoderného života a mestského sťahovania. Predstavy, ako si ľudia môžu odniesť svoj majetok, a tiež ako ho môžu transformovať a skryť vyjadril rituálnym spôsobom na divadelnom javisku. Modelky pretvárali stoličky, ich obaly do nositeľných vrstvených odevov a prepravných kufrov. Nakoniec aj stôl, ktorý si jedna z nich obliekla ako sukňu. Týmto Chalayan posunul dizajn a odev do inej sféry. Nahradil „krajčírske umenie“ za nábytkárske, a tak vytvoril módu ako „prenosnú architektúru“.



Obr. 14. Hussein Chalayan : After Words (2000)

⁴⁴ CHAMBERS ,Iain: *Migrancy, Culture, Identity* IN Evans,Caroline: *Fashion at the Edge*, str.289.

Podobne sa vyjadril aj Lipovetsky v *Říše pomíjivosti*. Móda učí moderné subjekty byť flexibilné, mobilné, a psychicky prispôsobivé.

Mechanické šaty *Monuments to Ideas* (pamätníky myšlienok) sú sériou konceptuálnych šiat, prezentovaných ako forma showpieces na módnych prehliadkach. Sú vyrobené v spolupráci s dizajnérom Paulom Topenom za použitia technológií z automobilového a leteckého priemyslu (vývojový tím F1). Šaty, odliate zo špeciálne upravenej živice a skleneného vlákna označil ako „pamätníky“, nie kvôli ich strohým formám, ale tým, že majú symbolickú hodnotu. Predstavujú pamätníky myšlienok, vízií o súčasnom i budúcom svete. Šaty majú v sebe zabudované elektromechanické zariadenia, ktoré ovláda modelka, alebo sú ovládané iným performerom. Predstavujú symbol modernistického pokroku, ale práve predstava mechanizovaného ľudského tela odkazuje k znepokojenému prepojeniu medzi človekom a strojom modernej priemyselnej výroby. Hal Foster napísal „*pokiaľ prvé stroje boli považované za nástroje v službách človeka, neustále sa zrýchľujúcou výrobou sa však ľudia stali ich otrokmi. Stroj je „neživá“ pracovná sila, ktorá sa vracia aby ovládla všetko živé*“⁴⁵ Tu nachádzam podobnosť s umelkyňou Janou Šterbák z kapitoly Móda v umení. Šaty z ostatných kolekcií sú inšpirované nehmateľnými silami ako počasie, gravitácia, rozpínanosť, pôsobenie technológií. Fascinujúce šaty [LED Dress](#) (svetelné šaty) z roku 2008 boli vyrobené a vyvinuté špeciálnou technológiou, kde na jednej z nich použili 15 000 drobných diód.



Obr. 15. Husein Chalayan : Memory dress (2000) Hussein Chalayan (2009)

⁴⁵ FOSTER, Hal: *Compulsive Beauty* IN EVANS, Caroline : Fashion at the Edge str.274.

Medzi... Spôsobom jemu vlastným komentuje dokonca aj politiku a spoločenskú situáciu, témy, ktorým sa väčšina návrhárov radšej vyhýba. V projekte *Between* (1997) sa zameril na otázku bytia „medzi“- priestormi, miestami, kultúrami a pokúsil sa dekodovať priestor okolo tela, vychádzajúci zo symbolického významu odevu. Takisto poukázal na aktuálnu otázku islamizmu v západnej Európe. V kontexte módy platí, že móda je otvorený text, otvorený pre rôzne interpretácie a je jazyk, ktorý má svoju gramatiku, svoju fonetiku, svoje pravidlá a slangové výrazy.⁴⁶ Existujú však kultúry, kde odievanie je uzavretým systémom, a to je príklad aj islamskej kultúry. Chalayan použil tradičný moslimský habit – čádor ⁴⁷ v kombinácii s polonahými modelkami v prostredí západnej kultúry. Provokujúco skúmal spôsoby, v ktorých my definujeme naše kultúrne a geografické teritória (územia v priestore) použitím motívov z neeurópskych odevov. Nahé modelky s rôznou dĺžkou čádoru sa vynárali medzi oblečenými, čo vyvolalo naozaj kontroverzné reakcie. Je to stále aktuálna téma - ženy a islamský odev tiež rieši v tvorbe iránska výtvarníčka Shirin Neshat.



Obr. 16. Hussein Chalayan : kolekcia Between (1998)

⁴⁶MARCELI, Miroslav : *Príklad Barthes*, Bratislava, Kaligram 2001.

⁴⁷ Chador - čádor – burka - nikáb : tradičný odev islamskej kultúry, zahaľuje ženské telo.

Obdobne ako Margiela, pokryl hlavy modeliek nepriehľadnými drevenými, alebo plastikovými obalmi. Chcel narušiť, či úplne potlačiť osobnosť a individualitu, tak veľmi zdôrazňovanú v súčasnej móde. Tieto „masky“ posúvali prehliadku do zvláštnej, pochmúrnej atmosféry, vyzerali ako duchovia alebo mimozemšťania. Derrida napísal. „Každá historická éra má svoju vlastnú scénografiu, má svojich vlastných duchov „fantómov“⁴⁸. A v 21. storočí sú naši fantómovia jasne viditeľní a pretransformovaní na móle v koncepte „showpieces“ - výstavných kusov. Derrida latentne naznačuje, že umelecké vyjadrovanie na móle, je akoby prirodzeným prostredím prezentácie. Dostáva sa rýchlo medzi široké publikum v prostredí profánom a neskôr sa dostáva do kontextu múzea. V jeho prehliadkach cítiť často momenty nepokoja aj v tom, že má akoby moc najlepšie zo všetkých návrhárov zachytiť kultúrne a spoločenské zmeny, dokonca ešte predtým ako si ich uvedomujeme. Fascinácia lietadlami a leteckými dráhami plánov letu, rôzne používané v kolekciách, boli akoby náznaky leteckého nešťastia 11. septembra.

Umelecké projekty V tomto kontexte vytvoril aj druh poštového umenia. Odevy zo špeciálne upraveného materiálu tyvek s názvom *Airmail dres (2002)* špeciálne poskladal do tvaru obálky a posielal nositeľovi kdekoľvek na svete. Popri tvorbe kolekcií s využívaním umeleckých postupov Chalayan pracuje na množstve voľných výtvarných projektoch. Pracuje ako konceptuálni umelci zaoberajúci sa sociálno -kritickou tematikou fyzických, či psychických postihnutí. Tieto umelecké projekty boli zozbierané a publikované v špeciálnom vydaní belgického časopisu *N°C Magazine*, ktorého intenciou je práve prezentovať voľnú polohu tvorby avantgardných návrhárov. Problematiku vojny a ako deti vnímajú túto skutočnosť riešil v projekte *Portraits with a Jacket* (portréty so sakom) z roku 2003. Predmetom projektu bolo porovnanie skúseností detí z Belgicka a Bosny. Prostredníctvom interaktívnej hry - terapie, chcel akoby zmierniť traumy detí z vojnou postihnutých oblastí. Umelecký projekt *By hand* (2005) z ModeNatie Antwerp zas predstavoval nafotenie „módneho editoriálu“ prestížnych značiek na nevidomých ľuďoch, pre ktorých móda je po vizuálnej stránke nepodstatná. Preto editoriál obsahoval aj ich slovný popis kvality odevu hmatom a sprievodný rozhovor o tom, ako „vidia“ svet.

Pracuje aj ako režisér krátkych filmov. Film, kde skúmal súvislosti DNA a ženských stereotypov, s názvom *Absent Presence* (neprítomná prítomnosť) bol prezentovaný na benátskom Bienále v roku 2005 ako hlavný projekt Tureckého pavilónu. Film *Place to passage* (2003) nakrútil v spolupráci

⁴⁸ EVANS, Caroline: *Fashion at the Edge*, Yale, New Haven and London, 2003, str.46.

s Marcusom Tomlinsonom, ktorý bol prvýkrát predstavený na filmovom festivale v Hyeres vo Francúzsku. Následne bol prezentovaný v mnohých významných múzeách a galériách. Výstavná aktivita Husseina Chalayana je pomerne bohatá. „*From Fashion and Back*“ je názov samostatnej výstavy, ktorú som mala možnosť vidieť v Design Museum Londýn (jan-sept 2009). Predstavil tu svoje najvýznamnejšie projekty „na hrane“. Výstava na bola nielen vizuálne, ale i intelektuálne zaujímavá, dosiahla vysokú návštevnosť a pozitívne kritické odozvy médií a odbornej verejnosti (Suzy Menkers). V rámci kolektívnych výstav sa prezentoval napríklad v Gröninger múzeu v Holandsku (2005), v Institute for contemporary art Londýn (2003), [Victoria & Albert Museum](#), Londýn (2001), Tate Modern (2001) na 7. medzinárodnom Bienále v Istambule a v Musée de la Mode, Palais du [Louvre](#) v [Paríži](#) (1999). Najbližšie k nám mal vystavené objekty a šaty vo Window gallery na britskom veľvyslanectve v Prahe v roku 2005.



Obr. 17. Hussein Chalayan : filmy *Place to passage*(2003) a *Absent presence* (2005)

Hussein Chalayan,⁴⁹ infiltrovaný z východoeurópskeho prostredia na londýnsku scénu, nepodľahol tlaku západnej kultúry a módy, a práve to ho robí tak špecifickým. Ocenený ako Britský dizajnér roka 1999 a 2000 v svojej odevnej tvorbe využíva koncepty ako sú: sila - bezmocnosť, organické verzus mechanické, etnické - moderné. Reaguje na funkcie tela v kontexte s architektúrou, vedou, prírodou. Využívaním moderných umeleckých praktík alebo technológií presahuje limity ním zvolenej disciplíny. Aktívne spolupracuje s umelcami, dizajnérmi, hudobníkmi, šperkármi, tanečníkmi, filmármi. Ako dizajnér navrhuje šaty určené na nosenie, ale tiež tvorí artefakty a koncepty určené na výstavy do galérií a múzeí. Funkcia týchto showpieces je invenčného, ale aj symbolického charakteru.

Jeho tvorba bola kritikmi a kurátormi označená ako móda ideí (ideas of fashion) alebo dizajn, ktorý vyzdvihuje dôležitosť experimentu a inovácie.⁵⁰ V tvorbe využíva nové technológie, poukazuje ako nás priamo aj nepriamo ovládajú. Na druhej strane nové technológie neustále konfrontuje s prírodou, a poukazuje na udržiavanie tradícií a vlastnej sociálnej identity. Idey transformované do odevu takmer vždy referujú na niečo psychické, a jeho snahou je prinútiť ľudí „vidieť“ jeho abstraktnú ideu, aj keď si kupujú len nositeľný odev.⁵¹ Chalayan, ojedinelý medzi dizajnérmi, je skutočne aktuálny, až vizionársky. Má záujem tvoriť odevy, ktoré majú podobu nositeľnej technológie (ako v súčasnosti iPod a pod.).

Hussein Chalayan nedosahuje na trhu veľký komerčný úspech, dokonca v nedávnych rokoch mala jeho vlastná značka vážne existenčné problémy. Tvrdí, že úplná kreatívna sloboda umelca tvoriť len experiment je skutočne možná len vtedy, ak nie je diktovaná požiadavkami komerčného trhu.

⁴⁹ Ocenený ako Britský dizajnér roka 1999 a 2000.

⁵⁰ EVANS, Caroline IN *Hussein Chalayan*, str.8.

⁵¹ MENKERS, Suzy : Hussein Chalayan IN *Hussein Chalayan*, str.154.

MÓDA – UMENIE PERFORMANCIE



Nesentimentálna krása

„Nezaujímam sa či sa páčim...chcem toho ešte veľa vyjadriť, stále nemám v hlave nijaký priestor na uspokojenie...“⁵²

Alexander McQueen⁵³ „enfant terrible“ módnego i verejného sveta vyvolával svojou tvorbou extrémne emocionálne reakcie. Bol plný protikladov, komplikovaná osobnosť neustále hľadajúca podstatu života, čo transformoval aj do svojich prác. Už obhajovacia magisterská kolekcia na Central Saint Martins s názvom *Jack rozparovač* (1994) naštartovala jeho smerovanie k dramatickosti. McQueen vždy rozprával príbeh cez šaty, odevy a prehliadky boli ako symboly jeho nevy povedaných vízií. Kritikou, či už s osobným alebo politickým podtónom poukázal na temnejšie strany života, ktorým sa komerčná móda niekedy programovo vyhýba. Ako postmoderný umelec s ľahkosťou mixoval historické, či umelecké štýly, aby vyjadril svoj osobný postoj k aktuálnym a nelichotivým tematikám doby ako: vojny, choroby, AIDS, stiesnenosť, homosexualita, politika či dokonca smrť. Tvorba bola jeho terapiou i pre ľudí v jeho blízkosti.

Módne kritičky Caroline Evans a Suzy Menkers pomenovali jeho výraznú tvorbu „na hrane“. Móda, ktorá je mestská, experimentálna a najmä nesentimentálna.⁵⁴ V tvorbe ho inšpirovalo niekoľko súčasníkov z hnutia YBA- Damien Hirst, [Tracey Emin](#), Sam Taylor Wood, ktorí boli jeho tvorbe všeobecne naklonení. V ranom období obdivoval bizarné fotografie Joel-Peter Witkina, ktoré transformoval do svojich kolekcií. Ale čo ho najviac ovplyvňovalo v tvorbe boli vlastné skúsenosti. Využil na to médium módy a jej prezentácie. Móda má vďaka svojmu priamemu spojeniu s médiami úžasnú možnosť veľmi rýchlo odrážať spoločenské procesy, aj také, ktoré vznikajú v menšinových skupinách (konkrétne tvorba dizajnéra). Od okamžiku, keď je móda prostredníctvom médií

⁵² IN Fashion designers now, Tashen, 2006, str.118.

⁵³ Vlastným menom Lee McQueen, ktoré si zmenil na Alexander. *Životopis*: Narodil sa 16.3. 1969 v Londýne. Odbornú prax získal na Savile Row u Anderson & Sheppard, Gieves & Hawkes, následne pracoval aj pre značku a Romeo Gigli v Taliansku u dizajnéra Koji Tatsuno. Tvoril aj kostýmy pre divadlo Angels & Bermans. V r. 1994 ukončil magisterské štúdium na *Central Saint Martins school* v Londýne. Kolekcia s názvom „*Jack rozparovač*“ bola považovaná za najobjavnejšiu, bola zakúpená stylistkou Isabelou Blow, pod ktorej patronátom začína kariéru. Od 1996 –do 2001 bol hlavným dizajnérom francúzskej firmy Givenchy - Haute couture, kde za finančnej podpory vytvoril svoje najdôležitejšie spektakulárne prehliadky. Od r. 2001 pracoval ako kreatívny riaditeľ vlastnej firmy Alexander McQueen a športovej línie MCQ. Získal viacnásobný titul Britský dizajnér roka, 1996, 1997, 2001,2003, ocenenie Návrhár roka USA 2003, ocenenie Kráľovnej Alžbety. Zomrel 12.2.2010.

⁵⁴ EVANS, C. : *Fashion et the edge*, str.142.

odovzdaná verejnosti istým spôsobom komunikuje a takmer každý v danom okamžiku reaguje. Niekedy to znamená, že keď návrhár predkladá novú myšlienku, hovorí viac než skutočne vie. Práve v dnešnej postmodernej spoločnosti móda a jej systém istým spôsobom predstíha ducha doby a nie je iba jej zrkadlom, ale vidí aj do budúcnosti. To je jedna zo silných stránok módy, prostredníctvom ktorej McQueen v tvorbe naplno využil vízie a prorocké schopnosti.

Šokové stratégie Takmer každá módna prehliadka bola inak provokujúca pre širokú verejnosť, ako aj pre kritikov. Niektoré prehliadky vyvolávali doslova protest a šok, pretože namiesto glamúru, čo je spojené s vysokou módou, vykreslili agresiu, násilie, deštrukciu a špinu. Práve k tejto polohe využíval experiment a teatralnosť. Za protagonistov si nevyberal len „krásne, dokonalé modelky“, práve naopak pre spoločnosť neprínosných: narkomanov, tulákov, cirkusantov, či dokonca handikepovaných. McQueen tvrdil, že jeho prvotný a najdôležitejší záujem bol získať reakcie z publika. *„Namiesto príjemnej „koktail párty a show“, chcem radšej ukazovať prehliadky, z ktorých bude naskakovať husia koža.“*⁵⁵ Ak priradíme jeho kolekcie do umeleckého kontextu, je to nepochybne umelecky avantgardná póza, tak aktuálna u súčasných umelcov. (estetika zlého správania). Jeho prehliadky vzbudili veľkú pozornosť aj u kritikov umenia, pretože efekt šokovej terapie sa v nich nechápal len ako „prenesený“ umelecký kontext. Podľa Waltera Benjamina sa novodobá estetika musí oslobodiť šokom. A ako vieme, šokové stratégie sa stali centrálnym elementom v modernom umení. Kritici tvrdia, že tvorba avantgardných prehliadok je len za účelom získania pozornosti médií na podporu predaja. Samozrejme, móda sa stále snaží získať pozornosť, pretože jedinečné originály (haute couture) sú v súčasnosti nahradzované limitovanými sériami „reprodukovaných“ kópií prêt-à-porter, ktoré by mali byť tiež esteticky zaujímavé. To podporujú práve prehliadky a umelecké reklamy, vďaka ktorým akoby odevy získavajú umeleckú auru. V McQueenovom prípade to len marketingová stratégia nebola. Tvoril módu ako druh jeho „verejného umenia“ ale aj módu za účelom predaja. Paradoxne sa jeho poburujúci a odsudzovaný „heroin chic“ následne využíval a uplatnil v praxi ako štýl ulice a stal sa „módnym“. Jeho kolekcie demonštrovali, že sú niečo viac ako iba „módne prehliadky“.

Femme fatale Predstavenie ženy v McQueenovej tvorbe je diskutabilné. Bol fascinovaný ženskou až agresívnou sexualitou, ako tvrdil navrhoval pre sebavedomé a energické ženy, ktoré svoju sexuálnu energiu skôr využívajú, akoby mali byť samy zneužívané. Na strane druhej cez ženské telo

⁵⁵ McQUEEN, A. IN interview *Long live McQueen* by Tim Blanks IN: ES FASHION sept 2004.Str.98

reflektoval krutosť vo svete, tým mnohokrát ženu vykreslil neľudsky alebo morbidne a preto bol dokonca vyhlásený za mizogýna. Bol to on, ktorý zaviedol novú estetiku ženskej krásy, keď zmenil „*typ novej ženy pre nový svet*.“⁵⁶ Na začiatku kariéry (*Higland Rape '95, It's a Jungle Out there '97, Dante '97, What the Mery go Round '01* atď.) poslal na mólo dobité modelky s nepravou krvou a špinou, čo bolo následne označené ako heroin look. *Filozofovia a umelci nám v každom storočí zanechali definíciu krásy, vďaka ich svedectvu tak môžeme rekonštruovať dejiny estetických ideí.*⁵⁷ Jeho osobnou femme fatale bola priateľka štýlistka Isabella Blow, ktorá ho podporovala a stála pri zrode jeho kariéry. Isabela bola silná osobnosť, dáma, s fyzickými nedokonalosťami, ale v tandeme McQueen a Philip Treacy, ktorý tvorí extravagantné klobúky a objekty, sa stala najdôležitejšou módnou ikonou prelomu milénia.



Obr. 18. Nick Knight pre Alexander McQueen :Visionaire (1997)

⁵⁶ EVANS, C: *Fashion at the edge*, str.145.

⁵⁷ ECO,Umberto : *Dějiny ošklivosti*, Argo, 2007.

Spectacle show Módné prehliadky Alexandra Mc Queena spadali do kategórie spectacle show, priamo spojené s divadelným umením, umením performancie a video umením. Tieto show využívajú scénické prvky, špeciálne efekty. V mnohých prípadoch sa čítajú ako mini divadelné hry, plné charakterov, špecifických lokácií, súvisia s hudobným doprovodom a rozpoznateľnými témami. Základný zámer je na jednej strane umelecká výpoveď, na strane druhej aj marketingová stratégia. Sú tu štyri hlavné komponenty spectacle show, ktoré môžu byť manipulované k dosiahnutiu najlepšieho efektu a to je : typ modelu, lokácia, téma a finále.⁵⁸ McQueen využíval všetky komponenty. Typ modelu, imaginatívne lokácie, rozpoznateľné aktuálne témy a nezabudnuteľné finále. Na módnou show, alebo skôr umeleckú performancie z roku 2001 s názvom Voss, publikum čakalo hodiny pred prázdny obrovským boxom so zrkadlami. Videli svoj odraz, čo bolo nepríjemné - chcel tým akoby zmeniť vzťah medzi divákom a pozorovaným. Keď sa box otvoril rozbitím vonkajšej zrkadlovej steny, publikum uvidelo nahú modelku s hrôzostrašnou maskou na tvári a tisíce živých motýľov. Spektakulárne show nemôžu byť plne pochopené bez diskusie ich finále. Explozívne, vrcholné zakončenia show hrajú významnú rolu vo vzťahu módy a umenia. Sú projektované tak, aby zanechali v divákovi silnú impresiu.⁵⁹ Práve pre tieto dramatické prehliadky, ktoré boli nabité emóciami si vyslúžil titul „Drama Queen“.



Obr. 19. Alexander McQueen –VOSS, Givenchy haute couture (2001)

⁵⁸DUGGAN,Greg:Fashion as performance art IN *Power of Fashion* :About design and meaning, 225.

⁵⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=jPK4IBrxIbY&feature=related>.

Umelecké projekty McQueen bol prizvaný ako umelecký riaditeľ vydania magazínu *Dazed & Confused* 9/1998, v ktorom vytvoril editoriál s názvom *Access-Able*. Pózovali tu rôzne postihnutí ľudia ako modeli. Na rozhraní módnjej a umeleckej fotografie od Nicka Knighta sa objavila Aimee Mullins - modelka a paraolympionička s protetickými nohami. Projekt zaujal umelca Matthew Barneyho až tak, že Mullins neskôr obsadil do jeho multimedálneho diela *Cremaster3* (2002).

Medzi McQueenove vizuálne najzaujímavejšie projekty určite patrí poetický hologram modelky, osobnej priateľky Kate Moss. Holografický trojdimenzionálny obraz Kate sa vznášal na úvod prehliadky s názvom "*Widows of Culloden*" (2006) v doprovode mystickej hudby.⁶⁰ Moss sa následne objavila aj v dielach mnohých súčasných umelcov. Rituálna povaha performancie sa odohrala na prehliadke v roku 1999, ktorú predstavovala len jediná modelka v bielych šatách. Pomaly sa otáčala na otočnom disku, pokiaľ ramená dvoch strojov - robotov na ňu striekali (parafráza zbraní) žltú a čiernu farbu. Komerčné modely ani neboli predvedené. McQueen počas najplodnejšej kariéry spolupracoval s mnohými umelcami, hudobníkmi a dizajnérmi (Sarah Harmanee, Shaun Lean - šperk). Neodmysliteľne k tvorbe inovatívnych doplnkov patril Philip Treacy a Simon Costin, ktorý ako šperkár a scénický výtvarník progresívne napíňal jeho vízie.



Obr. 20. McQueen: Aimee Mullins pre *Dazed Confused*, fotograf : Nick Knight (1998)

⁶⁰ Sountrack: *Everybody is Doing Something Without Me* : Future Sound of London.

Smrť v móde - smrť módy? Tematika smrti bola i ostáva ústrednou témou umelcov už od samotného počiatku umenia. Postmoderné umenie je úplne presýtené práve otázkami o živote, ale najmä smrti. Táto tematika sa istým spôsobom opakovala takmer v každej kolekcii Alexandra McQueena. Lebky, mŕtve vtáky, hmyz predstavil už v prehliadke *Elect dislect* pre módny dom Givenchy Paris haute couture (1997/8). Kostra sa vyskytla ako symbol v najdôležitejších prehliadkach, ale i modeloch. Z počiatku tvorby ho inšpiroval Don McCullin, anglický dokumentárny fotograf, známy témami vojnovéj fotografie. McQueen transformoval jeho fotografie do modelov kolekcie Dante (1996), čím chcel poukázať na nezmyselnosť vojny, ktorá mnoho krát vyplýva z náboženských a hlavne politických dôvodov. Jeho umelecká stránka bola najmä o emóciách, a vyvolávaní otázok. Medzi jeho posledné kolekcie a vyjadrenia patrila kolekcia *Roh hojnosti* z roku 2009 v Paríži, ktorá bola veľmi diskutovaná. Reagovala na aktuálnu hospodársku krízu, kde McQueen ukázal skopírované verzie jeho doterajších najlepších prác. Na móle boli doslova porozhadzované odpadky a hromada rekvizít z jeho predchádzajúcich show, tým poukazovali a navádzali katastrofický scenár konca sveta. Ako performance Jake Dinos Chapman. Predpovedal, že aj móda je v troskách. „Zmeny v móde sú tak rýchle, čím sú odevy väčšinou na jedno použitie a neexistuje dlhovekosť, neexistuje pravosť a to je obrovský problém.“⁶¹



Obr. 21. Alexander McQueen „The horn of plenty“ - roh hojnosti (2009)

⁶¹Alexander McQueen IN *The last interview*, <http://women.timesonline.co.uk>

Alexander McQueen dokázal výnimočným vizuálnym spôsobom prerozprávať prostredníctvom módy vízie, osobné príbehy, ale i aktuálne problémy doby. Jeho „magicky zlovestná“ tvorba bola ovplyvnená dekadenciou, umením, minulosťou, ale i predstavami o budúcnosti. Tvoril v prostredí a témami obdobne ako jeho súčasníci zo skupiny YBA (Young british artist), ale s médiom jemu vlastným, čím je módna prehliadka tzv. show. Morbidita Damiena Hirsta, sexuálna energia a provokácia Tracey Emin, poetické obrazy Sam Taylor Wood, či teatrálnosť výpovede umelca Matew Barneyho môžeme nájsť aj v odevoch a show McQueena. Využíval postmoderné umelecké tendencie – ako viacvýznamovosť, citácie, šokové stratégie, tiež kultúrne a historické referencie.

Umelecká stránka jeho show mala nielen svoju rolu pridanej hodnoty v rámci marketingu, ale najmä umeleckej originality. Prehliadky Alexandra McQueena boli známe pre ich silnú emocionálnosť a surovú energiu, ako aj romantickú, rozhodne veľmi aktuálnu a súčasnú povahu. Práve pre jeho nezabudnuteľné spektakulárne show nielen po vizuálnej stránke, ale najmä tematickej a šokové stratégie si vyslúžil povest' „enfant terrible“ módy. Emocionálne vášnivý pohľad bol však realizovaný s hlbokou úctou na vplyv umenia a remeselnej tradície. Tieto prehliadky mu nevyniesli len titul enfant terrible, ale aj imidž najkreatívnejšieho dizajnéra súčasnosti.

Bol extrémne emotívny, žil, tvoril v imaginárnom svete, čo sa bohužiaľ prenieslo ponad jeho osobný život. Nedávno, vo veku nedožitých 40 rokov spáchal samovraždu. Bol to šok pre módnny i umelecký svet. Stratil mozog, ruky i dušu, ktorá inšpirovala celú radu módných tvorcov, dokonca umelcov, fascinovala milovníkov módy a šokovala menej zasvätených. Jeho odevné návrhy sa možno dajú opakovať, ale jeho schopnosť vytvoriť vízie a show nebude tak ľahko kopírovateľná. Už teraz je považovaný za najlepšieho a najväčšieho dizajnéra jeho generácie, ktorý šiel svojou vlastnou cestou. Ikona a legenda fenoménu prepojenia módy a umenia 21. storočia.

EKOLOGICKÁ A UDRŽATEĽNÁ MÓDA

Kde sú hranice našich potrieb, a čo všetko naozaj potrebujeme? Kapitoly z eco módy nehodnotia ani nemoralizujú postoje a neposkytujú priame názory k tejto problematike. Ponúkajú stručný prehľad a základne informácie zo svetovej módy, ktorá sa venuje problematike EKO.



„Jedinú ekologickú vec, ktorú môžem urobiť, je prestať robiť módu.,,

Dries van Noten

Znie to príliš radikálne? Úvaha antverpského dizajnéra vystihuje jediný pravdivý postoj pre udržateľnú módu. Je to spôsob ako naozaj reagovať na situáciu a pravdivo sa k tejto téme postaviť bez prikrášľovania a výhovoriek. No aj bez akéhokoľvek hlbšieho skúmania je jasné, že z globálneho hľadiska táto varianta nie je možná, rovnako aj z ekonomicko – sociálneho hľadiska a preto musíme siahnuť po menej radikálnych rozhodnutiach a plánoch ako vytvárať eko módu.

V tomto prípade hovoríme o aspektoch udržateľnej módy, pretože ak nemôžeme niečo úplne vylúčiť, môžeme aspoň eliminovať následky. Práve tomu sa venuje tzv. sustainable fashion, čiže udržateľná móda a jej kategórie, ktorými sú **recyklovanie, používanie materiálov šetrných k životnému prostrediu a nadčasovým dizajnom, prípadne vzájomná kombinácia.**

V dnešnej dobe sa čoraz viac tvorcov zamýšľa, či je eko móda naozaj užitočný a efektívny spôsob ako chrániť životné prostredie a bojovať proti tejto situácii tak, aby sme chránili našu Zem a zároveň sa nevzdali „estetická“, ktoré všetci tak zbožňujeme. Dôležitým faktorom, prečo sa vôbec zaoberať týmto problémom je najmä to, že odev, obuv a textil sú značnou globálnou ekonomickou silou, ktoré zamestnávajú nad 40 miliónov ľudí na celom svete, z ktorého je 400 000 tisíc v Británii, 2,7 milióna v Európe a 19 miliónov v Číne. Textilný a odevný životný cyklus skonzumuje viac energie a vody ako hocikáky iný produkt z iného odvetvia. Zaujímavým faktorom je, že najväčšími vývozcami sú rozvojové krajiny, ázijské štáty na čele s Čínou (tá tvorí štvrtinu produkcie. Bangladéš, Kambodža a Pakistan sú dokonca závislé na vývoze odevu a textílií) a hlavnými spotrebiteľmi takéhoto odevu sú vyspelé štáty. Nízka cena jedným z najintenzívnejších impulzov pre nákup nového kusu odevu, za ktorým je však lacná pracovná sila, zlé pracovné podmienky v oblasti bezpečnosti a ochrany zdravia. Len v malých prípadoch sa konzumentí zaujímajú z čoho je náš odev spriadaný, utkaný, či pletený, alebo z čoho, nevieme nič o ňom. Sme zameraný len na to ako vyzeráme. Bolo objavených viac ako 2000 chemikálii, používaných v produkcii odevov. Priemerný Američan zahodí ročne 30,8 kg, z toho 85 percent skončí na skládkach. V UK sa vyhodí viac ako jeden milión ton ročne.

„Len vo výpredaji sa predá tovar za viac ako 1 trilion dolárov ročne.,,

Zaujímavé fakty v módnom priemysle nás privádzajú k skúmaniu eco módy a recyklácie. Je pravdou, že sa tejto problematike venoval už asi každý výrobca. Každý však pristupuje a spracováva túto problematiku iným spôsobom.

Nasledujúca Kapitola sa venuje trom pojmom, ktoré sú najčastejšie spomínané v kontexte udržateľnej módy a usporiadaných do hierarchie. Vysvetľuje prečo majú miesto práve na takom stupni. Je veľa názorov na to, čo do eco módy patrí a čo nie, a je to naozaj široký zaber, a preto si potrebujeme vymedziť hranice.

Pri študovaní zahraničnej literatúry sa stretáme s touto problematikou. Módny dizajnéri, ktorí sa vyjadrovali k tejto téme, často krát spadali do úrovne toho najnižšieho eco dizajnu ak by taká kategória existovala. A úprimne ide často len o ekonomickú záležitosť. Nemôžeme teda vytýkať firme, že nie je eco? Vtedy si uvedomujeme, že sa pohybujeme na tenkom lade a tato téma je napadnuteľná z každej strany.

Sustainable fashion

Pojem pochádzajúci zo 70 tých rokov ako reakcia na nekontrolovateľný rast produkcie, populácie a spotreby kde dizajn nie je udržateľný v prostredí existujúcich obmedzených zdrojov. Sustainable fashion, prekladaný ako udržateľná móda je definovaný ako „súčasný trend módnej scény nazývaný eco fashion. Je súčasťou rastúcej filozofie dizajnu a vývoja udržateľnosti, ktorej cieľom je vytvoriť systém, ktorý môže byť podporovaný na dobu neurčitú pokiaľ ide o environmentalizmus a sociálnu zodpovednosť. Inak povedané eco móda je súčasťou väčšieho trendu trvalo udržateľného dizajnu, kde je výrobok vytvorený a vyrobený s ohľadom na životné prostredie.“⁶²

⁶²https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_fashion

1. STUPEŇ : RECYKLÁCIA:

Recyklácia je definovaná ako „proces opätovného využitia predtým už použitých materiálov a produktov. Zabraňuje mrhaniu zdrojov, redukuje spotrebu surových prírodných materiálov, redukuje množstvo uskladneného odpadu a spotrebu energie.“⁶³

Najbežnejší spôsob recyklácie textílií je znovu pretvorenie tzv, re-design. Re-design je spôsob opätovného použitia, alebo prepracovania použitého oblečenia, textilného materiálu či textilných vlákien za účelom získať novú odevnú zložku, ktorá sa začlení do sveta módy. Tieto textilne zložky určené na recykláciu, boli už raz vytvorené, takže neprodukuje nové veci, ale využívame to, čo už niekto pred nami vytvoril. Dávame starým veciam nový život. Spracovávame vlákna, striže, textílie, či samotné odevy na nový dizajn, často krát nadčasový. Môžeme recyklovať aj prírodné materiály. V tomto prípade ide o spojenie troch variant udržateľného dizajnu.

Pojem recyklácia sa objavuje už na začiatku deväťdesiatych rokov. Je zaujímavé, že práve toto obdobie poznáme ako obdobie rozmachu veľkého módného priemyslu a nárastu luxusných značiek. Aj v pozadí luxusu sa našli návrhári, ktorých trápila myšlienka a uvedomenie si „zraniteľnosti“ Zeme a predpoklady do budúcnosti. Vtedy boli prvé semienka eco módy neudržateľným spôsobom zasiate a koncepty módy šetrné k životnému prostrediu začali rásť.

V 90. rokoch v Paríži, malijský návrhár Lamine Kouyaté so svojou značkou Xuly-Bet zaujal a odštartoval svoju kariéru. Využil prvky existujúceho blišieho trhu ako deky, lycrové šaty, staré pančucháče a zapracoval ich tradičnými africkými technikami do nových modelov. Antverpský dizajnér Martin Margiela bol a je známy kolekciami Artisanal ,v ktorej dekonštruuje a rekonštruuje jeho vlastné rafinované kúsky.

Second hand

Dôležitým faktorom v udržateľnej móde je možnosť darovať veci, či už ich darujeme známym, ktorí sú ochotní ich ďalej nosiť, alebo chudobným na charitu (Goodwill Industries, Armáda spásy, atď.). Od roku 1990 použitý tovar začali prijímať obchody typu second hand, ktoré sú v súčasnosti veľmi rozšírené aj u nás. (HUMANA, GENESIS). Na Slovensku sa objavili v polovici 90 rokov.

Grunge style

⁶³sk.wikipedia.org/wiki/Recyklácia

Najskôr hudobný štýl rozvíjajúci sa v 90. tých rokoch, podporila ho kapela Nirvana, z ktorého sa neskôr vyvinul módný štýl. Umocnil myšlienku obnoseného šatstva a prišiel s novým štýlom, kde už nešlo o komerčné značky. Nosili sa veci ošúchané, farebné a kárované. Hitom boli roztrhané rifle, menčestráky, rozťahané tričká, nadrozmerné svetre a kárované košele. Vďaka nemu začali ľudia nakupovať v second handoch za cieľom módného štýlu.

2. STUPEŇ : POUŽÍVANIE MATERIÁLOV ŠETRNÝCH K ŽIVOTNÉMU PROSTREDIU

Častokrát hovoríme len o prírodných materiáloch, no netreba zabudnúť na veľmi dôležitý faktor, ktorým je spracovateľnosť, ktorá je často na úkor prírodného materiálu, odevný priemysel obsahuje najväčšie množstvo výrobných cyklov a preto ak sa zamyslíme nad „eco prírodným,, ,alebo „eco syntetickým,, materiálom, musíme vziať do úvahy faktor spracovania a životnosti. Preto je veľmi dôležitým faktorom aj spracovateľnosť, ktorá je často na úkor prírodného materiálu. Vtedy je otázka používania prírodného materiálu veľmi zložitá a dostávame sa znovu na začiatok.

Pre mnohých z nás znamená eco móda používanie prírodných materiálov ako bavlna a vlna a vyhýbame sa syntetickým materiálom. Spočiatku to znie ako zdravý úsudok, no pri skúmaní ekologických a environmentálnych dopadov z týchto materiálov nastavajú etické otázky, ktoré sa podieľajú na ich skúmaní výroby a celého procesu a tie nie sú také jednoznačné a priame. Veľmi veľa bolo popísaného o etickej spotrebe, environmentalisme a voľbách pri výbere tovaru vo všetkých sektoroch, či ide o jedlo, textil, automobily. ...Dôležitá je otázka, ako môže viesť konzument rozdiely medzi jedným materiálom a iným? Ako sa môžu dozvedieť o produkcii? Je fair trade bavlna lepšia než organická bavlna? A čo vplyv farbív pri spracovaní? Ako ma dizajnér vybrať tú správnu cestu? A čo si ma nakoniec zvoliť spotrebiteľ?

Vyzerá to, že argumenty pre a proti používaniu rozdielnych prírodných a syntetických vlákien a materiálov nám pomáhajú informovať a usmerniť nás k voľbe.

3. STUPEŇ : NADČASOVÝ DIZAJN

Vytváranie vecí so znakom nadčasovosti. Tieto veci nepodliehajú trendom a tak ich môžeme nosiť do konca života. Je dôležité výborné spracovanie a kvalitne materiály. Môže ísť o kombináciu prírodných aj syntetických materiálov. Do tejto kategórie spadá aj antverpský dizajnér Dries van Noten, ktorý hovorí v jednom zo svojich rozhovoroch o tom, že celý západný svet má vo svojom šatníku dosť odevu, ktorý môže nosiť do konca života. Preto sa snaží aj on robiť dizajn, ktorý by bol na celý život a sám sa svojho milovaného remesla nevzdáva a pokračuje vo svojej ceste moderného dizajnu.



Svetové značky označené ECO

(RECYKLÁCIA)

Ceebee



Pod značkou CEEBEE sa skrýva dizajnérka Carmen Bjornald, ktorá vytvára líniu doplnkov z recyklovaných prírodných a organických materiálov.

Zaoberá sa globálnym problémom odpadkov a z nich vytvára kolekcie. Vytvorila výbornú papierovú kolekciu kabeliek, batohov, opaskov a šperkov z použitých stránok módnych magazínov, mapiek, novín, komiksov a zlatých stránok.

Plastic 4ever doplnky vytvorene z nazbieraných použitých plastových nákupných tašiek. Táto značka prichádza vždy s novými neočakávanými prvkami.

Christopher Raeburn

Mladý Britský návrhár využíva pre tvorbu kolekcií použité vojenské tkaniny pochádzajúce z Európy. Ide najmä o padáky. Je známy vďaka svojej etickej integrite. Za svoju tvorbu získal ocenenie od International Ethical Fashion Forum a taktiež podporu aj od Esthetici. V tomto období je Christopher Raeburn jeden z najdôležitejších radikálnych návrhárov.

Dôkazom toho je aj jeho posledná kolekcia SS2015, kde nadviazal na koncept recyklácie. Recykluje padáky a vytvára novú sviežu pánsku kolekciu. Na dámskych odevoch využil možnosť potlače mapy s počasím a kvetinové kamufláže, ktoré pôsobia psychedelicky. Prináša veci s príbehom a pretvára ich na funkčné odevy.



Junky styling

Značka inšpirovaná cestovateľskými zážitkami a pozorovaním recyklovania na ceste okolo sveta. Využívajú kvalitne kúsky zo second handov. Tento štýl je popísaný ako excentrická chic línia zo zmutovanej módy a vysoká pouličná móda.

The Bea project

Talentovaná umelkyňa inšpirovaná nomádmi, gypsy kultúrami je poháňaná anarchistickou rebéliou. Kolekcia LOVE AND ANARCHY je ručne šitá, farbená, skultivovaná, kde sú prepracovane vintage kúsky a materiály. Bojuje sama proti trendom .



El Naturalista

Španielska módna značka, zameraná na výrobu obuvi. Používa recyklované materiály, recyklovaný polyuretán, prírodné materiály, recyklovanú gumu. Topánky sú balené v 100 %, recyklovaných krabiciach potlačených atramentom na vodnej baze.

Taktiež takzvaný „Pútnici New age“ nadviazali svojim postojom na myšlienku recyklovania a upozornili na seba konzumnú spoločnosť. Okrem propagácie ekologicky nezávadných potravín upozornili aj na recykláciu materiálov, sami si vytvárali šaty z rozstrihaných kusov starých odevov. V móde sa vďaka nim ujal eko štýl, šetrné výrobné postupy neohrozujúce životné prostredie. Pútnici majú na svedomí zrodenie radikálnych nátlakových organizácií ako sú Greenpeace.



New age

Ale v skutočnosti sú trvalé zmeny životného prostredia pomalé na to, aby sa zelená móda naozaj plnohodnotne uchytila. Predovšetkým návrhári čelia neľahkej úlohe vzdelávať skeptických zákazníkov. Obchodné výzvy šetrnejšie k životnému prostrediu boli na trhu príliš masívne a verejný dopyt napriek všetkým výzvam slabý.

(POUŽÍVANIE MATERIÁLOV ŠETRNÝCH K ŽIVOTNÉMU PROSTREDIU)

Eileen Fisher

Dámska značka Eileen Fisher produkujúca ekologickú módu používa na svoje eco produkty čistú bavlnu a ľan s produkciou v Peru. Dôležitým faktorom pri výrobe ich odevu nie je len estetická hodnota, ale najmä to, aby sa odev mohol prať v studenej vode, aby sa tak šetrila energia.



(NADČASOVÝ DIZAJN)

A PIECE OF CLOTH

Zaujímavou ukážkou a príkladom ekologického myslenia je aj tvorba japonských značiek. Tým najradikálnejším je asi koncept A-POC (A PIECE OF CLOTH), pochádzajúci z dielne ISSEY MIYAKE, kde pomocníkom pri vývoji bol DAI FUJIWARA. Radikálna inovácia predstavila program, ktorý vytvára trojrozmerný odev z trubky pleteniny. Ide o nový koncept v šetrení materiálu a najmä jednoduchý proces šitia. Fujiwara hovorí, že A-POC nie je len nová odevná línia, ale najmä nová filozofia a konštrukčné riešenie.



NAU- Oregonská módna značka, ktorá používa recyklovaný PET, organickú bavlnu a vlnu. Ich filozofia dizajnu je voliť nadčasové farby, chytrý dizajn, a materiály šetrné k životnému prostrediu, ktoré budú mať jednoduchú údržbu.

(FAIR TRADE)

Edun

O zmeny v módnom svete sa pokúsila značka EDUN, ktorá nadviazala na obchodnú stratégiu Fair Trade, ktorej snaha bola pomôcť Afrike, chce byť fér ku každej strane, od výrobcu až po konzumenta, no na trhu celkom neuspela. V roku 2009 jej však pomohla spoločnosť LVMH, ktorá získala podiel 49 % v tejto firme, vďaka čomu sa stala skutočným rešpektovanou značkou na trhu.

People tree

Spoločnosť založená na Fair Trade, v súčasnosti majú viac ako 600 obchodov v Európe a v Japonsku. Produkuje ručne robené textílie, odevy a šperky. Spolupracovali s dizajnérmi ako Bora Aksu, Richard Nicoll a Eley Kishimoto. Emma Watson vytvorila kolekciu zameranú na potreby mladých ľudí Fair Trade Young

Noir

Dánska luxusná značka, ktorá kladie dôraz nielen na sexepíl, ale aj na etické hodnoty spojené s enviromentalizmom. Využívajú viac ako 70 % materiálov certifikovaných od Oeko-Tex. Dovážajú certifikovanú organickú fair-trade bavlnu a patria do členstva Nórskej organizácie BO WEEVIL, snažia sa o podporu malých farmárov z Ugandy.



Toms

Zaujímavým príkladom ako sa pozerat' na ekologickú a zároveň humanitárnu módu, resp. pomoc iným ľuďom v núdzi pomocou módy je značka Toms s kampaňou One for One. Táto sympatická značka funguje od roku 2006, kde zakladateľ Blake Mycoskie cestoval po Argentíne a videl deti, ktoré nemali topánky na ochranu svojich nôh. Vytvoril výborný koncept jednoduchých a strihovo ľahko spracovateľných topánok, kde je nadčasový a zjavne rozpoznateľný dizajn. Kúpou jedného páru je zabezpečený druhý pár, ktorý výrobcovia posielajú do chudobných krajín sveta pre deti v núdzi. TOMS takýmto spôsobom poskytla viac ako 35.000.000 párov nových topánok pre deti v núdzi.



Vzniká tu však rovnaký problém ako pri každom koncepte Fair Trade. Ako spotrebitelia máme minimálny prístup k informáciám, kam naozaj naše peniaze na pomoc idú, a preto sú nákupcovia často skeptický. Táto myšlienka sa nesie v dobrom duchu, no nájdu sa názory, ktoré vidia negatíva a snažia sa vyvrátiť koncept tejto značky.

From Somewhere

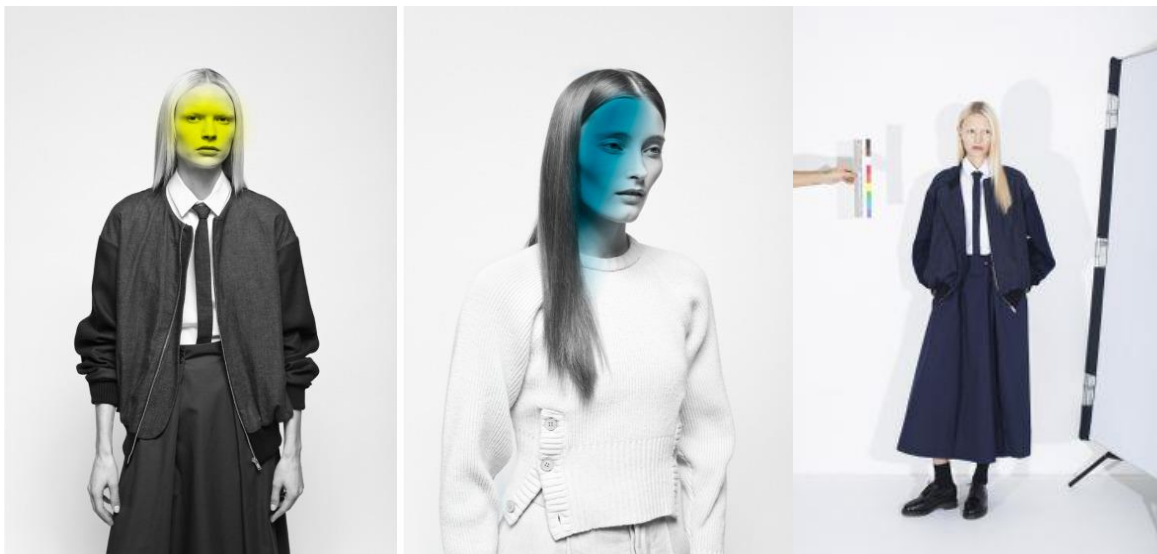
Módna značka začínajúca v roku 1997 so súčasným sídlom v Londýne, zakladateľkou je Orsola de Castro s manželom Fillipom Riccim, ktorý hral významnú úlohu pri tvorbe značky Esthetica. Spolupracujú s Central Saint Martins a Topshop. Využívajú predovšetkým prebytky z luxusných materiálov. V roku 2001 sa dostali do továrne v Taliansku, ktorá robí úplety pre dizajnérov, ako je Yves Saint Laurent, Chloé a Karl Lagerfeld, a začali hľadať odrezky na podlahe. Uvedomila si, že s tým množstvom odpadu môže pracovať. Využívajú koncept up-cycling - prerobiť niečo na vyššiu hodnotu na luxusnej úrovni. Odev by mal byť vyrobený s ohľadom na etiku a zároveň by mal niesť prvky nadčasového dizajnu. Prinášajú kvalitu a remeselne spracovanie.

Bruno Pieters

Honest by 100% transparent company

Belgický avant-gardný dizajnér. V 2007 sa stal kreatívnym riaditeľom pre novú avant gardnu líniu značky HUGO BOSS v Nemecku, ktorú v 2010 ukončil. Zlé pracovné podmienky v krajinách 3. sveta, ako je India, ho priviedli zamerať sa na udržateľnú módu a preto prichádza s myšlienkou transparentnosti. Preto vytvára značku Honest By, ktorá je avant-gardná, luxusná a zároveň finančne transparentná. Udržateľnosť je v tomto prípade zaznamenaná v používaní najmä organických, prírodných a šetrných materiálov. Vytvára dizajn odevov tak, aby nebol len na jednu sezónu, ale aby sa dal kombinovať a nosiť všetky ročné obdobia. [jesenná / zimná kolekcia 2012-2013 je prerod klasiky. Zavádza termín **neo-klasicke hybridy**.

Prostredníctvom svojej značky ukazuje ľuďom, odkiaľ materiál pochádza, koľko gombíkov, zipsov a nití bolo použitých, koľko naozaj stojí, kto ho vyrobil a koľko peňazí každý zarobí v dodávateľskom reťazci. Tak zapája spotrebiteľov do módného reťazca a núti ich rozmýšľať a kriticky hodnotiť všetky náležitosti. Dôvodom prečo urobil svoju značku 100% transparentnú je aj fakt, že si chceme kúpiť produkt kde je uvedená krajina výroby ako „made in France“. Sme ochotný dať 1000 eur, len aby sme získali tradíciu, dizajn a dedičstvo spojené z danou značkou, čo nie je vždy pravda. Aj keď vezmeme do úvahy, že odevy boli navrhnuté v tejto krajine, je mála pravdepodobnosť že tam boli aj ušité. Práve naopak ide o Čínu, Indiu, atď... Zdôrazňuje, že dôležitou úlohou zákazníka je poohliadať sa po informáciách, skúmať, hľadať a zamýšľať sa.



Vivienne Westwood

Dôkazom toho, že o ekologickú módu je záujem je aj britská módna návrhárka **Vivienne Westwood**, ktorá sa zapojila do diania o potrebe ekológie v súčasnosti a venuje sa tomu vo svojom projekte Climate Revolution. kde hovorí, že: „Boj už nie je medzi triedami bohatých a chudobných, ale medzi hlupákmi a eko- uvedomelými.“⁶⁴ Sama povzbudzuje ľudí, aby prehodnotili svoj postoj, čo sa týka masového nákupu oblečenia, dokonca aj jej vlastných návrhov. Viac ako inokedy sa Westwood stáva vášnivou bojovníčkou za sociálne a environmentálne zmeny. Oblečená ako eko-bojovník, v šortkách s jednoduchým tričkom, ktoré nesie hlavný odkaz a s vymaľovaným okom na čierne ako pirát vykračovala po móle svojej módnej show.



Obr. 1 **Vivienne Westwood hlása:** „nenakupujte viac oblečenia“

Katherine Hamnett

Podobným prístupom poukazuje na túto problematiku ďalšia britská dizajnérka **Katherine Hamnett**, ktorá vyjadrila svoj postoj k udržateľnosti pomocou nápisov na tričkách. V tomto prípade ide o koncept. Vytvorila over size trička pre známe osobnosti so sloganmi poukazujúcimi na sociálne problémy ako "CHOOSE LIFE" a "WORLDWIDE NUCLEAR BAN NOW" , "STOP WAR, BLAIR OUT",. Naomi Campbell nosila trička s nápismi "USE A CONDOM" and "PEACE".

⁶⁴ <http://www.good.is/posts/vivienne-westwood-says-don-t-buy-clothes>

Od roku 1989 poukazovala na problémy textilného priemyslu, na zavadnosť bavlny v niektorých regiónoch a začala lobovať za zmeny v tomto priemysle. Margaret Thatcher nosila jej tričko so sloganom "58% DON'T WANT PERSHING". V roku 2013 navrhla kampaň proti nukleárnemu ozbrojovaniu. "EDUCATION NOT TRIDENT" and "NHS NOT TRIDENT".



TECHNO ECO - VÍZIA BUDÚCNOSTI

Textilný vývoj sa paradoxne pozerá jednak späť do éry priemyselných metód a spracovania a zároveň sa ohliada po vysoko technologických riešeniach aktuálnych otázok produkcie výroby a dlhovekosti. Móda vo svojej požiadavkách na siluetu a formu nemusí byť príliš rozdielna v najbližšej budúcnosti. Ak sa pozrieme na futuristický štýl z 50. tých a 60. tých rokov, najmä na módu z filmov „science fiction“ a súčasnosť, tak zistíme, že sa odev od toho obdobia formou radikálne nezmenil. Na rozdiel od toho, niektoré technologické koncepty sa stali a stávajú vedeckou skutočnosťou a tým napredujú. Materiály sa vyvíjajú výkonnejšie v oblastiach ako napr seba-čistenie pomocou ochranných vrstiev nano častíc, takže vyžadujú menej prania. Ide o zmenu najmä v „smart“, a „feel-good“, materiáloch, ktoré môžu sledovať podmienky prostredia a reagovať na ich podnety. Môžu nielen liečiť a poskytovať prírod výživných doplnkov (napr. dávkovanie inzulínu pomocou tielka cez

póry pokožky), ale aj signalizovať problém (napr. podprsenka meniaci farbu pri neobvyklých zmenách v prsníkoch, termo- chromné dupačky pre dieťa s rastom telesnej teploty). Pozornosť sa obracia na molekulárnu úroveň inžinierstva a nano technológie, ktoré sú však stále kontroverzne vo verejných debatách.

Čo znamená ale vývoj týchto smart technológií a materiálov pre eco fashion?

Ak odevy menej perieme, lebo sú ošetrované nano vláknami, ktoré ich udržiavajú čisté a voňavé, vynecháme jeden cyklus údržby. Šetríme tým energie a vodu a taktiež neprispievame k znečisťovaniu prostredia saponátmi. Aj tak dostaneme čerstvý pocit novo vypratého prádla, ktoré sa stalo príjemným očakávaním a skúsenosťou. Dôvod prečo perieme svoje veci je skôr pocit osvieženia, než že sú skutočne špinavé. Toto môže byť simulované parfumami v textile. Komerčne sme ich už mohli nájsť v spodnom prádle, alebo aj v ponožkách na pohlcovanie pachu s pomocou aloe vera. Integrácia viacmyslových položiek do oblečenia je cieľom mnohých výskumníkov snažiacich sa o tzv. emocionálny dizajn. Jenny Tillotson, zatkávanie mikrotekutiny do textilov na vytvorenie osobnej voňavej bubliny so vstavanými senzormi, ktoré vytvárajú rýchlo reagujúce prostredie na uvoľnenie stresu, ktoré nazvala Scentsory design.

Angel Chang New Yorksky jeden z prvých módných dizajnérov, ktorý vytvoril módnú svetelnú kolekciu s nositeľnými technológiami, kde boli zabudované senzory. Cute Curcuit prišli s konceptom elektroniky v odevu zameraný na emocionálny životný štýl.

Veľa nových technológií týkajúcich sa smart textílií je momentálne vo veľkom rozkvetu. V blízkej budúcnosti budú produkty jednoducho integrované a prispôbené životným potrebám a situáciám. Stanú sa všade prítomnými a tak zároveň neviditeľnými v používaní. Už teraz si veľa výtvarníkov tejto doby ani neuvedomujeme a považujeme ich za každodennú súčasnosť a život bez nich si nevieme ani predstaviť. Technologický rozvoj zaberá množstvo času a výskumu a nie vždy je prvá realizácia správna. Zaujímavým príkladom je realizácia z roku 2001 o ktorú sa pokúsila firma Levi's. Vytvorili priekopnícky ICD kabát produkovaný za spolupráce s Philips technológiami. Na túto myšlienku nadviazali firmy O'Neill, Burton. Vďaka tomu existuje na trhu rad druhej generácie špecializovanej na vonkajšie odevy pre lyžovanie, snowbording, ktoré majú zabudované tlačidlá v rukávoch a v predných dieloch na MP3 a slúchadla. Tieto ich produkty na trhu fungujú vďaka ich marketingu, no kabát firmy Levi's neuspel kvôli cene, problémom s batériou a neprispôbitosťou. Firma M&S spolupracovala s technologickou spoločnosťou Eleksen na vývoji biznis obleku s textilnou

elektronickou klávesnicou založenej na dotyku a tlaku. To viedlo k ďalšiemu rozvoju tejto myšlienky nosiť na sebe textilný počítač. V roku 2006 vznikla nová spolupráca firmy Eleksen a Microsoft, kde vytvorili produkty s novými flexibilnými podmienkami ako je napr. pranie. Zdroje energie sú kľúčové výzvy pre smart textílie. Potrebne je teda vytvoriť menšie, ľahšie, dlho trvajúce batérie, alebo ideálne eliminovať batérie úplne a vytvoriť dostatočné množstvo energie či už z pohybu jednotlivca, alebo životného prostredia. To poskytlo skutočný prielom a transformáciu prototypov nadštandardných produktov do bežných položiek k dispozícii pre všetkých, tak aby sa zabránilo súčasnej závislosti na obmedzených zdrojoch energie. Veľa zaujímavých inovácií je v pokroku, ktoré demonštrujú základné myslenie dizajnu a je ekologickou oporou, ako napríklad projekt Helen Storey a Tony Ryan, miznutie plastových odevov zo Zázračnej krajiny, alebo spray- on- fabric- in- a- can of Fabrican od Manel Torres.



Spray on by Manel Torres



Dress by Helen Storey

POKUS VEĽKEJ ZNAČKY O UDRŽATEĽNÚ MÓDU

Vo reflexii určite nemôžeme zabudnúť na Švédsku značku H&M, pod ktorou, ako samy prezentujú, sa skrýva dizajn a kvalita v najlepšej cene. Ako globálna značka má obrovský vplyv na každodenný odev a módu a to aj v našich končinách. Okrem toho, že ide o nový trend **fast fashion** (tzv. rýchla móda, kedy sa k nám na trh dostáva nová kolekcia každý druhý týždeň a núti zákazníka byť stále „in,, teda obmieňať šatník čo najčastejšie, podporuje zvyšovanie spotreby- čo s atýka udržateľnosti módy veľmi negatívny jav). H&M vynaložili snahu a zapojili sa do ekologického systému, čo je podľa môjho názoru nedostačujúce pri ich masívnej produkcii. V roku 2010 prišli na trh s GARDEN COLLECTION, kde použili ekologické materiály, taktiež sa snažili do roku 2013 zvýšiť používanie organickej bavlny v ich odevoch najmenej o 50% , používajú recyklované vešiaky, snažia sa o redukciu plastových balení a sú zapísaný do UN Global Compact`s CEO Water Mandate.

V roku 2008 H&M používala 3000 ton organickej bavlny, v roku 2009 to bolo 3500 ton. Pozornosť priťahla aféra, kedy laboratórna analýza v roku 2010 odhalila, že niektoré odevy označené certifikátom organickej bavlny boli geneticky modifikované z Indie, odkiaľ pochádza viac ako polovica organickej bavlny.

Táto módna značka je v našej krajine veľmi obľúbená a preto sa nás dotýka vo veľmi veľkej miere. S jej stratégiou a produktmi sa stretávame v súčasnosti v našej krajine na každom kroku. Jej veľké zastúpenie si môžeme všimnúť nielen v obchodných centrách, ale majú veľké zastúpenie aj v second handoch. Je to značka s dvojitou tvárou, na jednej strane fast fashion značka s veľkými ziskami, na strane druhej prejavovaný záujem o životné prostredie.

SLOVNÍK POJMOV

Antifashion - strešný termín pre viacero štýlov odievania, ktoré sú v kontraste s aktuálnou módou. Antimóda - móda na zač. 20. storočia, ktorú vytvárali avantgardní umelci. Antimódne štýly reprezentujú ľahostajný vzťah k móde, vznikajú z politických alebo praktických zámerov (punk). Tiež termín používaný pre štýly dizajnérov, ktorí tvoria kreatívne a nenasledujú všeobecne platné trendy. (Margiela, Chalayan, McQueen)

Art wear (artwear, wearable art) – výtvarný odev, ktorý vznikol z intencie jedinečnosti ako výtvarný artefakt, ale je určený na aj nosenie - výskyt najmä u textilných výtvarníkov. Zaoberá sa viac materiálom ako tvarom. Príklad sú napríklad simultánne šaty Soni Delanay. (u nás napr. Trizuljaková)

Art dress - umelecké šaty. Termín prvýkrát použil Henry van de Velde, pod vplyvom Art and Crafts hnutia poukázal na otázku a vzťah medzi vysokým a nízkym umením. Šaty ktoré boli navrhnuté, alebo nosené umelcom.

Autorský dizajn autorský, voľný, objektový, experimentálny, anti - dizajn, nový dizajn – to sú len niektoré z prívlastkov označujúcich heterogénnu skupinu tvorby, pre ktorú je poznávacím znamením pohyb mimo kontextu priemyselnej sériovej výroby.

Chambre Syndicale de la Haute couture riadiaci orgán parížskeho systému haute couture. Založil ho v roku 1868 Charles Frederick Worth. Kontroluje členov jednotlivých domov a zabezpečuje, aby dodržiavali prísne predpisy, ktoré im umožňujú byť definovaným ako dom haute couture.

Komerčná móda uznávaná ako hlavný prúd, priemyselne vyrábaná. Móda, ktorej hlavnou intenciou je priblížiť, doslova sa podriadiť vkusu, potrebám potencionálneho spotrebiteľa. Hlavným cieľom je získanie finančného kapitálu.

Fashion designer-artist phenomenon fenomén návrhár ako umelec- postmoderný fenomén, odevní dizajnéri, ktorí tvoria invenčne, vedome prepájajú módu a umenie, tvoria v kontexte postmoderného umenia. (Margiela, McQueen, Chalayan, duo Victor & Rolf)

Haute couture preklad z fr. vysoké šitie, vysoké krajkárstvo je medzinárodne používaný termín, označujúci odevy šité na mieru, vyrobené v [Paríži](#), pre konkrétneho zákazníka (alebo reprezentačné na mólo) s použitím najkvalitnejších materiálov, tvorené s percentuálnym podielom ručného šitia s dôrazom pre detail. Ušitie jedných šiat trvá od 100 do 400 hodín. Vo

Francúzsku je označenie haute couture chráneným názvom. Členovia, združený do zväzu Chambre Syndicale de la Haute Couture, musia spĺňať prísne podmienky. Návrhár musí predstaviť do roka dve kolekcie, minimum 50 nových a originálnych návrhov. Musí mať ateliér, či módny dom a zamestnávať na plný úväzok min 15 zamestnancov. Domy haute couture k roku 2010- oficiálni členovia: Ann Valerie Hasch, Chanel, Christian Dior, Givenchy, J.P.Gaultier. Zahraniční členovia s povolenou výnimkou: Armani, Elie Saab, Maison Martin Margiela, Valentino. Bývalé domy haute couture: Versace, Y.S.Laurent, Ungaro atď. Prenesene však výraz môže označovať aj módne domy a návrhárov, ktorí vytvárajú exkluzívne oblečenie, ktoré neraz udáva svetové módne trendy, ale tiež samotné výrobky týchto domov. U nás výraz haute couture v prenesenom (a veľmi nepresnom) význame označuje samotnú [francúzsku](#) módu, alebo spoločenské šaty.

Heroin look (heroin chic) - „nihilistická vízia krásy“, výzor na základe novej estetiky krásy spopularizovaný v pol. 90-tych rokov v móde. (McQueen). Výzor charakteristický bielou kožou, tmavými kruhmi pod očami, vychudnutosťou, ako opozitum dokonalej krásy modeliek 80-tych rokov. Androgýnna Kate Moss je najznámejšia predstaviteľka. **Móda** – sociálne - psychologický fenomén, ktorý ovplyvňuje rôzne ľudské aktivity a myslenie. Tiež aktuálny trend (neustále meniaci sa), v súčasnosti meniaci sa z ekonomických, ako z praktických, logických alebo intelektuálnych dôvodov. Móda má svoju štruktúru a systém. Najvyšší status módy je Haute couture, nasleduje prêt-à-porter, konfekcia, avantgardná móda, street móda.

Móda na hrane (z ang.„fashion at the edge“) termín prvý krát použila Caroline Evans. Druh súčasnej avantgardnej módy, ktorá vedome prepája módu a umenie a koncepčne sa môže zaradiť do oboch fenoménov. Tvorba experimentálnych návrhárov (najmä Japoncov, Belgičanov a Britov), ktorí sa zaoberajú otázkami mimo módu. Nestarajú sa o estetiku, štýl, či trend, marketing, riešia skôr znepokojujúce otázky súčasného sveta. Táto móda stojí v opozícii móde komerčnej, paradoxne sa niekedy po čase stáva aj jej súčasťou.

Módna fotografia - je [fotografický](#) žáner, ktorý zobrazuje odev a iné módne výrobky. Fotografie módy je najčastejšie určené pre reklamu alebo módne časopisy. Žáner si časom vydobyl svoj vlastný estetický štýl, v ktorom je móda druhoradá a fotografia je obohatená naratívnosťou.

Odev (tiež oblečenie, odievanie, obliekanie, šaty) je jedným z kľúčov určovania kultúry, triednej príslušnosti, osobnosti a náboženského vyznania, prejavom individualizmu.⁶⁵ Označenie pre výrobok alebo sadu výrobkov z tkanín, látok, kože a ďalších materiálov, ktoré ľudia používajú na ochranu, alebo okrasu svojho tela.

Prêt-à-porter - (z fr. hotové na nosenie, z [angl.](#) ready-to-wear) tvorba malosériovej konfekčnej výroby značkových módných tvorcov a ich domov, ktoré v súčasnosti udávajú trend, tiež označujúci oblečenie, ktoré sa distribuuje ako konečný produkt v štandardných konfekčných veľkostiach, kolekcie prêt-à-porter môžu byť mnohosériové, alebo len malé série. Na rozdiel od výrobkov [haute couture](#), nikdy nevlastníte jedinečný kus oblečenia.

Spectacle (z [lat.](#) *spectaculum*, javisko, divadlo, [výjav](#), [pohľad](#), [predstavenie](#)) znamená pôvodne vizuálny zážitok. V súčasnosti sa používa zväčša pejoratívne pre niečo, čo sa vystavuje na obdiv, čo je nápadné, efektné a príťažlivé, a pritom nepravdivé.

Spoločnosť spektaklu - (*La Société du spectacle*) je názov knihy a neskôr aj termín filozoficko-kritickej teórie [Guy Deborda](#). Prvýkrát bolo dielo publikované v roku 1967 vo Francúzsku. V diele nadväzuje na Hegela, Marxa, aby zachytil štruktúru, fungovanie a rozpory súdobej kapitalistickej spoločnosti.

Umenie performancie - forma akčného umenia 70–tych rokov 20. storočia. Umelecké predstavenie, vystúpenie, vykonanie, dielo, prednes - je umenie, kde činnosť jednotlivca alebo skupiny na určitom mieste v určitom čase predstavuje dielo.

Unwearable art – odev, ktorý je určený na inštalácie, výstavy, či umelecké dielo. Odevom je len inšpirované, má vysokú symbolickú hodnotu, odkazuje na odev, ale nemá nijakú úžitkovú funkciu.

YBA- (*Young British artists*) skupina mladých výtvarníkov vyprofilovaných v 80-tych rokoch v Londýne. Absolventi *Goldsmith college of art*, boli pomenovaní podľa prvej spoločnej výstavy a stali sa verejne známi zásluhou Charlesa Saatchi, ktorý ich objavil a skupoval do vlastných zbierok súčasného umenia. Lídri Damien Hirst a Tracey Emin ako i ostatní členovia (Gery Hume, Chapman Brothers) sú rozpoznateľní pre ich "šokové taktiky", používanie odpadových materiálov a voľne žijúcich zvierat a podobne.

⁶⁵ The Collection of the Kyóto Costume institute, Koln, Taschen, 2002 , str.21.

BIBLIOGRAFIA

- ARNOLD, Rebecca: *Fashion, Desire and Anxiety*, I.Btauris: London, 2000
- *Art at the turn of millenium* : Tashen, 2002
- *Antwerp Fashion 6+*: Ludion : Ghent, 2007
- BAUDOT, Francois: *Fashion of the 20 tieth century*, Bratislava : Ikar, 2001
- [BLACK](#), Sandy, ALEXANDER, [Hilary](#), *The Sustainable Fashion Handbook*. Thames & Hudson; Reprint edition, 2012, ISBN: 0500290563
- BLACK, Sandy. *Eco- chic: The fashion paradox*. Black Dog Publishing, 2008, ISBN: 1906155097.
- BORNOLD, Salka Hallström: *Fashionation*, Museum Museet, 2004
- BRADLEY, F., WOOLEN, P.: *Addressing the Century: 100 Years of Art and Fashion*, Berkeley and The Hayward Gallery, London, 1999
- BARNARD, Malcom : *Fashion Reader II* , Berg publishers, 2006
- BARNARD, Malcolm: [Fashion theory](#) : a reader, [Routledge](#) : London, 2007
- BRADDOCK, Sarah E. a Jane HARRIS. *Digital vision for fashion + textiles: made in code*. Thames and Hudson Ltd, 2012, ISBN: 978-0-500-51644-7.
- COLCHESTER, Chloe : *The New Textiles: Trends + traditions*, Thames and Hudson : London, 1994
- COSGRAVE, Bronwyn: *Sample 100 fashion designers - 010 curators*, Phaidon: London, 2005
- DOWELL, Colin: *Fashion Today*, Phraidon, Press Limited : London, 2000
- EVANS, Caroline: *Fashion at the Edge - Spectacle, Modernity and Deathliness*, Yale University Press : London, 2003
- EVANS, Caroline and col.: *Hussein Chalayan*, NAI publishers, Groninger Museum: Rothedam, 2005

- EVANS, Caroline : *Desire and Dread: Alexander McQueen and the Contemporary Femme Fatale in Body Dressing*, 2001
- ENTWISTLE, Joanne: [The fashioned body, fashion, dress, and modern social theory](#), Polity Press : Cambridge, 2007
- QUINN, Bradley. *Fashion futures*. Merrell Publishers Limited, 2012, ISBN: 978-1-8589-4563-7.
- GARDINER, [Florence Mary](#). *The Evolution of Fashion*, Publisher: Forgotten Books, 2012, ISBN-10: 1440082960.
- GONZALEZ, [Ana Marta](#). *Identities Through Fashion: A Multidisciplinary Approach*, Bloomsbury Academic, April 15, 2012, ISBN-10: 085785058X
- FLORENCE, Muller : *Art and fashion*, Thames & Hudson : London, 2000.
- GROSENICK, Uta: *Women Artist in the 20 th and 21 st Century*, Taschen: Cologne, 2001
- HLAVÁČKOVÁ, Konstantína: *Česká móda-zrkadlo doby 1941 - 1970*, U(p)m: nakladatelstvo Olympia, 2000
- HETHORN, Janet. *Sustainable Fashion: Why Now?: A Conversation Exploring Issues, Practices, and Possibilities*, 2008, ISBN-10: 156367534.
- HOLLANDER, Ann : *Seeing through clothes*, University of California press: Berkeley, 1993.
- HOLBORN, Mark: *Issey Miyake*, Benedikt, Taschen, 1995
- HODGE, B., MEARS P., WIGLEY, M. : *Skins and Bones Skin + Bones*, Parallel Practices in Fashion and Architecture, Thames & Hudson, 2006
- IRELAND, Patrick John : *Encyclopedia of Fashion*, B T Batsford : London, 1989
- JONES, Terry: *Smile I-D*, Taschen : London, 2001
- JONES, Terry & Mair, Avril : *Fashion now –ID*, Taschen : London, 2003
- JONES, Terry; Susie Rushton: *Súčasný módný návrhári*, Taschen/Slovart, 2006
- LIPOVETSKY, Gilles : *Era prázdnoty*, Prostor: Praha, 2001
- LIPOVETSKY, Gilles : *The empire of Fashion : Dressing Modern Democracy*, Princeton University Press, 1994
- MACHÁLOVÁ, Jana: *Móda 20. storočia*, Nakladateľstvo Lidové noviny, 2003

- MACHÁLOVÁ, Jana : *Módou posedlí*, Moraviapress, 2002
- MARCELI, Miroslav: *Príklad Barthes*, Kaligram : Bratislava, 2001
- MIGLIETTI, F. Alfano : [Fashion statements : interviews with fashion designers](#), Skira editore, Milano, 2006
- RADU, Stern : *Against Fashion : clothing as Art, 1850-1930*, Cambridge : MIT Press, 2004
- RUSINOVÁ, Zora a kol.: *Dejiny slovenského výtvarného umenia*, SNG: Bratislava, 2000
- SEELINGOVÁ, Charlotte: *Storočie módy, 1900-1999*, Koneman Verlagsgesellschaft mBH : Cologne, 1999
- SORGER, Richard & Udale, Jenny : *The Fundamentals Of Fashion Design*, Ava Publishing SA, 2006
- SVENDSEN, Lars : *Fashion-a Philosophy*, Reaktion Books : London, 2006
- *The Fashion book*: Phaidon, London, 1998
- *The power of fashion : About design and meaning*, Terra, ArtEZ Press, 2006
- TOWNSEND, Chris: *Rapture-Art's seduction by Fashion*, Thames& Hudson, 2002
- THOMSON, [Henrietta](#). *Remake it: Clothes*. Thames & Hudson; 1 edition, September 30, 2012, ISBN-10: 0500516324
- WILSON, Elizabeth : *Adorned in Dreams* , Virago : London, 1985
- WEBER, Jeanette : *Clothing, Fashion, Fabric, Construction*, Bennett & McKnight Publishing, 1986
- WELTERS L., Lillethun, A.: *The Fashion Reader* , Berg Publishers, 2006
- WOLF, Naomi: *The beauty myth*, Vintage : New York, 1999

Časopisy, zborníky, články

- Another Magazine: *Womens fashion*, 10th issue, bi-annual, s/s, 2006
- *Street 12*: Martin Margiela special, published by Street Editorial Office, Japan, 1995
- Victoria and Albert museum: *Modern fashion in detail*, London, 1991

Internetové zdroje:

[online] Dostupné z: <http://clothes-climate.webnode.cz/odevni-sektor-v-svete/>

[online] Dostupné z: <http://fromsomewhere.co.uk/>

[online] Dostupné z: <http://www.christopherraeburn.co.uk/>

[online] Dostupné z: <http://www.good.is/posts/vivienne-westwood-says-don-t-buy-clothes>

[online] Dostupné z: <http://www.sustainable-fashion.com/2014/05/07/fireup/>

[online] Dostupné z: http://www.gunterpauli.com/Gunter_Pauli/Home.html

[online] Dostupné z: <http://www.brs-vintage.com/pages/sustainable-fashion>

[online] Dostupné z: http://www.ultramodernity.com/2010_04_01_archive.html

[online] Dostupné z: <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/21675/1/christopher-raeburn-ss15>

[online] Dostupné z: <http://vimeo.com/21735417>

[online] Dostupné z: <http://fashion-ideas.biz/a-window-between-worlds-art-as-a-healing-tool-eileen-fisher-eileen-fisher-outlet.html>

[online] Dostupné z: <http://www.sustainable-fashion.com/about-csf/>

[online] Dostupné z: <http://www.theguardian.com/sustainable-business/sustainable-fashion-blog/bruno-pieters-honest-by-fashion-label-transparency>

[online] Dostupné z: <http://www.honestby.com/en/page/106/murree-.html>

Název: Vybrané kapitoly z předmětu Technologie oboru

Autor: Mgr. art. Mária Štraneková, ArtD.

MA Soňa Zajacová

Vydavatel: UTB ve Zlíně

Rok vydání: 2015

Pořadí vydání: První

ISBN: 978-80-7454-474-3