

# Trendy 2020

Tereza Chmurová

---

Bakalářská práce  
2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ateliér Design oděvu  
akademický rok: 2015/2016

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Tereza Chmurová  
Osobní číslo: K13022  
Studijní program: B8206 Výtvarná umění  
Studijní obor: Multimédia a design – Design oděvu  
Forma studia: prezenční

Téma práce: Trendy 2020

Zásady pro vypracování:

### 1. Teoretická část

Prostudování a analýza dostupných materiálů a informací, obrazová příloha, vlastní závěry v minimálním rozsahu 15 normostran. Tato kolekce se bude zabývat dámskou a non-gender módou. Kolekce otevírající new age 2020.

Co kdyby začalo mít oblečení zase hlubší význam? Co kdyby lidem mohlo připomínat kým jsou, prohlubovat své pocity?

### 2. Praktická část

Výtvarné zpracování a realizace finálních návrhů v počtu 5 – 7 modelů. Teoretická a technická příprava projektu, sběr potřebných informací, dokumentace, osobitý přístup k tvůrčí fázi, vytvoření statementu k danému tématu. Práce musí být doplněna o dokumentační fotografie z procesu tvorby a módními fotografiemi.

Rozsah práce: cca 30 str. formát A4. Odevzdejte ve 2 stejnopisech v pevné vazbě. Součástí předané písemné práce jsou i 2 vyhotovení na CD-ROM. Na samotném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci prakt. části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana.

Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i angličtině, rok obhajoby, osobní email, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

**GWILT, Alison. A practical guide to sustainable fashion. London: Fairchild Books, an imprint of Bloomsbury Publishing Plc, 2014, 175 pages. ISBN 9782940496143.**

**Guidelines II. 1. oplag. S.I.: Sustainable Solution Design Association. ISBN 9788799557400.**

**GWILT, Alison a Timo RISSANEN. Shaping sustainable fashion: changing the way we make and use clothes. Washington, DC: Earthscan, 2010, 192 p. ISBN 9781849712422.**

**FLORENCE MÜLLER. Art and fashion: fashion memoir. 1. Aufl. London: Thames & Hudson, 2000. ISBN 0500019967.**

**BAUDOT, Francois. Móda století. Vyd. 1. Praha: Ikar, 2001, 399 s. ISBN 8072029436**

Vedoucí bakalářské práce:

**Mgr. Peter Šagát, Ph.D.**

Ústav marketingových komunikací

Datum zadání bakalářské práce:

**3. října 2015**

Termín odevzdání bakalářské práce:

**16. května 2016**

Ve Zlíně dne 2. prosince 2015

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



*K. Petříčková*  
MgA. Kristýna Petříčková  
*vedoucí ateliéru*

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Ve Zlíně

24.4.2016

  
TEREZA CHYUROVA

Jméno, příjmení, podpis

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **ABSTRAKT**

Kolekce oděvů, objektů a doplňků je vytvořena jako něco co může zapadat do lidského těla tak jako architektura do města.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části se zaměřuji na téma budoucnost a s ní spojené nové možnosti v oblasti módy. Zároveň přibližuji přístup umění a módy jako reflektování doby současné i minulé. Praktická část se věnuje kolekci od konceptu až po tvorbu samotného produktu.

Klíčová slova: Nadhodnota, fetiš, doplněk

## **ABSTRACT**

The collection of clothing, accesories and objects is created as something fitting in the body similarly to architecture fitting in the city. The work is devided into theoretical and practical part. In the theoretical part I focus on future and possibilities connected to it. At the same time I approximate fashion and art's approach as a reflexion of the present and the past. The practical part focuses on the concept and creation of the product.

Keywords: Upgrade, fetish, accessories

*Uvažuj o minulosti a poznáš vlastní budoucnost – čínské přísloví*

*„Vše na co se podíváš se může stát pohádkou a příběh můžeš dostat ze všeho, čeho se dotkneš.“ Hans Christian Andersen*

*„Všichni dospělí byli dětmi, ale málokdo si na to pamatuje.“ Malý princ*

*„Skutečný umělec pomáhá světu tím, že odhaluje pravdy mystické.“ Bruce Nauman*

Z celého srdce chci děkovat.

Děkuji všem profesorům za vedení našeho ateliéru oděvu. Paní Petříčkové, paní Štranekové a panu Titorovi. Paní Jakobové děkuji za její laskavost a technickou pomoc.

Děkuji Sue, za neskutečnou inspiraci, za nadšení pro náš obor, za povzbuzení, za cenné rady, za oporu, za vedení této práce. Za to, že jsme se potkali.

Chci poděkovat hlavně mé rodině, bez které bych nebyla tam kde jsem. Prarodičům děkuji i za to, že mi k dodělání této školy moc pomohli. Děkuji tátovi za podporu a za to, že jsem díky němu silná a samostatná. Děkuji svým nejlepším přátelům, kteří mě na mé cestě drželi, nebo mi drželi vlasy. Jmenovitě mé milované Bašce, za 100% přísun pozitivní energie, za to, že si se mnou touto školou prošla. Mé nejlepší kamarádce Kristýnce, za naše sny, přátelství a společnou budoucnost. Ondrovi chci poděkovat za všechno, za krásnou cestu. Kájo, děkuju, že jsi mi otevřela oči a v těžkých situacích postavila na nohy. Mým sestřám chci poděkovat za podporu, lásku a naše nejlepší přátelství do konce života. Děkuji Petrovi, který mi umožňuje růst, za jeho přátelství, oporu, za to, že nikdy nemá zpoždění, za vše co pro mě kdy udělal nebo vyfotil.

Děkuji svým spolužákům, za krásné tři roky života. Děkuji Martinovi Janouškovi, Benymu a Jurajkovi za nejlepší filmové spolupráce.

To nejdůležitější na konec. Maminko! Jsi mou hvězdou, děkuji ti za naše životy. Za tvou lásku a podporu. Za to, že ve mně věříš. Za to, že jsi mi umožnila se touto cestou vydat. Díky Bohu.

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

# OBSAH

ÚVOD.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
<b>I. TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>3</b>
<b>1. BUDOUCNOST .....</b>	<b>4</b>
1.1. UDRŽITELNÁ MÓDA .....	4
1.2. THE NEXT BLACK.....	5
1.3. STUDIO XO.....	5
1.4. BIOCOUTURE.....	6
1.5. PATAGONIA.....	7
1.6. YEH.....	8
1.7. IFIXIT .....	8
1.8. REFORMA SYSTÉMU .....	9
1.9. RECYKLACE, ZERO - WASTE, MULTIFUNKČNOST.....	13
<b>2. UMĚNÍ A MÓDA.....</b>	<b>16</b>
2.1. SMYSLNÝ VÝZNAM .....	16
2.2. JAPONSKÁ VLNA .....	18
2.3. NADHODNOTA .....	20
2.4. FETIŠ .....	22
<b>3. SOUČASNOST .....</b>	<b>25</b>
3.1. INSTAGRAM .....	27
<b>II. PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>29</b>
3.2. KONCEPT.....	30
3.3. MATERIÁLY .....	33
3.4. BAREVNOST.....	35
3.5. PRVNÍ MODEL.....	36
3.6. DRUHÝ MODEL.....	38
3.7. TŘETÍ MODEL.....	38
3.8. ČTVRTÝ MODEL.....	40
3.9. PÁTÝ MODEL.....	40
3.10.ŠESTÝ MODEL.....	42
3.11.SEDMÝ A OSMÝ RÁM.....	43
<b>III. PROJEKTOVÁ ČÁST .....</b>	<b>45</b>
3.12.FOTODOKUMENTACE.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
3.13.FASHION FILM "TO BE CONTINUED".....	62
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>69</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>70</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>72</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>73</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>75</b>



## ÚVOD

Co znamená být módní? Znamená to být neustále aktuální a nový? Starý je tím pádem nemódní? Dávám si tyhle otázky z důvodů, že stejně jako návrhář tak jako spotřebitel jsem se dostala do stavu bez tíže, asi jako většina populace co se týče otázky “být trendy”. Ale já sama na tyhle otázky schopna odpovědět nejsem, vlastně ani nemají jednoznačnou odpověď.

Návrhářem vzniká kolekce, kolekcí vznikám já, oblečením rozdávám role? Chci si vytvořit skupinu zákazníků – skupinu lidí, co milují design, kvalitní produkt, berou ho jako potěšení a zároveň jim jejich život doplňuje.

V Dánsku mě učili, že mám žít přítomností. Každý den řešit své úkoly, jeden po druhém. Být součástí systému a potom jít spát. Jen tak můžu být šťastná. A to má být vše?

Možná i z tohoto důvodu jsem si vybrala téma Trendy 2020. Můžu tak posouvat uzdu své fantazii a psát na nepopsaný papír. Vycházet z tužeb a strachů dnešního světa a pracovat s nimi skrze mou tvorbu. Doslova čarovat z přísad jako jsou sociální média, technologie, nebo třeba přistěhovalci, míchání kultur, chemické nebo ekonomické katastrofy.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## BUDOUCNOST

Když jsem byla loni o zimním semestru roku 2015 na výměnném pobytu v Dánsku, učili mě, že v životě je důležité přemýšlet v přítomném čase, soustředit se na to co je teď, na čem pracuji teď a co tím v budoucnu teprve ovlivním. Učili mě tam, že každý čin = následek. Na Dánské škole Designskolen v Koldingu jsem poprvé poznala jaký dopad pro zemi móda může mít. Seznámila jsem se se sustainability, udržitelností. Udržitelnost znamená schopnost udržovat způsob života do nekonečna. Udržitelnost znamená zajímat se, nebýt lhostejný a starat se o to co a jak používám a jaký to má dopad.

V této kapitole bych chtěla informovat o aktuálních trendech ve vývoji a o značkách, které se udržitelnou módou zabývají.

### 1.1. Udržitelná móda

V minulosti jsem se této sféře módy vyhýbala a vlastně ji nebrala nijak v potaz. Každý semestr jsem si udělala kolekci oblečení inspirovaného mým životem a možná nějakými aktuálními trendy. To vše se na Dánské Designskolen změnilo. Začátek byl těžký právě z toho důvodu, že se zde móda vyučovala zcela jiným způsobem, než jsem byla zvyklá. Neexistovalo dělat kolekci bez toho aniž by nenesla známku udržitelnosti. Proč? Protože právě na severu se tímto způsobem snaží o lepší budoucnost. Jsou si vědomi toho, že je svět přehlcen oblečením, a že má za následek i spoustu ekologických krizí. Jedna z prací, kterou jsem v Dánsku vytvořila, byla inspirována aktuální problematikou stěhování národů a putováním lidí po světě tzv. nomádů a tím jak to ovlivní jejich životy v roce 2025. Kolekce sestávala ze tří kusů oblečení, které svou variabilitou bylo možné nosit na více způsobů. Jednalo se také o unisex oblečení, které mohl nosit jak muž, tak žena. Oděvy byly z přírodních a ekologicky rozložitelných materiálů. Po všem co mi cestování a nový způsob uvažování nad designem přinesl, jsem se rozhodla v tomto smyslu práce pokračovat a dál rozvíjet tyto principy módy.

Co to vlastně dnes znamená udržitelná móda? Kdo ji dělá a proč? Návrháři po celém světě se jistě těmito otázkami zabývají. Je to víc trendy než kdy dřív, asi proto, že svět je přeplněný oblečením, které se nenosí. Buď z toho důvodu, že vyšlo z módy a nebo z nadbytku. Nebo je tady třetí možnost proč se někteří návrháři vydávají tímto směrem. Záchrana planety, krok směrem k budoucnosti, vývoj nových materiálů, nové technologie i techniky zpracování. Myslím, že udržitelné kousky se veřejností stále podceňují a proto je dobré je to učit. Například skvělým příkladem je herečka Emma Watson, která si se svým stylistou

vytvořila šaty z ekologického materiálu a zároveň multifunkční. Šaty, které si Emma vzala na červený koberec. Šaty jsou složené z několika částí, sukně kalhot a topu, které se dají nosit znovu a samostatně. Myslím si, že tohle je správný způsob jak mohou známé osobnosti ovlivnit způsob přemýšlení a poukázat na to, že je dobré nenosit na sobě jen “hezky hadřík“.

## 1.2. The Next Black

Po zhlédnutí dokumentu *The next black*<sup>1</sup>, film o budoucnosti oblečení, se mi dostalo dalších nových informací, které je nutné v mém oboru znát a pokud nechci fungovat jako další značka z mnoha, měla bych se v nejmenším inspirovat. Něco budovat, jít dopředu a posouvat hranice. Film poukazuje na budoucnost módy, která je v technologii, biologii, udržitelnosti nebo v něčem totálně odlišném. Každý rok, s každou sezónou vidíme více barev, více kolekcí a stylů než kdy dříve, móda je rychlejší a rychlejší, koncept oblékání se nezměnil více než 100 let, oblečení se stále podepisuje značkou. Oděvy jsou stále většinou sešívány jehlou nití a látky se pořád prodávají v obchodě. Nechybí tady něco víc progresivnějšího než design a změny stylů? Nechybí tady inovace toho jak se oblékat?

## 1.3. Studio XO

Tvorba šatů, které pouští bublinky, létající, nebo spíše levitující šaty Volantis navržené pro zpěvačku Lady Gaga, interaktivní oblečení pro hudební skupinu Black eyed peas, digitální podprsenka pro zpěvačku Azealia Banks, pro módního návrháře Richarda Nicollu vytvořili svítící vlákna. Boty poseté led diodami a obrazovkami pro hudební skupinu JLS. To všechno zásluhou Studia XO, které se zabývá právě propojením módy a technologie. Studio vzniklo v roce 2011 a zakladateli jsou Nancy Tilbury a Ben Males, Nancy jako kreativní návrhářka a Ben jako technolog. Tato dvojice je unikátní a otevírá módnímu průmyslu nové dveře. Nechávací se nazývají moderními couturisty. Lidé říkají, že existují dva typy zájemců o tuto technologii, tvrdí dvojice. Lidé, kteří se zajímají o zdraví a kondici a lidé, kteří chtějí zvýšit svou produktivitu. A věří, že tady chybí úplně jiná kategorie, která je více zaměřená na projev a emoci. A tady si dovoluji souhlasit. Je pravda, že díky technologiím směřujeme k novým způsobům jaké nosit oblečení, všechny vymoženosti technolo-

---

<sup>1</sup> Video yt: *The next black: Live*, In: Youtube [online]. 21. 5. 2014 [cit. 15-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=XCGLWrE4Y>

gického světa nás obklopují v každodenním životě a je zřejmě jen otázkou času kdy oděv pokryje zcela. Dvojice z platformy XO již vyvinuli i emocionální senzory, technologii říkají XOX, která dokáže zaregistrovat psychický stav nositele pomocí zbarvení do určité barvy. Saatchi & Saatchi<sup>2</sup> použili tuto technologii v náramcích. Males a Tilbury naznačuje, že tento druh technologie otevírá nové možnosti pro lidské připojení a komunikaci, Tilbury tuto technologii nazývá „okolní mapování emocí.“<sup>3</sup>



Obr 1. Volantis, Lady Gaga

#### 1.4. BioCouture

Móda a biologie. Materiál, který je vytvořený v laboratoři, rozložitelný a ekologicky nezávadný. I to už je dnes ve vývoji. Suzanne Lee narozená 1970 v Brooklynu v New Yorku, módní návrhářka pracující s módou a budoucími technologiemi. Suzanne pracuje jako výzkumný pracovník na Central Saint Martins College of Art and Design, je ředitelkou BioCouture výzkumného projektu a šéfdesigner na tomto moderním poli. Její nedávný Arts and Humanities Research Council (AHRC) projekt financovaný BioCouture se soustředí na

---

<sup>2</sup> Kreativní skupina založena v roce 1970 v Londýně

<sup>3</sup> Článek: Nick Compton, Studio XO, the “fashion laboratory” adding digital light and magic to what we wear, in the guardian.com [online] 22.9.2014 [cit. 13-4-2016] dostupné z

<https://www.theguardian.com/technology/2014/sep/22/-sp-wearable-technology-clothes-that-let-you-download-the-latest-look>

řadu ekologických otázek a otázek kolem udržitelnosti módy. Pracuje s vědci, inženýry na vývoji organismů k pěstování budoucích spotřebitelských produktů, materiálů. Její projekt BioCouture byl zařazen Time Magazine do top 50 nejlepších vynálezů roku 2010 a jedná se mimo jiné o vegetable leather – jedná se o materiál podobný kůži vyrostlý z organismů a bakterií a řas na celulózu. Tyto materiály jsou dále ve vývoji tak, aby splňovaly podmínky pro módní, sportovní i luxusní oblečení, které je vyrobeno udržitelným způsobem.<sup>4</sup>



Obr. 2 BioCouture

## 1.5. Patagonia

Environmentální poradce outdoorového oblečení značka Patagonia je Rick Ridgeway. Rick upozorňuje na změnu klimatu a důsledky masové výroby módy na životní prostředí. Podle něj rychle se měnící módní dění je způsobeno (neukojitelnou) touhou spotřebitele, Rick ukazuje na to, že jestli je to ten případ, že touha je to co zákazníka pohání, tak právě zde potřeba změny. Ve filmu Rick vysvětluje jak obtížné vytvářet produkty, které jsou klimaticky pozitivní a klimaticky neutrální, ale říká, že je nezbytné vytvořit produkty, které mají minimální dopad na životní prostředí. Poslání značky Patagonie je vybudovat nejlepší produkt, nezpůsobující zbytečné škody, inspirovat a implementovat řešení krize v oblasti životního prostředí. „Víme, že naše obchodní činnost - od osvětlení v obchodech po barvení košil - vytváří znečištění jako vedlejší produkt. Takže pracujeme, vytrvale pracujeme na

---

<sup>4</sup> Článek: Marcus Fairs, Microbes are „the factories of the future“ in dezeen.com [online] 12.2.2014 [cit. 13-4-2016] dostupné z <http://www.dezeen.com/2014/02/12/movie-biocouture-microbes-clothing-wearable-futures/>

snížení těchto škod. Používáme recyklovaný polyester v mnoha našich oděvech a jen organickou bavlnu.“<sup>5</sup> Za zmínku stojí kampaň, kterou Patagonia pustila do světa v roce 2013 s nápisem „Nekupuj tuhle bundu“, strhla mou pozornost právě díky odkazu Patagonia, že lidé mají nadbytek věcí, které vlastně nepotřebují. Samozřejmě v pozadí této kampaně je právě ona myšlenka kupovat věci kvůli potřeby a ne kvůli touhy.

## 1.6. Yeh

Každé dva roky svět využívá středozemního moře jakožto zdroje pro barvení materiálů pro módní průmysl. V mnoha zemích textilní výroba vyčerpává místní dodávky čisté vody a vhání znečišťující látky do životního prostředí. Tato nepříjemná situace inspirovala textilní inovátory ze skupiny Yeh, rozvíjet radikální alternativu v procesu barvení textilií, snížením spotřeby vody používané k barvení 1kg tkaniny ze 150 litrů téměř na nulu. Ředitelka skupiny Yeh Sophie Mather k plýtvání vodou říká "nejsme spokojeni s x procent méně, chceme nulu."<sup>6</sup>

## 1.7. Ifixit

Jsme na cestě k dokonalosti a zániku zároveň. Nakonec je to možná dobře, díky tomu může země zachovávat určitý balanc. Nikdy nedospějeme k naprosté dokonalosti, ale je dobré k ní směřovat. Za zmínku stojí určitě člověk, který přemýšlí podobným způsobem a proto si na své cestě k udržitelnosti vybral možnost opravy. Založení firmy Ifixit způsobilo další vyrovnání nerovnováhy na zemi. Dnes má tento internetový portál za sebou více než 75000 řešení jak něco opravit. Může opravovat každý a cokoliv. Na stránce je možné najít více než 19000 příruček a návodů jak něco opravit, a to od telefonu až po auta. Tato firma také spolupracovala právě s oděvní značkou Patagonia, pro kterou oděvy opravovala a natočili videa, kde to lidi i učí. „To když vlastně něco děláš, když kolem toho něco cítíš, to když nějak reaguješ, to když něco opravíš. To je reálným hmatatelným zážitkem a já si myslím, že tohle je to co mění otázku udržitelnosti.“<sup>7</sup> Řekla jedna ze švadlen firmy Ifixit, která pro

---

<sup>5</sup> Článek, dostupné online: <http://www.patagonia.com/eu/enCZ/patagonia.go?assetid=8952>

<sup>6</sup> Článek, Future fashion, in re-dres.ie [online] 21.5.2015 [cit. 13-4-2016] dostupné z: <http://re-dress.ie/2015/01/future-fashion/>

<sup>7</sup> Video, yt: The next black: Live, In: Youtube [online]. 21. 5. 2014 [cit. 15-4-2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=XCcGLWrE4Y>

firmu opravuje právě oděvy a textil. Ve filmu *The next black* mluví právě o pocitech, které může zákazník mít z jediného opraveného a tím unikátního kusu oděvu. Ve firmě Ifixit vědí, že si mnoho lidí začíná cenu oděvu a sním spojenou i práci, kterou na něm někdo musel udělat, uvědomovat. Vidí, že spouště lidí už není jedno odkud se jeho nejoblíbenější tričko vzalo a vidí také, že je stejně ještě pořád nutné v oboru vzdělávat. Proto firma učí opravy od těch nejmenších maličkostí jako je přišití knoflíku až po opravu Iphonu. Tohle je totiž skvělá cesta jak propojit užitek a zážitek v jednom.

### 1.8. Reforma systému

Nakupování méně a oprav více, tohle je jedna část zpomalení módy a starostlivosti s tím spojené. Myslím, že je ale na čase, abychom se přestali bát komplexnější reformy, změny v oblékání a dovolili si i něco víc. Pustit si do domovů wifi se nám už podařilo, Lady Gaga se už z povrchu zemského ve svých šatech vznesla. Jak je tedy možné, že se nám už přes 100 let způsob oblékání nezměnil? V této kapitole chci poukázat na návrháře a módní značky, které ke zpomalení cyklu či inovaci nějakým způsobem přispěli. Od samotného návrhu, po tvorbu kolekce, přes přehlídku až k samotnému dodání do obchodů či k zákazníkovi. A nebo značky, které se zaměřují na non gender komunitu a tím bourají již tak zastaralé kategorizování.

Byl to už zmiňovaný Charles Frederic Worth kdo do módy zavedl systém prezentace formou přehlídky. Móda se nyní využívala k vyjádření ideálů třídy a pohlaví a jasně rozlišovala mezi oděvy pro muže a ženy. Tento trend přetrval a udává i dnes definici mužství a ženství, píše ve své knize<sup>8</sup> Mairi Mackenzieová (2010). Zde bych si dovolila autorku doplnit, že dnes už se módní trendy rozšířily i do třetí strany a to pro non – gender skupinu, která se pohlavím nevymezuje a nezařazuje se ani do jedné ze dvou možností. Nosí tak jak pánské nebo dámské prvky oděvu a nebo tzv. unisex, ve kterém jsou už veškeré principy ženského či mužského střihu popřeny. One DNA je Americká značka kombinující prvky luxusní a sportovní módy. Značka je na módním trhu nová, ale má jasný koncept, ve kterém si zakládá na všestrannosti, jednoduchých siluetách, kvalitním materiálu, který se dá nosit jak v létě, tak v zimě a je určen pro jakékoliv pohlaví i věk zákazníka.

---

<sup>8</sup> MACKENZIE, Mairi. --ismy. V Praze: Slovart, 2010. S. 32, ISBN 978-80-7391-399-1.



69 je další non-gender a non-demographic značkou pocházející z Los Angeles Californie. Tento módní label tvoří převážně over-size oděvy z džínoviny a bavlny. 69 je nadčasová a zároveň klasická, dosud vyráběná v naší době, ale s odkazem na budoucnost.

Obzvláště mě zaujala skupina TooGood, která ke své práci napsala i manifest. Pojednává v něm o svých cílech, které jsou jednoduché a přímočaré. Svou tvorbou chtějí zpomalovat módní průmysl. Snaží se o novou estetiku zakořeněnou v individualitě a poctivosti. Nastolují osvobozující režim, který je k dispozici všem, mužům i ženám, mladým i starým. Oslavují řemesla a dřinu dělníků - ne anonymních nevolníků pracujících v manufakturách, ale pojmenované řemeslníky, kteří jsou hrdí na svou práci. „Budeme tvořit jen tehdy, kdy budeme chtít tvořit. Už nikdy nebudeme zdarma vymýšlet, nebudeme v područí rozmarných odběratelů, obchodů nebo marketingových poradců!“<sup>9</sup>



Obr. 3. TooGood

Rad Hourani, Kanadčan žijící v Paříži. Režisér, fotograf, umělec i módní návrhář. Vše v jednom, není divu, že ke svým kolekcím se staví s dávkou neutrality, která jeho oděvy spojuje. Neutralita, kterou on sám oslavuje jako určitou lidskou vlastnost. Modernu vidí

---

<sup>9</sup> Manifest , [cit. 15-4-2016] dostupné online: <http://t-o-o-g-o-o-d.com/#manifesto>

jako Odysseu, osvobození a volnost národů, pohlaví, věku i ras. V Paříži na Haute Couture SHOW v lednu 2013, se stal vůbec prvním současným designérem unisex Haute couture collection.

Nesmím zapomenout ani na módní řetězce, které jdou s dobou. Zara si zakládá na tom jít s dobou co nejdříve. Už ve svých regálech nemá jenom pánské, dámské a dětské kolekce. Novou unisex kolekci, kterou Zara doplní do nových regálů pod názvem Ungendered můžeme nakupovat už teď na internetu. 16 typů oděvů, v rozmezí od triček a mikin přes denim a kratšasy - vše unisex v základních a neutrálních barvách, vyrobeno z bavlny a bavlněných směsí. Na webových stránkách jsou kousky z kolekce vyfoceny na mužském i ženském modelu. Není to poprvé, co společnost Inditex<sup>10</sup> přidala genderless typ oděvu do své nabídky. Například už i Pull & Bear nabídla unisex oblečení v minulých sezónách. V poslední době stále více a více maloobchodníků fušují do nabídky genderově-free. V loňském roce britský obchodní dům Selfridges představil kolekci s názvem Agender. A nesmíme zapomenout, že American Apparel je zásobený unisex nabídkou už nějakou dobu. Zara svým oznámením představuje krok kupředu ve světě módy. Velký krok pro značku s takovým masivním globálním dosahem a odklon od tradiční nabídky kategorie, která byla historicky tak pohlavně škatulkována.

Reformy se právě dějí i v módních domech. Konkrétně u Burberry jdou letos do módy velké změny. Místo dvou dámských a dvou pánských nových kolekcí za rok chce Burberry jen jednu dámskou a jednu pánskou. Jednu v září a jednu v únoru. Značka Vetemens a návrhář Tom Ford se rozhodli podobný krok následovat. Tom Ford, který minulou sezonu debutoval se svou dámskou kolekcí ve videu, prohlásil, že svou další dámskou a pánskou kolekci pro podzim/zimu 2016 představí v září, v době kdy už oděvy budou k prodeji. "Přicházíme o obrovské množství peněz a energie k tvorbě show, která vytváří vzrušení příliš daleko v předstihu, než je vůbec kolekce pro zákazníka dostupná." – (Tom Ford, 2016)<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Industria de Diseño Textil, S.A. (Inditex) je nadnárodní oděvní společnost se sídlem ve Španělsku. Společnost navrhuje a vyrábí oděvy, provozuje více než 6 600 obchodů v 88 zemích světa pod značkami Zara, Pull & Bear, Bershka, Massimo Dutti, Stradivarius, Oysho, Zara Home či Uterqüe.

<sup>11</sup>Článek Julie Zerbo, Vetemens and Tom Ford join Burberry to reject fashion system in dazeddigital.com, [online] 11. 2. 2016 [cit. 15-4-2016]. dostupné z:

Vetements, jedna z nejžhavějších mladých značek z Paříže se v posledních letech nejen vyhýbala pre-season kolekcí, ale projeví svou nekonvenčností o krok dále počínaje lednem 2017. Značka, která je pod kreativním vedením Demna Gvasalia, ukáže své dámské a pánské oblečení společně v červnu a lednu, přímo mezi sezónou pánské přehlídky a ženských couture přehlídek. Gvasalia, který je nyní také držitelem titulu kreativní ředitel Balenciaga, řekl, že mimo tradiční hlavní sezónní plán bude řešit řadu problémů spojených s výrobním cyklem.

Úmysly těchto designérů jsou jasné, pročistit přehlcený trh, zpomalit dávky nápadů a nechat jim možnost a dát jim čas i vyjít z módy. Protože skrze tohle všechno instagramování a masmedia komunikaci víme, že hodnota produktu samotného klesá, zákazníci se těší na další přehlídky a tím zase klesá ta ona hodnota. Dnes už nejen kolekce Toma Forda jsou po jeho nových krocích okamžitě možné k prodeji na online e- shopech.

Jak je na tom naše země Česká? Dnes už je pravidelně pořádán Mercedes Benz Prague fashion week platformou pro vybrané módní tvůrce, kteří svou práci prezentují dvakrát ročně bez výjimky. Jestli je to návrhářům pochuti ale nevím, to se uvidí na dalším zářiovém ročníku kdy z časových důvodů možná přehlídku vynechá Jakub Polanka. Tímto se ale o zpomalování módy mluvit nedá. Než-li na trendové kolekce našich návrhářů bych chtěla upozornit na práci kolaborací a zmínit zajímavé projekty, které se na vývoji i zpomalování módního dění podílí. Zhruba před měsícem jsem se zúčastnila Sustainable Fashion Day. SFD je sezónní event v rámci Mercedes-Benz Prague Fashion Week, který přináší atraktivní, udržitelné a etické alternativy. Jejich cílem je poskytnout odborníkům i veřejnosti vzdělání v oblasti udržitelné módy a nabídnout praktická řešení, jak změnit vlastní šatník, způsob navrhování oděvů či řízení módní značky. Celý event trval dva dny a já si kromě základních informací co sustainable znamená, odnesla jen pár vizitek na právě zmíněné značky, které se zajímají. Např.: Holy cow vegan boutique, který funguje na principu objednávání ze zahraničí a následném prodeji Čechům. O lokální módě tedy není řeč, ale rozhodně stojí za zmínku právě onen přístup k učení našich zákazníků, že záleží na tom, že jejich boty jsou „zdravé“. Neobsahují Pvc a jsou ušity z vegan kůže – mikrovláknem. Další eko značkou je Bohempia, která obuv nechává vyrábět ve Zlíně a přírodní vlákno

z konopí si dováží z Francie. O lokální módě zde mluvit můžu, krom obuvi si nechávají z konopí a organické bavly plést i rukavice a trička. Materiál z organické bavlny vyrobený v Česku to nabízí lokální mladá značka 7dub. Jejich modely slouží hlavně jako domácí pohodlný oděv, který má za úkol dotvořit příjemný pocit z domova. Janin and Kříž, je obchůdek, design studio a taky galerie v jednom, kde se setkává několik vizuálních světů. Nabízí se zde textilní výrobky z oblasti módy, interiéru, nábytku, ilustrace a fotografie. Kladou důraz na řemeslné zpracování, nadčasovost a kvalitní materiál. LOCAL ICONS je projekt Veroniky Ruppert a Kataríny Král. Zde stojí za zmínku hlavně to, že se jedná o prodej české lokální módy, možná platforma pro nově vznikající značky. Na tomto eventu jsem si akorát uvědomila jak moc toho pořád my Češi o udržitelnosti nevíme, ale že je dobré, že se snažíme po malých krůčcích širokou veřejnost vzdělávat. Při otevřené debatě někdo řekl, „co je vlastně udržitelné“? Že sto procentně udržitelná budova neexistuje, ale, že je dobré ji nechat vzkvétat a starat se. Je udržitelnost utopie? To nevím, ale myslím si, že je dobré k ní směřovat. Na otevřené diskusi se mluvilo o tom, že je spousta možností jak zpomalovat módu, od převychovávání mentality až k 3D tiskům, od recyklace až po kreativní styling ze zděděných věcí.

### **1.9. Recyklace, Zero - waste, multifunkčnost**

Recyklace je ta část módní tvorby, kdy návrhář spojuje staré kusy oděvů, zpracovává všechno, co už nebude v běžném životě využito. Mohla bych zde psát až o uměleckém typu práce s asambláží, kdy avantgardní umělci přechází z koláže ve formě 2D do prostoru 3D, kdy hmoty, tvary a zbytky spojují různými technologickými postupy. Je možné, že zde se tento estetický i ekologický princip zrodil. Zero - waste je pojem, který v módě znamená, že vytvářením nového oděvu nebyl vytvořen žádný materiálový odpad, že bylo zpracováno všechno. Multifunkčnost, tři čtyři i pět v jednom, hlavně, aby byl oděv co nejvyžitelnější a neměl jen estetickou funkci.

Faustine Steinmenz, absolventka Central Saint Martin's vytváří tkané příze z recyklované džínoviny. Její modely tak působí velmi objemně, ale přesto křehce. Za zmínku stojí určitě i umělecký projekt pěti studentů designu z Moholy – Nagy Univerzity umění a designu, kteří vytvořili kolekci ze starých kožených pásků a bot a celé tvarosloví kolekce bylo postaveno na starověké řecké mytologii se sci-fi tématikou. Japonský konceptuální designér Ryohei Kawanishi svou recyklací nedává život dalším produktům, nýbrž skrze tuto techniku na přebytek, nadměrnost a konzum poukazuje. Study NY je dvojice designérek, které ve

svém designu pracují se Zero - waste a jejich modely jsou právě z recyklovaných materiálů, to vše je zvládnuto v minimalistickém basic stylu oděvů, které jsou vhodné pro každodenní používání. Kosuke Tsumura pracující pod svou značkou Final Home, je dalším z Japonských návrhářů, který svou oděvní tvorbu rád posouvá až k multifunkční kreaci. Ve své tvorbě se zabývá přežitím, ochranou, funkcí a recyklací. „Když ztratíme náš dům, kvůli katastrofy, války či nezaměstnanosti, jako módní návrhář, jaký druh oblečení bych měl nabídnout? A jak by mělo vypadat v bezproblémových časech?“ (Kosuke Tsumura) <sup>12</sup>

Chtěla bych zde zmínit i projekt, na kterém jsem pracovala minulý semestr v Dánsku. Projekt měl téma rok 2025 a s mým týmem jsme si ho představili jako dobu městských nomádů, kteří pochází z nějaké kultury, ve které už díky putování a míchání kultur nežijí. Proto jsme s oděvem pracovali jako s multifunkčním First aid kit, který obsahuje vše, co nomád potřebuje. Vytvořili jsme tři kusy oděvu, které se daly navzájem kombinovat tak, že tvořily, šaty, bundu, plášť, vestu i pláštěnku s kapucí. Oděvy jsme navíc navrhly tak, aby je mohl nosit jak muž tak žena. Na bocích byla nastavitelná délka. Oděvy jsme dělaly oboustranné a tak byla pro nositele možnost hrát si s možnostmi být neutrální a nebo naopak. Celý tento projekt pro nás byl o experimentu, děláni prototypu. Pracovaly jsme s myšlenkou udržitelností formou otázky - co nomád opravdu potřebuje?

---

<sup>12</sup> *Sample: 100 fashion designers, 10 curators : cuttings from contemporary fashion.* New York: Phaidon, 2005. S. 124 ISBN 9780714844404.



Obr. 4. Kosuke Tsumura

## UMĚNÍ A MÓDA

„Umělecké dílo poukazuje na to, že věci vycházejí a zase zapadají, že prodlévají určitou chvíli – a že my sami, my jsme také takovou věcí. Počátek našeho života je rozjasnění určité oblasti a smrt je její vyhasnutí. My se však od stolů a obrazů lišíme tím, že o tom všem „víme“.“<sup>13</sup> Napsal ve své knize *Tělo, věc a skutečnost* Petr Rezek (2010). Autor se v knize zamýšlí nad svým vztahem k umění poslední doby, v jeho případě nad vztahem filozofickým. Pro mne jako designérku je tahle strana umění stejně důležitá jako samotný produkt. Začínání se silným a uceleným konceptem, který autora udržuje v rovnováze po celou dobu pracovního procesu, jistě stojí za každým dobře dokončeným produktem.

Více než jen oblečení, móda je umění. Hranice mezi módou, architekturou a uměním se bourají.<sup>14</sup> Dříve, když ještě nebyly fotoaparáty, zde byli malíři, kteří zachycovali ducha doby. Ostatně jsou tady pořád, ale o zrcadlení doby se postaraly nejrůznější typy umělců. Charles Frederic Worth<sup>15</sup> byl první kdo udělal módní přehlídku, připojil k oblékání show. Dnes módní přehlídky doprovází nejaktuálnější hudební sety, místo modelek na mola nastupují performeři nebo blogeři, u mola sedí potencionální zákazníci a nákupčí jen v menšině. Módní přehlídka se z malých předváděcích prostor pro vybranou hrstku dam přesouvá do metropolí, uměle vytvořených hal a stanů. V módě vznikají nové funkce, které celou scénu dotváří. Módní značky si dělají výstavy, kolaborují s umělci z jiných odvětví. Natáčí se fashion filmy. Zkrátka celý módní průmysl a oděvy samotné neustále graduji a hranice opravu bourají. Píše se rok 2016 a pravidla v módě už neexistují.

### 2.1. Smyslný význam

V této kapitole bych chtěla uvést svůj aktuální pohled na rychle se měnící dobu bez pravidel, dobu kde si každý své místo musí určit a najít sám.

„ Díky vytržení ze souvislosti používání se najednou ukazuje, že smysl věcí je dán poukazy, že věc těmito poukazy jest. Např. džbán činí džbánem ne jeho tvar nebo účel, ale oba

---

<sup>13</sup> REZEK, Petr. *Tělo, věc a skutečnost v umění šedesátých a sedmdesátých let*. 2., rozš. vyd. Praha: Jan Placák - Ztichlá klika, 2010, s. 306. ISBN 978-80-903898-5-4.

<sup>14</sup> OAKLEY SMITH, Mitchell a Alison KUBLER. *Art/fashion in the 21st century*. s. 30, ISBN 0500239096.

<sup>15</sup> Charles Frederick Worth byl oděvní návrhář, zakladatel pařížské haute couture

pocházejí z toho, že džbán poukazuje k vodě, není tu nádoba, která by teprve dodatečně poukazovala k vodě, nýbrž smysl džbánu je teprv tento poukaz – je tímto „mezi“ jako smysl dávající.“<sup>16</sup> (Petr Rezek 2010) Už dávno není v módě pravidlem, že vždy musí dávat smysl, nebo mít nadhodnotu. Není svázána pravidly. Zvykli si na to zákazníci i tvůrci. Žijeme v době kdy za oblečení průměrný občan utratí měsíčně méně než za jídlo na týden. Oděv tu byl, je, a bude. Jeho užitek se mění, jeho formy se mění, v budoucnu se určitě vymění i materiál. Říkalo se, že šaty dělají člověka, ale já už tomu v dnešní době nemůžu věřit. Přesto, že skrze to co máme na sobě můžeme vyjádřit náladu, názor, ale někdy prostě jen chod s davem. Například nastupující generaci přestává více méně záležet na typu hodnot, které měla generace předchozí. Ať už uvádíme příklady způsobu oblékání a nebo přístupu k životu samotnému. Magazín Out.com uvádí, že nová generace se přiklání k pohlavní neutralitě, k bisexualitě, ke společným toaletám bez rozlišení pohlaví.<sup>17</sup> Magazín také uvádí, že procentuálně tento pokrok není až tak razantní, ale je dobré ho brát na vědomí a uvědomovat si tak tento krok do budoucnosti. Doba kdy se člověk narodil do nějaké třídy a podle toho byl nucen se oblékat je u nás v zemi už dávno pasé. Lidé se všemi možnými pokroky, novými zážitky a zkušenostmi zkrátka vyrostli do doby, která je přeplněná, kultury mizí nebo se spojují s jinými a objevuje se jakási globalizace, globalizace estetiky. Globalizace životů. A všeho moc škodí. Po čem dnešní člověk v odívání touží? Touží vůbec po něčem? Může mít oděv pro zákazníka nadhodnotu? „ Pokud zásadně změníme svět, ve kterém žijeme, možná se změní i naše přirozenost, nebo alespoň naše potřeby. Mohla by to být dobrá věc. Možná začneme díky možnostem globální komunikace vnímat co si myslí ostatní, a uvidíme svět takový, jaký skutečně je – jako křehkou planetu čelící vážným problémům.“<sup>18</sup> Myslím, že v dnešní době kdy je všechno tak zrychlené a s nástupem nové generace se i nároky na oděv jako takový zvyšují, může být příštím trendem právě něco ryziho, něco s přidanou hodnotou, něco co je pro zákazníka jedinečné svou podstatou a může se tak stát jeho symbolem a poznávacím znamením. Pokud bych tedy měla tuto kapitolu ukončit nějakým významem, napsala bych, že pro mě jako designéra má

---

<sup>16</sup> REZEK, Petr. *Tělo, věc a skutečnost v umění šedesátých a sedmdesátých let*. 2., rozš. vyd. Praha: Jan Placák - Ztichlá klika, 2010, s. 16. ISBN 978-80-903898-5-4.

<sup>17</sup>Článek: Les Fabian Brathwaite, Less then 50% teens identify like a straight, says new study, 11.3.2016, . [15-4-2016]. Online on out.com, dostupné z:

<http://www.out.com/news-opinion/2016/3/11/less-50-teens-identify-straight-says-new-study>

<sup>18</sup> WATSON, Richard. *Budoucnost: 50 myšlenek, které musíte znát*. Praha: Sloart, c2014. S. 194. ISBN 978-80-7391-823-1.



celé oblékání smysl právě v možnosti návratu k určitým hodnotám, poznávacím znamením odkud pocházím a ve spojení s uměním, jakožto zrcadlením mého postoje k aktuální situaci ve světě. „Věc umění je jeho situace. Držet se věci umění znamená nevědět, kde jsem, držet se věci umění znamená zapomenout. Toto zapomínání je vzpomínkou na přítomnou situaci v celku světa.“<sup>19</sup>

## 2.2. Japonská vlna

Tuto kapitolu věnuji návrhářům, kteří svým přístupem mou tvorbu převážně ovlivnili.

Vlivná skupina 20. Století Japonských módních návrhářů, Rei Kawakubo (Comme des Garçons), Yohji Yamamoto a Issey Miyake. Trojice, která otřásla nejen mým vnímáním módy. Jejich práce je typická revolučním způsobem používání materiálů a jejich koncepty. Jejich kreativní výstupy jsou vysvětlovány jako umění vypovídající upřímné sdělení co móda je a čím by mohla být.<sup>20</sup>

„Mnoho lidí řekne... šaty by se měly nosit, ale já myslím, že si je lidé mohou i prohlížet na veřejnosti, jako když se dívají na film,“<sup>21</sup> (Issey Miyake) Japonský módní návrhář, který studoval výtvarné umění v Japonsku a módu v Paříži. Pracoval pro Guye Laroche, Givenchy, Geoffreyho Beena. Roku 1970 si založil vlastní studio, v roce 1973 představil v Paříži kolekci, v níž uvedl koncepci „Kusu látky“. Ta je inspirována Japonskou představou oblečení jako plochého kusu oděvu, která se liší podle „ma“ každé nositelky – prostoru mezi tělem a látkou. Miyake je známý také díky svému patentu na plizé, za zmínku stojí kolekce „Plizé Prosím“ z roku 1993, která vzdává hold začátkům 21. Století. Předem ušité kusy oděvů se zkroutí, napařují a žehlí, aby sklady ležely různými směry, které si polyesterová tkanina „zapamatuje“.<sup>22</sup> Miyake svou tvorbou a kombinováním plizování, architektonických tvarů a dokazuje, že oblečení se dá nosit různými způsoby. Miyake přejímá tradiční,

---

<sup>19</sup> REZEK, Petr. *Tělo, věc a skutečnost v umění šedesátých a sedmdesátých let*. 2., rozš. vyd. Praha: Jan Placák - Ztichlá klika, 2010, s. 312. ISBN 978-80-903898-5-4.

<sup>20</sup> OAKLEY SMITH, Mitchell a Alison KUBLER. *Art/fashion in the 21st century*, s.75, ISBN 0500239096.

<sup>21</sup> STEVENSON, N. J. *Kronika módy: 1800 - 1870 - 1940 - 1960 - 1980 - 2020 : kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři*. Praha: Fortuna Libri, c2011, s. 240, Fortuna factum. ISBN 978-80-7321-570-5.

<sup>22</sup> STEVENSON, N. J. *Kronika módy: 1800 - 1870 - 1940 - 1960 - 1980 - 2020 : kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři*. Praha: Fortuna Libri, c2011, s. 241, Fortuna factum. ISBN 978-80-7321-570-5.

historické elementy Japonské módy (vrapování a skládání) s technickými střihovými inovacemi. Miyakeho tvorba byla oficiálně jako umělecká označena už roku 1982 kdy se jedny z jeho šatů objevily na obálce magazínu Artforum jako prvního módního návrháře v tomto časopisu vůbec.

Rok 1981 byl rokem japonského dekonstruktivismu. První japonští návrháři vystavují v Paříži. Yamamotovo dílo šokovalo beztvarostí a bezpohlavností, ale sklidil úspěch. Kreativita je životní práce, kreativita je jakým způsobem můžeš strávit svůj život. Když jsem Yohjiho pozorovala při práci a poslouchala ve videu jak nad svými modely přemýšlí, módnímu návrhářství jsem chtěla zasvětit život. S přemýšlením o designu, které mě učili v Dánsku, kdy ještě dnes je pro ně tak typické, že „forma následuje funkci“<sup>23</sup> se dostávám k dalšímu zajímavému kontrastu. V ruce cigareta, na hlavě černý ležerní klobouk, zasněné pozorování chování materiálu na modelce v pohybu. Vidím vášně, skrze kterou bude Yohji Yamamoto za chvíli pracovat. V dokumentu se jeho maminka zmiňuje o tom, že chtěla ať Yohji studuje ekonomii, ale Yohji oponuje, že ve své práci nechce pracovat hlavou, nýbrž svým srdcem. Všechnu svou vášně a všechnu svou filozofii dává do oblečení už od začátku. Skrze tohle všechno si myslí, že YY móda může žít déle než sami tvůrci. Právě díky, emocionálnímu obsahu, oné nadhodnotě.

Tisk spojoval první pařížské přehlídky modelů Yohji Yamamota a Rei Kawakubové pro značku Comme des Garçons s postnukleární elegancí.<sup>24</sup> Bylo to černé na pohled otrhané oblečení, spojení zenové japonské představy krásy uvědomělé chudoby se silou nedokončeného. Kawakubo dále prezentovala svou představu nositelného uměleckého díla s nekompromisní estetikou, když používala vycpávek ke zpochybnění vztahu mezi tělem a oděvem. Dnes značka Comme des Garçons pořád vyčuhuje na módním mole i výstavách svým avantgardním cítěním. V poslední kolekci pro podzim/zimu 2016 značka pracující s punkem 18. století, kde je silueta opět popřena, zdekonstruována a pokryta luxusními látkami s květinovými vzory, odrazem doby už úplně není. Určitě, ale stojí za zmínku nejen pro to, že se také jako jedna z prvních zasloužila právě o vnímání oděvu jako samostatného objektu.

---

<sup>23</sup> Koncept funkcionalismu „Forma následuje funkci“.

<sup>24</sup> STEVENSON, N. J. *Kronika módy: 1800 - 1870 - 1940 - 1960 - 1980 - 2020 : kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři*. Praha: Fortuna Libri, c2011. Fortuna factum. S. 240, ISBN 978-80-7321-570-5.



Obr. 5. Issey Miyake, Striped ensemble, 1990

### 2.3. Nadhodnota

V kapitole Nadhodnota bych se chtěla soustředit na díla, která přidávají nadhodnotu nejen uměleckou. V designu oděvu mne fascinují nejen samotné šaty, které vznikly vášní designérů s odkazem na to, co doba potřebuje nebo co v nich probouzí, ale chci zajít dál. Módní přehlídky, které v divákovi zanechají pocity, jakoby zrovna opustil divadlo. Okamžiky, které divákem otřesou, jakoby si zrovna přečetl knihu. Nebo moment kdy se začne divák sám sebe ptát.

Hussein Chalayan, módní návrhář, který vystudoval Central Saint Martins, pocházející z Kypru. Kombinace designu a technologie zapsala Husseina do dějin módy. Když použil technologii, která pomocí dálkového ovladače zvedne křídla letadla z plexiskla, do svých robotických šatů a ukázal tak chronologické změny šatů (2007). Jeho nápady jsou skloubením filozofie, fyziky i politiky a své názory transformuje v oděv, kterým své poselství sděluje skrze módní performance. Šaty, které se nafukují, šaty, na kterých se promítá audio záznam, šaty, které jsou na půl šaty a na půl nábytkem, šaty, které se dají rozbít kladivem, šaty které samy mění svou délku. Hussein rafinovaně v dnešní době ukazuje veškeré podoby módy. Jeho šaty si na své vystoupení obléká zpěvačka Bjork nebo herecká ikona Tilda Swinton.

Alexander McQueen další absolvent Central Saint Martin's. Jeho přehlídky se odehrávaly jako psychologické thrillery, nechával se inspirovat Hitchcockovými filmy. Při přehlídce na jaře 1998 kráčely modelky po molu osvětlenými vodními nádržemi, pod umělým deštěm, přehlídka pro jaro – léto 1999 končila tím, že modelku v bílých šatech pomalovaly robotické paže. Jeho kvalita však nebyla jen o obalu celé show, byl to vynikající krejčí a jeho šaty tak byly kompletní od A do Z. McQueen si vzal život krátce po tom co zemřela jeho maminka. McQueena našli oběšeného ve své šatní skříni. Módní zkušenost McQueena, vždy uznávaného vizionáře, zahrnovaly dimenze z úplně jiného světa, kde se časový rámec stával irelevantním. McQueen svým vnímáním historie módy dokázal reinterpretovat korzety, krinolíny a límce do nových futuristických podob.<sup>25</sup> Když se podívám na Alexandrovo dílo svými očima, vidím jeho dílo jako jedno z nejvíce šokujících, které se na přehlídkovém mole ukázalo.

Belgičan Maison Martin Margiela založil svou značku v 2009. Spatřen byl možná jednou, nikdy se neobjevil na přehlídkovém mole po skončení show za což je oslavován a kritizován zároveň. Umělec až absurdní nebo surrealistický, píše se v knize *Art/Fashion*.<sup>26</sup> Jeho práce se skládají z netradičního využití materiálů (použití podšívky jako svrchního materiálu) a ze zpochybnění celkového konečného oděvu. Jeho samotné kusy oděvů pro mě fungují jako jakási surrealistická skládačka. Bunda poskládaná z rukavic nebo pásků, nebo notoricky známý kabát z lidských vlasů. Dalším důležitým aspektem v jeho tvorbě je používání recyklovaných materiálů a vintage oděvů, v roce 1994 udělal celou svou novou kolekci z kusů ze své předchozí. Margiela recykloval a přešíval ještě mnohem dřív než to přišlo znovu do módy. I skrze to, že kolaboroval s HM, což bylo podáno jako vtíp nebo možná performance, kdy Margiela zrcadlí módní systém, kdy zákeřně poukazuje na pravost a protestuje tak proti mechanické reprodukci je on sám známý tím, že se snaží každý kus navrhovat právě tak, aby ho nebylo možné znovu a sériově vyrobit.

Další Belgický designér Walter Van Beirendonck<sup>27</sup> mě překvapuje kombinací spojení umění a prodejní módy. V jeho tvorbě vidíme módní přehlídku jako performance. Ve

---

<sup>25</sup> STEVENSON, N. J. *Kronika módy: 1800 - 1870 - 1940 - 1960 - 1980 - 2020 : kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři*. Praha: Fortuna Libri, c2011. Fortuna factum. S.270, ISBN 978-80-7321-570-5.

<sup>26</sup> OAKLEY SMITH, Mitchell a Alison KUBLER. *Art/fashion in the 21st century*, s.40, ISBN 0500239096.

<sup>27</sup> *Sample: 100 fashion designers, 10 curators : cuttings from contemporary fashion*. New York: Phaidon, 2005. S. 88 ISBN 9780714844404.

svých přehlídkách se právě uměleckým světem inspiruje. On sám o sobě tvrdí, že si mohl vybrat práci malíře či sochaře, ale že práce módního návrháře je pro něj zajímavá právě tím, že může s divákem komunikovat různými způsoby. Komunikace zprávou skrze dílo. Jeho zprávy v každé kolekci můžeme přečíst už z názvů, které jim dává, protože ne každý zprávu dostane z šatů, které jsou pověšeny jen na ramínku v obchodě, ale to pro něj není to nejpodstatnější, říká, že má rád, když si lidé jeho věci koupí prostě proto, že se do nich zamilují.<sup>28</sup> Mě osobně je blízká kolekce Jak průhledný výhled může být 2003 - 2004, Stíny nezbytné pro onka 2002 – 2003

## 2.4. Fetiš

Není fetiš jako fetiš. V této kapitole bych chtěla přiblížit hlouběji mé pocity z hlediska vnímání módy, umění a samotného designu, Uvést pár příkladů, kde se oděv a fetiš potkávají. Ona nadhodnota, o které jsem psala doposud, je pro mě symbolem, který může věc, kterou člověk uctívá, doplňovat, jinak se může stát jedno bez druhého ochuzené. V mé poslední kolekci, na které jsem pracovala minulý semestr, jsem se o tohle sjednocení snažila. Všechny ty pro mě v designu tak podstatné věci propojit a docílit úctyhodného objektu, pro určitý typ zákazníka. Protože se jednalo o Skandinávskou firmu Hay<sup>29</sup>, byla moje cesta k vytvoření fashion produktu náročnější. Protože se vlastně vůbec jednalo o práci pro již zavedenou značku, která si drží jistý typ zákazníka, cenu, kvalitu, styl. Brát při práci tyhle aspekty dohromady a vážně, je pro mě odrazem komplexního uceleného výsledku. Dlouho jsem zvažovala jakým způsobem toho docílit tak, abych z jedné strany projevila své umělecké cítění a zároveň uspokojila typ zákazníka této firmy, která se zabývá zcela jinými aspekty než oděvem. Mým vodítkem se nakonec stala židle. Obléknout interiérový prvek. Obléknout ho tak, aby objekt mohl působit jako dekorace, ale měl zároveň funkční stránku. Upgrade, ozvláštnění, onu nadhodnotu. Firma Hay kromě jiného nabízí i obyčejné plátěné tašky. Rozhodla jsem se pracovat s jediným produktem, který by se dal označit alespoň trochu jako módní. Další podmínkou této firmy bylo i to, aby byl produkt udržitelný. Proto jsem zvolila využití plátna, které bylo z organické bavlny a zbytky, odřezky kůže a srsti.

---

<sup>28</sup> OAKLEY SMITH, Mitchell a Alison KUBLER. *Art/fashion in the 21st century*, s.60 , ISBN 0500239096.

<sup>29</sup> Skandinávská velkoobchodní síť s nábytkem a interiérovými doplňky

Vytvořila jsem tašky, které se zavíraly nejrůznějšími překlady a skoro tak můžou působit na způsob skládky, hry. Jako dotvořená koláž. Na židli nebo jen tak pohozené v prostoru svou barevností doplňovali skandinávský typ interiéru. Každou z tašek jsem udělala jako samostatný originál, každá se na těle i v interiéru chová jinak a tak jsem dosáhla komplexního pokrytí pro mě důležitých požadavků. Jistější jsem se u konce tohoto projektu cítila i díky výstavě, kterou jsem v Dánsku navštívila. Známa trendsetterka Lidewij Edelkoort pořádala výstavu z názvem Fetishism, na které sjednotila pro ni ty nejzajímavější umělecká díla za poslední období, z celého světa. Výstava se skládala z několika odvětví Absurdism, Objectivism, Infantilism, Spiritualism, Shamanism, Regionalism, Nomadism, Legendism, Romanticism, Consumerism. Lidewij o fetiši uvažuje jako o něčem co má hluboko v sobě zakořeněné každý jedinec. Jako malé miminka jsme byli k matce připoutáni pupeční šňůrou a po porodu jsme byli doslova odštířeni. A na jednou je tady pocit, že se bojíme být sami. Díky tomu má každý z nás vnitřní potřebu, nutkání, pocit touhy něco hledat, něco vlastnit, mít pocit jistoty. A to jsou místa, kde se potřeba po fetiši rodí. Cítíme se trochu sami a ztraceni, proto bádáme a toužíme po nějaké formě vztahu, která se zhmotní a ztvární. Vázání, svazování, přivazování – pásky. Máme potřebu je mít na těle z funkčních důvodů, ale právě i z těch, abychom byli schopni si pořád nosit něco s sebou. A je zde více aspektů, které si můžeme podobným způsobem vyložit. Nejedná se jenom o erotický způsob toho jak být s něčím propojen. Například tak známé objímání stromů a z toho pramenící příjem energie. Některé ještě neznáme, ale jsou tady. Všechny produkty, které jsem na výstavě viděla, ve mně probuzovaly emocionální zážitky, ať už z doteku a nebo pouhého pohledu. Lidewij připodobňuje pocity, které z fetiše můžeme mít, ke způsobu hrajícího si dítěte s nějakým novým objektem, hračkou. Materialismus jde stranou. Vidíme dítě, jak vnímá strukturu, jakým způsobem věc pozoruje. Lidewij tvrdí, že tímto poukazuje na směr, který je aktuálnější a aktuálnější právě skrze 21. století. Výstavou si můžeme klást otázky, jak najít nové vztahy, a jakým způsobem zároveň najít cestu jak uniknout ze životů, které bychom měli žít, ale nechceme. A pocit nejistoty je zneklidňující, výstava vás vezme až do pohádky, na jiný svět. Žijeme ve světě internetu, ale chceme se dotknout, žijeme ve velkých metropolích a městech, za tlustými zdmi a to nás vzdaluje od našich hluboko zakořeněných potřeb. Lidé kolaborují, chtějí se sdružovat. Hledají.

Výstava má i další rozměr. Konzumerismus. Mladí designéři jsou vším tím nepořádkem a nadbytkem znechuceni, utopeni. Přetváří ho v obraz doby jako umělecké dílo. Tím Lidewij

poukazuje na to, že je dobré, že pořád mají lidé takovou inteligenci, díky které si to uvědomuje a skrze kterou je možné udělat další krok ku předu do lepší budoucnosti.

Lidewij mě jako vizionářka ohromila. Svou otevřenou lidskostí, tím jak se nebojí nahlas vyslovit to po čem si doba volá a probudit tak v ostatních lidech chuť něco udělat, nějak se zachovat, zaujmout postoj. Skrze své pravé já nechat vyjít na povrch své umělecké dílo. A může to každý.

Viděla jsem tam dokonalý design, který zaujímal postoj, odrážel autorův vzkaz a v divákově navíc zanechal otázky, touhy a pocity. Bez show, jen tím, že tam ten produkt volně stál. Pocit svobody, se kterým ve své kolekci právě pracuji mě dostává až do přesahů, do jakých bych si dříve netroufla. Díky zkušenosti, kterou mi dalo Dánsko jsem v sobě našla novou neprobádanou část, se kterou si právě dovoluji pracovat v nové kolekci. Jsem si vědoma povinností, které chci jako designérka dodržet, snažit se pracovat s udržitelností, upgradem a nadhodnotou a tím vytvořit kvalitní produkt, ale zároveň ho propojit s aktuálním nutkáním a touhami, svým rukopisem a názorem, jako člověk, lidská bytost.



## FETISHISM IN FASHION

Obr. 6. Fetishism in fashion by Lidewij Edelkoort

## SOUČASNOST

Ve své poslední kapitole chci představit tvůrce, kteří mě právě ovlivňují, inspirují napříč žánry .

Chien Wen Lin je Newyorský vizuální umělec, filmař a fotograf. Vystudoval módní fotografii a komunikační design. Ve své práci spojuje módu, fotku, dokument a video. Prostřednictvím fotografií a krátkých filmů, vypráví příběhy a okamžiky dávno zapomenuté, pro mě až snivé, a přesto ve skutečnosti zakořeněné hluboko ve vzpomínkách průběhu života. Pracuje s koláží jako médiem pro typ komunikace s divákem. Jako osobnost je pro mě inspirující právě proto jakým způsobem poukazuje na lidskou podstatu a jeho krásu. Barragán NYC značka Victora Barragána, která mě dostala propojením abstraktního, surrealistického i grafického stylu. Oblečení s lehce erotickým podtónem. S kontroverzním přístupem. Kůže v kontrastu s bavlnou, provazování a přivazování, zelenina, maso a kov jako doplněk, to vše na dívce nebo chlapci? Nevím, nepoznám to, a líbí se mi to. A.V.ROBERTSON je mladá značka návrhářky Amie Victorie Robertson, která je absolventkou Central Saint Martin's. Ve své tvorbě je pro mě zajímavá tvorbou dámských kolekcí a doplňků. V její poslední kolekci mě baví černý základ v kontrastu s barevnými plochama a vytvořenými výseky, ve kterých je vložena další plocha látky. Na své modely aplikuje ručně vyráběné květy. Rick Owens, známý americký módní návrhář, žijící v Paříži, mě baví když pracuje s oděvem používáním velkých ploch materiálů, svými koncepty i barevností. Londýnský návrhář Craig Green posouvá hranice v pánské módě, kombinuje dekonstruktivismus s lehkou ležérností. Balenciaga a menswear pro jaro léto 2016 mě zaujal spojením basic looku s utility a doplněním o všemožné kapsy. Jonathan Anderson pro španělskou značku Leowe aktuálně odvádí skvělou práci, modely na mě působí opět jako koláže, ale s technologickou přesností, kde každý průstřih je vymyšlen tak, aby kopíroval pohyb těla a fungoval tak na nositeli jako druhá kůže. Leowe mě baví i svými doplňky a šperky. Anne Sofie Madsen je Dánská návrhářka, která kloubí ve své tvorbě dámské a pánské prvky dohromady tak, že oděv v konečném výsledku působí hravě a v technickém detailu složitě.





Obr. 7. Chien Wen Lin, koláž



Obr. 8. Leowe, podzim 2016, ready to wear



Obr. 9. Balenciaga, jaro 2016, mens wear

### 3.1. Instagram

Instagram je volně dostupná mobilní aplikace, která umožňuje uživatelům rychlé a estetické sdílení fotografií. Na trhu už funguje zhruba šest let. Pro mě jako designéra, má ale i jinou funkci než jen přátelské komentování fotek mých známých. Díky instagramu se obrovskou rychlostí seznamuju s nově vzniklými značkami, projekty a zároveň vím o krocích mých oblíbených umělců dříve než kdy jindy. Díky Instagramu můžou vznikat spolupráce, reklamy a samozřejmě nesmím zapomenout na stránku influenční, kterou má. Instagram může člověk zároveň využívat formou internetové prezentace své osobnosti nebo své práce. Zkrátka je to velmi aktuální trend, který propojuje funkci, zážitek a novinky.

Skrze tohle všechno jsem si ale začala klást i otázky. Jedna věc je reklama, která je na instagramu známá a musí se s ní počítat. Na druhé straně se mně ale zmocnily úvahy o tom, jak uspokojující se pro mě začal stávat pouhý pohled na produkt. Na fotku. Na iluzi. Znejistila jsem zda je to dobře nebo ne.

Proto mě toto médium posunulo nejen díky již zmíněným inspiracím mých oblíbených umělců, ale také proto, že jsem se rozhodla s tou situací pracovat ve své kolekci. Ochuzení

o zážitky, ochuzení o radost z vlastního bytí, z vlastních vztahů a z vlastní podstaty. Sledování životů druhých, pocit z nedostatečně odvedené práce. Touha po žití jiného života.

Byla to již zmiňovaná vizionářka Lidewij Edelkoort, která se v jednom ze svých rozhovorů zmínila o tom, že je dost dobře možné, že v blízké budoucnosti se stane iluze dostačující hodnotou, pro nahrazení produktu a za příklad dala fotografii židle, která se promítá na stěnu v pokoji a může tak nahradit pocit z židle reálné.<sup>30</sup>

Tímto způsobem, tedy opravdu můžeme mít všechno. Můžeme být kdekoliv a s kýmkoliv. Ale já věřím na dotek a emoci, na přísloví „bez práce nejsou koláče“ a na to, že právě to zdoluhavé poznávání může být cílem.



Obr. 10. Židle, Foam Fotografiemuseum

---

<sup>30</sup> Video, Lidewij Edelkoort, What's next? Part 02, Live, Foam fotografiemuseum, 20.4.2011  
In: Youtube [online]. 20. 4. 2011 [cit. 17-4-2016]. Dostupné z  
<https://www.youtube.com/watch?v=y-LdxY-XYUE>

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

### 3.2 KONCEPT

Různé charaktery, různé potřeby které propojují mou kolekci. Jsou výplodem mé fantazie o blízké budoucnosti. Jsou to lidé, kteří mají rádi odlišné věci, to co je spojuje, je úctivání, závislosti, touhy a potřeby. Každý svým oděvem vyjadřujeme něco jiného. Ale to podstatné slovo je „vyjadřujeme“.

Mojí kolekcí reaguji na aktuální dění, které tak ovlivňuje budoucnost. Tvořím pro člověka, který už má dost přebytku a sahá po věcech, které pro něj na významu neztrácí. Které mají víc než materiální hodnotu. Ve své kolekci se snažím o balanc mezi módou ovlivněnou trendy a módou, která je udržitelná v rámci: uvědomění nositele, nutných potřeb a přístupu k oděvu jako něčemu s hlubším významem.



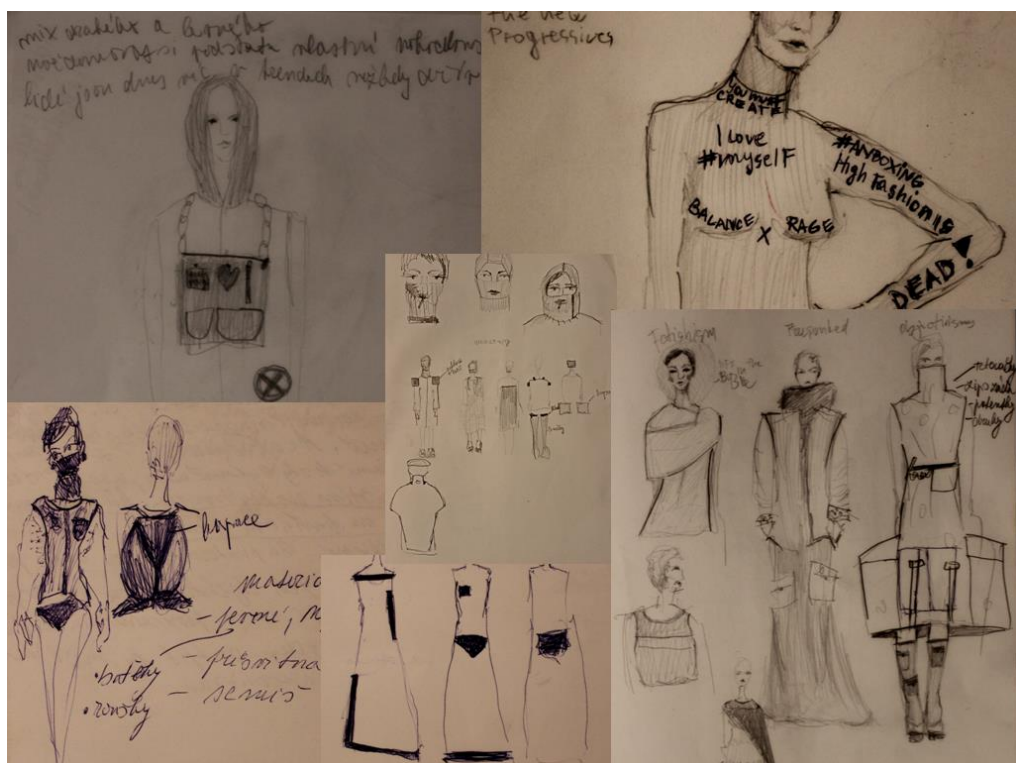
Obr. 11. moodboard



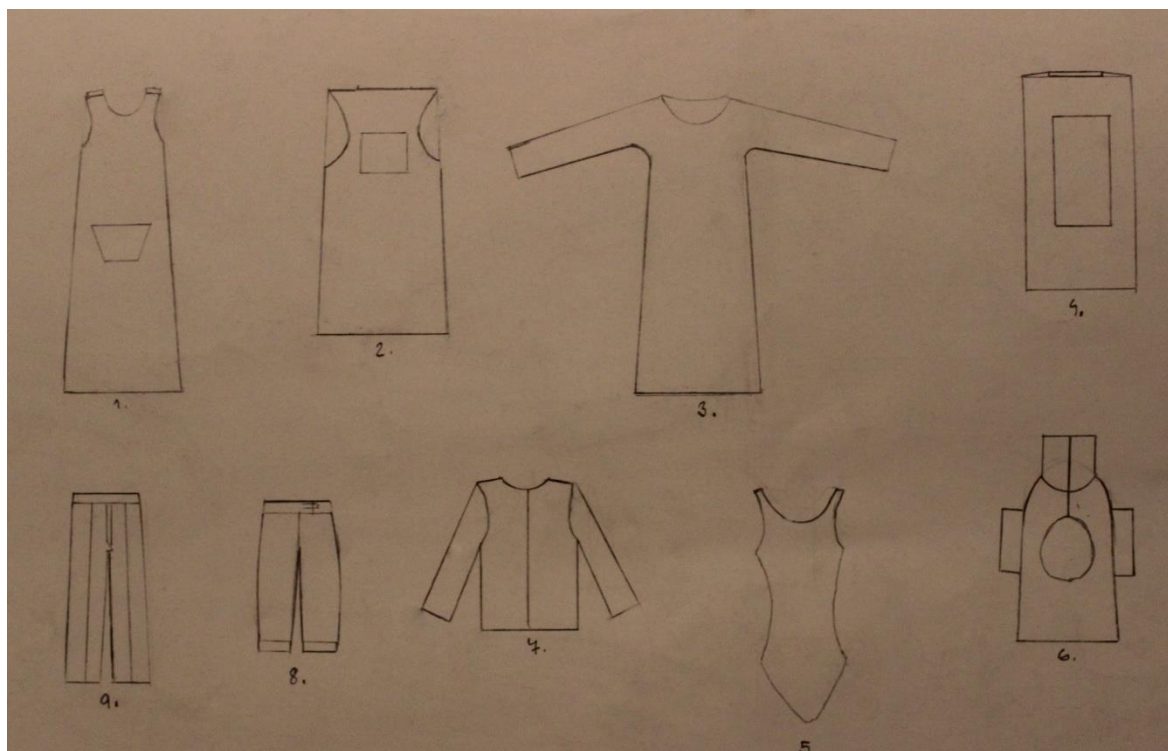
Obr. 12. Proces na Instagramu



Obr. 13. Skici



Obr. 14. Skici



Obr. 15. Technický náčrt

### 3.3 MATERIÁLY

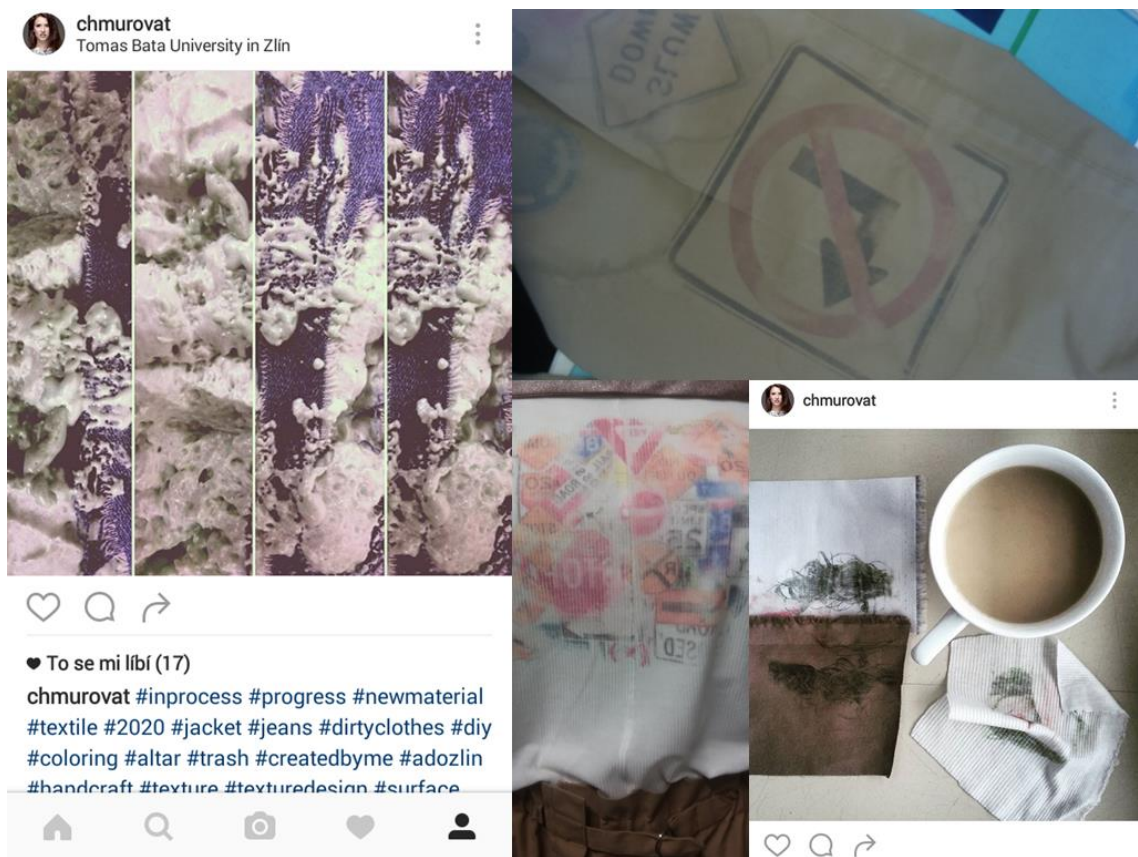
Při výběru materiálů pro mě byl prvotním impulsem dotek. Proto, že se kolekce inspirovala fetiši, byly pro mě vlastnosti materiálů hlavní záležitostí. Zabývala jsem se otázkou, jaký pocit by nositel měl s tou nebo onou látkou na těle. Nejen proto jsem vybrala přírodní materiály, dalším aspektem byla jeho udržitelnost a šetrnost k životnímu prostředí.

Do kolekce jsem zařadila i kůži, a nejen z toho důvodu, že je to materiál s dlouhou životností, ale také jako možnost fetišu a symbol úcty a pokory. Právě proto, že jsem vegetariánka je to pro mě možnost jak dát kůži další užitek a nesmířit se s tím, že bylo zvíře zabito jen pro nakrmení lidí. Jsem si bohužel vědoma toho, že některá zvířata jsou chována jen pro kůži a srst a proto jsem využila jen zbytky a odřezky poškozené kůže, které by byly jinak vyhozeny. Velmi mě překvapilo, když jsem v obchodě za větší tašku zbytků nechala jen padesát korun.

V rámci zero-waste jsem některé modely stříhala pouze v obdélníkových tvarech, abych tak ušetřila co nejvíce materiálu. Pracovala jsem poprvé s Lamifix omyvatelnou průhlednou folií, která se po nažehlení přilepí k přírodní látce a slouží pak jako nepromokavá. Tuto techniku jsem aplikovala na kapuci. Tím, že je folie průhledná mi zároveň posloužila



pro zafixování obrázků na oděvu. Na první pohled to pak působí jako potisk. Další potisky jsem pak tvořila způsobem přetisku z vytištěných obrázků z tiskárny, kdy pomocí ředidla a jeho protlačování skrze papír, se barva otiskne na přírodní materiál, efekt pak působí svou nepřesností jako kresba či malba. Tento způsob jsem zvolila právě proto, že se jedná o ruční techniku a dává tak oděvu onu nadhodnotu. Výtvarnou techniku, koláž, jsem pak tvořila se zbytků všech materiálů a přistupovala jsem s ní v oděvu jako k obrazu, uměleckému vyjádření. V procesu tvorby jsem si také vyzkoušela na oděv aplikovat barvy, spreje a dokonce montážní pěnu, která na látce vytváří nové struktury a dodává oděvu další rozměr. Na paměti jsem ale stále měla i onu funkčnost a proto jsem se nakonec rozhodla tuto metodu aplikovat pouze na detaily doplňků.



Obr. 16. Proces na Instagramu



Obr. 17. Objekt ze zkoušek s materiálem

### 3.4 BAREVNOST

Barevnost se v mé kolekci odráží od jednotlivých charakteristik modelů. Protože každý jeden má trochu jiný příběh, byl pro mě výběr složitý z toho důvodu, že pro každého může být jeho potřebou trochu něco jiného. Někdo potřebuje zářit, další se cítí lépe v neutrálních odstínech. Snažila jsem se tedy o ucelenost v přírodních odstínech doplněných o detaily lesku a kontrastu. Dále tyto odstíny považuju jako nutnost každého šatníku k dotvoření tzv. basic looku.

Při nákupu látek doprovázelo hmat i mé oko a vnímala jsem tak i přitažlivost barev. Za nejvýraznější barvu v mé kolekci považuju rudou, která je použita na modelu pro nositele, který si je vědom své podstaty a síly. Přírodní a neutrálnější odstíny pak doplňuje v kontrastech zlatavá, a nebo stříbrné kovové doplňky a patenty. Světle růžová v mé kolekci nositeli dodává určitou dávku nevinnosti a pocit příjemného pohodlí. Modrou jsem do kolekce zasadila mimo jiné i z toho důvodu, že patří mezi jednu z nejoblíbenějších barev a také proto, že jsem pracovala s džínovinou.



Obr. 18. Materiály a barevnost

### 3.5 PRVNÍ MODEL

Tento model se nese v duchu uctívání kdy je pro nositele podstatné neskrývání se a doslovná formule „vyjít s kůží na trh“. Model se skládá z čepice, batohu, přehozu a šatů. Vše je vyrobené z kůže, šaty z bílého jemného tylu a plátěných aplikací, které jsou na šatech vytvořené jako koláž a kapsy zároveň. Koláž na předním díle šatů jsem doplnila o autorskou fotografii detailu řas na oku. Koláž jsem úmyslně umístila do oblasti klínu kdy s fotografií působí křehce a kontrastně zároveň. Cílem celého outfitu je, aby nositeli dodal pocit osvobození od přežitých konvencí, ukazoval se „v pravém světle“. Pro pocit křehkosti lidského těla jsem zvolila velmi tenkou látku, skrze kterou kůže průsvitá a jako kontrast potřeby, touhy a nutnosti pocitu síly jsem zvolila kůži. Jak už jsem zmiňovala, kůže je z odřezků a zbytků, proto jsem i celkový dojem nechala velmi syrový a nezačištěný.

Batoh, taška, kabelka, doplněk v jednom, tak jsem navrhla třetí koženou část outfitu, kdy jedna věc stejného střihu se dá nosit na více variant. Měla jsem na paměti, že chci, aby tak nositel měl svůj amulet pořád u sebe. Taška se skládá ze dvou částí – ucho a nosný prostor.



Obr. 19. A 20. První model

### 3.6 DRUHÝ MODEL

U dalšího modelu stále kladu podstatu na samotné lidské tělo, kdy jsem zvolila jako vhodný materiál tělový úplet. Materiál je směs bavlny s vlnou a je na dotek velmi jemný a příjemný. Z toho důvodu jsem se nebála jím pokrýt ženské tělo a vytvořit tak tři části, které budou fungovat společně dohromady, ale i samostatně a dotvářet nositeli příjemný pocit v kombinaci i s jiným oblečením. Bodyčko a svetřík jsou navíc podšité modrým úpletem a stávají se tak oboustranné a variabilní k nošení k právě jiným celkům. Dlouhé ponožky jsou doplněny koženými pásky. Kůže je zde použita jiného typu než u předchozího materiálu, na této jdou vidět detaily pórů, zvrásnění a rýsování žil zvířete a je tak nápadně podobná té lidské. Délka punčoch doplňuje můj úmysl kontrastu této kůže na partii ženského stehna, velmi erotogenního místa na těle. Tuto kůži jsem pak použila i na kapuci/ čepici, která je opět variabilní v oboustrannosti, kdy jednu stranu pokrývá tato kůže a tu druhou modrá džínovina.



Obr. 21. a 22. Druhý model

### 3.7 TŘETÍ MODEL A OPASKY

Tento model jsem si pracovníčně nazvala „worker“. Jedná se o dlouhé šaty kimonového střihu, v dolní části na předním díle se dvěma rozparky a dvěma velkými kapsami v dolní děl-

ce sukně. V detailech jsou na materiálu natisknuty poznávací značky, jako symboly, které jsou všem globálně známé a udržují nás tak v určitém systému. Nepoukazuji zde na to, jestli je to špatně, jen na to, že jsem si vědoma toho jak snadné je přijmout něco nastoleného. Převzala jsem tyto znaky pro oděv, a použila jejich významu jako vtíp a upozornění na omezenost v bytí, zároveň. Model jsem v pase spásala opasky, které jsou variabilní pro celou kolekci. Tři opasky, na kterých jsou zároveň připevněny tři kapsy jako prostor pro nejnütnější potřeby. Pas jsem tudíž použila jako nosné těžiště celého outfitu, ke kterému strhávám pozornost právě onou zatížeností pásky, svazováním a pocitem, že u sebe má nositel něco podstatného. První pásek je zlatý s černými koženými detaily, na něm je navlečená kapsa potažená lamifix fólií, která fixuje mou koláž – autorskou fotografii výkřiku, jako symboliky nesouhlasného názoru. Druhý opasek je černý a kožený popruh, na který je navlečen kapsový váček sešitý ze dvou kapes vypáraných ze starých džínů, navozuje mi tak atmosféru punku a rebélie, ještě ve spojení se stříbrnými detaily a řetězem. Poslední opasek je z průhledného PVC, na které jsem připevnila taštičku, kterou jsem koupila v sekáči a je to „First aid kit“ tzv. balíček první pomoci a doplňuje mi tak celý koncept kolekce.



Obr. 23. a 24. Třetí model

### 3.8 ČTVRTÝ MODEL

Šaty / oversize triko. Model čtvercového střihu s tvarováním pouze v průramcích je ušit z jemné džínoviny. Zapínání je zde řešeno dlouhým zipsem na pravém boku, kdy se tak dá oděv povolovat a měnit volnost. Snažila jsem se zde poukázat na nositele jako na chodící „umělecké dílo“, kdy samotného uživatele zapojuji do této hry pomocí zarámování a dávám si tak za cíl upoutat jeho pozornost na jeho samotného, na vlastní podstatu. Při tvorbě tohoto modelu se mi líbila představa otázky zákazníka, co si tedy vezme pod tento model, když je čtverec přímo otevřený a na hrudi? Model jsem doplnila koláží, která je na oděv přišita jako aplikace a má dvě kapsy. První je tvořena koláží a otvor druhé kapsy se zipsem je všit ve švu a je tak skoro nepatrný. Prostor této kapsy tvoří rub celé koláže. Samotnou koláž jsem tvořila ze zbytků materiálů, které jsem doposud používala ke kolekci. Použila jsem i symboliku šipky jako „přikázaného směru jízdy“, která ukazuje na americkou vlajku s nápisem „United“. Celé mi to dohromady náhodně sehrává smysl, kdy se poukazuje na konzumerismus, globalizaci, systém v kontrastu s potřebou, pocity a uvědoměním.



Obr. 25. a 26. Čtvrtý model

### 3.9 PÁTÝ MODEL

Estetika tohoto outfitu koncepčně připomíná podstatu modelu „Workera“, kdy jsem skloubila kombinaci potisku poznávacích značek s kapsou pověšenou na krku, s detaily montážní pěny, postříkané stříbrným sprejem. Celý look může prvním dojmem působit velice ne-

dbale, při jeho vypracování jsem ale s každým kusem pracovala jako se solitérem a dohromady tak dotváří estetický dojem sám nositel. Spojování nespojitelného pro mě bylo výzvou. Oboustranná nepromokavá kapuce s kapsou chrání, tričko je tričkem, které tady bude vždy a nejoblíbenějším se může stát díky kvalitního a příjemného materiálu, ležérnosti a vzkazu, které nese. Kalhoty jsou lehce do zvonu, s dlouhými zipy, tím odlehčují celkový dojem monterek. Vesta, kterou jsem tvořila jako doplněk, tašku a samotně fungující objekt, je uši ze dvou obdélníků, z jedné části ze stejného bílého úpletu jako tričko a z druhé z flitroviny ze starých šatů vyrobených ve Francii po babičce.



Obr. 27. a 28. Pátý model





Obr. 29. Pátý model

### 3.10 ŠESTÝ MODEL

Šaty /mikina / triko z růžového „babypink“ úpletového materiálu, se zipsem všitým v boku, díky kterému je manipulace s oděvem jednodušší a variabilnější. Úplet je na dotek velmi hebký, proto jsem se s ním rozhodla opět pracovat v dlouhé ploše. U tohoto outfitu jsem chtěla docílit, aby se nositelka cítila příjemně a odlehčeně, zároveň stále připraveně a uvědoměle. Jako doplněk celému outfitu jsem zvolila opasek, který se spojuje svazováním rukávů a k nim je připevněno černé kožené psaníčko. Jedná se tedy u stejně široký dlouhý popruh, který se dá nosit také jako límec, a nebo přehozený kolem krku. Kalhoty jsou tříčtvrteční délky, na které jsem natiskla „směry a ukazatele“.



Obr. 30. 31. a 32. Šestý model

### 3.11 SEDMÝ A OSMÝ RÁM

Jako dva poslední solitéry, kusy oděvu, objekty, jsem vytvořila nositelné „rámy“, které jsem pracovně nazvala „together“ a „Me“. Tyto solitéry jsou vytvořeny tak, aby doplňovaly celou kolekci a hodily se ke každému outfitu.

Rám „Me“ je vytvořen jako obraz celé kolekce, přistupovala jsem k němu s velmi jednoduchým cílem, zarámovat lidské tělo a odkazovat tak na celý koncept mé práce. Rám „together“ jsem vytvořila jako úplně poslední část kolekce, kdy jsem se po třech měsících práce dopracovala ke své vlastní potřebě, potřebě bližního, potřebě týmové práce, potřebě spojení, propojení, komunikace a nutností být s někým nebo něčím.

Tak jako to Lidewij popsala v rozhovoru o fetiších. Po všem tom uvažování nad podstatou designu a jeho možnostmi a způsoby využití, jsem zjistila, že oděv může mít i emocionální funkci.



Obr. 33. Sedmý rám



Obr. 34. Osmý rám

### **III. PROJEKTOVÁ ČÁST**

### 3.12 FOTODOKUMENTACE

Fotografie ke kolekci vznikly na ateliéru 3D, na půdě Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

Fotograf: Tereza Chmurová

Asistent: Jan Černý

Make up: Kristýna Vontszemuová

Model: Gabriela Petrová







































### 3.13 Fashion film „To be continued“

Fashion film byl vytvořen na začátku letního semestru 2016 v ateliéru audiovizuální tvorby Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

Kamera, střih: Martin Janoušek

Režie, scénář, styling, make up: Tereza Chmurová

Model: Simon Petrle

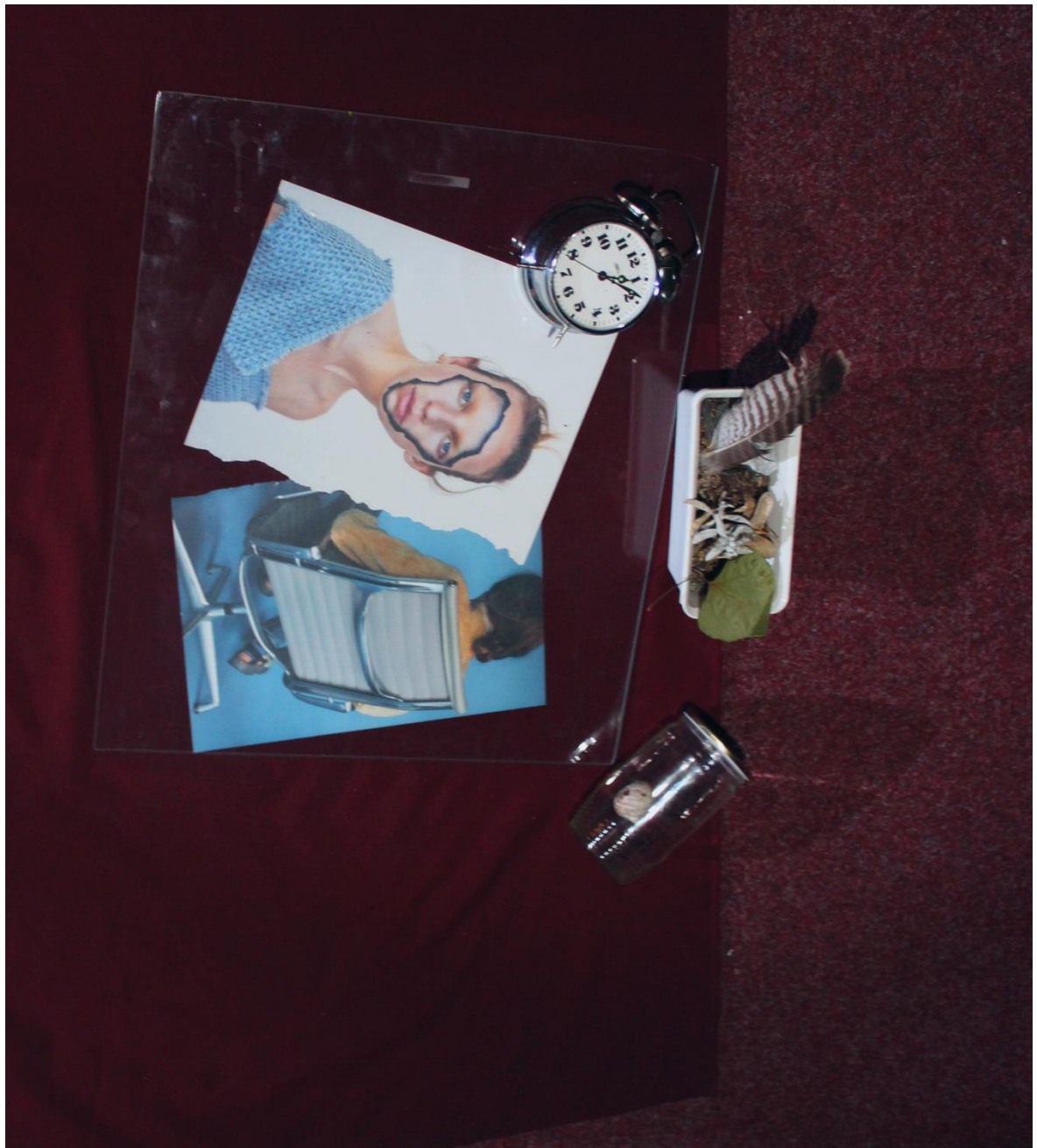
Hudba: Tamed and Confused

Hlavní postava filmu se probouzí v zatemněné místnosti. Přechází pokojem ke křeslu. Postava může být chlapec nebo dívka, není to jasné ani podstatné. Postava si přetírá obličej štětcem. Tato scéna je pro diváka zásadní. Z postavy se stává žena, skoro kreatura. Tímto klíčovým momentem jde o to divákovi ukázat, kým se člověk může stát, když mermomocí

touží být někým jiným. Film si neklade za podstatné soudit co je dobře nebo špatně. Prostor pokoje je esteticky řešen surrealistickým dojmem, snivou, zatemněnou atmosférou. Dekorace v místnosti jsou autorčiny osobní památky a symboliky, které naznačují naivní a melancholický přístup k životu.

Fashion film, byl vytvořen jako „storyboard“ a teaser k módní kolekci a jeho název naznačuje nekonečné pokračování ať tak nebo tak.













## ZÁVĚR

K mému tématu je velice obtížné vyvozovat závěr. Téma trendů a budoucnosti, kterým jsem se zabývala je o velmi subjektivním názoru studentky designu oděvu, která se snažila ve světě přehlceném informacemi, věcmi i možnostmi, najít smysl a podstatu v módě a oblečení. V něčem co někteří považují za povrchní, nesmyslné a zcela postrádající význam ve světě.

Smysl mého výzkumu a práce v této kapitole nebude, smysl má každá informace, kterou jsem do své práce zasadila, ale každého ovlivní jinak. Tak jako pohled na mé modely.

Vždy jsem si myslela, že mým závěrem ve třetím ročníku studia bude velká a šokující kolekce, po které si mě lidé zapamatují. Dánsko mi otevřelo oči a pomohlo mi podívat se na módu i z jiné perspektivy. Skrze módu se každý může cítit výjimečněji. Dříve jsem si myslela, že je to z toho důvodu, jak se na Vás dívají ostatní, jak Vás třeba obdivují. Po dokončení této práce vím, že je to o vlastním přístupu k sobě sama. Zjistila jsem, jakým způsobem se tohle téma dá rozvíjet dál, a zjistila jsem také, že je nutné snažit se inovovat a dávat věcem další rozměr. Našla jsem způsob jak přistupovat k udržitelné módě a budu v něm ve své tvorbě i ve způsobu žití pokračovat.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] Video The next black: Live, In: Youtube [online]. 21. 5. 2014 [cit. 15-4-2016].  
<https://www.youtube.com/watch?v=XCsGLWrfE4Y>
- [2] Článek: Nick Compton, Studio XO, the “fashion laboratory” adding digital light and magic to what we wear, in the guardian.com [online] 22.9.2014 [cit. 13-4-2016] dostupné z  
<https://www.theguardian.com/technology/2014/sep/22/-sp-wearable-technology-clothes-that-let-you-download-the-latest-look>
- [3] Článek: Marcus Fairs, Microbes are „the factories of the future“ in dezeen.com [online] 12.2.2014 [cit. 13-4-2016] dostupné z <http://www.dezeen.com/2014/02/12/movie-biocouture-microbes-clothing-wearable-futures/>
- [4] Článek, dostupné online: <http://www.patagonia.com/eu/enCZ/patagonia.go?assetid=8952>
- [5] Článek, Future fashion, in re-dres.ie [online] 21.5.2015 [cit. 13-4-2016] dostupné z: <http://re-dress.ie/2015/01/future-fashion/>
- [6] Video, yt: The next black: Live, In: Youtube [online]. 21. 5. 2014 [cit. 15-4-2016]. Dostupné z Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=XCsGLWrfE4Y>
- [7] MACKENZIE, Mairi. --ismy. V Praze: Slovart, 2010. S. 32, ISBN 978-80-7391-399-1.
- [8] Manifest , [cit. 15-4-2016] dostupné online: <http://t-o-o-g-o-o-d.com/#manifesto>
- [9] Článek Julie Zerbo, Vetements and Tom Ford join Burberry to reject fashion system in dazeddigital.com, [online] 11. 2. 2016 [cit. 15-4-2016]. dostupné z: <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/29687/1/vetements-and-tom-ford-join-burberry-to-reject-show-system>“We spend an enormous amount of money and energy to stage an event that creates excitement too far in advance of when the collection is available to the consumer” – Tom Ford
- [10] *Sample: 100 fashion designers, 10 curators : cuttings from contemporary fashion.* New York: Phaidon, 2005. S. 124 ISBN 9780714844404.
- [11] REZEK, Petr. *Tělo, věc a skutečnost v umění šedesátých a sedmdesátých let.* 2., rozš. vyd. Praha: Jan Placák - Ztichlá klika, 2010, ISBN 978-80-903898-5-4.

[12] OAKLEY SMITH, Mitchell a Alison KUBLER. *Art/fashion in the 21st century*. s. 30, ISBN 0500239096

[13] Článek: Les Fabian Brathwaite, Less then 50% teens identify like a straight, says new study, 11.3.2016, . [15-4-2016]. Online on out.com, dostupné z:  
<http://www.out.com/news-opinion/2016/3/11/less-50-teens-identify-straight-says-new-study>

[14] WATSON, Richard. *Budoucnost: 50 myšlenek, které musíte znát*. Praha: Slovart, c2014. ISBN 978-80-7391-823-1.

[15] STEVENSON, N. J. *Kronika módy: 1800 - 1870 - 1940 - 1960 - 1980 - 2020 : kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři*. Praha: Fortuna Libri, c2011, s. 240, Fortuna factum. ISBN 978-80-7321-570-5.

[16] Video, Lidewij Edelkoort, What's next? Part 02, Live, Foam fotografiemuseum, 20.4.2011

In: Youtube [online]. 20. 4. 2011 [cit. 17-4-2016]. Dostupné z  
<https://www.youtube.com/watch?v=y-LdxY-XYUE>

## SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Tzn. – to znamená

Atd. – a tak dál

PVC – polyvinylchlorid

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

1. Volantis, Lady Gaga .....	str. 6
2. BioCouture .....	str. 7
3. TooGood .....	str. 10
4. Kosuke Tsumura .....	str.15
5. Issey Miyake, Striped ensemble, 1990 .....	str. 20
6. Fetishism by Lidevij Edelkoort .....	str. 24
7. Chien Wen Lin, koláž .....	str. 26
8. Leowe, podzim 2016, ready to wear.....	str. 26
9. Balenciaga, jaro 2016, menswear .....	str. 27
10. Židle, Foam Fotografiemuseum.....	str. 28
11. Moodboard .....	str. 30
12. Proces na Instagramu.....	str. 31
13. Skici .....	str. 32
14. Skici .....	str. 32
15. Technický nákres.....	str. 33
16. Proces na Instagramu.....	str. 34
17. Objekt ze zkoušek s materiálem.....	str. 35
18. Materiály a barevnost.....	str. 36
19. První model.....	str. 37
20. První model .....	str. 37
21. Druhý model.....	str. 38
22. Druhý model.....	str. 38
23. Třetí model.....	str.39
24. Třetí model.....	str. 39
25. Čtvrtý model.....	str. 40
26. Čtvrtý model.....	str. 40
27. Pátý model.....	str. 41
28. Pátý model.....	str. 41
29. Pátý model.....	str. 42
30. Šestý model.....	str. 43
31. Šestý model.....	str. 43
32. Šestý model.....	str. 43



33. Sedmý rám.....	str. 44
34. Osmý rám.....	str. 44

## SEZNAM PŘÍLOH

CD - Rom

Fashion film „ To be continued“

