

CESTA

Od tradice k budoucnosti módy

Eva Papoušková

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: **Eva Papoušková**
Osobní číslo: **K13271**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Design oděvu**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Cesta – Od tradice k budoucnosti módy**

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

Prostudování a analýza dostupných materiálů a informací, obrazová příloha, vlastní závěry v minimálním rozsahu 15 normostran.

Práce bude řešit vztah mezi dvěmi rozdílnými kulturami východu a západu, poukáže na nové vnímání starého, čímž odhalí krajinu Vietnam v novém světle. Vyzdvihne vztah k přírodě a sílu řemesla. Práce bude čerpat z osobních zkušeností a vlastního průzkumu.

2. Praktická část

Výtvarné zpracování a realizace finálních návrhů v počtu 7 modelů. Zaměření na funkčnost a kvalitní zpracování s využitím přírodních materiálů s vlastním zásahem.

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:

HEJZLAROVÁ, Tereza. Umění a řemeslo Střední Asie: textil a šperk. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, 2014, 201 s., [3] s. obr. příl. ISBN 978-80-7308-491-2.

HOWARD, Michael C a Kim Be HOWARD. Textiles of the Central Highlands of Vietnam. Bangkok, Thailand: White Lotus Press, c2002, xx, 220 p. ISBN 9744800135.

MOEYES, Marjo. Natural dyeing in Thailand. Bangkok: White Lotus, c1993, xv, 173 p. ISBN 9748495922.

HOWARD, Michael C. Textile traditions in contemporary Southeast Asia. Bangkok, Thailand: White Lotus Press, c2012, xii, 163 p. ISBN 9789744801876.

TRAN, Quang úc. Ngan nam ao mu: lich su trang phuc Viet Nam giai oan 1009-1945. 397 pages.

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Art. Mária Štranecková, ArtD.

Ateliér Design oděvu

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



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

Ve Zlíně 27.4.2016

Eva Papoušková
EVA PAPOUŠKOVÁ
Jméno, příjmení, podpis

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ABSTRAKT

Hlavní myšlenkou bakalářské práce je uvědomění si hodnot a jejich ocenění. Práce je zaměřena na zhodnocování času, během čekání skrze předpřipravené detaily na oděvu určené pro vytahování nití. Vzniknou tak jedinečné a osobité vzory. Jde o efektivní, leč jednoduchý princip, který si sebou na svém oblíbeném kousku můžete vzít kamkoliv. Každý si tímto utvoří pouto a podporuje tak zároveň Slow fashion.

V praktické části se pak detailně věnuji jednotlivým kouskům nebo neopomenutelným detailům.

Klíčová slova: Hodnota, cesta, Slow fashion, tradice, ruční práce, efektivní čekání

ABSTRACT

The main idea behind this thesis is awareness of values and their appreciation. The work is focused on appreciation of time during waiting through pre prepared details on clothing designated for pulling out threads. That creates unique and distinctive pattern. It's an effective however simple principle which you can take on your favourite piece everywhere you go. Everybody creates a bond this way and supports a Slow fashion. At practical part I describe and explain in detail to every piece or inalienable details.

Keywords: Value, the Journey, Slow Fashion, tradition, hand work, effective waiting

Děkuji Mgr.art Marii Štranekové, Art.D za vedení a konzultace během celé bakalářské práce. Dále děkuji své rodině a sestře především, za psychickou podporu.

„I cesta může být cíl.“

Petr Ludwig

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

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	9
1 HODNOTY	10
1.1 SROVNÁVÁNÍ	10
1.2 HODNOTA SKUTEČNÁ	11
1.2.1 Materiály	13
1.3 PŘIDANÁ HODNOTA	14
1.3.1 Zážitek marketing	14
1.3.2 Inspirace cestováním	15
1.4 TRADICE.....	17
1.4.1 Česká tvorba.....	18
1.4.2 Zahraniční tvorba	20
1.5 SAPA	20
1.6 HAUTE COUTURE	21
2 SLOW FASHION	23
2.1 TRANSPARENTNÍ BYZNYS	23
2.2 STARÉ NOVÉ	25
2.2.1 Retro je trendy	26
II PRAKTICKÁ ČÁST	29
3 KONCEPT KOLEKCE	30
3.1 BAREVNOST	31
3.1.1 PANENSKÁ PŮDA A AGENT ORANGE	31
3.2 MATERIÁLY	31
3.3 1. MODEL	33
3.4 2. MODEL	34
3.5 3. MODEL	35
3.6 4. MODEL	36
3.7 5. MODEL	37
3.8 6. MODEL	38
3.9 7.MODEL.....	39
III PROJEKTOVÁ ČÁST	40
4 FOTODOKUMENTACE	41
ZÁVĚR	50
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	51
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	53
SEZNAM OBRÁZKŮ	54
SEZNAM PŘÍLOH	55

ÚVOD

I cesta může být cíl. Mým cílem byl tedy Vietnam a ten se stal zároveň i cestou k mému cíli v bakalářské práci.

Když jsem se vrátila z Vietnamu, bylo mi jasné, že všechny mé nasbírané zkušenosti ze zcela odlišné kultury nemohu nechat nezhodnocené. Stejně tak jsem si postupně začala uvědomovat rozdíly ve vnímání hodnot a životních nároků. Snaha podpořit komplexní zájem o Slow fashion movement a vytvořit oblečení, ke kterému si utvoříte vztah, byla jednou z hlavních motivací. A jakmile k němu máte pouto, už ho nechcete jen tak vyhodit a nahradit ho novým. Ideologie hnutí se v poslední době těšila veliké oblibě, stejně jako transparentní byznys, který v sobě nese morální hodnoty. Víte, odkud vaše oblečení pochází? A co všechno stálo za jeho vznikem? Možná, kdyby si lidé tyto otázky více pokládali a dávali najevo, že se zajímají a nejsou lhostejní. Možná pak by byl prostor na změnu.

Mým záměrem je propojit kvalitu s designem. Navrhnout alternativu oděvu s morálními i estetickými hodnotami. Zakódovat do oděvu vzpomínky a pocity, které se člověku vybaví, jakmile si ho vezme na sebe. Toho všeho lze docílit technikou, kterou jsem pro tento účel vytvořila. Jde o prozaický, ale velice efektní proces vytahování osnovních či útkových nití, které jsou právě pro tento účel předpřipravené. Detaily, které majitel vytvoří, tak oděvu vtisknou jedinečnost a autenticitu. Další úroveň je ruční protkávání kontrastních materiálů. V rámci efektivnosti práce a zdvojené činnosti, například při cestování nebo jen během čekání na zastávce, má člověk možnost zhodnocovat svůj čas na maximum. V závislosti na vlastní iniciativě může vytvořit díla natolik hodnotná, jež budou srovnatelná s českými, ručně vyšívanými kroji nebo dokonce s haute couture modely.

Zároveň jde o krok proti plýtvání a ignoranci problematiky materializmu. Smysle práce je pomoci uvědomit si hodnotu oděvu i okamžiků. To se může stát začátkem změny celkového přístupu lidí. Přístupu, který je v dnešní době až nebezpečně laxní.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 HODNOTY

„Pro člověka mají všechny předměty, které ho obklopují, všichni lidé, s kterými se stýká, všechny události, které ho potkávají, a všechny činy, které sám vykoná, určitý význam nebo smysl a na základě toho vždy i určitou hodnotu.“¹

Co je vlastně hodnota a jak ji rozlišujeme? Je to mnohoznačný termín, jehož obsah se po dobu našich dějin měnil a vyvíjel. Nejrozšířenějším významem se stal matematický výklad, jako označení pro jednotlivá kvantitativní určení rozdílných obecných veličin. Vedle toho ale máme i kvalitativní vnímání, kterým se ve své literatuře zabýval Marx a jeho příznivci. Speciálně rozebírá hodnotu podle množství společensky nutné práce obsažené ve zboží (kvantitativní) a souhrn vlastností, pro něž člověk určité zboží potřebuje (kvalitativní), spolu s propojováním těchto dvou principů.² Strážnický dokládá, že v posledních letech se upřednostňovala kvantita před kvalitou.³ A bohužel tomu tak ještě asi pár let bude.

V této kapitole se zajímám o hodnotu přidanou a skutečnou. Ta se mým zájmem stala právě tehdy, kdy jsem měla možnost srovnání dvou odlišných krajín a to především v rozdílu životní úrovně.

1.1 Srovnávání

„Život je těžký. Oproti čemu?“ *Voltaire*

Právě tento citát mne přivedl k otázce: Proč se srovnáváme se zeměmi, které těží na zemích jiných, ekonomicky méně vyspělých, namísto zemí jako je Vietnam? Odpověď je těžká i jednoduchá zároveň. Je jasné, že každý z nás má tendence ekonomického růstu společně s neutuchající potřebou zarytého materializmu. Té chtivosti, která spaluje národy a dělá z nich zvířata, jenž se snaží navzájem požrat. Zároveň ale, pokud není v našich si-

¹ LEPPIN, Zdeněk, 1968. *Filosofie hodnot a naše doba: (úvod do problematiky axiologie)*. 1. vyd. Praha: Svoboda.

² HLAVÁČ, Jan, 2015. *Marx poněkud jinak*. První brožované vydání. B.m.: Praha: vydal autor Jan Hlaváč vlastním nákladem. ISBN 978-80-260-8318-4.

³ ŠVIRÁKOVÁ, Eva, 2015. *Inovace a tradice, kvalita a kvantita v projektovém managementu*. 1. vydání. Zlín: Radim Bačuvčík - VeRBuM. ISBN 978-80-87500-69-9.

lách toto ovlivnit, nač se chceme srovnávat s těmi, kterým se žije „lépe“? Vždyť radost a štěstí nám to nepřinese. Filozofka Anna Hogenová radí *„Žít autenticky, žít opravdově. Pak se mi najednou stane, že okolo sebe vidím zelenat se stromy, vidím modré nebe, vidím na lidech hroznou úzkost, vidím na nich i malé radosti a najednou umím žít pro malé věci. Naučit se žít pro malé radosti, to je to co nás může zachránit.“*⁴

Sama bych pak ještě podotkla, místo západu se zaměřit na východ, místo s Amerikou se srovnávat s Vietnamem. Právě toto přenesení pozornosti mne přivedlo k Slow Fashion hnutí o kterém bude více v kapitole Slow Fashion.

1.2 Hodnota skutečná

Současným snižováním kvality a zvyšováním kvantity se nabízí otázka: Jaká je vlastně skutečná cena produktu? Jak ale tento pojem uchopit, když je produkt značně podhodnocen na úkor lidí třetího světa? Mělo by se za skutečnou hodnotu považovat to, kolik za něj objedávající zaplatil, nebo snad na jakou finanční částku by oděv vyšel, kdyby byly adekvátně reflektovány absolutní náklady a vynaložené úsilí?

Situace špatných životních podmínek a nedostatečného ohodnocení je obecně známá. Tato problematika se bohužel konstantně odsouvá do ústraní. Pak se na ni se zcela zapomene, až do chvíle, kdy se v médiích opět objeví další ze série neštěstí a průšvihů oděvního průmyslu. Resp. jedním ze zveřejněných průšvihů.

Jednou z takovýchto strašných událostí byl kolaps továrny Rana Plaza v Bangladéši v dubnu 2013. Zaměstnanci této továrny byli v den tragédie násilím i vyhrožováním nahnáni zpět do budovy i přes obrovské pukliny ve zdech a podpěrných sloupech. Továrna nevydržela tíhu nadstavby tří pater, které vznikly pro pokrytí větší poptávky fast fashion firem. Když se osmipatrový komplex továrny zřítil, vyžádal si 1 337 obětí, z toho se 200 těl, které skončily mezi sutinami, vůbec nenašlo. Dále více než polovina není schopna další práce v důsledku závažného zdravotního handicapu.

⁴ EUROGUIDANCE CZ, 2013. *Anna Hogenová, Pohled na současnost očima filosofky* [online]. [vid. 28. prosinec 2015]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=h2f_wOAh8LE

Žádná z firem⁵, jež si zde nechávali šít své oblečení, nikdy nepřipustila, že by s touto fabrikou kdykoliv spolupracovala. Nikdo nedostal finanční odškodnění jakékoliv částky.⁶

Lidé, kteří pracovali 90-100 hodin týdně s platem kolem 15 centů na hodinu, tedy přibližně \$11 týdně ztratili vše.⁷

Ale co oči nevidí, to srdce nebolí. A pak se může toto směšně levné oblečení prodávat ve-sele dál. Nebo ne?

Abychom tomuhle zabránili, musíme začít sami od sebe. Musíme zvážit, zdali každý kus, produkován fast fashion firmami s nepřekonatelně nízkými cenami, opravdu potřebujeme. Toto oblečení, doplňky i obuv totiž nesou úplně jiné hodnoty, než ty, které bych chtěla na sobě nosit. Uvědomme si, že každé vaše levné tílko, kalhoty nebo brýle mohl vyrábět někdo, kdo pracoval například v Rana Plaza.



Obr. 1 Zaměstnanci Rana Plaza

<http://assets.inhabitat.com/wp-content/blogs.dir/1/files/2013/06/rana-plaza-taslima-akhter-537x402.jpg>

⁵ Joe Fresh, Walmart, Mango, Benetton, Primark a další

⁶ KAMLANI, Tarannum, 2013. *Made in Bangladesh - the fifth estate - CBC News* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.cbc.ca/fifth/episodes/2013-2014/made-in-bangladesh>

⁷ INSTITUTE FOR GLOBAL LABOUR AND HUMAN RIGHTS, 2013. *Factory Collapse in Bangladesh Institute for Global Labour and Human Rights* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.globallabourrights.org/campaigns/factory-collapse-in-bangladesh>

Alternativě nakupování bez výčitek se budu více věnovat v kapitole transparentní byznys.

1.2.1 Materiály

Aby bylo snazší představit si skutečnou hodnotu oděvu, zde je ukázka náročnosti zpracování materiálů.

Nejstarším přadným materiálem je vlna. Je jednou z nejsnáze zpracovatelných materiálů, protože pro její přízi není nutná předchozí příprava. Zároveň je dostupná z mnoha různých zdrojů. Používá se například ovčí vlna, vlna z angorských koz, kašmírských koz, vlna velbloudí, dále pak vlna jihoamerických lam či alpak. Kromě vlny je také využívána například srst angorských králíků.

Hedvábí pochází z housenky bource morušového. Konkrétně z kokonů vznikajících ze sekretu, který tuhne na vzduchu. Před zpracováním vláken hedvábí je nutné vlákna zbavit sericinu, kterým jsou obaleny. Tento proces je prováděn v horké vodě. Hedvábí získané z housenek žijících ve volné přírodě se příliš nezpracovává. Vlákna se odlišují nejen barvou, ale také množstvím a kvalitou. Lépe použitelné zámotky jsou ty, ve kterých jsou usmrcené kukly, které se neprokousaly ven a nenarušili tudíž délku vláken. Nejvzácnější jsou bílá vlákna, výhradně z Číny a Japonska. Dále pak existují špinavě bílé, našedlé, žluté a nažloutlé nejen z Číny a Japonska, ale také z Evropy. Hedvábné vlákno se dobře barví a příze z něj je velmi pevná a jemná.

Len byl v minulosti ručně předěn na kolovratech, dnes strojově. Výhodou lněné příze je pevnost, hladkost a lesklost a relativně snadné bělení. Naopak barvení je spíše problematické.

Další z rostlinných vláken je získáváno z konopí. Jeho stinnou stránkou je postupná degenerace konopných rostlin v našem podnebí. Navíc je konopná příze málo pružná, je tvrdá a špatně se barví. Výhodou je však velká pevnost a lesklost.

Bavlněná příze je v textilní výrobě oblíbená, protože je velmi měkká, pevná a pružná. Důvodem je také její hebkost, dobrá hřejivost a savost. Bavlněná příze se také dobře barví.

Není ji potřeba bělit, protože má přirozeně bílou barvu, ale někdy je i nažloutlá či nahnědlá. Velikou nevýhodou je ovšem pěstování.⁸

Faktor / Druh vlákna	bavlna	polyester	viskóza
Spotřeba vody (cbm/t)	5 800	100	400
Spotřeba energie (gigajoule/t)	55	95	100
Znečištění ovzduší (ekvivalent CO ₂ /t)	2,0	4,1	3,5
Relat. znečištění půdy (%)	100	9,2	5,7
Potřeba pěstit. plochy (ha/t)	1,3	--	0,7

Obr. 2 Ekologické aspekty pěstování bavlny

Engelhardt: *Schwarzbuch Baumwolle*, Deuticke im Paul Zsolnay Verlag, Wien 2012, str. 160-178, ISBN 978-3-552-06197-2

1.3 Přidaná hodnota

V dnešním rychlém světě, kde je vše osekáné až na kostru a šidí se kde se dá, lidé obzvlášť ocení něco navíc. Nemám teď na mysli 1+1zdarma produkty. Ty se již staly natolik běžným marketingovým tahem, že pomalu ztrácí svoji sílu. Jedná se spíše o emoční prožitky a interakci v oděvu. Zákazníka to musí zaujmout ne jen vizuálně, ale také ideově. To samé tvrdí Bruno Pieters, zakladatel firmy Honest by.

„Fashion is about beauty and that the story behind fashion can be equally beautiful”⁹

1.3.1 Zážitek marketing

„Pokud si účtujete za aktivity, které provádíte, pak jste v odvětví služeb. Pokud si účtujete za čas, který s vámi zákazníci tráví, pak a jedině tehdy podnikáte v odvětví zážitků.”¹⁰

⁸ STAŇKOVÁ, Jitka a Ludvík BARAN, 2008. *Tradiční textilní techniky*. 1. vyd. Praha: Grada. Řemesla, tradice, technika. ISBN 978-80-247-2035-7.

⁹ HONEST BY., 2016. *BRUNO PIETERS / Designers / Honest by* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.honestby.com/en/page/92/bruno-pieters.html>

Smyslem zážitkového marketingu je vytváření a plánování emocionálních zážitků v souvislosti se značkou či výrobkem. Cílem je zvyšování oblíbenosti značky i loajality zákazníků. Podporuje firemní komunikaci prostřednictvím nevšedního zážitku či události. Je možné přivodit prožitek, který pak bude se značkou a její image spojován. Jde především o upevnění a posílení dobré image značky a také o její pozitivní vnímání. Příkladem event marketingových akcí jsou nejen firemní párty a společenské večírky, ale také adrenalinové aktivity či outdoorové sporty.¹¹

Tento účinný způsob se samozřejmě využívá i v módě. Používají ho značky jako například Victoria's secret, Supreme a další.

1.3.2 Inspirace cestováním

V mé kolekci se přidaná hodnota projevuje především skrze cestování. Během něj můžete v rámci efektivnosti času formovat oděv do unikátní podoby. V rámci kolekce mi cesta bylo impulzem, motivací i způsobem trávení času.

Dalším, kdo letos zpracovával tematiku cestování, byly značky, jako je Chanel nebo Chloe.

Chanel kolekce Ready-to-wear na jaro 2016 vycházela z létání mezi významnými destinacemi a pohodlím při cestování. Pro svoji show vytvořili fiktivní terminál, kde se celá přehlídka odehrávala.¹²

¹⁰ KELLER, Kevin Lane, 2007. *Marketing Management - 12. vydání*. B.m.: Grada Publishing a.s. ISBN 978-80-247-1359-5.

¹¹ ŠINDLER, Petr, 2003. *Event marketing: jak využít emoce v marketingové komunikaci*. 1. vyd. Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-80-247-0646-7.

¹² MOWER, Sarah, 2015. *Chanel Spring 2016 Ready-to-Wear Collection - Vogue* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/chanel>



Obr. 3 Chanel kolekce Spring RTW 2016

U návštěvníků týdnů módy v Paříži měla skutečný ohlas přehlídka značky Chloe pro podzim 2016. Hlavním námětem se jí stala francouzská Anne-France Dautheville, která se rozhodla v 70. letech procestovat Evropu a blízký východ na motorce. Dautheville ve své knize napsala: „*Cestovala jsem kolem světa, protože na konci už to bylo jen malý kousek. Protože čas přestal existovat a prchavé momenty náhodných setkání na cestě, byly to jediné, na čem skutečně záleželo.*“¹³

¹³ PHELPS, Nicole, 2016. Chloé Fall 2016 Ready-to-Wear Fashion Show. *Vogue* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/chloe>



Obr. 4 Chloé kolekce Fall RTW 2016

1.4 Tradice

„...je současně duchovní i kulturní dílo, které nemá autora, není prosazováno mocí či autoritou, přitom stále žije a působí. Je podstatnou složkou náboženství, kultury, civilizace i výchovy.“¹⁴

Pro někoho je tradice základem, pro jiného přežitkem. Může být uchopena jako životní ideologie, nebo zneužita pro reklamní triky a vábení spotřebitelů. Vždyť tradiční receptura zní přeci mnohem lákavěji, než „jsme noví, ale dobří“. Proč se tedy tolik lidí přiklání k variantě A, když se jedná o suroviny, nápoje a další produkty, ale jakmile dojde na oděv, vše se změní rovnou na variantu C, aneb je mi jedno odkud to je a kdo na to doplácí. Hlavně, že je to levné. Kde je tedy ta hodnota, kterou naši předci udržovali a tradovali z generace na generaci? Kam se vytratila ruční práce a docenění její kvality?

Drahomíra Stránská mluví o největším dědictví, jímž jsou právě ty staré kousky oděvu, jež si měl každý možnost podomácku vyrobit. Krásně tak vystihuje jejich sílu a hodnotu.¹⁵

¹⁴ HEŘMANOVÁ, Eva, 2016. *Tradice – Arts Lexikon* [online] [vid. 2016-květen-09]. Dostupné z: <http://www.artslexikon.cz//index.php?title=Tradice>

¹⁵ STRÁNSKÁ, Drahomíra, 1949. *Lidové kroje v Československu. Díl I, Čechy*. 1. vyd. Praha: J. Otto.

V historii se používaly poměrně pracné techniky. Vzhledem k tomu, že se veškeré materiály i krajky vyráběly ručně, ba se i šilo ručně, musíme připustit, že jejich hodnota byla takřka nevyčíslitelná. Jednou z těchto technik pocházejících z 18. století bylo vetkávání barevných proužků do lněného plátna, které se pak nazývalo strakatiny.¹⁶ Ruční textilní práce jsou již tisíce let dokladem o zvědavosti a vynalézavosti lidí toužících po experimentaci a zdokonalování se. V ručních pracích je možné pozorovat nejen ustavičnou kultivaci talentu, ale také uplatnění vlastní originality při přetváření všedních užitkových předmětů.¹⁷

„Na převažující většině krojů používalo se kraječek paličkových, a to rozmanitých druhů, které se lišily podle krajin a doby... Nejoriginálnější jsou krajky Slovenské, které svými jednoduchými technikami i vzory budí dojem, že paličkování se vyvíjelo v této zemi vlastním vývojem.“¹⁸

Pro mě je hodnotná ruční práce dozajista nevyčíslitelná.

1.4.1 Česká tvorba

Téma tradice je v Česku velmi časté. Bylo vždy součástí zadání na oděvních vysokých školách a mnozí studenti se k tomuto tématu posléze vrací i sami. Vzniká tak neuvěřitelné množství prací, které je reflektováno i na soudobých výstavách jako je například Budoucnost tradice, která byla Moravském zemském muzeu v Brno. Propojuje kroje se současnou tvorbou studentů, jež jsou inspirovány právě tradicí.

¹⁶ STRÁNSKÁ, Drahomíra, 1949, str. 85. Lidové kroje v Československu. Díl I, Čechy. 1. vyd. Praha: J. Otto.

¹⁷ STAŇKOVÁ, Jitka a Ludvík BARAN, 2008, str. 10. *Tradiční textilní techniky*. 1. vyd. Praha: Grada. Řemesla, tradice, technika. ISBN 978-80-247-2035-7.

¹⁸ STRÁNSKÁ, Drahomíra, 1949, str. 100. Lidové kroje v Československu. Díl I, Čechy. 1. vyd. Praha: J. Otto.



Obr. 5 Výstava Budoucnost tradice Obr. 6 Model Liběny Rochové

[http://lua.utb.cz/designodevu/wp-](http://lua.utb.cz/designodevu/wp-content/uploads/2015/07/11389998_922145191179825_776555277992472588_n.jpg)

[content/uploads/2015/07/11389998_922145191179825_776555277992472588_n.jpg](http://lua.utb.cz/designodevu/wp-content/uploads/2015/07/11389998_922145191179825_776555277992472588_n.jpg)

http://www.mzm.cz/uploads/tx_odphotogallery/thumbs/b6d313049fda46ae5834aeadb4ada9d9.jpg

Kdo se tradici věnuje dlouhodoběji, je Liběna Rochová, která vede ateliér oděvu a obuvi na pražské UMPRUM. Její kolekce „MEMORY I. vznikla speciálně pro světovou výstavu EXPO 2010 v Šanghaji. Základní myšlenkou je paměť, vzpomínka – zaznamenání paměti tradic a řemesla s reflexí na puristický oděv zdůrazňující čistotu stylu, ve kterém se prolínají části moravského kroje se současným oděvem. Druhá část kolekce MEMORY II., vytvořená pro přehlídku současného designu Design blok 2011, je uchopením formy folklórního kostýmu v jeho objemu a stylizovaných detailech, vzpomínkou je použití materiálu – vlněného filcu“.¹⁹

¹⁹ MORAVSKÉ ZEMSKÉ MUZEUM, 2012. *MZM - Memory - Liběna Rochová reflexe tradic v oděvních objektech* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.mzm.cz/memory-libena-rochova-reflexe-tradic-v-odevnich-objektech/>

1.4.2 Zahraniční tvorba

Dolce Gabbana je krásným příkladem značky, která respektuje a ctí svou zemi. Celá jejich tvorba je založená na italské tradici a historii. Kampaně vyzdvihují italskou národu i rodinu. Také spolupracovali s firmou Smeg, výrobci retro designů ledniček, a vyrobili společnou řadu inspirovanou Sicilským uměním.



Obr. 7 Kampaň Dolce & Gabbana

1.5 Sapa

Horská oblast v severním Vietnamu je odříznuta od zbylé části, a tak si snáze uchovává všechny své tradice a svou výjimečnou kulturu. Typická jsou kaskádovitá políčka rýže rozprostírající se na rozlehlých kopcích, mezi kterými mladí i staří denně chodí z vesnice do města a zpátky. Tento autentický způsob života pochopitelně láká turisty, kteří mají možnost si zakoupit túru přes rýžová pole až do vesnice, kde pak s místními přespí. V Sapě je hned několik kmenů, které se o vás postarají a rozlišují se podle svého oděvu. Každý kmen má příslušnou barvu i stejnokroj.

Vyrábí si vlastní látky z technického konopí, které následovně barví přírodní indigo-barvou. Rostlina je v této oblasti původní a po rozmělnění listů a kontaktu s vodou nabyde tmavě modré barvy. Poté se látka půl hodiny namáčí v barvě a následovně zavěsí, aby barva zoxidovala. Čím déle se látka namáčí, tím tmavší barvu dostane. Kmen Hmongů dokonce využívají techniku podobnou modrotisku a dekorují si tak své pracně vyrobené látky, které projdou řadou procesů na úpravu a zpracování. Jedním z procesů je leštění a měkčení látky na kameni. Tento proces chce ovšem trochu praxe, neboť stojíte na vrchním kameni

a kloužete se po látce z jedné strany na druhou. To látce dodá neuvěřitelně krásný kovový lesk. Tento lesk se ovšem praním a nošením časem vytratí.



Obr. 8 Leštění konopné látky kamenem v Sapě

Indigo se v Evropě těšilo velké oblibě již od poloviny 18. století, kdy se stalo jedním z nejjednodušeji zpracovatelných barviv vůbec.²⁰ V Čechách a na Slovensku se navíc rozvinula technika modrotisku, kterou jsem též zmiňovala jako jednu z hlavních technik v Sapě.

1.6 Haute Couture

Není ani zdaleka tak nesmyslné přirovnávat tradiční české kroje k modelům Haute Couture, kdy jejich neuvěřitelně náročná výroba a hodiny ruční práce na nich strávené mají téměř srovnatelné hodnoty.

První osobou, která byla spojována se vznikem Haute Couture, byl Charles Frederick Worth. Ten jako první v roce 1858 zřídil módní dům v Paříži s luxusní a exkluzivní módou pro ženy z horních vrstev.²¹ Zasadil se o významný přechod z krejčích na návrháře. Jako první našil cedulku se svým jménem na šaty a jednoznačně tak dal najevo, že autor není nikdo bezvýznamný ani anonymní. Pochopil jednoduchou, ale důležitou zásadu, že estetic-

²⁰ STRÁNSKÁ, Drahomíra, 1949. Lidové kroje v Československu. Díl I, Čechy. 1. vyd. Praha: J. Otto.

²¹ BEE, Deborah, 2010. *Couture in the 21st century*. London: A & C Black : Harrods. ISBN 978-1-4081-3489-4.

ká dokonalost je neoddělitelná od precizního řemeslného provedení a technických znalostí. Jeho ojedinělý přístup k práci se zákaznicemi mu brzy zajistil širokou a významnou klientelu. Časem již šil i pro samotnou císařovnu Evženií a získal tolik zakázek, že si je mohl dovolit i odmítat.²²



Obr. 9 Štítek Worth & Bobergh

http://media.tumblr.com/tumblr_lia77sVaNv1qfsh24.jpg

Na přelomu 19. a 20. století se Paříž stala Mekkou módy i umění.

„Textilní řemeslná produkce měla ve Francii dlouholetou tradici, především ve výrobě hedvábí a krajek, a dostatečný počet schopných řemeslníků byl – hlavně v Paříži – jedním z rozhodujících faktorů. Žádný couturier se totiž neobejde bez kvalitních krejčích, švadlen a stříhačů. Toto platilo včera, stejně jako dnes.“²³

²² MÁCHALOVÁ, Jana, 2012. *Budiž móda: průvodce dějinami módy 20. století*. Vyd. 1. Praha: Brána. ISBN 978-80-7243-608-8.

²³ MÁCHALOVÁ, Jana, 2012, str. 13. *Budiž móda: průvodce dějinami módy 20. století*. Vyd. 1. Praha: Brána. ISBN 978-80-7243-608-8.

2 SLOW FASHION

Je opakem k rychlé konzumní módě. Doslova pomalá móda si naopak zakládá na nadčasovosti, kvalitě a výdrž. Neřídí se trendy ani sezónou. Heslem je nakoupit málo, ale kvalitního. Vyhnout se materializmu a šetřit tak životní prostředí. Radí se sem například šití na zakázku a zejména firmy s transparentním podnikáním.

„Konstantní poptávka spotřebitelů po stále levnějším a levnějším zboží nutí firmy přesouvat výrobu do zemí, které ještě nemají ani postavené pořádné továrny. Nejjasnější cesta ven z tohoto, je začít vzdělávat zákazníky o tom, kolik dá práce vše vyrobit a jakou hodnotu věci skutečně mají. Firmy tak čelí opravdové výzvě. Mezi zákazníkem a oděvním průmyslem musí být vztah a my musíme spojit ruce, abychom zjistili, co je pro nás i naše životní prostředí nejlepší.“²⁴

2.1 Transparentní byznys

Fenomén průhledného podnikání se rozběhl přibližně v roce 2013 – 2014. Začal především u start-up projektů a v závislosti na jejich účinnosti se pak začaly přidávat i již zavedené firmy, které měly stejný úspěch. To se také týká módního odvětví. Nejedna společnost vyčítala narůstající trend zájmu spotřebitelů o informovanost. Lidé se dnes obecně více zajímají, co nosí i jedí, odkud to pochází a zda například jejich oblíbené výrobky neobsahují palmový olej. Sledovat to ale všechno rozhodně není jednoduché. Na oblečení nalezneme štítek se složením materiálu a doporučeným praním, případně zemí původu. Nedozvíme se tam ale, kolik let bylo dívce, která to šila a zda měla náležití životní podmínky.

Právě v tomto případě je dobré sledovat transparentní společnosti, které mají zájem dodržet etické kodexy napříč businessem.

První 100% transparentní společností na světě se stala společnost Honest by. Bruno Pieters. Tento prestižní belgický návrhář se rozhodl učinit změnu v přístupu k módě, na základě svého cestování napříč Indií. Zaměřil se na životní prostředí i na správné nakládání se zvířaty v módním průmyslu. V lednu 2012 se pustil do revolučního přístupu v podnikání. Těž vytvořil stáž pro studenty, kteří mají zájem věnovat se transparentnímu a

²⁴ INDVIK, Lauren, 2014. How Everlane's Petra Langerova Is Making It in Fashion. *Fashionista* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://fashionista.com/2014/10/petra-langerova-everlane>

udržitelnému podnikání. Ti pak získají 10 000 euro na podporu tohoto podnikání spolu s možností radit se o svém rozvoji přímo s Bruno Pietersem a celým týmem.

Na internetové stránce Honest by. je přehledně zpracována každá část, a tak se dá nahlédnout například do kalkulace oděvu o který máte zájem. Kalkulace je rozepsána do posledního detailu i té nejmenší položky.

Price calculation

Product code: BPW01552310U
Product description: QUILTED OVERSIZED SLEEVELESS JACKET

FABRICS

Fabric upper part: featherweight wool tweed
Composition: 100% virgin wool
Price / Meter: 21,74 Euro
Amount used: 0,53 Meter
Total: 11,52 Euro

Fabric lower part: white cotton satin
Composition: 98% organic cotton, GOTS certified, 2% EA
Price / Meter: 7,05 Euro
Amount used: 0,55 Meter
Total: 3,87 Euro

Quilting filling: organic cotton swansdown
Price / Meter: 15,80 Euro
Amount used: 0,80 Meter
Total: 12,48 Euro

LINING

Lining: recycled polyester
Price / Meter: 13,59 Euro
Amount used: 1,30 Meter
Total: 17,66 Euro

INTERFACING

Composition: 100% Tencel, Deko-tex
Amount used: 0,53 Meter

ZIPPER

Composition: recycled polyester + nickel-free brass teeth
Size: 77 cm
Price / Piece: 1,40 Euro
Amount used: 1 piece
Total: 1,40 Euro

SEWING THREAD

Composition: 100% organic cotton
Price / Cone: 9,50 Euro
Estimated cost: 0,25 Euro

BRAND LABEL

Brand label big: 100% polyester
Price / Piece: 0,6684 Euro
Amount used: 1 piece
Total: 0,6684 Euro

SIZE LABEL

Composition: 100% polyester
Price / Piece: 0,0350 Euro
Amount used: 1 piece
Total: 0,0350 Euro

MADE IN LABEL

Composition: 100% cotton
Price / Piece: 0,37 Euro
Amount used: 1 piece
Total: 0,37 Euro

CARE LABEL

Composition: 100% polyester
Price / Piece: 1,65 Euro
Amount used: 1 piece
Total: 1,65 Euro

SECURITY SEAL

Composition: 100% polystyrene
Price / Piece: 0,20 Euro
Amount used: 1 piece
Total: 0,20 Euro

HANG TAG

Composition: 100% FSC recycled
Price / Piece: 0,29 Euro
Amount used: 1 piece
Total: 0,29 Euro

COTTON THREAD FOR HANG TAG

Composition: 100% cotton
Price / Meter: 0,016 Euro
Amount used: 0,30 Meter
Total: 0,0048 Euro

SAFETY PIN

Composition: nickel free metal
Price / Piece: 0,03 Euro
Amount used: 1 piece
Total: 0,03 Euro

TOTAL MATERIAL COSTS: 50,62 EURO

MANUFACTURING COST

Garment manufacturing: 63,42 Euro

TOTAL COST: 114,04 EURO

WHOLESALE MARK-UP: X 2,0 =228,08 EURO

The wholesale mark up covers a part of the Bruno Pieters studio costs such as staff, research, design, utility costs, transportation and office supplies.

RETAIL MARK-UP: X 2,0 =456,17 EURO

The retail mark up covers a part of the Honest by e-shop costs such as purchasing of new collections, webshop operational costs, rent, insurance, communications, intellectual property rights, maintenance costs, legal and accounting costs and marketing.

HONEST BY RETAIL PRICE (excl. VAT): 456,17 EURO

This price is applicable to non-EU customers. Import duty taxes apply.

HONEST BY RETAIL PRICE (incl. VAT): 551,97 EURO

This price is applicable to EU customers only. VAT is included in this price.

Note: All prices are calculated per 1 item.

Obr. 10 Kalkulace ceny Honest by.

<http://www.honestby.com/en/product/512/collection/quilted-oversized-sleeveless-jacket.html>

Některé řetězce se posléze přidali k průhlednému podnikání, ale většina z nich tak učinila pouze částečně. Například Zara vypracovala strategický plán pouze do roku 2018, tak uvidíme, jaký bude její další krok a zda zůstane alespoň částečně věrná udržitelné módě.

2.2 STARÉ NOVÉ

Princip nového starého je v naší společnosti takřka od počátku věků. Recyklace, věci z druhé ruky, readymade. O readymade se zasadil Duchamp v období Dadaismu v roce 1914. Jedná se o běžné předměty, které vyňal z jejich přirozeného prostředí a zasadil je do zcela nového kontextu. Jeden z jeho nejslavnějších objektů ze série readymade byla „Duchampova Fontána“ (1917), tedy porcelánový pisoár, který je jasným projevem autorovy nadsázky a ironie. Nutkání a vize vzdechnout zcela běžným věcem nový smysl a význam pak byla hnacím motorem k jeho umělecké činnosti. Nešlo však u něj o nápady na základě vizuálního střetu s objektem, neb o ideje jako bodem výchozím.²⁵



Obr. 11 Duchampova Fontána

http://www.tate.org.uk/art/images/work/T/T07/T07573_9.jpg

V dnešní době se princip starých nových věcí využívá nejčastěji v interiérech barů, restaurací i bytů. Předměty z bazárků a půdních prostor jsou restaurovány a umístěny mezi věci novější k navození té správné atmosféry i k zútulnění prostředí. Většinou se ještě umocňuje onen dojem stáří předmětu.

²⁵ MUNDY, Jennifer, 2015. Marcel Duchamp, „Fountain“ 1917, replica 1964. *Tate* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.tate.org.uk/art/artworks/duchamp-fountain-t07573/text-summary>

2.2.1 Retro je trendy

Móda se neustále obměňuje a tak je přirozené, že se i opakuje.

Dodnes si pomatují, když mě rodiče nutily nosit „mrkváče“, které jsem nesnášela a chtěla jsem „zvony“. I přesto že se obojí časem modifikovalo, nemůžeme vyloučit, že se dnes střídavě objevují na módní scéně.

Do oblíby se dostalo zejména nakupování v second handech a charitativních obchodech. Tam se dají najít i tak staré věci, které se za uplynulou dobu opět dostaly do módy.

Aktuálně jedním z nejrozšířenějších oděvních prvků se stal „bomber“. Není ale jediný, co začal reprodukovat.

Hledala jsem opomenutý, a přesto tak často používaný kousek českého šatníku, který by si zasloužil vlastní reinkarnaci. A taky jsem ho našla! Doplněk, jenž se nachází v tolika domácnostech a jeho jednoduchý design je přímo nadčasový.



Obr. 12 Pantofle

<http://www.net-market.cz/pictures/products/pegres-1010-hnede-panske-domaci-pantofle-2446087.jpg>

Pantofle obecně, se mi staly logickým propojovacím prvkem Vietnamu i Česka. Ve Vietnamu jde totiž snad o nejtypičtější obuv. Jezdí se v nich na motorce, nebo dokonce chodí v Sapě po horách a stráních. Tam jde dokonce o přímo uniformní záležitost. Místní kmeny ten samý typ bot nosí po celý svůj život.



Obr. 13 Lidé ve Vietnamu s pantoflemi

http://4.bp.blogspot.com/_hq84QKFM6do/S9f8YLsKV9I/AAAAAAAAADLQ/EkVeK6CfI7I/s1600/Vietnam20100235.JPG

Také Gosha Rubcinsky pracuje se starými prvky a vyzdvihuje jejich sílu. Návrhářství nikdy nestudoval a díky tomu to mohl uchopit z jiného konce. Ve svých kolekcích používá ikonické kousky typické pro jeho zemi, tedy Rusko.

Jeho kolekce SS 2016 je inspirována punkem z 90. let. Jde o minulost, kterou on sám prožil, když by ještě teanegere. Kolekci pojal tak poutavě, ač jednoduše, že se až člověk zamyslí, proč to neudělal nikdo před ním. Je to přesně ten druh vynalézavosti, který dokládá jeho talent.²⁶

²⁶ FURY, Alexander, 2016. *Gosha Rubchinskiy Fall 2016 Menswear Collection - Vogue* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-menswear/gosha-rubchinskiy>



FALL 2016 MENSWEAR



SPRING 2016 MENSWEAR



FALL 2015 MENSWEAR

Obr. 14 Gosha Rubcinsky

<http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-menswear/gosha-rubchinskiy>

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3.1 Barevnost

Základní škálou barev je bílá spolu s nenásilnými zemitými tóny a odstíny modré i zelené. Převážně chladnou paletu pak narušuje až toxická, křiklavě rumělková a červeno-černá. Barevná naléhavost a jejich kombinace mají silně emotivní význam. Ten je však odkryt pouze divákovi, který se nespokojí s čistě vizuální stránkou kolekce, ale zajímá se i o obsahovou část.

3.1.1 PANENSKÁ PŮDA A AGENT ORANGE

Ještě v rané fázi mé bakalářské práce jsem se během rešerše dostala také k vietnamské válce. Jednou z nejzásadnějších informací pro mě bylo užívání chemikálií během této války. Konkrétně se jednalo o tři typy: Agent Orange, Agent White a Agent Blue, které použila americká armáda v jižním Vietnamu a v přilehlých oblastech okolních států se záměrem kontaminovat půdu. Následky této chemikálie zahrnovaly rakovinu, mentální postižení, defekty pokožky, neurologické defekty, vrozené malformace a novotvary. Látka jim poškodila přímo genetickou výbavu, proto se bohužel oběti trpící těmito příznaky rodí dodnes.²⁷

Tématice vietnamské války jsem se hlouběji věnovat nechtěla. Pro ponechání jejího odkazu jsem se ale rozhodla použít barevnost vycházející z chemikálií a vietnamské přírody.

V průběhu výběru látek a celého procesu tvorby jsem pak škálu barev rozšířila o zářivě rumělkovou namísto klasické oranžové.

3.2 Materiály

Přírodní materiály pro mne byly jednoduchou volbou. Pro usnadnění techniky vytahování nití jsem ale zvolila i kombinovaný materiál viskózu s polyesterem. Vytahování je potom snazší a krásně v materiálu vynikne.

²⁷ COMMITTEE ON BLUE WATER NAVY VIETNAM VETERANS AND AGENT ORANGE EXPOSURE, 2011. *Blue Water Navy Vietnam Veterans and Agent Orange Exposure* [online]. Washington, D.C.: National Academies Press [vid. 2016-květen-12]. ISBN 978-0-309-16247-0. Dostupné z: <http://www.nap.edu/catalog/13026>

Mimo to jsem pracovala s bavlnou, lnem i hedvábím. Na detaily jsem využila knotové lano a světle hnědou useň.



Obr. 16 Materiály

Při vytahávání nití vznikají náhodné či záměrné dekory a majitel si vytváří vlastní dezén. Úryvek z knížky Tradičních textilních technik zmiňuje:

„Mnohé dekory vznikly hrou a rozvíjely se vrozeným smyslem člověka pro řád a jednotu, vedly ho k opakování, stylizaci a tvořivé proměně motivů a ke zvláštní projekci prostorových představ do plochy.“²⁸

²⁸ STAŇKOVÁ, Jitka a Ludvík BARAN, 2008, str. 10. *Tradiční textilní techniky*. 1. vyd. Praha: Grada. Řemesla, tradice, technika. ISBN 978-80-247-2035-7.

3.3 1. Model



Obr. 17 Skica a detail 1

Vrchní část modelu je tzv. cestovní halenka z jemné bílé bavlny. Cestovní právě pro to, že se mnou byla na každém kroku. Jakmile jsem někde čekala, nebo jsem se mohla věnovat dvěma věcem zároveň, vytahávala jsem z ní osnovní i útkové nitě. Vzniklá volná místa dále ještě protkávala oranžovou nití. Pro střih halenky jsem vychází ze základní konstrukce, kterou jsem deformovala pro umocnění řasení a přirozeného padání látky.

Kalhoty jsou kombinace viskóza + polyester, pro jednodušší vytahování nití.

3.4 2. Model



Obr. 18 Skica 2

Košile z jemné bílé bavlny jednoduchého střihu. Ten je tvořen se záměrem co nejjednoduššího, potažmo nejrychlejšího zpracování. Cílem bylo vytvořit oděv dvou kontrastních poloh- halenka může být koupena za její adekvátní hodnotu, nabízí v sobě ale mnohem větší potenciál, ke kterému se každý může dopracovat. Kalhoty jsou směsí bavlny a polyesteru. Kabát je z recyklovaného technického materiálu. Střih byl komponovaný s fixním aranžmá.

3.5 3. Model



Obr. 19 Skica 3

Vršek vychází ze stejného střihu jako na předešlém modelu s tím rozdílem, že se přebývající materiál pod rukávy ponechal a utvořil tak krásnou siluetu. Použitý materiál je hedvábí s bavlnou. Kalhoty opět splňují jednoduchost a variabilitu ve velikostech. Upevňovány jsou dvojitým sukem knotových lan.



Obr. 20 Špendlení proužků

3.6 4. Model



Obr. 21 Skica 4

Tento model je jediným pánským outfitem v celé kolekci. Je narušitelem a přesto tam přináší potřebnou harmonii. Pánské šaty jsou z hedvábí a bavlny, pevná kabátová vesta z lepené oboustranné bavlny. Jsou zde použity surovější principy, než na dámských modelech. Namísto jemného vytahování nitek je zde použito klasické proplétání materiálů, které je jako ozdoba umístěno na dolním okraji předních dílů. Též je zde použito důmyslné zapínání s variantou pro dvě velikosti.

3.7 5. Model



Obr. 22 Skica 5

Jako odlehčení jsem vytvořila splývavé šaty, které systémem lan nositel utáhne dle libosti. Jsou velice vzdušné a příjemné na nošení. Stejně jako u předešlých modelů je i tento model přichystán pro majitele a možnost vlastního zásahu.

3.8 6. Model



Obr. 23 Skica 6

V pátém modelu jsem využila netradiční vlastnosti použitého technického materiálu na vestičce. Při reverzním barvení jsem zjistila, že se barva netradičně vpíjí skrze materiál. Tuto techniku jsem již jeden neuplatňovala, neboť se ukázala až příliš komplikovanou.

3.9 7.model



Obr. 24 Skica 7

Tento model je komerčnějšího charakteru, i přesto v sobě ukrývá zajímavé detaily. Především je to bavlněná košile s výsečmi v prúramcích, které mají praktickou funkci. Takovou košili si můžete vzít na cesty a v případě potřeby odejmete samostatné dílce. Ty jsou pak zároveň snáze prateľné, tudíž se nemusí prát a žehlit celá košile. Navíc může mít člověk více prúramkových dílků a tak zároveň šetří místo v kufří. Zajímavě je vyřešeno sedlo na zadním díle. To jednak větrá a zároveň se z cest můžete přivést netradiční opálení. Léga košile je opět předpřipravená pro vytahování nitek a zaznamenávání okamžiků.

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

4 FOTODOKUMENTACE

Fotograf: Katarina Križanová

Modelky: Monika Žilová, Oanh Nguyen TiKey

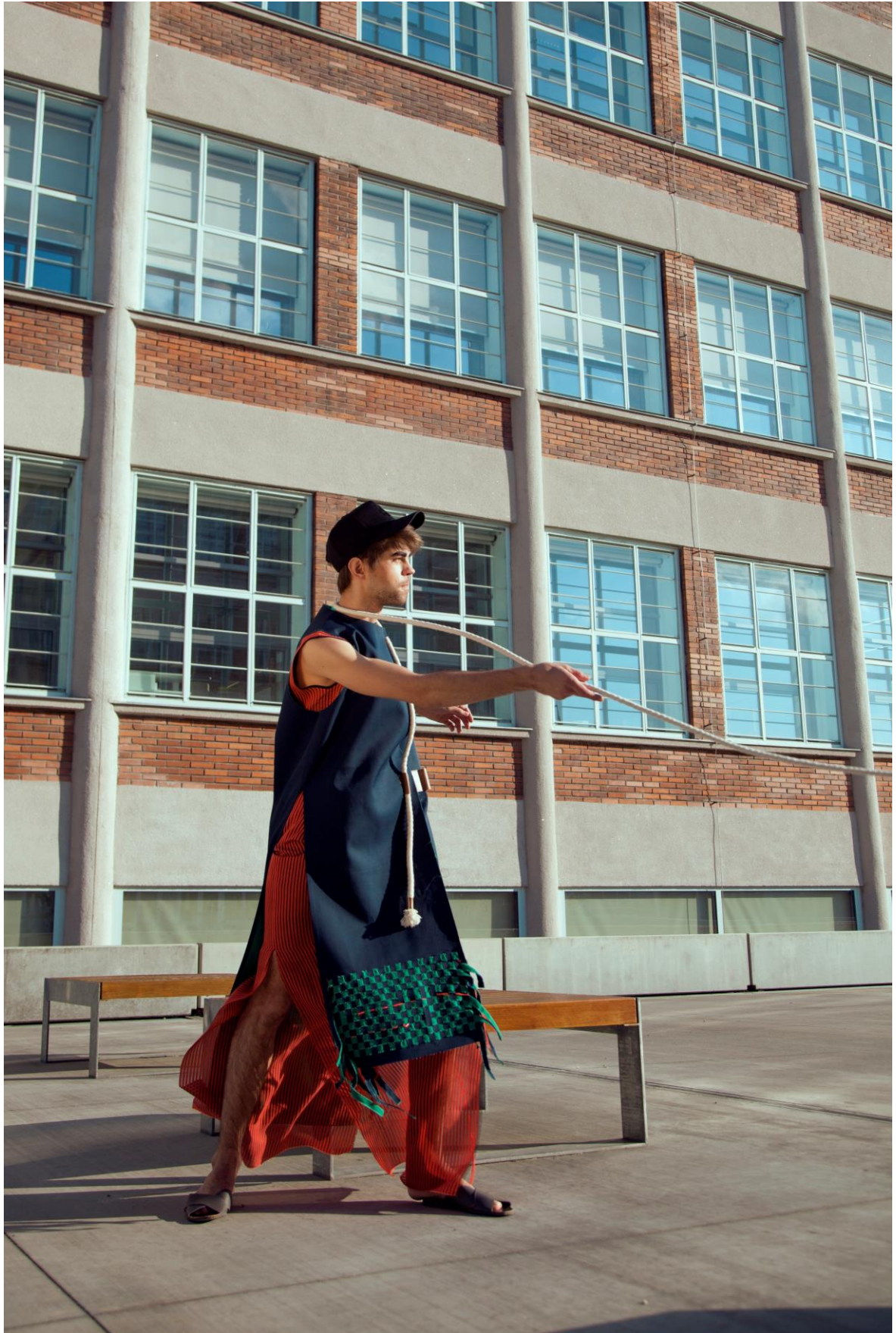
Model: David Navrátil

Make up: Leona Ondrušková















ZÁVĚR

Cílem mojí bakalářské práce bylo vytvořit kolekci, která by v lidech podněcovala zájem o kvalitu namísto kvantity a nahradila tím tak konzumní módu. Na místo nesmyslných potisků nechat vyniknout ruční práci a skrze oděv pak pochopit tajemství hodnot, které jsem ve své práci analyzovala.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BEE, Deborah, 2010. *Couture in the 21st century*. London: A & C Black : Harrods. ISBN 978-1-4081-3489-4.
- [2] COMMITTEE ON BLUE WATER NAVY VIETNAM VETERANS AND AGENT ORANGE EXPOSURE, 2011. *Blue Water Navy Vietnam Veterans and Agent Orange Exposure* [online]. Washington, D.C.: National Academies Press [vid. 2016-květen-12]. mISBN 978-0-309-16247-0. Dostupné z: <http://www.nap.edu/catalog/13026>
- [3] EUROGUIDANCE CZ, 2013. *Anna Hogenová, Pohled na současnost očima filosofky* [online]. [vid. 28. prosinec 2015]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=h2f_wOAh8LE
- [4] FURY, Alexander, 2016. *Gosha Rubchinskiy Fall 2016 Menswear Collection - Vogue* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-menswear/gosha-rubchinskiy>
- [5] HEŘMANOVÁ, Eva, 2016. *Tradice – Arts Lexikon* [online] [vid. 2016-květen-09]. Dostupné z: <http://www.artsllexikon.cz//index.php?title=Tradice>
- [6] HLAVÁČ, Jan, 2015. *Marx poněkud jinak*. První brožované vydání. B.m.: Praha: vydal autor Jan Hlaváč vlastním nákladem. ISBN 978-80-260-8318-4.
- [7] HONEST BY., 2016. *BRUNO PIETERS / Designers / Honest by* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.honestby.com/en/page/92/bruno-pieters.html>
- [8] INDVIK, Lauren, 2014. How Everlane's Petra Langerova Is Making It in Fashion. *Fashionista* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://fashionista.com/2014/10/petra-langerova-everlane>
- [9] INSTITUTE FOR GLOBAL LABOUR AND HUMAN RIGHTS, 2013. *Factory Collapse in Bangladesh Institute for Global Labour and Human Rights* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.globallabourrights.org/campaigns/factory-collapse-in-bangladesh>
- [10] KAMLANI, Tarannum, 2013. *Made in Bangladesh - the fifth estate - CBC News* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.cbc.ca/fifth/episodes/2013-2014/made-in-bangladesh>
- [11] KELLER, Kevin Lane, 2007. *Marketing Management - 12. vydání*. B.m.: Grada Publishing a.s. ISBN 978-80-247-1359-5.

- [22] LEPPIN, Zdeněk, 1968. *Filosofie hodnot a naše doba: (úvod do problematiky axiologie)*. 1. vyd. Praha: Svoboda.
- [33] MÁCHALOVÁ, Jana, 2012. *Budiž móda: průvodce dějinami módy 20. století*. Vyd. 1. Praha: Brána. ISBN 978-80-7243-608-8.
- [44] MORAVSKÉ ZEMSKÉ MUZEUM, 2012. *MZM - Memory - Liběna Rochová reflexe tradic v oděvních objektech* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.mzm.cz/memory-libena-rochova-reflexe-tradic-v-odevnich-objektech/>
- [55] MOWER, Sarah, 2015. *Chanel Spring 2016 Ready-to-Wear Collection - Vogue* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/chanel>
- [66] MUNDY, Jennifer, 2015. Marcel Duchamp, „Fountain“ 1917, replica 1964. *Tate* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.tate.org.uk/art/artworks/duchamp-fountain-t07573/text-summary>
- [77] PHELPS, Nicole, 2016. Chloé Fall 2016 Ready-to-Wear Fashion Show. *Vogue* [online] [vid. 2016-květen-11]. Dostupné z: <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/chloe>
- [88] STAŇKOVÁ, Jitka a Ludvík BARAN, 2008. *Tradiční textilní techniky*. 1. vyd. Praha: Grada. Řemesla, tradice, technika. ISBN 978-80-247-2035-7.
- [99] STRÁNSKÁ, Drahomíra, 1949. *Lidové kroje v Československu. Díl I, Čechy*. 1. vyd. Praha: J. Otto.
- [20] ŠINDLER, Petr, 2003. *Event marketing: jak využít emoce v marketingové komunikaci*. 1. vyd. Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-80-247-0646-7.
- [210] ŠVIRÁKOVÁ, Eva, 2015. *Inovace a tradice, kvalita a kvantita v projektovém managementu*. 1. vydání. Zlín: Radim Bačuvčik - VeRBuM. ISBN 978-80-87500-69-9.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Obr. Obrázek

Tzv. Takzvaný

UMPRUM Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Zaměstnanci Rana Plaza.....	12
Obr. 2 Ekologické aspekty pěstování bavlny.....	14
Obr. 3 Chanel kolekce Spring RTW 2016.....	16
Obr. 4 Chloé kolekce Fall RTW 2016	17
Obr. 5 Výstava Budoucnost tradice Obr. 6 Model Liběny Rochové	19
Obr. 7 Kampaň Dolce & Gabbana.....	20
Obr. 8 Leštění konopné látky kamenem v Sapě	21
Obr. 9 Štítek Worth & Bobergh.....	22
Obr. 10 Kalkulace ceny Honest by.	24
Obr. 11 Duchampova Fontána	25
Obr. 12 Pantofle	26
Obr. 13 Lidé ve Vietnamu s pantoflemi	27
Obr. 14 Gosha Rubcinsky	28
Obr. 15 Moodboard.....	30
Obr. 16 Materiály.....	32
Obr. 17 Skica a detail 1	33
Obr. 18 Skica 2	34
Obr. 19 Skica 3	35
Obr. 20 Skica 4	36
Obr. 21 Skica 5	37
Obr. 22 Skica 6	38
Obr. 23 Skica 7	39

SEZNAM PŘÍLOH

CD - ROM