

VNÍMÁNÍ BAREV V ODĚVU

Žofie Soldánová

Bakalářská práce
2022



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Design oděvu

Akademický rok: 2021/2022

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Žofie Soldánová**
Osobní číslo: **K19052**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Design oděvu**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Vnímání barev v oděvu**

Zásady pro vypracování

1. Teoretická část:

Prostudování a analýza dostupných materiálů a informací, obrazová příloha, vlastní závěry v minimálním textovém rozsahu 20-25 normostran. Řešení je doplněno kresebnými návrhy. Práce se věnuje významu barev v oděvu a jejich vlivem na psychický stav člověka.

2. Praktická část:

Výtvarné zpracování a realizace finálních návrhů v počtu 5-7 modelů. Praktická část vychází z nabytých poznatků z teoretické části, které se uplatňují při tvorbě oděvní kolekce. Práce je doplněna o dokumentační fotografie z procesu tvorby, módní fotografie, popřípadě krátké promo video. Rozsah práce: minimálně 40 normostran. Formát A4. Práce bude odevzdána ve dvou stejnopisech v pevné vazbě (1 může být v kroužkové vazbě). Součástí odevzdané písemné práce bude i dodání elektronické verze bakalářské práce na Flash disku. Flash disk bude obsahovat taktéž samostatné fotografie v tiskové kvalitě z praktické části bakalářské práce. 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.

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

DANNHOFEROVÁ, Jana. Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 9788025137857.

GOETHE, Johann Wolfgang von a Jan DOSTAL. Smyslově-morální účinek barev. 2. vydání. Hranice: Fabula, 2011. ISBN 9788086600130.

LÁTALOVÁ, Klára. Bipolární afektivní porucha. Praha: Grada, 2010. ISBN 9788024731254.

WAGER, Lauren. Palette Perfect: Color Combinations Inspired by Fashion, Art and Style. Barcelona: Promopress, 2018. ISBN 841596790X.

EISEMAN, Leatrice a E. P. CUTLER. Pantone on Fashion. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

Vedoucí bakalářské práce: **MgA. Alice Klouzková, PhD.**
Ateliér Design oděvu

Datum zadání bakalářské práce: **1. listopadu 2021**

Termín odevzdání bakalářské práce: **20. května 2022**

L.S.

Mgr. Josef Kocourek, PhD.
děkan

doc. MgA. Kristýna Petříčková, Ph.D.
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 1. prosince 2021

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Prohlašuji, že:

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

Ve Zlíně dne: 19.5.2022.....

Jméno a příjmení studenta: Žofie Soldánová.....

podpis studenta

ABSTRAKT

Abstrakt v českém jazyce

Bakalářská práce se zabývá souvislostmi mezi naším psychickým rozpoložením a barvami, kterými se obklopujeme.

V teoretické části zkoumá symboliky jednotlivých valérů a blízký vztah mezi oděvem a jeho nositelem. V praktické části jsou získané vědomosti využity v autorské oděvní kolekci. Tvarosloví modelů je inspirováno proměnlivostí duševního stavu osob žijících s bipolární afektivní poruchou, kdy nejdůležitějším prostředkem k vyjádření pocitů slouží celoplošné potisky.

Klíčová slova:

psychologie barev, celoplošné potisky, kontrast, bipolární afektivní porucha

ABSTRACT

Abstract in English

This bachelor thesis focuses on the connection between our mental condition and the colours we use to surround ourselves.

In the theoretical part, it explores the symbolism of individual shades and the close relationship between the garment and its wearer. In the practical part, the gained knowledge is used in the original clothing collection. The morphology of the models is inspired by the changing mental state of a person living with bipolar affective disorder. All-over prints are the most important means of expression of feelings.

Keywords:

colour psychology, all-over prints, contrast, bipolar affective disorder

Děkuji MgA. Alici Klouzkové, Ph.D. za vedení bakalářské práce.

Děkuji svým blízkým za veškerou formu podpory.

Děkuji Radce Korandové za skvělé fotografie a celému týmu za jejich čas a ochotu.

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

OBSAH

ÚVOD.....	8
I TEORETICKÁ ČÁST	9
1 VÝZNAM BAREV V ODĚVU.....	10
1.1 SOCIÁLNÍ A HISTORICKÉ SOUVISLOSTI OVLIVŇUJÍCÍ BAREVNÉ PREFERENCE.....	13
2 SYMBOLIKA BAREV A JEJICH MÍSTO V MÓDĚ	19
2.1 PRIMÁRNÍ BARVY	19
2.1.1 Žlutá barva	19
2.1.2 Červená barva.....	23
2.1.3 Modrá barva	27
2.2 SEKUNDÁRNÍ BARVY	30
2.2.1 Oranžová barva	30
2.2.2 Fialová barva	32
2.2.3 Zelená barva	35
3 VLIV BAREV NA PSYCHICKÝ STAV.....	37
3.1 BIPOLÁRNÍ AFEKTIVNÍ PORUCHA.....	37
3.1.1 Manická epizoda	38
3.1.2 Depresivní epizoda.....	39
4 VLIV ODĚVU NA PSYCHICKÝ STAV	41
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	43
5 ÚVOD A KOLEKCE COLOR MANIA	44
5.1 POTISKY, MATERIÁLY A VÝSLEDNÁ BAREVNOST	46
5.2 SILUETY	51
5.3 POSTUP PRÁCE A VÝSLEDNÉ MODELÝ	52
5.3.1 Model č. 1 – kabát	54
5.3.2 Model č. 2 – top a kalhoty.....	57
5.3.3 Model č. 3 – dvojité šaty	59
5.3.4 Model č. 4 – šaty	61
5.3.5 Model č. 5 – bunda a sukně.....	63
III PROJEKTOVÁ ČÁST	65
6 LOOKBOOK.....	66
ZÁVĚR	83
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	84
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	87
SEZNAM OBRÁZKŮ	88
ZDROJE OBRÁZKŮ	89
SEZNAM PŘÍLOH.....	91

ÚVOD

Co pro nás oděv znamená? Jaké poselství nám předávají jeho barvy? Je možné jejich prostřednictvím manipulovat naším duševním rozpoložením?

Téma této bakalářské práce se zabývá několika zdánlivě nesouvisejícími okruhy, u kterých jsou postupně odhalovány jejich vzájemné vazby. Vše začíná u barev. U něčeho tak přirozeného, že se to může zdát samozřejmým. Teoretická část se zabývá jejich působením na naši psychiku. Začíná pátrat již v historických souvislostech, čerpá z časů, kdy se začaly vytvářet vjemy, jež postupně zakořenily v podvědomí lidského pokolení.

Zažitá symbolika specifických odstínů nám otevírá tematický okruh významu barev v odívání a jejich důležitosti ve vztahu mezi oděvem a jeho nositelem. Toto intimní pouto je využíváno k nalezení rovnováhy mezi touhou o sebevyjádření a snahou oklamat vlastní mysl. Hledá cestu mezi dvěma protipóly. Inspirace pro praktickou část vychází z problematiky bipolární afektivní poruchy. Její cyklické stavy plné kontrastu přenáší do autorských velkoformátových potisků. Ty se tak stávají dominantou celé kolekce. Kouzlo desénů spočívá ve společném, a přesto rozdílném základu. Ten je, stejně jako proměnlivost lidské bytosti, jež je zmítaná uvedenou nemocí, polarizován na jednu či druhou stranu. Můžeme tak v těžkosti deprese pozorovat i prvky odkazující k manické sebedůvěře.

Bakalářská práce v oboru oděvnictví nemůže být kvalifikována jako pomoc při odborném medicínském postupu, ani se nesnaží se o lékařský náhled. Její snahou je hledat možnosti neverbálního projevu na cestě k vyjádření vlastních emocí a nálad. Výsledná kolekce pěti dámských modelů se staví do pozice plátna, na které jsou pocity přeneseny a napomáhají tak souznít s naší psychikou.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VÝZNAM BAREV V ODĚVU

V módním odvětví hrají barvy podstatnou roli. Pro jejich schopnost přilákat pohledy okolí jsou milovány a nošeny ženami i muži po celém světě. Dennodenně se učíme citu pro jejich vzájemné kombinace, ale zapomínáme se při tom zamyslet nad tím, jaký příběh s jejich pomocí vyprávíme. Ačkoliv se barevné trendy střídají a opakují, význam, jež mají v našich šatnících je hlubší, než si myslíme. Při spojení všech určujících vlivů dohromady pochopíme, co vše je možné vyčíst z historie pomocí charakteristické barevné palety. Na důvody konkrétní barevnosti v určitém období můžeme pohlížet z mnoha různých úhlů. Buďto z pohledu celku – sociální úrovně, průmyslového rozvoje či politického pozadí, nebo se můžeme soustředit na jedince, jenž si tuto barevnost zvolil a proč.

Při výběru oděvu, a to jak během nákupního procesu, tak i při rozhodování, co si daný den chceme obléci, nejvíce hledíme právě na barevnost. Rafiq Elmansy, PhD ve své publikaci *The Psychology of Color in Branding* uvádí, že až 93 % našich úsudků pramení z vizuálního vzhledu produktu, tj. tvaru a barvy. Pouze zbývajících 7 % tvoří textura, materiálové složení či ozdobné komponenty.¹

Jelikož je barva prvním aspektem, který ovlivňuje naše rozhodnutí, je důležité na její význam zaměřit pozornost. Když volíme šaty na odpolední piknik s přáteli nebo na večer strávený v divadle, nesáhneme po shodném odstínu. V hlavě nám projede řada situací – přes místo, denní dobu, ale i naše tělesné proporce, věk a v první řadě to, jak chceme na své okolí zapůsobit. Barva má tu schopnost, že může ze svého nositele stvořit středobod celé místnosti stejně tak dobře, jako nevýraznou postavu, které si nikdo nevšimne. Proto je radno volit odstín svého oděvu pečlivě a teprve na základě tohoto vyhodnocovacího procesu se rozhodnout pro finální paletu.

Náš finální výběr částečně usnadňují barevné trendy, které se nepravidelně, ale cyklicky, opakují a ovlivňují oblibu různých odstínů. Prognostici využívají významu, který je barvám přikládán a na základě analýzy kulturních, demografických a barevných vzorců, odhadují barevnou paletu pro nadcházející sezónu.

¹ ELMANSY, Rafiq. *The Psychology of Color in Branding*. *Designorate* [online]. Designorate, c2022, 1.2.2015 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.designorate.com/the-psychology-of-color-in-branding/>

Tyto předpovědi začaly vznikat již v roce 1915, kdy byla založena Color Association of United States (CAUS). Tato organizace měla za účel standardizaci barev pro textilní obchod.² V důsledku první světové války měla Amerika problémy s přehledem o módních barevnostech v Evropě a nedostatek informací o potřebách trhu ohrožoval plynulý chod průmyslu. Tato organizace se ve 20. letech 20. století spojila, aby převzala zodpovědnost za standardizovaný seznam barev. Začali vyrábět vzorkovníky, na jejichž odstíny se po zakoupení mohl prodejce odvolávat.³ Asociace vydává dva typy publikací. Karta sezónních barev poskytuje výrobcům textilu vzorky předpokládaných nejoblíbenějších odstínů, které jim pomáhají s výběrem na danou sezónu. Standard Color Reference of America naopak představuje barvy, po kterých je přetrvávající poptávka stále vysoká. Tento sborník obsahuje více než dvě stě typů textilu.⁴

Od počátku 21. století významné postavení v určování trendů získává Pantone Color Institute, který je obchodní jednotkou společnosti Pantone. Upozorňuje na nejlepší sezónní barvy na přehlídkových molech, vybírá Pantone barvu roku, předpovídá globální barevné trendy. Radí společnostem jak strategicky na vizuální identitu značky a produktu na základě získaných statistik z psychologie barev, jejich symbolické hodnoty a předpovědí oblíbenosti různých odstínů.⁵

Všechny tyto faktory si marketingoví stratégové dobře uvědomují a využívají své znalosti k upoutání zákazníka a ovlivnění jeho rozhodování. Ten si pak své preference přizpůsobuje za účelem vyjádření sebe či svých emocí. Všeobecně platí, že převážně světlejší barvy v sytých čistých odstínech jsou vnímány jako šťastnější a veselejší.

² Color Association of the United States records. *Hagley Museum and Library Archives* [online]. Wilmington: Hagley Museum and Library Archives [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://findingaids.hagley.org/repositories/3/resources/939>

³ How did color forecasting start in the USA. *Color Association of the United States* [online]. New York: Color Association of the US, c2020 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.colorassociation.com/questions/1>

⁴ Color Association of the United States records. *Hagley Museum and Library Archives* [online]. Wilmington: Hagley Museum and Library Archives [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://findingaids.hagley.org/repositories/3/resources/939>

⁵ Pantone Color of the Year 2022. *Pantone* [online]. Carlstadt (New Jersey): Pantone, c1996-2022 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2022>

Naopak tmavé, tlumenější varianty jsou spojovány s negativními emocemi, jako je smutek, úzkost či znechucení. Mylně je však chápáno, že v sobě obsahují pouze jeden z těchto protipólů. Každá barva obsahuje kladné i záporné asociace.

Barevné tóny a symbolika, kterou zahrnují, překvapivě neodpovídají preferencím barev. Modrá, sic barvou zármutku, patří k nejpreferovanějším barvám vůbec, na rozdíl od štěstím zářící žluté.⁶ Podle průzkumu provedeného v Evropě a Severní Americe v roce 2000, který je zmíněn ve studii *Color in Fashion Effects on Personality*, označuje 45 % respondentů modrou barvu jakožto svou nejoblíbenější. Žlutá byla naproti tomu uvedena pouze 6 %.⁷

Ve Velké knize barev od Jany Danhoferové je zmíněna myšlenka Dietra Shamppa, který uvádí 2 důvody, proč je pro nás určitá barevnost přednější a co o nás vypovídá. „*Barva odráží stav člověka, což je však velmi vzácné. Ve většině případů člověk volí určitou barvu jako kompenzaci. Příkladem mohou být mladiství, kteří volí oranžovou barvu proto, že se cítí být omezováni a oranžová je symbolem expanzivnosti, které se jim nedostává.*“⁸

Tuto citaci můžeme chápat jako vysvětlení změn barevných preferencí v průběhu věku. Společně s naším mentálním vývojem se mění i náš vztah k okolní společnosti a reflexe našeho postavení v ní.

⁶ OBENG, Sophia Leticia, Daniel Kwabena DANSO, Jonas Abora OMARI a Jonathan E.T. KUWORNU-ADJAOTTOR. Colour in fashion: Effects on personality. *ResearchGate: Find and share* [online]. Ghana: European Journal of Education Studies, 2018, 2018 [cit. 202201-23]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/337113490_Colour_In_Fashion_Effects_On_Personality

⁷ EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

⁸ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

* *Tématu léčby pomocí barev se věnuje obor Kolorterapie – vědecké odvětví zkoumající působení barev na duševní stav a organismus člověka. Jedná se o doplňující terapii ke klasickému medicínskému postupu.*

1.1 Sociální a historické souvislosti ovlivňující barevné preference

Díky dlouhému vývoji má v sobě barva oděvu zakořeněné silné vizuální i emocionální poselství, které přetrvává v našem podvědomí. Z pohledu nositele by mělo být důležité znát jejich vnitřní obsah. Může nám pomoci poznat sebe sama a poodhalit světu kdo jsme, anebo čím si právě procházíme.

Každoroční akce společnosti Pantone vyhlášující Pantone barvu roku by se možná mohla zdát mnohým zbytečná a oponovali by, že nelze stanovit nejoblíbenější odstín pro daný časový úsek. V pozadí konkrétních preferencí však stojí mnoho faktorů, které zrcadlí aktuální stav společnosti a dokládají, že barvy, s nimiž se ztotožňujeme, se proměňují stejně rychle, jako náš vkus v oblasti oděvního designu. Škály barev, jež byly v historii módy používány, vypráví pestrý příběh lidského vývoje. Zachycují nejen politickou situaci a rozdíly mezi sociálními vrstvami, ale i zakořeněné symboly, které nás ovlivňují dodnes.⁹

Tato hodnota se začala utvářet již ve starověku, z něhož existují první archeologické důkazy o textilním barvířství. To bylo ve své době vytvářeno za pomoci hlinek, uhlíků a sazí. Stáří těchto nálezů sahá až 14 000 let před náš letopočet, tudíž do stejné doby, z níž pochází malby ve španělské jeskyni Altamira. První písemné doklady o kolorování textilu se pak datují do období přibližně 2 600 let před naším letopočtem a byly dochovány na území Číny.¹⁰

Od počátku tohoto řemesla až do poloviny 19. století určovala hodnotu barviv složitost jejich výroby. Zvláště pak pigmenty jako purpur či indigo, jejichž získávání bylo obzvláště náročné, a tudíž velice nákladné, byly dokladem vysokého společenského postavení a rozsáhlého bohatství. Na získání malého množství indigové barvy, bylo zapotřebí na statisíce měkkýšů.¹¹

⁹ BROWNLEE, John. War, Peace and Technology: A History Of The 20th Century Through Color Trends. *Fast Company* [online]. New York: Mansueto Ventures, c2022, 12.9.2015 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.fastcompany.com/3054313/war-peace-and-technology-a-history-of-the-20th-century-through-color-trends>

¹⁰ MENCLOVÁ, Kateřina. *Kosatcová zeleň a přírodní organická barviva*. Unhošť, 2010. Bakalářská práce. Karlova Univerzita v Praze. Vedoucí práce Ing. Mgr. Štěpánka Kučková, Ph.D.

¹¹ EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

Tento luxus si mohli dovolit pouze nejvýše postavení, a tak papež Pavel II. určil roku 1464 kardinálskou červeň jakožto jednotnou barvu používanou na oděvy vysokých církevních hodnostářů. Tímto činem chtěl ukázat jejich moc a důležitost.¹² Stejně myšlenky se drželi i panovníci, u nich můžeme tuto barevnost vidět jako signifikantní dodnes.

Tuto výsadu bohatých vrstev narušil v polovině 19. století vynález, který zpřístupnil všem společenským třídám plnou škálu valérů. Do té doby můžeme mluvit pouze o přírodních pigmentech. A ačkoliv již dříve vznikaly dokonce úspěšné pokusy o vytvoření syntetického barviva (Friedlieb Ferdinand Runge objevil a identifikoval fenol a anilin, vůbec první syntetické textilní barvivo)¹³ až v roce 1856 učinil Angličan Henry William Perkin zásadní průlom. Při experimentování se syntetickým vzorcem, který měl nahradit přírodní antimalarikum chinin. Vyšel mu namísto bezbarvého prášku načervenalý odstín. Perkin chtěl lépe porozumět proběhlé reakci, a tak se rozhodl vyzkoušet postup ještě s přidáním anilinu. Vzešel mu surový černý materiál, který však po dalších úpravách dával fialové barvivo. Toto barvivo vytvořilo krásnou lesklou barvu, kterou si Perkin nechal patentovat. Barva dostala název „anilinová fialová“ neboli "mauvein". V tu chvíli vůbec netušil, že tímto objevem zásadně ovlivní vývoj módy.¹⁴

Nevídaná brilance a intenzita, která do té doby nebyla známá, našla okamžitě velkou řadu svých obdivovatelů. Můžeme ji proto záhy zpozorovat na mnoha dámských šatech a oděvních kouscích. Nebyl však obarven pouze nosný materiál, ale i veškeré textilní komponenty. Toto šílenství po fialové, bylo tak výrazné, že mu v roce 1859 časopis „Punch“ udělil satirický název "Mauve Measles – aneb „fialové spalničky“.¹⁵

¹² MENCLOVÁ, Kateřina. *Kosatcová zeleň a přírodní organická barviva*. Unhošť, 2010. Bakalářská práce. Karlova Univerzita v Praze. Vedoucí práce Ing. Mgr. Štěpánka Kučková, Ph.D.

¹³ SCHWENK, Ernst F. http://acshist.scs.illinois.edu/bulletin_open_access/v30-1/v30-1%20p30-34.pdf. In: *Bulletin for the History of Chemistry: Friedlieb Runge and his capillary designs*. 30. Wiesbaden: Division of History of Chemistry of the American Chemical Society, 2005, s. 30-34. Dostupné také z: v30-1 p30-34.pdf

¹⁴ Day dress. *Victoria and Albert Museum* [online]. London: Victoria and Albert Museum, c2022, March 28, 2006 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: collections.vam.ac.uk

¹⁵ Day dress. *Victoria and Albert Museum* [online]. London: Victoria and Albert Museum, c2022, March 28, 2006 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: collections.vam.ac.uk

Od této doby dochází k postupnému nahrazování přírodních barviv barvivy syntetickými. Vytvářeny jsou nové a nové odstíny např. fuchsin, anilinová černá a mnoho dalších. S příchodem syntetických materiálů se navíc dveře k pestrobarevnému šatníku nadále otevírají.¹⁶



Obrázek 1 Mauvenin aneb Perkinova violet, Day dress, Victoria and Albert Museum

Počátkem 20. století však rozvojem výrazně zamíchává sociální a politická situace ve světě. Během válečných konfliktů první a druhé světové války nebyl prostor pro módu, ba naopak obecně platí, že v době krize se lidé uchylují k oděvu střídmému a ryze praktickému. Nebyly finance, příležitosti, a vlastně ani duševní rozpoložení k tomu, aby byly barvy nošeny.¹⁷ Je nutné si uvědomit, že stejně jako v Anglii během druhé sv. války, tak i v našich zemích během Protektorátu Čechy a Morava, bylo možné koupit oděv pouze na přidělové lístky.

¹⁶ Historie BASF: Doba barviv. *BASF: We create chemistry* [online]. Praha: BASF, c2017 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: https://www.agro.basf.cz/cs/About_Us/historie_basf/1865_1901/

¹⁷ BROWNLEE, John. War, Peace and Technology: A History Of The 20th Century Through Color Trends. *Fast Company* [online]. New York: Mansueto Ventures, c2022, 12.9.2015 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.fastcompany.com/3054313/war-peace-and-technology-a-history-of-the-20th-century-through-color-trends>

Na rozdílech v charakteristické barevnosti v době míru či naopak konfliktu, je dobře pozorovatelné, jak moc barevná paleta zrcadlí tvář své doby. Po vypuknutí první světové války byl jasně znatelný úbytek jasných, šťastných odstínů. Svě místo zaujaly mnohem surovější barevné skladby. Škála obsahovala reznou cihlovou, špinavě zelenou, béžovou, a samozřejmě taktéž černou. Tyto odstíny můžeme vidět například na dochovaném plakátu Červeného kříže z roku 1914. Kombinace zemitých přírodních tónů přímo křičící návrat pouze k nejnnutnějším potřebám.¹⁸

Jakmile se společnost začala zdárně vymaňovat z krize jež nastala, do šatníků opět proniká naděje. I proto během meziválečných let mohla přijít v roce 1937 Elsa Schiaparelli s kolekcí naplněnou sytým, divokým odstínem výstižně pojmenovaným: „shocking pink“. Tato charakteristická barva je nepřehlédnutelná. Byla inspirována 17,47 karátovým diamantem Cartier a stejně jako vzácný kámen patřící Daisy Dellowesové, nese v sobě tento odstín sílu jedinečnosti. Tento valér se stal typickým podpisem tvorby Schiaparelli. Ikonický je například i pro její autorský parfém obdobně pojmenovaný Shocking. Ačkoliv diamant byl již ztracen, módní barva, kterou přivedl na svět, žije dál. A zatímco v letech 30. byla středobodem Paříže, v 50. letech si ji zamiloval Hollywood a na výsluní se opět dostává díky šatům od Williama Travilla navržených přímo pro slavnou Marlin Monroe.¹⁹

Za druhé světové války je znovu viditelný výrazný propad barevného spektra. Na druhou stranu válečný konflikt přinesl pokrok ve výzkumu nových materiálů. Ve 30. letech 20. století přišla firma DuPont s prvním, ryze synteticky vyráběným materiálem s názvem polyamid 6.6, později známějším pod jménem nylon. Tento materiál používaný během válečného konfliktu na padákové textilie si brzy pro své vlastnosti získal oblibu široké veřejnosti. Proto jej v dalších dvou desetiletích následovaly nové čistě syntetické materiály, a to akryl a polyester.²⁰

¹⁸ BROWNLEE, John. War, Peace and Technology: A History Of The 20th Century Through Color Trends. *Fast Company* [online]. New York: Mansueto Ventures, c2022, 12.9.2015 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.fastcompany.com/3054313/war-peace-and-technology-a-history-of-the-20th-century-through-color-trends>

¹⁹ Pantone Color of the Year 2022. *Pantone* [online]. Carlstadt (New Jersey): Pantone, c1996-2022 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2022>

²⁰ ŠATKOVÁ, Adriana, Technologie oděvního designu 4, Vývoj nových materiálů, 2021

Jelikož do počátku 20. století existovaly pouze materiály přírodní, barvení bylo uzpůsobeno jejich vlastnostem. S přílivem syntetických vláken, které reagovaly na pigmenty velmi odlišným způsobem a nebylo je možné zabarvit do stejně sytých odstínů, vyvstávaly tak problémy s jejich zpracováním. Zlom nastal vynálezem fluorescentního barviva a techniky sítotisku v 60. letech.²¹ Představme si, jak by asi vypadaly oděvy tohoto desetiletí, pokud by nedošlo k průlomu v barvířském odvětví. Květinové děti by nebyly oděny do jasných barev a móda inspirovaná etnickými kulturami by se stěží mohla rozzářit všemi barvami. Pravděpodobně by pak naše představa o této dekádě nabrala úplně jinou podobu, než jak ji vnímáme dodnes. Důvěra v počátek „zlatého“ věku, touha po svobodě, míru, lásce, to vše bylo zachyceno v pestrobarevnosti a bujarosti oděvů své doby. Nejvíce ikonickými barvami byla jasně žlutá, červená, oranžová a světle modrá. Kreativní ředitelka časopisu Vogue Grace Coddington dokonce označila odstín Cyber Yellow za „praskání, třesk a módní zemětřesení mládí 60. let.“²² Fascinace výraznými barvami a vzory zapříčinila zájem o asijské a africké kultury, které se tak staly zdrojem inspirace.

V 70. letech se svými textilními desény odkazujícími k vývoji potisku a barvení proslavil Emilio Pucci. Jeho ikonické práce osvěží a nadchnou svou jedinečnou hravostí. Sofistikované spojení zářivých barev společně s vůbec prvním využitím optických iluzí v oděvu, se stalo charakteristickým znakem Pucciho designu. Energický radostný efekt nechával prostor pro jednodušší střihy, avšak jeho rukopis byl díky originálním vzorům již na první pohled znatelný a stal se symbolem své doby.²³

Šířku škály barev dále ovlivnilo v 90. letech zavedení procesu grafického zpracování potisků a návrhů v počítači.²⁴ V současné době společně s nástupem digitální módy jsou možnosti výběru konkrétní barvy nepřeborné a umožňují designérovi absolutní tvůrčí svobodu.

²¹ ŠATKOVÁ, Adriana, Technologie oděvního designu 4, Vývoj nových materiálů, 2021

²² EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

²³ MANSOUR, Lara. Prince Of Prints: The History Of Emilio Pucci. *Aeworld: Access to the World's Best Fashion and Luxury* [online]. Dubai: a&e, c2022, 22-02-2018 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://aeworld.com/fashion/in-focus/history-of-emilio-pucci/>

²⁴ BROWNLEE, John. War, Peace and Technology: A History Of The 20th Century Through Color Trends. *Fast Company* [online]. New York: Mansueto Ventures, c2022, 12.9.2015 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.fastcompany.com/3054313/war-peace-and-technology-a-history-of-the-20th-century-through-color-trends>



Obrázek 2 Emilio Pucci, barevné potisky

2 SYMBOLIKA BAREV A JEJICH MÍSTO V MÓDĚ

Každý hmatatelný předmět i abstraktní objekt má schopnost vyvolávat v nás určité pocity. Napomáhá mu k tomu jeho vzhled, účel, tvar, ale i asociace, které s nimi máme spojené. Barvy mají tu zvláštnost, že nás obklopují denně v podstatě každý okamžik našeho života. Podprahových spojení tudíž máme vytvořených nepřebornou škálu. Přirovnáváme k nim nálady i lidské charaktery, ale taktéž je přisuzujeme třeba planetám, bohům nebo znamením zvěrokruhu.

2.1 Primární barvy

Primárními barvami je žlutá, červená a modrá. Z této základní palety lze pomocí jejich smíchávání dosáhnout všech dalších možných valérů.²⁵

2.1.1 Žlutá barva

Žlutá barva je ve své čistotě barvou nanejvýš pozitivní. Tyto kladné pocity se odvíjejí od asociace se Sluncem, teplem, létem. Připomíná zlato, jenž je považováno za věčný kov. Vzbuzuje v nás veselost a optimismus, naději a osvětlení. Ze všech chromatických barev dává nejvíce světla.²⁶ Její výrazná expanzivnost ovšem může probouzet agresi či vyvolávat vnitřní frustraci.²⁷ Není proto radno používat intenzivní žlutě ve velkých plochách.²⁸ Dobře funguje jako akcentující barva. Hodí se pro výstražné, bezpečnostní prvky například na pracovních oděvech, nebo bývá obchodními společnostmi využívána k upoutání zákazníka.²⁹

²⁵ TITOR, Ivan, *Nauka o barvě, Primární a sekundární barvy*, 2021

²⁶ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

²⁷ Bright Yellow: Meaning. *Canva* [online]. Canva, c2021 [cit. 2022-01-23]. Dostupné z: <https://www.canva.com/colors/color-meanings/bright-yellow/>

²⁸ EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

²⁹ Bright Yellow: Meaning. *Canva* [online]. Canva, c2021 [cit. 2022-01-23]. Dostupné z: <https://www.canva.com/colors/color-meanings/bright-yellow/>

Karl Lagerfeld ve sloganu francouzské silniční bezpečnosti vystihl podstatu žluté barvy v oděvu těmito slovy: „Je to ŽLUTÉ, je to ošklivé, k ničemu se to nehodí, ale může vám to zachránit život.“



Obrázek 3 Lagerfeld

Aby tato excentrická barva byla správně vyvážená, je důležité zaměřit se nejen na odstín, ale i na materiál, na kterém bude prezentována. Ten může její výjimečnost buďto výrazně podtrhnout nebo naprosto znehodnotit. Pokud se něžně leskne na kvalitním hedvábí, může se svou vznešeností blížit zlatu. Nachází-li se však na materiálu nekvalitním, či obyčejném, svým zašpiněným zjevem ztratí veškerou sílu a energii. Při zkalení svého jasného tónu může působit až odpudivým dojmem. Stala se proto symbolem závisti, žárlivosti, falše a zbabělosti. Byla označována i za barvu Jidášovi zrady, čarodějnic a prostitutek.³⁰

³⁰ GOETHE, Johann Wolfgang von. *Smyslově-morální účinek barev*. Hranice: Fabula, c2011, 110 s. ISBN 9788086600130.

„Je-li tato barva v nesmíšeném a jasném stavu příjemná a utěšená, má-li ve své plné síle v sobě cosi veselého a ušlechtilého, tedy je naproti tomu svrchovaně choulostivá a působí značně nepříjemně, je-li znečištěna nebo do jisté míry zatažena na stranu zápornou. V tomto smyslu má v sobě cosi nepříjemného i barva síry, přecházející do zelena.“³¹

Jak již bylo zmíněno výše, i přes své veskrze kladné konotace, nejedná se v odívání o příliš oslavovaný odstín. Již od 19. století je zřídkakdy vnímána jako oblíbená barva, a to zejména ve Francii a Spojených státech. Podle průzkumů provedeného v roce 2020 zkoumajícího preference barev v Evropě, skončila až na 6. místě, poslední ze všech primárních barev.³² O svých obdivovatelích vypovídá snahu o oproštění se od každodenních problémů. Tito lidé hledají naději a štěstí, touží po změně, díky které by dosáhly bezstarostnějšího života. Naproti tomu osoby s odporem k jejím valérům se nesnaží hnát za změnou a sebezdokonalením. Jejich postoj značí momentální vnitřní zklidnění.³³

V roce 2020 byla Illuminating yellow společně s Ultimate Gray vyhlášena barvou roku 2021. Společnost Pantone volbu zdůvodňuje na základě ustálených symbolik, které vyjadřují tyto odstíny. Zvolená kombinace měla ve společnosti vzbudit větší pocit jistoty a naděje ve šťastnější zítřky. Rozjasňující žlutá nám pomáhá překonat přetrvávající nejistotu svou silnou energií a vitalitou, narozdíl od jejího šedého partnera, který nám dává pocit stále půdy pod nohama.³⁴ Společně se objevily například v kolekci značky Balmain SS 2021 nebo na přehlídce Salvatora Ferragamo ve stejné sezóně.

³¹ GOETHE, Johann Wolfgang von. *Smyslově-morální účinek barev*. Hranice: Fabula, c2011, 110 s. ISBN 9788086600130.

³² DUPLAIX, Guillaumette. Yellow color: history and values. *Runway Magazine* [online]. Paris: Official Runway Magazine, 22nd August 2020 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://runwaymagazines.com/yellow-color-history-and-values/>

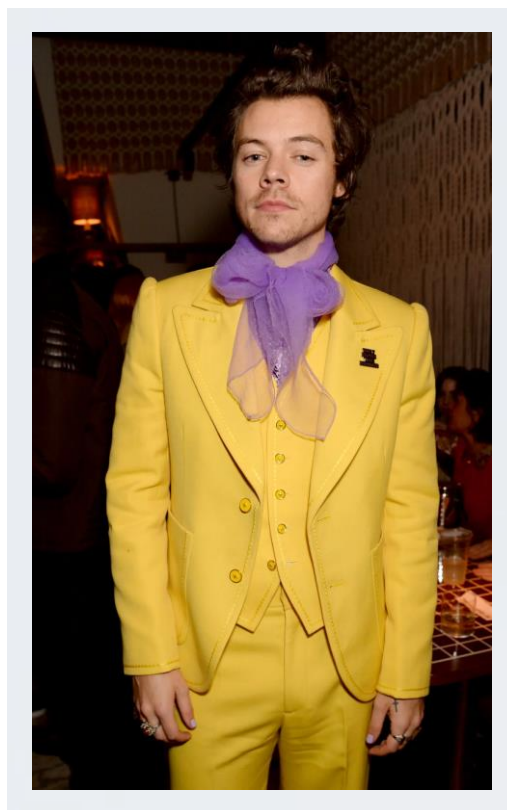
³³ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

³⁴ Color of the Year 2021: PANTONE 17-5104 Ultimate Gray + PANTONE 13-0647 Illuminating. *Pantone* [online]. Carlstadt, New Jersey: Pantone, c1996-2022 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.pantone.com/articles/past-colors-of-the-year/color-of-the-year-2021>

Své místo však měla již v dřívějších letech. V roce 2019 ovládly New Yorkský fashion week SS 2020 výrazné barvy. Například přehlídka Marca Jacobse byla přímo zaměřena na oslavu života, radosti, rovnosti, individuality a optimismu.³⁵ Není proto divu, že se uchýlil k mnoha jasným barevnostem, z kterých i přes to pronikavá žlut' stále vynikala. Celožlutý oblek z této kolekce vynesla například Lady Gaga na prosincové obálce časopisu Elle v roce 2019 a nebo Harry Styles při příležitosti předávání cen BRIT Awards v roce 2020.³⁶



Obrázek 5 Lady Gaga



Obrázek 4 Harry Styles

³⁵ PETRARCA, Emilia. Color Theory: Everyone's Wearing Optimistic Yellow. *The Cut* [online]. Washington, D.C.: Vox Media, c2022, September 12, 2019 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.thecut.com/2019/09/spring-2020-color-trend-yellow.html>

³⁶ FERNANDEZ, Celia. Harry Styles and Lady Gaga wore the same marigold suit just months apart. *Insider* [online]. Insider, c2022, Feb 19, 2020 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.insider.com/harry-styles-lady-gaga-marc-jacobs-marigold-suit-2020-2>

2.1.2 Červená barva

„Červená je fascinující barva; barva života, krve a smrti, vášně a lásky; dokonalý lék na smutek.“³⁷ Tento výrok Valentina Garavani obsahuje veškerou rozervanost tohoto dramatického odstínu.

Červená je barvou prudkých emocí. Obsahuje v sobě ohromné množství energie, vyúsťující až v nezkrotné pocity nebezpečí a násilí. Je to barva sexuálních pudů a životní síly. Na intenzitě nabírá i díky spojitosti s ohněm a krví. Na jednu stranu nás rozechvěje toužebným vzrušením, připomene nám sílu lásky i počátek světa. Vzápětí nás smete krveprolitím a vzvedne v nás vlnu hněvu a agrese v primitivní touze po moci. Pro svou násilnost je v křesťanských výkladech pojímána jako barva zla, nemravnosti a vášni seslaných satanem.³⁸

Předcházející popis již nastiňuje osoby, které propadly specifickému kouzlu této vášnivé dámy. K jejímu obdivování mají sklony impulzivní lidé, kteří v sobě skrývají stejnou dávku energie. V těchto jedincích se pravidelně bouří touha po úspěchu, vítězství a silných zážitcích. Často mají ohnivou hlavu, která nepřemýšlí a okamžitě jedná. Zaštiťuje temperament sangviniků. Opakem se stávají lidé se strachem ze života, kteří se před takovým výbuchem emocí raději stahují do ústraní.³⁹

Není divu, že specifické vlastnosti a síla této barvy okouzila mnohé návrháře. Ve světě módy je "červená" a "Valentino" doslova synonymem. Ikonický odstín s názvem Rosso Valentino je podpisem legendárního italského návrháře, který je s tímto specifickým valérem spojován již od prezentace šatů „Fiesta“ v roce 1959. Jeho nekonečná posednost touto barvou se ukázala i v roce 2003, kdy vytvořil modernější a cenově dostupnější odnož značky Valentino zaměřenou na oděvy pro ženy. Tu pojmenoval RED Valentino.

³⁷ VALENTINO, EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

³⁸ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

³⁹ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

Tento název je důvtipným spojením narážky na návrhářovu charakteristickou barevnost a zároveň zkratkou sousloví Romantic Eccentric Dress – romantické výstřední šaty, které vystihují obsah dceřiné značky RED Valentino.⁴⁰ Jeho oddanost červené přetrvala po celou dobu jeho tvorby, a proto se jí také rozhodl ukončit svou poslední haute couture přehlídku v roce 2008, kdy na její závěr vypustil na molo všech 30 modelek oděných do shodných ohnivě rudých šatů. Tímto gestem zakončil nejenom svou pětasedmdesátou fashion show, ale taktéž svoji profesní kariéru.⁴¹



Obrázek 6 Valentino 2008

⁴⁰ ALEXENGLISH. What is the difference between RED Valentino and Valentino? *Italist* [online]. October 8, 2021 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.italist.com/magazine/what-is-the-difference-between-red-valentino-and-valentino-garavani/>

⁴¹ EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

Vedle Valentina Garavaniho se červená objevuje i v modelech mnoha dalších návrhářů. Ze zvukných jmen nelze opomenout designéra Alexandra McQueena, který pro značku Givenchi na sezónu Podzim/Zima 1999 zhotovil torzo High Risk Red. Jednalo se o vypasovaný živůtek z lisované kůže, který si kladl za cíl podtrhnout sexualitu ženských křivek nejenom siluetou, ale taktéž svou d'ábelsky rudou barevností.⁴²

Vzhledem ke svému erotickému podtónu je tato barva hojně využívána i návrháři dámského spodního prádla. Ovšem pro svůj výrazný charakter se často objevuje i na reklamních a propagačních materiálech. Karmínovou červeň symbolizující pohodlí blahobytu známe například z vizuální identity oděvních obchodních řetězců jako je Levi's či H&M, které chtějí přilákat pozornost náhodného diváka. V kombinaci s bílou barvou se navíc jedná o spojení, které nejdéle setrvává v paměti.⁴³



Obrázek 7 Alexander McQueen, FW 19999

⁴² EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

⁴³ DANNHOFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

Růžová:

Oblíbený odstín červené, který je tak specifický, že je potřeba o něm zmínit alespoň pár vět. Jeho jemný, naivní tón přímo vybízí ke spojení s romantickými představami.⁴⁴ Je v něm zachycena volnost i energie, něžná intimita i sentimentální city. Vědomě prchá před vážností všedního života a narušuje tím vztah k realitě.⁴⁵ Z těchto důvodů může být chápána jako dětinská a nevypělá, čímž ovšem může odlákat mnoho svých potencionálních příznivců.

Pokud převládá ve větší míře původní červeň, zachovává si její prudkou sílu a vznešenost. Oblíbeným odstínem roku 2021 i 2022 je sytý fuchsiový tón. Jeho blízkost s červenou dokládá i fakt, že se ho Pierpaolo Piccioli rozhodl zvolit jako hlavní barvu pro podzimní ready-to-wear kolekci 2022 značky Valentino. Růžová probíhala na 40 siluetách, kde se však z ničeho nic všechny nadcházející modely zbarvily do černa. Fuchsiovou si vybral namísto klasické červené, aby dokázal její sílu a vyvrátil zažitá kulturní stereotypy asociací s dívčím chováním. Chtěl tak dokázat, že růžová barva je určená oběma pohlavím, a tak v jeho obsáhlé kolekci vidíme jak pánské, tak dámské oděvy.⁴⁶



Obrázek 8 Valentino Fall 2022

⁴⁴ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

⁴⁵ Psychologie barev: Symbolika barev. *Onlio* [online]. Praha: Onlio, c2021, 11. 2. 2009 [cit. 2021-12-12]. Dostupné z: <https://www.onlio.com/-/psychologie-barev-symbolika-barev>

⁴⁶ MOWER, Sarah. Valentino Fall 2022. *Vogue: Runway* [online]. New York: Condé Nast, c2022, March 7, 2022 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-ready-to-wear/valentino>

2.1.3 Modrá barva

Na rozdíl od červené, modrá je barva plná klidu a prázdnoty. Při pohledu do jejího nitra nás vtáhne daleko do sebe. Pozorovatele dokáže topit ve své nekonečné hloubce, v jejíchž zákoutích se však nachází bezpečné útočiště. Prázdnota, kterou v sobě nese, nás nechává vydechnout. Je proto spojena i s představou duchovna a vyhledávají ji lidé s melancholickými a introvertními sklony. Pokud se však člověk příliš odevzdá jejím hlubinám, může vzbuzovat apatii či deprese. Pro 45% obyvatelstva se jedná o nejpreferovanější barvu. Její nositelé jsou častí zdrženliví a umí se ovládat. Útěk před hodnotami, které v sobě nese, může znamenat cestu za materialismem a odklon od vlastních ideálů.⁴⁷

Od oceánu až po oblohu zabírá většinu celého panoramatu Země modrá. Není proto divu, že tato barva uchvacovala lidstvo po celá tisíciletí. Již od starověku byly oděvy barveny pomocí indiga, které však bylo spjaté s časově náročnou výrobou a špatnými pracovními podmínkami.⁴⁸ Dovolit si ji mohli pouze vysoce postavené aristokratické kruhy. Reprezentuje eleganci a autoritu.⁴⁹ Mnohdy byl pigment získáván na úkor otročících sil. Není proto divu, že jakmile bylo v roce 1890 vyvinuto syntetické barvivo s podobným odstínem, pěstování plodiny indigovníku se výrazně omezilo. Většina tohoto barviva je v současné době vyráběna chemickou cestou. V 21. století se však začaly objevovat sdružení, která se snaží zachovat tradici původního způsobu barvení.⁵⁰

Jak již bylo řečeno, modrá je v našich šatnících oblíbenější než kterákoliv jiná barva. Možná tomu tak je díky genderové neutralitě, možná díky nepřeborné škále odstínů. Ať už je důvod jakýkoli, jejímu půvabu propadl celý módní svět od vysoké krejčoviny až po pracovní oděvy. Nesmíme opomenout, že legendární džíny od Levi Strauss byly v době svého vzniku dokonce ještě barveny přírodními indigovými pigmenty. Modrá barevnost je proto s nimi

⁴⁷ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

⁴⁸ EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

⁴⁹ Blue: Meaning, Combinations and Hex code. *Canva* [online]. Canva, c2021 [cit. 2022-01-23]. Dostupné z: <https://www.canva.com/colors/color-meanings/blue/>

⁵⁰ EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

neodmyslitelně spjata. Třebaže zprvu byly navrženy jako pracovní oděv, postupně se ukázaly jako praktické na denní nošení. Díky prudce vzrůstající oblibě staly se brzy nepostradatelným kouskem pánského i dámského šatníku.⁵¹

Modrou si ženy převzaly také z pánských námořnických sak. Ty se v módě poprvé objevily ve 20. letech 20. století. Námořnická modř, hluboká jako dno oceánu, je milovaným odstínem po celé generace. Z vojenských uniforem byla přetransformována do oděvů specializovaných na vodní sporty.⁵² Jedná se o typickou barevnost polo triček, kde ji v kombinaci s červenou můžeme vidět například u návrháře Ralphi Laurena nebo u značky Tommy Hilfiger.

V 90. let až po počátek 21. stol. byly syté tmavé odstíny modré nošeny tak často, že o ní Christian Dior prohlásil: „*Ze všech barev je tmavě modrá jediná, která může konkurovat černé; má všechny stejné vlastnosti.*“⁵³ Byla vyhlášena Pantone barvou roku 2020, kdy se objevila na mnoha přehlídkových molech. Ve své ryzí vznešenosti odkazující k aristokratickému zázemí vynikla na šatech od značky Balenciaga.

⁵¹ EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

⁵² EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

⁵³ EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.



Obrázek 9 Balenciaga SS 2020

2.2 Sekundární barvy

Mezi sekundární barvy řadíme oranžovou, fialovou a zelenou, které vznikají smícháním dvou primárních barev ve stejném poměru a sytosti.⁵⁴

2.2.1 Oranžová barva

Oranžová barva je schůdkem na cestě od žluté k červené. Vzniká jejich spojením a tím v sobě skýtá energii obou dvou. To, co žlutá říká, oranžová křičí. Dává nám pocit ještě větší radosti a žáru. Je více velkolepá a díky červené nabírá na síle.⁵⁵ Je to nejradostnější a nejvíce hřejivá barva ze všech. Připomíná magickou zář zapadajícího Slunce.⁵⁶ Cítíme z ní svěžest, léto, mládí, vitalitu. Často je brána za kreativní barvu, která podporuje touhu po komunikaci a poznávání.⁵⁷ Pro její nepřehlédnutelnou povahu je mezinárodně uznávána jako barva bezpečí.⁵⁸ S jejím používáním je potřeba opatrnosti při vybírání správného tónu a podkladového materiálu. Za účelem upoutání pozornosti umí snadno sklouznout k lacinému nádechu.⁵⁹

Zajímavostí je, že může být chápána jako vnitřní barva vody. Pro krásnou modř totiž malíři často využívali podklad z komplementární oranžové pro vytvoření správného odstínu.⁶⁰ Pro tuto práci je ovšem podstatnější, že z psychologického hlediska lidé přes oranžovou vyjadřují extrovertní povahu. Jsou sebevědomí a snaží se upozornit na svou jedinečnost.

⁵⁴ TITOR, Ivan, *Nauka o barvě, Primární a sekundární barvy*, 2021

⁵⁵ GOETHE, Johann Wolfgang von. *Smyslově-morální účinek barev*. Hranice: Fabula, c2011, 110 s. ISBN 9788086600130.

⁵⁶ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

⁵⁷ Orange: Meaning, Combinations and Hex code. *Canva* [online]. Canva, c2021 [cit. 2022-01-23]. Dostupné z: <https://www.canva.com/colors/color-meanings/orange/>

⁵⁸ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

⁵⁹ ČADA, Martin, *Barva, Světlo, Tvar 1*, 2019

⁶⁰ ČADA, Martin, *Barva, Světlo, Tvar 1*, 2019

Často v ní nachází zalíbení mladí lidé toužící po vnitřní nezávislosti a vzdoru. Jasná, nepopíratelná přímota však odrazuje jedince se sklonem k přetvářce. Zde může narážet i na negativní asociace s hrubostí a agresivitou.⁶¹

Jejímu kouzlu propadla již renesanční společnost. Díky kolonizaci a zámořskému obchodu přicházejí do zemí Evropy nové vlivy ovlivňující tehdejší módní scénu. Důležitým byl nejen dovoz cizokrajných textilií, ale také exotického ovoce, které svými křiklavými barvami pobláznilo společenskou smetanu. Ta se záhy začala domáhat stejně zářivých odstínů.⁶² Můžeme si jí povšimnout například na Podobizně mladé dámy držící kapradí od Lucase Cranacha z roku 1538.⁶³

Zájem o valéry oranžové nepohasínal ani ve 20. století, kdy ji ve své tvorbě využívá například Elsa Schiaparelli či Carolina Herrera. Ta si zamilovala její spojitost s tropy a využila ji proto v kolekci jaro/léto 2013 k nahrazení domorodých potisků. C. Herrera vystihla svůj postoj v prohlášení: „Oranžová je nová červená.“ Síle této barvy propadl i francouzský návrhář Jean Paul Gaultier, který oranžovou zvolil pro výrazně provokativní korzetové šaty s kónickým poprsím. Tento typický střih mu pomohl ke slávě, když si ho oblíbila a v několika variantách vynesla zpěvačka Madonna.⁶⁴

⁶¹ DANNHOFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

⁶² EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

⁶³ CRANACH, Lucas. Podobizna mladé dámy držící kapradí: Lucas Cranach st. *Národní Galerie Praha* [online]. Praha: Národní Galerie Praha [cit. 2022-03-28]. Dostupné z: https://sbirky.ngprague.cz/dielo/CZE:NG.O_8668

⁶⁴ EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.



Obrázek 10 Lucas Cranach, 1538



Obrázek 11 Jean Paul Gaultier, korzetové šaty

2.2.2 Fialová barva

Fialová barva skýtá zvláštní tajemné vzrušení pramenící z dramatické kombinace mezi divokou červenou a klidem oplývající modří. Rozpolcenost, jenž je v ní obsažena, vzbuzuje smíšené pocity.⁶⁵ Její magická síla je symbolem nejvyššího postavení v duchovní i panovnické rovině. Díky vyváženému podílu barev s protichůdným obsahem, sama v sobě nese poselství rovnováhy mezi protiklady. Nachází se v ní sladká vášeň i moudrý rozum, pudové smysly i klid ducha. Ve středověku byl šat Krista při zobrazování zmrtvýchvstání malován právě v tónech fialové.⁶⁶

⁶⁵ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

⁶⁶ Symbolika barev. *Muni: Informační systém Masarykovy Univerzity* [online]. Brno: Masarykova Univerzita, 2022 [cit. 2022-01-23]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1421/jaro2007/PV1B48/um/Seminar_12.4.2007.pdf

Za to, že je hrdou představitelkou nejvyšší moci, však nevděčí pouze své povaze. Jak již bylo zmíněno v souvislosti s historickým vývojem pigmentů, proces získávání této barevnosti byl velmi nákladný, a proto si ho mohli dovolit jen ti nejbohatší, často panovnické rody a církve.⁶⁷ Ovšem i šaty barvené prvním známým syntetickým barvivem Mauvenin, které tuto složitou výrobu nahradilo, proslavila jako jedna z prvních právě anglická královna Viktorie.⁶⁸ Je až fascinující, že barva tak vznešená, byla mnohdy chápána jako zvěst bláznovství, neklidu a krutosti. Bolest v ní obsažená může pravděpodobně souviset právě s Kristovým utrpením.⁶⁹

Lidé s touhou po pozornosti často vyhledávají její odstíny. Mnohdy ji upřednostňují i osoby ještě nevyzrálé toužící po porozumění.⁷⁰ Při pátrání po ikonických modelech, nelze opomenout zpěváka slavné písně „Purple rain“. Prince byl jedním z apoštolů fialové barvy, která v jeho šatníku dominovala v polovině 80. let. Jeho image byla založena na odvážné, přesto okázalé kombinaci vznešenosti monarchy, stylu dandismu a vzhledu piráta. K nejnámějším modelům patří třpytivý trench coat posetý flitry.⁷¹ Jedinci, kteří naopak nehledají spojení s duchovním světem, se fialové často vyhýbají.⁷²

⁶⁷ EISEMAN, Leatrice a E. P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

⁶⁸ PETŘÍČKOVÁ, Kristýna, *Dějiny odívání 6, Vývoj syntetických barviv*, 2022

⁶⁹ DANNHOFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

⁷⁰ DANNHOFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

⁷¹ CASTRO, Alexander. Purple power: Salve Regina exhibit highlights purples prominence in fashion. *Newport Daily News* [online]. Newport (California): Gannett, c2022 [cit. 2022-05-12]. Dostupné z: <https://eu.newportri.com/story/news/local/2019/11/09/salve-regina-exhibit-highlights-purples-prominence-in-fashion/2331092007/>

⁷² DANNHOFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.



Obrázek 12 Prince

2.2.3 Zelená barva

Zelená barva je nepopíratelně barvou přírody. Dýchají z ní pocity hojnosti, hlavně na jaře, kdy se krajina po zimě znovuzrodí ve své plné kráse. Vše září šťavnatostí jejích rozličných odstínů. Nese v sobě spoustu čerstvé energie z právě probouzejícího se života. V křesťanství je zástupcem pro naději, dokonce i pro samotný ráj.⁷³ Až do svatby anglické královny Viktorie, byla na místo dnes uznávané bílé, jednou z nejčastějších barev svatebních šatů. Do nadcházejícího manželského svazku měla přinést klid a harmonii a byla považována za symbol lásky.⁷⁴

Během vývoje syntetického pigmentu ji však doprovází stinná minulost. Za doby Viktoriánské Anglie byly po vzoru královny milovány oslnivě syté odstíny. Mezi ně patřila i takzvaná pařížská zeleň známá též pod názvem emerald green. Toto barvivo vyráběné z oxidu arsenitého mělo za následek výrazné zdravotní komplikace. Mezi nejzávažnější patřily otevřené rány na kůži, intenzivní krvácení či chudokrevnost. I přes postupně přibývajících protesty trvalo ještě pár let, než bylo zakázáno používat tento jedovatý materiál.⁷⁵

Na popularitě zelené to však nezanechalo žádný dopad. Oblíbeny jsou převážně tmavší syté odstíny. Ve dvacátých letech 20. století si tmavou evergreen přivlastnila la garçonne – chlapecká dívka, a její soudobé představitelky z 21. století ji stále následují. Ve 40. letech 20. století nosily ženy tuto barvu převážně jako symbol jednoty s vojáky. Po válce od ní bylo rychle na nějaký čas upuštěno. V 60. letech se však její obliba navrácí v plné síle jakožto k nově považované "unisex" barvě.⁷⁶

Není však k vidění pouze v ulicích nebo na přehlídkových molech. Svou tvář propůjčila i mnoha nezapomenutelným postavám světové kinematografie. Snad žádná jiná barva by neudělala z Kleopatry tak mocnou, vznešenou bytost, jako právě tato.

⁷³ Symbolika barev. *Muni: Informační systém Masarykovy Univerzity* [online]. Brno: Masarykova Univerzita, 2022 [cit. 2022-01-23]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1421/jaro2007/PV1B48/um/Seminar_12.4.2007.pdf

⁷⁴ PETŘÍČKOVÁ, Kristýna, *Dějiny odívání 6, Viktoriánská Anglie*, 2022

⁷⁵ PETŘÍČKOVÁ, Kristýna, *Dějiny odívání 6, Viktoriánská Anglie*, 2022

⁷⁶ EISEMAN, Leatrice a E .P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

Vždyť i samotná touha po zahalení se v její odstíny značí snahu o vytvoření majestátního dojmu a ukázání své hrdosti. Skrývá se za ní určitá nadřazenost i schopnost sebeovládání.⁷⁷



Obrázek 13 Hedvábné šaty, 1868, The Metropolitan Museum of Art

⁷⁷ DANNHOFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

3 VLIV BAREV NA PSYCHICKÝ STAV

*„Povšechně pociťují lidé velkou radost z barev. Oko je potřebuje, jako potřebuje světlo. Vzpomeňme, jak nás to osvěží, když za pošmourného dne slunce osvítil jednotlivou část krajiny a učiní barvy v ní viditelnými. Že lidé připisovali barevným drahokamům léčivé síly, povstalo snad z hlubokého pocitu tohoto nevýslovného uspokojení.“*⁷⁸

Tím, že jsou pro většinu z nás barvy všudypřítomné, bereme je mnohdy jako samozřejmost. Stěnu v obýváku jednoduše vymalujeme na zeleno a k nudně šedavému kostýmku uvážeme alespoň pestrobarevný šátek. Nad tím, proč jsme zvolili zrovna ten či jiný odstín dále nepřemýšlíme. A přesto jsou v pozadí těchto činů hluboko zakořeněné emoce.

Již autor výše zmíněné citace, Johann Wolfgang Goethe, zdůrazňoval důležitost psychologického účinku barev na lidskou mysl. Barevné vnímání jednotlivce je velice subjektivní. Neodvívá se pouze od zrakem zprostředkovaného obrazu, ale i od našich vlastních zkušeností. Na tom, jaké pocity na nás působí z jednotlivých valérů, mají významný podíl historické, sociální i psychologické vlivy a kulturní prostředí, v němž žijeme. Preference je ovlivněna taktéž věkem, povahou i momentální náladou. Na vnímání a výběru barev se výraznou měrou podílí i náš duševní stav.⁷⁹

3.1 Bipolární afektivní porucha

Červená vs zelená, oranžová proti modré. Komplementární barvy jsou neslučitelnými proti sobě stojícími opaky, které se vzájemně vyvažují. Stejně jako žlutá s fialovou, i manická a depresivní fáze jsou si protikladem. Vše, co se zdá v jednu chvíli zářné a dokonalé, pohltí vzápětí hluboká tíha beznaděje. A právě tato podobnost mezi barvami a bipolární afektivní poruchou byla inspirací pro praktickou část této bakalářské práce.

⁷⁸ GOETHE, Johann Wolfgang von. *Smyslově-morální účinek barev*. Hranice: Fabula, c2011, 110 s. ISBN 9788086600130.

⁷⁹ DANNHOFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

„Někdy se bipolární afektivní porucha přirovnává k životu na houpačce, to však ale není zcela přesné, protože pohyb houpačky je predikovatelný, a pokud není syčen energií, ustává. Bipolární afektivní porucha je spíše jízdou na horské dráze.“⁸⁰

Jedná se o psychiatrické onemocnění, které se zařazuje mezi afektivní poruchy neboli poruchy nálad. Jejím příznakem je střídání minimálně dvou protichůdných intenzivních stavů, doplněných o období bez příznaků neboli přechodnou fází. Průběh nemoci je vždy velmi individuální.⁸¹ Charakteristická je cykličnost těchto epizod, podmínkou je průběh minimálně dvou. Na jedné straně může nálada klesat od lehké po těžkou depresi. Naopak pokud se jedná o abnormální zvýšení, můžeme mluvit o manické epizodě. Její mírnější forma je nazývána hypománie. Interval mezi jednotlivými epizodami onemocnění může být výjimečně velmi krátký (několik dnů), ale někdy může trvat řádově i desítky let.⁸²

3.1.1 Manická epizoda

Mánii si je možné představit jako video přepnuté do zrychleného režimu. S tím rozdílem, že je mezi jednotlivými činnostmi přepínáno rychleji, než stihly být dokončeny. Pocit radosti a dojem všeobecného přehledu může sice znít velmi lákavě, realita však zdaleka nemůže být vnímána v tak růžových barvách. Prudkou proměnu z deprese do mánie vypráví příběh umělkyně vystupující pod pseudonymem Teryll ART:

„Po pár dalších měsících se mi udělalo dobře. A já chtěla jít dál. Jenomže jsem jen nešla, začala jsem běžet. Několik zakázek najednou, cestování všude možně, akce všeho typu a já byla konečně volná. A hlavně jsem na sebe začala být pyšná. Lidi se mě začali ptát, jestli jsem nezačala něco brát a já jen zrychleně odpověděla, že je mi jen dobře z toho, že maluju. Nepotřebovala jsem spát, měla jsem spoustu vizí a nápadů a do všeho jsem šla po hlavě.“

⁸⁰ LÁTALOVÁ, Klára. *Bipolární afektivní porucha*. Praha: Grada, 2010. ISBN 9788024731254.

⁸¹ KOCHTOVÁ, Johana. Bipolární afektivní porucha. *Lékařská Fakulta Univerzity Palackého v Olomouci* [online]. [cit. 2022-01-21]. Dostupné z: http://old.lf.upol.cz/fileadmin/user_upload/LF-kliniky/hippokrat/Obory/Psychiatrie/Bipolarni_afektivni_porucha.pdf

⁸² KOCHTOVÁ, Johana. Bipolární afektivní porucha. *Lékařská Fakulta Univerzity Palackého v Olomouci* [online]. [cit. 2022-01-21]. Dostupné z: http://old.lf.upol.cz/fileadmin/user_upload/LF-kliniky/hippokrat/Obory/Psychiatrie/Bipolarni_afektivni_porucha.pdf

*Myslela jsem si, že se vrátilo moje pravé já. Měla jsem pocit, že dokážu cokoliv a že nikdy nedopustím, abych se vrátila zpátky do té šedi.*⁸³

Tato porucha nálady ve své abnormální podobě setrvává minimálně týden. Pacienti si většinou připadají velmi šťastní a v dobré formě, nemají pocit onemocnění. Naopak na starosti ohledně svého duševního stavu reagují mnohdy v nelibosti a nepřiměřeně. Brání se tím, že toto je jejich skutečná povaha a pomoc odborníka není tudíž potřebná. Chování jedince v manické fázi se vymyká kontrole a většinou se neobejde bez hospitalizace.⁸⁴

Nemocní si připadají neporazitelní a neodolatelní a mají dojem nově nabytého přehledu o světě. V rámci prudce vzrostlé sebedůvěry se pouští do realizací absurdních, až nebezpečných nápadů, které ohrožují jejich doposud vybudovaný život. Může se stát, že v rámci pozměněného přemýšlení, se rozhodnou pro upuštění od jejich dosavadního způsobu života, čehož později velmi litují. Přílišná důvěra v sebe sama nekoná škody pouze na profesní úrovni, ale zasahuje výrazně taktéž do osobního života. Hypersexuální tendence, která je jedním ze znaků mánie, vede k výrazným sexuálním výbojům. Vnímají se jako vysoce atraktivní jedinci, což napomáhá k snadnému nalezení nových kontaktů a možné promiskuitě.⁸⁵

3.1.2 Depresivní epizoda

Depresivní epizoda je naproti tomu charakteristická silnou psychickou zátěží v podobě neutuchajícího pocitu smutku a bezmoci. Na první pohled je znatelná ztráta chuti do života, výrazný pokles energie a ztracení motivace s nezvratitelným pocitem, že nic nemá cenu. Vše se projevuje na fyzickém i duševním zpomalení. Pomalá chůze, řeč, oslabení mimických

⁸³ O životě s bipolární afektivní poruchou: Příběh Teryll. *Nevypuť duši: Nebojíme se mluvit o duševním zdraví* [online]. Praha: Nevypuť duši, 2022 [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: <https://nevypustdusi.cz/2020/05/04/o-zivote-s-bipolarni-afektivni-poruchou-pribeh-teryll/>

⁸⁴ LÁTALOVÁ, Klára. *Bipolární afektivní porucha*. Praha: Grada, 2010. ISBN 9788024731254.

⁸⁵ LÁTALOVÁ, Klára. *Bipolární afektivní porucha*. Praha: Grada, 2010. ISBN 9788024731254.

výrazů, problémy s koncentrací, pamětí. Náročné mohou být i běžné činnosti jako oblékání nebo hygiena.⁸⁶

Pocit prázdnoty je reflektován v absenci zájmu a schopnosti radovat se. Právě tento bod je uváděn u všech typů deprese.⁸⁷ Obveselení nedokáže přinést ani zájmové činnosti oblíbené za běžných okolností. Jedinec postrádá nadšení ze zábavy, ale i jídla a sexuálních aktivit. Nechuť navíc vede ve většině případů k úbytku váhy. Může však nastat i stav, že se dostaví naopak neukojitelný hlad.⁸⁸ Pacient je důrazně přesvědčen o pocitu viny a zmaru. Žije v představě, že ve svém životě selhal a nemůže se rozhodnout jak dál. Tyto myšlenky mohou výrazně podpořit suicidální sklony.⁸⁹

⁸⁶ Strategie zvládnání bipolární afektivní poruchy. *Theses: Vysokoškolské kvalifikační práce* [online]. Brno: Masarykova Univerzita [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: https://theses.cz/id/bs45ou/Strategie_zvldn_bipolrn_afektivn_poruchy.pdf

⁸⁷ Strategie zvládnání bipolární afektivní poruchy. *Theses: Vysokoškolské kvalifikační práce* [online]. Brno: Masarykova Univerzita [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: https://theses.cz/id/bs45ou/Strategie_zvldn_bipolrn_afektivn_poruchy.pdf

⁸⁸ KOCHTOVÁ, Johana. Bipolární afektivní porucha. *Lékařská Fakulta Univerzity Palackého v Olomouci* [online]. [cit. 2022-01-21]. Dostupné z: http://old.lf.upol.cz/fileadmin/user_upload/LF-kliniky/hippokrat/Obory/Psychiatrie/Bipolarni_afektivni_porucha.pdf

⁸⁹ LÁTALOVÁ, Klára. *Bipolární afektivní porucha*. Praha: Grada, 2010. ISBN 9788024731254.

4 VLIV ODĚVU NA PSYCHICKÝ STAV

Barvy na nás mají emocionální dopad. Jsou spouštěčem radosti, smutku, agrese i nostalgie.⁹⁰ Je důležité, aby fungovaly v souladu s naší osobností stejně tak dobře, jako by měl správně padnoucí oděv souznít s tělesnými křivkami. To, že bychom měli brát při oblékání v úvahu naše proporce, je všem známá věc. Málokdo se však pozastaví nad tím, jak moc nám naše vizáž pomáhá nacházet se v psychické pohodě. Vhodné oblečení nám zvyšuje sebevědomí a tím i náladu. Díky jeho schopnosti vyjádřit náš charakter, můžeme uzpůsobit naše nejbližší okolí (tj. povrch našeho těla) tak, abychom se cítili nanejvýš komfortně.

Podle korejské studie *The Study of Implicit Self-Esteem and Depression and Fashion Competency* může oděv výrazně zlepšovat spokojenost a snižovat depresivní nálady.⁹¹ Ineternational Bipolar Foundation cituje: *„Když jsem pracovala s duševně nemocnými na psychiatrickém oddělení, darovala jsem jim oblečení a viděla jsem, jak parádní bunda nebo pěkný top způsobily, že se duševně nemocnému člověku objevil lehký úsměv nebo poskočil krok. Na vlastní kůži jsem se přesvědčila o důležitosti oblečení při léčbě deprese. A když přišli pacienti s manickou poruchou, posunuli to na celou ústavní úroveň. Fluorescentní oční stíny smíchané s tunou barevných náramků pohupujících se na zápěstí křičely mánie. Při této zkušenosti jsem poznala sílu oděvu.“*⁹²

Z příběhů lidí trpících bipolární afektivní poruchou vyplývají s oděvem jasně související spojení. Pokud se nachází nemocný ve stavu hlubokého zármutku, upřednostňuje volné kousky ze svého šatníku. Ideálně neutrálních šedých či černých tónů. Osoba se vyhýbá pozornosti a snaží se splynout v davu. Oděv v této fázi by měl plnit úlohu neviditelného pláště pro duši. Oblíbeným zábalením mohou být třeba teplé, měkké svetry rozměrných velikostí. V případě opačné, tedy maniakální fáze, nejlépe demonstrují bujarost nitra prudké zářící rozradostněné barvy. Volnost mají taktéž vzory, třpytky či hravé doplňky.

⁹⁰ Palette Perfect: Color Combinations Inspired by Fashion, Art and Style, Lauren Wager (koupit) WAGER, Lauren. *Palette Perfect: Color Combinations Inspired by Fashion, Art and Style*. Barcelona: Promopress, 2018. ISBN 841596790X.

⁹¹ LEE, Sae Eun, Hyungjin SON, Yuri LEE a Jisoo HA. *The Study of Implicit Self-Esteem and Depression and Fashion Competency*. *Korea Science* [online]. Kisti, May 20, 2017 [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201726868620859.pdf>

⁹² Depression and Clothes. *International Bipolar Foundation: Hope, Resources a Support* [online]. [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: <https://ibpf.org/depression-clothes/>

Zde se snáze uplatňuje vkus daného jedince. Tuto skutečnost můžeme mnohdy zpozorovat i sami na sobě, když se zaměříme na to, jaké možnosti volíme během různých nálad, nebo dokonce počasí. Pokud nemáme svůj den, snažíme se nevolit nic, v čem bychom byli až příliš na očích.

Již zmíněná organizace na pomoc lidem s bipolární afektivní poruchou se ve stejném článku o odívání zmiňuje o důležitosti prolomení těchto vnitřních „stereotypů“. Doporučuje, aby se i přes počáteční nechuť pacient pokusil dostat do svého šatníku barvy a oblíbené kousky z manické fáze. Sice ho tyto záblesky šťastnějších časů neuzdraví, budou ovšem stimulovat jeho psychické rozpoložení směrem k lepší náladě.⁹³ Barvy jsou v tomto ohledu nejzdařilejším pomocníkem. Můžeme to pozorovat i na současném stavu módy v období 2021/2022. Po letech sociálního odloučení se móda uchýlila k barevnostem jasným, optimistickým, jakožto kompenzací a snahu dostat veselí zpátky do ulic.

Jak je z názorů odborníků patrné, souvislost mezi oděvem a naším vnitřním rozpoložením je významná a dá se využít k lepšímu rozpoložení svého nositele. Výstižně předchozí poznatky shrnuje citace od Dr. Manly:

„Když se v oblečení cítíme opravdu dobře, můžeme svou energii věnovat radosti ze života nebo plnění úkolů, místo abychom se stresovali nebo se obávali toho, jak se prezentujeme před ostatními. Ať už je naším cílem upoutat pozornost, nebo být nenuceně decentní, to, jak se oblékáme, rozhodně může ovlivnit kvalitu našeho vnitřního světa a naše interakce s ostatními.“⁹⁴

⁹³ Depression and Clothes. *International Bipolar Foundation: Hope, Resources a Support* [online]. [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: <https://ibpf.org/depression-clothes/>

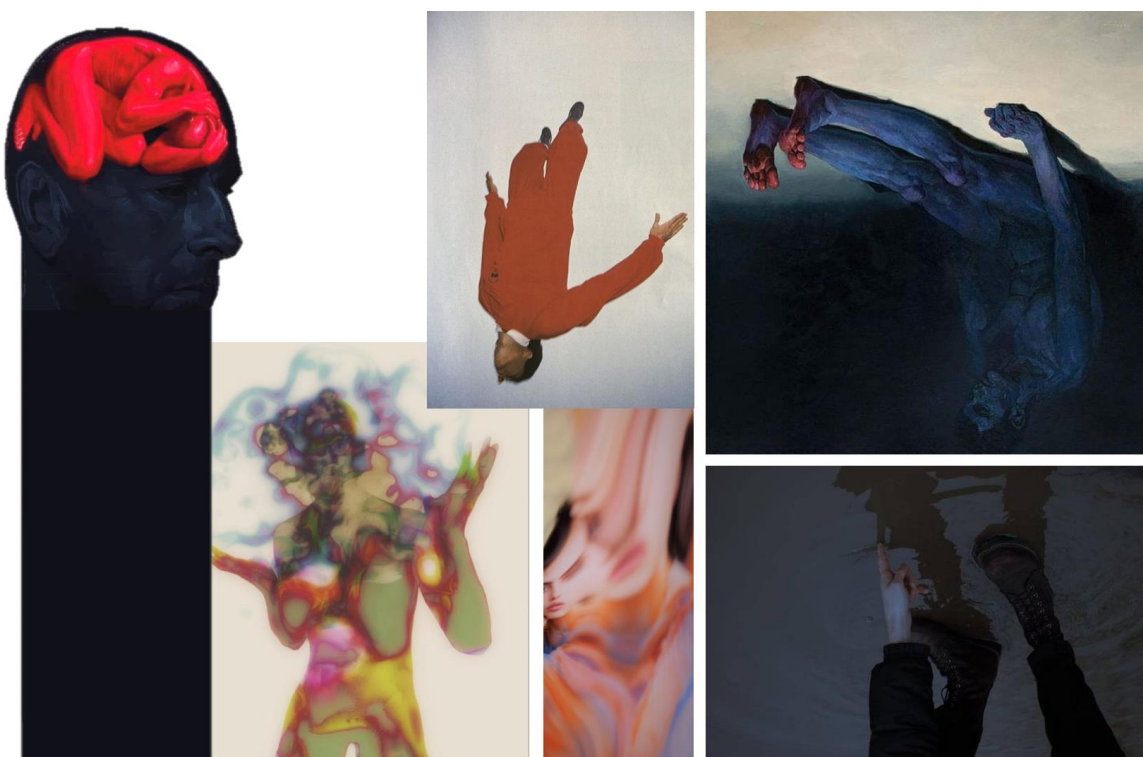
⁹⁴ MANLY, STEWART, KELSEY. How Fashion Has Helped Me Cope With My Anxiety and Depression. *The Zoe Report* [online]. BDG Media, c2022, 7. 5. 2021 [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: <https://www.thezoereport.com/fashion/how-fashion-has-helped-me-cope-with-anxiety-depression>

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 ÚVOD A KOLEKCE COLOR MANIA

Praktická část bakalářská práce čerpá z významů barev v oděvu a z jejich propojení s naší psychikou. Teoretické poznatky bylo potřeba nejenom pochopit, ale taktéž využít v reálném životě. Kolekce se snaží o nalezení cesty mezi naším, očima neviděným nitrem a schránkou, která za nás komunikuje s okolním světem. Pro jednodušší provázání vztahu jedinec – oděv, bylo zapotřebí stanovit si múzu. Osobnost, která bude reprezentovat ani ne tak tělesné proporce, jako bytost, prožívající ve svém životě proměnlivá období. Zde se zrodila myšlenka pro nalezení inspirace v bipolární afektivní poruše.

Moodboard



Obrázek 14 Moodboard

Dva stavy, dvě emoce
jenž se nikdy nepotkají.

Ať tak nebo tak,
pokaždé na pokraji.

Bílá a černá
vzájemně se nepoznají.



Rozkol, zobrazení protichůdných stran, komplementární kontrast. Tak by se dala vystihnout nálada moodboardu vycházejícího z kontrastu cyklického střídání deprese a mánie. Jsou zde zachyceny myšlenkové pohnutky, které sloužily pro lepší představu duševního rozpoložení jedince. Ačkoliv se mezi jednotlivými výjevy nenachází žádné dokumentace již existujících oděvů, můžeme zde nalézt podněty pro oděvní formy výsledné kolekce, jakými je například kombinace pevných a transparentních materiálů či fluidní vzor.

Pro stanovení cíle kolekce byla důležitá myšlenka, která je společně s charakteristikou nemoci uvedena v teoretické části práce. Příběhy lidí vypovídající o důležitosti souznění jejich nálady a vzhledu, o tom, jaké barvy a typy oděvu ve kterém stavu upřednostňují. Současně také rady odborníků, doporučujících zmírňovat depresivní myšlenky dotlačením se během tohoto stavu k zapojení prvků manického šatníku. A právě od těchto poznatků se odvíjí základní prvek celé kolekce – různé, ovšem vzájemně pospolité typy potisku.

5.1 Potisky, materiály a výsledná barevnost

Jelikož hrají barvy klíčovou roli v celém předcházejícím textu, bylo by překvapivé nezmínit odůvodnění zvolených valérů. Bylo zapotřebí nalezení kompromisu mezi dvěma absolutně protichůdnými póly. Otázkou bylo, jak dopřát nositeli potřebný barevný prožitek. Jak docílit vyváženosti mezi tmavými těžkými tóny a jejich zářivými protějšky a zachovat celistvost celé kolekce.

Oděvy inspirované manickou fází

Použité materiály: voál, směsový popelín

Mánie je tvořena jasnými, živelnými barvami bujarého jara. Vypovídá však nejen o sebejistotě svého nositele, ale převážně o zranitelnosti, jenž v sobě tento stav skrývá. Oděvy spadající do této polohy mají vyjadřovat projevy chování, ke kterému může během tohoto stavu mysli docházet. Jsou jimi zrychlené myšlenky, grandiozita a hypersexualita, kdy každý z jmenovaných bodů má na vzhledu modelů svůj podpis.

Nezastavitelný překotný tok myšlení, zběsilá gesta i mluva. To vše má za následek chaos a roztržitost. Jednalo se o důležitý moment, který dal podobu nahodilosti desénu. Pro dostatečné vyjádření nebylo možné uchýlit se pouze k jedné barvě či odstínu. Zvláště potištěný materiál má hýřit valéry, které se různě překrývají a prolínají, a před očima diváka tak vytváří dojem roztěkanosti lidské mysli. Zvolená barevnost má své vnitřní odůvodnění. Nesmí chybět šťavnatě zelená, jakožto barva bujarosti a štěstí, růžová, jenž ukazuje k naivitě pramenící z pocitu neporazitelnosti a červená jenž skrývá skrytou hrozbu. Výraznější napětí pak dotváří tmavě zelená, jakožto barva k rudé komplementární. Výsledná barevná skladba má být v jádru něžná, narušena náznaky vnitřního nepokoje.

V důsledku nárůstu sebedůvěry, zvýšené energie a aktivity, nastává taktéž zvýšení libida. Náruživé chování se nemusí projevat pouze nemístnými poznámkami či odvážným odíváním. Ve vážných případech dochází i k iracionálnímu jednání a odhalování se na veřejných místech. Tyto činy, jež jedinec proti své vůli provádí absolutně v nesouladu s jeho normálním chováním, jsou do oděvu přeneseny prostřednictvím vzdušného průsvitného materiálu – voálu.

Voál je 100 % syntetická textilie vyrobená z polyesterových vláken. Potištěna byla ve firmě Subliprofi sídlící v Otrokovicích, která využívá sublimační tisk. Barva je hluboko zapuštěná a během praní se nevypírá, povrch se nemačká a naproti své nízké gramáži (50 g/m²) má schopnost držet tvar. Umožňuje taktéž nenápadné začistění zatavením. Kromě metráže se vzorem bylo potřeba nechat vyrobit také varianty v konkrétních odstínech zelené a růžové.

Další materiál s vlastním vzorem byl směsový popelín (60 % ba 40 % PES). Je příjemný na omak a díky přidaným syntetickým vláknům také dobře drží natištěnou barvu. Pochází z firmy Floraprint na Slovensku. Pro své vlastnosti se hodí na letní oděvy jako jsou šaty, sukně či halenky.

Oděvy inspirované depresivní fází

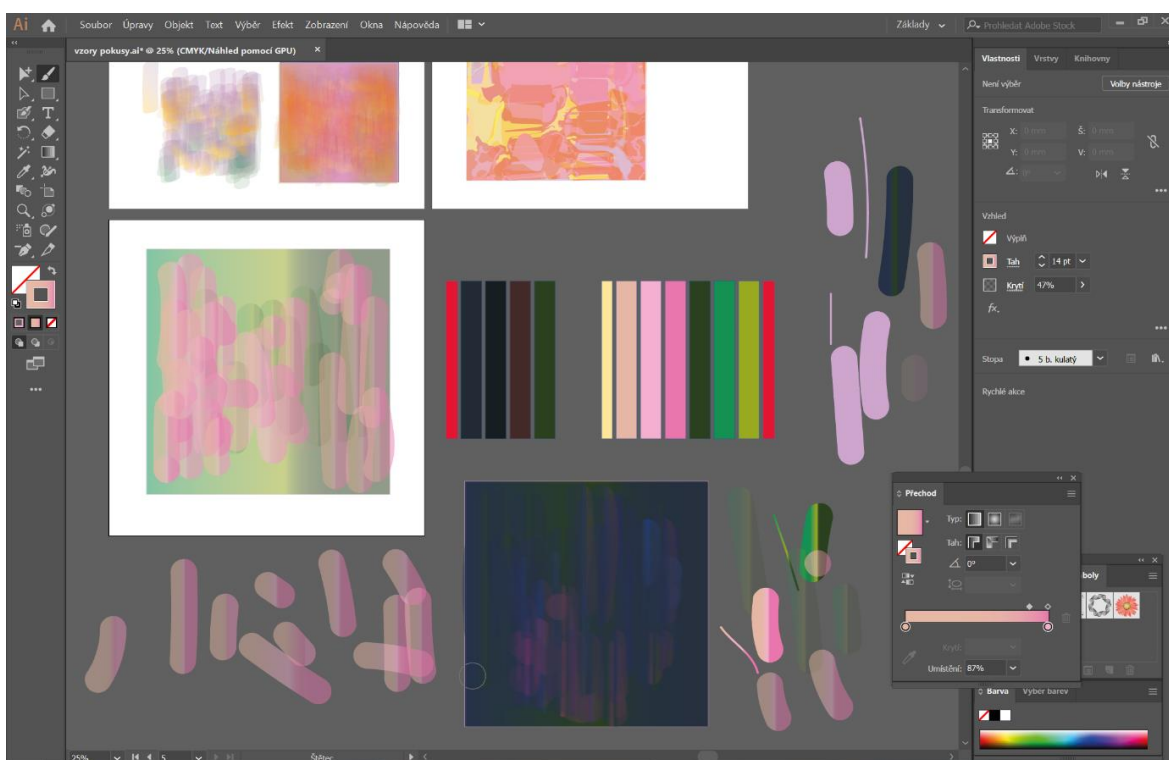
Použité materiály: 100 % bavlněný satén, směsový bavlněný satén

Oděvy inspirované touto depresivní fází jsou protipólem k předcházejícím popisům. Pro tuto epizodu je důležité zahalení těla a komfort. Jsou zvoleny příjemné přírodní materiály. 100 % bavlněný satén je rovněž potištěn firmou Floraprint, jež pracuje s technologií digitální pigmentace. Na rozdíl od směsového popelínu, nemá příměs syntetických vláken. To je nevýhodou zejména kvůli přilnavosti barvy, která může mít tendenci vypadávat. Avšak pro svůj matný, přirozený lesk, na kterém tmavý vzor zvláště vynikne, byl nejlepším kandidátem.

Jelikož bylo zapotřebí dostat do řady modelů i čistě barevné plochy, musely být stávající materiály doplněny. Výběr zůstal na bavlněném saténu, ovšem tentokrát s přidanými 3 % elastanu. Ten napomáhá přilnavosti k tělu a nebrání jeho pohybu. Je zvolen v temně modrém odstínu, který dobře funguje s barvami desénu, v němž se vedle tmavě modré nachází i odstíny fialové, petrolejové či temně rudé. Světlo pak mezi ně vnáší fuchsiová podšívka, jež má za úkol přitáhnout pozornost a upozornit na konstrukční detaily oděvu.

Vznik a vývoj potisku

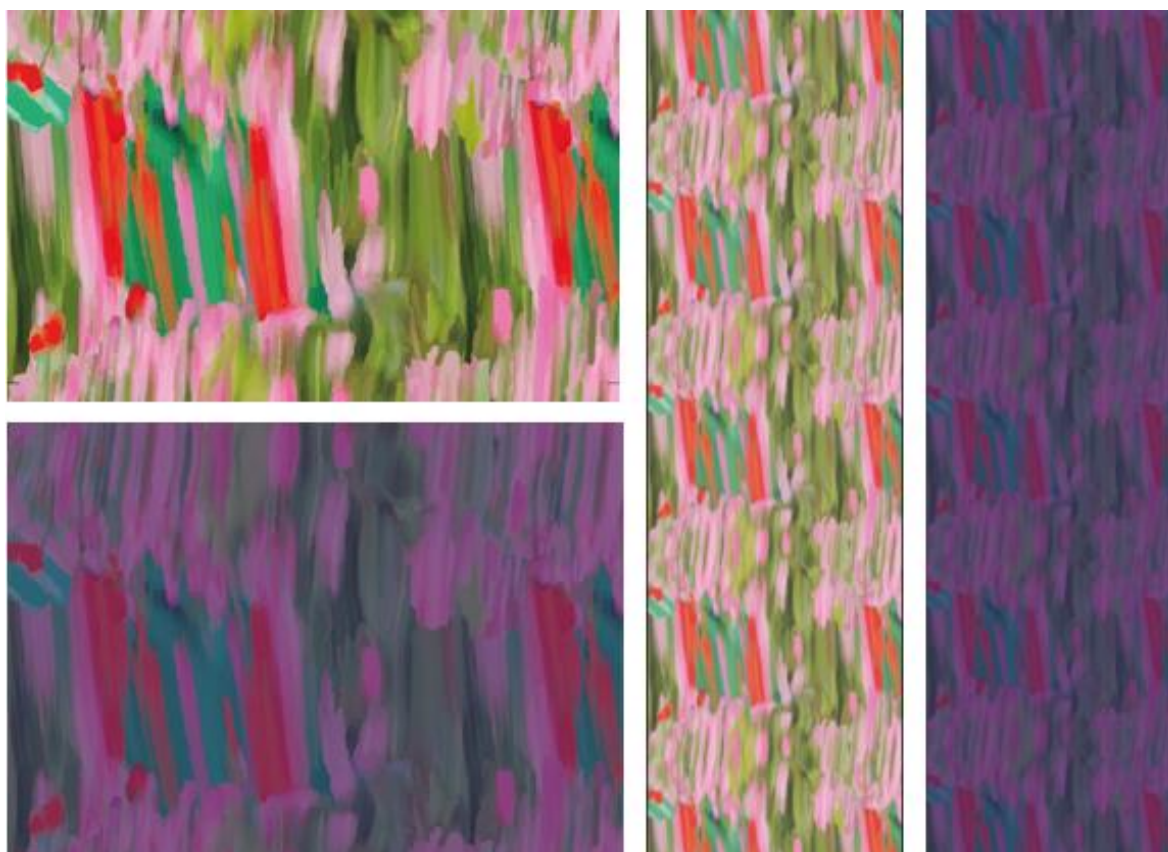
Desén vznikl mnoha různými postupy. Jeho cílem bylo vytvořit hravý motiv manické fáze, jenž by pak pozměněním do tmavé podoby nabral na dramatičnosti. Důležité bylo zachování základních elementů, díky kterým spolu budou oba typy potisku nadále souviset. Jako počáteční byla snaha o vytvoření počítačové grafiky, která umožňuje snadné prolínání barevných vrstev přes sebe, jednoduché zvolení konkrétních valérů. To vše je předpokladem pro přesnější přípravu k tisku. Vzor byl vytvářen za pomoci aplikace Adobe Illustrator. Postrádal však jakousi nahodilost či dotek lidské ruky.



Obrázek 17 Vývoj potisku

Další variantou proto byla malba s následným přenesením do digitální podoby pomocí vektorizace. Zde probíhaly různé pokusy o skenování s posunem či focení na dlouhý čas, aby výsledek nabral ještě větší expresivitu. Vznikaly tedy nové a nové varianty s různými kombinacemi fotek a počítačové grafiky přes sebe. Žádný z pokusů však nevyvolal dostatečně kýžený efekt. Nakonec po důkladné konzultaci s vedoucí práce zvítězilo použití fragmentu z fotografie Giverny od Paula Rousteau. Výřez díla byl vektorizován, barevně i kompozičně upravován a pozměňován, dokud nevytvořil potřebný vzor. Fotografie tak slouží pouze jako výchozí bod pro nahodilost barev a tvarů.

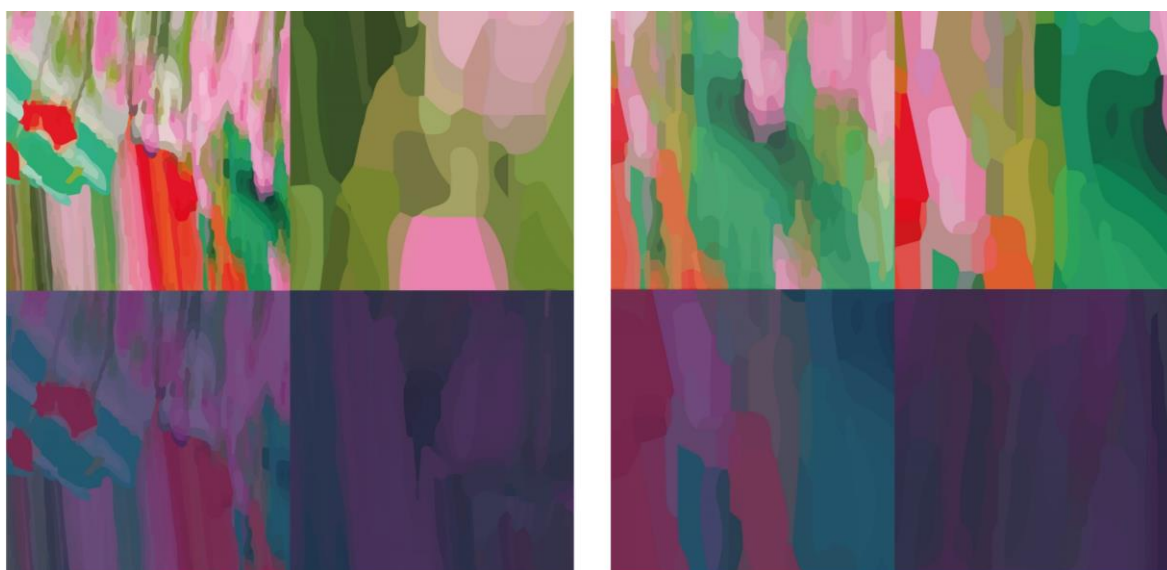
I zde však vystaly mnohé komplikace. Postupným přesouváním a sestavováním jednotlivých ploch vznikaly velmi složité kompozice, které sice splňovaly výsledná očekávání, ale nedaly se použít jako nekonečný vzor. Ten by byl do budoucna potřebný například ve chvíli, pokud by kolekce měla vyrábět ve více kusech, čímž by se usnadnilo polohování stříhových šablon na materiál a snížila se jeho spotřeba. Tento nejnáročnější bod vývoje se však nakonec po mnoha úpravách a zrcadleních podařilo překonat. Výsledný vzor slouží jako raport a dá se stále přidávat



Obrázek 15 Varianty desénu

Výsledný motiv má 3 varianty: dvě pro manickou a jednu pro depresivní fázi. Různorodosti bylo dosaženo pomocí barevných filtrů vrstvených přes sebe. U základního desénu natištěného na směsový popelín je použit pouze jemně růžový filtr s vysokou mírou průhlednosti. Sytost jednotlivých vzorů ovlivňuje i výběr zvoleného materiálu. Pro voál, který byl vybrán na základě své transparentnosti, bylo potřeba motiv ještě zjemnit, aby byla ponechána jeho vzdušnost. Zde byly použity 2 filtry. Jeden bílý s krytím 22% a na něm stejný jemně růžový s krytím 28%. Rovněž byly vyňaty ze vzoru odstíny zelené a růžové, které slouží jako přesný valér pro jednobarevný potisk.

Přetažením tmavého filtru přes základní vzor se docílilo výrazného posunu původně zvolených odstínů. Z něžně růžové se stala fialková, ze světle zelené – šedomodrá, ze sytě zelené – tyrkysová atd. Barvy jsou tedy zachovány, pouze je potlačena jejich zářivost. K tomuto rozhodnutí vedla četná doporučení odborníků o zapojení manického šatníku. Docílený výsledný potisk v sobě skýtá na jedné straně útočiště v nově vzniklých tónech, na straně druhé jsou v něm stále zachovány barvy, které stimulují naši mysl. Reflektují tak proměnlivé etapy bipolární afektivní poruchy.



Obrázek 16 Vzorky

Konečné typy desénů bylo nutné nechat otestovat na rozličných materiálech, v různých stupních sytosti a taktéž v několika velikostních provedeních. Manické motivy vycházely na bavlněném saténu příliš křiklavé a tmavé naopak působily na popelínu obyčejným, zašlým dojmem. Z hlediska sytosti, byla nakonec zvolena světlejší podoba potisku, která je k vidění na levé straně jednotlivých vzorků na obr. 19. Měřítko bylo odvozeno od přibližné délky předních dílů kabátu a šatů, aby nejvýraznější plochy vycházely na oděvu ve vhodných poměrech. Tomu odpovídal mezník mezi oběma velikostmi. Na základě provedených zkoušek pak došlo k definitivnímu rozhodnutí pro nejlepší varianty. Jediným materiálem bez předchozích testů byl voál, kde byly získány zkušenosti již z dřívějších kolekcí.

5.2 Siluety

Stejně jako desén, i tvarosloví modelů procházelo dlouhým vývojem. Základní myšlenka se však neměnila. Kolekce měla vycházet ze stylu power dressingu na základě manického přesvědčení o své velkoleposti a exkluzivitě. Ukazuje sílu svého nositele. Důraz je proto kladen převážně do oblasti ramen. Ta symbolizují vůdčí schopnosti a odhodlání, ale v druhé fázi poruchy i veškerou tíhu, jež jsou schopna nést. Pro tyto objemné formy byla ideální velká plocha kabátového oděvu, kdy je pozornost nejvíce zaměřena na originální řešení rukávů. V oděvech inspirovaných manickou fází je však objem vždy něčím nabourán. Buďto průsvitným materiálem nebo sejmutím váhy z ramen dolů.

Dalšími částmi ženského těla, jejichž důležitost pro tuto oděvní řadu nelze opomenout, je krk a poprsí – obojí jakožto zranitelná intimní místa. Pro kolekci je typické odkrývání těla tam, kde je většinou očím nepřístupno a zahalení zákoutí, jejichž nahota málokoho v našem prostředí pohoršuje. A proto oproti krku, který je zvláště u dramatických modelů co nejvíce zahalen, ňadra jsou nepokrytě vystavována na odív. Vyvolávají okamžité asociace doplněné jistou mírou kontroverze. Pro manické modely jsou však absolutní nutností. Připomínají nám zrození, přerod, náš vlastní původ. Jejich přiznáním oděv ztrácí svou neprostupnost a pouští nás přes ochranu skořepinu do osobního prostoru nositele. Ačkoliv k viditelnosti hrudníku sloužily spíše průsvitné vlastnosti materiálu, k opakujícím se průhledům na pupík, záda či boky docházelo za pomoci stříhového řešení.



Obrázek 17 Siluety

Z konstrukčního hlediska je podstatný prvek uvazování. To se objevuje nejen u krku při zavínání přednic kabátu, ale také jako řešení dolních krajů rukávů. Vázání umožňuje variabilní řešení jejich délky a objemu. Využito je současně také na ramenou šatů, která nemají klasická ramínka. Zastupují je mašle či uzle, díky kterým šat drží na postavě. Tento moment ukazuje, jak tenká hranice nás dělí mezi oděním a nahotou. Stačí jedno zatažení a oděv samovolně sklouzne. Silueta tíhnoucí k zemi, která je v opozici ke statným ramenům, je podpořena výrazně delšími délkami oděvů. Oděv zohledňuje naši touhu po volnosti pohybu při gestikulaci, ale zároveň nás do sebe ve stejnou chvíli zamotává.

5.3 Postup práce a výsledné modely

Kolekce byla vytvářena postupně od 2D skic až po 3D modely. Prvotní návrhy řešily pouze základní tvary. S následným vyjasňováním výsledného vzhledu pomáhala tvorba modelů z papíru i v kaliku. S ohledem na finanční rozpočet nebylo možné provádět průběžné zkoušky na zcela shodných typech materiálu, což zapříčinilo problém u splývavých šatů z voálu, kdy výsledná varianta s potiskem měla jiné vlastnosti.



Obrázek 18 Průběžné návrhy



Obrázek 19 Finální návrhy kolekce



Obrázek 20 Finální návrhy kolekce

5.3.1 Model č. 1 – kabát



Obrázek 21 Návrh a technický nákres, Look č.1

Tento model je inspirovaný stavem deprese. Nesnaží se však o podtržení neutuchajícího zármutku, ba naopak jeho cílem je dodat svému nositeli na sebedůvěře. Využívá k tomu nejen barvy skryté ve vzoru, ale i různé možnosti stylingu, jimiž se dá pozměnit charakter siluety. Ruce mohou zůstat celé zahaleny a nezavázaná mašle u krku umožňuje ponechat jen volně zakrytou šíji. Rozdílné způsoby oblékání tak dovolují osobě lépe přizpůsobit oděvní formu svému rozpoložení a náladě.

Kabát zhotovený ze 100% bavlněného saténu s tmavou variantou potisku je celoplošně podšitý mikrosaténem ve fuchsiovém odstínu. Tato syntetická textilie má hladký povrch usnadňující oblékání. Její minimální váha je navíc výhodou, neboť objemným formám nepřidává na zátěži. Zvolený odstín podšívky příjemně rozzáří barevnou skladbu svrchního materiálu. Ačkoliv se jedná o vnitřní vrstvu, je přiznaná v oblasti vázanky na rukávech a krku.

Stěžejní částí tohoto oděvu jsou rukávy. Přitahují k sobě pozornost neobvyklým řešením rukávové hlavice a dolních krajů, jelikož ani jedna z těchto částí není zapravena klasickým způsobem. Přední a zadní díly jsou u průkrčníku a v místě, kde se běžně nachází dolní kraj, prodlouženy do dlouhých pruhů. Tyto pásy umožňují obtočením a uvázáním u krku fixaci kabátu na postavě. Opticky vytváří široký lodičkový výstřih, hraničící s dojmem, že oděv visí na kousku náramenice. Rozdvojení rukávu na dva samostatné oboustranné pruhy je dosaženo nedošitím švů, které jsou následně předšity podšívkou. Protážené části jsou v dolním kraji přinechané a v průkrčníku jsou kvůli směru vzoru nastaveny členicím švem. Díly podšívky jsou nastaveny až uvnitř rukávů. V ramenní a průkrčníkové oblasti jsou podlepeny, aby došlo ke zpevnění materiálu a zabránilo se vytahování nití při zátěži. Rukávy jsou zřasený do členicího švu vedeného nad prsní linií.

Přední díly živůtku mají každý dva sklady v místě největší vystouplosti ňader a dopřávají tak komfortnější prostor pro pohyb. V zadním díle se ve středové linii nachází tři symetrické záhyby: prostřední dvojnásobně široký protizáhyb a dva jednoduché po stranách. Opticky se tak zdůrazní střed zad a silueta se protáhne do výšky. Kabát je zapínán na dělitelné zdrhovadlo umístěné v oblasti prsní linie a je překryto levým předním dílem. Ten dále pokračuje až ke středové linii a vytváří tak dojem zavínutí. V bočních švech jsou všity kapsy, které jsou předšité svrchním materiálem a vnitřek je tvořen podšívkou.

Důležité bylo ohlídat uspořádání vzoru při polohování. Abstraktní pestrý desén sice neumožňuje přesnou návaznost jednotlivých barevných ploch, je však potřebné dodržet co nejbližší odstíny u sešitých dílů. Zejména v oblasti členicích švů rukávů, které jsou tvarovány do oblouku a vzor se tak sbíhá, by případné výrazné kontrasty rušily. Podobně bylo nutné zachovat toto pravidlo u bočních švů předních a zadních dílů a v místě nadšití mašlí na rukávy.



Obrázek 22 Příprava modelu č.1

5.3.2 Model č. 2 – top a kalhoty



Obrázek 23 Návrh a technický nákres, Look č.2

Tento look charakterizuje postupný přerod z deprese do neutrálního stavu psychiky. Objevují se zde materiály určené pro máni, ovšem v neutrální studené zeleni. Období odcházející tíhy inspirovalo siluetu kalhot ke spadání z oblasti boků. Na těle drží pouze za pomoci předních dílů, které ve formě úzkých pruhů prochází pasem do oblasti zad, kde se opět rozšiřují v sedlo. Tyto popruhy fixují oděv v pase a brání tak jeho úplnému spadnutí. Z bočního a zadního pohledu vzniká optický dojem vykukujících kalhotek ze sklouzávajících nohavic. Tento dojem „skluzu“ je ještě výrazně umocněn podstatným protažením délky nohavic, které se pak kolem lýtek hromadí.

Bavlněný satén má přidaná 3% elastanu. Protažené díly bylo proto potřeba zpevnit lepící výztuží a do švu v pasovém kraji všít jemnou rašlovku. Tím je preventivně zabráněno vytahávání materiálu při nošení a následném praní. Sedlo, které vychází z obtočených pruhů, je v zadním díle zajištěno prošitím. Do zadního středového švu je všito skryté zdrhovadlo. Dolní kraje nohavic jsou začištěny dvojítm obrubovacím švem.

Vzhledem k tomu, že je váha oděvu úmyslně přesunuta od pasu dolů až k samotné spodní hraně siluety, trup bylo potřeba o to více odhalit. Průsvitný top symbolizuje již zdravý, nezatížený stav. Zelená značí obnovu a příchod něčeho nového. Díky tlumenějšímu odstínu z ní však cítíme i vnitřní klid. Je zachována silueta výrazných ramen z předcházejícího modelu. Transparentní materiál má však za následek absenci majestátního dojmu. Vyvolává v nás spíše pocity volnosti. Je tvořen z předního a zadního dílu živůtku a rukávů, které jsou vsazeny hluboko do trupové oblasti. Společně s výrazným zřasením usnadňují pohyb v ramenní oblasti. Rukávy jsou členěny dvěma švy kvůli vytvarování rukávové hlavičky. Voál, jakožto jemný vzdušný materiál, má tendenci padat a nedržet tvar. Bylo mu proto potřeba pomoci přidáním členícího švu vycházejícího z vrcholu rukávu. Veškeré spoje jsou šity francouzským švem, aby jejich začistění co nejméně rušilo. Dolní kraj rukávu je zapraven manžetou. Kraje živůtku jsou začistěny opálením za pomoci pájky, aby oděv co nejlépe splynul s tělem pod sebou.



Obrázek 24 Příprava modelu č.2

5.3.3 Model č. 3 – dvojité šaty



Obrázek 25 Návrh a technický nákres, Look č.3

Třetí model je nejvíce odhaleným kusem celé kolekce. Ačkoliv představuje nejvýraznější podobu mánie, nemá působit provokativně či bláznivě. Naopak se soustřeďuje na snadnou vnitřní zranitelnost, kterou skýtá zrádný pocit absolutní sebejistoty. Zdánlivá nahota je nepřímou inspirována i v hypersexualitě a s ní spojeným odvážným odíváním a svlékáním se na veřejných místech. Je v ní však zachována křehkost oběti vlastní mysli. Oděv je koncipován tak, že stačí jediné zatažení či nechtěný pohyb a lehce dojde k odhalení celého, již tak dost odkrytého, těla.

Zdvojené šaty jsou opět z materiálu voál, tentokrát však z potištěné varianty. Ta má, díky využití průsvitu více vrstev, tendenci působit až kinetickým dojmem. Je zde použita kombinovaná metoda konstruovaného a aranžovaného střihu. Boky jsou sešity francouzským švem, a to u spodních šatů v celé délce, u svrchních pouze pár centimetrů pod pas. Nadále jsou ponechány volné a jejich kraje jsou začištěny opálením stejně jako u průkrčníků a dolních krajů. I zde opálení je nelepší volbou zapravení, jelikož

ponechává materiálu vzdušnost a záložky či podsádky neodvádí pozornost od potisku. Zhotovené šaty jsou přetaženy přes sebe a svázané na ramenou. Mají podobný tvar, ovšem ty, co leží přímo na těle, jsou více přiléhavější, aby se na ně svrchní šat snáze aranžoval.

Výsledná éteričnost by nebyla docílena bez odlehčení vrchního materiálu. Jeho několik vrstev je u průkrčníku bodově přichyceno ke spodní vrstvě a vytváří tak dojem pohybu. Větší živost vnáší i do vzoru, který se díky tomuto zásahu láme různými směry. Naaranžované díly se tím v bočním kraji rozevrou a odhalí tak ve větší míře nohy. Efekt nabrání je ideální upravit přímo na modelce/zákaznici, aby vytvořený objem co nejlépe fungoval s jejím typem postavy.

V zadních dílech jsou dolní kraje ponechány prodloužené a přechází do mírné vlečky. Délka oděvu je opět nadstandartní. Přebývajícím materiálem se rozlévá po okolí, splývá se zemí, ale zároveň tím vyvolává dojem postavy nekonečně se tyčící k nebesům. Monumentalita vycházející z protažené siluety stále zůstává křehká. I přes dvoje šaty snažící se zakrýt celé tělo, zůstává výsledným pocitem odhalenost.



Obrázek 26 Materiál, model č.3

5.3.4 Model č. 4 – šaty



Obrázek 27 Návrh a technický nákres, Look č.4

Následující model koresponduje s umírněnější variantou manické fáze. Představuje přípravu na přerod zpět k „normálnímu“ stavu. Střihově vychází z kabátu. Sklady, které jsou u něj umístěny v oblasti prsou a středové linie zad, jsou u těchto šatů netradičně přesunuty pod rukávy. Jsou naskládány po celé délce průramku. Jejich množství (15 skladů) napomáhá k vytvoření výraznějšího objemu na bocích. Ten je ovšem viditelný zejména při chůzi, kdy pohyb paží odhalí boky obvykle schované za spadenými rukávy. Jejich spuštěním je dosaženo přesunutí hmoty do středové části těla. Prodloužené volně spadající díly umocňují symboliku navracející se tíhy.

Šaty jsou zhotoveny z potištěného směsového popelínu. Tento materiál dobře drží tvar, a tak snadněji zachovává formy oděvu. K jejich podepření napomáhá i kombinace s pevnějším bavlněným saténem, který zároveň zajišťuje kraje a vnitřní stranu rukávů. Tato textilie má stejné složení jako tmavě modrý satén použitý na kalhoty u modelu číslo 2.

Zde je ovšem zvolen v jemně růžovém odstínu dobře se doplňujícím s barevností svrchního materiálu. Použit je i na zdvojená ramínka. Jedno přidržuje boční strany a kratší druhé, vycházející z vrcholu přednic, fixuje díly zavínuté přes sebe. Oděv je přetahován přes hlavu, nepotřebuje tudíž žádná zapínání. Aby nedocházelo k rozevírání v prsní části šatů, jsou ve vnitřní straně předních dílů našity skryté knoflíčky. Horní kraje jsou zapraveny podsádkou a boční a dolní kraje jsou začištěny 2x podehnutým obrubovacím švem.



Obrázek 28 Materiál a příprava stříhu, model č.4

5.3.5 Model č. 5 – bunda a sukně



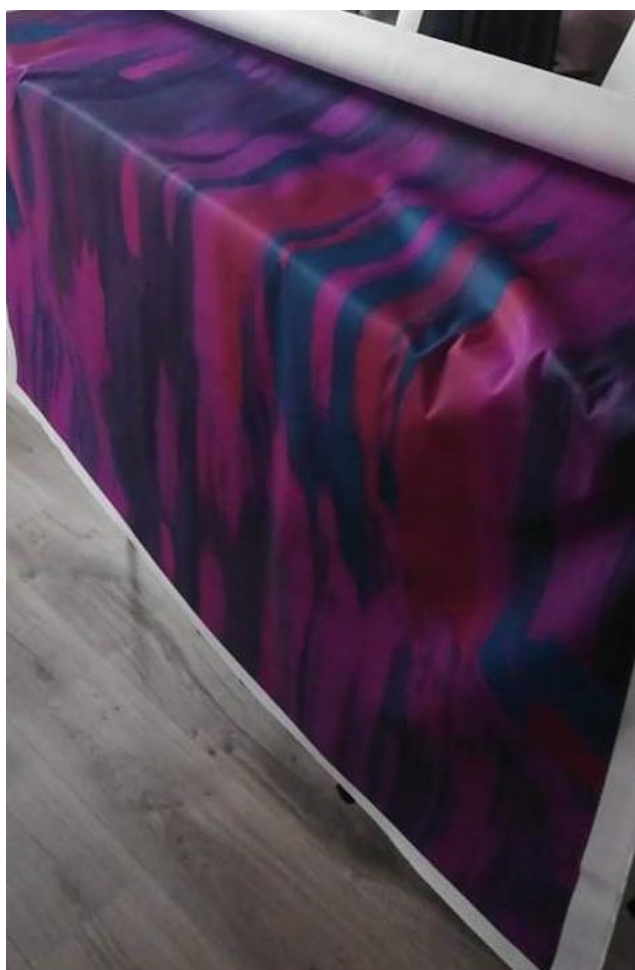
Obrázek 29 Návrh a technický nákres, Look č.5

Stavem, kterým byla kolekce započata, také končí. Ukazuje tak na cyklický průběh nemoci. Model, který je poskládán z rafinovaně propojené bundy se sukní, vyjadřuje opět postupný propad k depresivnímu stavu. Jsou zde nejen využity materiály shodné s kabátem a kalhotami, ale rovněž se zde promítají charakteristické znaky zmíněných oděvů. Opakuje se zahalení krku, rukou i zdůraznění ramen. Znovu můžeme pozorovat průstřihy směřující z předních dílů do zad, i když tentokrát jsou jakoby zrcadlově převráceny.

Trojúhelníkovou siluetu podtrhuje výkroj obnažující pupík. Sukně je nezvykle tvarována v pasové linii. V předním díle směřuje dolů do špičky a pak postupně stoupá směrem k bokům. V zadním díle je protažena vysoko nad úroveň pasu. V tomto bodě může být napojena na bundu, která ji zafixuje ve správné pozici. Sukně však díky pasovým záševkům

obstojí i jako samonosná. Má pouzdřovou siluetu ozvláštněnou o řasení v bočních krajích. Tento detail tak odhalí kotníky nositelky.

Trup krátké bundy je dvojitý, začištěný spodní vrstvou. Přední díly jsou protaženy do úzkých dlouhých pruhů, které po přetočení do oblasti zad vytváří opticky trojúhelníkové otvory. Popruhy jsou v zadním díle zapínány na kovovou prádlovou přezku šíře 25 mm. Ta slouží buďto jako ozdobný prvek, nebo může zůstat skryta v zadním díle sukně. Do ní se protáhne přes otvory v bočních švech. Živůtek je zapínán na skryté zdrhovadlo všité do středového švu zadních dílů a do 6 cm vysokého stojáčku. Ten se snaží o co nejlepší zakrytí celého krku. V průramcích jsou vsazeny výrazně zřasené rukávy jakožto kombinace střihu kabátu a průsvitného topu z looku číslo 2.



Obrázek 30 Materiál, model č.5

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

6 LOOKBOOK

Fotografka: Radka Korandová

Modelky: Anna Doležalová, Maria Heloise José Da Costa, Catherine Ann Fajbiš,
Karolína Kováčová, Nikola Gavendová

Make-up artistka: Nikol Kurik

Vlasová stylistka: Snižana Romaniuk

































ZÁVĚR

Tato práce, jež měla za cíl převážně zachytit pestrost barev, našla s jejich pomocí cestu k vyjádření široké palety emocí. Při pátrání po jejich významu, otevíraly se nové a nové možnosti kombinací. Jeden odstín nedokázal konkurovat výrazovým možnostem rozmanitých tónů. Varianty se nadále stupňovaly, až původní plán o zvolení konkrétních valérů s jasnou symbolikou, nahradila touha o podstatně expresivnější vyjádření. Výstupní desén je živelný a poukazuje na sílu barev. Kolekce se stala útočištěm vlastního světa plného fantazie. Prchá před „šedočernými uniformami“ současné uspěchané doby.

Rychlost, kterou se moderní společnost vyvíjí, má za následek prudký nárůst duševních nemocí. Naše mysl se nestihá přizpůsobovat neustálým změnám a upadá tak do zarmouceného stavu. Toto aktuální téma je málokdy spojováno přímo s oděvním designem, i když zvláště nepříjemné niterné prožitky jsou pro svou intenzitu u návrhářů oblíbeným motivem. Tato výsledná kolekce se však nesnaží o pouhé zobrazení nálady, jejím cílem je nalezení prostoru souznícího s rozpoložením svého nositele.

Význam vztahu mezi oděvem a osobností pod ním překvapil svou rozsáhlostí. Nepřeberné příběhy i výzkumy odborníků rozhodně ukrývají další, dosud nevyčerpané poznatky, které mohou být inspirací pro následnou tvorbu. Čerstvé vjemy otevřely nové pohledy na danou problematiku a usměrnily vývoj stříhové i vzorové inovace. I přes změny, které proces přinesl, hlavní idea zůstala zachována. Poselstvím tohoto textu i praktického výstupu je pobídnutí k zamyšlení se nad svým šatníkem. Co o nás vyjadřuje, a zda nám poskytuje dostatečný psychický komfort. Myšlenka skrytá v jednotlivých řádcích se snaží upozornit na čas věnovaným oděvům při jejich výběru. Nejsou totiž pouhou schránkou, kterou si musíme obléci. Jsou kreativní radostí, intimním prostorem, ale hlavně, jsou zrcadlem naší duše.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

DANNHOFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012, 352 s. ISBN 9788025137857.

EISEMAN, Leatrice a E. P. CUTLER. *Pantone on Fashion*. San Francisco, California: Chronicle Books, 2014. ISBN 1452115354.

GOETHE, Johann Wolfgang von. *Smyslově-morální účinek barev*. Hranice: Fabula, c2011, 110 s. ISBN 9788086600130.

KOCHTOVÁ, Johana. Bipolární afektivní porucha. *Lékařská Fakulta Univerzity Palackého v Olomouci* [online]. [cit. 2022-01-21]. Dostupné z :http://old.lf.upol.cz/fileadmin/user_upload/LFkliniky/hippokrat/Obory/Psychiatrie/Bipolarni_afektivni_porucha.pdf

LÁTALOVÁ, Klára. *Bipolární afektivní porucha*. Praha: Grada, 2010. ISBN 9788024731254.

WAGER, Lauren. *Palette Perfect: Color Combinations Inspired by Fashion, Art and Style*. Barcelona: Promopress, 2018. ISBN 841596790X.

Studie a odborné práce:

OBENG, Sophia Leticia, Daniel Kwabena DANSO, Jonas Abora OMARI a Jonathan E.T. KUWORNU-ADJAOTTOR. Colour in fashion: Effects on personality. *ResearchGate: Find and share* [online]. 4. Ghana: European Journal of Education Studies, 2018, 2018, s. 377 [cit. 2022-01-23]. ISBN 2501-1111. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/337113490_Colour_In_Fashion_Effects_On_Personality

SCHWENK, Ernst F. Friedlieb runge and his capillary designs. *Bulletin for the History of Chemistry: Friedlieb Runge and his capillary designs* [online]. Wiesbaden: Division of History of Chemistry of the American Chemical Society, 2005, s. 30-34 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: http://acshist.scs.illinois.edu/bulletin_open_access/v30-1/v30-1%20p30-34.pdf

MENCLOVÁ, Kateřina. *Kosatcová zeleň a přírodní organická barviva*. Unhošť, 2010. Bakalářská práce. Karlova Univerzita v Praze. Vedoucí práce Ing. Mgr. Štěpánka Kučková, Ph.D.

Strategie zvládání bipolární afektivní poruchy. *Theses: Vysokoškolské kvalifikační práce* [online]. Brno: Masarykova Univerzita [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: https://theses.cz/id/bs45ou/Strategie_zvldn_bipolrn_afektivn_poruchy.pdf

Internetové zdroje:

ALEXENGLISH. What is the difference between Red Valentino and Valentino *Italist* [online]. October 8, 2021 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.italist.com/magazine/what-is-the-difference-between-red-valentino-and-valentino-garavani/>

Blue: Meaning, Combinations and Hex code. *Canva* [online]. Canva, c2022 [cit. 2022-01-23]. Dostupné z: <https://www.canva.com/colors/color-meanings/blue/>

Bright Yellow: Meaning. *Canva* [online]. Canva, c2022 [cit. 2022-01-23]. Dostupné z: <https://www.canva.com/colors/color-meanings/bright-yellow/>

BROWNLEE, John. War, Peace and Technology: A History Of The 20th Century Through Color Trends. *Fast Company* [online]. New York: Mansueto Ventures, c2022, 12.9.2015 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.fastcompany.com/3054313/war-peace-and-technology-a-history-of-the-20th-century-through-color-trends>

CASTRO, Alexander. Purple power: Salve Regina exhibit highlights purples prominence in fashion. *Newport Daily News* [online]. Newport (California): Gannett, c2022 [cit. 2022-05-12]. Dostupné z: <https://eu.newportri.com/story/news/local/2019/11/09/salve-regina-exhibit-highlights-purples-prominence-in-fashion/2331092007/>

Color Association of the United States records. *Hagley Museum and Library Archives* [online]. Wilmington: Hagley Museum and Library Archives [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://findingaids.hagley.org/repositories/3/resources/939>

Color of the Year 2021: Pantone 17-5104 Ultimate Gray + Pantone 13-0647 Illuminating. *Pantone* [online]. Carlstadt, New Jersey: Pantone, c1996-2022 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.pantone.com/articles/past-colors-of-the-year/color-of-the-year-2021>

Depression and Clothes. *International Bipolar Foundation: Hope, Resources a Support* [online]. [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: <https://ibpf.org/depression-clothes/>

DUPLAIX, Guillaumette. Yellow color: history and values. *Runway Magazine* [online]. Paris: Official Runway Magazine, 22nd August 2020 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://runwaymagazines.com/yellow-color-history-and-values/>

ELMANSY, Rafiq. The Psychology of Color in Branding. *Designorate* [online]. Designorate, c2022, 1.2.2015 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.designorate.com/the-psychology-of-color-in-branding/>

FERNANDEZ, Celia. Harry Styles and Lady Gaga wore the same marigold suit just months apart. *Insider* [online]. Insider, c2022, Feb 19, 2020 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.insider.com/harry-styles-lady-gaga-marc-jacobs-marigold-suit-2020-2>

Historie BASF: Doba barviv. *BASF: We create chemistry* [online]. Praha: BASF, c2017 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: https://www.agro.basf.cz/cs/About_Us/historie_basf/1865_1901/

How did color forecasting start in the USA. *Color Association of the United States* [online]. New York: Color Association of the US, c2020 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.colorassociation.com/questions/1>

MOWER, Sarah. Valentino Fall 2022. *Vogue: Runway* [online]. New York: Condé Nast, c2022, March 7, 2022 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-ready-to-wear/valentino>

LEE, Sae Eun, Hyungjin SON, Yuri LEE a Jisoo HA. The Study of Implicit Self-Esteem and Depression and Fashion Competency. *Korea Science* [online]. Kisti, May 20, 2017 [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201726868620859.pdf>

MANLY, STEWART, KELSEY. How Fashion Has Helped Me Cope With My Anxiety and Depression. *The Zoe Report* [online]. BDG Media, c2022, 7. 5. 2021 [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: <https://www.thezoereport.com/fashion/how-fashion-has-helped-me-cope-with-anxiety-depression>

Orange: Meaning, Combinations and Hex code. *Canva* [online]. Canva, c2021 [cit. 2022-01-23]. Dostupné z: <https://www.canva.com/colors/color-meanings/orange/>

O životě s bipolární afektivní poruchou: Příběh Teryll. *Nevypust' duši: Nebojíme se mluvit o duševním zdraví* [online]. Praha: Nevypust' duši, 2022 [cit. 2022-01-24]. Dostupné z: <https://nevypustdusi.cz/2020/05/04/o-zivote-s-bipolarni-afektivni-poruchou-pribeh-teryll/>

Pantone Color of the Year 2022. *Pantone* [online]. Carlstadt (New Jersey): Pantone, c1996-2022 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2022>

PETRARCA, Emilia. Color Theory: Everyone's Wearing Optimistic Yellow. *The Cut* [online]. Washington, D.C.: Vox Media, c2022, September 12, 2019 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.thecut.com/2019/09/spring-2020-color-trend-yellow.html>

Psychologie barev: Symbolika barev. *Onlio* [online]. Praha: Onlio, c2021, 11. 2. 2009 [cit. 2021-12-12]. Dostupné z: <https://www.onlio.com/-/psychologie-barev-symbolika-barev>

Symbolika barev. *Muni: Informační systém Masarykovy Univerzity* [online]. Brno: Masarykova Univerzita, 2022 [cit. 2022-01-23]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1421/jaro2007/PV1B48/um/Seminar_12.4.2007.pdf

Přednášky:

ČADA, Martin, Barva, Světlo, Tvar 1, 2019

ŠATKOVÁ, Adriana, Technologie oděvního designu 4, Vývoj nových materiálů, 2021

TITOR, Ivan, Nauka o barvě, Primární a sekundární barvy, 2021

PETŘÍČKOVÁ, Kristýna, Dějiny odívání 6, Vývoj syntetických barviv, 2022

PETŘÍČKOVÁ, Kristýna, Dějiny odívání 6, Viktoriánská Anglie, 2022

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CAUS – Color Association of United States

ba – bavlna

PES – polyester

č. – číslo

cm – centimetr

mm – milimetr

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Mauvenin aneb Perkinova violet, Day dress, Victoria and Albert Museum.....	15
Obrázek 2 Emilio Pucci, barevné potisky.....	18
Obrázek 3 Lagerfeld	20
Obrázek 4 Harry Styles	22
Obrázek 5 Lady Gaga	22
Obrázek 6 Valentino 2008	24
Obrázek 7 Alexander McQueen, FW 19999	25
Obrázek 8 Valentino Fall 2022	26
Obrázek 9 Balenciaga SS 2020.....	29
Obrázek 10 Lucas Cranach, 1538	32
Obrázek 11 Jean Paul Gaultier, korzetové šaty	32
Obrázek 12 Prince.....	34
Obrázek 13 Hedvábné šaty, 1868, The Metropolitan Museum of Art	36
Obrázek 14 Moodboard	44
Obrázek 15 Varianty desénu.....	49
Obrázek 16 Vzorky	50
Obrázek 17 Siluety.....	51
Obrázek 18 Průběžné návrhy	52
Obrázek 19 Finální návrhy kolekce	53
Obrázek 20 Finální návrhy kolekce	53
Obrázek 21 Návrh a technický nákres, Look č.1	54
Obrázek 22 Příprava modelu č.1	56
Obrázek 23 Návrh a technický nákres, Look č.2	57
Obrázek 24 Příprava modelu č.2.....	58
Obrázek 25 Návrh a technický nákres, Look č.3	59
Obrázek 26 Materiál, model č.3.....	60
Obrázek 27 Návrh a technický nákres, Look č.4	61
Obrázek 28 Materiál a příprava stříhu, model č.4	62
Obrázek 29 Návrh a technický nákres, Look č.5	63
Obrázek 30 Materiál, model č.5.....	64

ZDROJE OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Mauvenin aneb Perkinova violet, Day dress, Victoria and Albert Museum

Zdroje: Day dress. *Victoria and Albert Museum* [online]. London: Victoria and Albert Museum, c2022 [cit. 2022-03-23]. Dostupné z: <https://collections.vam.ac.uk/item/O122391/day-dress-unknown/>

Obrázek 2 Emilio Pucci, barevné potisky

Zdroje: MANSOUR, Lara. Prince Of Prints: The History Of Emilio Pucci. *Aeworld: Access to the World's Best Fashion and Luxury* [online]. Dubai: a&e, c2022, 22-02-2018 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://aeworld.com/fashion/in-focus/history-of-emilio-pucci/>

Obrázek 3 Lagerfeld

Zdroje: Lagerfeld. *Ads of the World* [online]. Clio Awards, c2022, August 11, 2008 [cit. 2022-03-24]. Dostupné z: https://www.adsoftheworld.com/media/outdoor/french_road_safety_lagerfeld

Obrázek 4 Harry Styles

Zdroje: PIKE, Naomi. Behind The Scenes On Harry Styles' Brit Awards 2020 Outfit. In: *British Vogue* [online]. New York: Condé Nast, c2022, 18 February 2020 [cit. 2022-05-18]. Dostupné z: <https://www.vogue.co.uk/miss-vogue/article/harry-styles-brit-awards-2020>

Obrázek 5 Lady Gaga

Zdroje: BAILEY, Alyssa. Lady Gaga. In: *Elle* [online]. Hearst Magazine Media, c2022, 6 Nov 2019 [cit. 2022-05-18]. Dostupné z: <https://www.elle.com/culture/celebrities/a29710989/lady-gaga-on-bradley-cooper-dating-rumors-interview/>

Obrázek 6 Valentino 2008

Zdroje: A 10 legemlékezetesebb haute couture momentum. In: *Elle* [online]. Budapest: Good Life Media Group [cit. 2022-05-18]. Dostupné z: <https://elle.hu/divat/a-10-legemlekezetesebb-haute-couture-momentum-4332>

Obrázek 7 Alexander McQueen, FW 1999

Zdroje: McQueen. In: *(In)Decorous Taste* [online]. 2.13.2010 [cit. 2022-05-18]. Dostupné z: <http://www.indecoroustaste.com/2010/02/mcqueen.html>

Obrázek 8 Valentino Fall 2022

Zdroje: MOWER, Sarah. Valentino Fall 2022. *Vogue: Runway* [online]. New York: Condé Nast, c2022, March 7, 2022 [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-ready-to-wear/valentino>

Obrázek 9 Balenciaga SS 2020

Zdroje: YOTKA, Steff. 17 Ways to Wear Classic Blue, Pantone's Color of the Year. *Vogue* [online]. Condé Nast, c2022, December 5, 2019 [cit. 2022-03-28]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/slideshow/pantone-color-of-the-year-classic-blue-runway>

Obrázek 10 Lucas Cranach, 1538

Zdroje: Podobizna mladé dámy držící kapradí: Lucas Cranach st. *Národní Galerie Praha* [online]. Praha: Národní Galerie Praha [cit. 2022-03-28]. Dostupné z: https://sbirky.ngprague.cz/dielo/CZE:NG.O_8668

Obrázek 11 Jean Paul Gaultier, korzetové šaty

Zdroje:

Obrázek 12 Prince

Zdroje: Prince: fialový trench coat. In: *Blackout Cinema* [online]. Los Angels: Blackout Cinema [cit. 2022-05-12]. Dostupné z: <http://blackoutcinema.com/movie-mixers/>

Obrázek 13 Hedvábné šaty, 1868, The Metropolitan Museum of Art

Zdroje: Dress: 1868. In: *The Metropolitan Museum of Art* [online]. New York: The Metropolitan Museum of Art, c2000-2022 [cit. 2022-05-13]. Dostupné z: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/107839>

Následují vlastní zdroje a koláže:

Obrázek 14 Moodboard

Obrázek 15 Varianty desénu

Obrázek 16 Vzorky

Obrázek 17 Siluety

Obrázek 18 Průběžné návrhy

Obrázek 19 Finální návrhy kolekce

Obrázek 20 Finální návrhy kolekce

Obrázek 21 Návrh a technický nákres, Look č.1

Obrázek 22 Příprava modelu č.1

Obrázek 23 Návrh a technický nákres, Look č.2

Obrázek 24 Příprava modelu č.2

Obrázek 25 Návrh a technický nákres, Look č.3

Obrázek 26 Materiál, model č.3

Obrázek 27 Návrh a technický nákres, Look č.4

Obrázek 28 Materiál a příprava střihu, model č.4

Obrázek 29 Návrh a technický nákres, Look č.5

Obrázek 30 Materiál, model č.5

SEZNAM PŘÍLOH

Flash disk