

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

FILOZOFICKÁ FAKULTA

ÚSTAV VĚD O UMĚNÍ A KULTUŘE

DIPLOMOVÁ PRÁCE

TRENDY, DIKTÁTY I REBELIE: PROMĚNY IMAGE BĚHEM 20. STOLETÍ

Vedoucí práce: Mgr. David Skalický, Ph.D.

Autorka práce: Bc. Natálie Trnková

Studijní obor: Kulturní studia

2023

Prohlášení

"Prohlašuji, že jsem autorkou této kvalifikační práce a že jsem ji vypracovala pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu použitých zdrojů."

České Budějovice 27. listopadu 2023

Natálie Trnková

Poděkování:

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce Mgr. Davidu Skalickému, Ph.D. za odborné vedení mé práce, cenné a inspirativní rady, vstřícnost a ochotu, kterou mi během zpracování diplomové práce věnoval.

Anotace

Diplomová práce se zabývá klíčovými proměnami image ve 20. století, představuje hlavní módní trendy dominující především v Evropě a Americe a jejich propojení s politickým a společenským děním v průběhu století. Snaží se nabídnout pohled na image jakožto nástroj módního a ideologického diktátu, zmiňuje některé signifikantní osobnosti daných dekad i jejich vliv na oděvní revoluce. Pozornost je věnována také rebelujícím subkulturám odmítajícím masové trendy či temným kapitolám dějin, kdy svou roli hrálo nucené potlačení image na pozadí politického dění.

Klíčová slova: image, módní trendy, módní diktát, subkultury, oděvní revoluce

Annotation

The thesis deals with the key transformations of the image in the 20th century, presenting the main fashion trends dominating mainly in Europe and America and their connection with political and social developments during the century. It seeks to offer a view of image as a tool of fashion and ideological dictate, mentioning some significant figures of the decades and their influence on the clothing revolutions. Attention is also paid to rebellious subcultures rejecting mass trends or dark chapters of history, when the forced suppression of image against the background of political events played a role.

Keywords: image, fashion trends, fashion dictate, subcultures, clothing revolution

Obsah

1. Úvod.....	6
2. Vymezení základních pojmů a problematiky.....	8
2.1. Image a styl.....	8
2.2. Móda, odívání a subkultury.....	9
3. Sémiotická a ideologická povaha oděvu.....	11
4. Proměny odívání a image v průběhu jednotlivých dekád.....	18
4.1. Nová móda nového tisíciletí.....	18
4.2. Co přinesla, vzala a změnila první světová válka.....	20
4.2.1. Klasické a / versus moderní v osobnosti Elišky Junkové.....	23
4.3. Euforie a obavy třicátých let.....	25
4.4. Zkracování ve jménu druhé světové války.....	27
4.4.1. Zahraniční subkultury a jejich odnože v českém prostředí.....	28
4.4.2. Odvrácená strana válečné „módy“.....	31
4.5. Poválečné ideály a <i>new look</i>	32
4.5.1. Zátopek, aneb jak si vyběhat image komunisty.....	37
4.6. Dynamická módní revoluce šedesátých let.....	38
4.6.1. <i>Be sure to wear some flowers in your hair</i>	40
4.7. Móda pro všechny, všichni pro módu sedmdesátých let.....	42
4.7.1. ABBA vs. Bowie.....	44
4.8. Osmdesátá léta – souboj hýřivé okázalosti a protestů.....	47
4.8.1. Znamka punku.....	49
4.9. Devadesátá léta a začátky nové éry.....	51
5. Závěr.....	54
6. Seznam použitých zdrojů.....	57
6.1. Odborná literatura.....	57
6.2. Internetové zdroje.....	58
6.3. Prameny.....	58

1. Úvod

Šaty dělají člověka, bohatého, chudého, mladého či starého, dělají hasiče, účetního, letušku, konzervativce či rebelanta. Oděv tvoří i narušuje vizuální mantinely genderu, prozrazuje i tají národnostní a kulturní identitu, je průsečíkem společenské integrity a individuality, kompromisem mezi ostenzí našich předností a skrýváním našich nedokonalostí. Skrze něj se k některým hlásíme, vůči jiným vymezujeme. Provází nás od narození až po smrt, vymezuje nás vůči přírodě a svým způsobem i vůči společnosti, je předmětem debat o (ne)patřičnosti během společenských událostí a rituálů. Stejně jako je kostým nástrojem určitého vyjádření herci, styl a odívání propůjčuje hlas našim hodnotám a preferencím.

Znamená to tedy, že s odložením oděvu přestáváme být onou letuškou, hasičem či účetním, movitým či chudým? Jistě nikoliv. I nahé tělo pochopitelně může být nositelem mnoha informací, například o životním stylu. To oděv si však volíme *záměrně*, ovšem s ohledem na naše finanční možnosti, na rozdíl kupříkladu od genetických predispozic nahého těla, s jistou motivací, myšlenkou, cílem to či ono *sdělit*. Námi zvolený oděv je především výsledkem střetnutí naší individuality a vnějších společenských, ekonomických, ideologických a jiných procesů.

Šaty odpradáva byly a zůstávají zcela bezprostředně v nejužším sepetí s naším tělem, poutaly naši pozornost, i přesto, že se v průběhu dekády i celých staletí proměňovala dynamika mezi motivacemi k jejich nošení. Ačkoliv můžeme v historii odívání zaznamenat období, kdy funkce praktická či ochranná převažovala nad estetickou, neznamená to nutně, že by v těchto érách byly významy nesené oděvem chudší. Navíc se můžeme setkat i s názorem, že ona estetická, dekorativní funkce oděvu je primární vždy, jak uvádí například britský psychoanalytik John Carl Flügel.⁽¹⁾ Ať už v té či oné epoše převažovala jakákoliv motivace k odívání, ani jeden z případů nemohl popřít jeho znakovou povahu. Přítomnost znaku či symbolu zákonitě znamená přítomnost významu. Oděv tak vždy byl a bude rychlou obrazovou informací a sdělením, navíc opatřen naším předpokladem, že příjemci toto sdělení chápou stejně jako my nositelé. To pochopitelně nelze zaručit.

Ve své práci se snažím o zachycení denotativních a konotativních významů oděvu, a to u hlavních módních trendů i vybraných subkultur a osobností. Cílem však není komplexní zmapování dějin módy, avšak ukázání její sémiotické a ideologické povahy. Pro tyto účely mi byly základem klasické i moderní teorie módy zabývající se především funkcemi a motivacemi odívání, ale i otázky oděvu jako nástroje k hierarchizaci společnosti, ideologické manipulaci a snahy těmito procesům čelit a zamezovat. Vzhledem k povaze této práce opomímám některé autory věnující se módě, jako např. Bernarda de Mandevilla, větší prostor je věnován především stěžejním teoriím módy v zastoupení klasických teorií německého sociologa Georga Simmela a norského ekonoma Thornsteina Veblena, dále

⁽¹⁾ FLÜGEL, John. *Psychology of Clothes*. Madison: International Universities Press, 1971, str. 17

pak kritice klasického přístupu slovy francouzského filozofa Gilles Lipovetskeho. Práce se však alespoň pokouší o vystihnoutí významové roviny oděvu zasazené do společenských a historických souvislostí, proto nelze opominut i teorie Rolanda Barthesa a Jany Skarlantové.

Oděv je zde vnímán především jako nositel znaků, symbolů, jejichž významy mohou procházet změnami, jejich interpretace se může proměňovat v závislosti na čase, místě i subjektivních faktorech, mohou dokonce i zanikat nebo být nahrazovány významy novými. Vzhledem k absenci zdrojů, ve kterých by se vyskytovaly explicitní subjektivní popisy významů oděvních prvků zaznamenané jejich nositeli, má tato práce do značné míry interpretační charakter, avšak opřený o odborné publikace. Navíc pokud oděvu přiznáme symbolickou rovinu, jak rozvádím dále v textu, nebylo by takového jednoznačného popisu významu možné dosáhnout, už samotná povaha symbolu znemožňuje vyložit jej jednoznačně. Móda, ostatně i jako jiné sémiotické systémy, nese své významy v kontextu těchto dalších systémů, není je možné nijak izolovat, a tudíž ani zabránit významovým posunům. Vzhledem k obsáhlosti zkoumaného materiálu je tato práce snahou o zachycení některých výrazných momentů v mainstreamových i subkulturních proudech odívání s ohledem na dominantní interpretaci významů produkovaných módou a oblékáním.

V první zhruba třetině práce se věnuji vymezení některých základních pojmů, jakými jsou například móda, styl či image, jejich problematičnosti i možným přístupům ke zkoumání těchto pojmů. Obsáhlá čtvrtá kapitola, rozdělená do jednotlivých podkapitol věnovaných jednotlivým dekadám, si pak klade za cíl komplexně avšak stručně vykreslit atmosféru dané doby, na jejímž pozadí se zaměřuji na vybrané skupiny, subkultury či jedince, na nichž je možné demonstrovat určitá specifika týkající se jejich image. Vzhledem k rozsáhlosti zkoumaného období není možné v rozsahu diplomové práce popsat všechny zajímavé příklady, vybrala jsem proto jednoho zástupce dekády, který něčím z hlediska image vynikal. Ať už pomocí ní umně klamal, či naopak oprávněně získával důvěru a oblibu veřejnosti a okolí, ať už se image stala silným ideologickým nástrojem skupiny, či naopak osobním prokletím, dále pak příklady, kdy jedincova image balancovala mezi dvěma zcela odlišnými póly, i případy, kdy naopak byla sveřepě demonstrována jako zcela neměnná. Mým cílem je dokázat, že vzhled a image bychom neměli redukovat na pouhou povrchní záležitost, vyzdvihnout její výrazné a mnohočetné sémantické roviny a také mnohé způsoby, jak lze s image pracovat. V neposlední řadě bych i ráda dokázala její důležitost skrze případy, kdy dochází k jejímu násilnému potlačování. Image je dle mého názoru zajímavou a nosnou výslednicí dvou linek, specifické individuality jedince a jeho společenských, historických, politických i ekonomických podmínek.

2. Vymezení základních pojmů a problematiky

2. 1. Image a styl

Pojem „image“, užívaný hojně na poli ekonomickém, je definován jako představa či obraz osoby, značky či výrobku vnímaný veřejností, často je tento pojem spjat s cílem dosáhnout úspěchu.⁽²⁾ Ekonom Jaroslav Světlík jej definuje jako „souhrn všech představ, poznatků a očekávání spojených s určitým předmětem, osobou nebo organizací.“⁽³⁾ Záměrně pěstovaná osobní image nemusí být nutně spojena výhradně s ekonomickým úspěchem, pokud nehovoříme o veřejně známe osobnosti, jejíž příjmy pramení právě ze slávy, ale i se společenským úspěchem, tedy se snahou o přijetí společností či dané společenské skupiny. Do tvorby image se nepochybně promítá i naše nevědomí, které tak dává najevo informace o nás samých, aniž bychom je měli pevně v rukou. Pro dosažení ekonomického úspěchu např. výrobku působí jako primární nástroje reklama a masmédiá, zatímco jednotlivci pro dosažení společenského úspěchu tyto nástroje k dispozici zpravidla nemají. V současné době však mohou lidé disponovat jiným nástrojem masmediální povahy – sociálními sítěmi. Jejich uživatelé mají možnost uměle vytvářet či alespoň částečně ovlivňovat obraz, který je okolo nás vytvářen.

Na poli kulturním a společenském právě móda a odívání působí jako nástroje promluvy ke společnosti skrze denotace a konotace přiřazované k jednotlivým oděvním prvkům. Součástí image jsou však ale i jiné aspekty, které však uvedu pouze krátkou citací a v této práci budou případně využity pouze okrajově. „Už neplatí, že to, kým jsme, je nám dáno od Boha nebo že jsme toho dosáhli tvrdou prací v našem povolání či zaměstnání. Budujeme si svou tvárnou image podle toho, co si kupujeme – oblečení, nábytek a auto vypovídá o tom, kým jsme (kým se stáváme).“⁽⁴⁾

V souvislosti s pojmem image se nabízí ještě jeden velmi blízký, částečně možná až překrývající se pojem „styl“. Pro tuto práci jsem zvolila nastínění vztahu těchto dvou pojmů, jak jej uvádí historik a politolog Petr Koura ve své obsáhlé publikaci *Swingři a potápky v protektorátní noci*, vycházející z práce Mika Breaka *Soziologie der jugendlichen Subkulturen*. Koura vnímá image, odrážející se v módě, účesu a celkovém vzhledu, jako jeden ze tří základních pilířů stylu.⁽⁵⁾ Zbylé dva pilíře, zaprvé postoj spjatý s pohybem a nesením těla, zadruhé pak specifický slovník a slang, práce zahrnuje spíše okrajově pouze tam, kde je jich zapotřebí k ucelení obrazu dané skupiny.

⁽²⁾ FORET, Miroslav. *Komunikace s veřejností*. Brno: Vydavatelství Masarykovy univerzity, 1994, str. 91

⁽³⁾ SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketingové řízení školy*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, str. 148

⁽⁴⁾ LYON, David. *Ježíš v Disneylandu: náboženství v postmoderní době*. Praha: Mladá fronta, 2002, str. 32

⁽⁵⁾ KOURA, Petr. *Swingři a potápky v protektorátní noci*. Praha: Academia, 2016, str. 25

2.2. Móda, odívání a subkultury

V některých publikacích bychom se mohli setkat s názorem, že jakýsi „počátek módy“ je shodný s počátkem odívání. Pokud například tetování, šperky a různé dekorativní techniky vnímáme jako podkategorii módy, jistě těmto oblastem uznáme hluboké kořeny v lidské historii. Francouzský filozof Gilles Lipovetsky však proti tomu argumentuje s odkazem na vrcholný středověk, kdy podle něj individualizace vzhledu získala světskou legitimitu, snaha odlišit se tak mohla stát ústřední motivací vznikající módy.⁽⁶⁾ Dosud podle Lipovetskeho veškerý oděv pouze podléhal v různých variacích tradiční formě odívání, až právě aristokratická společnost vrcholného středověku umožňuje individuální vkus a současně výraznější odlišení ženského a mužského oděvu. Oděv se tak stává znakem individua. Nějakou dobu však trvalo, než tyto změny zcela prostoupily i dalšími společenskými vrstvami. „Městská móda byla mnohem více určována kolektivní normou a tradičními zvyklostmi, (často i nařízeními omezující napodobování šlechty a upevňující společenskou hierarchii), proto se obešla bez výstředností a luxusu. Přesto se i v městském prostředí začíná uplatňovat rozmanitost v odívání v závislosti na individualitě nositele.“⁽⁷⁾

Estetička, historička a socioložka oděvní kultury Helena Jarošová nachází původ výrazu móda v latinském slově *modus* označujícím *miru* či *způsob*, které se užívalo již ve středověku, ovšem ale nebylo spjato pouze s oděvem, ale i zdobením těla, stravou a morálními zásadami. Dominantní spojitost slova *modus* s oblečením se dle Jarošové objevovalo až v 17. století.⁽⁸⁾ Do problematického procesu hledání definice módy ale navíc vstupuje anglické slovo *fashion*, z francouzského *facio*, tedy vytvářet, v anglickém prostředí během patnáctého století však nabývá významu spjatého právě s odíváním a s ním provázaným životním stylem, a to především u vyšších vrstev.⁽⁹⁾ Dnes si však již ani zdaleka nevystačíme s primitivním rozdělením na módu vysokých a nižší vrstev, do palety kategorií vstupují otázky ekologie, udržitelnosti, věku a především stylu. Právě styl otevírá dveře mládežnickým subkulturám, společenské kategorii, které je v práci věnován zásadní prostor. Josef Smolík ji definuje následovně: „Subkultura mládeže je typ subkultury vázaný na specifické způsoby chování mládeže, na její sklon k určitým hodnotovým preferencím, akceptování či zavrhování určitých norem, životní styl odrážející podmínky života. Subkultury mládeže jsou skupiny mladých (dospívajících) lidí, kteří mají společného něco (problém, zájem, zvyk), co je odlišuje od členů ostatních sociálních skupin.“⁽¹⁰⁾

Image, jakožto jedna z neodmyslitelných složek stylu, tvoří jeden z výrazných faktorů spojujících členy subkultury. „Jestliže se stane určitá móda závazná pro určitou společenskou skupinu,

⁽⁶⁾ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. Praha: Prostor, 2002, str. 100

⁽⁷⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 101

⁽⁸⁾ JAROŠOVÁ, Helena. *Oděv, móda, tvorba*. Praha: UMPRUM, 2020, s. 141

⁽⁹⁾ KAWAMURA, Yuniaya. *Fashion-ology*. London: Bloomsbury Publishing, 2018, str. 4

⁽¹⁰⁾ SMOLÍK, Josef. *Subkultury mládeže*. Praha: Grada, 2010, str. 35

podílí se výrazně na sjednocení jejich nositelů – nejen vizuálním. Provázanost vnějších forem se způsobem myšlení je oboustranná: stejná názorová orientace, stejný životní styl atd. vede ke stejným vnějším projevům – unifikuje (v různé míře) příslušníky této skupiny,“ píše Skarlantová.⁽¹¹⁾ Zásadním aspektem je jistá vizuální jednota. Právě ta hraje velikou roli v mnohých pasážích této práce, a to jak u mládežnických subkultur, tak u uskupení zcela jiného charakteru. K takovému vizuálnímu sjednocení může zpočátku docházet i nevědomky, spontánně, jako je tomu právě například u některých subkultur, jindy jde o postupné záměrné pěstování příslušníky dané skupiny, v neposlední řadě mohou také nastat snahy o nucenou vizuální jednotu vyžadovanou „shora“, která může vyescalovat k dosažení jednoty násilím, na což později v práci narazíme. Společný a jednotný vizuál je výrazem síly a pospolitosti, díky čemuž je i silným nástrojem propagandy. Právě to bývá často motivací k narušování a potlačování vizuální jednoty pouličních a rebelantských subkultur, které jsou daným režimem vyhodnoceny jako *nevyhovující*. Dochází tak ke snaze jejich význam ostentativně snížit a případně i veřejně demonstrovat jejich nepatřičnost a ponížení například oholením dlouhých vlasů, pálením jejich oděvu apod. (Některé takové příklady jsou rozebrány podrobněji v dalších kapitolách.) Subkultury však nejsou pouhou kategorií ve společenském systému, zásadní roli hrají i právě v dějinách odívání. Z monologu pronášeného módním diktátem utvořily postupně velmi bohatý dialog pomocí narušování určitých kódů a zvyklostí. Dick Hebdige píše: „Dá se očekávat, že útoky na autorizované kódy, jimiž organizujeme a zakoušíme společenský, sociální svět mají velkou sílu provokovat a zneklidňovat. [...] Podobně i subkultury vyjadřují zakázané obsahy (třídní vědomí, vědomí odlišnosti) zakázanými způsoby (překračováním zvyklostí v odívání a chování, porušováním zákona atd.).“⁽¹²⁾ Subkultury tak dynamizovaly nejen oděvní styly, ale i společenskou komunikaci.

⁽¹¹⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 102

⁽¹²⁾ HEBDIGE, Dick. *Subkultura a styl*. Praha: Dauphin, 2012, str. 141

3. Sémiotická a ideologická povaha oděvu

Dva teoretikové klasických přístupů k módě, německý sociolog Georg Simmel a norský ekonom Thornstein Veblen, se v kořenech svých teorií módy obracejí k britskému sociologovi a filozofovi Herbertu Spencerovi a jeho ryze ekonomickému pojmu „teorie skapávání“, podle které díky snížení daní bohatým dochází ke stimulaci ekonomiky, což zaručuje nárůst ekonomického blaha pro celou společnost. Finance tak „skapávají“ od bohatých k chudým. Podle Simmela a Veblena tím rozklíčoval dva základní procesy, k nimž v módě dochází, nápodobu a imitaci v návaznosti na společenském statusu.⁽¹³⁾ I přes silnou hierarchizační tradici znemožňující neurozeným vrstvám nosit stejný oděv jako aristokraté panovala podle klasických teorií módy tendence napodobovat vyšší vrstvy vždy. Imitace umožňovala alespoň částečné stírání vizuálních rozdílů mezi společenskými vrstvami, aristokratům tak ubírala jakýsi status výjimečnosti z hlediska vizuálního. Právě se zmíněným stíráním rozdílů zajímavě zacházejí i současné politické ideologie, které snahou o co největší unifikaci demonstrují svou sílu a jednotu. Mnohdy tak narážíme na případy, kdy se potírají subkulturní projevy odlišnosti. Naopak vyzdvižení rozdílů může být nástrojem totalitárních režimů k hierarchizaci společnosti, ve které si vyhrazená skupina lidí utvrzuje svou výhradní pozici obdobně jako aristokraté v teorii Herberta Spencera.

Veblen v centru své teorie zavádí pojem *okázalá spotřeba*, skrze něj upozorňuje na ostentativní charakter módy sloužící k demonstraci finančních možností nositele a vyvolání obdivu.⁽¹⁴⁾ Oděv tak záměrně odráží reálnou finanční situaci nositele, jak si později ukážeme na subkultuře yuppies, stejně tak často však může sloužit jako nástroj k vyvolání falešného dojmu o sobě samém s cílem obdivu okolí. Tato tradiční teorie se však rozpadá například se subkulturou beatníků. Simmel naopak pracuje především se rozporem mezi snahou zapadnout a touhou odlišit se. „Celé dějiny společnosti se dají sledovat jako boj, kompromis, jako pomalu dosahované a rychle se ztrácející okamžiky usmíření, které se objevují mezi splnutím s naší sociální skupinou a individuálním odlišením od ní.“⁽¹⁵⁾ Německý sociolog nabízí módu jako jakési smířlivé východisko z tohoto neutuchajícího boje, kompromis mezi kolektivním a individuálním.

Francouzský filozof a sociolog Gilles Lipovetsky je jedním z předních představitelů kritiky klasických teorií módy. Stěžejní slabinu Veblenovy teorie Lipovetsky spatřuje především v její jednorozměrnosti, *zploštění* módy na pouhý sociální determinismus. Stejně tak *touha odlišit se* v pojetí Simmela není podle Lipovetskeho dostatečně komplexní. „Žádná teorie módy nemůže vycházet pouze z faktorů hospodářského a materiálního života... Východiskem je spíše společenská logika než

⁽¹³⁾ ASPERS, Patrik, GODART, Frédéric. Sociology of Fashion: Order and Change [online]. *Annual Review of Sociology*, 22. 5. 2013, [cit. 25. 6. 2023], s. 179.

⁽¹⁴⁾ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. Praha: Prostor, 2002, str. 67

⁽¹⁵⁾ ASPERS, Patrik, GODART, Frédéric. Sociology of Fashion: Order and Change [online]. *Annual Review of Sociology*, 22. 5. 2013, [cit. 25. 6. 2023], s. 179.

hospodářská dynamika,⁽¹⁶⁾ uvádí ve své knize *Říše pomíjivosti*. V této pasáži je možné spatřovat jistý odkaz na pozdější práci Karla Marxe a jeho teorii materiální základny a ideologické nadstavby. Ačkoliv raný Marx připouštěl obousměrné ovlivňování těchto dvou složek, později přistoupil k jednosměrnému ovlivnění ideologické nadstavby, kam bychom módu jistě zařadili, materiální základnou. Lipovetsky právě naopak přisuzuje módě jistou autonomii a pojí ji s lidskou schopností inovace, zbavením módy autonomie bychom jí podle autora degradovali.

Z výše uvedeného vyplývá, že v centru Lipovetskeho kritiky stojí především zploštění módy na nástroj hierarchizace společnosti. Mimo vertikální diferenciaci, k níž může docházet nejen mezi třídami, ale i v rámci jedné sociální skupiny či třídy, se ale můžeme setkat také s horizontální diferenciací, kterou definuje například Jana Skarlantová v knize *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. V případě horizontální diferenciaci nedochází k hierarchizaci, Skarlantová skrze tento pojem upozorňuje, že četné rozdíly existovaly a stále existují i v rámci vrstvy společnosti, která je na stejné úrovni.⁽¹⁷⁾ Mimo objektivních příčin horizontální diferenciaci, daných zařazením jedince do pracovního procesu a místem jeho pracovní činnosti, uvádí početně dominantní subjektivní příčiny, např. ideové zaměření a individuální dispozice, trávení mimopracovní doby, hnutí a oddíly, do nichž se orientujeme, sportovní aktivity a hudební žánry, které preferujeme.⁽¹⁸⁾ Horizontální diferenciaci se navíc může proměňovat výrazně snadněji než ta vertikální. Takovéto pojetí je dle mého názoru v souladu s Liptovetskeho požadavkem na autonomii módy. V centru horizontální diferenciaci sice stále stojí odlišnost a vymezení se, ne již však sociální determinismus, subjektivní příčiny umožňují lidskému odívání onu autonomii požadovanou Liptoveským. Podle Herberta Blumera je však tato autonomie umožněna až nástupem modernity a s ní silící demokracií.⁽¹⁹⁾ Ostatně toto Blumerovo sejetí autonomie módy a demokracie potvrzuje i užití módy jako hierarchizačního nástroje například v nacistické ideologii.

Pokud má tato práce vyzdvihnout sémiotickou povahu oděvu, není možné opomenout knihu *Système de la mode*, v anglickém překladu pak vydané jako *The Fashion System*, francouzského teoretika, sémiotika a filozofa Rolanda Barthese. Pro Barthese je oděv především způsobem komunikace, který v praxi odívání nabývá a nese významy. Stejně jako jazyk je pro něj móda systémem, v němž význam je ukotven v nerozlučitelném celku a vzájemných vztazích jeho částí, s rozpadem onoho celku se rozpadá i význam.⁽²⁰⁾ Rozlišuje dva klíčové pojmy, a to *oděv*, který po vzoru Saussurova schématu můžeme přirovnat k *langue*, tedy společensky uznanému souboru pravidel, naproti tomu pak individuální akt *oblékání*, jakožto konkrétní promluva (*parole*) v souladu s uznanými pravidly zanesená

⁽¹⁶⁾ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. Praha: Prostor, 2002, str. 71

⁽¹⁷⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 132

⁽¹⁸⁾ Tamtéž, str. 132

⁽¹⁹⁾ KAWAMURA, Yuniaya. *Fashion-ology*. London: Bloomsbury Publishing, 2018, str. 30

⁽²⁰⁾ BARTHES, Roland. *The Language of Fashion*. Sydney: Bloomsbury Publishing, 2013, str. 73

třemi motivacemi, a to ochrana před vnějšími vlivy, skrývání nahoty ze skromnosti a zdobení k upoutání pozornosti. ⁽²¹⁾ Jistou podobnost s Barthesovým trojúhelníkem motivací odívání lze nalézt také u britského psychoanalytika a experimentálního psychologa Johna Carla Flügela. Ten ve své knize *Psychology of Clothes* uvádí taktéž tři motivace k odívání, a to dekoraci, ochranu a cudnost. ⁽²²⁾ V této práci však není stěžejní naše motivace při odívání, ale především odívání jako způsob nonverbální komunikace. V *Základech sémiologie* zasazuje Barthes oblečení do svých pojmů paradigma a syntagma. Paradigma či také systém na odívání aplikuje následovně: „Skupina součástí, jednotlivé části nebo detaily, jež nelze nosit zároveň na stejné části těla a jejich změna odpovídá změně oděvního významu [...]“ ⁽²³⁾ Jinými slovy pod pojmem systém nacházíme určitý vertikální výběr z možností každého jednotlivého druhu oděvu, kde každý nese jiný význam. Oproti tomu syntagma je jevem horizontálním. Naše *oděvní promluva* je syntagmatem sestaveným na základě výběru paradigmatických kalhot, sukni, košilí, kabátů atd. Syntagmatická rovina je tedy konkrétní kombinací znaků v aktuálním použití. Pro úplnost nastíním alespoň některé stěžejní teorie znaku.

Kořeny moderní sémiotiky kultury sahají ke švýcarskému jazykovědci a jednomu ze zakladatelů strukturalistické lingvistiky Ferdinandu de Saussurovi a jeho koncepci jazykového znaku: „Jazykový znak nesjednocuje věc a jméno, ale pojem a akustický obraz. Akustický obraz není materiální zvuk, něco čistě fyzického, ale psychický otisk tohoto zvuku, reprezentace, o které nám poskytující svědectví naše smysly [...]“ ⁽²⁴⁾ Znak je tedy složen z pojmu, dle Saussura „označujícího“, a akustického obrazu, „označovaného“, přičemž vztah mezi označujícím pojmem a označovaným objektem je arbitrární, není nikterak motivován. Neznamená to ale, že je onen označující pojem zcela *svobodný*. Je vázán především jazykovým systémem, ve kterém vzniká, aby znak mohl nést význam, musí být v dané řeči srozumitelný. ⁽²⁵⁾ Jistou dynamiku v pojetí znaku přinesl americký vědec a filozof, zakladatel moderní sémiotiky a pragmatismus Charles Peirce. Na rozdíl od dyadického modelu Ferdinanda de Saussura užívá model triadický. K *objektu a reprezentamenu* popisujícímu objekt připojuje ještě třetí rozměr, a to *interpretant*, čímž míní význam, který vznikne dekodováním znaku, jeho interpretací odehrávající se v příjemci znaku. Peirce definuje znak následovně: „Znak, neboli *representamen*, je něco, co pro někoho něco zastupuje z nějakého hlediska nebo v nějaké úloze. Obrací se na něj, to jest vytváří ekvivalentní, nebo případně složitější znak v jeho mysli. [...] Znak něco, svůj *objekt*, zastupuje.“ ⁽²⁶⁾ Výsledek naší interpretace je ale neodlučitelně provázán s naší zkušeností, která může při opakovaném dekodování znaku změnit původní význam, při setkání s novým znakem může dojít i k ovlivnění námi dříve interpretovaného významu u znaku nám již z dřívějšího známého, nebo naopak

⁽²¹⁾ BARTHES, Roland. *The Fashion System*. New York: Hill and Wang, 1983, str. 8

⁽²²⁾ FLÜGEL, John. *Psychology of Clothes*. Madison: International Universities Press, 1971, str. 16

⁽²³⁾ BARTHES, Roland. *Základy sémiologie*. Praha: Československý spisovatel, 1967, str. 102

⁽²⁴⁾ de SAUSSURE, Ferdinand. *Kurz obecné lingvistiky*. Praha: Academia, 1994, str. 95

⁽²⁵⁾ Tamtéž, str. 98-99

⁽²⁶⁾ PEIRCE, Charles Sanders. *Grammatica Speculativa*. In: *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Cambridge: Harvard University Press, 1994, str. 37

k potvrzení původního dekodovaného významu. Každý nový znak tak může rozvířit nové významy. Zásadní proměna, která při házi právě s Peircem, spočívá tedy v této neukončenosti, neschopnosti dosáhnout jakéhosi definitivního významu. Móda jakožto výrazně vizuální záležitost předkládá naši pozornosti znaky neustále, provokuje nás k interpretaci a hledání znamení kulturních, politických či například náboženských přesvědčení. Současně nám umožňuje pomocí znaků a komplexních symbolů naše sdělení vědomě či nevědomě předávat, a to skrze námi zvolené oděvní *parole*. Selektiva však nehraje roli pouze v tom, jaké složky oděvu, znaky a komplexní symboly si zvolíme, pro sdělovaný význam je zásadní i to, co záměrně vynecháváme. Naše pěstovaná image je tak projevem sebeidentifikace s názory, skupinami, ideologiemi a vymezením se proti nim.

Tyto teorie pouze stručně nastiňují pro uvedení do problematiky, při hlubší analýze definic znaku by své místo jistě měli i C. K. Ogden, I. A. Richards a Ch. W. Morris, který svůj model znaku rozšiřuje ještě o čtvrtou složku, tedy interpreta. Jako zásadní pro tuto práci však považuji především teorii kódování a dekodování sociologa a teoretika kulturních studií Stuarta Halla. Toto jméno se do historie mediálních studií zapsalo díky významnému odklonu od modelu publika metaforicky označovaného jako „model injekční stříkačky“. Tento model předpokládá pasivní publikum, tedy pasivního příjemce, kterému je sdělení beze změn a odchylek „vstříkováno“ po vzoru injekční stříkačky. Význam je však ve sdělení zakódován a aby mohl na svého příjemce přenést určitý účinek, musí být smysluplně dekodován.⁽²⁷⁾ Publikum se tak očima Halla stává aktivním, podílí se na tvorbě významu, Hall tak odmítá přenos významu takzvaně jedna ku jedné bez odchylek a změn. V tomto kontextu mluvíme o mediální společnosti na straně jedné a o publiku dekodující význam na straně druhé. Recipient toto sdělení dešifruje na základě vlastních dosavadních zkušeností, nabízí se tak vícero možných čtení.

U procesu produkce významu v módě a oblékání tomu není jinak, i zde je příjemce aktivním účastníkem dynamického procesu. Jistě je možné ve sdělení hledat denotativní rovinu *zamýšleného* významu, nelze však zabránit konotativním rovinám. K těm může příjemce dojít v případě, že denotativní rovinu vůbec nerozezná, nebo i v případě, že denotativní rovinu sice správně rozklíčuje, ale záměrně ji odmítne. „Rovina konotace vizuálního znaku, jeho kontextuální reference a umístění v různých diskurzivních polích a asociacích, je místem, v němž se již kódované znak protínají s hlubinnými sémantickými kódy kultury a přibírají další, aktivnější ideologické dimenze,“⁽²⁸⁾ píše dále Hall. Znakovost v módě všudypřítomná však nabízí jiný úhel čtení a zkoumání, koncept kódování a dekodování Stuarta Halla aplikovaný na dívání tak z módy *utváří* nosné a snad téměř nevyčerpatelné téma.

Pro to, aby tyto své funkce mohl znak spolehlivě plnit, je zásadní jeho srozumitelnost a z toho vyplývající i rychlost jeho dešifrace příjemcem. Záleží pochopitelně na čase, po jaký je recipient

⁽²⁷⁾ HALL, Stuart. Kódování/dekodování. *Teorie vědy* XXVII, 2005, č. 2, str. 45

⁽²⁸⁾ Tamtéž, str. 49

znak vystaven, v závislosti na médiu a smyslu, kterým je znak přenášen a vnímán. Do interpretační hry vstupují i aspekty jako možnost opakovaného vnímání znaku, okolní ruchy ovlivňující soustředění během recepcce znaku a jiné. V pomíjivém světě mainstreamové módy budou nepochybně nejfunkčnější ty znaky, které lze snadno, rychle a jednoznačně dešifrovat. Primární funkcí oděvu je funkce praktická, významová rovina, tedy sémiotická funkce, přichází až sekundárně s lidskou praxí nošení onoho oděvu. Barvitou paletu *nošených* významů rozehrávají složitější, rozmanitější symboly, které mohou otevírat a nabízet více o významů. V sémiotice symbol obecně chápeme jako jeden ze tří typů znaku, zatímco ikon a index jsou postavené na věcné a vnější podobnosti, symbol je specifický právě tím, že odkazuje k něčemu, k čemu nemá přímý vztah a souvislost. Symboly a jejich významy ale není možné záměrně vytvořit tzv. na počkání. Vyrůstají z tradice daného společenství, z jejich zkušeností předávaných i po generace.

V různých vývojových etapách daných společenství dominovaly odlišné formy předávání těchto významů, např. forma rétorická užívající pohádek, mýtů a přísloví, grafická obrazů nebo rituální zahrnující společně prožívané aktivity jako svatby, pohřby, modlitby či rituální tance.⁽²⁹⁾ Právě v rituálech se prolíná vnitřní a vnější svět jedince, kolektivní vědomí se během něj promítá ve zkušenosti člověka, dochází tak skrze něj k aktivnímu zapojení do kolektivu. Díky této silné provázanosti symbolu na společenství může ale samozřejmě docházet k omezení funkčnosti a srozumitelnosti symbolu pouze v rámci určitého menšího kolektivu, pro jiná společenství nemusí být vůbec pochopitelný. Do úzkých se můžeme dostat především v situaci, kdy stejný symbol nabývá odlišných významů v různých společenstvích. V době sociálních sítí tak může *duhová vlajka* na profilovém obrázku značit příslušnost k dané skupině, nebo pouhou podporu vyjadřovanou ke společenské minoritě, vzniká tak prostor k mylné interpretaci. Ostatně nejedna subkultura narazila na konflikty především díky chybnému výkladu sémiotické roviny jejich oděvu. V diametrálně odlišných kulturách může pochopitelně dojít k mnohem závažnějším nedorozuměním.

Ostatní typy znaků mají oproti symbolům transkulturní charakter, rozumíme jim i bez ohledu na kulturu, jsou pojítkem, skrze které jsme si vzájemně podobní, naopak symboly častým zdrojem nepochopitelnosti. Díky nejednoznačnosti symbolu může být interpretován jinak, než jeho nositel zamýšlel, což následně vede k diskriminaci či vyloučení. S mnohoznačností symbolu toto riziko stoupá. Na druhou stranu však symboly umožňují postihnout skutečnosti v nových, komplexnějších souvislostech, díky nim jsme schopni například abstrakce a metakomunikace. Arbitrární povaha symbolu tak vytváří nové možnosti vyjadřování, ale současně i nové možnosti, jak si nerozumět. V módě jistě najdeme mnoho napřímo odkazujících znaků, ale vzhledem k tomu, že naše myšlení a řeč je převážně symbolické povahy, i v našem odívání se dominantně projevují symboly.

⁽²⁹⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 11

Odivání však není jen čistě racionální činnost. Je v něm mnoho nejasného, tušeného, emotivního, co lze jen stěží definovat. Tento ‚vnitřní svět‘ jedince, který se rovněž promítá specifickým způsobem do jeho vnějšího vzhledu, může alespoň částečně přiblížit symbol. Ten pomáhá překračovat viditelnou realitu a všimnout si i toho, co nelze změřit, zvážit, spočítat, koupit, prodat...⁽³⁰⁾

Skarlantová dále varuje před necitlivým čtením a interpretací symbolu, kdy může dojít k ‚vyprázdňení‘ smyslu symbolu.⁽³¹⁾ Pravděpodobně nejčastější příčinou je masové rozšíření symbolu, které je postavené především na nápodobě, ta však zahrnuje pouze vnější formu, onen význam není možné s jistotou reprodukovat. Symbol se tak stává nesrozumitelným, ačkoliv vypadá zdánlivě stejně, díky tomu se tak dostane i mimo skupinu, ke které prvotně náležel. Kšiltovku dnes již stěží spojíme pouze s *hlavou proletáře*, kam původně patřila, mnohem spíše ji uvidíme při sportu či jako součást vycházkového oděvu. Díky tomu, že význam symbolu není možné „udržet“ a v původním pojetí ho předat například do jiného kontextu a společnosti, dochází k jeho vyprázdňení i právě při mechanickém přenosu. Móda však na tyto aspekty nedbá, pro prodejní účely respektování původního významu není relevantní. Hlavním cílem se stala pozornost spotřebitele, kterým jsou pomocí reklamy nasazovány ideologické brýle navozující pocit, že daný oděv je naprostým trendem a tím i oděvem žádoucím. Oblečení snad odpradávná stálo v centru finančního souboje a boje o pozornost kupujících, ale s postupem času, jak se mi snad v této diplomové práci povede dokázat, se oděv dostal i do centra boje významového. Dick Hebdige píše: „Soupeření mezi různými diskurzí, různými definicemi a významy v rámci ideologie je tak vždy zároveň soupeřením v rámci označování: bojem o vlastnictví znaku, který se rozšiřuje i do těch nejběžnějších oblastí všedního života. [...] Tyto ‚skromné věcičky‘ mohou být magicky uzpůsobeny; ‚zcizeny‘ podvrtnými skupinami a naplněny ‚tajemnými‘ významy, významy vyjadřujícími svými kódy jistou podobu odporu proti řádu, jenž zajišťuje jejich stálou podřízenost.“⁽³²⁾ Tohoto boje o označování se již neodmyslitelně účastní móda vysoká, mainstreamová i móda subkultur. Vzhledem k tomu, že sémiotická funkce ale není primární funkcí oděvu, musíme brát v potaz i její zásadní funkci praktickou. Při běžném výběru oblečení jsme poháněni především finančními možnostmi a vlastním vkusem s jistým ohledem na pohodlí a praktičnost. Tento fakt sice jistě nevyklučuje významovou rovinu námi zvoleného outfitu, ke zmiňovanému označování však ale může docházet zcela nezájemně, nevědomky.

Pro svou práci jsem si záměrně zvolila takové období, které již nyní vnímáme s určitou časovou distancí. Tato prodleva do interpretační hry může vnášet nové významy zatížené dnešními konotacemi, tento aspekt však nevnímám nutně jako překážku. Významy symbolů jsou dlouhodobě neudržitelné, v rukou konzumentů mohou nabývat významů nových s rizikem setření hloubky významu původního.

⁽³⁰⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 8

⁽³¹⁾ Tamtéž, str. 15

⁽³²⁾ HEBDIGE, Dick. *Subkultura a styl*. Praha: Dauphin, 2012, str. 44

Tento proces je však dle mého názoru nezastavitelný a nezbývá než jej přijmout. Proces interpretace tak s delší časovou prodlevou nabývá na nových možnostech čtení, přesto je za mě nutné čtení znaků a symbolů provádět s určitou citlivostí a respektem, o který se v následujících odstavcích pokusím.

4. Proměny odívání a image v průběhu jednotlivých dekád

4.1. Nová móda nového tisíciletí

„Krásné může být jen to, co je praktické,“⁽³³⁾ vyřkl známý rakouský architekt Otto Wagner. Nad krásou lidé žasnou již po staletí, obdiv ke krásné módě nevyjímaje, krásnými nazýváme i celá historická období. La Belle Époque datovaná ke konci devatenáctého století až počátku století dvacátého, epocha evropského rozkvětu kulturního, technického a ekonomického, dostala svého pojmenování skrze nespočet vynálezů, politické období míru a v neposlední době i skrze módu. Z hlediska módního oděvu však citát Wagnera selhává, secesí a korzetem vynucené ženské linie do tvaru písmene „S“ a jejich praktičnost nejnvýstižněji vystihuje fakt, že se žena nebyla schopna obléct bez asistence někoho dalšího. Velkolepost doby odrážely řemeslně zpracované krajky a hedvábí pod taktovkou prvního města módy, Paříže. Oděv, zvláště pak ten ženský, byl vzhledem k charakteru doby silně statusovou záležitostí, během návštěvy salónu devatenáctého století musely ženu nutně vidět její blízké přítelkyně, o to více pak její nepřátelé. Svě šatníky svěřovaly modistkám, které diskrétně zohledňovaly míry i finanční dispozice zákaznic, pro které bylo nemyslitelné vynést do společnosti tutéž róbu více než jednou. Oděv ostentativně prozrazoval a umocňoval společenský status. S počátkem nového tisíciletí se do samkových blůz a dlouhých sukních postupně vtiskávala i národnostní specifika, mezi nimiž nejsilnější slovo měla Francie se svou rafinovaností a elegancí, na druhém místě pak Velká Británie s praktičtějšími střihy inspirovanými pánskou módou. Zaoceánské vlivy, dosud patrné spíše v technologickém zpracování textilního vlákna, vstupují důrazněji do světa módy až v druhém desetiletí dvacátého století.

V roce 1909 francouzské ideály civilizované evropské módy otrásl v základech petrohradský balet v čele se Sergejem Pavlovičem Ďagilevem, jehož nespoutaný, mnohdy i improvizovaný tanec v exotických kostýmech postavil protipól pro evropskou eleganci. Móda tak učinila první krok k rozchodu s minulostí. Ve výrazných barvách a líčení se odrážela perská, sumerská i turecká kultura, kimonový střih okouzlil evropské návrháře, po vzoru japonských gejš se vytvářely rovné korzety v doprovodu úzké a nepružné sukně, což ženu přimělo k cupitání.

V současné době se s mísením evropských a mimoevropských vlivů v odívání setkáváme v módním světě neustále. Zajímavé je, že v tzv. vysoké módě nás ono prolinání žádným způsobem obvykle nepobuřuje, zatímco v rovině běžně nošeného oděvu je často intenzivně řešeným tématem. Skarlantová uvádí výše zmiňovaný případ přeměny znaku ve složitý symbol, a to u mimoevropských minorit žijících na evropském území, jejichž typické znaky oděvu jsou přeměněny v mnohovrstevnaté symboly.⁽³⁴⁾ V médiích i každodenních debatách tak otevíráme témata jako zákaz zahalování hlav dívek

⁽³³⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 13

⁽³⁴⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 18

na francouzských školách, patřičnost burkin na evropských plážích. V hidžábu vidíme symbol útlatku a nesvobody arabských žen, navíc se cítíme ohroženi i my sami radikálními islamizačními tendencemi. Hidžáb tak pro Evropany symbolizuje hrozbu přecházející přes *naše hranice*. Móda v tomto případě slouží jako nástroj nacionalistických a silně etnocentrických ideologií. Jiné mimoevropské vlivy však často necháváme bez povšimnutí či pohoršení, pravděpodobně málokoho z nás znervózní americká vlajka na plátěné tašce kolemjdoucího. Je tomu tak díky tomu, co daný přinesený prvek *symbolizuje*. Jsou-li na něj v našem prostoru navázány negativní konotace, nabudeme obav, že je *naše kultura* v ohrožení, což jde ruku v ruce s etnocentrismem, tedy pocitem, že naše kultura je ta nejlepší a jediná správná. V masových médiích tak často zaznívají otázky minorit a jejich integrace, hojně doprovázené obrazovými záběry, díky nimž zmiňované typické znaky oděvu nabývají symbolický význam. Novodobá média pracují s faktem, že současná společnost je silně vizuálně orientovaná. Oděvní prvky, které se výrazně liší od těch našich, se tak nabízejí jako vhodný nástroj k manifestaci médií vytvořeného či hyperbolizovaného obrazu skutečnosti.

Média počátku dvacátého století však ony exotické tendence v módě vítala. V roce 1909 se na výsluní navíc dostal módní magazín *Vogue*, vycházející od roku 1892, což dynamizaci a rozmanitost módní scény výrazně napomohlo „Psalo se v něm o Einsteinovi, odborovém hnutí, Cocteauovi, Ďagilevově baletu i o bolševismu, divadelní hvězdy tu byly vyfotografovány v Poiretových orientálních modelech. Propagovaly se zde toalety k čaji ze zlatých a stříbrných krajek, vlečky lemované opičí kožešinou, turecké kalhoty z pruhovaného hedvábí, turbany s rajčimi pery.“⁽³⁵⁾ Mezi zeměmi v rukou módních návrhářů se tak rozpoutává boj o místo v zákaznickově šatníku, současně je věnována pozornost i novým návrhům nábytku a doplňků i flakónků s vůněmi.

S prvním desetiletím dvacátého století vnáší veliké změny do dámských šatníků francouzský návrhář Paul Poiret, který jako první navrhuje ženské kalhoty a prosazuje do módy podprsenky. Zatímco běžné denní oblečení postupně přejímá praktičtější prvky pánské módy, večerní róby zůstávají nadále okázalými. Na stránkách módních časopisů se vedle sebe prolínají jemné pastelové barvy, orientální tuniky i úzké sukně s rozparky umožňující chůzi. Američtí módní publicisté nabádali americké ženy z vyšší společnosti, aby nenosily francouzské modely, v protestantském duchu je považovali za neslušné. Ženy si tak prostřednictvím šatů oblékají své preference, názory, nálady, společenský status. Trendy udávala zvučná jména, vynést jejich modely bylo otázkou prestiže. S novými střihy a styly se proměňuje i vnímání těla a jeho linií, dosud byly návrhy řízeny primárně věkem ženy, před začátkem války se přístup překlápí a prioritizuje se spíše typ.

Vlny módních salónů rozvířila i londýnská návrhářka Lucy Duff Gordon, která mezi večerní róby vnesla rokokové prvky připomínající divadelní kostýmy, široké sukně, květy a blyštivé čelenky, její úspěch ale kromě rychlých proměn trendů ukončila také tragédie Titanicu roku 1912. Plavbu sice

⁽³⁵⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 40

ona i její manžel přežili, jejich služka však nikoliv.⁽³⁶⁾ Pověst Lucy Duff Gordon tak utrpěla díky jejímu postavení. Právě postavení jedince může být příčinou k vědomé snaze vysílat skrze oděv falešný signál, který není v souladu s nositelovo skutečným postavením. Vnější znaky není tak náročné ovlivnit, proto nás pravděpodobně nepřekvapí, když se veřejně známá osobnost vydá ven v mikině a tepláčkách ve snaze o nenápadnost. Pochopitelně je zásadní, jakou pozici ve společnosti nositel zastává a k jaké příležitosti se obléká. Podobně tomu tak může být ve snaze o zachování něčí bezpečnosti. Příkladem můžou být události Velké francouzské revoluce, kde krinolína a paruka symbolizovaly právě poraženou třídu, v rozbourané společenské atmosféře tak hrozila likvidace bez ohledu na to, jaké názory zastával.⁽³⁷⁾ V takovém případě symbol nabývá povahu ideologickou v rámci vertikální diferenciaci. Běžná je ale i záměna opačným směrem, kdy do oděvu zahrnujeme záměrně prvky šatníku vyšší společnosti, typicky k tomu dochází při snaze vyvolat důvěru při pracovním pohovoru či pracovních schůzkách zástupců společnosti. Snaha však může selhat díky nedokonalému napodobení.

4.2. Co přinesla, vzala a změnila první světová válka

Francie se ani za války nechtěla vzdát svého prvenství mezi velmocemi módního průmyslu, nabízela tak na stránkách módních magazínů další neotřelé prvky, kterými bylo možné doplnit svou image. K vycházkovým róbám vyšší společnosti byla doporučena vhodná psí plemena, zavalitý domácí mazlíček byl k úzké sukni nevhodný, favority společnosti v tomto ohledu byli chrti.⁽³⁸⁾ S ohledem na válečné nedostatky látek návrháři hledali nové cesty, jak vzhled přizpůsobit společenským okolnostem, a tak se pozornost obracela k samotné ženské postavě. Ženám tak redaktori módních časopisů radili, aby zhubly a spotřebovaly tak méně materiálu na oděvy. Přesto, že velká část ženské společnosti musela během války pracovat, často tomu jejich oděv nebyl uzpůsoben a střihy byly nepohodlné a nepraktické.

S proměnou společnosti, kterou přinesla válka a její konec, se proměňuje i tvář módního časopisu *Vogue*, který představuje nové výtvarné směry, kubismus, vorticismus a futurismus, módní trendy, a především filmové hvězdy, které je zprostředkovávaly pro širší společnost, která se ve zrychlujícím se životním tempu zajímá více o zábavu. Právě futurismu využívaný v módě byl často spojován s rychlým životním tempem charakteristickým pro poválečné období. Po vzoru stylizovaných a expresivních gest němých filmů se ostenze dostává i do každodenního života. Výrazné líčení po vzoru filmových hvězd, kupříkladu Poli Negri a Glorie Swanson, a cigaretová špička jakožto symbolické umocnění kouřící ženy se staly signifikantní pro tuto éru.

Nově zrozený jazz a s ním nové tance kladou větší nároky na volnost a praktičnost oděvu, svobodu chůze a současně schopnost obléct se rychle a bez něčí pomoci. Zatímco Američanky i ke konci

⁽³⁶⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 36

⁽³⁷⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 144

⁽³⁸⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 38

války stále nosily sukně až k zemi, na evropskou scénu přináší Coco Chanel pohodlnější dámskou volnočasovou módu inspirovanou pánskými střihy. Na oděvu se tak odrážely ženské snahy o emancipaci, zrozené za války. Roztomilost a plachost přestávala být ceněná. Ženy si postupně osvojují činnosti dosud vyhrazené mužům a spolu s těmito aktivitami se jim připodobňují i vzhledově. Nově tak navštěvují dokonce pánské krejčí. Nadále se zkracovaly sukně i vlasy na tzv. bubikopf po vzoru tanečnice Irene Castle, která se v roce 1918 objevila i na titulní stránce *Vogue*. Ženy tak odvážně shazují své koruny krásy, jak vlasy vnímala renesance. Ideálem se stává vyhublá chlapecká postava bez výrazných křivek a dlouhá šíje. Starší neprovdaná žena s sebou přestává nést negativní konotace „staré panny“, nově je vnímána jako svobodná.



(39) Obrázek 1 – *Dancing Legend Irene Castle*. Foto Ira L. Hill

Poprvé se zde do módy dostávají témata, která bychom dnes pravděpodobně zaštitili pojmem *gender*, který lze definovat například následovně „Zahrnuje v sobě nejen biologickou odlišnost muže a ženy, ale i sociální a společensky podmíněné kulturní rozdíly (očekávání, předsudky a specifika) v postavení mužů a žen. Jde tedy o sociální konstrukci, která vymezuje, co je a není ‚ženské‘ a

⁽³⁹⁾ HILL, Ira L. *Dancing Legend Irene Castle* [foto]. New York 1918. *Getty Images* [online]. [Citováno 16.10.2023]. Dostupné z: [3 Irene Castle Enzinger Stock Photos, High-Res Pictures, and Images - Getty Images](#)

„mužské“.⁽⁴⁰⁾ Dosud byly ženy z hlediska genderové role spojovány především s domovem, péčí o děti a domácnost, navíc s něžnými „typicky ženskými“ vlastnostmi. Tehdejší chápání genderu se téměř bez rozdílu překrývalo s biologickým pohlavím. Až dosud jsme byli svědky prohlubování rozdílů šatníků mužů a žen, co do barvy, střihů i praktičnosti, ještě ve středověku by jakékoliv záměny mimo karneval byly trestány. Pokud se někde objevily nepatrné ústupky jistě tomu nebylo z emancipačních důvodů, ale kvůli praktičnosti, důkazem mohou být například jezdecké kostýmky. První světová válka a nutnost zjednodušení pracovního oděvu však pootevřela dveře emancipačním snahám žen. Krása a pečovatelské vlohly přestávají být jedinými kvalitami žen oceňované ve společnosti. Během války a po jejím skončení dámy odkládají korzety a místo nich volají po zaměstnání vzdělání, v neposlední řadě ale i po zábavě, cigaretou v ruce usedají za volanty automobilů a ztělesňují tak křesťanské pojetí „smyslné a zrádné“ ženy jakožto nástroje ďábla. Dochází k prvnímu stírání společenských rozdílů mezi ženou a mužem, což se odráží i v rozdílech mezi jejich šatníky.



(41) Obrázek 2 – Zelda Fitzgerald in her „flapper“ attire

Pokud někdo zcela bez okolků emancipační vlnu přijal za svou, byly to *flappers*. Označení „flapper“, slangově označující ptáče učící se létat, byl spojováno s mladou, moderní a samostatnou

⁽⁴⁰⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, 2007, str. 48

⁽⁴¹⁾ Autor neznámý. Zelda Fitzgerald in her „flapper“ attire [foto]. In: *Doměstika* [online]. [Citováno 6.10.2023]. Dostupné z odkazu: [Zelda Fitzgerald: The Writer Plagiarized by Her Husband F. Scott Fitzgerald | Domestika](#)

ženou s chlapeckým vzhledem. Okolí pobuřovaly svými krátkými vlasy, chlapecky zploštělou postavou, výraznou rtěnkou a skandální délkou sukni po kolena, která odhalovala opálenou pokožku, ačkoliv ideálem doby naopak byla kůže co nejsvětlejší. Jejich nespoutané, energické chování, kouření, jazzové večírky a sexuální svoboda pobuřovaly konzervativnější společnost. Jejich stop najdeme i v soudobé literatuře například autora Francise Scotta Fitzgeralda, explicitně ve sbírce o mi povídek s názvem *Flappers and Philosophers*. Ostatně i jeho žena Zelda Fitzgerald, první americká žabka, jak ji autor nazýval, byla přední představitelkou této subkultury. Zelda se tak stala ikonou moderních flappers, prahnoucí po samostatnosti a vlastní umělecké kariéře, současně však paradoxně zůstávala múzou ve stínu kariéry svého muže. ⁽⁴²⁾ Dostává se tu tak do střetu image, kterou se o sobě samotné snažila vytvořit Zeld , a image, v jaké se ji snažil udržel její manžel, zřejmě proto, aby si zachoval image svou.

Flappers odložily své „koruny krásy“, vlasy, místo nich přijaly za své „korunu svobody a modernity“ – automobil. S trochou nadsázky lze říci, že za to vděčí muži. Henry Ford se zavedením inovativní pásové výroby v roce 1913 přeměnil automobil na široce dostupnou komoditu, tedy snáze dostupnou i pro moderní ženy. Ačkoliv se to na první pohled nezdá, mezi průmyslem oděvním a automobilovým lze najít jistou paralelu. Stejně jako finančně těžko dosažitelnou salónní módu postupně vytlačil konfekční prodej po druhé světové válce, levnější a rychlejší pásová výroba automobilů značky Ford změnila navždy svět automobilismu. To dokládá triumf Fordu nad Ferrari na okruhu Le Mans roku 1966, tedy symbolicky zatížené vítězství levnější pásové výroby. Ferrari se stejně jako oděv módních domů staly výluční záležitostí. Subkultura flappers se však stala minulostí ještě dříve než salónní móda. Ačkoliv charleston tančící „ptáčata“ rozprášíl v roce 1929 krach na newyorské burze, semínko modernity a ženské emancipace přetrvalo i pro následující období.

4.2.1. Klasické a / versus moderní v osobnosti Elišky Junkové

Ženy ostentativně kouří a pijí, pracují, opalují se, usedají za volant automobilů, lyžují či hrají golf. Právě za volantem automobilu připomněla ve dvacátých letech dvacátého století světu Československo nejrychlejší žena světa. Ve vozech Bugatti se Eliška Junková jako jediná žena v historii Grand Prix vyrovnala nejrychlejšími jezdci. Její příběh, ve kterém se ze sekretářky svého manžela, přes jeho spolujezdkyni stala nejúspěšnější ženskou závodnicí, bychom mohli interpretovat jako paralelu vzestupu ženské emancipace. Eliščinu závodnické ambice byly zpočátku vnímány s pobavením, ovšem jen do chvíle, kdy hned zkrájí své druhé závodní sezóny, tedy 9. května 1926, porazila na trati svého manžela. Po jejím úspěchu na Grand Prix Německa v roce 1927 se v Lidových novinách objevilo blahopřání Eduarda Basse:

⁽⁴²⁾ SOMMERS, Jeff. The Tragic Real-Life Story of F. Scott and Zelda Fitzgerald. *Grunge* [online], 2021. Dostupné z odkazu: [The Tragic Real-Life Story Of F. Scott And Zelda Fitzgerald \(grunge.com\)](http://grunge.com)

*Pro německou velkou cenu
stačilo nám vyslat ženu –
arci když je taková
jako paní Junková!* ⁽⁴³⁾

Eliška Junková je jedním ze symbolů ženské rovnoprávnosti v českém prostředí, symbolem modernity nesené v elegantních liniích závodních vozů, které současně prozrazovaly sociální status svých majitelů. Bugatti se stalo neodmyslitelnou součástí image první české závodnice. Bez komentářů se kromě jejích sportovních výkonů neobešla právě ani její image samotná. Ačkoliv Eliška Junková vstoupila do dosud ryze mužského světa, i nadále si zakládala na své ženskosti, vysloveně i trvala na tom, aby nebyla nijak spojována s tehdejšími feministickými tendencemi. V její osobnosti se tak střetává automobil jako symbol modernity a současně elegance a ženskost éry minulé, což dokládá například vzpomínka Alfreda Neubauera, dlouholetého vedoucího týmu Mercedes Benz.

Tato pozoruhodná malá paní Junková je vším možným jen ne dobrodružnou mužatkou, která by se potýkala s mocnými koňskými silami i ukrytými v motorech. Seděla-li za volantem své žlutočerné bugattky, byla vždy zrovna tak ženská a elegantní, jako když seděla ve vlastním saloně pohlížela z okna na krásné panoráma 'Zlatého města'. ⁽⁴⁴⁾

Sport nově oslovující i ženy dynamizoval módní scénu, francouzská tenistka Suzanne Lenglen se zasloužila o rostoucí popularitu krátkých skládaných sukní, pozornost je věnována i střihům plavek a pyžam. Volnočasové aktivity a s nimi spjatá móda se staly hlavním centrem pozornosti. Modernita, nové technologie a rychlost, kterou vnesly automobily do společnosti první třetiny dvacátého století, proměnily i vnímání těla samotného. I těla chtěla být rychlá, svěží a moderní v souladu s dokonalostí výrobních strojů. Nová doba vyžadovala novou image.

Přes veškerá volání po emancipaci a modernitě se našly ženy, kterým chlapecká image tzv. „garsonek“ nebyla blízká a snažily se i během společenských změn zachovat romantický vzhled plný krajek, sametu a saténu převážně z dílny návrhářky Jeanne Lanvin. Protichůdné tendence v krizových obdobích se snahou zachovat si svou image ale nebyly zcela výjimečné. Například o deset let později, v roce 1929 během krachu na newyorské burze francouzský couturier Patou navrhuje romantické šaty v délce až ke kotníkům, podobně náhle byly vystřídány mini sukně během krize v sedmdesátých letech midi a maxi délkami.

⁽⁴³⁾ PACHMANOVÁ, Martina. Sen o automobilu: Moderní obrazy žen za volantem a prvorepubliková reklama. *Ženy, gender a moderní umění* [online], 2009. Dostupné z odkazu: [ŽENY, GENDER & MODERNÍ UMĚNÍ | Sen o automobilu \(archive.org\)](#)

⁽⁴⁴⁾ TURČÍNKOVÁ, Jana. Eliška Junková. *Český rozhlas* [online]. 2004-07-26 [cit. 2010-09-28]. Dostupné z odkazu: [Eliška Junková | Brno \(rozhlas.cz\)](#)

V rámci odborného diskurzu převládají tendence spojovat první dvě dekády dvacátého století s ženskou emancipací, osvobozením jejich těl a rozšířením jejich práv. Proměnu jejich křivek, oděvů a aktivit vnímáme jako pokrokovou, nabízí se však i jiné interpretace. Například kritička a teoretička zabývající se kulturními studii, feminismem a modernitou, Rita Felski, ve své knize *The Gender of Modernity* otevírá jiné čtení. Zatímco dosud byla žena považována za protiklad technologie a racionality, tedy oblastí výhradně určených mužům, s nástupem modernity se žena náhle objevuje v dobových reklamách s elektronickými přístroji, žena sportující, žena za volantem. Mužský prvek se ale z těchto oblastí rozhodně nevytratil, Rita Felski tuto novou spjatost ženy s modernitou a technikou vykládá jako nový způsob dominance muže nad ženou: „[...] postavu ženy jako stroje lze rovněž číst jako nové potvrzení patriarchální touhy technologického ovládnutí ženy.“⁽⁴⁵⁾ Žena moderní byla štíhlá, sportovní a pokroková, stejně dokonalá jako průmyslové stroje v rukou mužů. Výrazným faktorem je i ekonomická situace žen, ve valné většině byla možnost vlastnictví automobilu v rukou manžela. Stejně jako byli muži konstruktéry ideálu krásy automobilů, stejně tak minimálně prozatím určovali ideály krásy žen. Paradoxně tak dochází k situaci, kdy výhradní pozice ve výrobě aut posiluje status mužství, současně tak ale automobil přichází s příslibem samostatnosti ženy.

Tvrzení Rity Felski nahrává i dobová reklama na automobily zachycující převážně ženy rozverně a rozpustile veselé, pózující fotografům jako modelky nikoliv zkušené řidičky. V celkovém vyznění je tak žena zachycena jako módní doplněk k automobilu svého muže. To je umocněno i faktem, že na fotografiích motoristických časopisů pózovaly převážně herečky, nešlo tedy obvykle o zachycení autentické zkušenosti ženy za volantem, ale o inscenovaný výjev v režii mužů. Felski tak odmítá nové spojování ženy a automobilu vnímat jako „manifestaci feminizované společnosti“, ale naopak jako přetrvávající představu ženy jako ozdoby muže.⁽⁴⁶⁾ Jistou nadějí představovaly ryze ženské časopisy, například *Eva*.

4.3. Euforie a obavy třicátých let

Postupně sílicí hrozba další světové války a hospodářské krize přináší do světa módy zcela jinou náladu. Docházelo ke krachům bank a značnému poklesu oděvního exportu, změny zasáhly především anglický a americký textilní průmysl, oproti tomu francouzskému byly totiž výrazně více industrializované. Nízkou i vysokou módu začala spojovat jedna hlavní motivace: levná výroba. Výrobci vyhledávají nové technologické postupy a materiály, ať už přírodní či umělé, roku 1935 tak vznikly první nylonky. Mezi trendy se opět navrací délka sukni i vlasů, mizí tak zaměřenost pozornosti na ženské nohy, místo toho je věnována co nejužšímu pasu a dlouhým kadeřím. Euforická přemrštěnost byla nahrazena formální elegancí a důstojností, poprvé opatřenou etiketou. Únikem z čím dál tíživější situace se staly filmy, od

⁽⁴⁵⁾ FELSKI, Rita. *The Gender of Modernity*. Cambridge, MA – London, 1995, str. 20

⁽⁴⁶⁾ Tamtéž, str. 4

roku 1927 již ozvučené, a především hvězdy stříbrných pláten, u kterých diváci hledali inspiraci v odívání, líčení i způsobech chování, významně tak klesá vliv módních časopisů. Ty se snažily udržet krok s dobou alespoň natolik, jak jim médium umožňovalo, místo fotek aristokratů začaly stránky plnit filmové hvězdy jako Marlene Dietrich, Greta Garbo či Joan Crawford, nevynechávaly však ani aktuální politická témata. S blížící se válkou a hrozbou nedostatků rostla motivace žen si svou ženskost udržet, praktičnost tak ustoupila kráse a do šatních skříní se navrátily krinolíny, těžké večerní róby se spodničkami, často odhalující ramena a záda. Romantické střihy zpátečnický opět znesnadnily pohyb při tanci.

Hranice praktičnosti a tradic byly ale často pod taktovkou dominantního surrealismu překračovány. Elsa Schiaparelli se vymezovala proti pojmu „dobrý vkus“ a odívala své zákaznice tak, že připomínaly nábytek nebo pokrm. „Nechala své zákaznice kráčet v kloboucích v podobě kalamáře, kuřete nebo jehněčí kýty v dobách, kdy válka a jí provázející útrapy byly již na spadnutí, s očima upřenýma do světa snů a fantasmagorií.“⁽⁴⁷⁾ Surrealismus ale přinesl ještě jednu zásadní změnu, a to vnímání lidského těla, především jeho nahoty. Modely byly potišťeny akty, o krok dál zacházeli návrháři, kteří klínové partie zdůrazňovali kožesinovými trojúhelníky.⁽⁴⁸⁾ Započala tak revoluce intimity, která se postupně, ačkoliv zatím velmi pomalu, stala veřejnou záležitostí.

V polovině třicátých let se pravděpodobně v souvislosti se zavedením placené dovolené zdůrazňuje i neformální a sportovní oblečení. Sport jakožto zájmová aktivita je další z příkladů horizontální diferenciaci. Místo vycházkového oděvu, který byl zpočátku dvacátého století běžně nošen i při zimních sportech, či dokonce korzetů se na tenis začíná nosit sportovní oděv. V tomto případě je nošení sportovního oděvu ryze praktickou záležitostí, hlavní motivací je uzpůsobit střih a materiál dynamickému pohybu. Roland Barthes upozorňuje na to, že právě u sportovního oblečení později dochází k odtržení od jeho původní primární funkce.⁽⁴⁹⁾ Dnes už zcela standardně vidíme sportovní oděvu plné ulice, aniž by v tu chvíli bylo spjaté se sportovní aktivitou. Jeho praktická funkce v takovémto kontextu ustupuje do pozadí a dominuje funkce sémiotická.

Zatímco dnešní návrháři a oděvní technologové řeší funkční materiály ovlivňující i výkon sportovce, oděvy pro masu fanoušků, kde se logo stává symbolem, ještě okolo roku 1900 hrály olympioničky tenis v sukních po kolena a flanelových košilích. Nehrály tak pouze zápas o skóre, ale i o určitou možnost emancipace a odlehčení oděvu. Ačkoliv první ženy na bicyklech budily povyk, sport se po první světové válce stal symbolem moderní doby, dnes je tak snad nejrozšířenějším rekreačním sportem bez limitů pohlaví či věku. „Sportovní styl odívání unifikoval šatník současné doby. Minimalizoval (nebo zcela eliminoval) rozdíly mezi pohlavími, věkovými skupinami i mezi městem a venkovem a do značné míry i mezi různými etnickými skupinami.“⁽⁵⁰⁾ Ani zdaleka to však neznamená,

⁽⁴⁷⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 66

⁽⁴⁸⁾ Tamtéž, str. 70

⁽⁴⁹⁾ BARTHES, Roland. *The Language of Fashion*. Sydney: Bloomsbury Publishing, 2013, str. 13

⁽⁵⁰⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 162

že ony změny přinesené sporty vítaly všechny ženy beze zbytku. I z dámských řad se tu a tam ozývalo pohoršení, převážně však u starší generace doufající v nastolení předválečných pořádků. Jenže místo nich přišla další válka.

4.4. Zkracování ve jménu druhé světové války

Rozpoutání druhé světové války nepřineslo z hlediska módy téměř žádné zásahy, které by společnost po zkušenostech z první světové války nečekala. Romantismus a hravé surrealistické výstřelky upadly v zapomnění s první kulkou. Opět byl nastolen přídělkový systém na materiály a potraviny, chyběly ale i manžety, knoflíky a další doplňky, proto návrhářky jako Vera Maxwell a Claire McCardell šijí šaty zástěrovitého střihu zásadně bez knoflíků, límců a opasek. Takové šaty nejspíše mohly kopírovat domácí švadlenky často využívající netradičních materiálů, například záclonoviny, recyklovaly ale i starší kousky, především ty pletené, které rozpáraly a upletly z nich oděv nový. Se vstupem Hitlera do Paříže v roce 1940 se uzavírají modelové domy, umělci, etničtí a političtí uprchlíci míří za hranice kontinentu, což výrazně ovlivňuje vedoucí pozici Francie na módní scéně, po skončení války se na výsluní dostává právě Amerika a s ní konfekční průmysl podpořen výrobou vojenských uniforem.

Šetření látkou nebylo pouze na úkor krásy, ale i praktičnosti. Maskulinní „hraná elegance“ s vycpanými rameny ubírala na látce v oblasti pasu a boků, následkem toho se sukně nejen zkracovaly, ale i zužovaly, omezen byl i počet skladů látky na sukni umožňující pohyb. Prioritou se na nějaký čas nenahraditelně stala pevnost a trvanlivost oděvů s ohledem na co nejnižší finanční náročnost, a tak se omezoval počet kapes, skladů, počet knoflíků, ale i například délka švu. Do obliby tak přicházely přírodní, snadno dostupné materiály. V roce 1940 tak na českém oděvním trhu zářily Baťovy dřeváčky, kůže dosud spjatá se střevičky nyní patřila výhradně k vojenským hoblinám. Kde sházely finance, nastupovala kreativita, a tak se doplňky tvořily například z rybí kůže, hovězích žaludků, ušetření nebyli ani psi.⁽⁵¹⁾ I přes nepříznivou situaci textilního průmyslu se ženy nevzdávaly své ženskosti zcela, nedostatkové punčochy nahrazovaly přímo na kůži nakreslenými švy, z protržených punčoch stříhaly podkolenky pro sebe i děti. Ačkoliv se společenská situace čím dál více ztěžovala, nároky kladené na ženu spíše rostly. V ideálním případě měla žena plně zastat chod domácnosti, a to s naprostým málem, k tomu být plnohodnotnou pracovní silou, a navíc si i zachovat ženskou eleganci.

Nepříznivá doba módě nepřála, už vůbec ne té pánské, to už však brzy i v českém prostředí pomalu změní rodící se subkultury. Válečné kapitoly dějin jsou nejen z hlediska módy věnovány často ženám, které vzhledem k přítomnosti mužů na frontách nabývají nových rolí a pozic. Nedostatky materiálů a změna priorit v odívání nastolily ideální podmínky pro konfekční módu. S druhou světovou válkou vzrostlo oproti počátku dvacátých let procento lidí kupujících v konfekci z deseti procent na sedmdesát, trendy jsou tak nově dosažitelnější i dělnickým profesím a móda se stává záležitostí

⁽⁵¹⁾ BURIANOVÁ, Miroslava. *Móda v ulicích protektorátu*. Praha: Grada, 2013, str. 34

většinové společnosti.⁽⁵²⁾ Markantní rozšíření konfekce a s tím související zasvěcení většiny společnosti do světa módy jsou ideálními kořeny pro formování stylů subkultur. Jednotlivé kusy oděvu jsou finančně dosažitelnější, nabízejí se tedy větší variabilitě mezi sebou a tvorbu vztahů mezi těmito jednotlivými prvky, což je pro styl zásadní. S rostoucím počtem lidí zabývajících se módou roste i touha se odlišit jako jednatel, současně ale roste i touha po určité integraci do kolektivu spojeného stejnými hodnotami a zájmy. Taková sounáležitost s kolektivem se často projevuje navenek právě stylem. V českém prostředí, a nejen v něm vzhledem k válečnému konfliktu, dynamizace stylové a subkulturní scény ještě nějakou dobu potrvá, například tzv. šatenky omezovaly počet jednotlivých kusů oděvu, a tak opět musela pracovat kreativita i schopnosti nositelů. Přesto si však i na území Protektorátu Čechy a Morava našly cestu první subkultury.

4.4.1. Zahraniční subkultury a jejich odnože v českém prostředí

Oděv se díky oblibě moderního jazzu, swingu a rodícího se rock'n'rollu stává znakem zájmové aktivity, hudba symbolem životního stylu. Nelze ale říci, že by široká skupina mladých byla i přes jistou míru unifikace jednotná, naopak u ní můžeme hledat prvky horizontální diferenciací skrze hudební žánr. Ten vyplňuje zásadní část volného času mladých, ovlivňuje i jejich samotný životní styl, ten je zase přirozeně v souladu s hudebními žánry a idoly, které mladá vyhledávají. Díky tomu, že se vznikem nových hudebních stylů, k nim hlásícím se subkulturám i měnící se společenské situaci, došlo k výrazné odlišnosti v odívání mládeže oproti generaci starší, vynikla výrazně i diferenciací generační. „Kultura mladých se odlišuje od kultury jejich rodičů v jiných zkušenostech v oblasti vzdělávání, práce a zejména volného času. U mladých se vytváří ‚generační vědomí‘ založené na vědomí odlišnosti od rodičů: mají jiný způsob zábavy, nové konzumní možnosti, nové prostory setkávání – kluby.“⁽⁵³⁾ V zápalu swingové horečky, která však na českém území sužovaném nacisty zaznívala spíše potichu a potají, se rodí první městské subkultury. Ať už to byly české „potápky“, američtí „zootsuiters“ či „jitterbugs“, francouzští „zazous“ či rakouští „Schlurfs“, pojilo je mládí, výstřednost a revolta.

I s jistou omezeností soudobých komunikačních kanálů mezi subkulturami najdeme mezi výše uvedenými nezpochybnitelné podobnosti. Úzké pánské kalhoty, pestrá kostkovaná saka, pruhované ponožky a ručně malované kravaty s extravagantními motivy plnily skříň mladých, kteří propadli jivu a lindy hopu. Tzv. „maďarčky“ s podpatky a barevnými tkaničkami obouvaly dívky i chlapci. Tam, kde scházely finance, nastupovala kreativita a vlastní tvorba. „Ti nejpravověrnější (a nejmovitější) měli do podpatků zamontované i malé žárovíčky, propojené na baterii, ukrytou v kapse. Když se v kapse zmáčkli vypínač, fungovaly jako blinkry: zatáčí doleva nebo doprava.“⁽⁵⁴⁾ Oděvní inspirace ze zahraničních

⁽⁵²⁾ BURIANOVÁ, Miroslava. *Móda v ulicích protektorátu*. Praha: Grada, 2013, str. 19

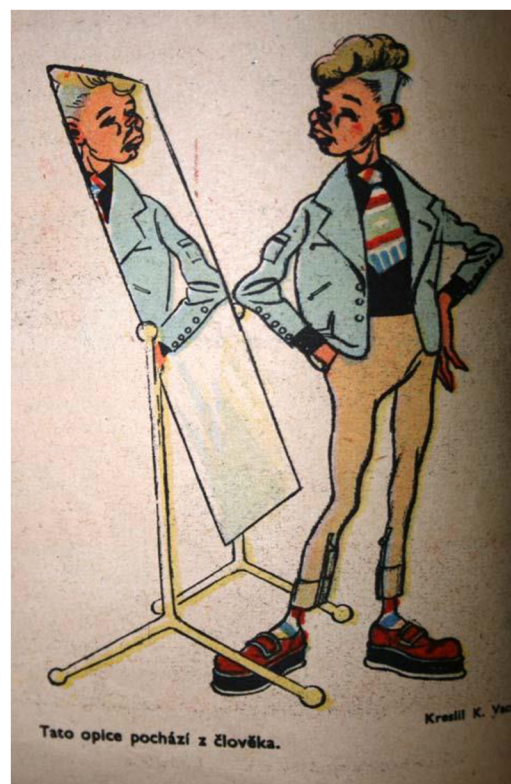
⁽⁵³⁾ KOLÁŘOVÁ, Marta, ed. *Revolta stylem: hudební subkultury mládeže v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011, str. 20

⁽⁵⁴⁾ DORUŽKA, Lubomír. *Panorama paměti*. Praha: Torst, 1997, str. 63

filmových pláten byla zřejmá, z hudebních přenašečů si potápkově osvojovali hrubší a ležerní mluvy po vzoru jazzových zpěvaček.



(55) Obrázek 3 – Srovnání páska



(56) Obrázek 4 – Pásek

Podobnost vnějšího stylu je poměrně snadno prokazatelná, to, zda jsou ale stejně prokazatelné i životní hodnoty a (ne)politické záměry příslušníků subkultur, už tak skálopevné není. Odlišnost módního stylu je často za podpory soudobých médií slučována s odlišností, lépe řečeno *nesprávností* hodnot, chování a morálky. A právě takové případy vytváří ideální půdu pro zahájení hysterie v médiích i ve společnosti. „Ve většině případů přilákají pozornost médií nejdříve stylistické inovace subkultury. Následně jsou policií, justicí a tiskem ‚objeveny‘ deviantní nebo ‚protispolečenské‘ činy – vandalismus, klení, bitky, ‚zvířecí chování‘ -, a ty poslouží k ‚vysvětlení‘ původního překročení zvyklostí v oblékání.“⁽⁵⁷⁾ U subkultur může docházet ke střetu dvou odlišných významových rovin, a to významů, které se subkultura opravdu vědomě či nevědomě sděluje, a významů, které my jako příjemci čteme a interpretujeme. Image subkultury se zde tříští mezi image tvořenou jejími příslušníky a image subkultury tvořenou jejím okolním, subkulturami podobnými i zcela odlišnými. Pochopitelně se zde dopouštím

⁽⁵⁵⁾ KRÁTKÝ, Radovan – DANEŠ, Kamil – DIETL, Jaroslav: Pásek. *Studie na živočichožpytném podkladě*. Praha: Mladá fronta, 1954, str. 29.

⁽⁵⁶⁾ YACS, K. Pásek. *Dikobraz*, roč. 9, č. 42, 1953, s. 352

⁽⁵⁷⁾ HEBDIGE, Dick. *Subkultura a styl*. Praha: Dauphin, 2012, str. 143

jistého generalizování na poli individuálních hodnot členů subkultury, nelze samozřejmě počítat s tím, že mezi všemi členy panuje naprostá shodě jen proto, že jsou členem stejné subkultury. Potápky a na ně navazující subkultura pásků jsou však ideálními příklady toho, že naše interpretace těchto skupin může balancovat mezi kategoriemi „mladí odpůrci politického režimu“, „rebelové oponující generaci svých otců“ a „volnomyšlenkářská mládež adorující americký způsob života.“ V soudobém diskurzu se média pod nacistickým dohledem přikláněla často k variantě první. Základními stavebními kameny kritiky bylo souznění s židovsko-černošskou hudbou a americkou kulturou, zmíněné subkultury tak byly často politizovány uměle. Přivětivého přístupu se však často nedočkaly ani od okolní veřejnosti. „Jsou střídavě přehlíženi, odsuzováni a svatořečeni, jednou se na ně pohlíží jako na hrozbu veřejnému pořádku, jindy jako na neškodné šašky.“⁽⁵⁸⁾

Metody *boje* proti rebelantské mládeži čítaly seznam činností od mediální kritiky, bagatelizace jejich významu v tisku, nucených prací až po symbolické *potlačování jejich image*. Navíc se média často ohánějí aurou jakési pomyslné morální či výchovné instituce, navracejí v médiích prezentovanou mládež tam, *kam patří*, to znamená domů, k rodině, a především ke spořádané práci. Kromě ničení výstředních oděvů docházelo ke stříhání jejich vlasů. Tento aspekt podrobení, ponížení skrze odejmutí pomyslné koruny krásy vystihující individualitu jedince nevidíme v dějinách poprvé a ostatně ani naposledy. Zcela typicky je toto téma zachyceno v muzikálu výmluvně pojmenovaném *Hair* (1979), mnohosti symbolů, které lidské vlasy mohou nést, si ale byli lidé vědomi i v nejtemnějších kapitolách dějin. S podobným zacházením se setkávaly i příbuzné zahraniční subkultury. Námořníci v přístavech chytali zooties, a vysvlékali je do naha na ulici či před zraků přeplněných kinosálů. Bili je, na jejich oblečení močili, aby ho tak zneuctili. Občanská iniciativa se snažila srazit černou hrdost na kolena. Síla „hadru“ se ukázala být nebezpečná.⁽⁵⁹⁾

Podobnou sílu nabývala mezi subkulturami i hudba, v očích totalitních režimů však byla často redukována na pouhého nositele nepřátelských a nežádoucích konotací. Rock'n'roll poslouchající páskové, nástupci potápek na českém území, byli na paškále stejně jako bedly a potápky, pouze pod drobnohledem jiného režimu. „Nemůžu hudbu poslouchat moc často. Ovlivňuje mou povahu a nutí mě říkat naivní hlouposti.“⁽⁶⁰⁾ Tento výrok přisuzovaný Vladimíru Iljiči Leninovi se stal oporou veškerého boje komunistického režimu proti páskům. Koncem čtyřicátých let už však jazzová hudba nebyla ryze černošská jako dříve, problematická ale byla i nadále. Rázem totiž byla kosmopolitní. V komunistickém prostoru to také znamenalo, že byla kapitalistická. V soudobém tisku tak byl jejich vkus označován za nevkusný a směšný, pomatený kapitalistickou výchovou, což vyžadovalo nápravu: „[...] bojovat nejen zákazy a vyhláškami, ale iniciativní prací, ostrou satirou a zesměšňováním nevkusů, kýče, braku a neumění, a hlavně novými díly, reprodukcemi, takovými výrobky denní potřeby, které koneckonců

⁽⁵⁸⁾ HEBDIGE, Dick. *Subkultura a styl*. Praha: Dauphin, 2012, str. 18

⁽⁵⁹⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 166

⁽⁶⁰⁾ LAUBE, Roman. *Páskové a chuligáni*. Praha: Nakladatelství AF, 2018, str. 3

budou moci brak definitivně porazit a vymést u našeho života.⁶¹⁾ Na stránkách tisku se naopak jako vzor předváděli mladí, pilní a pracovití svazáci v košilích a pumpkách. Vzájemné vztahy a postavení svazáků a pásků se odráží i v české kinematografii, například ve filmu Karla Kachyni z roku 1989 *Blázni a děvčátka*.

4.4.2. Odvrácená strana válečné „módy“

Po zkušenosti z předchozího válečného konfliktu se lidé pochopitelně děsili nedostatku, a to nejen potravin, ale i právě oděvu a látek, snažili se tak získat něco do zásoby. „[...] 27 obleků, 17 pláštíků, 100 párů punčoch již nošených, 50 párů punčoch nenošených, 70 košil, 30 m nezpracovaných látek [...],“⁶²⁾ podobné pasáže se pak hodily při vykonstruovaných procesech, jako tomu bylo v případě Antonína Hampla, předsedy sociálně demokratické strany. Ten byl již podruhé zatčen v roce 1941, poprvé tomu tak bylo v roce 1939, následně byl deportován do věznice v Berlíně, kde na následky mučení zemřel. Oděv však nesloužil pouze jako materiál pro vykonstruované procesy, v podruží nacistické ideologie se stal především silným nástrojem demonstrace ideologické jednoty. V období druhé světové války se však jednotná *image* jeví jako dvousečná zbraň. V prvním případě, v zastoupení například vojenskou uniformitou nebo mládežnickou organizací Hitlerjugend a jim podobných, dochází skrze onu jednotu k prezentaci jednotné síly, velikosti a soudržnosti.

V dnešní výrazně vizuálně orientované společnosti právě vzhled upoutává naši pozornost nejrychleji a velmi účinně. Sdílené projevy stylu nám jako pozorovatelům dávají vědět, že se jejich nositelé nějak identifikují, sdělují nám určitý druh informací, identický vzhled současně podporuje povědomí i o samotné existenci např. dané subkultury či jiného uskupení. Společná vizuální identita podporuje pocit sounáležitosti členů, a tak může být i opěrným bodem pro obhajobu určitého konání, to je obzvláště v případě nacistické ideologie motivováno kolektivním blahem německého obyvatelstva. Zatímco ti, kteří se svým stylem výrazně liší, stojí proti tomuto *jedinému správnému* kolektivu, tedy i proti úspěchu a blahu *všech*. Tato odlišnost je pak prezentována jako slabina nepoddajného jednotlivce proti silnému celku. Skrze tuto optiku se tak dostáváme k zásadnímu aspektu totalitních ideologií, a to potlačení individuality, zmiňovaná uniformita stírá veškeré individuální prvky pro co největší celistvost skupiny, nebo alespoň ve snaze vytvořit povědomí o co největší celistvosti. V případě Hitlerjugend, NSDAP a jim podobných však tato *stylová* soudržnost předznamenávala víru v nadřazenost árijské rasy. Vizuální působivost jednoty si však byly vědomy i jiné režimy a nebylo třeba se omezovat pouze na samotný oděv. Komunistický režim v Československu druhé poloviny dvacátého století onu ohromující podívanou demonstrující lidovou soudržnost dotáhl k dokonalosti díky synchronizaci pohybu na spartakiádách, dnes už hojně vnímaných jako projev režimní propagandy.

⁶¹⁾ LAUBE, Roman. *Páskové a chuligáni*. Praha: Nakladatelství AF, 2018, str. 8

⁶²⁾ BURIANOVÁ, Miroslava. *Móda v ulicích protektorátu*. Praha: Grada, 2013, str. 31

Pochopitelně je na pováženu, nakolik je tento typ uniformity záležitostí *dobrovolnou*, v totalitárních režimech se ona hranice dobrovolnosti posouvá, rozostřuje. Minimálně však oproti skupině druhé, dále popsané, tato uskupení disponovala alespoň určitou mírou svobodné volby. Dostáváme se tak nejen za hranice svobody, ale i za hranice toho, co lze ještě vůbec nazvat módou. Následující pasáž zůstane záměrně pouze nastíněná vzhledem k povaze probíraného. Není mým cílem zde detailně popisovat podmínky za branami koncentračních táborů, pouze upozornit na to, jak se některé nástroje, jindy běžně podílející se na tvorbě image, mohou stát nástrojem utlačujícím. Za běžných okolností nezpochybňujeme, zda např. účes, tetování či znaky a symboly na našem oděvu spoluutvářejí image. Tyto nástroje si sami volíme ke své prezentaci a utváření našeho veřejného obrazu. Problematická je samozřejmě situace, ve které nám jsou tyto nástroje násilně odebrány, jak již bylo zmíněno v kapitole o subkulturách na území protektorátu. Významová rovina znaku se proměňuje na základě kontextu, ve kterém je znak a jeho význam produkován. Tetování tak může být výrazem svobody, sebeidentifikace, v jiném kontextu však může symbolizovat útlak a degradaci lidství tak, jako tomu bylo v koncentračních táborech, kde tetovaná čísla nahrazovala lidská jména. Vyholená hlava se stala typickým znakem subkultury skinheads i jejich pokračovatelské neonacistické větve, potvrzovala příslušnost k dělnické třídě, tvrdost a mužnost.⁽⁶³⁾ Dobové snímky z koncentračních táborů však připomínají zcela jinou rovinu. Paradoxně však právě holohlaví skinheads byli subkulturou alespoň původně hlásající proti rasismu, v úctě chovali jamajskou kulturu, přesto však dospěli právě k rasistickým hodnotám.

V dosud zmíněných případech byla uniformita především znakem jednoty, celistvosti a síly. Výše zmiňované subkultury se často potýkaly s médii, která se snažila jejich jednotu roztržít a bagatelizovat. Tam, kde však ona uniformita není ani zdaleka dobrovolná, nabývá zcela odlišnou významovou rovinu. Význam znaků se tak s proměnou kontextu dostává do naprosto opoziční roviny.

4.5. Poválečné ideály a *new look* padesátých let

Roku 1947 se na scéně objevuje francouzský návrhář Christian Dior a dosud Poiretem osvobozené ženské tělo opět svazuje do vosích korzetů a krinolínových sukní, čímž položil základy pro tzv. *new look* typický právě pro padesátá léta. Během počátečních poválečných rozpaků odpovídá de facto dialekticky na čtyřicátá léta nedostatku naprostým opakem. Na své modely využíval ohromné množství materiálu, proti čemuž se zvedla velká vlna protestu a kritiky. Například britský státník a diplomat Stafford Cripps na Diorovu spotřebu reagoval slovy: „Připadá mi být krajně hloupé a nezodpovědné mrhat materiálem, časem i penězi na takové nejasnosti, jaké se zde předvádějí.“⁽⁶⁴⁾ Přirozenost a

⁽⁶³⁾ KOLÁŘOVÁ, Marta, ed. *Revolta stylem: hudební subkultury mládeže v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011, str. 20

⁽⁶⁴⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 81

rozmanitost ženského těla byla utlačena do pozadí, nohy byly prodlouženy vysokými jehlovými podpatky, pevné korzety modelovaly adorované vosí pasy, v důsledku čehož módní kritici označili proměny trendů za mnohdy až nesmyslné. Ačkoliv móda zaštitěná jménem Dior, i mnohých jeho předchůdců v průběhu staletí, nesla téměř až masochistické znaky, ženy ještě stále tento diktát přijímaly. Tváří módních časopisů se stala kultivovaná aristokratická žena, nicméně vysoká móda už zachycuje výrazněji i mužské oděvy. Nebyla to ale pouhá změna módního průmyslu, kterou válka způsobila. V první řadě došlo k zásadní proměně nálady ve společnosti a jejích pravidel. „Hosté na návštěvách se omlouvali, když sladili, jako by používali kokain; vylizovat sklenice od džemu nebylo proti bontonu, mnozí lidé se pohybovali s kuffíkem, ve kterém byl celý jejich majetek. Údajně si nechávali drahé kameny zasadit do jediného šperku nebo kusu zlata, aby se jmění stalo snáze přenosné. Ze šatů zmizely etikety, nikdo se nemínil nadále pyšnit vyhlášenými značkami. (...) Jen americké filmy udržovaly v lidech ještě snění a představy o lepším životě po válce.“⁽⁶⁵⁾

Po válce je výrazně rozdělená především celá Evropa, snahy o sjednocení módy v jednotný diktát zastavovali v první řadě komunisté bojkotující západní vlivy. Mezigenerační vymezování se ale stupňovalo na obou stranách Železné opony, snahy získat symbol mladé generace, nově populární džíny, neminuly ani poválečné Československo. Tam, kde v regálech obchodů chyběly, byly o to žádanější. V Americe se totiž nově „rodí“ teenager s vlastním stylem a názorem, kterému dosud nebyla příliš věnována pozornost. Mladí zahajují svou vlastní „válku“ proti uniformitě a diktátu shora. Ačkoliv masově kopírovali rifle a účesy svých idolů, například rock'n'rollového krále Elvise Presleyho nebo rebelů Jamesa Deana a Marlona Brando, prioritou pro ně byla *svobodně* zvolená uniformita, ne ta diktovaná. „Žádná filozofie té doby nepřežila. Ale něco přece: všichni ti mladí měli zadky nadité v blue jeans jako projev emancipace od oblékacích rituálů staré společnosti. K západnímu individualismu patří zjednodušení, emancipace, svoboda.“⁽⁶⁶⁾ Džíny se tak staly samotným průsečíkem trojúhelníku motivací Johna Carla Flügela: ochrany, praktičnosti a estetiky. O zhruba dvacet let později jsou však ale současně i příkladem výše zmiňovaného vyprázdnění symbolu díky jejich masovému rozšíření, v sedmdesátých letech přestávají být symbolem manuálně pracujících i revoltující mládeže, staly se zkrátka pouhou módou, v různých barvách, tvarech a detailech plnily skříně všech generací. Paradoxně přežily inovativní tendence módního průmyslu, a i nadále plní naše šatníky. V padesátých letech byly rifle *názorem*. Já však skromně usuzuji, že dnes je názorem především *jejich nenošení*. Společností i módními řetězci rezonují výkřiky po přírodních materiálech, udržitelnosti a protesty proti *fast fashion*.

Pokud však rifle byly jedním z prvních výrazných znaků odlišujících mladou a starší generaci, znamená to, že dřívější generace se odlišovat nechtěly? Změna nastává spíše ve vnímání oděvu, ale také samotných dětí a mládeže. V předchozích historických érách se ve výchově k dítěti většinou přistupovalo jako k malému dospělému, což se odráželo i v dětském a mládežnickém oděvu. Mezi

⁽⁶⁵⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 82

⁽⁶⁶⁾ BĚLOHRADSKÝ, Václav. *Mezi světy & mezisvěty: reloaded 2013*. 2., opr. a rozš. vyd. Praha: Novela bohemia, 2013, str. 134-135

dětským a dospělým šatníkem mnohdy nebylo příliš mnoho rozdílů, kromě barevných odstínů a případně délky, bez ohledu na to, že oděv byl nepraktický a často i nezdravý. Dřívějšímu zjednodušení dětského šatníku bránila především i otázka prestiže v měšťanské společnosti, luxusně vypadající oděv dítěte symbolizoval bohatost rodiny. Vertikální diference se promítala v rámci měšťanské vrstvy, protože si obyvatelé měst byli vzájemně vědomi svého postavení a finančních možností. Proto bylo zcela nevhodné, aby své děti neúměrně povyšovali skrze oděv nebo naopak nedostatečně reprezentovali svou rodinu.⁽⁶⁷⁾ Přejít do dospělosti měl v minulosti silně rituální povahu, ve které oděv symbolizoval propojení s předky. Tato rituální povaha se v dnešní době již téměř vytratila, módní proudy se roztržily. Pokud bychom se pídili po rebelantských projevech v předchozích staletích, pravděpodobně bychom je tak museli hledat v jiných odvětvích, než je odívání. Navíc ono vymezení mnohdy nebylo zcela absolutní, ačkoliv byla mládež silně motivována autonomií, i nadále v ní přetrvávalo třídní vědomí a identifikace s třídou rodičů. „Subkultury existují v rámci třídy, ze které vzešly a v určitém smyslu sdílejí stejnou pozici (vůči dominantní kultuře). Skrze svůj subkulturní styl se mladí snaží reagovat na problémy, s kterými se potýkají v důsledku svého třídního zařazení.“⁽⁶⁸⁾

Padesátá léta však ani zdaleka nebyla pouze kapitolou o riflích. Svěží modernitu a hravost na módní scéně vnesla především Itálie, která po zavedení pletacích strojů začala významně konkurovat Francii a Spojeným státům, navíc o sobě začala dávat vědět i skrze filmová plátna. Dívky se stylizují po vzoru Grace Kelly, Marilyn Monroe nebo Brigitte Bardot, vzhlížejí k jejich stylu i chování, vedle extrémně úzkých sukni a vysokých podpatků mladá móda nabízí květované halenky, kruhové sukne a pestré potisky s balónky, klauny a zvířaty. Král rock'n'rollu Elvis Presley se stává hudebním idolem a začínáme také v souvislosti s ním mluvit o pěstování image na půdě, která v následujících letech dostane přívlastek *showbiznys*. „Hudební interpreti si vědomě vytvářejí své ‚image‘ – stylizují se do určité charakteristické podoby při styku s veřejností. [...] Volba image je v souladu s ‚posláním‘ hudby, řídí se generačním okruhem posluchačů.“⁽⁶⁹⁾ Dle mého názoru si i běžní lidé vědomě tvoří svou image, ačkoliv jejich motivace netkví v získání davů a finančního úspěchu, motivace jistého uznání a úspěchu společenského ale zůstává. Nabízí se zde jistá paralela, že spolu se stylem přejímaným od svých idolů může být nositel motivován nevědomě i úspěchem svého idola. Dostí pravděpodobně budeme spíše napodobovat osobnosti, které považujeme za úspěšné, nežli ty, o kterých jsme přesvědčeni, že ve své cestě za úspěchem selhali. Netvrdím však, že ono vytváření image automaticky znamená vytváření falešné image motivované čistě úspěchem. Osobní image vnímám spíše jako výslednici dvou aspektů: jednak možnosti projevit „své já“, jednak jeho vizuálním zprostředkováním takovým způsobem, aby docílilo jistého společenského uznání, byť alespoň v určité skupině.

⁽⁶⁷⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 123

⁽⁶⁸⁾ KOLÁŘOVÁ, Marta, ed. *Revolta stylem: hudební subkultury mládeže v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011, str. 20

⁽⁶⁹⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 163

Onou skupinou „čerstvě zrozených“ teenagerů byla mládežnická subkultura. Mládí o sobě skrze oděv dávalo vědět, díky čemuž vyvstala otázka, jak si ono mládí udržet. „Stránky módních časopisů jasně ukazují, jak žena stále více mládlá. Na konci padesátých let se ze zralé decentní dámy proměnila v hravou a rozpustilou sexy Lolitu, ženu-dítě. Odvěká ženská vznešenost, ať již skutečná nebo hraná, byla tatam.“⁽⁷⁰⁾ Otázka zastavení stárnutí byla pro průmysl rozřešena 9. března 1959, kdy na veletrhu hraček *American International Toy Fair* firma *Mattel* představila dětskou panenku Barbie. Ta měla představovat ideál krásy a současné módní trendy, od večerních šatů po tričko a džíny, které symbolizovaly úplný počátek konce módního diktátu. Na panence Barbie je ohromující především to, že její obliba snad téměř stále roste, navíc má zcela neomezenou možnost reflektovat nové módní trendy a ideály. Padesátá léta však přinesla do světa módy a showbiznyu ještě jedno jméno, na které se ani v jednadvacátém století rozhodně nezapomnělo. A paradoxně se za tímto jménem schovává jméno jiné, na které se naopak téměř zcela zapomnělo.

Norma Jeane Mortenson byla americká modelka, zpěvačka, a především herečka s jednou celoživotní rolí. A tou rolí byla ikonická Marilyn Monroe. Ačkoliv je Monroe v mnoha směrech pozoruhodnou osobností oděvních i filmových dějin, opominu v této práci osobní roviny jejího dětství či vztahů, jakákoli hodnocení hereckých výkonů či konspirační teorie o její smrti. Otázka image je však u této módní ikony, k níž i po více než šedesáti letech od její smrti vzhlíží mnozí, nosným tématem. Nerada bych touto redukcí vytvořila dojem, že Monroe vnímám jako pouhou oběť médií a filmového průmyslu. Avšak následující odstavce mají vzhledem k rozsahu práce za cíl pouhou ukázkou další z možností fungování image jako nástroje, a proto některé aspekty jejího osobního života záměrně vynechám.

V dnešní době nás už zřejmě pojem „image maker“ asi nepřekvapí, u zrodu tohoto blondatého idolu však stála rodinná přítelkyně, občasné suplující roli matky, Grace Goddard. Ačkoliv jejich vzájemný vztah nebyl vždy zcela stabilní a při bližším rozboru bychom zřejmě našly prvky manipulace, pro otázky image uvedu pouze následující:

Nebýt Grace, neexistovala by Marilyn Monroeová... Grace o Normě Jeane básnila, jako by to bylo její vlastní dítě. Říkala, že z ní bude filmová hvězda. [...] Nic se neboj, Normo Jeane. Až vyrosteš, bude z tebe krasavice; budeš významný žena, filmová hvězda. ' [...] Tim, že se Grace ujala péče o toto dítě a o jeho výchovu, mělo konečně příležitost vytvořit si dceru, kterou jí příroda odepřela.⁽⁷¹⁾

Grace Goddard a její svěřenkyně Norma Jeane přinášejí do otázky tvorby image poměrně nezvyklý případ. U slavných osobností nás nepřekvapí i celé týmy zabývající se tvorbou a budováním image dotyčné či dotyčného na veřejnosti, jiní svou image utvářejí paradoxně jakousi ostentativní

⁽⁷⁰⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 101

⁽⁷¹⁾ SPOTO, Donald. *Marilyn Monroe*. Praha: Ikar, 1996, str. 37-38

lhostejností k ní, dle mého názoru by příkladem mohl být zpěvák Bob Dylan. Svou tvůrčí silou do procesu tvorby image a veřejného povědomí vstupují i média a recipienti vysílaných významů, a tím se často setkáváme například u různých subkultur, u kterých často dochází k utváření a deformování vnímání jejich okolím díky vzájemnému dialogu s ostatními subkulturami. U Marilyn Monroe však nesledujeme pouze vývoj její hvězdné image jako u jiných veřejně známých osobností, zajímavé je, že i díky Grace Goddard vidíme i jakýsi přerod z Normy Jeane na onu ikonickou Marilyn, respektive vidíme veřejnou *image* pojmenovanou *Marilyn Monroe*.



(73) Obrázek 5 – Marilyn Monroe. Foto David Conover (74) Obrázek 6 - Marilyn Monroe at Ciro's

Dotazovat se, nakolik byla tato její image autentickou, je zřejmě bezpředmětné a beznadějně. Rozhodně se však můžeme ptát, nakolik byla její image závaznou a svazující. Ačkoliv se Normě Jeane podařilo docílit svého snu pomocí pečlivě vybudované image sex symbolu, v rukou filmového showbyznysu se tato image stala nástrojem spíše determinujícím. „Ráda bych hrála roli, která něco znamená, co by něco lidem dala, ale můj vzhled tomu odporuje, jsem příliš jednostranný typ ... Lidé si zvykli na mou jednostrannost. Cítím, jak se stávají nepřátelští, když se pokouším změnit. Lidé znervózní, když se změníš.“⁽⁷⁵⁾ Ačkoliv zazářila v americkém filmu *Niagara* z roku 1953, kde ztvárnila zápornou roli Rose, osudné se jí staly naivní blondýnky, jak výmluvně dokládá i jeden z nejslavnějších snímků, ve kterých se objevila, *Páni mají radši blondýnky* z roku 1953. Dodnes na filmových plátnech

⁽⁷³⁾ CONOVER, David. Marilyn Monroe [foto]. U.S. Army 1945. In: *Wikipedia* [online]. [Citováno 16.9.2023]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/File:MarilynMonroe_-_YankArmyWeekly.jpg

⁽⁷⁴⁾ Autor neznámý. Marilyn Monroe at Ciro's [foto]. California 1954. In: *Wikipedia* [online]. [Citováno 5.9.2023]. Dostupné z: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Marilyn_Monroe_at_Ciro%27s.jpg

⁽⁷⁵⁾ STRASBERG, Susan. *Marilyn a já: Sestry - Rivalky - Přítelkyně*. Praha: Erika, 1994, str. 64

úspěšně přežívá prototyp hloupé blondýnky po vzoru Sugar z filmu *Někdo to rád horké*. Zatímco v padesátých letech ještě stále panoval módní diktát, Marilyn Monroe se potýkala i s jistým *diktátem image* pro udržení své kariéry. Celou svou kariéru tak strávila na hranici mezi zbožnou adorací a sexuální objektivizací.

4.5.1. Zátopek, aneb jak si vyběhat image komunisty

Emil Zátopek byl a v našem povědomí zůstává sportovním fenoménem v českém i světovém prostředí. Na pozadí politických událostí druhé poloviny dvacátého století lze ale postavu Zátopka vykládat i jako symbol, popřípadě rukojmí režimu. Pohledem komunistické ideologie byl skvělým příkladem ideálního občana. Měl dělnický původ a díky obrovské pili, pracovitosti a disciplinovanosti docílil kýženého *pracovního výsledku*. Nereprezentoval se jako hvězda, nýbrž jako jeden z lidu, který pro své úspěchy nadmíru dřel. Jeho trenér Jan Haluza vyprávěl: „Sotva skončila jeho dlouhá a náročná práce v továrně, už byl na dráze. Nikdy nebyl viditelně unaven a nikdy neztrácel humor a optimismus.“⁽⁷⁶⁾ Dokonale tak zapadal do mustru tvrdě pracujícího dělníka, který se po pracovní době prokazatelně věnoval politicky nezávadné činnosti. Jeho otec byl navíc zakládajícím členem komunistické strany, jejíž členem se Emil také později stal. Zásadní byl i fakt, že Zátopka milovaly davy lidí u nás i za hranicemi, komunistické ideály se tak snáze demonstrovaly na někom, kdo byl tak oblíbený. Na běžeckých okruzích tak Zátopek představoval veřejného podporovatele režimu v padesátých letech, aniž by byl ve straně výrazně angažovaný. Tato *veřejná podpora* zakolísala paradoxně právě skrze módu, a to na olympijských hrách v Melbourne v prosinci roku 1956, kdy chtěl závodit v botách dovezených ze Západu. Jinými slovy tak chtěl závodit v symbolu prozápadního myšlení. „Je nepřijatelné, aby reprezentant komunistického tábora běžel v kapitalistických botách,“⁽⁷⁷⁾ zazněl verdikt a Zátopek tak svou symbolicky zatíženou obuv opravdu přezul. Boje o medaile se ale kvůli zranění nakonec nezúčastnil.

Ani letní olympijské hry v Helsinkách roku 1952, které jsou Zátopkovi připisovány jako největší kariérní úspěch se třemi zlatými medailemi, se neobešly bez kolize s režimem. Jeho týmovému kolegovi Stanislavu Jungwirthovi nechtěli umožnit odlet mimo východní blok, protože jeho otec byl politickým vězněm. Zátopek však bez budoucího světového rekordmana odmítnul nastoupit do letadla. V tuto chvíli jeho oděv nabývá symbolické roviny. Tentokrát to není obuv, ale reprezentační dres. Ten totiž předá Jungwirthovi se slovy, ať ho odevzdá na ministerstvo spolu s tím svým.⁽⁷⁸⁾ Zátopek tímto gestem neodmítl reprezentovat svou zemi, odmítl reprezentovat stávající režim, čímž vsázel svou kariéru. Před následky ho zachránila především obrovská popularita navázaná na legendární úspěchy.

⁽⁷⁶⁾ ASKWITH, Richard. *Dnes trochu umřeme: vzestup a pád Emila Zátopka*. Praha: Mladá fronta, 2017, str. 35

⁽⁷⁷⁾ LENARTOVÁ, Eva. Jeho svatbě bránila rodina i komunisti. Příběhy slavných: Emil Zátopek. *Český rozhlas* [online], 23. 9. 2016. Dostupné z odkazu: [Jeho svatbě bránila rodina i komunisti. Příběhy slavných: Emil Zátopek | Dvojka \(rozhlas.cz\)](https://www.rozhlas.cz/pribehy-slavnych/emil-zatopek-dvojka)

⁽⁷⁸⁾ ASKWITH, Richard. *Dnes trochu umřeme: vzestup a pád Emila Zátopka*. Praha: Mladá fronta, 2017, str. 6

Naprostá koncentrace na sportovní výkon, odměněná osmnácti světovými rekordy, a specifický běžecký styl se staly součástí jeho image, stejně jako již ikonická hláška „Když nemůžeš, tak přidej!“. Zátopek se snažil udržet si image politicky nečinného sportovce, ačkoliv jeho životní cíl *běhat* nejednou obnášel komunisticky orientované činy. V Zátopkových biografiích tak často některé životní momenty chyběly, například incident s nepřítomností Jungwirtha na olympijských hrách scházel v biografiích pravděpodobně proto, že se o něm mluvit nesmělo. Mnohé snahy o rehabilitaci Zátopkova jména je nutno připsat samotným manželům Zátopkovým. Když bylo 10. června 1950 vydáno Rudé právo odkazující a podporující rozsudek Milady Horákové, vyjímá se pod textem Zátopkovo jméno. Jestli s rozsudkem opravdu souhlasil, či zda s ním souhlasit *musel*, není předmětem této práce, to, jaký obrázek se o Zátopkovi díky tomuto textu utvářel už ano. Nikdy nebylo oficiálně potvrzeno či vyvráceno, zda text doopravdy napsal či souhlasil s uvedením jeho jména. V roce 1950 byl Zátopek dokonce vyšetřován kvůli odmítnutí vstoupit do Svazu československo-sovětského přátelství a současně čelil obvinění, že v soukromí haní SSSR.⁽⁷⁹⁾ Zátopek tak zůstává tak trochu otazníkem, který jednou komunismus zastával a pronášel stranicky oslavné proslovy, jindy se mu vzpíral a podepisoval dokumenty jako Dva tisíce slov, později se jich zase zřikal, mezitím ale v ulicích protestoval proti okupaci. Podle pozdějších slov jeho ženy věřil v komunismus, který u nás však prý byl později ovládaný těmi, kteří komunistickou ideologii vnímali jako cestu k vlastnímu společenskému vzestupu.⁽⁸⁰⁾ Pohyboval se na tenké hranici snaživ udržet si kariéru a vyhnout se přímé konfrontaci s autoritami, jindy však sehrával hlavní role jako při sňatku „přes oponu“ Olgy Fikotové a Harolda Connollyho. Jednou byl vystavován jako komunistický symbol na běžeckém výsluní, jindy byl za své protirežimní činy trestán. Zátopek tak pravděpodobně nadále zůstane rozpolcen mezi „pouhého sportovce“ a „běhajícího komunistu“.

4.6. Dynamická módní revoluce šedesátých let

Ani s počátkem nového desetiletí snahy o mladistvý vzhled neutichly, dobový ideál krásy, štíhlá a dívčí Twiggy, naopak tyto tendence umocnila a pozornost módního průmyslu, médií i reklamy se plně přeorientovala na poválečnou baby-boomovou generaci. Spouští se tak dosud největší oděvní revoluce v dějinách. Vítaly se nové střihy, barvy, materiály. Nejt v proudu pokroku bylo až zavrženíhodné. Šedesátá léta však nebyla revoluční pouze z hlediska módy, ta sloužila mimo jiné k odrážení aktuálních kulturních a sociálních fenoménů, skrze módu šokovala sexuální revoluce odstartovaná antikoncepční pilulkou, oděv propůjčoval hlas boji za lidská práva a válce ve Vietnamu, oslavoval let člověka na Měsíc a technologický pokrok nejen v oblasti experimentování s materiály, sděloval preference svého nositele z hlediska populární hudby. Provázanost hudby a oděvu se stále zvyšovala, nejenže styl si nositel často

⁽⁷⁹⁾ ASKWITH, Richard. *Dnes trochu umřeme: vzestup a pád Emila Zátopka*. Praha: Mladá fronta, 2017, str. 99

⁽⁸⁰⁾ Tamtéž, str. 101

vybíral podle oblíbené hudby, hudba se stala doprovodným prvkem k prodeji oděvu. Diametrálně se tak prohlubuje rozdíl mezi obchodním domem, kde nakupují rodiče, a malým butikem pro mladé schovaným v uličce, do kterého láká nahlas znějící LP. Takové prostředí bylo ideální především pro subkultury a jejich pouliční styly, které se poprvé dostávají do dialektického vztahu s vysokou módou. Ta se jimi nově inspiruje, zatímco subkultury *haute couture* spíše parodovaly a zesměšňovaly. Orientace módního průmyslu na mladé zapříčinila krach luxusních butiků, jelikož hlavní prioritou se stala lacinost, aby si oděv mohli mladí lidé dovolit, zatímco starší generace často poptávaly po luxusu, který jim za války dostupný nebyl.

Trendy a módní výstřelky určovaly hvězdy populární hudby, obchody pod nátlakem fanoušků musely produkovat rychle, s tempem však klesala kvalita. Na tom však mladým tolik nesešlo. Situaci okomentoval například John Lennon během vystoupení v Royal Variety Show slovy: „Ti v zadních řadách, s lacinými lístky, mohou tleskat, zbytek ať chraští svými šperky.“⁽⁸¹⁾ Vrtkavé trendy inspirované hudebními idoly kolikrát oni sami skrze svou tvorbu komentovali, například The Kinks písní *Dedicated Follower of Fashion*.

V módě se nadále zkracovalo. Sukně, šaty i kabáty a pláště skončily v půli stehem, tentokrát to však nebylo výrazem válečného nedostatku, ale svobody, a tak se v roce 1964 natrvalo do dějin odívání zapsala minisukně, která silně otrásla už tak oslabeným módním diktátem. Její „vynálezkyne“ Mary Quant atmosféru hýřivých šedesátých let vystihla následovně: „Být nápadný? Co je na tom špatného? Já chci být nápadná a chci vzbuzovat senzaci. Jenom idiot dokáže utratit hromadu peněz za něco, čeho si nikdo nevšimne!“⁽⁸²⁾ A minimálně mladí rozhodně chtěli, aby si jich ostatní všimli a navíc ideálně tak, aniž by utratili onu *hromadu peněz*. Odhaleným nohám byla věnována veškerá pozornost, okatá a pubertálně vyhlížející Twiggy, jejíž popularitě snad částečně mohla přispět i zfilmovaná verze Nabokovovy *Lolity* z roku 1962, je vystavovala dnes již ikonicky v ponožkách a sandálcích. Její vzhled byl považován za ideální poměr roztomilosti a sexappealu. Zkracování, rozvolnění stylů a „inspirace zdola“ se neobešla bez rozhořčení některých návrhářů vysoké módy, mezi nimi například elegantní Coco Chanel.

S proměňováním hranic odívání a stylů se nové světlo vrhá i na pohlaví, respektive na hranice vzhledu mezi chlapci a dívkami. Výzvou módnímu průmyslu se tak stává unisex oblečení, což později v sedmdesátých letech eskaluje v glam styl, jehož srdcem se neodmyslitelně stal zpěvák David Bowie s obarvenými vlasy a dosud *ženským ličením*. Znovu se tak dostáváme k určitému posunu ve vnímání genderu a pohlaví. Poprvé se ženy pouze nepřibližují mužům, ale i muži přejímají dámské prvky, aniž by za to byli trestáni a zesměšňováni. Zaznívaly také hlasy silícího feminismu, nově oděného do kalhotových kostýmů: „Chtěly se oblékat stejně střízlivě a anonymně jako muži, aby si nezahlasy. Praktický funkční oděv měl vypovídat o jejich feministické nedůvěře k módě. Odmítaly ji, neboť byla

⁽⁸¹⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 105

⁽⁸²⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 64

považována za záležitost ‚ženskou‘, tedy méně cennou než ‚maskulinnější‘ druhy umění. Pracoviště pro ně nebylo místem pro předvádění.”⁽⁸³⁾ Revoluce šedesátých let umožnila mimo jiné i výrazné rozštěpení mládeže do čím dál pestřejší škály subkultur. Jejich rychlou a účinnou hlásnou troubou názorů, hodnot a preferencí byl především jejich oděv. Prvky vojenských uniforem jako protest proti probíhající válce ve Vietnamu, psychedelické potisky dlouhovlasých květinových dětí, pop-artové motivy Andyho Warhola a experimentální disharmonická hudba, šokující šaty pošíité pingpongovými míčky, vyzdvihovaná přirozenost nahoty završena exhibicionistickými ženskými plavkami bez vrchního dílu. Kořenů pro nové či znovuožívající subkultury byl nespočet, zaštiťujícím pojmem však klidně mohla být „kreativní anarchie“.

4.6.1. *Be Sure to Wear Some Flowers in Your Hair*

Dlouhé vlasy s čelenkou, bosé nohy, přírodní materiály, zvonové kalhoty a pestrobarevné kaftany. Dějiny módy zaznamenaly jen málo subkultur, které by se zapsaly do povědomí širokých mas a zůstaly v něm i po tolika dekáдах. V šedesátých letech patřily do silné subkulturní základny odporu proti válce ve Vietnamu spolu s beatníky, surfaři či psychedeliky, a to i přes rozdílné životní filozofie. Zatímco významové roviny některých subkultur postupně spláchla vlna dominantní vizuální orientace, hippies hodnoty a ideologie přežily. Symbolickou rovinu květin značících všeobjímající lásku máme na paměti dodnes, a to i přes to, že hippies styl, s květinami ve vlasech a koženými amulety inspirovanými různými etniky, se stal spíše záležitostí kostýmovou. V šedesátých letech si však toto hnutí našlo velké množství mladých stoupců, kteří si hippie image osvojovali spolu s myšlenkami v rytmu „All You Need Is Love“. Jiní si jejich styl propůjčovali zcela vytržený z Lenkových poselství. A právě tato skupina přispěla k tomu, že se květinové děti protestující proti konzumu samy staly konzumem. Respektive jejich styl zaplnil módní salóny s cedulkou „hippies de luxe“. Odtud se pak už styl nezadržitelně šířil, často však naprosto významově vyprázdněn. Hippies při svém zrodu projevíli nekonvenční přístup v pronášení „oděvní parole“, kterou však společnost později přijala ji do své „normy langue“, podobně jako se některé specifické subkulturní projevy slangu časem začlenily do běžné řeči. Roland Barthes tento jev nazývá dialektickou výměnou.⁽⁸⁴⁾ Například designerka Katherine Hamnett se proslavila svými návrhy triček s ideologicky laděnými nápisy reagujícími na současné problémy, trička tak hlásala apely jako „Zastavte kyselý deště!“ nebo „Sankce Číně“.⁽⁸⁵⁾ Ideje, za kterými subkultura stála, se tak dostaly do rukou mainstreamu. Díky masovému rozšíření oděvního stylu hippies se často objevovali jedinci, kteří přejímali stylizaci hippies, jejich myšlenky a hodnoty ale nikoliv, promluva skrze oděv tak v těchto

⁽⁸³⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 117

⁽⁸⁴⁾ BARTHES, Roland. *The Language of Fashion*. Sydney: Bloomsbury Publishing, 2013, str. 9

⁽⁸⁵⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 153

případech selhávala, docházelo k dezinterpretaci. V médiích pak často byli zaměňováni s psychedeliky, což vzhledem k jejich oblibě syntetických látek a futuristických střihů hippies hlasitě odmítali.

Tato extravagantní subkultura však vyvolala ve společnosti povyk, jejich vizuální odlišnost vzbuzovala morální paniku. Za hippies byl s trochou nadsázky považovaný snad téměř každý, kdo nosil dlouhé vlasy, ačkoliv vůbec nebyl příslušníkem subkultury. Dick Hebdige s odkazem na myšlení Karla Marxe ve knize *Subkultura a styl* upozorňuje na výrazný vliv okolních neovlivnitelných podmínek a celkového dobového kontextu, ve kterém ke vzniku významu dochází. „Důsledkem je, že materiál (tj. společenské vztahy), jenž je neustále přetvářen na kulturu (tedy i subkulturu), nemůže být nikdy zcela ‚surový‘. Je vždy zprostředkovaný: utvářený historickými okolnostmi, v nichž se objevuje, a postulován v určitém ideologickém poli, jež mu dodává jeho vlastní život a specifické významy.“⁽⁸⁶⁾

Zatímco do onoho zmíněného dobového kontextu šedesátých let hippies přirozeně zapadají, s proměnou historických okolností následující dekády začínají působit již nepatřičně. Vytržení z atmosféry doby svého *zrodu* se jejich význam rozpadá. Reprezentaci tohoto jevu můžeme vidět například v muzikálu *Hair* z roku 1979 v režii Miloše Formana.

Najdeme však i subkultury, které tuto změnu společenských podmínek „přežily“ a vrátily se v aktualizované podobě. Jako příklad můžeme uvést teddy boys, subkulturu vzniklou v padesátých letech. V té době hlásali xenofobní výroky proti černošským imigrantům, zatímco v aristokratických kabátech paradoxně poslouchali hudbu s černošskými kořeny, rock’n’roll. Na subkulturní výsluní se pak znovu dostali koncem sedmdesátých let. „V rytmu dávno smazaných nahrávek, v oblečení, které mohlo být vystavováno jako muzejní exponáty, obnovili tito pozdější teds některé sexuální zvyky (galantnost, dvoření) a pyšný machismus, tuto ‚bizarní‘ kombinaci šovinismu, pomády na vlasy a náhlých výbuchů násilí, která byla úzkostlivě opatrována již kulturou rodičů jako pravý model mužského chování. Jednalo se o model nedotčený horečnatými excesy poválečné ‚permisivní společnosti‘.“⁽⁸⁷⁾ Touto dobou už však nemělo smysl stavět se do opozice k hippies, novými mládežnickými protivníky se jim tak stali právě rodičí se punkové. Jejich tíhnutí k předchozí, pravděpodobně značně idealizované době, není ničím netradičním. Navíc je to poměrně vděčný nástroj k vyjádření nespokojenosti se současností, a to v jakékoliv dekádě.

⁽⁸⁶⁾ HEBDIGE, Dick. *Subkultura a styl*. Praha: Dauphin, 2012, str. 127

⁽⁸⁷⁾ Tamtéž, str. 131



(88) Obrázek 7 – *A female demonstrator*, Foto Albert R. Simpson

4.7. Móda pro všechny, všichni pro módu sedmdesátých let

Euforické a bouřlivé revoluce za svobodu počátkem sedmdesátých let utichají, společnost střízliví podobně jako počátkem let třicátých. Revoluce za práva černošského obyvatelstva se do módy dostává se zpožděním, a to v roce 1974, kdy se na obálce Vogue historicky poprvé objeví modelka tmavé pleti, ačkoliv to ještě na určitou dobu byla spíše otázka komerce a oslovení většího množství zákazníků. Šokující tendence módy se s koncem přechází dekády mírní, sukně a šaty tak opozičně nabírají midi a maxi délky. Po změnách, které šedesátá léta přinesly, se však už haute couture nepodařilo ukočírovat volání po individuálním přístupu k odívání a módní diktát nadobro padl, konfekce nabízela rozmanitou škálu stylů a vysoká móda tak ztratila svou autoritu. „Módní oděv ztrácí roli prostředku k nastolení společenského odstupu a mění se v nástroj individuálního a estetického odlišení, v nástroj svádění, mladosti a modernosti.“⁽⁸⁹⁾

V konfekčních obchodech se objevovala móda doslova pro všechny, především ale byla všemi *tvořena*. V návaznosti na dění šedesátých let se odívání móda stala dynamickým procesem, ve kterém se módní vlivy mísí ze všech směrů. Ve snaze po co nejoriginálnějších vzhledu lidé hledají inspiraci i za

⁽⁸⁸⁾ SIMPSON, Albert R. A female demonstrator [foto]. Virginia 1967. *Wikipedia* [online]. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Hippie#/media/File:Vietnamdem.jpg>

⁽⁸⁹⁾ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. Praha: Prostor, 2002, str. 234

hranicemi dosud dominujících center, vedle Londýna, Paříže a New Yorku se na módní výslunni dostává i Milán nebo Tokio. V takto roztržitém módním prostředí bylo náročné najít takovou ikonu jako Twiggy, inspirace je proto často čerpána z minulosti skrze hity stříbrného plátna jako například *Velký Gatsby* z roku 1974 nebo *Horečka sobotní noci* z roku 1977. Několik průlomových novinek ale tato dekáda bezpochyby přinesla. „Džíny opraném potřhané, vyšíváné, záplatované, v rozmanitých tvarech, zvonové, mrkvové, cigaretové jakoby na tělo nasprejované, bokovky, kalhoty s pasovými sklady, s manžetami, doplněné kabátky-blejzry a botami na tlusté podešvi.“⁽⁹⁰⁾ Tentokrát už ale nejsou symbolem protestu, znakem mladé generace ani manuálně pracujícího lidu. Rifle se vyrábějí v tolika různých provedeních, aby je mohli nosit všichni. A právě taková móda sedmdesátých let měla být, otevřená všem. S pádem módního diktátu přestává oděv prozrazovat sociální identitu nositele, móda se stává manifestací preferencí, vkusu a především autonomie.

Hlavní centrum zábavy se z kaváren, jazzových klubů a festivalů přesouvá na diskotěky, což si vyžádalo i svou specifickou módu, barevnou a hlavně pohodlnou. Legíny z lycra vlákna ve fluorescenčních barvách, trička a topy s pestrými potisky, body a trekové kolečkové brusle, které dodnes symbolizují Ameriku ve filmových a seriálových snímcích populární kultury, umožňovaly nespoutaný tanec na aktuální hity hudebních idolů mládeže. Styl nyní již hvězdného Davida Bowieho přerostl zdi koncertních hal a zásadně proměnil vnímání vzhledu svým specifickým líčením, barvením vlasů a celkově androgynním vzhledem, dochází tak minimálně v mladistvém a subkulturním prostředí k určité proměně vnímání a definice mužství. Stírání rozdílů mezi pohlavími během sedmdesátých let prosakovalo i do reklamy, například Calvin Klein se ve svých kolekcích a kampaních touto dobou inspiroval údajně vztahem své dcery a jejího přítele se slovy, že mezi nimi přeci není žádný zásadní rozdíl.⁽⁹¹⁾

Pomyslné otevření hranic mezi pohlavími a nové nastolování rozdílů a podobností mezi ženami a muži vytvořilo prostor pro novou skupinu na paletě pouličních stylů: mladé homosexuální muže, kteří díky absenci tradičních finančních rodinných závazků byli i navíc poměrně majetní. Finance tak mohli investovat do sebe a svého mnohdy extravagantního vzhledu. Nepotrvá dlouho a v roce 1978 se organizuje první Gay Pride, doprovázený dnes již všem dobře známou duhovou vlajkou, o necelých třicet let později se už sňatek Eltona Johna stane mediální senzací. Vedle toho se objevují kontrastní, drsnější styly a subkultury sedmdesátých let, za jejichž heslo by v některých případech mohl být označený pojem „antimóda“. Dříve směšné a nemyslitelné se v rukou jedinců a subkultur prahnoucích po jedinečnosti proměnilo v žádané a kreativní. Dřívější tabu se staly trendem, zničené oblečení bylo považováno za moderní. Již v roce 1971 Vivienne Westwood otevírá obchod se zaměřením na konkrétní subkultury, rockery, punky a teddy boys. Pod názvem *Let it rock*, později od roku 1974 *Too fast to live, too young to die*, prodávala kožené obleky na zipy, trička s porno obrázky.

⁽⁹⁰⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 120

⁽⁹¹⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 52

Haute couture odvolávající se na luxus a úroveň minulých dekad se ve snaze o své zachování uchyluje k téměř nevyhnutelné inspiraci onou nedokonalostí, a tak někteří návrháři a tvůrci produkují záměrně potrhané modely. Snahy o sjednocení v jeden módní směr byly beznadějně, proto došlo k podobnému diferencování mezi návrháři, jako tomu bylo u subkultur. Avšak ani příslušnost ke stejné subkultuře neslibovala naprostou jednotu, obzvlášť lišil-li se kontext, ve kterém příslušníci subkultury žili. „Mezi mládeží na Západě a za oponou někdy existovaly až diametrální rozdíly. Formou diaspor se subkulturní směry dostávaly na území sovětského bloku, v němž následně vyklíčily ve velmi odlišných podmínkách. Nesouc s sebou původní, zakódované významy, se zdejšími podmínkami přizpůsobily a získaly tak svou specifickou východní formu,“⁽⁹²⁾ píše Pixová v knize Marty Kolářové *Revolta stylem*. Se zrychlujícím se životním tempem a rozmanitější škále kanálů, kterými se informace o subkulturách šířily, se subkultury často rozpadaly na různorodé větve, které se vzájemně lišily vzhledem i idejemi. V krajních případech se některým stylům nepodařilo uniknout konzumu, který jejich ideovou a symbolickou rovinu mnohdy zcela zredukoval.

4.7.1. ABBA vs. Bowie

Abych předešla možným mystifikacím, na úvod této podkapitoly objasním ono „versus“. Nemám v úmyslu zde rozebírat žádný pomyslný boj o fanoušky, producenty ani hudební žebříčky těchto dvou velikanů. V něčem však švédská skupina ABBA a britský zpěvák David Bowie opravdu stáli na zcela opozičních stranách osy, a to v otázce určité koherence image. V úvodu druhé kapitoly definuji za pomoci citace Jaroslava Světlíka jako „souhrn všech představ, poznatků a očekávání spojených s určitým předmětem, osobou nebo organizací.“⁽⁹³⁾ A právě s našimi představami a očekáváním pracovali Bowie a ABBA zcela odlišně. V obou případech prahneme po autenticitě, poznání, přiblížení se, kterého se nám ale nikdy nedostane. Všichni čtyři členové švédské hudební skupiny založené v roce 1972 si přísně střeží své soukromí, a to i ve zcela nečinném období své kariéry, zůstává i jejich veřejná image slušné a nekontroverzní kapely. Jejich veřejné vystupování, často ostentativně umocněné bílým oblečením symbolizujícím čistotu a nevinnost, bylo vždy výrazně motivované udržováním image *správnosti* a morálních hodnot. Ostatně o závislosti na alkoholu jednoho ze členů kapely, Bennyho Anderssona, se na veřejnosti mluví opravdu velmi zřídka. Oproti jejich prvotině *People Need Love* lze v pozdějších textech odhalit určitý posun k vážnějším tématům. Například díky skladbě *Knowing Me Knowing You* z roku 1977 a jí podobným, tušíme určitý odraz jejich reálných životů, hledáme propojení s osobními problémy členů skupiny. Dostáváme se však pouze ke zlomku autenticity. Tento alespoň *tušený* vhléd do jejich soukromí je zprostředkovaný písní, tedy zůstává pouhou reprezentací. Nabízí se

⁽⁹²⁾ KOLÁŘOVÁ, Marta, ed. *Revolta stylem: hudební subkultury mládeže v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011, str. 58

⁽⁹³⁾ SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketingové řízení školy. 2., aktualiz. vyd.* Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, str. 148

tak tedy otázka, zda je vůbec možné v této reprezentaci nacházet něco *autentického*. Tato píseň, a i jiné jí podobné, zůstává dle mého názoru spíše vpuštěním do jakéhosi pomyslného života členů kapely, ne do toho reálného. Pro mě je to především dílek skládačky jejich *utvářené image*.



(94) Obrázek 7 – ABBA in 1977

Zatímco skupina ABBA byla založena v roce 1972, britský glam rockový zpěvák a multiinstrumentalista dosáhl prvního velkého komerčního úspěchu s albem *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars*. Ačkoliv jistou revoluci v pánském odívání přinesla již šedesátá léta, na Bowieho nebyl pravděpodobně nikdo připraven a možná právě proto se podařilo skrze jeho osobnost a hnutí glam tuto revoluci završit. Se svými barvenými vlasy a *ženským* líčením šokoval i daleko za hranicemi Británie, proměnil tím dosavadní definici mužství. Zatímco ve společnosti rezonují otázky genderu, na rockové scéně hledáme autenticitu. Glam rock či také glitter rock přitahoval pozornost nejen po hudební, ale i vizuální stránce. Zatímco ABBA naplňovala naše očekávání morální i estetické „čistoty“, Bowie nám skrze svůj vzhled neustále unikal svými nesčetnými metamorfózami. Nad těmi však nelze přemýšlet pouze povrchně jako nad koncertním kostým, Bowie vytvářel komplexní fikční charaktery. Ať už to byl Major Tom, Ziggy Stardust, Aladdin Sane nebo třeba Thin White Duke, můžeme je vnímat pouze jako nástroje umožňující prezentaci Bowieho nejen hudební tvorby, současně i jako nástroj ochrany osobnosti Davida Bowieho v mediálním prostoru.

⁽⁹⁴⁾ Autor neznámý. ABBA in 1977 [foto]. *The Sunday Post* [online]. [Citováno 2.11.2023]. Dostupné z: Dostupné z odkazu: [The story of ABBA, part three: How could we resist a ‘reunion’ to keep music legend alive? - The Sunday Post](#)



(97) Obrázek 8 - David Bowie. Foto Gijsbert Hanekroot



(98) Obrázek 9 - David Bowie, Foto Mick Rock

Pro komplexní dotváření těchto identit mu výrazně napomáhal i fakt, že se věnoval i herectví, to nám ale současně znesnadňuje snahu o rozklíčování či alespoň přiblížení se Bowiemu. On sám je správcem toho, co bude utvářet jeho image, vybírá si, jaké podklady nám pro náš obraz o něm poskytne. Jistou nadějí autenticity slibuje možná deska *Hunky Dory* z roku 1971, která je výrazně hudební, není doprovázena žádnými výraznými vizuály. Avšak to, že deska není doprovázena extravagancí, na kterou jsme u Bowieho zvyklí, nás neopravňuje k tomu, abychom v ní hledali více autenticity než v jakékoliv jiné jeho desce. S podobnou opatrností je třeba přistupovat i jeho posledním hudebním počínům, ve kterých nacházíme prvky sebereflexe, například v albu *The Next Day* z roku 2013, kde je ona sebereflexe proklamována i na obalu desky. Bowie se zcela fluidně vypořádává se žánry, ve kterých působí, s genderem, s identitami, které vytváří i s publikem, které oslovuje. Přesto i po zhruba padesáti letech od zahájení své kariéry neustále přitahuje naši pozornost, ani po jeho smrti neutichá snaha najít v jeho textech, hudbě, obrazech i identitách skutečného Bowieho. Zatímco ABBA nám během svého působení poskytla způsob, jakým *má být čtena*, Bowie nám nechal prostor otevřený nekonečné interpretaci. Není právě tento aspekt tím, co očekáváme od dobrého umění? Dick Hebdige ve své knize *Subkultura a styl* vynáší nad kategorií subkultury následující otázku: „Dobře, kultura to je, ale je to umění?“⁽⁹⁹⁾ Bylo by zřejmě troufalé hodnotit osobnost Davida Bowieho kritérii tradiční estetiky, s odkazem na představitele

⁽⁹⁷⁾ HANEKROOT, Gijsbert. David Bowie [foto]. Netherlands 1974. *Getty Images* [online]. Dostupné z: <https://ew.com/article/2016/01/12/david-bowie-style-legacy/>

⁽⁹⁸⁾ ROCK, Mick. David Bowie „Life on Mars“ [foto]. London 1973. *Women's Wear Daily* [online]. Dostupné z: <https://wwd.com/eye/people/gallery/david-bowie-dies-photos-10310060/>

⁽⁹⁹⁾ HEBDIGE, Dick. *Subkultura a styl*. Praha: Dauphin, 2012, str. 191

ruského formalismu Viktora Šklovského a jeho teorii o automatizaci a ekonomii duševních sil⁽¹⁰⁰⁾ si troufám říci, že Bowieho osobnost v celé své komplexnosti *ozvláštňuje*.

4.8. Osmdesátá léta – souboj hýřivé okázalosti a protestů

„Chamtivost, nenasytost, původ investičního bankovníctví, trh posedlý šílenstvím, kult horečnaté spotřeby, frenetická touha po zábavě. Tak nějak by se dalo charakterizovat období osmdesátých let, ve kterém byly zaznamenány první případy nemoci AIDS, rozpoutala se válka mezi Íránem a Irákem, vyměnil se vládce Kremlu a jaderná katastrofa v Černobylu vyděsila svět.“⁽¹⁰¹⁾ Zábava a kultura se staly stěžejním předmětem průmyslu, svět západní módy se již naplno otevřel nejen japonským vlivům estetiky asymetrie a umění, ale s filmem *Vzpomínky na Afriku* z roku 1985 roste zájem i koloniální motivy. Británii po vítězství Železné lady Margaret Thatcher zaplavila vlna obdivu ke stylu venkovské šlechty, módní svět ovlivnila i královská svatba století princezny Diany a prince Charlese dne 29. července 1981. Opomenuty nezůstaly ani inspirace shakespearovskými dramaty nebo řeckou tragédií, a to především díky Vivienne Westwood protestující proti komerci ztělesněné Calvinem Kleinem.

Během této dekády se průmysl poohlížel po všem, co bylo možné zpeněžit, osmdesátá léta tak přála především mladým a bohatým, kteří měli prostředky na to, aby ostentativně dali najevo svou výjimečnou image, finance a dokonalé tělo po vzoru top modelek jako Naomi Campbell, Lindy Evangelisty a Claudie Schiffer. Taková charakteristika nejlépe vystihovala subkulturu *yuppies*, young urban professionals, tedy mladé úspěšné muže, kteří rádi dali najevo, že *mohou* utrácet a stát se tak téměř neomezenými konzumenty. Kdyby měl americký sociolog Thorstein Veblen možnost svou knihu *Teorie zahálčivé třídy* vydat zhruba o sto let později než v roce 1898, mohli by mu *yuppies* být zajímavým příkladem. Onou zahálčivou třídou mýnil třídy vyšší, vládnoucí, které mohou své postavení demonstrovat právě onou zahálkou, zatímco veškeré práce a výroba náleží výhradně třídám nižším.⁽¹⁰²⁾ Postupně se k onomu neproduktivně užitému času přidal i oděv jako určitá extenze zahálky, její zdůraznění, ve výsledku byly tyto dva aspekty ukazateli prestiže a snahou o získání společenského uznání. V současné době má již okázalá spotřeba nad zahálkou pravděpodobně navrch, o to větší důraz je však kladen na viditelnou nákladnost: „Má-li cenný předmět oslovit náš smysl pro krásu, musí být krásný i nákladný zároveň,“⁽¹⁰³⁾ píše Veblen. A přesně to *yuppies* dokonale naplňovali.

Touhu po úspěchu měly pochopitelně i ženy, dominuje tak během osmdesátých let feministické hnutí. Stereotypy odívání podle pohlaví byly zcela zastíněny jevištním, okázalým vzhledem odrážejícím bohatství v balónových sukních a vycpaných ramenech. Móda definitivně přestala být doménou žen. Jean-Paul Gaultier provokativně vydává kolekci *A Bůh stvořil muže*, kde se snahou poukázat na

⁽¹⁰⁰⁾ ŠKLOVSKIJ, Viktor. *Teorie prózy*. Praha: Akropolis, 2003, str. 12

⁽¹⁰¹⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 135

⁽¹⁰²⁾ VEBLÉN, Thorstein. *Teorie zahálčivé třídy*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1999, str. 334

⁽¹⁰³⁾ Tamtéž, str. 133

rozmanitost krásy skrze piercingy, tetování, a především pánské sukně, zahrnuje také prvky různých subkultur a skupin, například hippies, vikingů a gejš.⁽¹⁰⁴⁾

Ideál dokonalého těla vynikal v upnutých džínách a prádle s erotickými prvky, ikonickou se tak stala kuželovitá podprsenka popové hvězdy Madonny návrháře Jean-Paula Gaultiera. Právě podprsenka v průběhu staletí prodělala několik výrazných významových proměn. Ze spárů korzetů vyztužených rybími kostmi z přelomu šestnáctého století „vysvobodila“ ženu podprsenka poprvé patentovaná v roce 1863, na určitou dobu tak byla výrazem jisté svobody, jelikož umožnila obléci se bez něčí pomoci. Výraznou proměnu významu přineslo feministické smýšlení druhé poloviny dvacátého století a známý mýtus „podprsenky pálicích feministek“. Kořeny této proměny významu na nástroj útlaku sahají do roku 1968, konkrétně k feministickému protestu uskupení New York Radical Women proti soutěži Miss America. Na dvě stě žen chtělo vyjádřit nesouhlas s nulovou rasovou diverzitou a objektivizací žen. Do barelu s nápisem „Freedom Trash Can“ symbolicky vhazovaly „typicky ženské“ předměty jako umělé řasy, tuby s make-upem, podprsenky a korzety.⁽¹⁰⁵⁾ Původně mělo opravdu dojít k zapálení obsahu barelu, ale z bezpečnostních důvodů to nebylo umožněno. Mýtus byl ale díky médiím na světě. A k tomu i nový symbol útlaku patriarchátem. Podprsenka se však během stala symbolem ohýbaným na mnohé strany. Ono pověstné pálení podprsenek mohlo být vnímáno jako feministické gesto, současně jej ale odpůrci hnutí užívali jako nástroj k jistému zesměšnění a *hysterizaci* feministek. Osmdesátá léta do světa spodního prádla přinesla novou dynamiku, a právě ona kuželovitá podprsenka zpěvačky Madonny je toho důkazem. Do polaritý svoboda versus útlak vstupuje třetí aspekt, a to ženská hrdost a sebevědomí.

Zatímco tělo se stávalo veřejným, jiné oblasti života se uzavíraly do soukromí, konkrétně do sluchátek walkmanů. Dochází tak k podobné transformaci z veřejného na soukromé jako kdysi u četby. Se snahou ideální postavy dosáhnout koresponduje i obliba joggingu a aerobiku. Ostenzi přepychu odrážel i interiér plný drahých dřevin a biedermeierovského nábytku i rozmach cestovního ruchu a zkupování exotických nemovitostí. Motiv velkého majetku neopomíjely ani televizní obrazovky vysílající popkulturní mýdlové opery *Dallas* nebo *Dynastie*. Atmosféru doby rychle pochopil italský návrhář Gianni Versace, který se nebál do své tvorby zahrnout jakékoliv výstřelky, později po premiéře filmu *Pretty Woman* v roce 1990 odvážně z postavy prostitutky udělal objekt haute couture. „Jeho tvorba plně odpovídala době bažící po přepychu, hýřivosti a kýči. Prostřednictvím oblečení definoval charakter společnosti, pro kterou je typický kulturní eklectismus, která nerozlišuje mezi skutečným uměním a kýčem.“⁽¹⁰⁶⁾

Euforická rozhazovačnost bohatých typická pro tuto éru ale nemohla zůstat bez odezvy těch, kteří na proklamovaný luxus finančně nedosahovali, odpovědí tak bylo hnutí antiyuppies. Trička

⁽¹⁰⁴⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 137

⁽¹⁰⁵⁾ TANENBAUM Laura, ENGLER Mark. How ‚No More Miss America‘ Announced a Feminist Upheaval. *The Nation*, 7. 9. 2018, [cit. 26. 10. 2023]. Dostupné z: [How ‚No More Miss America‘ Announced a Feminist Upheaval | The Nation](#)

⁽¹⁰⁶⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 144

mladých hlásala hesla jako „Ať zhyne yuppieovská sebranka!“⁽¹⁰⁷⁾ Oděvní symboly luxusu však mají jedno výrazné specifikum. Bez znalosti dané značky zcela selhává jejich funkčnost. Díky levným padělkům slavných značek ale může dojít k navození falešné funkčnosti znaku, pokud recipientem nebude padělek odhalen. K image však patří i jiné aspekty než pouze oděv. V případě luxusu by mohly být více prozrazující spíše volnočasové aktivity než vlastnictví oděvu či vozu, které nemusí být v souladu s nositelem. Jachting, golf či návštěva exotických destinací bude v některých případech lépe reflektovat finanční situaci jedince než jeho oděv, pochopitelně ani zde se nehodí generalizovat.

Protesty proti rozchazivosti bohatých však nebyly jediné, které společností této éry rezonovaly. S rychlým rozvojem techniky stoupal počet nezaměstnaných, s rostoucím povědomím o ekologii a znečištění se zvedla vlna protestů. Levného oblečení s punkovým nádechem si ale rychle osvojila haute couture například skrze modely Versaceho. Spínací špendlíky, dosud spjaté s punkery, se tak paradoxně staly normou vysoké módy, které se punk vysmíval.

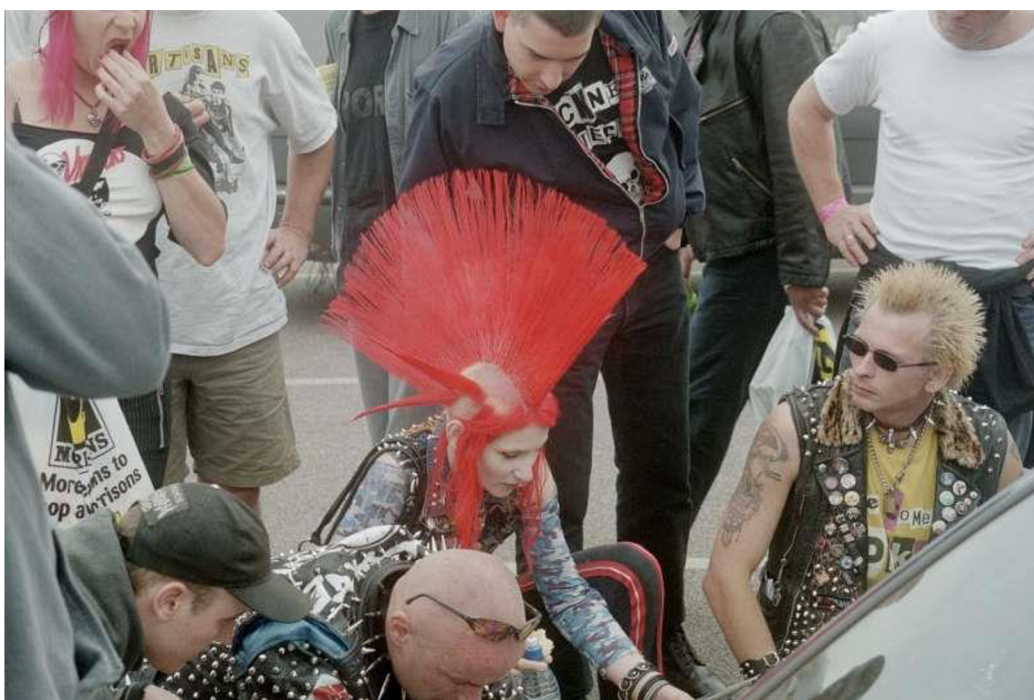
4.8.1. Znamka punku

Marta Kolářová ve své knize *Revolta stylem* s odkazem na představitele třetí generace chicagské školy Alberta A. Cohena vyzdvihuje myšlenku, že jedinec nemůže vždy a zcela ve všem vyhovět majoritní společnosti, a proto hledá jiné cesty, hodnoty a vzorce chování pro určité uspokojení. Pokud se ve společném rámci chování a hodnot potká větší skupina lidí, je možné ji definovat jako subkulturu.⁽¹⁰⁸⁾ Příslušníkům hnutí punk se nedařilo vyhovět v lecčem společnosti poměrně často. Jejich kořeny bychom mohli hledat již v první polovině sedmdesátých let, velký rozkvět na hudební scéně zařídili po roce 1976 především kapely jako Sex Pistols nebo The Clash, do tehdejšího Československa punk dorazil s už tradičním zpožděním pár let. Do ulic tak vyrazila mládež v těžkých botách a kožených bundách zvaných „křivák“ doplněných o spínací špendlíky, nášivky a placky. 1. srpna 1981 rozčeřil vody hudební i subkulturní scény vznik hudební televizní stanice MTV. Hudební a s nimi spjaté oděvní styly byly rázem dostupné ve čtyřiaadvaceti hodinovém vysílání. Punková hudba a styl si tak sice mohl rychleji najít své stoupence mezi mladými z různých koutů světa, na druhou stranu více hrozilo vytržení z jeho ideových hodnot a redukce na pouhou vizuální provokativnost. Té se urychleně chopila především starší a konzervativnější vrstva společnosti a pochopitelně média. „Například Daily Mirror z 1. srpna 1977 přinesl fotografii dítěte ležícího na ulici po srážce mezi punkery a teds pod titulkem ‚OBĚŤ PUNKROCKOVÉ BITKY: HOCH PODLEHL DAVU‘. V tomto případě se stává hrozba punku pro rodinu ‚skutečnou‘ (Mohlo to být moje dítě!) ideologickou konstrukcí s pomocí fotografického důkazu, jenž je běžně chápán jako neproblematický.“⁽¹⁰⁹⁾

⁽¹⁰⁷⁾ MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 136

⁽¹⁰⁸⁾ KOLÁŘOVÁ, Marta, ed. *Revolta stylem: hudební subkultury mládeže v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011, str. 21

⁽¹⁰⁹⁾ HEBDIGE, Dick. *Subkultura a styl*. Praha: Dauphin, 2012, str. 149



(110) Obrázek 9 - Punk with a red *mohawk* at Morecambe, Foto Rainer Theuer

V silně vizuálně orientované společnosti se fotografický „důkaz“ těžko vyvrací, i v dnešní době, kdy se informace o manipulaci médií a možnostech photoshopu dostávají čím dál více do našeho povědomí, je fotografie hlavním dokladem věrohodnosti. Punkeři měli navíc znesnadněnou pozici díky výrazně provokativnímu vzhledu, kterým sám o sobě budil nedůvěru v širší společnosti. Vzhledem k tomu, že právě vzhled je na první pohled snad nejvíce distinktivním rysem osobnosti, do společenského povědomí se tak šokující „čira“ dostávala mnohem více než jejich hodnoty. Povyk vzbuzovaly i časté svastiky na jejich oděvu, ačkoliv byly projevem provokace a reakcí na znovuobjevující se fašismus a jeho podporovatele z řad *nových teddy boys*. Jejich nepochopení mainstreamovou společností jistě napomáhal i fakt, že jejich ideový směr nebyl zcela sjednocen, přesto však stránky dobového tisku plnily převážně jejich výtržnosti doplněné fotografiemi dostatečně proklamujícími jejich vizuální odlišnost. „Nyní lze v podstatě říci, že hlavní ideou punku je protest proti negativním společenským jevům. Vedle společenských konvencí na té nejzákladnější úrovni je to hlavně odmítání komerce, konzumu, rasismu, homofobie, nacismu, týrání zvířat, či válečných konfliktů. [...] Současný punkový protest nabývá rozličných podob. Od pasivní resistance, přes demonstrativní provokace a narušování zaběhlých pořádků, až po velmi sofistikované a organizované formy.“⁽¹¹¹⁾ Kdyby tehdejší média užívala Marxovy pojmy, jistě by se titulcích dobového tisku objevoval

⁽¹¹⁰⁾ THEUER, Rainer. Punk with a red mohawk at Morecambe [foto]. England 2003. *Wikipedia* [online]. Dostupné z:

https://en.wikipedia.org/wiki/Punk_subculture#/media/File:Punk_Red_Mohawk_Morecambe_2003.jpeg

⁽¹¹¹⁾ KOLÁŘOVÁ, Marta, ed. *Revolta stylem: hudební subkultury mládeže v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011, str. 49

v souvislosti s punkem pojem „lumpenproletariát“ označující neproduktivní vyvrhele společnosti. Troufám si říct, že dnes už většinové vnímání není natolik radikální. Možná bychom s trochou nadsázky mohli poděkovat konzumerismu, který sice možná výměnou za mainstreamový úspěch zaprodal punkovou individualitu, současně však posunul hranice „normálnosti“ pro další dekády.

4.9. Devadesátá léta a začátky nové éry

Osmdesátá léta přinesla až téměř vyčerpávající touhu po dokonalém zevnějšku a jedinečnosti, čímž znemožnila vysoké módě, aby se udržela v proudu změn, na konci dekády došlo k naprostému vyčerpání oděvního průmyslu. Na nesmyslnou posedlost luxusními značkami minulé dekády upozornil reklamním plakátem Umělecký ředitel a fotograf firmy Benetton, zachytil totiž na fotografii mužské rameno s vytetovaným nápisem „HIV positive“.⁽¹¹²⁾ Oproti tomu poslední desetiletí a počátek nového milénia zareagovaly opouštěním povrchního přexponovaného vzhledu, do popředí staví intelekt, nadčasovost univerzalitu a pohodlí. Trendem byly neutrální odstíny barev, pestré barvy a motivy náležely pouze sportovnímu oděvu.

O setření rozdílů mezi dámskou a pánskou módou se již postarala předchozí dekáda, nyní nově mizí i diametrální rozdíly mezi ročními obdobími, po otevření hranic mezi Východem a Západem a vydatné práci médií a reklamy dochází k dokonalé módní difúzi. U jednoduchých nadčasových střihů je i díky technologické revoluci větší důraz kladen na kvalitu materiálu a jeho snadnou údržbu, složení materiálů tak bylo jen stěží rozeznatelné. Díky zájmu o životní prostředí se hlavním prodejním trhákem stala cedulka s označením „eco“. Vedle eko-témat a nostalgických návratů k přírodě se ale opěvuje i pokrok vědy a technologií, společností rezonuje e-mail, internet i úspěchy na poli genetiky, což móda odráží ve svých futuristických modelech. S popularitou internetu a enormně rychlého sdílení informací se k motivacím módy přidává relativně nový výrazný faktor. Top modelky, herečky a popové hvězdy upoutávají pozornost nejen oděvem, ale i svými příběhy, jejich aférky tak dialekticky přispívají zvýšenému zájmu o i to, co nosí.

Dokonalá Barbie, balónové sukně a vycpaná ramena mizí z přehlídkových mol, nahrazují je dívky bledé, vyzáblé, se specifiky, které dosud mohly být vnímané jako nedostatky. Adorace extrémně štíhlého těla, jaké bylo obdivované například u Angličanky Kate Moss, bohužel pravděpodobně souvisela s prokazatelným nárůstem případů anorexie a nepřijímání vlastního těla. Odhalená hubená těla čím dál častěji zdobily piercingy a tetování, ruku v ruce se posouvaly i možnosti jejich odstranění, tyto doplňky tak přestaly být pouze záležitostí subkultur. Posedlost značkovým oděvem ustoupila sice do pozadí, zato erotické motivy módu rozhodně neopouštěly. Bisexualita se stala běžnou, homosexuálové odhazují ženské šaty a ti, kteří se jich odmítají vzdát, jsou pejorativně označováni pojmem „drag“.

⁽¹¹²⁾ MÁČHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 153

Grunge s tváří Kurta Cobaina, podžánr alternativního rocku ze Seattlu, se dostává na výsluní. „Neokázalé, mnohdy jakoby poničené oblečení připomínající bezdomovce, šaty plandavé, vytahané, v ponuré barevnosti. To vše mělo v sobě notnou dávku cynismu, protože tuto ‚chudou a skromnou‘ módu si návrháři nechali draze zaplatit.“⁽¹¹³⁾ Výrazně s ním pracuje i vysoká móda, do silně sexualizované společnosti skvěle zapadá. Nahota ztrácí status ‚intimní‘, největší oblibě se těší kůže, korzety a rozparky, oděv tak připomíná svou erotickou funkci. V roce 1994 italský návrhář Franco Moschino představuje ikonické šaty, jejichž sukně je tvořena z dámských podprsenek, dává tak ostentativně na odiv spodní prádlo. Vrací se extrémně krátké sukně, jehlové podpatky a vyzývavá rudá barva na nehtech a rtech, spolu s nimi i otázky mravnosti. Mravnost je však stejně dynamická a pohyblivá jako význam. Její vnímání se proměňuje s věkem, tradicí, kulturou, společenskými změnami, náboženským vyznáním. Jeden a ten samý outfit může vyvolat uznání a pochvaly, na jiném nositeli naopak pobouření, nejčastěji se ozývali církevní mravokárci a starší generace. V islámském světě by jistý stupeň odhalení ženského těla nebyl pouze erotickým aktem, nýbrž i zneuctěním celé rodiny, proto na oděv žen a dívek dohlíží nejen rodinní příslušníci, ale i mravnostní policie tzv. ‚mutawwa‘.⁽¹¹⁴⁾ Oděvem zde tak prostupuje rovina náboženské ideologie.

Někteří se tak nostalgicky ohlíží po barevné eleganci padesátých let a dalších vedle sebe paralelně existujících stylů. Ulice jsou tak plné futuristických modelů, kožených korzetů, džínů s nízkým pasem a výstřelků jednotlivých subkultur a jejich následovníků. Žádný symbol není nedotknutelný a před módou zcela v bezpečí, na plátěných taškách či tričkách tak běžně vidíme i symboly státnosti. Právě tento rozpad jednoty na nekonečné množství stylů a subkultur nás paradoxně navrácí na úplný začátek. K definici subkultury. Mezi přežívající subkultury ‚skaters‘ či ‚ravers‘ přejímajících vizuální prvky hippies se připojují subkultury nové jako například melancholičtí ‚indie kids‘, ‚technaři‘ nebo do mytologizované chudoby zabalený ‚grunge‘. Čím více se s novým tisíciletím otevírali nůžky svobody, tím častěji se objevovaly inspirace různými subkulturami napříč dekádami. S tím však vyvstává otázka po významu. Připomenu zde Smolíkovu definici: ‚Subkultura mládeže je typ subkultury vázaný na specifické způsoby chování mládeže, na její sklon k určitým hodnotovým preferencím, akceptování či zavrhování určitých norem, životní styl odrážející podmínky života.“⁽¹¹⁵⁾ Subkultury si nejčastěji spojujeme se specifickým vizuálním projevem, kterému na základě dobových a kontextuálních podmínek přisuzujeme jisté významy. Jak ale následně máme interpretačně naložit například s techno subkulturou, která se vyznačuje *promiskuitním* vztahem jak k hudbě, tak především ke svému vzhledu? Podobný problém nám nastolili i příznivci acid jazzu čerpající inspirace z rozmanitých zdrojů bez pevného ukotvení, stěží pak hledáme jejich ideové kořeny i dialogy mezi subkulturami. Nakonec proces našeho čtení znesnadňují subkultury přejímající styl oproštěný o hodnoty

⁽¹¹³⁾ MÁČHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003, str. 150

⁽¹¹⁴⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 173

⁽¹¹⁵⁾ SMOLÍK, Josef. *Subkultury mládeže*. Praha: Grada, 2010, str. 35

a ideje s ním spjaté. Rozšiřují sice paletu mládežnických uskupení, ale otázka, zda jsou nové konotace, kterými případně mohou zanášet i své předchůdce, výhodou či nikoliv, zůstane pravděpodobně nezodpovězena. Zřejmě tak musíme přijmout fakt, že dialog mezi subkulturami neprobíhá pouze lineárně mezi současně působícími subkulturami, ale i mezi těmi, které dělí i několik dekád.

Někteří teoretikové nabízejí také odklon od samotného pojmu subkultura a nahrazení alternativními pojmy. Podle Maffesoliho v 90. letech dochází k obnově základních forem komunity a k posunu od racionálních, smluvních vztahů k empatické formě družnosti. „Pocity sounáležitosti ve skupině se vyznačují neformálností a jsou často založené jen na dočasném spojení, které se váže na vkus, životní styl a společenskou spotřebu sdílenou participanty ve skupině. [...] Neotribalismus je závislý na individualizované společnosti, neboť lidé se vyvázali z tradičně utvářených komunit a hledají své vlastní skupiny.“⁽¹¹⁶⁾ Výše popisovaným subkulturám přelomu tisíciletí by pak pravděpodobně nejlépe odpovídal pojem postsubkultura tak, jak ji definoval Muggleton. Ten tvrdí, že v dnešním postmoderním světě plynou znaky, aniž aby byly spojeny s původními kulturními kontexty. Díky médiím se tak mísení stylů stává zcela *beztržně* hrou, autenticita tak ztrácí význam.⁽¹¹⁷⁾

⁽¹¹⁶⁾ KOLÁŘOVÁ, Marta, ed. *Revolta stylem: hudební subkultury mládeže v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011, str. 25-26

⁽¹¹⁷⁾ Tamtéž, str. 26

5. Závěr

Cílem této diplomové práce bylo především zmapovat estetické i sémiotické proměny odívání během dvacátého století. Doufám však, že práce docílila, alespoň implicitně, i potvrzení, že móda a odívání nejsou pouze povrchní složkou našeho každodenního života. Náš oděv je především sdělením, ačkoliv možná trochu nevyzpytatelným. Skrze něj dáváme najevo vlastní hodnoty a preference, současně díky němu riskujeme mylné interpretace a v krajních případech porušených norem i vyloučení z kolektivu. Vrstevnatost oděvu vystihuje citát Gianni Versaceho: „Náš vnější vzhled je náš posel – je to veřejné prohlášení. Některá přestrojení jsou úzce spojena s našimi nejnítějnějšími obavami a v takových případech funguje oblečení jako štít, který kryje a chrání.“⁽¹¹⁸⁾ Na obchodní figurině daný model nese jistá sdělení, ty se ale ve chvíli, kdy jej na sebe oblečeme, proměňují, individualizují. Dále do hry vstupuje i soudobý příjemce onoho sdělení, který může, avšak nemusí, procesem dekodování přinést významy nové. Tato interpretační hra však není nikdy u konce, neustále do ní vstupují noví a noví příjemci, kteří s určitou časovou distancí nabízejí další čtení. Dokud máme k dispozici prameny, ze kterých je možné tyto oděvní symboly číst, nikdy onen interpretovaný prvek nevyčerpáme, hrozí však, že zanikne jeho původní význam.

Záměrně jsem práci omezila pouze na dvacáté století, vzhledem k vrstevnatosti módy a její silící dynamizaci, rychlosti a roztržtosti; myslím, že pro komplexnější interpretaci současných trendů je na místě větší časový odstup. Bez něj bychom pravděpodobně neuměli nakládat se situacemi, ve kterých ono sdělení „selhává“. Kupříkladu, kdybychom Stevea Jobse potkali na ulici bez vědomí jeho kariérního a finančního úspěchu, interpretovali bychom jeho oděv zcela určitě jinak než nyní s určitým předporozuměním. Tato časová prodleva však také skrývá úskalí toho, že například subkultury padesátých let mohly nést jiné významy, než jaké jsme rozklíčovali my v jednadvacátém století. Právě to ale může být důvodem k aktivnímu zkoumání módy, její interpretace je takřka nevyčerpatelná. Zvláštní dynamiku do interpretační hry vnášejí i sami bývalí příslušníci subkultur a dalších skupin, kteří svou příslušnost hodnotí zpětně. Zatímco někteří ji zpětně popírají, mnohdy možná kvůli negativnímu vykreslení skupin v médiích, jiní ji ochotně komentují. Například postmoderní analytik subkultur David Muggleton po přečtení Hebdigovy knihy *Subkultura a styl* upozornil na rozdílnost reality a mediální i odborné prezentace punků, k nimž v sedmdesátých letech patřil, a zdůrazňuje důležitost etnografických metod jako například rozhovorů.⁽¹¹⁹⁾ Tyto metody by jistě mohly odhalit mnohé dezinterpretace. Současně je třeba brát na zřetel i pokusy o rehabilitace jednotlivců a skupin, které však realitě neodpovídají. Navíc takového mluvčího, který strávil např. v dané subkultuře zásadní část života, nelze považovat za objektivního kritika.

⁽¹¹⁸⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 32

⁽¹¹⁹⁾ KOLÁŘOVÁ, Marta, ed. *Revolta stylem: hudební subkultury mládeže v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011, str. 23

Mezi dvacátým a jednadvacátým stoletím došlo k jisté proměně, kterou bych ráda vyzdvihla. Při zkoumání střídajících se dekád dvacátého století je možné vnímat určitou dichotomii, vzájemné odpovídání si hlavních trendů, jakési výrazné výkyvy pomyslné amplitudy. Po válečném strádání často přišly hýřivé etapy následně vystřídané střízlivěním a uskromněním. Euforický *trip* šedesátých let, s trochou nadsázky po ilegalizaci LSD v roce 1967, nahradila umírněnější sedmdesátá léta. Po pádu módního diktátu ale postupně dochází k tříštění se oděvních stylů, objevuje se nespočet subkultur nových či výmluvně doplněných o předponu „neo“. Najít jednotnější převládající proud se zdá už téměř nemožné. Ačkoliv je komplikované v tomto *chaosu* hledat alespoň nějaký *sémiotický řád*, nevnímám tuto módní rozmanitost jednostranně. Každý *sémiotický systém* existuje a funguje v kontextu *sémiotických systémů* ostatních, stejně tak subkultury a styly fungují ve vzájemném dialogu mezi sebou. Čím více aktérů se v této interpretační hře nachází, tím více významů se nabízí a otevírá. Ostatně už tento stručný exkurz do oděvních dějin dvacátého století, jak doufám, dokázal, jak rozmanitě je možné s módou a osobní image nakládat. Byli jsme svědky případů, kdy ona image vybraných jednotlivců či skupin korespondovala s mainstreamovým ideálem či mu naopak zcela odporovala, v některých případech nám slibovala co největší autenticitu, jako tomu bylo například u princezny Diany, jindy nám naopak právě skrze image dotyčný neustále unikal jako zpěvák David Bowie. U skupiny ABBA se podařilo vytvořit snad téměř trvalou image předávanou po generace dalších a dalších posluchačů, zatímco u Emila Zátopka zanechává dodnes spousty otazníků. Ve všech případech lze ale image vnímat jako určitý nástroj, který umí pracovat v nositelův prospěch, ale i proti němu, obzvláště tehdy, kdy do tvorby image jednotlivce vstupují například média. Image se zapsala i do výrazných kapitol dějin, a to především jako nástroj politické propagandy.

Na závěr uvedu citaci Jany Skarlantové z publikace *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*: „Oděv žen v každé historické etapě odrážel ideál ženy – vytvořený muži.“⁽¹²⁰⁾ Je třeba zdůraznit, že tato kniha byla vydána v roce 2007, a proto vyzdvihuji, že tzv. *gender studies* byly u nás teprve v rozpuku a ani dnes rozhodně nejsou jejich témata ani zdaleka vyčerpána. Možná to bude spíše skromné vyslovení naděje, že v tomto ohledu nastal posun k tomu, aby své ideály ženství tvořily ženy samy, a co možné více – že dnes svůj ideál může tvořit každý sám bez ohledu na pohlaví, gender a společenské konvence. Pokud uznáme, že se ideálům krásy podařilo vymanit z područí módy, nemůžeme ale ani opominout, že jiné oblasti naopak móda získala pod svou působnost. „V současnosti se móda jako změna vnějších kulturních forem zmocňuje stále více oblastí. Pravidelně mění vzhled výrobků i úpravu životního prostředí, ovlivňuje způsob tance a společenské zábavy, oblību hudebních žánrů a interpretů, preference určitých druhů sportu i míst, kde trávíme dovolenou, má schopnost ovlivňovat stravování i způsob verbálního i neverbálního projevu atd.“⁽¹²¹⁾ Módní nás láká, protože jsme si vědomi jeho krátké životnosti, žene nás obava, že pokud si daný kousek nepořídíme teď,

⁽¹²⁰⁾ SKARLANTOVÁ, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007, str. 52

⁽¹²¹⁾ Tamtéž, str. 97

nebude již brzy k sehnání. Paradoxně však ve chvíli, kdy je staré nahrazeno novým, ztrácíme o staré trendy zájem. Podle mého názoru to ale neznamena, že bychom stejně rychle měnily hodnoty a sdělení, které skrze oděv dáváme najevo. Při oblékání je člověk tvůrcem těchto významů, ačkoliv má pouze omezené nástroje, a to jednotlivé kousky z regálů oděvních obchodů. Jeho kreativita a individuální nakládání s oděvem však zůstává. Navíc nikdo nedovede zaručit, že se z modelů předváděných na módních molech stane úspěšný trend. Člověk tak není otrokem módy, je mu pouze nástrojem, který může individuálně využít k subjektivnímu sdělení. Tato práce pravděpodobně nezabrání tomu, aby módu někteří vnímali i nadále pouze velmi povrchně, doufám však, že jiné přesvědčí o tom, že její dynamičnost i stále narůstající tempo pouze umožňují rozšířit škálu nástrojů, jimiž své preference, hodnoty a názory vyjadřujeme.

6. Seznam použitých zdrojů:

Odborná literatura:

- Askwith, Richard. *Dnes trochu umřeme: vzestup a pád Emila Zátopka*. Praha: Mladá fronta, 2017.
- Aspers, Patrik, Godart, Frédéric. Sociology of fashion: Order and Change [online]. *Annual Review of Sociology*, 22. 5. 2013, [cit. 25. 6. 2023], str. 172 - 192.
- Barthes, Roland. *The Fashion System*. Berkeley: University of California Press, 1990.
- Barthes, Roland. *The Language of Fashion*. Sydney: Bloomsbury Publishing, 2013.
- Barthes, Roland. *Základy sémiologie*. Praha: Československý spisovatel, 1967.
- Bělohradský, Václav. *Mezi světy & mezisvěty: reloaded 2013*. 2., opr. a rozš. vyd. Praha: Novela bohémica, 2013.
- Burianová, Miroslava. *Móda v ulicích protektorátu*. Praha: Národní muzeum, 2013.
- Dorůžka, Lubomír. *Panoráma paměti*. Praha: Torst, 1997.
- Felski, Rita. *The Gender of Modernity*. Cambridge, MA – London, England, 1995.
- Flügel, John. *Psychology of Clothes*, Madison: International Universities Press, 1971.
- Foret, Miroslav. *Komunikace s veřejností*. Brno: Vydavatelství Masarykovy univerzity, 1994.
- Hebdige, Dick. *Subkultura a styl*. Praha: Dauphin, 2012.
- Jarošová, Helena. *Oděv, móda, tvorba*. Praha: UMPRUM, 2020.
- Kawamura, Yuniaya. *Fashion-ology*. London: Bloomsbury Publishing, 2018.
- Kolářová, Marta, ed. *Revolta stylem: hudební subkultury mládeže v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011.
- Koura, Petr. *Swingaři a potápky v protektorátní noci*. Praha: Academia, 2016.
- Krátký, Radovan – Daneš, Kamil – Dietl, Jaroslav. *Pásek. Studie na živočichozpytném podkladě*. Praha: Mladá fronta, 1954.
- Laube, Roman. *Páskové a chuligáni*. Praha: Nakladatelství AF, 2018.
- Lipovetsky, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. Praha: Prostor, 2002.
- Lyon, David. *Ježíš v Disneylandu: náboženství v postmoderní době*. Praha: Mladá fronta, 2002.
- Máchalová, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2003.
- Peirce, Charles Sanders. *Grammatica Speculativa. The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Cambridge: Harvard University Press, 1994.

de Saussure, Ferdinand. *Kurz obecné lingvistiky*. Praha: Academia, 1994.
Skarlantová, Jana. *Oděv jako znak: sémiotické funkce oděvu a jejich axiologické proměny*. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2007.

Smolík, Josef. *Subkultury mládeže: uvedení do problematiky*. Praha: Grada, 2010.

Spoto, Donald. *Marilyn Monroe*. Praha: Ikar, 1996.

Světlík, Jaroslav. *Marketingové řízení školy. 2., aktualiz. vyd.* Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009.

Šklovskij, Viktor. *Teorie prózy*. Praha: Akropolis, 2003.

Internetové zdroje:

Lenartová, Eva. Jeho svatbě bránila rodina i komunisti. Příběhy slavných: Emil Zátpek. *Český rozhlas* [online], 23. 9. 2016. Dostupné z odkazu: [Jeho svatbě bránila rodina i komunisti. Příběhy slavných: Emil Zátpek | Dvojka \(rozhlas.cz\)](#)

Pachmanová, Martina. Sen o automobilu: Moderní obrazy žen za volentem a prvorepubliková reklama. *Ženy, gender a moderní umění* [online], 2009. Dostupné z odkazu: [ŽENY, GENDER & MODERNÍ UMĚNÍ | Sen o automobilu \(archive.org\)](#)

Sommers, Jeff. The Tragic Real-Life Story of F. Scott and Zelda Fitzgerald. *Grunge* [online], 2021. Dostupné z odkazu: [The Tragic Real-Life Story Of F. Scott And Zelda Fitzgerald \(grunge.com\)](#)

Turčínková, Jana. Eliška Junková. *Český rozhlas* [online], 26. 7. 2004. Dostupné z odkazu: [Eliška Junková | Brno \(rozhlas.cz\)](#)

Prameny:

Blázni a děvčátka [film]. Režie Karel Kachyňa. Československo, 1989.

Hair [film]. Režie Miloš Forman. USA, Německo, 1979.

Dikobraz [časopis]. roč. 9, č. 42, 1953.