



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Fakulta textilní



ANALÝZA SPOLEČENSKÉHO ODÍVÁNÍ STUDENTŮ FAKULTY TEXTILNÍ TUL

Bakalářská práce

Studijní program: B3107 – Textil
Studijní obor: 3107R007 – Textilní marketing
Autor práce: **Miroslava Juhásová**
Vedoucí práce: Ing. Hana Pařilová, Ph.D.





TECHNICAL UNIVERSITY OF LIBEREC
Faculty of Textile Engineering ■

AN ANALYSIS OF FORMAL WEAR STYLES ADOPTED BY STUDENTS AT THE FACULTY OF TEXTILE ENGINEERING OF THE TECHNICAL UNIVERSITY OF LIBEREC

Bachelor thesis

Study programme: B3107 – Textil
Study branch: 3107R007 – Textile marketing - textile marketing
Author: **Miroslava Juhásová**
Supervisor: Ing. Hana Pařilová, Ph.D.



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Fakulta textilní
Akademický rok: 2014/2015

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Miroslava Juhásová**
Osobní číslo: **T12000163**
Studijní program: **B3107 Textil**
Studijní obor: **Textilní marketing**
Název tématu: **Analýza společenského odívání studentů Fakulty textilní TUL**
Zadávající katedra: **Katedra hodnocení textilií**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Definujte termín společenské odívání
2. Charakterizujte odívání k promócím na několika vybraných vysokých školách
3. Analyzujte z fotodokumentace vhodné a nevhodné odívání absolventů
4. Vytvořte stručnou a přehlednou příručku na vhodné oblečení k promócím pro budoucí absolventy
5. Příručku doplňte vlastními fotografiemi vhodného a nevhodného oblečení

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**

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

Seznam odborné literatury:

Špaček, L. Velká kniha etikety, Praha : Mladá fronta, 2005

Exnerová, S. Komunikační dovednosti. Liberec : TUL, 2000

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Hana Pařilová, Ph.D.

Katedra hodnocení textilií

Datum zadání bakalářské práce: **24. října 2014**

Termín odevzdání bakalářské práce: **14. května 2015**



Ing. Jana Drašarová, Ph.D.
děkanka



doc. Ing. Vladimír Bajzfk, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 18. února 2015

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Ing. Haně Pařilové, Ph.D. za poskytnutí odborných rad, věcné připomínky, ochotu a vstřícný přístup při konzultacích a vypracování této práce.

Mé poděkování patří také vedení FT TUL, včetně paní děkanky Ing. Jany Drašarové, Ph.D., za spolupráci při poskytnutí názorů o společenském odívání absolventů textilní fakulty.

Poděkovat bych také chtěla všem osobám, díky kterým byly získány potřebné fotografie pro analyzování společenského odívání absolventů TUL a k sestavení příručky vhodného odívání k promocím.

Velké poděkování náleží celé mé rodině za podporu, trpělivost a povzbuzování po dobu mého studia.

ANOTACE

Tato práce je zaměřena na analýzu společenského odívání absolventů FT TUL k promócím. Aby bylo možné definovat vhodný a nevhodný společenský oděv k příležitosti promoce, byl definován termín společenského odívání, zvláště společenský oděv vhodný pro ženy a společenský oděv vhodný pro muže. V práci byla použita fotodokumentace, kde fotografie vhodného a nevhodného oděvu k promócím s rozdělením ženy a muži, slouží jako názorná ukázka. V práci bylo dále analyzováno společenské odívání na několika vysokých školách na území české republiky.

Cílem této práce bylo vytvoření stručné a přehledné příručky vhodného společenského odívání k promócím pro budoucí absolventy TUL. V příručce byly použity vlastní fotografie vhodného i nevhodného společenského oděvu k promócím.

KLÍČOVÁ SLOVA:

Etiketa, promoce, společenský oděv, příručka, absolvent, vhodný oděv, nevhodný oděv.

ANNOTATION

The thesis is focused on an analysis of formal wear styles adopted by students at the faculty of textile engineering of the Technical university of Liberec. In order to define the rule for suitable dress code, I diversified unique wear for men and unique wear for women. In my work I am using photo library, that shows, which kind of wearing is more preferable and worthier. My photo library is setup extra for men and women. This is just an exhibition. Forwarding to this, I analyzed formal wears across a few universities in Czech republic.

The aim of my thesis is to define a synoptical manual about formal wear styles for future absolvents of TUL. In manual I used my own photos and materials.

KEY WORDS:

etiquette, graduation, Formal Wear, handbook, graduate, suitable clothing, unsuitable clothing

OBSAH

<u>ÚVOD</u>	10
<u>1. ETIKETA</u>	12
1.1. DŮVODY VZNIKU ETIKETY	12
1.2. ETIKETA SOUČÁSTÍ PROMOCÍ	13
<u>2. VÝVOJ ODÍVÁNÍ A JEHO VLIV NA ODĚV ABSOLVENTŮ</u>	14
<u>3. NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE ODĚVEM</u>	15
3.1. ODĚV JAKO PROSTŘEDEK NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE	15
3.2. SYMBOLIKA BAREV	16
3.3. SYMBOLIKA ODĚVU	16
3.4. SHRNUÍ	17
<u>4. PROMOCE</u>	18
4.1. ÚČASTNÍCI PROMOCE FT TUL A JEJICH ODĚV	18
4.2. PRŮBĚH PROMOCÍ NA FT TUL	19
4.3. SHRNUÍ	20
<u>5. SPOLEČENSKÝ ODĚV VHODNÝ NA PROMOCI</u>	21
5.1. JAK VYBRAT VHODNÝ ODĚV	22
5.2. DÁMSKÝ ODĚV	22
5.3. PÁNSKÝ ODĚV	23
<u>6. REÁLNÉ ODÍVÁNÍ ABSOLVENTŮ FT TUL</u>	25
6.1. HODNOCENÍ ODĚVU ABSOLVENTŮ FT TUL	26
6.2. VÝSLEDKY SPOLEČENSKÉHO ODÍVÁNÍ ABSOLVENTŮ FT TUL	32
6.3. HODNOCENÍ VŠECH ZKOUMANÝCH OSOB CELKEM NA FT TUL	35
6.4. SHRNUÍ	37
<u>7. POROVNÁNÍ SPOLEČENSKÉHO ODÍVÁNÍ FT TUL S DALŠÍMI FAKULTAMI A VYSOKOU ŠKOLOU KARLA ENGLIŠE</u>	39
<u>8. JAKÝM PROHŘEŠKŮM BY SE MĚLO PŘEDCHÁZET</u>	44

8. 1. ABSOLVENTKY FT TUL	44
8. 2. ABSOLVENTI FT TUL	46
<u>9. PŘÍRUČKA, JAK SE VHODNĚ OBLÉKNOUT NA PROMOCE</u>	<u>47</u>
9. 1. Příručka odívání k příležitosti promoce pro ženy	47
9. 2. Příručka odívání k příležitosti promoce pro muže	51
<u>10. JAK ZVÝŠIT POČET VHODNĚ OBLÉKNUTÝCH ABSOLVENTŮ</u>	<u>53</u>
10. 1. NÁVRHY K ROZŠÍŘENÍ PŘÍRUČKY MEZI ABSOLVENTY TUL	53
10. 2. MOŽNÉ ŘEŠENÍ V BUDOUCNOSTI- TALÁRY	54
10. 3. MOŽNÉ ŘEŠENÍ V BUDOUCNOSTI- NEFORMÁLNÍ PROMOCE	56
<u>ZÁVĚR</u>	<u>57</u>
<u>POUŽITÁ LITERATURA</u>	<u>59</u>
<u>POUŽITÉ FOTOGRAFIE</u>	<u>60</u>
<u>SEZNAM OBRÁZKŮ</u>	<u>61</u>
<u>SEZNAM TABULEK</u>	<u>61</u>

ÚVOD

Cílem této bakalářské práce je sestavení stručného a jednoduchého návodu, sloužícího jako předloha pro vhodné oblékání. Vhodným oblékáním se myslí oblékání absolventů Technické univerzity v Liberci k promócím. Návod by měl sloužit především pro absolventy, ale může být také příkladem pro rodiny nebo blízké přátele, kteří se budou účastnit slavnostní události.

Podnětem k tématu této bakalářské práce bylo zjištění, že odívání absolventů na promoce, bývá v posledních letech ve většině případů nesjednocené, neúměrné a neslučující se s etiketou. Vlivem různorodosti dnešní nabídky oděvů, různých stylů, trendů nebo třeba i rodinných zvyklostí se upustilo, možná snad i pozapomnělo, na dodržování etikety vhodné na promoce. Promoce se řadí mezi společenské události, má slavnostní charakter, a proto by se k ní tak mělo přistupovat. Nepříznivým pohledem dnešních studentů je promoce chápána spíše ne jako slavnostní událost, ale jako nutnost k řádnému ukončení studia.

V první části bakalářské práce je definován pojem etiketa a důvody jejího vzniku. Dalším bodem je stručný pohled na vývoj společnosti během posledních třiceti let až po současnost. V této kapitole je ukázaná souvislost mezi odíváním, vývojem společnosti a plynutím času. Snahou je poukázat problematiku toho, proč absolventi, či veřejnost účastnících se promocií, nedbají dostatečně etikety.

Odívání také úzce souvisí s neverbální komunikací, která je součástí každého člověka, ať už si ji uvědomuje nebo ne. Tato komunikace je rozebrána z hlediska týkajícího se oděvu, jak absolventi promlouvají k veřejnosti svým oděvem.

V této práci je popsána i samotná událost promoce, její průběh i účastníci. Dále je rozepsáno společenské odívání vhodné na promoce slučující se s etiketou. Společenské odívání je vždy rozděleno na odívání dámské a pánské.

V dalších kapitolách, které se zabývají společenským odíváním fakulty textilní TUL, je použito fotografií a videí, díky kterým mohou být studenti hodnoceni, zda mají dle etikety oděv k promócím vhodný či nevhodný. Součástí práce jsou i vložené fotografie, kde jsou ukázky vhodného a nevhodného oděvu. S fakultou textilní jsou

porovnávají další dvě fakulty TUL, a to fakulta ekonomická a fakulta mechatroniky. Kromě těchto fakult je textilní fakulta dále porovnávána s Vysokou školou Karla Engliše, s Vysokou školou Managementu Newton college a s Moravskou vysokou školou Olomouc. Výsledky jsou znázorněny pomocí grafů, nebo pomocí komentářů k fotografiím. Díky hodnoceným absolventům může být také uvedeno, jakých chyb se nejčastěji absolventi FT TUL dopouštějí a upozornit tak na tuto problematiku budoucí absolventy.

Cílem práce je tedy příručka pro absolventy, která by jim měla pomoci při výběru vhodného oděvu k příležitosti promoce. Aby měla příručka úspěch, měly by být zvoleny varianty, které by pomohly rozšířit příručku mezi co nejvíce absolventy. Navrženy mohou být i jiné alternativy, které by mohly zvýšit počet vhodně obléknutých absolventů k promócím.

1. ETIKETA

„Společenské chování člověka – neboli společenský kodex, popřípadě etiketa – můžeme definovat jako souhrn společenských zvyklostí, které nám umožňují efektivně přežít a chránit se před společenskými úrazy“ [1]

Slovo etiketa vzniklo z francouzského "estiguer" význam slova znamená "přípevnit" nebo "vyvěsit". Pravidla, která se musela dodržovat u královského dvora, se vyvíjela na zed', aby si je mohl přečíst každý, kdo uměl číst. Během dlouhých desetiletí a staletí se etiketa utvářela a měnila svou podobu, přizpůsobovala se stále měnící se společnosti. Dnešní etiketa se tedy významně liší od dob jejího vzniku. Pravidla společenského chování se ve společnosti postupně utvářela z principu hierarchie a z dvorské tradice. To jasně určovalo, kdo zaujme místo vedle panovníka a kdo musí od panovníka sedět dále. Například při zdravení bylo pořadí také přesně stanovené a muselo se dodržovat. [2]

Všechny společnosti se řídí pravidly a zvyklostmi chování, které je danou společností uznáváno nebo vychází z právních norem. Tyto normy a zvyklosti postupně vznikaly, když bylo potřeba definovat nové chování či způsoby a naopak zase zanikaly, když ztratily své opodstatnění. Tím, že se neustále mění společnost, její složení i myšlení, je etiketa proměnlivá v čase a přizpůsobuje se aktuálnímu vědomí dané společnosti. [3]

Promoce se řadí do společenských událostí, a proto je tato událost také spjata s etiketou. Etiketa říká, jaký oděv je na promoce vhodný nebo naopak nevhodný. Kromě odívání se etiketa zabývá také tzv. slušným chováním, které se očekává od všech zúčastněných osob.

1. 1. Důvody vzniku etikety

„Chování člověka ve společnosti, které je obecně přijatelné a žádoucí, usnadňuje začlenění člověka do společnosti, urychluje poznávací procesy a představuje jistý VŠEOBECNĚ PŘIJATELNÝ ZPŮSOB (SOCIÁLNÍHO) CHOVÁNÍ“ [1]

Pojem „slušný“ je něčím velmi relativním. Co je u nás považováno za slušné, může být na jiném místě ve světě neslušné až společensky nepřijatelné. Již od samého

vzniku lidské společnosti, existovaly určité zvyklosti, práva, nepsané zákony, způsoby jednání a chování lidí vůči sobě. Vznikaly jako důsledek každodenní praxe ve snaze zavést řád, systém do života společnosti. Vlivem změn materiálních podmínek, náboženství, struktury společnosti a podobně, se vyvíjely zvyklosti a obyčeje lidí, které utvářely určité nepsané, ale přesně vymezená pravidla.

Společenská výchova učí rituálu, obřadu, který vykonáváme ve styku s jinými lidmi. Tento rituál nemá pevnou formu a mění se v detailech podle aktuálních podmínek nebo také prostředí. Poskytuje nám prostředky pro dorozumívání, pro vyjadřování pocitů, postojů a názorů. [1]

1. 2. Etiketa součástí promoci

Zvyky i odívání se mění od počátku lidstva, jejich podoby se přizpůsobují s vývojem člověka a je jeho neodmyslitelnou součástí. Člověk je hybnou silou, která utváří, co si kdo oblékne, zda si to může dotýčný obléknout, kdy si může vzít dlouhé šaty nebo krátké, kdy musí být dostatečně zahalený, aby dodržel pravidla jiné kultury a tak dále. Oblékání má spoustu podob, nespočet variant, které se týkají té dané situace v dané zemi, jako jsou například, svatby, pohřby, plesy, obchodní večírky, rituály, oslavy narození.

Všechny společenské události jsou spjaty se zvyklostmi a generace si je předávají po staletí. Nezáleží na tom, kde se narodíme, jestli ve vyspělé zemi Evropy nebo v zemi tzv. Třetího světa. Člověk se řídí podle toho, kde vyrůstá, co je mu od malička vštěpováno, co se naučí ve škole, ve volnočasových aktivitách, v tanečních kurzech, a postupně si vše ukládá do hlavy. Ukládá si všechny informace, které získá od dětství až po dospělost, aby mohly být využívány v jeho životě. Až jednoho dne nastane slavnostní okamžik promoci. Všechny dříve získané informace či poznatky o etiketě se následně projeví také například v odívání i chování absolventů na promocích. Vidět lze, zda absolventi zvolí vhodný nebo naopak nevhodný oděv pro tuto událost, nebo jestli si během slavnostního obřadu mezi sebou neslušně špitají.

2. VÝVOJ ODÍVÁNÍ A JEHO VLIV NA ODĚV ABSOLVENTŮ

Dnes existuje spousta stylů a trendů, z nichž se vyvíjí v podstatě každým dnem další nové módní hity. Existuje nespočet variant oděvu, barev, doplňků, střihů a mnoho dalšího. Charakteristické pro současnou módu v naší západní kultuře je, že nemá žádné hranice ani žádná omezení. Čím výstřednější oděv, tím roste popularita.

Za posledních třicet let došlo v odívání ke změnám, které jsou nepřehlédnutelné. Dříve striktní rozdělení oděvu na dámské a pánské už dnes neplatí. Ženy oblékají kalhoty, saka, kravaty, motýlky proti mužům nosícím růžovou barvu, přiléhavý oděv, nebo také sukně. Velký kontrast lze spatřit v dřívějším potlačování sexuality oproti dnes častému extravagantnímu oblečení neoblečení, které spíše odhaluje, než zahaluje postavu. Jeden styl střídá druhý, vzájemně se prolínají, kombinují, experimentuje se s nimi skrz ruce návrhářů. Každý kdo chce být součástí módy má možnost se zapojit prostřednictvím blogů, časopisů, příspěvků, vlastních stránek s vlastními tvorbami či návrhy, kontaktováním návrhářů, podniků. To vše díky internetu. Díky internetu neexistují také téměř žádné hranice k získání zboží z různých koutů světa. Oděvní podniky se snaží prostřednictvím svých neustále se vyvíjejících výrobků, kontaktovat, zaujmout, uspokojit, přesvědčit zákazníky ke koupi a udržet si stálou klientelu.

Formální a neformální oděv dnes chápe každý jedinec jinak, podle toho jak byl vychováván, v jaké víře, jaké má zásady, styl, postoj k životu, postoj ke společnosti, kde vyrůstal a další. Proto když není na příslušnou formální, společenskou akci na pozvánce přesně definován „dresscode“ tj. obecně uznávaný vzor a soubor pravidel v oblékání, je oděv společnosti složen z různorodých minulých, současných nebo zcela vybočujících stylů, viz. příloha č. 1

Neomezený výběr oděvu se také promítá na promócích. Absolventi na FT jsou oděni každý podle svého vlastního vkusu a stylu. Jedna studentka je například oděna v konzervativním kostýmku černé elegantní barvy se sukní sahající ke kolenům s černými lodičkami a naopak druhá studentka zastávající módní trendy oděna v krátkých šatech výrazných barev i vzorů sahajících do poloviny stehů s nepřehlédnutelným výstřihem. Absolventi tedy jako celek působí jako změt' všech možných stylů, trendů, vkusů, doplňků, barev a působí jedním slovem chaoticky.

3. NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE ODĚVEM

Je to druh komunikace, kde tělo mluví svou vlastní řečí, bez ohledu na to, jak se člověk snaží vypadat před svým okolím. I sebemenší detaily prozradí o dané osobě, zda se shoduje s tím, co říká a s tím, co si ve skutečnosti myslím. Neverbální komunikace, je složitý proces, kterému bylo věnováno mnoho výzkumů za účelem naleznutí určitých zákonitostí.

Důležitou myšlenku o odívání vystihuje výrok pana PhDr. MUDr. Miroslava Krejčíře *"Odívání se je o-dívání se."* [4] To souvisí právě i s promocemi, kde jsou hlavními aktéry absolventi. Absolventi jsou v průběhu celé promoce na očích rodičů, přátel, fotografů i akademických funkcionářů. Všichni zúčastnění si tak mohou o jednotlivých absolventech udělat tzv. „obrázek“ o tom, co o absolventovi vypovídá zvolený oděv. Zda je oděv slavnostní, v souladu s etiketou, čistý, vyžehlený a vážených barev nebo si oblékl zrovna to, na co pohlédl jako první, když se ráno vzbudil.

Neverbální komunikace se může členit podle:

Oděvu, gestikulace, pohybů hlavou a dalších pohybů těla, držení a postoje těla, mimiky, což je sdělování pocitů výrazem obličeje, pohledů očí, vzdálenosti prostorových pozic mezi lidmi, přímých tělesných doteků, tónu hlasu a dalších neverbálních aspektů řeči [7]

3.1. Oděv jako prostředek neverbální komunikace

Tím, že lze denně volit nespočet kombinací oděvů vhodných pro daný okamžik, může být impulsem pro okolí, jak bude daná osoba vnímána. Oděv je každodenní nedílnou součástí člověka. Když se ráno člověk vzbudí, často si stoupne ke svému šatníku, pokud oděv již nemá předem připravený, a v hlavě si přehraje celý den, který ho čeká, aby zvolil vhodný a zároveň pohodlný oděv. Musí být zohledněno i to, že je možné převlékat se několikrát denně vzhledem k situacím, událostem, které mohou nastat. Volba oděvu záleží na náladě, na pohodlnosti daného oděvu, na společenské události, na aktuální módě, respektování víry, kultury nebo také na vhodnosti do určitého prostředí či situace. Oděv ke svému okolí promlouvá také z hlediska barev,

symbolů, doplňků, detailů, materiálů, vzorů, čistoty a všech možných významů, jež jim lidé přisuzují. Oděv je první věc, na kterou je při seznamování zaměřen zrak. Je to tedy první impuls, který ovlivňuje, do jaké skupiny lidí je daná osoba zařazena. Když bude mít dotyčný oblečení pomačkané, špinavé, nebo potřhané, obrázek o tomto člověku nebude zrovna pozitivní. Naopak člověk s čistým, nažehleným, upraveným, přesně padnoucím oděvem, zapůsobí dojmem seriózním.

Absolventi by tedy měli dbát na detaily, které mohou být zvětšeny na fotografiích či video nahrávkách. Oděv by měl být čistý, vyžehlený, zbaven rozverných nitek a především na tmavších barvách by měly být odstraněny chloupky od zvířat či jiných nečistot.

3. 2. Symbolika barev

Symbol vyjadřuje znak, či poznávací znamení, kterým se každý člověk učí od narození. Jazyk, písmo, obrázky, oděv, dopravní značky, barvy, vlajky, erby a mnoho dalšího, to vše jsou symboly, díky nimž je možno se mezi sebou dorozumět. [8]

Symboliku barev vnímají všichni lidé s výjimkou lidí trpícími očními vadami. Působení barev je buď vědomé, nebo nevědomé. Barvy jsou důležitou součástí našeho života, vyjadřují naše pocity, touhy, pohodlí, nálady nebo často i oblíbenost určité barvy. Význam barev se liší u každého jedince, ale existují obecné předpoklady, které jsou barvám přikládány. Viz. příloha č. 2. Proto vymalování, zařízení místnosti v určitých barvách nebo barevnost oděvu ovlivňují, jaké pocity jsou skrze barvy vyvolávány.

Promoce jsou slavnostní událost, tudíž se v etiketě lze také dočíst, jaké barvy jsou na promoce vhodné a jaké nejsou. Vhodné nejsou určitě křiklavé barvy, ani jejich kombinace. Barvy by měly být naopak decentní, elegantní a vystihující slavnostní chvíli absolventů. S výběrem barev mají méně práce akademičtí funkcionáři, kteří jsou oděni v talárech. Nemohou se tak dopustit žádné chyby, které by později litovali.

3. 3. Symbolika oděvu

Symbolika oděvu může být rozdělena z hlediska funkčnosti oděvu a z hlediska oděvu sociálního. Funkční hledisko oděvu je hledisko, jehož předpokladem je ochrana lidského těla před vnějšími vlivy. Jedná se o ochranu jak proti klimatickým změnám,

jako je teplo, dešťové i sněhové srážky, sluneční záření, vítr, chlad, tak proti hmyzu, chemikáliím, zbraním, nebo proti nepříznivým vlivům hrozícím při sportu. Sociální hledisko oděvu může skrz symboly, které jsou obecně známé vypovědět o dané osobě až několik informací najednou. [7]

Ze sociálního hlediska může být vyvozeno:

Pohlaví člověka, jeho sociální postavení (bohatství a chudobu), zaměstnání (uniformy), etnické nebo náboženské příslušenství, manželský stav, sexuální „dostupnost“, příslušnost k určité zájmové nebo generační skupině, událost, na kterou se chystá, nebo ji právě prožívá. [7]

3. 4. Shrnutí

Z hlediska neverbální komunikace je patrné, že i sebemenší detaily charakterizují osobnost, její pocity nebo duševní rozpoložení v určité chvíli. Vybraný oděv na promoce je vizitkou toho, jak důležitá je tato událost pro absolventa, zda věnoval svůj čas k výběru vhodného oblečení, zda má znalosti etikety a zda etiketu akceptuje.

Na promociích může být o absolventech vyčteno spousta znaků, které sami o sobě promlouvají k danému okolí. Pouhým okem lze spatřit čistotu oděvu, zda je oděv vyžehlený nebo pomačkaný, zda je viditelné nějaké poškození nebo opotřebení, jako například chybějící knoflík, roztřepení, vybledlost barev, zda oděv příslušné postavě padne, nebo působí menší či větší velikostí. Důležitá je také volba barev. Na promociích by absolventi neměli působit jako klauni z cirkusu. Barvy by měly být voleny tak, aby vyjadřovaly eleganci, serióznost, vážnost, inteligenci, důstojnost, a vystihovaly slavnostní okamžik. Cílem této práce je tedy především to, aby budoucí absolventi získali potřebné informace ke zvolení vhodného oděvu a nezjistili chvíli před začátkem promoce, že zvolili špatný oděv.

Vše, co bylo zmíněno v této kapitole, se tedy následně promítá do celkového obrazu promocií. Je třeba dbát na tyto detaily, věnovat čas a promyslet výběr vhodného oděvu k příležitosti promoce. Vhodný oděv by se měl vybírat bez ohledu na niterné pocity, nálady, či oblíbenost barev. Promoce je společenská událost, která podléhá etiketě, a podle toho by se k ní tak mělo přistupovat.

4. PROMOCE

Je posledním krokem, který završí studium na vysoké škole. Jako doklad o řádném ukončení studia v příslušném oboru slouží vysokoškolský diplom s uděleným akademickým nebo vědeckým titulem.

Řadí se mezi formální společenské události se slavnostním charakterem. Tuto slavnostní událost můžeme rozdělit na dvě části. Na promoci samotnou a následně na rodinnou oslavu. Promoce jako taková je veřejně přístupná pro rodinné příslušníky, přátele a jde o předávání vysokoškolských diplomů za přítomnosti akademických funkcionářů ve slavnostních prostorách. Promoce na různých vysokých školách se liší, ale existují jisté zvyky, tradice, struktury, formální náležitosti, které dodržují všechny vysoké školy. Rodinná oslava k příležitosti promoce má již volnější charakter. Koná se pouze v rodinném kruhu či s přáteli a může mít například formu slavnostního obědu.

Místem konání promoce bývají buď nejhonosnější prostory vysoké školy, pokud je má k dispozici, nebo škola využívá veřejných společenských sálů. Nejhonosnější místo vysoké školy se nazývá aula, což je velká slavnostní síň v prostorách školy. Pokud vysoká škola nemá aulu, může se promoce odehrávat například v městském kulturním domě nebo divadle. [5]

4.1. Účastníci promoce FT TUL a jejich oděv

Promoce jsou předmětem statutu TUL. Statut, označuje stanovy tvořené vnitřními právními předpisy, které musí být v organizaci dodržovány.

Statut Technické univerzity v Liberci byl naposled aktualizován 7. 4. 2014. Akademické insignie a obřady upravuje část devátá. Důležitými články týkajícími se oděvu jsou článek 32, který se týká talárů a článek 33 zabývající se Akademickými obřady.

Účastníci promoce:

- Absolventi, kterým je udělován titul. Ti jsou oděni v oděvu dle vlastního výběru.
- Akademičtí funkcionáři, ti jsou oděni v talárech a nemusí tak řešit vhodnost či nevhodnost oděvu. Podle statutu TUL jsou při slavnostních příležitostech oprávněni používat taláry: rektor, děkani, prorektoré, kvestor, proděkani, členové vědecké rady

a vědeckých rad fakult, akademičtí pracovníci a další členové akademické obce TUL podle rozhodnutí rektora, významní hosté podle rozhodnutí rektora, nebo děkana. [6]

- Pedel, při promociích nehraje žádnou významnou roli. Má charakter spíše historický či tradiční. Jeho úlohou je nosit žezlo. Pedel je oděn v taláru, který je ale odlišný od taláru akademických funkcionářů. [9]
- Veřejnost, ta je tvořena rodinou, či blízkými přáteli. Veřejnost volí vhodný oděv dle vlastního úsudku, jako absolventi.

Vlastní oděv si tedy volí absolventi a veřejnost. Absolventi jsou hlavními aktéry promoce, a právě proto by měl být jejich oděv vhodný vzhledem ke společenské slavnostní události. Při předávání diplomu, je každý absolvent v tu danou chvíli osobou, jež je sledována všemi přítomnými. Nemluvě o fotografech, kteří zaznamenávají předávání diplomu, včetně oděvu absolventa na fotografie.

4. 2. Průběh promocií na FT TUL

Promoce textilní fakulty Technické univerzity v Liberci jsou záležitostí přibližně na pětáctřicet minut. Nově od 25. 9. 2014 se promoce konají v aule nové univerzitní budovy G, do té doby se promoce konaly buď v kulturním domě města Liberce, nebo v městském divadle F. X. Šaldy.

V aule, jež je veřejně přístupná, se shromáždí všichni hosté absolventů, včetně absolventů samotných. Před začátkem promoce, jsou hosté vyzváni, aby povstali při české a evropské hymně. Absolventi se přesunují na pódium. Posléze začínají přicházet akademičtí funkcionáři oděni v talárech, včetně pedela s insignií. Následují proslovy akademických funkcionářů.

Hlavní částí je předání diplomu. Jednotliví absolventi jsou vyzváni k převzetí diplomu. Při cestě slibují na insignii, kterou drží pedel a do rukou je jim děkankou předán diplom, následuje poklona absolventa směrem k akademickým funkcionářům a po té k hostům. V této části nejvíce vidět oděv absolventa. Absolvent si jde pro získaný diplom a je v tu danou chvíli hlavním aktérem. Absolventa pozorují všechny oči v sále, tudíž lze spatřit případné nedostatky oděvu.

Po předání diplomů se dostává ke slovu děkanka se svým proslovem. Dále je vyzván předem zvolený absolvent, který čte proslav zastupující všechny absolventy. Promoce jsou ukončeny za zvuku studentské hymny Gaudeamus igitur. Akademičtí funkcionáři opouští aulu v opačném pořadí, než přicházeli.

Na úplný závěr může ještě proběhnout fotografování absolventů profesionálním fotografem. Prostřednictvím těchto fotografií a videí je také zaznamenán oděv absolventů. Absolventy může být s odstupem času prohlížením fotografií zjištěno, že zvolili nevhodný oděv. Taková skutečnost již nelze vrátit zpět, ale díky příručce vhodného odívání na promoce lze, zabránit budoucím absolventům ve zvolení nevhodného oděvu.

4. 3. Shrnutí

Promoce je slavnostní událost. Slavností událost jak pro čerstvého absolventa, tak pro jeho rodinu. Nejenže jsou absolventi na promoci vizitkou školy, ale také rodiny. Pro někoho může být promoce událost, které se zúčastní za život jen jednou například jako rodič. Tento rodič by měl mít právo být maximálně hrdý, a oslavit tento významný den co nejlépe. Pořízené fotografie z promoci slouží i jako památka rodičům, či odkaz budoucím generacím, které si připomenou důležité okamžiky svých předků. Nejen z tohoto důvodu by nemělo být odívání bráno na lehkou váhu, ale i proto, že se jedná o slavnostní společenskou událost.

Dříve byla považována etiketa jako posvátná pravidla, jež se musela dodržovat. Pokud je někdo nedodržoval, byl považován za hulváta. Dnes se etiketa odívání v běžném životě objevuje čím dál méně. V záplavě barev, materiálů, stylů, oděvů ze všech konců světa, absolutní volnosti oblékání není divu, že celkový obraz promoci je nesouměrný. S etiketou odívání se dnes lze setkat při pracovních pohovorech, obchodních večírcích, nebo událostech, kde je na pozvánce předepsán dresscode. Absolventi ovšem s těmito událostmi nemívají většinou do ukončení VŠ mnoho zkušeností. Pomoc při volbě vhodného oděvu absolventům by tedy mohla příručka správného odívání na promoce, jež je cílem této práce.

5. SPOLEČENSKÝ ODĚV VHODNÝ NA PROMOCI

Promoce se řadí mezi slavnostní společenské události. Mělo by se tedy přihlížet k etiketě, aby mohl být zvolen správný oděv a nedošlo ke společenskému faux faux. Jak oděv, tak upravenost absolventa na promoci bývají zaznamenány prostřednictvím fotografií, či dvd nahrávek. To slouží jako připomínka slavnostní události jejich účastníkům a také jako odkaz budoucím generacím.

Důvodem rozdílnosti odívání absolventů na promoce by také mohly být komunikační bariéry. Tyto bariéry zhoršují komunikaci a dochází k nedorozumění mezi lidmi. Zdrojem obtíží mohou být například rozdílné vlastnosti, vědomosti, zkušenosti a názory. Mezi lidmi jsou překvapivé rozdíly způsobené jejich osobnostními rysy, což se může projevit i v odívání na promoce. Ovlivnit odívání na promoce mohou také různé úrovně znalostí nebo zkušeností, kde lidé přikládají stejnému obsahu odlišný význam, smysl. Zdrojem obtíží může být také nedostatek informací či odlišné vnímání situace, a to se také může projevit ve volbě vhodného oděvu k promoci. Lhostejnost může být také zdrojem obtíží díky postrádání zájmu, dané osobě je lhostejné, co si na promoce oblékne. [14]

Obecně je oděv na společenské události vybírán na základě pozvánky, kde je mimo jiné předepsán oděv tzv. dress code. To znamená „kód“, který nám říká, v jakém duchu se bude ta daná společenská událost konat. Díky tomu lze zvolit oděv, aby se předešlo výše zmíněnému faux faux. S výrazem dress-code jsou spojovány hlavně tyto pojmy: black tie, white tie, ultra formal, formal, creative black tie, demi formal, cocktail, a dressy casual. Popis viz. příloha.

Pozvánka na promoce textilní fakulty Technické univerzity v Liberci je dána buď formou souboru pdf nebo pouze informací na webových stránkách textilní fakulty. Obsahem pozvánky je datum, čas, místo konání, případně cena vstupenky, což se týkalo předešlých let. Poslední informace je určená pro absolventy, kterým je sděleno, kdy a kde se před promoci sejdou. O vhodném oděvu není žádná zmínka.

Po delším průzkumu v Krajské vědecké knihovně v Liberci týkajícího se předepsaného oděvu na promoce bylo zjištěno, že promoce se řadí do slavnostních událostí a není jí v publikacích věnována přílišná pozornost. V publikacích týkajících se

etikety, zaujímají promoce minimální podíl. Tento podíl má formu nepatrné zmínky, jednoho či pár odstavců, nebo v nejvyšší nalezené míře přibližně tři stránek.

V následujících podkapitolách je proto popsán oděv vhodný k promoci, řídící se pravidly etikety. Oděv je rozdělen na dámský a pánský.

5. 1. Jak vybrat vhodný oděv

Na promoce, jakožto veřejný slavnostní akt, je nezbytný slavnostní oděv. Absolventi a veřejnost si oděv vybírají především podle svého vlastního úsudku a vkusu. Existuje ovšem několik pravidel, která by měla být vzhledem k etiketě dodržována.

Promoce se konají většinou buď v dopoledních, nebo v odpoledních hodinách. Čas konání je důležitá informace, jelikož i to může být ukazatel toho, co si obléknout. Vzhledem k tomuto časovému intervalu se odívání může řídit podle dresscodu pod názvem semi-formal viz. příloha č. 3. Je zde tedy možnost i ke kreativnímu vyjádření osobnosti pomocí oděvu.

5. 2. Dámský oděv

Dámy mohou zvolit například klasické společenské šaty, koktejlové šaty, kostýmek se sukní, kalhotový kostýmek či sukni s halenkou. Šaty, i sukně by měly být přiměřeně dlouhé. U společenského oděvu je ideální délka sukně ke kolenům nebo pod kolena. Délka sukně je důležitá v momentu, kdy absolventky během promoce sedí a tím se část sukně vyhrne nahoru. Při správné délce sukně pak absolventky nemusí mít strach, že odhalí více, než by si přály. Absolutně nepřístupné jsou minisukně a vyzývavé výstřihy. Meze se nekladou různým střižům, které tak mohou být sebevyjádřením osobnosti. Předpokladem oděvu je střízlivost, elegance a vyhnutí se výrazným vzorům. Barva oděvu nemusí být nutně tmavá, ale měla by být vzhledem k události decentní. Nevhodné jsou tedy křiklavé a výrazné barvy. Zapomenout se nesmí na správné zvolení barvy punčoch, vzhledem k pleti dámy, aby mezi nimi nedošlo k několika stupňovému barevnému rozdílu. Nezbytné jsou také uzavřené boty na podpatku. Boty by měly být uzavřené jak v přední části, tak i v zadní části. Nejčastější volbou jsou lodičky. U bot se dbá na decentní barvy, vyhýbá se výrazným vzorům, různým flitřům a hrotům. Výška podpatků se volí podle toho, na jak vysokých

podpatcích je daná osoba zvyklá chodit. Lepší je zvolit podpatky nižší, aby se předešlo případnému zaškobrtnutí či kymácivé, nejisté chůzi. Na závěr můžeme oděv osvěžit elegantními, zajímavými doplňky, jako jsou například, hodinky, náušnice, náramky, náhrdelníky a podobně. [10], [11]

Vhodný dámský oděv v bodech:

- Společenské šaty, koktejlové šaty, kostýmek se sukní, či kalhoty, sukně s halenkou
- Délka sukně minimálně ke kolenům
- Na oděvu nenápadné, jemné vzory
- Decentní, elegantní barvy oděvu, jako jsou například černá, šedá, béžová, bílá, vínová, bordó, tmavě-modrá, šedo-modrá, staro-růžová
- Tělová barva punčoch
- Lodičky na podpatku s uzavřenou špičkou i patou, barvy mohou být například černé, béžové, šedé. Mohou být jak lesklé, tak matné barvy. Lodičky bez výrazných vzorů, flitřů či hrotů.

5. 3. Pánský oděv

Páni by na promoce měli zvolit oblek s košilí a kravatou. Ovšem není oblek jako oblek. Oblek může být buď dvoudílný, sestávající ze saka a společenských kalhot, nebo trojdílný tvořený sakem, vestou a společenskými kalhoty. Dámy sice mají na výběr z více variant oděvu, ale vybrat pánský oblek, aby správně padl, je pro laika náročný úkol. Pokud se páni chystají kupovat nový oblek, měli by si nechat poradit od zkušených prodavačů. Na výběr je nespočet střihů, vzorů, materiálů, typů tkanin i barev. Nejvhodnějším materiálem pro výrobu obleků je vlna. Vlna dýchá, drží tvar a je trvanlivější, než jiná přírodní vlákna. Naopak umělé tkaniny nedýchají, takže teplo v nich je uvězněné. Tím pádem si páni mohou v létě v umělých tkaninách připadat jako v sauně. Lépe také sedí oblek ručně šitý, než šitý strojově. Dobrý oblek bývá částečně ručně šitý. Díky tomu je možné vytvarovat oblek na komplikovanou lidskou postavu,

aby seděl jak má. Důležité je také zapínání obleku, podle toho, kolik má oblek knoflíčků. U saka s jedním knoflíkem je knoflík vždy zapnutý. U saka se dvěma knoflíky se zapíná horní knoflík a spodní je vždy rozepnutý. U saka se třemi knoflíky se vždy zapíná prostřední knoflík, spodní se nezapíná nikdy. Horní může a nemusí být zapnutý. Zapnutí horního knoflíku by ale mohlo deformovat tvar klop, takže bývá spíše na okrasu. Sako se rozepíná, pouze když si muž sedá, a jakmile opět vstane, sako by si měl zapnout. [12], [13]

Oblek na promoce může být jak tmavý, tak světlý. U obleku jsou všechny jeho díly střižené ze stejného materiálu a ve stejném stylu. Nehodí se ale oblek barevný, plážíově bílý nebo hnědý. Nepřijatelné je přijít na promoce pouze v košili a kalhotách, nebo absence společenských bot. Košile by měla být zapnutá na všechny knoflíčky, aby mohla být pod límcem uvázaná kravata. Optimální délka kravaty je taková, že spodní cíp kravaty by měl být na úrovni spodní hrany přezky opasku. Dolní konec se nezastrkuje do košile, ani do kalhot. Předpoklady u košile i kravaty jsou decentní barvy, vzory, bez obrázků z pohádek, seriálů, či vyobrazených lebek. Jako doplňky mohou být zvoleny například hodinky, nebo manžetové knoflíčky. [12]

Vhodný pánský oděv v bodech:

- Společenský oblek může být dvoudílný i třídílný. Sako u obleku by mělo být zapnuto na všechny knoflíčky, rozepnout sako lze pouze, pokud se sedí.
- Barva obleku například černá, šedá, tmavě modrá, béžová
- Světlá košile v jedné barvě
- Kravata, jemné vzory
- Společenská obuv černé barvy

6. REÁLNÉ ODÍVÁNÍ ABSOLVENTŮ FT TUL

Promoce na textilní fakultě TUL se většinou konají buď v měsíci červnu, nebo lednu. Tato událost tedy probíhá v zimním, chladném období a v letním, teplém období. To může být také jedním z důvodů, které absolventy ovlivňují v tom, co si obléknou. Vzít si například na promoci sandále, nebo zimní kozačky je špatné rozhodnutí, neslučující se s etiketou stejně tak, jako pánská košile s krátkým rukávem. Vždy se dá oděv zvolit tak, aby vyhovoval danému ročnímu období a etiketě.

V rozhodnutí, co si obléknout může do jisté míry ovlivnit i to, kde se promoce koná. Pokud se promoce koná v divadle, myslím si, že málo kdo si dovolí přijít v oděvu jiném, než společenském

Z vlastní zkušenosti jsem byla svědkem promoci v divadle F. X. Šaldy, v Kulturním domě města Liberce i v nové aule TUL. Dle mého názoru nejlépe vystihuje slavnostní charakter promoci divadlo F. X. Šaldy. Samotná atmosféra divadla působí velmi slavnostně, honosně a podtrhuje výjimečnost události. Navíc je celek divadla v zlato-červené barvě, která nám asociuje důstojnost, hrdost, majestát či moc. Promoce v kulturním domě jsou také pěkné, jelikož si ho téměř každý účastník spojí s konáním plesů. Kulturní dům je o něco méně zdobný, než divadlo, ale je prostorný a vzdušný. K srdci mi nejméně přirostly promoce konající se v nové aule TUL. Aula je sama o sobě pěkná síň, ale dle mého nevystihuje slavnostní charakter promoci. Chybí zde „vyzdobení“, které by odlišovalo promoce, od jiné události konající se na tomto místě. Působí na mě strnule a stroze. Slavnostnímu vzhledu nenapomáhá ani projekce na pláno, kde se nachází nápis Technická univerzita v Liberci.

Z pozorování promoci mi přišlo, že jednotlivé odívání absolventů je poněkud chaotické a různorodé. Myslím si, že studenti se na své promoce snaží obléci vhodně. Nemají jen dostatek znalostí, či informací, aby podle toho svůj oděv vhodně vybrali. V dnešní době existuje nespočet variant oděvů, střihů, stylů, barev a mnoho dalšího. Ať se ale každý oblékne tak či onak, je vše dovoleno. Na ulici dnes lze potkat mnoho zvláštních, nehezkých kreací. Ty bývají odsouzeny buď nesouhlasným zakroucením hlavy, nebo pohoršeným převyprávěním někomu blízkému. Kamenem úrazu by mohlo být i to, že v dnešní době se na etiketu ohlíží hlavně politici, manažeři, vysoce postavení

pracovníci ve firmách či osobnosti showbusinessu. Ty se s etiketou setkávají v podstatě denně, protože jsou veřejně sledováni. Není pro ně proto problém, se v této problematice orientovat. Nejčastějšími událostmi spjatými s etiketou, se kterými se lze setkat v běžném životě jsou například pohřby, svatby, plesy nebo i právě promoce. S etiketou odívání se lze seznámit blíže zřídka kdy a znalosti získané ze základní, střední školy či z tanečních mohly upadnout pomalu v zapomnění. Oblékání určuje mimo jiné i výchova, prostředí, ve kterém se vyrůstá, pracovní či školní kolektiv atd. Tím pádem bývají zažité určité představy, zvyklosti o společenském oděvu, které ale nemusí být úplně správné, ačkoliv to tak může být myšleno. V důsledku toho by mohlo být nalezeno mnoho představ o tom, co je společenský oděv, co ne a jak může nebo nemůže vypadat.

Absolventi i rodiče mají k dispozici pozvánku na promoce, ale s výběrem oděvu jim to bohužel moc nepomůže. Na pozvánkách totiž není o vhodném oděvu zmínka. Každý tak na sobě má oděv, který je v podstatě pro danou chvíli originálem. Daný oděv představuje osobní pohled každého absolventa, co je podle nich společensky přijatelný oděv. Jedinou výjimkou s předem určeným oděvem jsou akademičtí funkcionáři oděni v talárech.

Jako sjednocující prvek absolventů slouží šály. Šály se objednávají před promocemi na studijním oddělení. Koupě šály není povinné. Pokud se nějaký absolvent rozhodne, že šálu z nějakého důvodu nechce, tak si ji nekoupí a na promoci ji mít nebude. Většina absolventů ovšem respektuje tuto tradici a chápe šály jako upomínkový předmět na slavnostní den v jejich životě. Každá fakulta má na šále vyobrazený svůj znak a odlišuje je také barva. Na textilní fakultě mají absolventi bakalářského studia šály zlaté a absolventi inženýrského studia červené.

6. 1. Hodnocení oděvu absolventů FT TUL

Hodnocení oděvu absolventů při promociích bylo prováděno na fotografiích. Hodnocen byl oděv, jeho vhodnost či nevhodnost. V této kapitole jsou dále jednotlivé ukázky, jak vhodných, tak nevhodných oděvů, které mohly být viděny na promociích FT TUL. Fotografie byly získány od fotografů pana Kubáta, pana Frydrycha nebo vlastním fotografováním. Pojem, co je vhodný a nevhodný oděv byl definován v předchozí

kapitole. Hodnocení oděvu absolventů je v některých ohledech subjektivní. Týkat se to může například vzorů, barev či střihů.



Obr. 1: Vhodný oděv muži
[15]

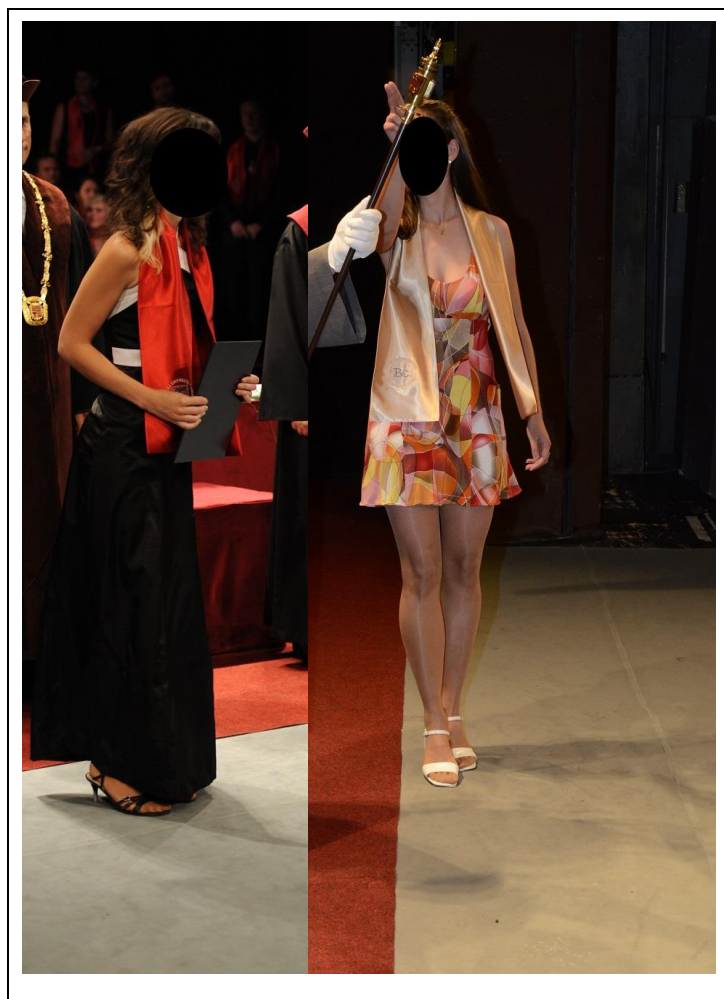
Na tomto obrázku absolventi zvolili správný oblek, jeden černý s proužkem a druhý šedý. Oba dva absolventi mají bílou jednobarevnou košili bez vzoru a kravatu s jemnými vzory. Nezapomněli ani na společenské boty, které jsou na promoci nezbytné.



Obr. 2: Vhodný oděv ženy

[15]

Na tomto obrázku absolventky mají vhodný oděv na promoci. Délka jedné sukně je pod kolena a délka druhé sukně do poloviny lýtek, což je v souladu s etiketou. Lodičky jsou uzavřené jak v přední části, tak v zadní části a černá barva je také v pořádku. Absolventky nemají na oděvu žádné výrazné vzory, ani křiklavé barvy. Zvolené doplňky jsou jednoduché a jsou v souladu s oděvem.



Obr. 3: Nevhodný oděv ženy
[15]

Absolventka v levé části zvolila vhodné společenské šaty, ale bohužel špatně zvolila obuv. Obuv má jak otevřenou špičku, tak patu, což by společenská obuv mít neměla. Oděv u absolventky v pravé části má již chyb více. V rozporu s etiketou je zde délka sukně, která je příliš krátká, dále nevhodná obuv stejně jako u absolventky v levé části a jako poslední je nevhodná barva šatů. Šaty mají výrazný vzor i barvy, to je dle etikety nevhodné.



Obr. 4: Nevhodný oděv žena, muž
[15]

Na tomto obrázku je v levé části absolventka, jejíž oděv je příliš barevný. Absolventka zvolila květinový vzor u pásku a u saka, ale vzor je na obou jiný. Dále má ve vlasech připnuty jako doplněk tři barevné květiny, které oděv ještě víc rozpolcují, než aby je sjednotily. Absolutně nevhodná je i obuv, která je kotníková a má otevřenou špičku. Výtka nelze vyčíst délce sukni, která je dlouhá správně ke kolenům. V pravé půlce je vidět absolvent, který má v pořádku oblek, jednobarevnou košili a k ní ladící decentní kravatu. Jedinou chybou je nevhodná obuv. Zvolená obuv je sice tmavé barvy, ale na první pohled je jasné, že se nejedná o společenskou obuv.



Obr. 5: Nevhodný oděv muži
[15]

Tento obrázek mluví sám za sebe. Oděv absolventů je absolutně nevhodný. Absolvent v levé části má sice košili, ale košile je černo, šedo, bílá a ještě k tomu proužkovaná. Absolvent nemá kravatu, ani společenské kalhoty ani sako, tudíž absence obleku je očividná. U absolventa v pravé části obr. č. 5 se o společenském oděvu nedá téměř hovořit. Absolvent nemá oblek, kravatu, ani společenské kalhoty. Nemluvě o tom, že má vyhrnuté rukávy, což je také jasné porušení etikety.

6. 2. Výsledky společenského odívání absolventů FT TUL

Díky fotografiím, či videu je možno zkoumat, zda se absolventi FT oblékají na promoce vhodně či nevhodně. V této práci jsou tedy potřebné informace čerpány z fotografií, nebo videa. K rozhodnutí o vhodnosti či nevhodnosti oděvu musela být vidět celá postava absolventa/absolventky, včetně bot. Aby mohlo být rozhodnuto o tom, zda je absolvent oblečen vhodně či nevhodně, musela být zvolena přesná kritéria toho, co vhodné je a co není viz tab. č. 1. Z hlediska etikety záleží vhodnost oděvu také na různých vzorech a barvách, to je ovšem do jisté míry subjektivní a nejsou žádná přesná pravidla o tom, jaká barva nebo vzor je absolutně nevhodný. V této kapitole nejsou brány v úvahu barvy, ani vzory oděvu, které zde nebudou hodnoceny.

Ke zkoumání FT a dalších fakult TUL bylo použito fotografií a videí z roku 2010, 2012 a 2015. Aby absolvent/absolventka splňovali vhodný oděv na promoce, byla zvolena tato kritéria, zvláště pro muže a zvláště pro ženy:

ŽENY	MUŽI
Délka sukně ke kolenům/ Společenské kalhoty	Oblek
Silony pouze tělové barvy	Společenská obuv
Uzavřené lodičky jak v přední části, tak v zadní části boty	Košile
	Kravata

Tab. 1: Zvolená kritéria

U délky sukně absolventek byla za vhodnou délku považována i sukně, která byla těsně nad kolena cca 5 cm. Pokud absolvent/absolventka nesplňoval/a jednu z výše uvedených položek, jeho/její oděv byl posuzován za nevhodný.

Kromě vhodnosti či nevhodnosti oděvu bylo také zaznamenáno, v čem absolventi chybovali a například v jakém poměru volí ženy sukně nebo šaty proti společenským kalhotám. To je předmětem osmé kapitoly. V této kapitole jsou znázorněny výsledky vhodného a nevhodného odívání na promociích FT TUL.

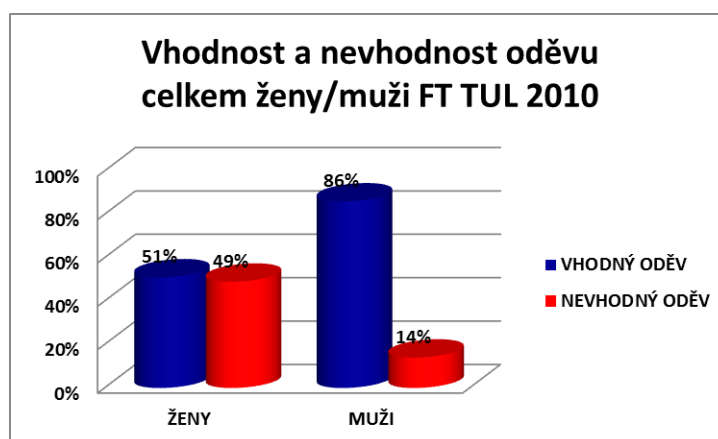
Vyhodnocení vhodnosti a nevhodnosti oděvu absolventů FT TUL z různých let lze vidět ve dvou provedeních obrázků s grafy, která jsou:

1. Celková vhodnost a nevhodnost oděvu vybraných absolventů v procentech [%] za určitý rok.
2. Porovnání vhodnosti a nevhodnosti oděvu mezi absolventkami a absolventy v daných letech.

Hodnocení roku 2010 FT TUL:

Jedná se o letní promoce v roce 2010. Zkoumány byly 2 termíny promoci probíhající v jeden den. Zkoumaných absolventů v tomto roce bylo celkem 94.

Ze zkoumaných absolventů FT TUL v roce 2010, bylo zjištěno že, 41 absolventů ze sledovaných 94 bylo oblečených nevhodně tz., že 44% bylo dle etikety oblečeno nevhodně a 56% bylo oblečených vhodně.



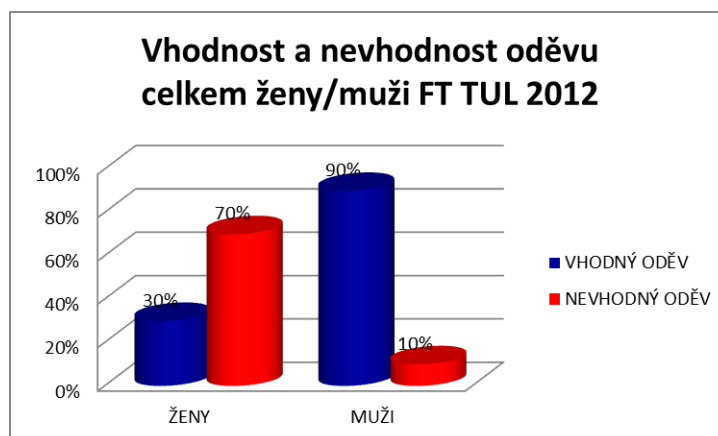
Obr. 6: Vhodnost a nevhodnost oděvu celkem, ženy/muži FT TUL 2010

Na tomto obrázku, kde je vidět graf, byli rozděleni zvlášť absolventky a zvlášť absolventi FT TUL v roce 2010. Je zde vidět, že muži volí vhodné oblečení z 86% a ženy pouze z 51%. Ze zkoumaných žen mělo nevhodný oděv 49% a mužů jen 14%.

Hodnocení roku 2012 FT TUL:

Opět se jedná o letní promoce. Zkoumány byly celkem tři skupiny, jejichž promoce se konala v jeden den. Zkoumaných absolventů v tomto roce bylo celkem 192.

Ze zkoumaných absolventů FT TUL v roce 2012, bylo zjištěno že, 116 absolventů ze sledovaných 192 bylo oblečených nevhodně tz., že 60% bylo dle etikety oblečeno nevhodně a 40% bylo oblečených vhodně.



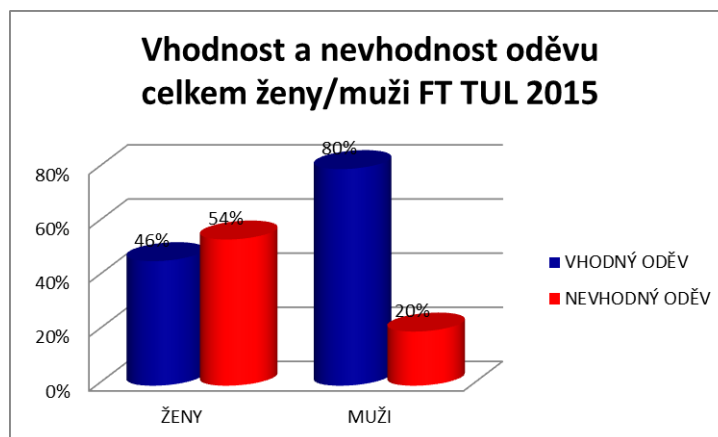
Obr. 7: Vhodnost a nevhodnost oděvu celkem ženy/muži FT TUL 2012

Zde je vidět rozdělení žen a mužů a jejich podíly vhodného a nevhodného oděvu. Muži byli opět oblečeni spíše vhodně. Ženy zde naopak byly oděny spíše nevhodně. Pouze 30% žen bylo oblečeno vhodně.

Hodnocení roku 2015 FT TUL:

Zkoumané fotografie pochází z promoci, které se konaly v únoru letošního roku 2015. Společenské odívání vhodné na promoce bylo hodnoceno u 65 absolventů.

Ze zkoumaných absolventů FT TUL v roce 2015, bylo zjištěno že, 30 absolventů ze sledovaných 65 bylo oblečených nevhodně tz., že 46% bylo dle etikety oblečeno nevhodně a 54% bylo oblečených vhodně.



Obr. 8: Vhodnost a nevhodnost oděvu celkem ženy/muži FT TUL 2015

Graf na tomto obrázku znázorňuje zvlášť absolventky, absolventy a v jakém poměru zvolili vhodný či nevhodný oděv, podle zvolených kritérií (viz. tab. č. 1). Na grafu je vidět, že 46% absolventek zvolilo vhodný oděv a nevhodný oděv 54%. U mužů je procento vhodného oděvu vyšší, než- li u žen. Vhodný oděv mělo 80% zkoumaných absolventů a nevhodný oděv pouze 20%.

6. 3. Hodnocení všech zkoumaných osob celkem na FT TUL

Celkem bylo díky fotografiím a videím v roce 2010, 2012 a 2015 hodnoceno odívání 292 žen a 59 mužů, tedy absolventek a absolventů FT TUL. V následující tabulce jsou zvlášť sečteny všechny hodnocené ženy a hodnocení muži. Sečtení osob proběhlo proto, aby bylo možné vidět všechny zkoumané osoby jako celek a jejich zvolení vhodného či nevhodného oděvu k promócím. Důležité je také to, že při zkoumaných promócích FT TUL v daných letech bylo více absolventek, než absolventů.

	Celkový počet	[%]	Vhodný oděv	[%]	Nevhodný oděv	[%]
Ženy	292	83	113	39	179	61
Muži	59	17	51	86	8	14

Tab. 2: Hodnocení vhodného a nevhodného oděvu všech absolventek a absolventů rok

V této tabulce je vidět, že bylo z celkového počtu absolventů za rok 2010, 2012 a 2015 FT TUL hodnoceno 83% žen a pouze 17% mužů. Z hodnocených žen pak bylo 39% oblečeno podle zvolených kritérií (viz. tab. č. 1) ve vhodném oděvu a nevhodný oděv mělo 61% těchto žen. Hodnocených mužů bylo podstatně méně než hodnocených žen, pouze 17% z celkového počtu všech hodnocených osob. Vhodný oděv tedy zvolilo 86% těchto mužů a pouhých 14% mužů zvolilo oděv nevhodný.

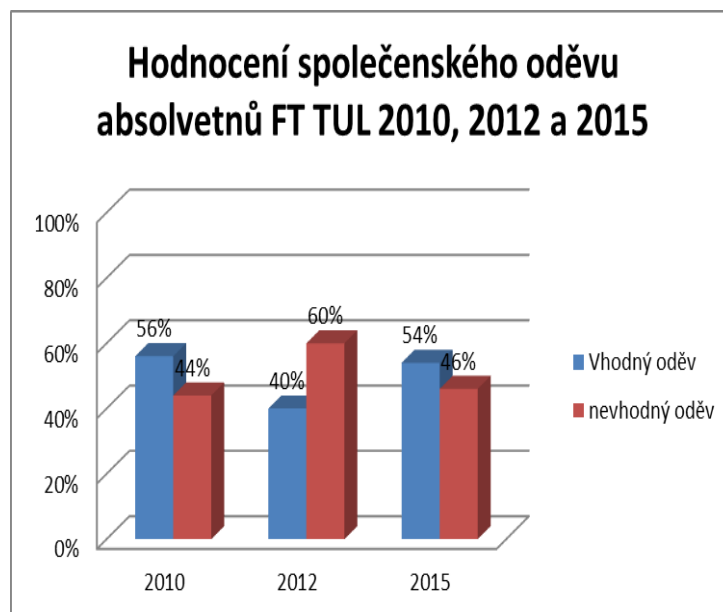
	Celkem zkoumaných osob	Vhodný oděv	[%]	Nevhodný oděv	[%]
Muži + Ženy	351	164	47	187	53

Tab. 3: Hodnocení absolventů FT TUL celkem za rok 2010, 2012, 2015

V této tabulce je uvedeno, že celkem bylo za rok 2010, 2012 a 2015 hodnoceno 351 absolventů FT TUL. Hodnocen byl jejich oděv, zda je na promoce vhodný, či nevhodný. Kritéria, podle kterých byli absolventi hodnoceni, jsou uvedena v tab. č. 1. Podle těchto kritérií zvolilo vhodný oděv 47% všech hodnocených absolventů, jak mužů, tak i žen. Naopak nevhodný oděv mělo 53% těchto absolventů.

6. 4. Shrnutí

Hodnocení všech zkoumaných absolventů FT TUL za rok 2010, 2012 a 2015, kteří zvolili vhodný nebo nevhodný oděv hodící se na promoce, je shrnuto v následujícím obrázku s grafem.



Obr. 9: Hodnocení společenského oděvu absolventů FT TUL 2010, 2012, 2015

Na tomto obrázku je graf, kde modrý sloupec znázorňuje vhodný oděv absolventů a naopak červený sloupec znázorňuje nevhodný oděv. Na ose x jsou zkoumané roky a na ose y jsou procenta, kolik procent absolventů zvolilo v daném roce vhodný či nevhodný oděv k promócím. Kritéria, podle kterých byl hodnocen oděv jako vhodný a nevhodný, jsou uvedena v tab. č. 1.

Dospělý muž by měl vlastnit alespoň jeden oblek, ať už zděděný nebo zakoupený v obchodě, po vyzkoušení a po poradě s kvalifikovaným prodejcem. Muži by měli při volbě společenského oděvu jako první sáhnout po obleku, společenské košili, kravatě a společenské obuvi. Oblek nevyužijí pouze na promoce, ale i téměř na všechny další společenské události jako je například svatba, ples či obchodní večírky.

Při posuzování vhodnosti oděvu hodnocených absolventů FT TUL nebyl brán zřetel na „padnutí“ obleku. Zda jsou kalhoty dostatečně dlouhé, zda jsou krátké, zda je

správná velikost saka a tak dále. To je do jisté míry subjektivní a u každého obleku i postavy je to jiné, nehledě na módní trendy, které se neustále mění. Absolventi mužského pohlaví by mohli považovat oblek v podstatě za jedinou možnou variantu vhodnou na promoce. Hodnocených absolventů- mužů bylo méně než žen. Tito absolventi dosahovali ve vhodném odívání lepších výsledků oproti absolventkám. Chybu v odívání na promoce mohou absolventi- muži udělat zvolením nespolečenských bot, absencí kravaty, méně často absencí saka k obleku, nebo obleku celého. Ovšem najdou se i výjimky, které etikety nedbají a na promociích přijímají diplom v džínsech.

Horších výsledků vhodného odívání na promoce dosáhly v porovnání s absolventy- muži absolventky- ženy. Ke splnění vhodnosti oděvu byla zapotřebí pouze tři kritéria (viz. tab. č. 1). Tato kritéria nesplnila ani polovina z hodnocených absolventek FT TUL za dané roky. V dnešní době jsou módní trendy velmi různorodé a neustále se mění. Ženy se dnes oproti minulosti odhalují mnohem více, než bylo zvykem. Každý rok jsou módní čím dál více kratší sukně a čím dál více odhalující výstřihy. Proto by dnešní absolventky mohly mít vzhledem ke společenskému odívání vhodnému na promoce pokřivené představy, co se smí nosit a co ne. Často bývají vidět krátké sukně v časopisech, filmech, obchodech, na plesech, na společenských událostech nebo třeba internetu. V tomto ohledu by se mohlo zdát, že se na etiketu začalo pomalu zapomínat.

Dle výsledků v této kapitole je společenské odívání či povědomí o něm u absolventů FT TUL nedostatečné. Ke zlepšení odívání vhodného k promociím by proto mohla přispět příručka vhodného odívání na promoce, která je předmětem této práce.

7. POROVNÁNÍ SPOLEČENSKÉHO ODÍVÁNÍ FT TUL S DALŠÍMI FAKULTAMI A VYSOKOU ŠKOLOU KARLA ENGLIŠE

Kromě textilní fakulty bylo hodnoceno také odívání na dalších dvou fakultách TUL, a to fakulta ekonomická a fakulta mechatroniky. Fakulta ekonomická byla zvolena z toho důvodu, protože se z absolventů této fakulty mohou stát manažeři a vysoce postavení pracovníci v podnicích. Ti by měli mít povědomí o etiketě a vhodném odívání, což se u těchto vyšších pozic předpokládá. Fakulta mechatroniky byla vybrána z důvodu, že na této fakultě studují ve větší míře muži. Proto by mohlo být zajímavé, jak bude vypadat celkový pohled na vhodné či nevhodné odívání, když zde budou především muži. Zda se výrazně změní podíly vhodného a nevhodného odívání.

Jako poslední byla zvolena Vysoká škola Karla Engliše (dále VŠKE), která také sídlí v Liberci. Zdrojem fotografií, kde byl hodnocen oděv vhodný na promoce, je Foto Kubát a fotografie pořízené příbuznými absolventů.

Hodnocený oděv vhodný k promócím byl vždy hodnocen u dvou termínů promoci konající se v jeden den v roce 2010. Vhodný oděv na promoce byl tedy hodnocen na ekonomické fakultě TUL a fakultě mechatroniky TUL. Jedinou výjimkou tvoří Vysoká škola Karla Engliše, kde byly hodnoceny fotografie z roku 2013 a 2014.

	VHODNÝ ODĚV	[%]	NEVHODNÝ ODĚV	[%]
ŽENY	41	51	39	49
MUŽI	12	85	2	15
CELKEM	53	56	41	44

Tab. 4: Hodnocení oděvu na FT TUL v roce 2010

V této tabulce je hodnocen vhodný a nevhodný oděv zvlášť u mužů a zvlášť u žen na FT TUL v roce 2010. Výsledky jsou zapsány jak v číslech, tak v procentech. V tabulce je zvýrazněn poslední řádek, kde je celkový výsledek všech absolventů, u kterých byla hodnocena vhodnost oděvu. Z 53 hodnocených absolventů bylo vhodně oblečeno 56% a nevhodně 44%

	VHODNÝ ODĚV	[%]	NEVHODNÝ ODĚV	[%]
ŽENY	53	39	84	61
MUŽI	39	77	12	23
CELKEM	92	49	96	51

Tab. 5: Hodnocení oděvu na fakultě ekonomické TUL v roce 2010

V této tabulce je hodnocen vhodný a nevhodný oděv zvlášť u mužů a zvlášť u žen na ekonomické fakultě TUL v roce 2010. Výsledky jsou zpsány jak v číslech, tak v procentech. V tabulce je zvýrazněn poslední řádek, kde je celkový výsledek všech absolventů, u kterých byla hodnocena vhodnost oděvu. Vhodný oděv z 92 absolventů zvolilo 49% a nevhodný oděv 51%.

	VHODNÝ ODĚV	[%]	NEVHODNÝ ODĚV	[%]
ŽENY	0	0	1	100
MUŽI	90	85	16	15
CELKEM	90	84	17	16

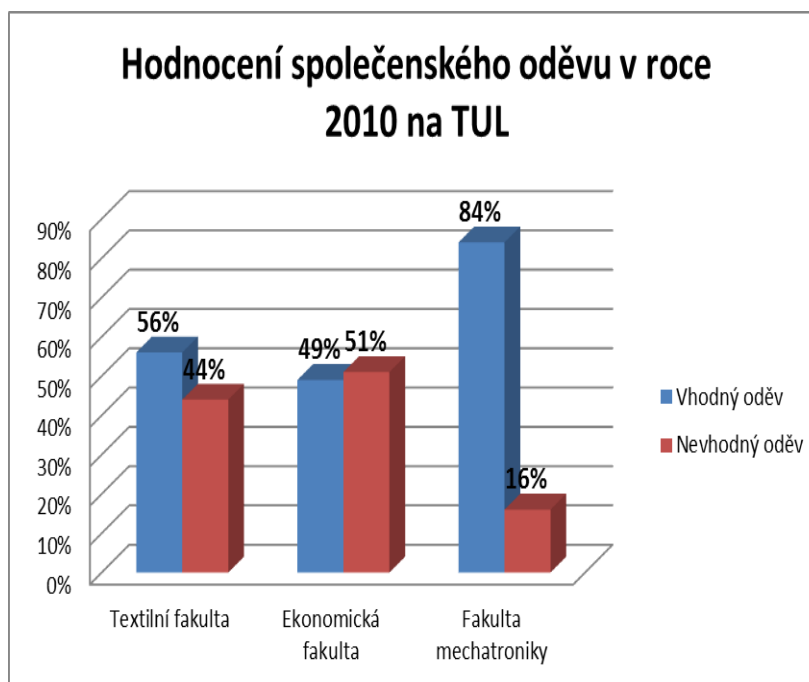
Tab. 6: Hodnocení oděvu na fakultě mechatroniky TUL v roce 2010

V této tabulce je hodnocen vhodný a nevhodný oděv zvlášť u mužů a zvlášť u žen na fakultě mechatroniky v roce 2010. Výsledky jsou zpsány jak v číslech, tak v procentech. V tabulce je zvýrazněn poslední řádek, kde je celkový výsledek všech absolventů, u kterých byla hodnocena vhodnost oděvu. Hodnoceno bylo celkem 90 absolventů, z nich bylo 84% oblečeno vhodně a pouze 16% nevhodně.

	VHODNÝ ODĚV	[%]	NEVHODNÝ ODĚV	[%]
ŽENY	15	31	33	69
MUŽI	29	85	5	15
CELKEM	44	54	38	46

Tab. 7: Hodnocení oděvu na Vysoké škole Karla Engliše v roce 2013, 2014

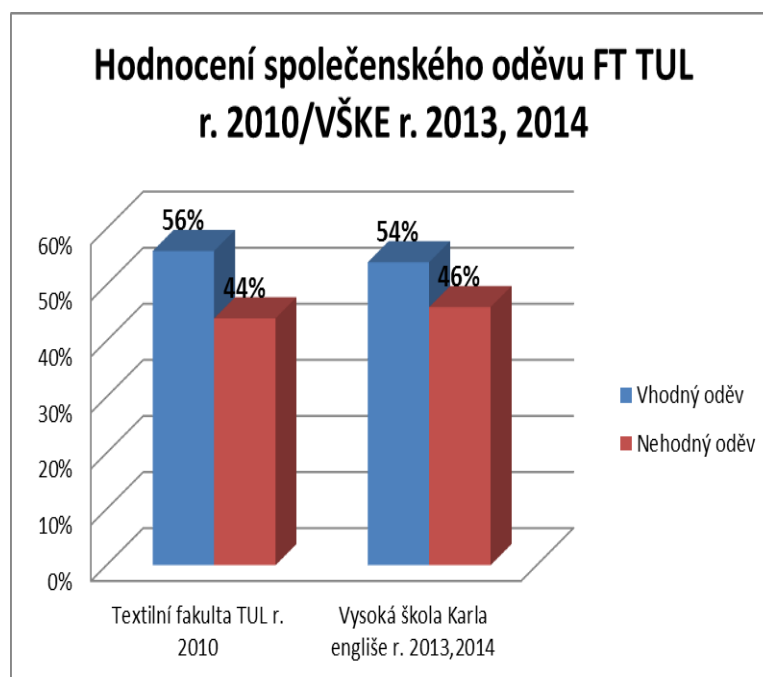
V této tabulce je hodnocen vhodný a nevhodný oděv zvlášť u mužů a zvlášť u žen na VŠKE v roce 2013 a 2014. Výsledky jsou zpsány jak v číslech, tak v procentech. V tabulce je zvýrazněn poslední řádek, kde je celkový výsledek všech absolventů, u kterých byla hodnocena vhodnost oděvu.



Obr. 10: Hodnocení společenského oděvu v roce 2010 na TUL

Na tomto obrázku je graf vhodného a nevhodného oděvu k promócím daných fakult TUL v roce 2010. Vhodný oděv mělo z hodnocených osob nejvíce absolventů fakulty mechatroniky a to 84%, za nimi se řadí fakulta textilní s 56% a jako poslední je

fakulta ekonomická s 49%. Nevhodný oděv zvolilo v roce 2010 nejvíce hodnocených absolventů z fakulty ekonomické s 51%.



Obr. 11: Hodnocení společenského oděvu FT TUL v r. 2010/ VŠKE v r. 2013, 2014

Na tomto obrázku je graf kde se porovnává společenské odívání absolventů FT TUL v roce 2010 a proti tomu absolventi VŠKE z roku 2013 a 2014. Vhodný oděv v roce 2010 zvolilo 56% hodnocených absolventů FT TUL a podobně v roce 2013 a 2014 54% hodnocených absolventů z VŠKE.

V porovnání FT TUL a dalších dvou fakult TUL, měla nejvyšší procento vhodně oblečených absolventů fakulta mechatroniky. Na fakultě mechatroniky studují v převážné většině muži. Ženy na této fakultě studují také, ale v podstatně nižším počtu. Naopak na fakultě textilní je při promociích většinou více absolventek, které volí ve vyšší míře nevhodný oděv. Fakulta textilní, fakulta ekonomická a VŠKE měly výsledky podobné. Vhodně oblečených absolventů, kteří byli hodnoceni, bylo přes 50%. Tyto výsledky jsou ovšem spíše negativní. Promoce je slavnostní společenská událost a dle etikety by měl být vhodný oděv 100%.

Zajímavé řešení našla například Vysoká škola Managementu Newton college, která v roce 2008 uspořádala pro své absolventy neformální promoce viz. obr. č. 15.

Řešením problému s nevhodným odíváním na promoce by také mohla být možnost talárů. Taláry se využívají v zahraničí, a i v české republice lze najít vysoké školy, kde absolventi promují v talárech. Ukázkou může být Moravská vysoká škola Olomouc viz. obr. č. 16.

Další možná řešení pro FT TUL jsou uvedena v kapitole č. 9.



Obr. 12: Newton college- neformální promoce.

[17]

Na tomto obrázku je vidět promoce v neformálním oděvu. Etiketa odívání v tomto případě nehraje roli. Tím, že je promoce neformální, nelze označit žádný oděv za nevhodný a je to jedno z řešení, jak předejít nevhodnému odívání z pohledu etikety.



Obr. 13: Moravská vysoká škola Olomouc- promoce v talárech.

[18]

8. JAKÝM PROHŘEŠKŮM BY SE MĚLO PŘEDCHÁZET

Při hodnocení absolventů TUL byly zaznamenané také chyby, kterých se absolventi při odívání na promoce nejčastěji dopouští. Charakterizování těchto prohřešků může být zohledněno v příručce pro vhodné odívání absolventů. Tím se může budoucím absolventům pomoci v odívání na promoce, aby zvolili vhodný oděv slučující se s etiketou. Číselné vyjádření chyb vychází z hodnocení absolventů dle kritérií z tab. č. 1 v kapitole č. 6.

Promoce se na FT TUL konají nejčastěji v červnu, nebo v zimě nejčastěji v únoru. O jaké jde měsíce, zda o teplé letní nebo chladné zimní je vidět i na promociích, a to především na absolventkách. Při zkoumání fotografií měly některé absolventky v zimě kozačky a v létě zase letní sandále nebo ke kalhotám i sportovní obuv. Nalezenými skvosty byly u absolventek i kraťasy, které možná měly budít dojem společenských kalhot. U absolventů zde takový rozdíl není, ale také se stane, že některý z absolventů si na letní promoce „zapomene“ vzít kravatu, a k společenskému oděvu má vzdáleně i rozepnutá košile bez druhého dílu obleku- saka.

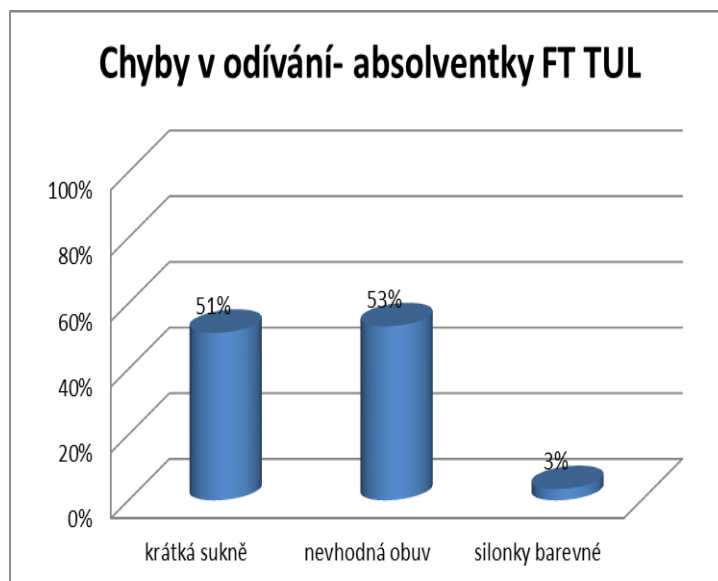
8. 1. Absolventky FT TUL

Vhodné odívání absolventek bylo hodnoceno na základě kritérií, která jsou uvedena v tab. č. 1 v 6. kapitole. Při hodnocení vhodnosti oděvu byla také zaznamenána četnost chyb, kterých se mohly absolventky dle kritérií dopustit.

Nevhodný oděv absolventek byl označen v případě:

1. Krátké sukně/šatů (kratší než cca 5 cm nad kolena)
2. Silonek, jejichž barva byla jiná než tělová
3. Bot na podpatku, které neměly uzavřenou špičku a patu

Výsledky jsou znázorněny v následujícím obrázku č. 17. Ze všech hodnocených absolventek FT TUL z let 2010, 2012 a 2015 bylo nevhodně oblečeno celkem 179 absolventek. Aby byl oděv absolventky označen za nevhodný, musel splňovat alespoň jeden bod z těch, které jsou uvedeny v této podkapitole (viz. výše). Absolventky tedy mohly splňovat buď jen jeden bod, nebo i všechny tři najednou.



Obr. 14: Chyby v odívání- absolventky FT TUL

Na tomto obrázku je graf, který znázorňuje, kolik procent hodnocených absolventek zvolilo nevhodný oděv, a to buď z důvodu krátké sukně/ šatů, nevhodné obuvi nebo silonek, které neměli tělovou barvu. Je tedy vidět, že 53% hodnocených absolventek zvolilo na promoce nevhodnou obuv. Dále 51% hodnocených absolventek zvolilo sukni nebo šaty, které byly kratší, než by měly podle etikety být. Jako poslední 3% hodnocených absolventek zvolilo u silonek jinou barvu, než tělovou.

Zřetel by měl být brán také na barvy a vzory oděvu. Dle etikety by měl mít vhodný oděv na promoce tlumené, elegantní barvy a jemné vzory. Při hodnocení absolventek, zda mají vhodný či nevhodný oděv, nebyl brán zřetel na barvy ani vzory. Absolventky by mohly zvolit v budoucnosti vhodné barvy i vzory díky příručce k vhodnému odívání, která je také předmětem této práce. Na FT TUL totiž bývá při promociích většinou více absolventek, než absolventů. Podle hodnocení společenského odívání absolventek může být řečeno, že právě ony rády kombinují barvy. Na kombinování barev není nic špatného, ale pokud by každá absolventka zvolila jiné pestré barvy v různých kombinacích, mohl by celkový pohled na tuto slavnostní událost připomínat spíše módní přehlídku.

8. 2. Absolventi FT TUL

Hodnocených absolventů FT TUL za rok 2010, 2012 a 2015 bylo podstatně méně, než hodnocených absolventek. Je to způsobeno tím, že na FT TUL studují ve vyšším počtu ženy.

Nevhodný oděv absolventů byl označen v případě:

1. Absence kravaty
2. Absence obleku
3. Absence košile
4. Absence společenských bot

Hodnocených absolventů na FT TUL bylo celkem 59, z nich bylo pouze 8 absolventů oblečeno dle bodů uvedených v této podkapitole (viz výše) nevhodně. Nejčastější chybou hodnocených nevhodně oděných absolventů bylo, že nezvolili vhodnou společenskou obuv. Absolventi měli místo společenské obuvi většinou nízké pánské boty, tmavé barvy, u kterých bylo ovšem jasné, že se nejedná o společenskou obuv. Z nevhodně oblečených absolventů FT TUL pouze jeden absolvent neměl kravatu a jeden měl nekompletní oblek s chybějícím sakem.

Opět by zde mělo být uvedeno, že při hodnocení vhodnosti a nevhodnosti oděvu, nebyly ani u absolventů brány v potaz barvy a vzory. Z hlediska etikety by ale barvy i vzory měly mít svůj význam. Absolventi by na promoce měli zvolit dle etikety buď tmavý oblek, nebo i oblek s odstíny světlejšími, například oblek šedé barvy. Nepřijatelné by měly být ale barvy jako například plážově bílá, hnědá, či pestré barvy (více viz kapitola č. 5.) Košile by měla být v jedné barvě, bez výrazných vzorů jako je například káro kostka nebo několikabarevné pruhy. Kravata by měla být sladěna jak s oblekem, tak i s košilí, aby byl konečný vzhled absolventa jednotný. Nevhodné jsou kravaty s obrázky z animovaných filmů či s podobnými motivy a vzory. Obuv by měla být dle etikety společenská a pouze černé barvy.

9. PŘÍRUČKA, JAK SE VHODNĚ OBLÉKNOUT NA PROMOCE

Součástí této práce a zároveň jedním z cílů práce je příručka vhodného oděvu na promoce. Příručka by mohla pomoci budoucím absolventům nejen FT TUL, ale i absolventům ostatních fakult TUL ve výběru vhodného oděvu na tuto slavnostní událost v souladu s etiketou. Podle výsledků, které jsou uvedeny v kapitole č. 6, vhodné odívání hodnocených absolventů FT TUL k promócím by mělo být výrazně vyšší. V této kapitole bude dále použito vlastních fotografií, které byly pořízeny fotografem Radimem Němečkem a Ladislavem Stárkem. Tyto fotografie mohou být názornou ukázkou pro absolventy FT TUL, jak se obléknout vhodně a jaký oděv by byl považován za nevhodný. K jednotlivým fotografiím budou přiřazeny poznámky či komentáře, které by absolventů FT TUL mohly také napomoci k zvýšení povědomí o etiketě společenského slavnostního odívání. Příručku by dále mohla také využít veřejnost složená z rodičů, přátel a dalších, kteří by si s odíváním na promoce nevěděli rady a chtěli by tak předejít možným chybám v odívání.

9.1. Příručka odívání k příležitosti promoce pro ženy

Vhodný oděv:

Dámský oděv vhodný k promoci, která je slavnostní společenská událost, má dle etikety několik základních pravidel, která by měla být dodržována. Tato pravidla zde budou vyjmenována a následně ukázána na fotografiích.

1. Délka sukně/šatů ke kolenům
2. Sílony pouze tělové barvy
3. Lodičky, uzavřené v přední i v zadní části boty
4. Elegantní barvy oděvu, například bílá, béžová, černá, šedá, tmavě modrá, tmavě zelená atd. Nevhodné jsou barvy jako žlutá, oranžová, růžová atd.
5. Jemné vzory na oděvu, vyhnout se barevným výrazným vzorům.
6. V případě kalhotového kostýmu, by měly být u kalhot vidět puky, aby bylo jasné, že se nejedná o kalhoty volnočasové.
7. Pokud by si dáma chtěla k šatům vzít rukavičky, pak ke krátkým šatům krátké rukavičky a k dlouhým šatům dlouhé rukavičky.
8. Elegantní doplňky, jako hodinky, náramky, náušnice, náhrdelníky, brože.



Obr. 15: Příručka- vhodný oděv ženy

V levé části tohoto obrázku byla zvolena sukně a top s dlouhým rukávem. Oděv splňuje všechny body, aby byl uznán jako vhodný na promoce. Sukně je dostatečně dlouhá, lodičky jsou uzavřené jak v přední, tak v zadní části boty. Sukně má vzor, který by se dal přirovnat ke vzoru „sůl a pepř“ a nestrhuje na sebe přílišnou pozornost. Top nemá hluboký výstřih a nepůsobí vyzývavě. Samozřejmostí jsou silonky v tělové barvě. Jako doplňky byly zvoleny elegantní hodinky, náramek, náušnice a náhrdelník.

V pravé části je obrázek podobný, pouze byla zaměněna sukně a doplňky. Tato sukně také splňuje předepsanou délku dle etikety. Sukně má na sobě barvy černou a starorůžovou a působí klidným, elegantním dojmem. Vzor na této sukni jsou drobné černé kytičky, které nijak nenarušují celkový vzhled. Sukni byly přizpůsobeny doplňky, které zjemňují celkový vzhled, proti levému obrázku, kde je použita pouze barva černá.

Na tomto obrázku je vidět, že lze vybírat z několika variant oděvu, podle toho, jaký má kdo styl, a co se komu líbí.



Obr. 16: Příručka- vhodný oděv ženy

Na tomto obrázku byl v levé části zvolen letní kostýmek se sukní, která má vhodnou délku. Kostýmek má světle modrou barvu a je ze stejného materiálu. Ke světlé barvě kostýmku byly zvoleny béžové uzavřené lodičky, které k oděvu ladí. Tento kostýmek je vhodný na promoce konající se v teplém letním období.

V pravé části obrázku byly zvoleny černé šaty, kde délka sukně sahá až pod kolena a dle etikety je tato délka vhodná. Lodičky byly zvoleny černé, ale mohly by být použity i lodičky hnědé, ve stejném odstínu, jako pásek. Hnědý pásek dodává šatům „šmrnc“ a šaty tak nepůsobí smutně. Tyto šaty lze obléci jak na promoce v letním období, tak na promoce v zimním období. V chladném počasí je možno k šatům obléci černé sako, které zahálí ramena a ruce.

I v tomto případě lze vybírat oděv s různými barvami, střihy, nebo jemnými vzory, aby vyhovovaly stylu a módě dané osoby.

Nevhodný oděv:



Obr. 17: Příručka- nevhodný oděv ženy

Foto vpravo [16]

Na tomto obrázku je ukázka nevhodného oděvu. V levé části obrázku byly zvoleny béžové šaty. Tyto šaty působí dojmem, že jsou v souladu s etiketou, ale podle pravidel etikety, jsou šaty příliš krátké. Vše ostatní je v souladu s etiketou. Protože jsou šaty krátké, mohlo by při promociích dojít k nepříjemným situacím. Pokud by si takto oblečená absolventka šla pro získaný diplom, mohly by se šaty během chůze vyhrnout ještě výše, protože jsou šaty upnuté. V průběhu chůze, před všemi zúčastněnými, by pak absolventka mohla být nesvá při stahování šatů za každým krokem. Další nepříjemný pocit by mohl být, při úkloně akademickým funkcionářům a veřejnosti, aby nebylo u příliš krátkých šatů vidět více, než by mělo.

V pravé části obrázku byly zvoleny šaty, které jsou příliš krátké a mají výrazný několikabarevný vzor. Špatně jsou zvolené také boty, které by měly být plně uzavřené.

9. 2. Příručka odívání k příležitosti promoce pro muže

Vhodný oděv:

Jak dámy, tak i páni mají základní pravidla, podle kterých by se měli řídit při výběru vhodného oděvu na promoce.

1. Oblek v jedné barvě, z jednoho materiálu. Může být dvoudílný i třídílný. Barvy například černé, tmavě modré, nebo i světlejší oblek například šedé bravy. Oblek by dle etikety mohl mít i jemný vzor s proužkem.
2. Společenská košile, která by měla být jednobarevná a buď bez vzoru, nebo s jemným, nevýrazným vzorem.
3. Kravata může mít více barev, ale měla by být v takových barvách, aby ladila s oblekem a košilí, bez výrazných motivů či obrázků.
4. Společenská obuv by podle etikety měla mít pouze černou barvu a páni by v těchto botách měli mít černé ponožky.
5. Elegantní doplňky, jako například manžetové knoflíčky či kožený pásek v barvě obuvi, tudíž černé.



Obr. 18: Příručka- vhodný oděv muži

Foto vpravo [16]

Na tomto obrázku je vidět na obou pánech oděv vhodný k promócím. Muž v levé části zvolil černý oblek, se sakem s dvěma knoflíčky, správně černou společenskou obuv, k obleku bílou košili a na závěr šedostříbrnou kravatu bez výrazného vzoru.

Muž v pravé části zvolil černý oblek s proužkem, se sakem s třemi knoflíčky, dále černou společenskou obuv, opět bílou košili a výraznou červenou kravatu, která by mohla vzhledu dominovat.

Nevhodný oděv:



Obr. 19: Příručka- nevhodný oděv muži

[16]

Na tomto obrázku jsou muži, kteří mají oba dva oděv na promoce absolutně nevhodný. V levé části obrázku je muž, který nemá oblek, nemá kravatu a košile by měla být dle etikety pouze jednobarevná a nejlépe bez vzoru. U košile je zblízka vidět, že má vzor káro kostky a má červeno bílou barvu.

V pravé části obrázku je muž, který také nemá oblek, ani kravatu. Vhodné jsou pouze společenské boty a košile, která by mohla být použita i u vhodného oděvu.

10. JAK ZVÝŠIT POČET VHODNĚ OBLÉKNUTÝCH ABSOLVENTŮ

Díky výsledkům z hodnocení společenského oděvu absolventů vyplynulo, že odívání absolventů TUL k promócím je nedostatečné. Absolventi ve velkém počtu volí oděv, který se neslučuje s etiketou. Promoce je slavnostní společenská událost, která je také součástí etikety a mělo by se k ní přistupovat s vážností.

Aby se v budoucnu zvýšil počet vhodně oděných absolventů na promoce, bylo cílem této práce poukázat na chyby, kterých se absolventi při odívání na promoce dopouštějí a sestavení příručky pro absolventy, jak se vhodně obléknout na promoce. Tato příručka by měla absolventům poskytnout informace o tom, jaký oděv je považován za vhodný a jaký oděv není. V příručce jsou také názorné ukázky fotografií, jak by měl vhodný či nevhodný oděv vypadat. Aby byla příručka efektivní, bude zde navrženo několik řešení, jak příručku mezi studenty rozšířit, aby se jim dostala dříve, než se budou absolventi promoce účastnit.

V této kapitole bude také mimo příručku vhodného oděvu na promoce navrhnutá také jiná řešení, která by mohla do budoucna zvýšit počet vhodně obléknutých absolventů.

10. 1. Návrhy k rozšíření příručky mezi absolventy TUL

Aby příručka mohla plnit svoji informativní funkci ohledně odívání absolventů na promoce TUL, bude zde uvedeno několik variant, které by mohly pomoci k rozšíření této příručky mezi co nejvíce absolventy.

Bylo zjištěno, že studijní oddělení textilní fakulty zasílá všem absolventům pozvánku přes portálovou aplikaci IS/STAG "Hromadný e-mail". Formou tohoto emailu ovšem nelze zasílat přílohy, ale mohl by být vložen odkaz s webovou adresou odkazující absolventy na příručku o vhodném odívání absolventů na promoce, která by mohla být dostupná ke stažení na stránkách textilní fakulty.

Zjištěno bylo také to, že v pozvánkách FT TUL k promócím určených jak pro absolventy, tak veřejnosti, není žádná zmínka o vhodném oděvu na tuto slavnostní událost. Pozvánka lze najít na webových stránkách textilní fakulty, kde si ji může každý

přečíst. Na pozvánce by tedy mohl být dodatek, jaký oděv je na tuto událost vhodný nebo opět na odkaz, kde lze najít příručku k vhodnému odívání na promoce.

Jak bylo již zmíněno výše, mohla by být příručka vhodného odívání na promoce dostupná na webových stránkách textilní fakulty, kde by byla volně ke stažení.

Další variantou rozšíření informací o vhodném oděvu na promoce by mohla být krátká přednáška pro studenty 3. a 5. ročníků textilní fakulty, která by probíhala v rámci vyučování. Délka přednášky by mohla být něco okolo deseti až patnácti minut, aby nenahradila výuku daného předmětu, v rámci kterého by byla přednáška uskutečněna.

Technická univerzita v Liberci má také své stránky na sociálním portálu facebook, která informuje studenty i veřejnost o událostech týkajících se TUL, jako například různé události, soutěže, přednášky a mnoho dalšího. Zde by mohl být také před blížícími se promocemi upozorněno na vhodné odívání absolventů na promoce a k tomu přiložen odkaz k příručce o vhodném odívání absolventů TUL.

Jako posledním návrhem pro rozšíření příručky vhodného odívání pro absolventy by mohlo být umístění upravené příručky na informačních místech TUL. Patří sem například nástěnky u studijního oddělení FT TUL, nebo volně dostupné nástěnky u menzy v budově F nebo H. Pokud by studenti neměli čas číst si vytištěnou a vyvěšenou příručku, mohl by zde být opět internetový odkaz, kde lze příručku volně stáhnout.

10. 2. Možné řešení v budoucnosti- taláry

Na některých školách v české republice, již dnes absolventi promují v talárech. Příkladem může být Moravská vysoká škola Olomouc (viz. kapitola č. 7). Prodejem či půjčením talárů se v české republice zabývá například majitelka půjčovny a prodejny talary.cz Olga Fialová. Na webových stránkách lze najít informace, že taláry lze buď zakoupit, nebo pouze zapůjčit. V každém případě se ale z hygienických důvodů nezapůjčují čepice, tu by si měl každý absolvent zakoupit. Po kontaktování majitelky Olgy Fialové bylo zjištěno:

	Talár 1 ks	Čepice 1 ks
zapůjčení	170 Kč	nelze
koupě	700 Kč	280 Kč

Tab. 8: Cena talárů

V této tabulce je vidět, že lze talár buď zakoupit, nebo zapůjčit. Pokud by si talár měl absolvent zapůjčit, cena zapůjčeného taláru od firmy by byla 450 Kč, není zde ale započítána doprava, pokud by si firma za tuto službu peníze účtovala. V případě zakoupení celého taláru by absolvent zaplatil 980 Kč, kde také není započítána doprava. Levnější varianty zapůjčení, ani zakoupení nejsou u této firmy možné.

Pokud by se výsledné ceny zapůjčených i zakoupených talárů porovnaly s cenou šály, která je sjednocujícím prvkem absolventů TUL, znamenalo by jen zapůjčení taláru pro absolventa TUL dvojnásobnou hodnotu, než cena šály, která stojí 200 Kč. Tato cena by mohla být pro absolventa příliš vysoká, a pokud by si měl vybrat z daných možností, bylo by možné, že by zvolil právě šálu, která je nejlevnější variantou.

V rámci této práce proběhlo písemné dotazování pomocí emailu vedení textilní fakulty, kde byla i otázka, jaký má daná osoba názor na zavedení talárů pro studenty FT TUL. Na tuto otázku odpovídala děkanka FT a proděkani takto:

Děkanka:

Ing. Jana Drašarová, Ph.D.: „O talárech pro studenty jsem uvažovala, když jsem zaváděla tzv. promoční šály. Ty působí především sjednocujícím dojmem a zároveň jako upomínkový předmět pro absolventy. Taláry jsem zavrhla z těchto důvodů: velké pořizovací náklady (až tisíce korun, studenti mají problém platit 200 Kč za šály), problémy s čištěním, velikostním sortimentem, organizace promoci (do poslední chvíle se neví, kdo přijde, většinou není mnoho času na případné zkoušení apod.)“

Proděkani:

Ing. Jindra Porkertová: „Levné šušťákové" taláry vypadají hrozně. To raději studenty s promoční šálou, než v levném nepadnoucím hábitu. Navíc nikdo by náklady

na taláry zcela jistě hradit nechtěl. Varianta "půjčovacích" taky není ideální - údržba a skladování velkého množství talárů je taky složitá a nákladná.“

Ing. Renáta Němčoková: „Taláry bych nedoporučovala: velké pořizovací výdaje ať by to byla fakulta či student. Organizační zajištění složité při samotných promoci, různý počet studentů v daném roce. Padnutí taláru, tak aby byl slušivý, aniž by byl šit na míru je téměř nereálné (vlastní zkušenost, jako předseda senátu, který talár dědí po předchůdcích, talár na míru se šije pouze pro nejvyšší vedení TUL)“

Ing. Pavla Těšínová, Ph.D.: „Taláry potřeba nejsou. Nejsem zastáncem zavádění uniforem.“

Dle uvedených citací, by zavedení talárů bylo velmi náročné, jak z hlediska finančního, tak z hlediska absolventů, kterých by se taláry týkaly. Absolventi by nemuseli souhlasit s tak vysokou finanční částkou, kterou by si zaplatili taláry pouze na jeden den promoci, a po té by talár ležel ve skříni bez dalšího využití, i když by měl vzpomínkovou hodnotu.

10. 3. Možné řešení v budoucnosti- neformální promoce

Posledním uvažovaným řešením, jak zvýšit počet vhodně obléknutých absolventů na promoce je možnost promoci neformálních, kde by bylo předem na pozvánkách i po upozornění absolventů předepsán neformální oděv.

Tím, že by byl předepsán neformální oděv, by byli všichni studenti oblečeni vhodně. Trnem do oka by ale po té mohli být akademičtí funkcionáři, kteří mají v rámci statutu TUL předepsán jako vhodný oděv taláry. Neformálním oděvem by promoce také ovšem zcela ztratili slavnostní charakter.

Nejvhodnějším a nejjednodušším řešením jak zvýšit počet vhodně obléknutých absolventů by tedy mohla být právě příručka vhodného odívání na promoce. S využitím variant rozšíření příručky (viz. výše) by se tak tato příručka mohla dostat mezi mnoha budoucích absolventů a zvýšit tak v budoucnosti vhodné odívání absolventů TUL.

Závěr

Tato práce se zabývala analýzou odívání absolventů TUL na promoce s cílem vytvořit příručku k vhodnému odívání absolventů TUL k promócím. Aby bylo možné hodnotit odívání absolventů TUL, byly první stránky věnovány teorii o etiketě odívání, vlivu vývoje společnosti, neverbální komunikaci a společenskému slavnostnímu oděvu samotnému.

Analýza absolventů TUL byla provedena pomocí fotografií a videí, kde bylo hodnoceno odívání absolventů textilní fakulty, ekonomické fakulty a fakulty mechatroniky. Odívání absolventů na promoce bylo zaměřeno především na fakultu textilní, které se tato práce týká nejvíce. Odívání absolventů zmíněných fakult pak mezi sebou bylo porovnáno. Hodnocením bylo zjištěno, že odívání absolventů FT TUL je nedostatečné. Dále při porovnání zmíněných fakult měla nejlepší výsledné hodnocení fakulta mechatroniky. Fakulta textilní byla také porovnávána s Vysokou školou Karla Engliše, kde výsledné hodnocení dopadlo u obou podobně, ovšem s odíváním k promócím nedostatečným. Bylo zde také porovnání odívání na jiných vysokých školách pomocí fotografií, kde Vysoká škola Managementu Newton college zvolila promoce neformální, kde oděv absolventů byl předepsán neformální, tudíž byli všichni ve vhodném oděvu. Dalším příkladem byla Moravská vysoká škola Olomouc, kde její absolventi promovali v talárech, a tudíž byli také všichni oblečeni vhodně.

Analýzou vhodného společenského odívání na FT TUL bylo také zjištěno, jakých chyb se v odívání na promoce nejvíce dopouštějí absolventky a jakých absolventi.

V části týkající se příručky vhodného odívání na promoce bylo při její tvorbě použito informací týkající se etikety společenského slavnostního odívání a chyb, které byly analyzovány z hodnocení absolventů FT TUL. Jako názorná ukázka jsou v této práci vloženy fotografie s vhodným a nevhodným oděvem, dále rozdělené zvlášť na muže a zvlášť na ženy. Tím by budoucí absolventi mohli získat lepší představu o tom, jak vypadá oděv vhodný, a jak oděv nevhodný.

Poslední kapitola se zabývá tím, jak zvýšit počet vhodně obléknutých absolventů k promócím TUL. Jedním z řešení je uvedena právě příručka vhodného odívání na promoce, která byla také cílem této práce. Jsou zde uvedeny varianty toho, jak dosáhnout toho, aby si příručku přečetlo, nebo stáhlo z internetu co nejvíce absolventů TUL. Toto řešení je v práci považováno za nejvhodnější variantu. Další variantou zvýšení vhodně oděných absolventů TUL bylo zavedení talárů pro absolventy. Při průzkumu této varianty bylo zjištěno, že náklady na pořízení a zapůjčení talárů absolventy by mohly být pro absolventy vysoké a finančně náročné, než aktuální promoční šály. Tento postoj také potvrdili svými výroky členi vedení FT TUL, jejichž přesná citace byla součástí dané kapitoly. Jako poslední je uvedena varianta neformálních promocií, kde by absolventi nebyli vázáni na společenské slavnostní odívání. Toto řešení bylo ale také zamítnuto z důvodu, že by tak promoce ztratila svůj slavnostní charakter významné události v životě absolventa.

POUŽITÁ LITERATURA

- [1] SMEJKAL, V. a H. BACHRACHOVÁ. *Lexikon společenského chování*. Grada Publishing s.r.o., 2002. ISBN 80-247-0209-6.
- [2] Chování eu. [online] Dostupné z <http://www.chovani.eu/etiketa-a-jeji-historie/c57> [citace 9. 2. 2015]
- [3] ŠPAČEK, L. *Nová velká kniha etikety*. Praha: Mladá fronta a.s., 2008. ISBN 978-80-204-1954-5.
- [4] KREJČÍŘ, Miroslav. *Tak mluví tělo: jedinečný systém vizuálního jazyka 3AXIS*. 1. vyd. V Brně: Grifart, 2014, 165 s. ISBN 978-80-905337-5-2.
- [5] *Promoce- jak se připravit* [on-line] Dostupné z <http://www.mineralfit.cz/clanek/promoce-jak-se-pripravit> [citace 9. 2. 2015]
- [6] *Statut Technické univerzity v Liberci - IX. úplné znění ze dne 7. srpna 2014* [on-line] Dostupné z <http://webdev.ft.tul.cz/zamestnanci/legislativa/> [citace 16. 2. 2015]
- [7] *Symbolika ve smyslu odívání*. [on-line] Dostupné z <http://www.kht.tul.cz/items/TES//02%20Symbolika%20ve%20smyslu%20od%C3%ADv%C3%A1n%C3%AD.doc> [citace 10. 2. 2015]
- [8] VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie lidské komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-291-2.
- [9] Kdo je to? Kdo to byl? [on-line] Dostupné z <http://kdojeto.superia.cz/skolstvi/> [citace 16. 2. 2015]
- [10] Šaty na promoci [online] Dostupné z <http://promoce-saty.infoblog.cz/clanek/jake-zvolit-saty-na-promoci-19833/> [citace 10. 3. 2015]
- [11] Šatysukně. cz [online] Dostupné z <http://www.satysukne.cz/satysukne/eshop/10-1-Sukne/16-2-Spolecenske-sukne> [citace 10. 3. 2015]

[12] Spillsneová, M. *Image muže-poradce úspěšného muže*. Ikar Praha, spol. s.r.o. 1997. ISBN 80-7202-201-6

[13] Jak na knoflíky [online] Dostupné z <http://muzny.cz/jak-na-knofliky/> [citace 10. 3. 2015]

[14] Exnerová, S. *Komunikační dovednosti*. Technická univerzita v Liberci 2008. ISBN 978-80-7372-357-6

POUŽITÉ FOTOGRAFIE

[15] KODAK EXPRESS, Foto Art Kubát s.r.o.

[16] FOTO NEMECEK, Radim Němeček

[17] Vysoká škola managementu, Newton College [online] Dostupné z <http://www.newtoncollege.cz/fotogalerie/promoce-2008> [citace 20. 4. 2015]

[18] Moravská vysoká škola Olomouc [online] Dostupné z <http://www.mvso.cz/slavnostni-promoce-absolventu-mvso-album245.html> [citace 20. 4. 2015]

Seznam obrázků

Obr. 1: Vhodný oděv muži	27
Obr. 2: Vhodný oděv ženy	28
Obr. 3: Nevhodný oděv ženy	29
Obr. 4: Nevhodný oděv žena, muž	30
Obr. 5: Nevhodný oděv muži.....	31
Obr. 6: Vhodnost a nevhodnost oděvu celkem, ženy/muži FT TUL 2010.....	33
Obr. 7: Vhodnost a nevhodnost oděvu celkem ženy/muži FT TUL 2012.....	34
Obr. 8: Vhodnost a nevhodnost oděvu celkem ženy/muži FT TUL 2015.....	35
Obr. 9: Hodnocení společenského oděvu absolventů FT TUL 2010, 2012, 2015.....	37
Obr. 10: Hodnocení společenského oděvu v roce 2010 na TUL.....	41
Obr. 11: Hodnocení společenského oděvu FT TUL v r. 2010/ VŠKE v r. 2013, 2014..	42
Obr. 12: Newton college- neformální promoce.....	43
Obr. 13: Moravská vysoká škola Olomouc- promoce v talárech.	43
Obr. 14: Chyby v odívání- absolventky FT TUL	45
Obr. 15: Příručka- vhodný oděv ženy	48
Obr. 16: Příručka- vhodný oděv ženy	49
Obr. 17: Příručka- nevhodný oděv ženy	50
Obr. 18: Příručka- vhodný oděv muži	51
Obr. 19: Příručka- nevhodný oděv muži.....	52

Seznam tabulek

Tab. 1: Zvolená kritéria	32
Tab. 2: Hodnocení vhodného a nevhodného oděvu všech absolventek a absolventů rok 2010, 2012 a 2015 FT TUL	35
Tab. 3: Hodnocení absolventů FT TUL celkem za rok 2010, 2012, 2015	36
Tab. 4: Hodnocení oděvu na FT TUL v roce 2010.....	39
Tab. 5: Hodnocení oděvu na fakultě ekonomické TUL v roce 2010.....	40
Tab. 6: Hodnocení oděvu na fakultě mechatroniky TUL v roce 2010	40
Tab. 7: Hodnocení oděvu na Vysoké škole Karla Engliše v roce 2013, 2014.....	41
Tab. 8: Cena talárů.....	55

Vývoj odívání od 80. let 20. století až po současnost

80. léta 20. století ve světě

80. léta 20. století lze charakterizovat celosvětovým důrazem, který byl kladen na rozvoj materiálního blahobytu a ekonomické produkce. Moderní byl ten, kdo vydělával peníze, dobře se oblékal a politiku jednoduše házel za hlavu.

Hlavní znaky 80. let jsou vidět na ženách, které nosily ramenní vycpávky. Ty měly dodat ženě mužnější vzhled, ukázat nezávislost, sílu, ale především to, že dokáží být soběstačné a úspěšné ve světě mužů. Znakem této doby je odstranění stereotypu oblékání podle pohlaví. Ženy stíraly rozdíly, které do té doby rozdělovaly dámské a pánské oblečení na dvě zcela odlišné kategorie.

Inspirací k oblékání byly především hudební styly disko nebo také rock. Svůj vliv zde také sehrály světové kultury, a to nejvýrazněji kultura japonská.

Mužský šatník oplýval barevností. Původní konzervativní styl byl nahrazen novými střihy, novými látkami, novými styly. Oblíbenost džínových kalhot v kombinaci se sakem můžeme vidět dodnes. Ve zkratce originalita, upoutání pozornosti, být viděn, to bylo to, po čem každý toužil.

80. léta 20. století na území ČR

Při pohledu zpět na Československo v 80. letech si každý vybaví, ať z vlastní zkušenosti nebo z dějepisu, okupaci sovětskými vojsky, sovětskou totalitu, cenzuru, diktaturu Komunistické strany a nesvobodu. Nespokojenost vyvrcholila v roce 1989, kdy došlo k pádu normalizačního režimu v Československu.

Tyto okolnosti měly vliv na odívání na území Československa. Projevilo se to především na omezeném sortimentu v oblasti oděvů. Jelikož nebyla nabídka dostatečně široká, mnoho žen i dívek si své oděvy upravovalo, šily nebo pletly zcela nové kousky podle tipů a předloh z časopisů. Oblíbeným oblečením žen této doby byly balonové sukně, námořnická sáčka, kalhoty nahoře široké a dole úzké nazývané se „mrkváče“. Samozřejmě u většiny blůzek, sáčků i šatů nesměly chybět ramenní vycpávky. Ovšem

režim, který panoval, způsoboval nedostatek zboží, mezi něž patřily i právě módní ramenní vycpávky. Ženským společenským oděvem byla kombinace bílé halenky s možností krajky, černé sukně a bílých silonek. Muži oblékali na formální události jednobarevný oblek tvořený jednořadovým sakem, vestou a dlouhými kalhoty.

Dalším důležitým znakem je džínovina. Nejoblíbenějším odíváním mladých byly právě džínsy v kombinaci s barevným bavlněným tričkem. Nosily se jak džínsové kalhoty, tak džínsové bundy a ženám nemohla chybět ani džínsová sukně. Celému vzhledu korunovaly výrazné doplňky jako pásky, knoflíky, u žen fosforové legíny nebo různé kožené doplňky ovlivněné rockem.

Za zmínku stojí i styl disko, který se také odrazil na tehdejší odívání. To znamená velké množství blyštivých doplňků i materiálů zlatavých či stříbrných barev. Nejvýraznějšími byly flitry, jež byly našity na blůzy, trička, sukně, kalhoty nebo tam, kam se to zrovna hodilo. Barvám se meze nekladly, což bylo vidět na složení barevné palety. Ta byla tvořena pastelovými, fosforovými barvami.

90. léta 20. století ve světě

Celá 90. léta měla ve znaku rozvoj technologií. Vývoj těchto let byl ovlivněn počítači, internetem i mobilními telefony. Internet umožňoval rychlé zpracování informací, snadnou dostupnost a spojení s nespočtem kultur z různých zemí. Neznámé kultury se tak staly novou inspirací, které se chopili módní návrháři. Informace proudící virtuálním světem se postupem času staly nezbytnou součástí života velkého množství lidí. Tedy lidí, kteří byli schopni učit se těmto novým technologiím.

90. léta byla velmi průlomová v oděvním průmyslu. Vznikaly nové materiály, směsi materiálů, nové úpravy, které se používaly při výrobě oděvů. Pro komfortní používání bylo díky novým technologiím možné snižovat celkovou hmotnost hotového výrobku. Také rozdíl mezi přírodními a syntetickými výrobky nebyl téměř znatelný. Oděvní materiály byly příjemné na omak, pohodlné a snadno se udržovaly.

Diskutovaným tématem byla v této době také ekologie z důvodu znečišťování životního prostředí. Na části znečištění se podílela právě i technologie výroby textilního zboží. Toho samozřejmě využilo mnoho módních návrhářů pyšnicích se kolekcemi

ekologických oděvů. Za ekologický oděv se mohl považovat oděv vytvořený z recyklovaných materiálů, z nákupních tašek a ze starých látek všeho druhu.

Lidé v této dekádě získali více volného času, což se projevilo na sportovních aktivitách, jejichž popularita začala stoupat. Zájem o sport vyvíjel tlak na oděvní průmysl, aby vyhověl zvyšujícím se požadavkům pohodlí při sportu. Důraz zákazníků byl kladen spíše na kvalitu, než na kvantitu. Sportovní značky spolupracovaly se sportovními celebritami, hvězdami, které se staly jejich tvářemi. S pomocí těchto slavných tváří se obchodní značky vryly do podvědomí zákazníků, díky čemuž se zvyšovala prodejnost výrobků. Znamé se staly například obchodní značky Adidas, Puma, Nike nebo třeba také Reebok.

Móda v 90. letech nebyla jednotná, nosilo se vše, co se komu líbilo. Návrháři se předháněli, kdo bude mít originálnější kolekci. Módní byly kombinace všech možných stylů, trendů, které byly ovlivňovány hudbou, filmy, celebritami, módou předešlých etap, způsobem života, sportem, prostředím, kulturou a tak dále. Úlohu také sehrály erotické detaily, které podtrhovaly ženskou sexualitu. Oblibu si tak získaly i elastické materiály, díky nimž se dávaly na odiv ženské křivky.

Dostupnějšími se staly drahé luxusní zahraniční značky známých návrhářů jako levnější kopie vyrobené na východě. Nehledě na to, se začala přikládat poměrně velká důležitost oděvním značkám, za jejichž logo a kvalitu byli zákazníci ochotni zaplatit vyšší cenu. Kdo měl originál, byl „in“.

90. léta 20. století na území ČR

Pro Českou Republiku se stala 90. léta významným mezníkem v dějinách, kdy v roce 1993 vznikla samostatná Česká Republika a v roce 1999 se stala členem severoatlantické aliance. Propojením evropských i mimoevropských zemí se do ČR dostávalo stále více nových výrobků nejen v oděvním průmyslu. Široká nabídka sortimentu rozpoutala dychtivost zákazníků, kteří si mohli volit mezi výrobky s různou cenou a kvalitou. Nejlepší variantou byla vysoká kvalita za nízkou cenu. Firmy začaly lákat zákazníky pomocí důkladně promyšlených reklamních kampaní s tvářemi známých osobností. Své místo si v domácnostech si našly televize, mobilní telefony i internet.

Oblíbené v 90. letech bylo vytahané oblečení, které spíše „plandalo“ a zakrývalo siluetu postavy. Nosily se mikiny a trika s dlouhým rukávem, přes které se natáhlo triko s rukávem krátkým. Nejvýraznějším stylem byl styl nazývaný se Grunge inspirovaný rockovými kapelami jako Nirvana a Pearl Jam. Patřily sem kostkované flanelové košile, otrhané džíny a vše co mělo ošuntělý, opotřebovaný vzhled. Barvy byly neutrální jako khaki, hnědá šedá nebo béžová. Oblíbenosti se těšily také boty „kecky“ se značkou Converse nejčastěji v černé barvě.

Téměř každý měl ve svém šatníku, šustřákovou bundu, či celou šustřákovou soupravu, oděv s kostkovaným nebo květinovým motivem a praktickou ledvinku. Častým oděvem bylo také sportovní oblečení, které se nosilo nejen při sportu, ale i v každodenním životě.

Vysoké podpatky, krátká trička nad pupík, sportovní podprsenky, těsné krátké šaty, či výstřih, to v 90. letech odstartovala oblíbená zahraniční skupina Spice girls, která se zmiňovaným oděvem prezentovala ve svých klipech. Ovlivněny byly hlavně mladé dívky, pro které byly členky Spice girls idoly.

21. století

Toto století by mohlo být charakterizováno jako nikdy nezastavující kolotoč, jehož věčnými věrnými zajatci jsou barvy, materiály, technologie, experimenty, kultury, nové i znova oprášené styly, jedinečnost, minulost, přítomnost, budoucnost a mnoho dalšího. Také celosvětová masová výroba oděvů, nakupování přes internet v nejzazších koutech světa, nespočet internetových obchodů, módních blogů, internetových časopisů, se dnes oblékáme.

Globalizace propojila svět v jednu celosvětovou společnost, kterou utváří jednotlivé národní společnosti, jež na sebe vzájemně působí a ovlivňují se. Ve 21. století se oblékání žádné meze nekladou. Co je dnes „módní“ nemusí být zítra pravdou, protože móda dnes nemá žádné hranice, které by nemohly být prolomeny. Nepřekvapí nás ani staré oděvy ve skříni, které ztratily „módnost“ a o pár let později světe div se, móda je zpět, jejíž vrchol tvoří právě oděv ležící léta ve skříni.

Oblékání ve 21. století je vlastně řečí, která vypráví, jaký má daný jedinec postoj k životu, jaký vyznává styl, víru, jeho postavení ve společnosti, zda se řídí právě

aktuální módou nebo oblékání neřeší a jednoduše na sebe něco „hodí“. Módou dnes ovlivňují zejména celebrity, světového i národního významu, hudební skupiny s jejich styly, proslulí světoví návrháři, země s historickými kořeny módy, tradiční kultury s přísným kodexem odívání a stejně tak významně také bio, eko oděvy a celková šetrnost k životnímu prostředí.

Dnešní šatník sestává z oděvů vhodných pro různé příležitosti. Základní rozdělení je oděv formální a neformální. Oděv formální, vhodný do zaměstnání, obchodní večírky či setkání, na slavnosti, na kulturní akce nebo všude tam, kde je předepsán. Dále oděv neformální, kam se řadí veškerý oděv volnočasový. Ovšem hranice mezi formálním a neformálním oděvem jsou dnes stírány volností, která není v podstatě ohraničena. Není tedy překvapením, že současná společnost je více než různorodá. Všechno je povoleno. Jen si zvolit svůj styl, který vystihuje jedinečnost dané osoby. [1], [2], [3], [4]

Symbolika barev

Co jednotlivé barvy vyjadřují:

- **Bílá**

-vyjadřuje čistotu, pořádek, nevinnost, ale zároveň může působit nejistě a neurčitě.
- **Černá**

- vyjadřuje smutek, je to barva smrti, zániku, popírá pestrost života. Proti tomu je ale také slavnostně vášnivá, lesk jí dodává eleganci, působí důstojně, tajemně a přísně.
- **Šedá**

- je spojována s chudobou, neutralitou, klidem a z hlediska emocí působí odtažitě s nedostatkem citů.
- **Hnědá**

-jako představa jistoty a pořádku, domova, tradice, zdrženlivosti. Působí vážně, zemitě a přirozeně.
- **Žlutá**

-povzbuzuje, osvobozuje, přináší uvolnění, pocit souladu, harmonie, působí vesele a otevřeně. To vše jako symbol slunce, které si pod touto barvou představíme. V negativním smyslu může vyjadřovat povrchnost či přelétavost.
- **Červená**

- je vzrušující, energická, silná, mocná, spojená s představami ohně, krve, nebezpečí, lásky nebo vášně. Červená se také často spojuje se vztekem a nenávisť.

- Purpurová

-na nás působí důstojně, hrdě, vznešeně, povzbudivě, slavnostně. Dále také vytváří představu spravedlnosti, majestátu a moci.

- Fialová

-vyjadřuje tajemno, dramatičnost, pokoru, skromnost nebo třeba žal, i znepokojení.

- Modrá

- je barva klidu, důvěry, míru, jistoty. Asociuje nekonečné nebe, jež se nám rozprostírá nad hlavou. Další asociací může být i led, což působí chladně, odtažitě, pasivně.

- Zelená

-působí přirozeně, občas je spojována s chladem, vlhkem, tichem přírody. Je to barva ekologie a růstu. Uklidňuje, je přátelská, dává pocit bezpečí a naděje. [5], [6]

Dresscode

Black tie

Black tie v doslovném překladu znamená černá kravata. Pod pojmem black tie se od pánů vyžaduje smoking, u dam se očekávají dlouhé večerní společenské šaty. Co se týče barev, nemusí být pouze černá, ale také módní barvy jako fialová, vínová, či tmavě modrá. Pokud se jedná o komornější událost, lze také použít koktejlové šaty.

White tie

Tento výraz v sobě skrývá velmi formální událost. Je vyžadován frak s bílou košilí, vestou, bílým motýlkem a samozřejmě černé lakýrky. Pro ženy je vhodným oděvem dlouhá večerní róba.

Ultra-formal

Ultra-formal neboli velmi formální. To se rovná white tie a opět tedy bude potřeba velice formální společenské šaty.

Formal

Obvykle platí stejná pravidla jako u black tie. Pokud se jedná o volnější událost, může být outfit odlehčen. Pánové mohou zvolit smoking pouze s černou košilí bez kravaty. Dámy si mohou zvolit koktelové šaty, dlouhé večerní společenské šaty či elegantní večerní kostýmek.

Creative black tie

Creative black tie říká, že půjde o formální událost, ale zároveň zde je prostor ke kreativnímu přístupu dané osobnosti a oděv lze kombinovat se žhavými módními trendy týkajícími se večerního oblečení. Jsou-li v módě např. luxusní dlouhé úplety, nebude nepatřičný kvalitní a elegantní svetřík s dlouhou sukní. Pro pány je vhodný smoking včetně bílé košile, ale ta může být nahrazena černou bez motýlku.

Semi-formal

Znamená, že velké večerní společenské šaty nebo smoking zde nejsou vhodné. Zde se řídí především časem, ve kterém se událost koná. Je-li začátek po 18. hodině, jsou u žen vhodné koktejlové šaty a u pánů tmavý oblek. Pokud se událost koná dopoledne nebo odpoledne, ženy na sobě mohou mít elegantní kostýmek. Páni oblékají oblek, který ale nemusí být nutně tmavý.

Cocktail

Říká, že se jedná o koktejlový večírek a podle něj pojmenované koktejlové šaty. Šaty mají elegantní, krátký střih a jsou vyrobeny z vytříbeného materiálu. Důležité jsou i elegantní doplňky v podobě lodiček na vysokém podpatku a malé kabelky.

Dressy casual

Pojem dressy casual se překládá jako nedbalá elegance. Organizátor tím chce naznačit, že je na místě elegance, ale s formálností se to nemusí přehánět. V praxi to znamená zajímavé šaty nebo kostýmek s rafinovanými detaily, jako je krajkový top nebo lesklé halenky. Sáhnout se může také po saténu nebo sametu. [7]

PŘÍLOHY POUŽITÁ LITERATURA:

- [1] MACHLOVÁ, J. *Módou posedlí*. Břeclav: Moraviapress a.s., 2002. ISBN 80-86181-47-2.
- [2] TYLÍNEK, P. *Základní etapy vývoje oděvní kultury*. Technická Univerzita v Liberci 2003. ISBN 80-7083-784-5.
- [3] SKARLANTOVÁ, J. *Od fíkového listu k džínům*. Grada publishing s.r.o, 1999. ISBN 80-7169-785-0.
- [4] MACKENZIEOVÁ, M. *...Ismy: Jak chápat módu*. Slovart s.r.o, 2010. ISBN 978-80-7391-399-1
- [5] *Symbolika barev*. [on-line] Dostupné z <http://www.magia.estranky.cz/clanky/symbolika-barev.html> [citace 10. 2. 2015]
- [6] *Psychologie barev- symbolika barev*. [on-line] Dostupné z <http://www.onlio.com/clanky/psychologie-barev-2.html> [citace 10. 2. 2015]
- [7] Společenské šaty [online] Dostupné z <http://www.spolecenske-saty.cz/dress-code> [citace 10. 3. 2015]