

Věčná ženskost

Bakalářská práce

Studijní program:

B3107 Textil

Studijní obor:

Textilní a oděvní návrhářství

Autor práce:

Anastasiia Makarska

Vedoucí práce:

doc. ak. mal. Svatoslav Krotký
Katedra designu





Zadání bakalářské práce

Věčná ženskost

Jméno a příjmení: Anastasiia Makarska
Osobní číslo: T16000426
Studijní program: B3107 Textil
Studijní obor: Textilní a oděvní návrhářství
Zadávající katedra: Katedra designu
Akademický rok: 2019/2020

Zásady pro vypracování:

1. Rešerše na téma věčná ženskost.
2. Vytvoření návrhů oděvů pro ženy v různých životních fázích.
3. Vytvoření návrhů na tisk k tématu.
4. Provedení materiálových zkoušek a vytvoření konstrukce oděvů.
5. Realizace návrhů.
6. Vytvoření fotodokumentace.

Rozsah grafických prací:
Rozsah pracovní zprávy:
Forma zpracování práce:
Jazyk práce:

tištěná/elektronická
Čeština



Seznam odborné literatury:

DUBY, G., PERROT, M., & SCHMITT PANTEL, P. (1992). A history of women in the West
PERROT, M., DUBY, G., & KLAPISCH-ZUBER, C. (1992). A history of women in the west: volume 2 :
silences of the Middle Ages. Cambridge, Harvard University
WILLIAMS, T. (2011). Inventing womanhood: gender and language in later Middle English writing.
Columbus, Ohio State University Press.

Vedoucí práce: doc. ak. mal. Svatoslav Krotký
Katedra designu

Datum zadání práce: 2. září 2019
Předpokládaný termín odevzdání: 10. srpna 2020

Ing. Jana Drašarová, Ph.D.
děkanka



Ing. Renata Štorová, CSc.
vedoucí katedry

V Liberci dne 25. května 2020

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, 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 nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

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

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má bakalářská práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

9. srpna 2020

Anastasiia Makarska

Abstrakt

Dnes ženskost není jen sukně, tichý hlas a měkké pohyby. Dnes žena může být oblečena v kalhoty, řídit mezinárodní společnost a zároveň vařit večeře a vychovávat děti. Ženskost dnes není jen péčí o své tělo, ale také o neustálé touze po vlastním rozvoji. Tématem této bakalářské práce je oděv inspirovaný subjektivním pohledem na současnou ženu. Hlavním cílem (práce) bylo zdůraznit, jak se změnil obraz ženy během století, co v sobě obsahuje ženskost a jak na ni dnes nahlížíme. Oblečení realizované v praktické části (této práce) je určeno pro ženy v různých životních fázích. Oděv je doplněn přenosovým tiskem a sítotiskem.

Klíčová slova: ženskost, móda, kýč, elegance, krása, textilní tisk.

Abstract

Nowadays, femininity is not just skirt, quiet voice and soft movements. Today, a woman can be dressed in trousers, run an international company and cooking dinner and raise children at the same time. Today, femininity is not only about taking care of own body, but also about constant desire for self-development. The topic of this bachelor's thesis is clothing inspired by a subjective view of the contemporary woman. The main goal of this this thesis was to emphasize how the image of women has changed over the centuries, what femininity contains and how we look at it today. The clothing produced in the practical part of this work is intended for women at different stages of their life. The clothing is complemented by digital printing and screen printing.

Key words: femininity, fashion, kitsch, elegance, beauty, textile printing.

PODĚKOVÁNÍ

Především bych chtěla poděkovat vedoucímu své bakalářské práce panu doc. ak. mal. Svatoslavu Krotkému za jeho cenné rady, podporu a čas při vedení této práce. Také bych chtěla poděkovat Jakubu Neufussovi za pomoc a užitečné rady při realizaci potisku textilií. Moc děkuju Tetianě Haddad za pomoc s fotodokumentací, inspirací a podporu během 4 let mého studia. Dále bych chtěla poděkovat svému manželu Ing. Nikiforu Asatiani za trpělivost a pomoc s českým jazykem. Největší mé díky však patří mým rodičům - Natalie Makarské a Oleksandru Makarskému za podporu během celého mého studia a možnost studovat v Čechách.

Obsah

I. Rešeršní část

Úvod.....	8
1. Ženskost.....	9
1.1 Ideál ženské krasy.....	9
1.2 Pohled na ženu ve středověké Evropě.....	12
2. Válka a móda.....	16
2.1 „New Look“ po válce.....	16
2.2 Vliv filmu a divadla na společnost a módu v poválečné éře.....	18
2.3 Nadčasová múza ženskosti Audrey Hepburnová.....	19
3. Vliv současné mody na vnímání ženskosti společnosti.....	23
3.1 Kýč.....	25
3.2 Poezie se vrací do módy.....	27

II. Praktická část

5. Inspirace.....	30
5.1 Návrhy oděvu.....	31
5.2 Popis kolekce, barevnost.....	33
5.3 Použité materiály.....	36
5.4 Technické nákresy.....	37
6. Tisk.....	42
6.2 Sítotisk oděvů.....	42
6.1 Přenosový tisk šátků.....	43
Závěr.....	45
Zdroje a použitá literatura.....	46
Příloha č.1 – Fotodokumentace.....	50
Příloha č.2 – Přehled vzájemných kombinací oděvných prvků kolekce.....	58
Příloha č.3 – Fotografie šátků.....	62

I. Rešeršní část

Úvod

Móda se vyvíjí a mění velmi rychle, někdy vypadá hezky a elegantně, někdy v ní převládá kýč a pro mnohé se móda zdá nepochopitelná. Ale poslední dobou se slavné módní domy více inspirují literaturou, například Shakespearovou dobou a jeho hrami. Ano, móda je velmi rozmanitá, ale každý vidí to, co chce vidět, protože móda je mnohostranná. Po analýze módních přehlídek za poslední dobu jsem vysledovala, že hodně designérů posílá společnosti nové „poselství“, trend směrem k eleganci a přírodní krase. Současná móda už dlouho nepřichází s ničím novým, ale mluví o minulosti, přítomnosti, budoucnosti svým vlastním jazykem.

Zvolila jsem si téma: *věčná ženskost*. Ve své práci jsem vytvořila oděvní kolekci inspirovanou svým subjektivním pohledem na moderní ženu.

Definice ženskosti je obzvláště důležitá. Jelikož kromě specifických vlastností nebo rolí žen, zároveň řeší koncepční otázku: „Co definuje ženu jako celek?“. Ženskost je významná v duchovním životě lidstva, má nesporný a velký vliv na vnímání ženy. Ženskost se před námi objevuje jako nejcennější fúze přírody, společnosti a humanity.

Vnímání pojmu „žena“ a podstaty ženskosti v různých obdobích lidského vývoje bylo velice proměnlivé a nejednoznačné. Světlé a temné tváře ženskosti procházejí celou historií kultury. Ale přes rozdíl ve výkladu těchto pojmů, četné vědecké studie ukazují, že ženy a ženskost jsou obvykle spojovány s přírodou, krásou, s tím, co si muž snaží podrobit a podřídit. V souladu s tradičními patriarchálními přístupy je ženskost spojována s vnější přitažlivostí, pokorou, neposlušností a závislostí. Čas se ale mění, ideály a role žen se mění, zejména od té doby, kdy žena získala své práva. Bohužel, ne ve všech zemích se žena nyní cítí svobodně – mentalita a tradice různých národů jsou velmi odlišné. Ve své práci jsem nezevšeobecňuju současný svět, avšak zohledním pouze Evropu, historii vývoje ženskosti v Evropě, jak se tady měnila, jakou roli hrála a hraje ve společnosti.

V praktické části své práce vytvářím obrazy soběstačné ženy, která dokáže nejen nakrmit rodinu, ale také řídit společnost, avšak tak, aby se zachovala ženskost. Protože všechno se mění velmi rychle, ale žena zůstává symbolem nového života, objektem inspirace, múzou, navzdory svým novým rolím, které nám zvykla diktovat moderní společnost. Porovnávám ženskost s módou. Jelikož, dle mého názoru, je stejně nepředvídatelná,

nepolapitelná, proměnlivá, mnohostranná, subjektivní a stále se mění. Ženskost nelze změřit a ona vždy vyvolává diskuze a obdiv.

1. Ženskost

Krása a ženskost nemají věk a tyto vlastnosti nelze vytvořit. Ženské kouzla nelze průmyslově vyrábět. Skutečná краса a ženskost jsou nadčasové.

- Marilyn Monroeová.

Ženskost, podle obecně přijímané definice je etická kategorie, která zahrnuje celkovou řadu jakostí očekávanou od ženy: emocionalitu, něžnost, klid, křehkost, upřímnost, věrnost [1]. Muž chce tuto ženu chránit a ochraňovat. Vlastnosti člověka jsou jako cihly, z nich se formuje osobnost člověka. Mužskost u mužů s mužskými vlastnostmi, ženskost s ženskými vlastnostmi u žen.

1.1 Ideál ženské krásy

Standardy a „ideály“ krásy žen se mění rychle. To, co bylo obdivováno před 400, 100 nebo 20 lety, nyní může přivádět do rozpaků. Ženy neustále mění svůj vzhled. Střídavě byly v módě dívky plné anebo velmi tenké. To bude pokračovat, stejně jako lidská přirozenost. Co bude módním v příštím desetiletí – člověk může jen hádat. To, co je považováno za ženský ideál, je definováno každou jednotlivou kulturou na základě toho, co tato kultura považuje za hodnotné, a často je předmětem intenzivní diskuze. Ženská краса – je pojem subjektivní a relativní. Každá éra měla svou vlastní představu o tom, jak má vypadat ideální žena.

Ve svých představách o ideálu ženské krásy byli primitivní lidé velmi pragmatičtí. Jejich hlavním zájmem bylo pokračování kmene. Proto žena byla jako stroj na výrobu a krmení potomků. Tehdejší ideální žena měla široké, silné tělo s velkými prsy, aby mohla odkojit zdravé děti. Pozoruhodně, hliněné figurky zobrazující tyto „primitivní Venuše“ nemají žádnou tvář. Tak staré umělce nezajímala estetika tváří žen, důležitější bylo silné, zdravé tělo a plodnost.

Čas se změnil, s ním se mění i ideál ženské krásy. Starověcí Egypťané považovali za ideál plochou brunetku s tenkým pasem a širokými rameny. Nefertiti – žena která měla chlapeckou postavu. Tenké obočí, výrazné oči (viz Obrázek 1-A). Egypťská královna Kleopatra byla též považována za ideál, královna měla dlouhý nos a tenké rty. Byla

schopna svým intelektem a vzděláním okouzlit muže a podmanit si je.

Ve starověkém Řecku oblečení zdůrazňovalo boky, tenký pas a hrudník. V antické době ideálem ženské krásy stává Venuše Mélská sochařa Alexandra z Antiochie (viz Obrázek 1-B). Aktivně se propaguje myšlenka fyzické dokonalosti. Řekové dokonce vypočítali vzorec pro krásu ženského těla, což udává vzájemný poměr velikosti nohou, rukou a dalších částí těla vůči sobě. Tvář řecké krásy měla být symetrická a vyvážená, s velkýma očima a rovným nosem.

Ve středověké Evropě se západoevropským ideálem krásy stává bledá a hubená žena. Fyzická dokonalost je považována za hřích, dáma s miniaturními ručičkami, zatažena do korzetu byla ideálem krásy. Portrét ženy, jehož autorem je malíř Rogier van der Weyden (viz Obrázek 1-C).

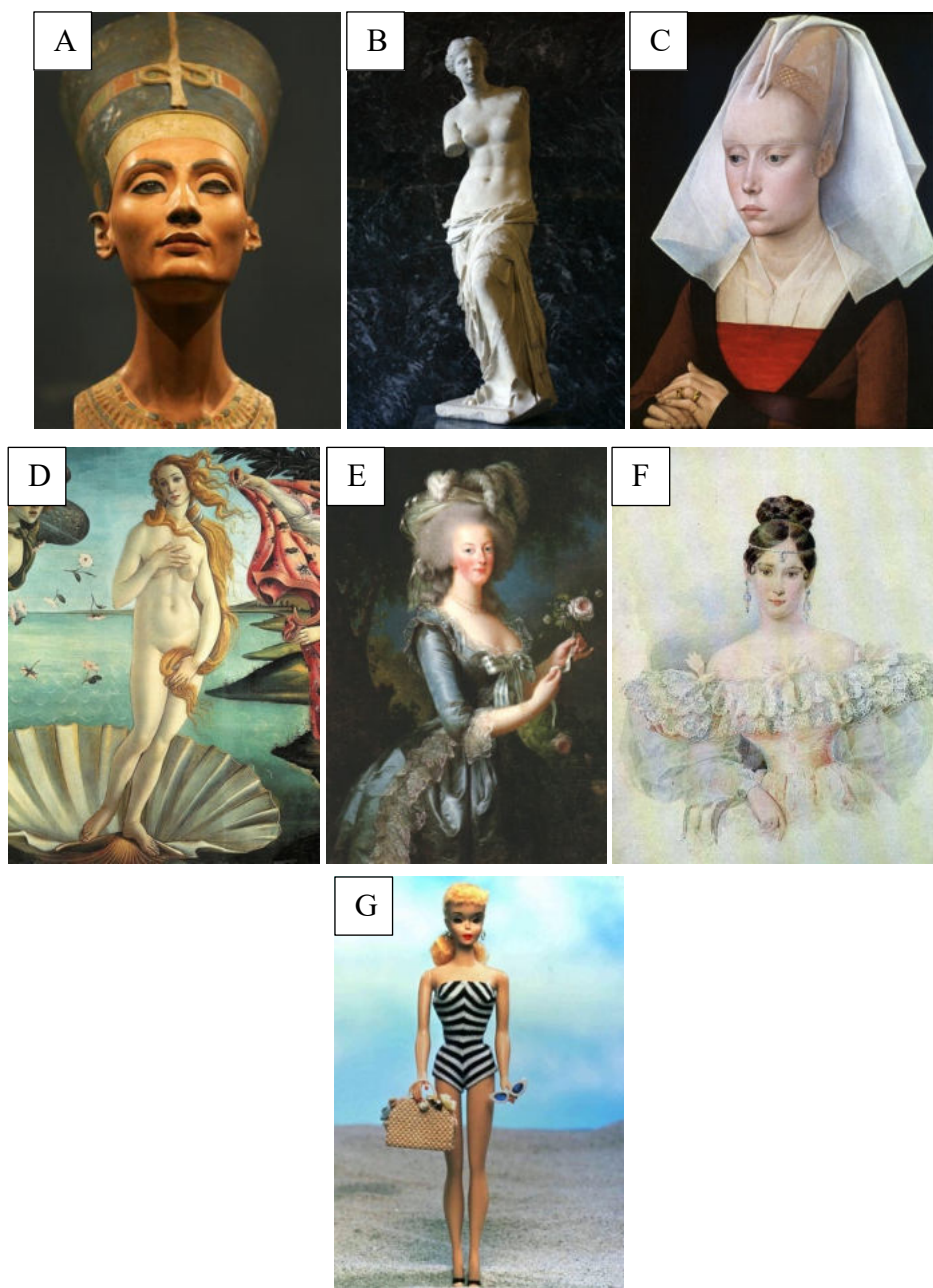
Renesanční éra, která přišla po éře středověku, přináší své kánony. Příkladem klasického ideálu ženské krásy v renesanci jsou Mona Lisa a Botticelliho Venuše (viz Obrázek 1-D). bledé s vysokým čelem, tvář s tajemným výrazem, vlasy nechávají volně, přirozeně. Plnoštíhlá postava a široké boky jsou v této době vnímány jako dokonalá krása.

V období baroka a rokoka v 17–18. st. se objevují nová pravidla ženské krásy. Přihází éra korzetů, některé dívky dokáží stáhnout pas až na 33 cm. Zároveň je korzet vždy doplněn hlubokým výstřihem. Před slunečním zářením se ženy pečlivě chrání, protože je v módě sněhově bílá kůže. Dámy v krajkových límcích připomínají krásné porcelánové figurky. Portrét královny Marie Antoinetty s růží autorkou je malířka Louise Élisabeth Vigée-Lebrun (viz Obrázek 1-E).

S příchodem doby romantismu móda přitahuje bledost, což symbolizuje hloubku srdečních pocitů. Ideální žena v této době by měla být zasněná, smutná. Bylo považováno za dobré, když v jejích smutných modrých očích jiskří slzy a ona při čtení poezie odvádí duši někam daleko, do ideálnějšího světa než ten, který je kolem ní. Dámy se trápily dietami. Dumas mladší tehdy napsal, že tuberkulóza je v pařížských salónech považována za intelektuální nemoc elity [2]. Natalia Puškina (viz Obrázek 1-F) portrét od Alexandra Brjullova.

Éra 20. století nám dala spoustu různých ideálů ženské krásy. Ve dvacátých letech 20. století korzet zmizí, módní začínají být chlapecké postavy, malá ňadra a poprvé po dlouhé době ženy začaly nosit krátce střižený účes. Ve 30. až 50. letech je módní postava

„přesýpacích hodin“ s tenkým pasem, ideálem ženské krásy byla Marilyn Monroe. V roce 1959, byla představena panenka Barbie jako ženský ideál moderní estetické krásy ve Spojených státech. Plastovou hračku vytvořila Američanka Ruth Handlerová pro svou dceru (viz Obrázek 1-G). Barbie byla symbolem dokonale ženské krásy a přitahuje široké mezinárodní publikum žen a mužů. Barbie přispívá k nerealistické a nedosažitelné představě ženské krásy a splňuje kritéria pro anorexii. [3]



Obrázek 1 Historický vývoj ideálu ženské krásy [1-7]

Dnes se všechno mění ještě rychleji. Současné lze nárokovat přirozenost i umělost. Hlavním trendem je však sebevyjádření, to znamená, že neexistují žádná omezení. Standardy krásy jsou velmi podmíněné a subjektivní pojetí a absolutně nestabilní.

Nemůžou existovat hranice, když je naše vnímání krásy výlučně individuálním příběhem založeným na našem vkusu a celkově na nějakém životním příběhu. Každý má rád krásu a krásné věci. Další otázkou je, že by to nemělo být měřítkem hodnocení osobnosti, vytvořením standardních hranic a důvodem kritiky. Oscar Wilde v 19. století prohlásil, že „krása je v očích pozorovatele“, bez ohledu na to, jak zjevně to může znít. Nicméně, tato věta dokonale ilustruje absenci určitých standardů krásy v moderním světě.

1.2 Pohled na ženu ve středověké Evropě

Tara Williamssová (profesorka na fakultě Žen, Genderu a Sexuality, Oregon State University) předpokládá, že moderní koncepce ženství vznikla ve středověké Anglii, za morové doby ve 14 století [4]. Tehdy ženy tradičně byly buď služky nebo manželky, anebo ovdovělé. Avšak poté, co mor zabil téměř polovinu populace v Anglii, se tradiční role žen a mužů změnily, což ženám otevřelo nové příležitosti na sociální úrovni.

Středověká kultura byla důležitým krokem ve formování moderních představ o ženách a ženské přírodě. Doba středověku podrobně ukázala a zdůvodnila koncept ženské nedokonalosti, ale zároveň obsahovala i zárodky nového přístupu k ženám. S křesťanskou kulturou přicházejí dva ženské antipody, které i dnes hrají nejdůležitější roli ve vztahu k ženě – Eva, která porodila hřích a ctnostná Panna Marie (viz Obrázek 2). Když moderní společnost reprodukuje stereotypy ženskosti, často používá příklady středověkých postav – Beatrice, Joanu z Arcu a Hildegardu z Bingenu. Sváté stránky v Bibli vyprávějí příběh o tom, jak zvědavost a naivita Evy přivedla Adama ke hříchu, což mělo pro lidstvo nedozírné následky. Proto se zdálo logické umístit na křehká ženská ramena celé břemeno odpovědnosti za původní hřích. Koketerie, proměnlivost, důvěřivost a lehkomyšlnost, hloupost, chamtivost, závist, podvod – toto není kompletní seznam ženských rysů, které se staly oblíbeným tématem literatury a umění. Bibliografie XII, XIII, XIV století je plná anti-feministických děl různých žánrů. Překvapivé je to, že současně s tím existovala úplně jiná literatura, která velebila krásnou ženu. Uctívání krásné ženy je docela zvláštní fenomén středověku, který byl úzce spojen s šířením kultu Panny Marie a vznikl v jižní Francii. Místo uctívání Marie se ale rytíři dvořili krásným dámám, obdivovaly královny a vzhlíželi k dalším krásným šlechticům.



Obrázek 2 Adam a Eva, autor Peter Paul Rubens (A) a Sixtinská madona autor Raffael Santi (B) [8, 9]

Role křesťanského náboženství a církve byla základním prvkem evropské středověké kultury ve všech sférách společenského a kulturního života. V Evropě bylo hodně klášterů, z nichž některé patřily k ženským církevním řádům. Mezi jeptiškami dominovali zástupci aristokracie, včetně dcery vládnoucích rodin. Pro vstup do kláštera bylo zapotřebí věno, které si nemohl dovolit rolník ani měšťanka. Existovalo několik důvodů, proč ženy odcházely do kláštera. Zaprvé, pro ty, které se nemohly vdát, to byla dobrá životní cesta. Některé z ušlechtilých dívek zůstaly svobodnými, protože jejich rodiče nenašli pro nich náležitýho manžela nebo nemohli sebrat velké věno. Dalším důvodem bylo to, že na „trhu nevěst“ nabídka převyšovala poptávku, která byla způsobena větší úmrtností aristokratických mužů v důsledku válek a křížových výprav. Bohoslužba byla prakticky jediná možnost pro ženy zúčastnit se ve společenském životě, mezi motivy odejít do kláštera byla pravděpodobně touha po nezávislosti a seberealizaci. Spojením svého života s klášteřem žena středověku se mohla vyvinout a vytvořit obraz svatosti nikoliv hříchů.

Myšlenka spojení člověka se zlými duchy prošla ve středověku významnou evolucí. Spolu s ní se změnila představa o kouzelnice a role žen ve čarodějnických procesech. Středověké procesy čarodějnic – dodnes šokují vědce a ty, kteří se zajímají o historii. Stovky tisíc obžalovaných z čarodějnictví nebo spojení s ďáblem byly poté poslány do ohně. Důvody šíleného strachu ze zlých duchů a čarodějnictví, které pohltilo Evropu,

bohužel jsou stále nejasné. Čarodějnictví v důsledku spojení člověka s ďáblem bylo považováno za zločin jak z hlediska městského soudu, tak i z církevního pohledu. To vše přivedlo k začátku masových represí proti kouzelníkům a čarodějnicím. Mezi obviněnými převládaly ženy. Autoři psali o zvláštním sklonu ženy k čarodějnictví. Guillaume z Auvergne tvrdil, že ženy jsou více než muži náchylné k iluzím – spíše, než muži věří, že mohou létat v noci. Z historie víme případy, kdy ženy, které byly během života považovány za čarodějnice, byly pokládány za svaté. Tak Jane z Arku byla odsouzena jako čarodějnice a shořela na hranici (viz Obrázek 3, vlevo). O několik století později ji katolická církev prohlásila za svatou a kanonizovala (viz Obrázek 3, vpravo). Středověké křesťanství definovalo ženu jako podřadné stvoření, chtíčové a nečisté ze všech pohledů. Kněží dokonce dospěli k názoru, že žena nemá duši vzhledem k tomu, že je nižší bytostí. Hodně středověkých kněží tvrdilo, že žena je nebezpečnější než had a je vstupní branou pro ďábla. Z velké části proto vznikl hon na čarodějnice. Vina čarodějnice spočívala často pouze v tom, že žena byla ďábelsky krásná. [5]



Obrázek 3 Smrt Jany z Arku na hranici autor Jules Eugène Lenepveu a Joan z Arku na korunovaci Karla VII autor Jean Auguste Dominique Ingres. [10,11]

O středověku se dá mluvit hodně. Toto období bylo naplněné spoustou zajímavých a kontroverzních událostí. V tomto období, podle mého názoru, bylo ukázáno největší spektrum postojů k ženám a ženskosti. Když se řekne „středověk“, většina z nás si představí ponurý svět, tomuto období také říká doba temna, ale pokud jde o vztah k ženám, toto období já bych pojmenovala dobou kontrastů. Vzhledem k tomu, že žena mohla být předmětem obdivu mužů, slepé lásky a nedosažitelného cíle, byly jí věnovány písně a duely. Zároveň však žena byla považovaná za tu, co porodila lidský hřích, mohla být spálena kvůli tomu, že byla krásná, přitažlivá nebo chytrá anebo jen za to že pomáhala jiným. Na druhou stranu žena mohla věnovat svůj život Bohu, a odejít do kláštera, kde v duchovních zdech žena mohla cítit svým způsobem svobodu a nezávislost.

Překvapivé, jakou obrovskou a obtížnou cestou prošla žena, aby se dnes po celé Zemi konaly soutěže krásy a nejkrásnější ženu na planetě obdivuje celý svět. Dnes žena může rozhodnout a stát se hlavou státu nebo kvalifikovaným lékařem, může vypadat a žít, jak toho chce sama. V 21. století může být žena obdivována jako matka která porodila 10 dětí, anebo jako dobrá politická postava, která zlepšuje život pro lidi, žena je obdivována jako vynikající policistka, vědkyně, hudebnice a umělkyně, jako učitelka a programátorka, a jakož i neobvyklé krásná a smyslná žena. Takže, když se podíváme zpět do středověku, podle mého subjektivního názoru, doba středověku velmi důležitá pro utváření vnímání ženskosti a role žen ve společnosti, protože naše kulturní dědictví by mohlo být úplně jiné, kdyby role ženy ve společnosti a přístup k ní byly blahosklonný. Myslím si, že každý se učí z vlastních zkušeností a chyb. Každé století kritizuje a nalézá chyby minulosti, to je historie lidstva.

2. Válka a móda

Dějiny žen a jejich role ve světě se s každým stoletím měnily. Společnost se změnila, měnili se zákony, svět čelil mnoha problémům, náboženským otřesům, nemocem a samozřejmě válkám. **Válka a móda** – člověk by si myslel, že jsou nekompatibilní. Na jedné straně je zničení světa, a na druhé je stvoření krásy. [6]

Během první světové války, bez ohledu na ekonomické potíže v mnoha evropských zemích, život v týlu zůstával téměř stejný. Ženy z privilegovaných skupin společnosti nosili hezké oblečení a módní domy pokračovaly ve své práci. Ukazují to i dopisy z válečných let, které přežily dodnes, jelikož ženy popisovaly zábavy a jejichmi získané oblečení. Během druhé světové války situace byla úplně jiná. Život mnoha byl v nebezpečí, téměř všechny země utrpěly ekonomické potíže. V důsledku války se výroba civilního oblečení téměř zastavila. Hodně žen si obléklo vojenskou uniformu mužů a připojilo se k řadám obránců své vlasti. Pocit triumfu po válce dlouho nepřicházel, neboť vzpomínky byly příliš pochmurné a celkový výsledek byl příliš děsivý. Žízeň po životě však nemůže být utopena. Zájem o divadlo, kino a hudbu nesmírně vzrostl. [7]

2.1 „New Look“ po válce.

Během druhé světové války nebylo obtížné pro ženy udržovat štíhlou postavu. Chlapecký typ přestal být považován za ideál a po válce všichni chtěli vidět ženské formy. Oblečení od počátku čtyřicátých let do roku 1946 postupně se zkracuje a rozšiřuje se v ramenech, tenký pas se zdůrazňuje. Tenký pas zdůrazňoval křehkost a eleganci, protože i ve vojenské uniformě žena zůstala ženou. Pas se stahoval se širokým pásem, tím byl vytvořen kontrast širokých ramen, sukně-slunce a tenkého pasu. Válka nepochybně ovlivnila ženský vzhled, hlavním kostýmem byla tehdy vojenská uniforma a to, co zůstalo ve skříni. V některých zemích, které během války trpěly obzvláště vážně, kabáty vyráběly z vlněných nebo dokonce bavlněných příkrývek. Ideální tkaninou pro vytváření elegantních šatů, a dokonce i prádla bylo hedvábí padlých padáků. A první, kdo přišel s jejich použitím, byly francouzské a německé ženy, i když za sbírání padáků v Německu byl stanoven přísný trest. Až po ukončení války si lidé začali vzpomínat na módu – v tomto období se v ženském šatníku stále častěji objevovaly těsné kalhoty, svetry a také se objevily i džíny. V té době ženská móda do značné míry připomínala pánskou a v některých zemích byla kreativita designérů omezená zákonem. Trvalo to až do roku 1947: ženy, unavené kvůli obtížím, utrpením, v obnošení oblečením a v celkovém omezení té doby potřebovaly krásu a velké změny[7].

V poválečném období oživil ženskost Christian Dior a jeho kolekce oděvu *New Look*, v níž byly představeny vypasovaná saka a sukně s délkou pod kolena (viz Obrázek 4 vlevo). Všechny 90 modelů kolekce zdůrazňovalo tvar ženského těla. Po válce byl nedostatek všeho, proto použití takového množství materiálu vyvolalo senzaci [8]. Na šaty Chérie (viz Obrázek 4 vpravo) Dior použil více než dvacet metrů tmavé modré látky, aby sluneční sukně vypadala přesně tak, jak si představoval Dior. Elegantní výstřih a tenký pas vytvořily nový typ siluety - „*New Look*“. Po dvou válkách tato silueta vypadala provokativně a osvěživě žensky. Takto vznikl „nový směr“, který určoval módu příštího desetiletí. A neznámý Kristian Dior se za jednu noc stal králem módy[7].



Obrázek 4 Diorova kolekce oděvu *New Look* [12,13]

„Nový směr“ stále zdůrazňoval třídní rozdíly, protože byl přístupný pouze velmi bohatým lidem, přesto byl vnímán jako příslib blahobytu, elegance a životnímu optimizmu, a sloužil jako stimul pro rozvoj. Christian Dior, když uviděl, jaké reakce vyvolaly jeho nápady, zvolal: „Co jsem udělal?“. Dior zachytil duch času, který v 50. letech poprvé nebyl omezen na jednu zemi a jednu vrstvu společnosti. Byla to skutečná revoluce a došlo ke globální obnově, kterou společnost potřebovala. Nakonec se všechno mělo vrátit se na svá místa, jak to bylo dřív kdy byly role mužů a žen přesně definovány, každý chtěl cítit radost ze života. Poválečné obnovení – obchodní domy, syntetická vlákna a masová výroba hotových oděvů – poskytovaly společnosti možnost napodobovat styl bohatých lidí za mírnou cenu. Nápady vysoké módy dosáhly ulice. Navíc se zdálo, že je dostupný

celý životní styl privilegovaných tříd: ledničky, auta, cestování, večírky a pikniky – i malý člověk mohl napodobit vyšší společnosti[7].

2.2 Vliv filmu a divadla na společnost a módu v poválečné éře.

Ve Francii se kulturní život nikdy nezastavil. Zájem o divadlo, kino a hudbu ohromně vzrostl. Francouzi projeví největší zájem o kino a natočili během války celkem 278 filmů, mezi nimi jsou taková díla jako poetický příběh Jean Cocteau „Kráska a zvíře“. Absolutním mistrovským dílem té doby byl film Marcel Carne „Děti ráje“. Francouzské nadšení pro kino vedlo v roce 1947 k založení festivalu v Cannes, který každoročně dodnes přitahuje milovníky filmu z celého světa.

Vysoká móda se okázale připomněla neobvyklým představením v roce 1945. Kvůli nedostatku materiálu organizovat velkou módní přehlídku bylo nemožné, a vzhledem k tomu vznikla idea stvoření malého divadla módy. Módní návrháři předvedli svou velkou dovednost na malých panenkách vyrobených z drátu s minimální spotřebou látky. Módními posly se stalo 237 panenek s roztomilými sádrovými hlavami a vlasy z nití. Christian Berard (1902-1949), talentovaný malíř, vynikající ilustrátor a skvělý designér, vytvořil pro tuto originální módní přehlídku vynikající scénu. Po úspěšném zahájení v Uměleckoprůmyslovém muzeu v Paříži tato módní přehlídka putovala po celé Americe, opět podmanila staré zákazníky a přilákala nové. Během války se Američané emancipovali, co se týče módy, ale zároveň byli vůdci ve výrobě každodenního sportovního oblečení. Bez ohledu na to nedokázali odolat kouzlu vysoké módy, které se nestaralo o užitečnost ale o radost pro duši[7].





Obrázek 5 Malé divadlo módy 1945 [14,15,16,17]

Kino a divadlo šířily ideální obrazy, které přicházely k lidem. Tvůrci filmu měli možnost pomoci kostýmu vyjádřit obrazy hrdiny anebo vytvořit náladu pro celý film. Herci vyjadřovali obrazy epochy, stávali se stylovými ikonami pro společnost, inspirovali a byli múzami pro designéry a umělce.

2.3 Nadčasová múza ženskosti Audrey Hepburnová.

Abyste měla hezké rty, říkejte hezká slova. Pro krásné oči hledejte v ostatních lidech to krásné. Pro štíhlou postavu se o své jídlo rozdělte s hladovými. Pro krásné vlasy nechte dětské prstíky, aby se Vám v nich procházely alespoň jednou denně.

- Audrey Hepburnová

V poválečné době, kdy se rychle rozvíjelo divadlo, kino a herci stali ikonami stylů a byli příkladem k následování. Jedna z nich, britská herečka skotského původu, Audrey Hepburnová (1929-1993), s pronikavým pohledem a láskou k tanci, byla pro 50. léta symbolem dospívající dívky. Po filmech „Sabrina“ a „Usměvavá tvář“ její oblékání se stalo vzorem[8].

Audrey Hepburnová kombinovala klasiku se stylem „New Look“, který navrhl Christian Dior. Její styl inspiroval a inspiruje lidi a návrháře i dodnes. Elegantní aristokratka raději nosila klasické šaty, trapézové sako, elegantní sukně, úzké zkrácené kalhoty, kombinující

je s různými doplňky, velkými slunečními brýlemi, dlouhými rukavicemi a pokrývkami hlavy. To, co si oblékala Audrey Hepburnová velmi často, se stávalo hitem. Například baleríny od Salvatore Ferragamo, malé černé šaty bez rukávů, které navrhl Hubert de Givenchy, osobní parfém značky Givenchy a kožichy vytvořené italským domem Fendi speciálně pro ni[9].

Hubert de Givenchy (1927-2018) - slavný francouzský módní návrhář, jeho výtvořily nosily královny, manželky prezidentů, ženy politiků[10]. Avšak v průběhu svého života a své práce měl pouze jednu múzu – rozkošnou a nenahraditelnou Audrey Hepburnovou. Herečka a módní návrhářka na prvním setkání mluvili společným jazykem, a okamžitě si vybrali oblečení, pro film „Sabrina“, které se stalo skutečnou senzací[11]. Je třeba poznamenat, že vybrané oblečení nebylo speciálně navrženo a ušito pro Hepburnovou. Tyto šaty už byly v připravené kolekce Givenchy. Ale magie se stala! Šaty byly naprosto dokonalé a slušely Audrey Hepburnové perfektně (viz Obrázek 5 vlevo). Film získal jediného Oscara. Bylo to vítězství v nominaci za vytváření kostýmů. Cenu však nezískal Hubert Givenchy, ale Edith Head, kostymér filmové společnosti Paramount. Jméno mladého módního návrháře nebylo ani uvedeno v titulcích filmu[9]. Ale Givenchy získal víc a našel svou múzu, kterou dlouho hledal. Od filmu „Usměvavá tvář“ z roku 1957 Audrey ve smlouvách mněla jeden důležitý bod, který nelze obchodovat: její kostymérem musel být Hubert de Givenchy. Během několika let v titulcích za účasti herečky bylo uvedeno: "Kostýmy slečny Hepburnové – od Huberta Givenchy." Také pro Hepburnovou v roce 1957 módní návrhář vytvořil svůj první parfém L'Interdit. Audrey nosila oblečení od Givenchy nejen na filmování, ale i v běžném životě, vždy bezvýhradně poslouchala jeho radu[11]. Audrey vždy vypadala úžasně, elegantně, stylově, harmonicky kombinovala šperky s oblečením, Givenchy jí v tom také pomáhal a občas Hepburnová s návrhářem diskutovala o variantách účesu. Ve filmech „Jak ukrást Venuši“, „Usměvavá tvář“, „Šaráda“, „Snídaně u Tiffanyho“ vidíme Audrey v kostýmech Givenchyho. Jeho malé černé šaty, byly objevem, který se lišil od všeho, co dříve nabízeli designéři[9]. Givenchy říkal, že se díky těmto šatům stal nesmrtelný (viz Obrázek 5 vpravo). Miliony žen po celém světě se snažily napodobovat Audrey. Givenchy měl hodně bohatých a slavných klientů, mezi nimi byla i Jacqueline Kennedyová, ale jeho jediná múza, přítelkyně a inspirace byla Audrey. Givenchy v průběhu svého života vždy podporoval herečku v její těžkých dobách[11].



Obrázek 5 Audrey Hepburnová v šatech od Givenchyho 1945 [18,19]

Určitě, styl známé herečky minulého století Hepburnové byl ovlivněn nesrovnatelným Givenchy, a přátelství, s nímž Hepburnová pečlivě udržovala 40 let. Po setkání na scéně filmu „Sabrina“ neobvyklý výstřih, který vytvořil Givenchy, dostal běžný název „výstřih Sabrina“ [9]. Tento prvek je často vidět v nejnovějších kolekcích současných designérů. Díky filmu „Snídaně u Tiffanyho“ se populární staly nejen malé černé šaty. Givenchy hledal přirozenost. Návrhář nechtěl idealizovat a měnit modelku. Takhle vznikly tyto věčné nadčasové šaty, které kopírovaly tvar postavy. Film také přinesl do módy béžový trenčkot nad kolena, brýle ve tvaru kočičí oči a neutrální barevnou mikinu. Elegantně a stylově herečka vypadala nejen na společenských akcích, pro které nejčastěji volila dlouhé hedvábné rukavice a šaty Givenchyho. Audrey ve svých rozhovorech poznamenala, že snaží se každý den vypadat stylově, dokonce i o víkendech. V každodenním životě upřednostňovala úzké džíny a capri kalhoty, kombinovala z jednoduchou košile nebo rolákem. Co se týká bot, Hepburnová nosila balerinky od Salvatore Ferragamo a espadrilky které jsou stále na módní scéně. Finální obraz doplňovala drahá kabelka a šperky, které herečka nosila i s každodenními šaty [11].

Po skončení své herecké kariéry Audrey Hepburnová byla jmenována velvyslancem dobré vůle UNICEF. Herečka začínala spolupracovat s organizací počátkem roku 1954, tehdy ona se zúčastnila rozhlasového vysílání. Hepburnová byla vděčna fondu za její

zachránění po nacistické okupaci. Poslední roky svého života věnovala zlepšování osudu dětí žijících v chudých zemích. Během pěti let s misí UNICEF Audrey Hepburnová cestovala do více než 20 zemí po celém světě a starala se o znevýhodněné, hladovějící děti a jejich rodiny. Navštívila Etiopii, Turecko, Vietnam, země Jižní a Střední Ameriky, Bangladéš. Pracovala na provádění programů, které zajišťovalo humanitární pomoc, očkování a pitnou vodu pro ty, kteří to potřebují. Práce herečky byla usnadněna znalostí několika jazyků. Mluvila francouzsky, holandsky, anglicky, italsky, španělsky. V roce 1992 Audrey Hepburnová za svou činnost v UNICEF obdržela od amerického prezidenta Prezidentskou medaili svobody[9].



Obrázek 6 Audrey Hepburnová jako velvyslanec UNICEF s misí v Africe[20]

Podle mého subjektivního pohledu, Audrey Hepburnová je nadčasovým etalonem ženskosti, ztělesnění jedinečné krásy a ušlechtilého šarmu. Nejkrásnější v ženě Audrey považovala přirozenost a schopnost dávat lásku, která vyzařuje její srdce. Audrey se neustále snažila donést ostatním ženám, že hledat sexualitu mají v sobě. Ani kosmetika, ani oblečení, ani vzezření neurčí, jak moc jste chtěna. Důležité jsou zářivé oči, světlo, kterých vede dovnitř, přímo ke srdci. Hepburnová říkala „Ženský šarm má více podob než jen ty, které se dají změřit. Nepotřebuju postel, abych se cítila žensky. Svou ženskost můžu ukázat i tím, že jen tak trhám jablka ze stromu nebo stojím v dešti.“ Ale hlavní tajemství Audrey je víra, herečka se za žádných okolností nevzdala, byla šťastná z každého dne. Její přátelé, bez výjimky, říkali, že nikdy neviděli Audrey Hepburnovou bez úsměvu.

3.Vliv současné módy na vnímání ženskosti společností

Móda umožňuje nám pochopit stav společnosti v daném časovém období, které odráží potřeby lidí. Koncept módy v dnešní době pronikl téměř do všech oblastí. Rychlý rozvoj technologie má vliv na společnost, na celkové vnímání světa a jeho jednotlivých věcí. A také o tom, jak se navzájem vnímáme. Po mnoho staletí vždy existoval etalon krásy, něco, co lidi se sazi napodobit, buď to královna, socha, nové mistrovské dílo umělce, historické události, všechno, co by mohlo určovat nové trendy. Ale teď, když se informace šíří velmi rychle, můžeme se inspirovat kýmkoli, ať už je to slavný americký zpěvák nebo dívka z korejské vesnice. Vždy máme neomezený výběr.

Hvězdy módy stoupají, vzplanou se, poté vyblednou, nahradí je ostatní, a to vše je nepřetržitý cyklus. Ženy podle svého názoru, životnímu stylu nebo finanční situace, mohou brát módu vážně nebo ji opovrhovat, ale každá přiznává „legitimitu“ módy [12]. Ignorovat trendy, nebo se k nim připojit – je to individuální volba.

Na první pohled se zdá, že moderní móda nám dává svobodu, ale je tomu tak? Ať se nám to líbí nebo ne, ale reklama je všude kolem nás. Nezáleží na tom, kde jsme – v metru nebo na procházce v parku, - vždycky potkáme nějaké billboardy. Otevřeme-li sociální síť – vidíme reklamy, možná si chceme odpočinout od velkého města a jít do vesnice, vezmeme s sebou knihu a z ní vypadne reklamní záložka, nebo potkáme souseda vedle chalupy, který nám vypráví o novém funkčním turistickém batohu, který si koupil včera. Dnes reklama je všudypřítomná a uniknout reklamním sdělením a jejich vlivu je velmi těžko. My sami, aniž bychom si toho všimli, přispíváme k tomu a děláme reklamu rozhovorem nebo tričkem s potiskem módního animovaného filmu.

Před sto lety informace se šířily velmi pomalu, takže text o módě v tištěné podobě, před tím procházel dlouhou cestou schvalování a teprve po nějaké době článek viděl čtenář. V roce 2008, kdy velký význam a popularitu získaly sociální sítě, člověk se stal hlavním nosičem informace, která se šíří bleskovou rychlostí. Objevují se vůdci veřejného mínění a masy začaly vyrábět módu pro sebe [13].

V módě, teoreticky, mohou být maskována všechna sociální fakta o spotřebitelích, s výjimkou pouze osobního vkusu. Avšak lidé si všimli, že skryté zdroje osobní volby v současné módě mohou odhalit celou řadu sociálních a osobních informací, podobně jako tradiční šaty mluví o člověku a o jeho kultuře. Jenomže moderní móda to dělá nevědomě a neúmyslně. Kromě toho, sociální zákony, kterými se řídí výběr módy, zůstávají nepsané

a nepolapitelné. Takže v současné módě všechno, co má pro jednotlivce osobní význam, někdy získává pocit nepříjemného tajemství, a kvůli tomu spotřebitel cítí odhalení které vyvolává nepříjemný pocit. Ačkoli skutečným cílem módy je tvůrčí svoboda, falešně ji přičítá další účel: ponoukat člověka ke lhaní, skrývat něco nebo naopak, stavět něco na odív ze špatných důvodů, vzhledem k tomu, že to dělá každý. Móda stává se tak jedem nebo chorobou. Důležitá funkce fantazie – ovládnutí duchovního prostoru a ta je často slepě ignorována, kvůli čemu móda je vnímána jako zlo. Lze to porovnat z čtením románů, které v své době bylo odmítnuto, protože krásná literatura je zcela výmysl [12].

Během posledních deseti let móda se hodně změnila – přístup k tvorbě věcí se změnil, objevila se nová interpretace stylů, kategorické „ano“ nebo „ne“ již neexistují. Móda je zaměřena na jednotlivce, a to jí umožňuje neustále se měnit. Bez podezření jsme se stali účastníky mediální revoluce. Během posledního půlstoletí se přístup žen k jejich vlastnímu obrazu a tělu pod vlivem feminismu výrazně změnil. V soutěži s muži si ženy nejprve osvojily vnější znaky mužského pohlaví. Pak přišel neutrální styl (unisex) v oděvu bez výrazných genderových charakteristik. A v poslední době jsme se vrátili k jasné, odvážně se prohlašující ženskosti [14].

Dnešní zdůrazněná ženskost je způsob, říci: „Jsem žena,“ ale hravým a zprostředkovaným způsobem. Styl *unisex* byl svého času nutný pro ženy, aby se zbavily nerovností minulosti, aby se prohlásily za plnoprávné členy společnosti, aby získaly úctu ze strany mužů. Nyní, když žena oblečením zdůrazňuje svou genderovou identitu, nepřestává být rovnocenným business partnerem, kterého berou vážně a respektují. Takový styl je signálem sebevědomí o tom, že žena může si to dovolit, bez rizika, že by to ohrozilo její reputace. Žena už nemusí dokazovat rovnoprávnost, a oblékat se kvůli tomu do panského oblečení.

Nyní je jasné, že žena má svobodu volby, a pokud chce zdůraznit své pohlaví oděvem, naznačuje tím svou ženskou sílu a vůbec ne její záměr působit jako svůdkyně. Dnes není nutné nosit kalhotové overaly, a tímto prohlašovat: „Nejsem sexuální objekt, ale osobnost.“ Ženskost přestala se objevovat výhradně v šatech, a stala se velmi mnohostranná [15]. Moderní svět stále ničí staré hranice módy. A podle mého subjektivního názoru, dává naprostou svobodu se projevit ženskosti, která neomezuje a nevytváří hranice. Pokud žena umí přijmout samu sebe, intelektuálně a duchovně se rozvíjí a vždy si pamatuje, že pojem *krása* je velmi subjektivní.

3.1 Kýč

Pro některé oblečení je možnost ukázat svůj finanční stav, ukázat přítomnost vkusu a smysl pro proporce nebo věrnost určitému módnímu stylu. A pro někoho – je to způsob sebevyjádření a příležitost vyniknout. Není vůbec nutné utrácet spoustu peněz a času na hledání jedinečné věci. K získání pozornosti ostatních stačí si například nasadit punčocháče zářivě žluté barvy, fialovou krátkou krajkovou sukni a na nos si nasadit velké černé plastové brýle s růžovým rámem. Někdo řekne, že to vypadá jako nevkus, a někdo v tom uvidí stylový a módní obraz. Jas, šokující hromada dílů z různých stylů, zdánlivě nesourodé kombinace, úmyslné šokování – a tomu všemu říkáme “kýč“ (viz Obrázek 7).



Obrázek 7 Styl Kýč [21,22]

Fenomén kýče dobře popsal americký umělecký kritik Clement Greenberg ve své práci „Avant-Garde and Kitsch“. Podle jeho názoru kýč je produktem urbanizace společnosti a eliminace negramotnosti a jako styl je ztělesněním sarkasmu a ironie [16]. Modernistický spisovatel Hermann Broch tvrdí, že podstatou kýče je imitace: kýč napodobuje svého bezprostředního předchůdce a nevěnuje pozornost etice – snaží se kopírovat krásné, ne dobré. Podle Waltera Benjamina kýč na rozdíl od umění je utilitářský objekt, bez kritické vzdálenosti mezi objektem a pozorovatelem; *"nabízí okamžité emoční uspokojení bez intelektuálního úsilí, bez nutnosti vzdálenosti, bez sublimace"*[17]. Kýč je sentimentální, protože dává nám pocity místo toho, abychom se starali o to, co v nás tyto pocity vyvolává[18]. Díky postupné globalizaci trhů a produktů, kýč se neúmyslně stal jedním z nejpopulárnějších stylů na světě prostřednictvím spotřebitelských produktů [19]. Kýč se

stává, když jsou estetické hodnoty odděleny od kulturního kontextu. Kýč chce estetické potěšení rychle a bez starostí o kulturu [20]. Kýč nerespektuje geografické a národně-kulturní hranice. Kýč triumfálním pochodem cestuje po celém světě a likviduje kulturní osobitosti. Kýč se nyní stává první univerzální kulturou v historii [16].

Proč je tolik kýče? Jedním z důvodů je to, že žijeme v době přehánění. Kolem nás je přebytek všeho možného: extrémní sporty, doping, stravovací soutěže, příliš hubené modelky, hromadné střelby atd. Kýč je však určen hlubším modelem, což je šablona dekulturnace. Lidé potřebují pravdy, aby získaly víru, ale v minulosti tyto pravdy byly součástí kultur. Náhlý výbuch kýče by měl být považován za příznak rozsáhlého civilizačního vývoje [20]. Vývoj kýče přispěl k touze chudých napodobit styl aristokracie. Noví občané, kteří dosud si neosvojili městskou kulturu, bezpodmínečně přijímali a sledovaly kulturu města. Kýč získal velký impuls pro růst rozvojem hromadné výroby. Důležitá byla prodejnost produktu nebo díla, a ne jeho kvalita. „Účel světí prostředky“ a tím účelem bylo dílo, které bude líbit se pozorovatelům. Přehánání krásných forem, které vedlo k nevkusu. Došlo k honosnosti, neobvyklosti, extravagance a přímému šoku [21]. Kýč se stal nedílnou součástí našeho výrobního systému vzhledem k tomu, že lze ho vyrábět mechanicky, což až na vzácné výjimky se nemůže stát skutečnou kulturou [16]. Kýč se stal nezbytným prvkem moderní ekonomiky, protože pomáhá udržovat prodej.



Obrázek 8 Šokující Kýč [23,24,25]

Kýč je nezávislý na módních trendech a umožňuje nosit všechno v jakékoli kombinaci. Výrazná, vyzývavá a provokující barevnost zůstává neměnnou. Tento styl může

kombinovat sport a glamour, klasický a národní styl. K výrobě těchto oděvů se používají různé fakturační materiály. Často na oblečení můžeme pozorovat mašle, volánky, květinové vzory a kožešiny. Současné použití částí oděvů a doplňků charakteristických pro různé éry také charakterizuje styl kýč. Při vytváření takového obrazu je hlavním principem upřímný nevkus, jas, absolutní nekompatibilita všech kostýmních předmětů a barev. Kýč kombinuje objekty při vytvoření obrazů tak, že za ústavní princip je označeno porušení obecně přijímaných pravidel a zákonů kompozice (viz Obrázek 8).

Dnes kýč potkáváme velmi často, částečně proto, že někdo ho vnímá jako krasu, někdo slepé následuje módu a někdo protestuje proti všeobecným pravidlům. Móda je subjektivní stejně jako krása, ale podle mého osobního názoru kýč negativně ovlivňuje estetiku v módě, a špatně působí na projev ženskosti. To, co na sobě nosíme, odráží náš vnitřní svět a vulgární síťové punčocháče v kombinaci s peřím a napodobenin drahokamů nejsou nejlepším projevem elegance a ženskosti. Clement Greenberg ve své práci „Avant-Garde and Kitsch“ říká, že všechny umělecké i jiné lidské hodnoty jsou relativní. Nicméně, v průběhu staletí se mezi osvícenou částí lidstva shodovalo, že existuje dobré umění a špatné umění [16]. V dnešní době moderní móda nabízí nám spoustu stylů, které netrpí nevkusem. Existuje tolik alternativ a možností, že byste se neměli vzdát kýči, a tím podporovat prodejní trh, který nemá kulturní hodnoty. Odmítnutí stereotypů a úplná svoboda bez ohledu na názory ostatních má svoje minusy.

Na jednu stranu, uvolnění tabu nás může potěšit, ale na druhou stranu rozesmutnit, protože nevkus přerůstá až v kult a vyniká jako jasně zbarvená muchomůrka, uvnitř které není nic užitečného.

3.2 Poezie se vrací do módy

Být elegantní neznamená zasažení oka, znamená to, že narazíte do paměti.

- Giorgio Armani

Přehnutí současné módy, množství různých trendů a stylů pomalu přivedlo k tomu, že společnost je z toho unavená. Spotřebitele i výrobce oděvů se raději pohybují v opačném směru – zjednodušují oblečení, přidávají vizuální lehkost a tím pádem bojují s informačním hlukem. Dokonce aj minimalistický design se snaží zdůraznit ženskou siluetu. Stříhové přímky se stávají jemnější a uhlazený, záševky se nahrazují záhyby. Změna estetických pokynů se stala zřejmá před několika sezónami. Popularita „ugly fashion“ přešla, navíc tento styl nebyl akceptován významnou částí spotřebitelů. Začala

vzrůstat touha po klasické kráse, po romantické a částečně naivní estetice. Současně se začaly objevovat značky, jako například Cecilie Bahnsen, Molly Goddard, Shrimps, které vyvolaly zájem o nový vzhled romantismu. [22]

V posledních letech na módních přehlídkách častěji vyskytují kolekce slavných módních návrhářů, které jsou inspirovány poezií. Možná tento trend je vyvolán celkově rostoucím zájmem o poezii.

Přehlídka Christian Dior (podzim-zima 2019) začala neobvyklým způsobem: na podium první vyšla ne model a 88letá italská umělkyně a básnice Bianca Puccarelli Menna, a přečetla si úryvek ze své básně. Kreativní ředitelka značky Christian Dior Maria Grazia Curie v rozhovoru s Vogue vysvětlila autorsky záměr kolekce „Slova jsou pro mě jedním z nejsilnějších zdrojů inspirace, ve filmu pro diváka je již všechno rozhodnuto, ale knihy nám umožňují fantazovat.“ [23]

Zdroje inspirace na módních přehlídkách a tématy kolekce vždy ukazují spojení módy s okolním světem. Návrháři, stejně jako ostatní umělci, vždy intenzivně přemýšlejí o tom, co se kolem nich děje, a interpretují to po svém. Poezie stále více inspiruje designéry k vytváření svých mistrovských děl, a je vidět, že móda se postupně mění a ukazuje své uhlazené, elegantní a moderní strany. Například 2019 rok lze nazvat jménem Williama Shakespeara. Kolekce „KINGDOM“ (jaro-léto 2019) (viz Obrázek 9) Riccardo Silence pro Burberry věnuje se britské kultuře a éře Shakespeare. [24]



Obrázek 9 Kolekce Riccardo Silence pro Burberry „KINGDOM“ (jaro-léto 2019) [26,27,28]

Ve své kolekce Ricardo Tisci zdůrazňuje čtyři postavy: holčičky a lady, kluka a džentlmen – a vybírá pro ně šatník. Elegantní plisované sukně, halenky, šály, korzety a průhledné krajkové šaty.[25]

V období podzim-zima 2019 kreativní ředitel Valentino – Pierpaolo Piccioli se spojil se čtyřmi současnými autory (Irsa Daily-Ward, Greta Bellamacina, Robert Montgomery, Mustafa the Poet) a potiskl citace z jejich básně na oblečení (viz Obrázek 10). A společně s básničkou Yrsou Daley-Wardovou vytvořil projekt „Valentino On Love“ – limitovanou kolekci kabelek, z nichž každá byla v kompletu s knihou básničky. [23]



Obrázek 10 Kolekce Valentino (podzim-zima 2019) [29,30,31]

Móda se vždy vrací, a teď si můžeme bez obav vzít na sebe ženské, elegantní oblečení a být v trendu. Existuje nekonečná spousta možností interpretace klasických šatů, kalhot, sukní, halenek, což neomezuje požadavky zákazníků. A i když se módní trendy mění, ženskost zůstává věčná jak v oblečení, tak ve způsobu chování.

II. Praktická část

5. Inspirace

Zdroj inspirace je velmi zákeřná věc. Opravdu, něco nás může inspirovat, ale pak po změně nálady nebo situace může inspirace hned zmizet. Toto je důvod, proč jsem velmi dlouho přemýšlela o tématu své práce a hledala odpovědi na otázky. Jaké téma by mě zajímalo po dlouhou dobu? Co nebo kdo mě může inspirovat každý den? Odpověď byla blíží, než jsem si myslela – moje matka. Moje matka, která během celého mého života je pro mě příkladem a etalonem ženy. A ona mě inspirovala na téma věčna ženskost. Celý svůj život jsem byla překvapena tím, jak se jí daří stíhat všechno – vařit a připravovat individuální menu pro každého v rodině, budovat kariéru, studovat, zabývat se charitou, vést aktivní společenský život a zároveň být dobrou manželkou, matkou, kamarádkou a krásnou ženou. Toto pozorování mě podnítilo na téma své bakalářské práce.

Při vytvoření kolekce a psaní práce jsem věnovala více pozornosti tomu, co a kdo je kolem mě. Položila jsem si otázky týkající se mého tématu přátelům a známým lidem. Co je pro ně ženskost? A jakou má být ideální manželka? Kvůli tomu, že téma je velmi subjektivní, jsem nemohla najít jednoznačnou odpověď na tyto otázky, který mi furt lezly do hlavy. Na mou otázku „*Jak by měla vypadat ženskost dnes?*“, každý odpověděl jinak. Někteří muži si myslí, že žena by měla sedět doma, vařit a starat se o děti, někdo je naopak si jistí, že žena může pracovat, a její manžel bude vést domácnost. Některé holky se vůbec nemyslí na ženskost, a nepovažují ji za aktuální fenomén. Však zároveň pokud oni vidí slečnu v krásných šatech, tak okamžitě skládají poklony její kráse a ženskosti! Někdo naopak se starají o sebe, sledují trendy, dávají si pozor na jazyk, nepoužívají sprostá slova a pro ně je „otázka ženskosti“ důležitá každý den. Občas naše diskuse balancovaly na hranici konfliktu nebo se stávali předmětem sporů, ale jelikož tady se nejedná o exaktní vědu, každý má svou pravdu. Nicméně, vše, co jsem pochytila, mě inspirovalo a podnítilo můj zájem o toto téma.

Lidé procházející kolem mě každý den byli nedílnou součástí mé inspirace. Někdo nadchnul mě svou elegancí a krasou a někdo naopak přehnaným kýčem, nevkusem a způsobem rozhovoru motivoval mě zlepšit současnou modu aspoň ve své bakalářské práce a přidat jí jiné barvy a formu. Občas jsem měla pocit disonance, pokud vnější podoba neodpovídá společenskému chování. Zamálo mít na sobě hezky šatičky, protože osobní rysy manýry a etiketa jsou také důležité. Možná toto je důvod, proč jsem od dětství

byla inspirována Audrey Hepburnovou, která je pro mě ideálem krásy, ženskosti a slušného chování (viz kapitola 2.3), ona vždy vypadala jako lady.

Když jsem dávala do hromady všechny „portréty“ moderní společností, které potkávám každý den, navrhla jsem kolekci ženského oblečení, která podle mého názoru odráží moderní minimalismus, lehkost a je určena pro ženy v různých životních fázích.

5.1 Návrhy oděvu

Proces vytváření oděvní kolekce vždy začíná z náčrtků. Toto je první krok k vizuální realizaci díla autora a první pokus názorně sdělit jeho ideje ostatním. Proto by náčrtky měly jasně odrážet myšlenku a koncept kolekce.

Během procesu tvorby jsem měnila návrhy, protože v různých stádiích jsem chtěla občas něco odstranit, anebo naopak něco přidat. Snažila jsem se dovést vše do ideálu, co to šlo, a kvůli tomu můj pohled na kolekce se měnil. Někdy to, s čím přijde hlava, dělají ruce a co pak vidí oči, jde do konfliktu a je zapotřebí najít kompromis. Přesně takto bych mohla popsat svůj postup realizace návrhů. Niž jsou uvedeny původní (pracovní) a finální skici vytvořené pastelkami a upravené pomocí programu Adobe Photoshop CC 2019.



Obrázek 11. Návrhy oděvů pro model č. 1 – původní skici (vlevo) a finální podoba skic (vpravo).



Obrázek 12. Návrhy oděvů pro model č. 2 a č. 3 – původní skici (vlevo) a finální podoba skic (vpravo).



Obrázek 13. Návrhy oděvů pro model č. 4 – původní skici (vlevo) a finální podoba skic (vpravo).



Obrázek 14. Návrhy oděvů pro model č. 5 – původní skici (vlevo) a finální podoba skic (vpravo).

5.2 Popis kolekce, barevnost

Kolekce se skládá z 5 modelů. Při vytváření kolekce bylo hlavním cílem navrhnout ženský, minimalistický každodenní obraz pro ženu v její různých životních fázích. Barevná paleta se skládá z pastelových jarních barev – zelené, růžové, béžové, modré (viz Obr. 15). Pastelové barvy jsou nyní v trendu, snadno se kombinují, dodávají oděvu lehkost a elegance.

Kolekce oblečení je doplněna textilním tiskem. Pro návrhy patternu jsem použila dětské kresby, ve kterých jsem zobrazovala mámu a tátu, když mi bylo 3 roky. (XX)



Obrázek 15. Grafické znázornění barevné palety kolekce

Žena dává život a vychovává děti, co přidává jí výjimečnou krásu a jedinečnou ženskost. Máma vždy myslí na své děti a je na ně vždy pyšná. Navzdory skutečnosti, že někdy nemá dost spánku, nemá čas na sebe nebo chodí do práce s pomalovanými rukama, protože její dcera se naučila malovat slunce. Jelikož matka zůstává matkou i v práci a stejně si dělá starosti o své děti, použila jsem vzory nejen na dětské šaty, ale i na košile a klasickou vestu.



Obrázek 16. Fotografie dětských kreseb, které byly následně převedeny do vektorového formátu a použity pro textilní sítotisk.

Model 1

Vypasované šaty midi délky s bočním rozparkem. Pod šaty se nosí lehká sukně. Tento model kombinuje závažnost a lehkost. Klasická silueta šatu, z jedné strany vypadá umírněně a zdrženlivě, ale jakmile se podíváte z druhé strany – uvidíte sukni, která někomu připomíná baleríny nebo šaty na panenku. Jsou to dvě strany – dítě a dáma, které žijí v každé ženě (viz Obr. 11).

Model 2

Krátká vesta, jemné, světle-růžové šaty, které jsou díky svému střihu vhodné pro těhotnou ženu. Minimalismus a lehkost, dětský obrázek, který doplňuje vestu symbolizuje skutečnost, že děti nezasahují do kariéry a kariéra nebrání být matkou (viz Obr. 12).

Model 3

Dětské šatičky pro holčičku od 4 do 5 let. Střih šatů umožňuje snadný aktivní pohyb, který je pro dítě v tomto věku nezbytný. Ale nejdůležitější věcí je, že se v ní holčička cítí jako princezna (viz Obr. 12).

Model 4

Malé zelené koktejlové šaty a asymetrické sako s jedním rukávem. Tento obraz kombinuje slavnostní a pracovní náladu, sebevědomí a bezbrannost. Otevřené rameno na tomto modelu symbolizuje křehkost a otevřenost. Sako se skládá z kostýmové látky s koženkovými vložkami a při pohledu na ni se každý chce zeptat, jestli není vedro nebo naopak zima chodit s jedním rukávem? Toto je záměr, protože každá žena potřebuje péči a pomoc, ale někdy se ona hrdě otočí, odmítá pomoc přijmout, projevuje sílu a nezávislost. Stačí se podívat z druhé strany, a hned uvidíme odhalenou citlivost a zranitelnost (viz Obr. 13).

Model 5

Top, pohodlné a lehké kalhoty culotte, asymetrická košile s kapsou našitou vzhůru nohama. Tento look je vhodný pro každodenní aktivní život. Asymetrie, „nesprávná“ kapsa dávají košili nedokonalý vzhled. K vytvoření tohoto obrazu inspirovali mě ženy, které se snaží stihnout všechno, něco se jim nedaří ale stále s jistotou jdou k cíli, někdy zmateně zapomínají, jak vypadají a co mají na sobě (viz Obr. 14).

Celou kolekci oblečení krásně doplňují šátky. Historie nošení šátku začíná až do starověku a sahá až do různých historických období a kultur. Šátek je atributem téměř všech náboženství a je nedílnou součástí módy a stylu v naší době. Šátek je perfektní doplněk k oblečení, a existuje spousta variance jeho použití jako módního doplňku nebo jako funkční ochranu před sluncem, větrem nebo prachem. V této kolekci šátek je velmi praktický kus vybavení, a je možné nosit ho jako jednoduchou pokrývku hlavy, bandanu nebo čelenku, doplněk do vlasů pro krásný učeš, uvázat okolo krku, nebo zavázat kolem pasu. Volbou patričného šátku je možné ovlivnit celkový vzhled, přidat celkovému outfitu jedinečnost nebo dokonce změnit celkový dojem. Na obrázcích níže je možné vidět jak se da využít šátek v této kolekce a tím pádem modifikovat a stylové ozdobit obraz (viz Obr. 17)



Obrázek 17 Přehled různých outfitů, které lze snadno vytvořit vhodnou volbou příslušného šátku.

Při kombinaci různých prvků oděvu z kolekce lze vytvořit zcela odlišné obrazy podle ženské nálady. (Viz příloha 2)

5.3 Použité materiály

K vytvoření kolekce bylo použito mnoho různých materiálů z hlediska struktury a složení (viz Obr. 18). Výběr materiálu závisel na módních trendech a účelu oblečení. Nyní jedním z neaktuálnějších a módních materiálů je ekologická kůže, kterou jsem použila v kombinaci s kostýmovou látkou ze směsi polyesteru a viskózy v poměru 70%:30% na výrobu saka. Šatovka složená ze směsi viskózy a polyesteru (40%:60%) byla zvolena pro růžové šaty, protože tato látka se nemačká a rychle schne. Bavlněná košilovina, která se snadno žehlí byla použita na výrobu košile. Top a zelené šaty jsou ušity z bavlněné kostýmové látky s elasthanem. Plis z polyesteru bylo vybráno pro kalhoty culotte, protože struktura této látky vytváří optickou iluzi, že se jedná o sukni. V kolekci byly také použity puntíkový tyl a podšívková látka.



Obrázek 18. Přehled textilních materiálů, které byly použity pro vytvoření dané kolekce.

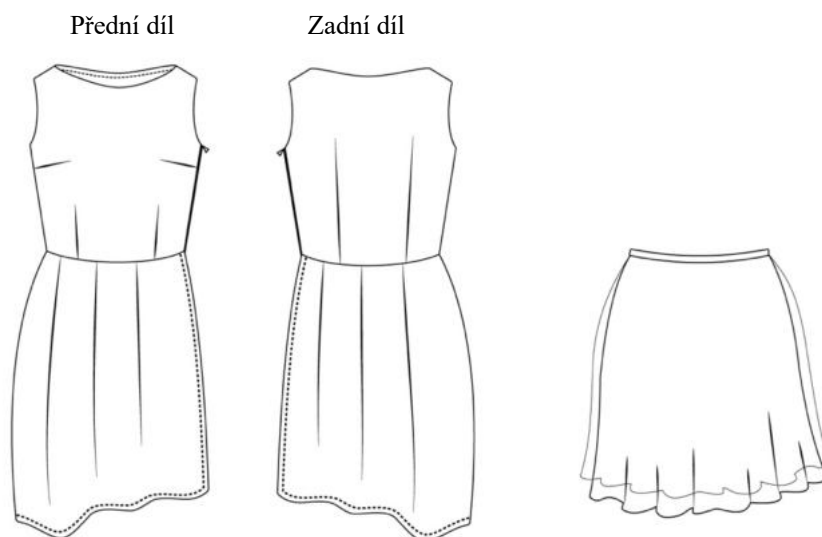
5.4 Technické nákresy

Technický nákres je jedním z nejdůležitějších typů ilustrací použitých v procesu vývoje modelu pro vizuální představení výrobku. Technický nákres přesně vyjadřuje siluety, proporce, konstrukční řešení a detaily, jako jsou např. záševky, švy, zapínání, kapsy. Jedná se o formu vizuální komunikace mezi návrhářem a výrobcem, proto jsou vesměs používány v oděvním průmyslu. Technické nákresy se kreslí v rovině bez postavy, ve vhodném měřítku a ve správných tělesných proporcích.

Vhodnou součástí technického nákresu je technický popis celkového vzhledu, členění, tvaru a zpracování výrobku. K vytvoření technických nákresů jsem ve své práci používala grafický software Adobe Illustrator 2019.

Model 1

Vypasované šaty v pase přestřižené, s bočním rozparkem a dvojitá sukně. Délka sukně nad kolena. Sukně skládá se ze 2 vrstev– spodní půlkolová sukně neprůhledná a horní kolová sukně z tylu, s gumou v pase. Délka šatu zhruba pod kolena. Šaty mají na boční straně skrytý zip pro snadné oblékání. Přední díl živůtku tvarovány prsními a pasovými záševky. Pasové záševky řeší vypasování zadního dílu. Průramek a průkrčník jsou začištěné do podsádky. Šaty mají sklady v předním i zadním dílu. Spodní kraj šatů je asymetricky a začištěn obrubovacím švem. Všechny vnitřní švy a spodní okraj půlkolové sukně jsou začištěny na šicím stroji overlock. Dolní okraj horní kolové sukně z tylu je záměrně nezačištěný.

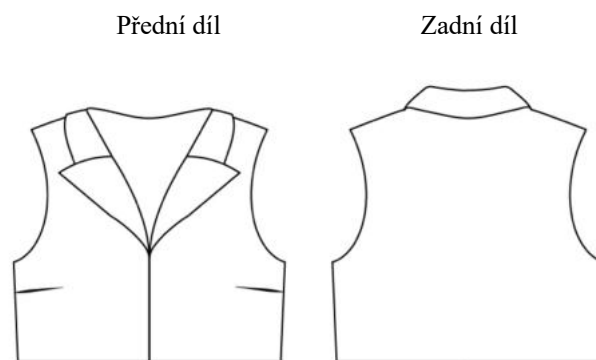


Obrázek 19 Technicky nákres šatu a sukně (model č.1)

Model 2

Těhotenské šaty a krátká vesta. Šaty v pase přestřižené mají na boční straně živůtku skrytý zip, délka předního dílu je delší, než zadního. Délka šatu nad kolena. Nařasena v pase sukně přišita k živůtku, skládá se ze 2 vrstev. Přední díl živůtku tvarovány prsními záševky. Pasové záševky řeší vypasování zadního dílu. Spodní vrstva sukně delší a dolní kraj je začištěn obrubovacím švem, horní vrstva sukně z tylu spodní kraj nezačištěný. Průramek a průkrčník jsou začištěné do podsádky. Všechny vnitřní švy šatu jsou začištěné na šicím stroji overlock. Vesta má fazónový límce, krátká a volná, přední díly jsou tvarovány prsními záševky, je zcela vypoďšívkovaná a vyztužena.





Obrázek 20 Technický nákres šatu a vesty (model č.2)

Model 3

Dětské šaty, v pase přestřižené, mají na boční straně skrytý zip. Délka šatu zhruba pod kolena. Nařasena v pase sukně přišita k živůtku. Do průramku a průkrčníku je všito asymetricky díl z tylu. Zadní díl živůtku členěn středovým švem. Průramek a průkrčník jsou začistěné do podsádky. Všechny vnitřní švy šatu jsou začistěné na šicím stroji overlock. Spodní kraj šatů je začistěn obrubovacím švem.

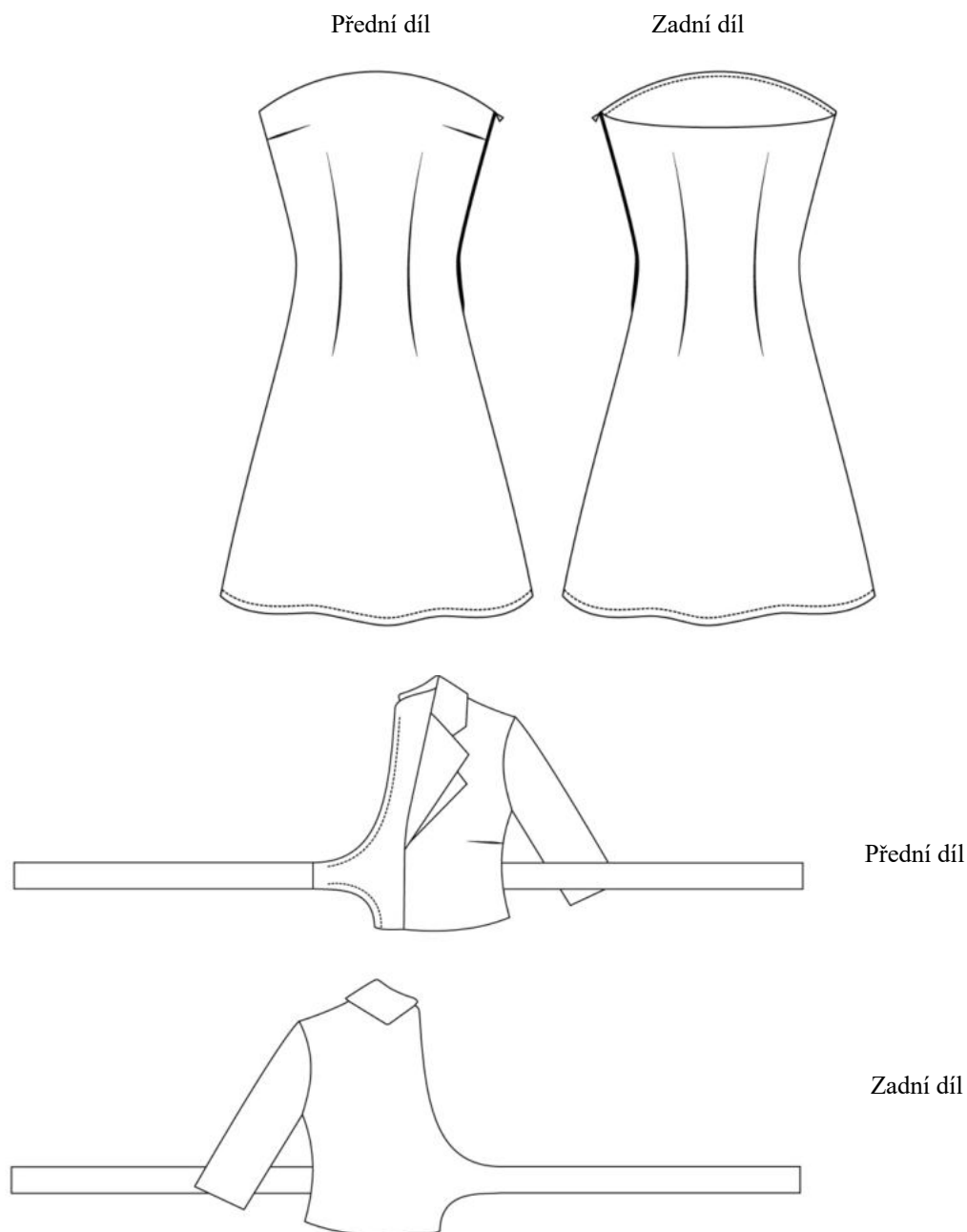


Obrázek 21 Technický nákres dětských šatů (model č.3)

Model 4

Koktejlové přiléhavé šaty bez ramínek a sako. Délka šatu nad kolena. Pasové záševky řeší vypasování předního a zadního dílu šatů. Přední díl tvarovány prsními záševky. Šaty mají na boční straně skrytý zip. Živůtek je začistěn podsádkou. Spodní kraj šatů je začistěn obrubovacím švem. Všechny vnitřní švy šatu jsou začistěné na šicím stroji

overlock. Sako je přiléhavého střihu s prsním záševkem, a jedním tříčtvrtečními rukávem, fazónovým límcem. Zapínání pomocí dvou pásku. Zadní díl saka se plynulým přechodem stává prvním páskem, druhý pásek všitý do bočních švů. Sako je celé vypořádávkované a vyztužené.



Obrázek 22 Technický náčrt pro koktejlové šaty a sako (model č.4)

Model 5

Košile je volného střihu bez prsních záševku asymetrické délky. Rukávy jsou jednošvové a všité na konci do zapínací manžety s překrytovým zapínáním na jeden knoflík. Límeček je dvoudílný. Léga, límeček, stojáček a manžety jsou vyztužené. Košile se zapíná pomocí 8 knoflíků a dírek. Na předním díle je umístěna nakládáná kapsa vzhůru nohama. Zadní díl je s dvojitým sedlem a členěn středovým švem. Dolní okraj košile začištěn obrubovacím švem. Všechny vnitřní švy košile jsou začištěny overlockem. Top z celorozpínacím zadním zipem. Přední díl tvarován prsními záševky. Horní a dolní okraje jsou začištěny do podsádky. Všechny vnitřní švy topu jsou začištěny overlockem. Plisované kalhoty culotte volného střihu ve tříčtvrteční délce s podšívkou, v pase do gumy. Nohavice jsou začištěny na šicím stroji overlock. Dolní okraje nohavic podšívky jsou začištěny obrubovacím švem. Všechny vnitřní švy kalhot jsou začištěny overlockem.



Obrázek 23 Technický náčrt pro košile, top a kalhoty (model č.5)

6 Tisk

Ve své kolekce jsem použila dvě technologie textilního tisku, jelikož se jednalo o různé materiálové složení potiskovaných textilií. Pro bavlněné textilie byl tudíž použit sítotisk. Navíc, sítotisk byl také použit pro potisk šatovky ze směsi viskózy a polyesteru (40:60) a potisk kostýmové látky ze směsi stejných vláken ale v jiném poměru (30:70). Po provedení potiskování, každý materiál byl 3x vyprán v pračce při 30 °C pro ověření stálosti potisku. Níže jsou uvedeny fotografie textilních materiálů před a po trojnásobném praní. Šatky, složené ze syntetických vláken, byly potisknuty pomocí přenosového (sublimačního) tisku.



Obrázek 24. Zkouška stálosti potisku. Potiskované látky před (vlevo) a po 3x vyprání (vpravo).

6.1 Sítotisk oděvu

Sítotisk je jedna z nejstarších tiskacích technik, kde vzor se pomocí třerky (tříče) nanáší na textilii protlačováním barvy přes průchodné otvory šablony. Tudíž nejprve byly připraveny návrhy vzorů (obrázků), kterými jsem chtěla své textilie potisknout. Vlastní dětský obrázek byl naskenován, upraven v programu Adobe Photoshop CC 2019. Bylo zapotřebí dosáhnout čistého obrázku (bez šumů atd.) a vhodné tloušťky linií.

Ze získaného po veškerých úpravách obrázku, byl také vytvořen pattern, tj. opakující se vzor. Digitálně připravený obrázek a vzniklý pattern byly následně vytisknuty na pauzovacím papíře (rozlišení 300 ppi, formát A4 a A2), ze kterého pomocí světlocitlivé emulze byl UV-zářením realizován přenos obrázků na sítotiskovou šablonu. Takto připravená šablona pro tisk má propustná a nepropustná místa, čímž se docílí toho, že

barva se nanese pouze v potřebné oblasti. Pro svoje vzorky jsem používala kontaktní tisk, tj. bez odstupů od potiskované tkaniny. Následující obrázky částečně znázorňují proces přípravy šablony pro sítotisk.



Obrázek 25. Návrh patternu a vzoru pro sítotisk (vlevo) a příprava přenosu vzoru z pauzovacího papíru na sítotiskovou šablonu.

V průběhu potiskování bylo síto vymyto 11x krát, protože linie vzoru byly příliš tenké a přenos vzoru ze šablony na materiál nebyl přesný. Níže jsou představeny fotografie zkušebních potisků různých látek.

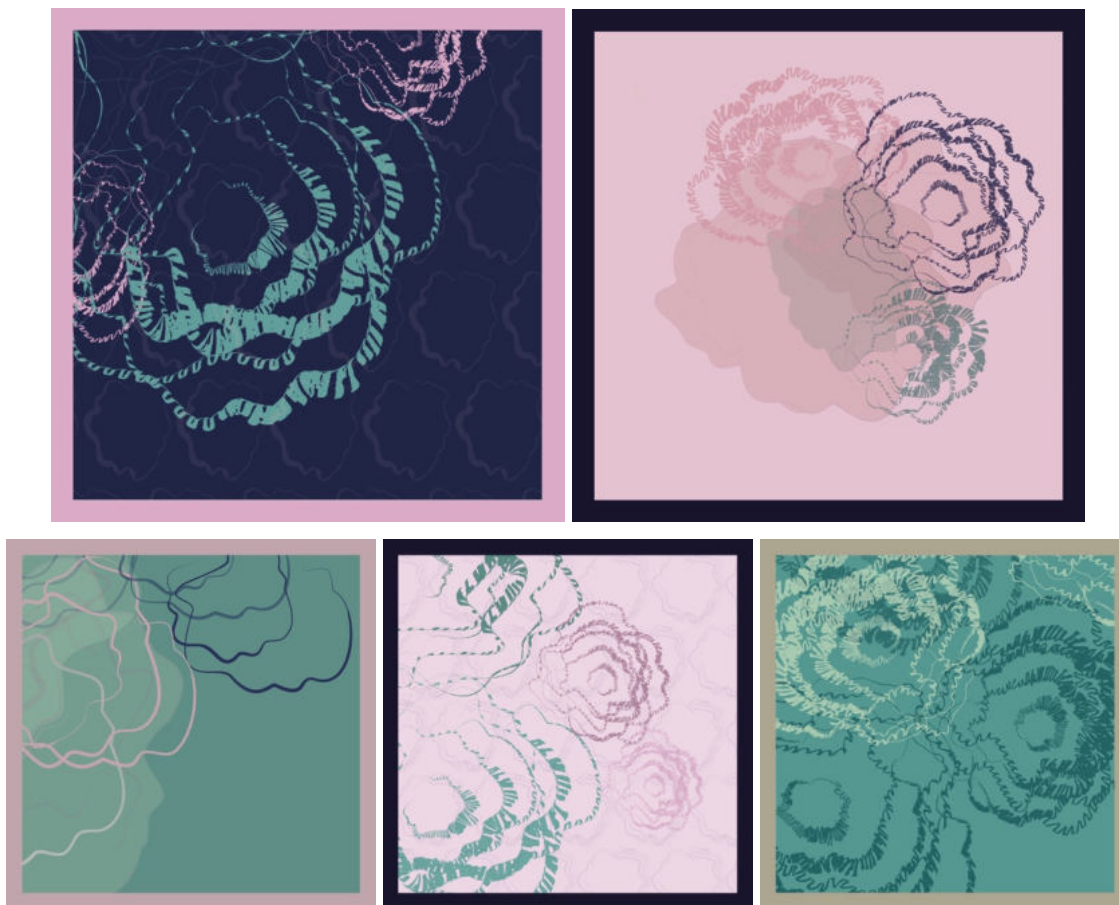


Obrázek 26. Zkušební a finální verze potisků textilií.

6.2 Přenosový tisk šátků

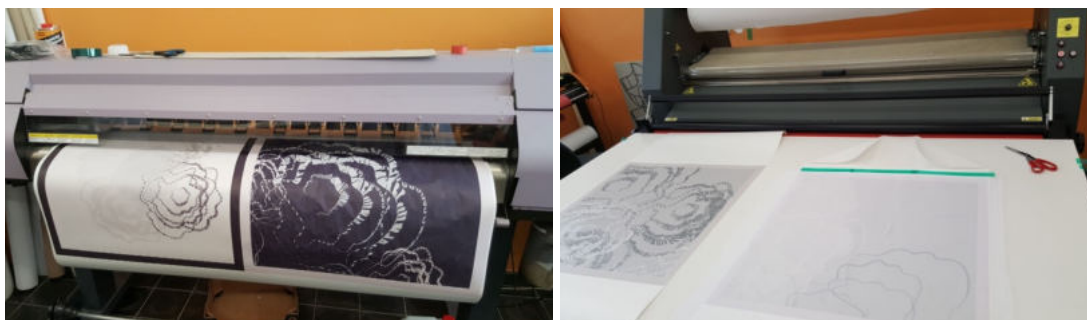
Pro tisk šátků byla použita speciální technika textilního tisku – přenosový tisk. Mezi hlavními výhodami přenosového tisku je vysoká ostrost potisku a možnost tisku náročnějších vzorů, a to zároveň na velké ploše, čehož lze těžko dosáhnout při manuálním sítotisku. Nejpoužívanějším typem přenosového tisku je tisk sublimační. V této práci sublimační tisk byl použit pro šátky z 100 % polyesteru, jelikož disperzní barviva, které se nejvíce

používají při tomto druhu tisku, mají vysokou afinitu (přilnavost) k syntetickým materiálům[26].



Obrázek 27. Návrhy šátků, připravené v Adobe Illustrator (70x70 cm, 300ppi)

Pro potisk šátků byly nejprve digitálně připraveny návrhy tisků. Návrhy byly připraveny v grafickém programu Adobe Illustrator v požadovaném formátu 70x70 cm s rozlišením 300ppi. Připravené návrhy se dále dočasně tiskly na přenosový papír. Poté, za současného působení tepla a tlaku, tisk se přenášel z přenosného papíru na textilní materiál, zároveň docházelo k tepelné fixaci barviva. Fotodokumentace hotových šátků je představena v Příloze č. 3.



Obrázek 28. Proces výroby šátků (potiskování).

Závěr

Modu nelze sledovat, mění se rychleji, než stiháme se jí přizpůsobit. Někdy nás šokuje svým kýčem, někdy nás překvapuje svou krásou. Občas móda vymaže kulturní hranice a vypadá vulgárně. Člověk může ji ani nesledovat, ale stále si ji všimne, protože je kolem nás a vytváří pro nás „krajiny“ tohoto světa.

Ve své práci jsem vytvořila ženskou kolekci oblečení pro ženy v různých fázích jejich života, čímž jsem ukázala svou alternativu ke kýči a nevkusu. Inspirovali mě lidé mého okolí – blízcí a zcela neznámí. Každý obraz kolekce odhaluje různé stránky ženy, zdůrazňuje její životní rytmus, sílu a slabost. Veškeré oblečení v kolekci je pohodlné a vhodné pro každodenní nošení.

Kolekce *Věčná ženskost* kombinuje 8 různých textilních látek, z hlediska jak složení, tak i struktury. Navíc, v kolekci byly také použity různé techniky textilního tisku – přenosový sublimační tisk a sítotisk. Nakonec, pro dosažení úplného vzhledu byla realizovaná kolekce šátků, které dokonale doplňují oblečení. Ve své bakalářské práci jsem vytvořila oblečení, které zdůrazňuje ženskost a má moderní, nadčasový střih. Kolekce se skládá z 10x kusů oblečení, které se navzájem dobře kombinují. Toto je ovšem sen žen, které otevrou šatník a brečou, když kalhoty zrovna do této košile nehodí, a slyšíme slavnou frázi „Nemám co na sebe“.

Tato kolekce je tvořena pohodlným střihem a elegantními siluetami pro ženy, které pracují, vedou aktivní společenský život, připravují se stát matkou, nebo to vše kombinují dohromady. Však někdo, díky svému věku, může to pozorovat zatím bezstarostně, pro něž byl také vytvořen obraz malé princezny.

Svojí kolekcí jsem se snažila ukázat, že ani věk ani domácí práce a kariéra nezasahují do zachování toho, co nám příroda dala. Lze to pouze zdůraznit navenek a demonstrovat naším jednáním. Tehdy právě uvidíme skutečnou věčnou ženskost.

Použitá literatura:

- [1] THOMAS, R M. *Recent Theories of Human Development* [online]. B.m.: SAGE Publications, 2001. ISBN 9780761922476. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=-RxIUDYIuiIC>
- [2] NAGORNOVA, Evgenija. Zhenskaja krasota v zerkale vremen. *Analytika kulturologii* [online]. 2004, (2), 128–132. Dostupné z: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriko-kulturnoe-razvitie-ponyatiya-zhenskaya-krasota>
- [3] LINOR, Goralik. *A Hollow Woman. Barbie's World Inside and Outside* [online]. 2. vyd. B.m.: NLO, 2016. ISBN 5-86793-418-7. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=ieH1CwAAQBAJ>
- [4] WILLIAMS, Tara. Inventing womanhood : gender and language in later Middle English writing. *Interventions: new studies in medieval culture*. 2011.
- [5] RYABOVA, Tatyana. *Zhenschina v istorii zapadnoevropejskogo srednevekoviya*. B.m.: Yunona, 1999. ISBN 5-89729-013-X.
- [6] STEELE VALERIE. *Paris Fashion: A Cultural History*. B.m.: Bloomsbury Academic, 1998. ISBN 1859739733.
- [7] SEELING CHARLOTTE. *Fashion: 150 Years of Couturiers, Designers, Labels*. Italy: hf ULLMANN, 2010. ISBN 3833155884.
- [8] FOGG, M a V STEELE. *Fashion: The Whole Story* [online]. B.m.: Prestel Pub, 2013. ISBN 9783791347615. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=mDn1mgEACAAJ>
- [9] KEOGH, Pamela Clarke. *Audrey Style*. B.m.: Aurum Press, 2009. ISBN 1845134907.
- [10] SHYNKARUK, Mychail. *Moda i modelery*. Moskva: ASTREL, 2012. ISBN 978-985-18-0856-0.
- [11] WALKER, A. *Audrey: Her Real Story* [online]. B.m.: Orion Publishing Group, 2019. ISBN 9781841883786. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=LZSLDwAAQBAJ>
- [12] HOLLANDER, Anne. *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress*. B.m.: DIANE Publishing Company, 2005. ISBN 9780756792299.
- [13] MEDNY, Roman. COSMOPOLITAN. *What's what: 7 major changes in modern fashion* [online]. 2018. Dostupné z: <https://www.cosmo.ru/fashion/trends/chto-k-chemu-7-glavnyh-izmeneniy-v-sovremennoy-mode/>
- [14] MEDNY, Roman. RM. *Fusion style: how modern fashion is changing* [online]. 2019. Dostupné z: <https://medny.ru/stil-fyuzhn-kak-izmenilas-moda-za-poslednie-gody/>
- [15] ANDELIN, Helen. *The Fascinating Girl*. B.m.: AuthorHouse, 2003. ISBN 9781403373519.
- [16] GREENBERG, Clement. Avant Garde and Kitsch. *The Partisan Review* 6, no. 5. 1939,

34–49.

- [17] DETTMAR, Ute a Thomas KÜPPER. *Kitsch: Texte und Theorien*. B.m.: Reclam, 2007. ISBN 9783150184769.
- [18] STEINVORTH, Ulrich. *Pride and Authenticity*. B.m.: Palgrave Macmillan, 2016. ISBN 978-3319816807.
- [19] HiSoUR. *KITSCH* [online]. Dostupné z: <https://www.hisour.com/kitsch-21368/>
- [20] BOTZ-BORNSTEIN, Thorsten a Olivier ROY. *The New Aesthetics of Deculturation: Neoliberalism, Fundamentalism and Kitsch*. B.m.: Bloomsbury Academic, 2019. ISBN 978-1350086340.
- [21] CHERNECOVA, Evgeniya. *Kitch. Iskusstvo ili kul'turnyj musor?* [online]. B.m.: Eterna, 2015. ISBN 978-5-480-00331-4. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=JwEWCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=cs#v=onepage&q&f=false>
- [22] PADERINA, Svetlana. *PROfashion. Trends in Summer 2020: New Elegance* [online]. Dostupné z: <https://profashion.ru/fashion/trends/trendy-leta-2020-novaya-elegantnost/>
- [23] ROSALIND, JANA. *Vogue. How poetry inspires fashion designers*.
- [24] Bestin. *POKAZ DEBYUTNOY KOLLEKTSII RIKARDO TISHI DLYA BURBERRY* [online]. Dostupné z: <http://bestin.ua/news/pokaz-debyutnoj-kollekcii-rikardo-tishi-dlya-burberry/>
- [25] TISCI, RICCARDO. *Burberry. KINGDOM* [online]. 2019. Dostupné z: https://ru.burberry.com/spring-summer-2019/?locale=en_RU
- [26] BELLA, Josef, Vladimír PIVEC a Oldřich ŠTĚPÁNEK. *Potiskování textilií ze syntetických vláken*. Praha: SNTL, 1981.

Zdroje obrázků:

- [1] THUTMOSE. *Busta královny Nefertiti*. In: *Staatliche Museen zu Berlin* [online]. 14. stol. př. n. l. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://www.smb.museum/en/museums-institutions/aegyptisches-museum-und-papyrussammlung/collection-research/the-collection.html>
- [2] ALEXANDROS OF ANTIOCH. *Venuše Mélská*. In: *Artsy* [online]. 130-100 př. n. l. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-people-classical-sculptures-meant-white>
- [3] ROGIER, van der Weyden. *Portrait of a Lady*. In: *National Gallery of Art* [online]. 1399/1400 - 1464 [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://www.nga.gov/collection/art-object-page.51.html>
- [4] BOTTICELLI, Sandro. *Nascita di Venere*. In: *Gallerie Uffizi* [online]. 1485 [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://www.uffizi.it/opere/nascita-di-venere>
- [5] VIGÉE LE BRUN, Louise Élisabeth. *Marie-Antoinette with the Rose*. In: *Ministère de la Culture Votre avis est utile Plateforme* [online]. 1783 [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://www.pop.culture.gouv.fr/notice/joconde/000PE007435>

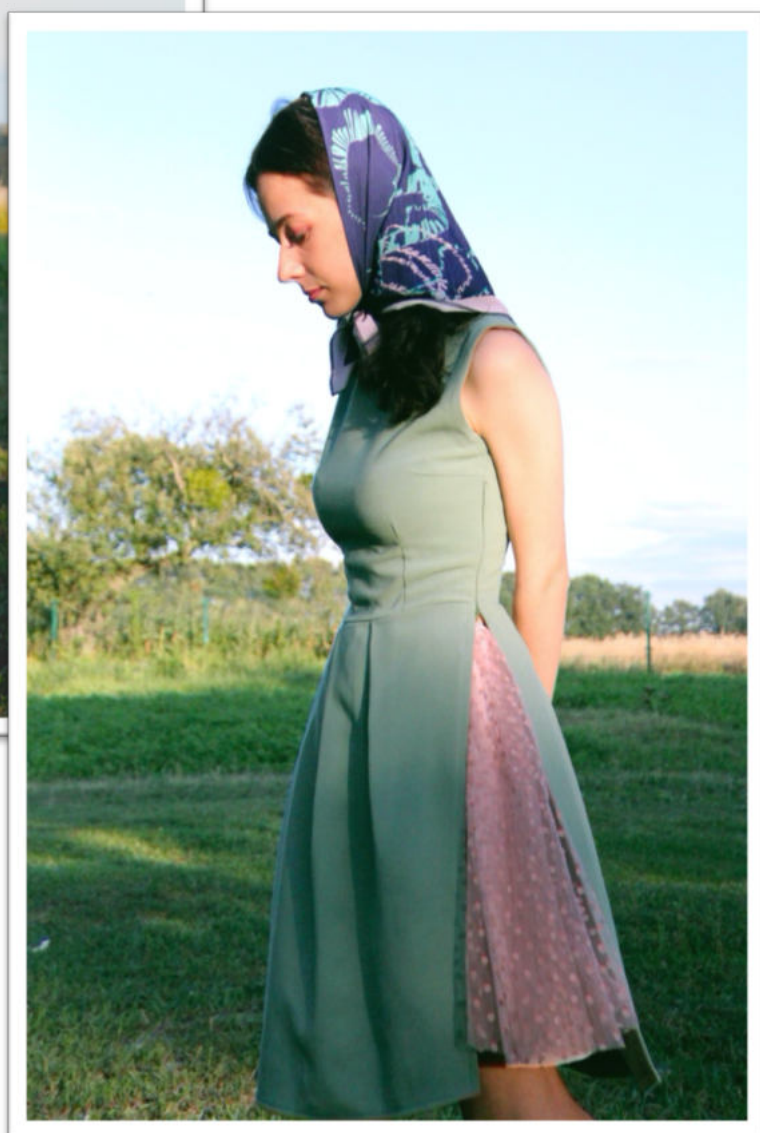
- [6] BRULLOV, Alexander. Portrait of Natalia Nikolaevna Pushkina-Lanskaya. In: *Byron's muse* [online]. 1832 [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://byronsmuse.wordpress.com/tag/russia/>
- [7] HANDLER, Ruth. First Barbie. In: *KUNC* [online]. 1959 [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://www.kunc.org/post/dolls-grow-little-holidays#stream/0>
- [8] RUBENS, Peter Paul. Adam and Eve. In: *Museo del prado* [online]. 1600 [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-work/adam-and-eve/de0047db-6f8b-4761-a55b-ad41e959cca2>
- [9] RAFFAELLO, Santi. Sistine Madonna. In: *Staatliche Kunstsammlungen Dresden* [online]. 1514 [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://skd-online-collection.skd.museum/Details/Index/372144>
- [10] LENEPEVEU, Jules Eugène. Joan of arc burning at stake. In: *Find A Grave* [online]. 1514 [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: https://www.findagrave.com/memorial/7038/joan_of_arc#view-photo=18754841
- [11] INGRES, Dominique. Joan of Arc at the Coronation of Charles VII. In: *Louvre* [online]. 1854 [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: http://cartelen.louvre.fr/cartelen/visite?srv=obj_view_obj&objet=cartel_22739_33163_mi667.jpg_obj.html&flag=true
- [12] DIOR, Christian. Chérie. In: *The Metropolitan Museum of Art, New York* [online]. France, 1947 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/83254>
- [13] DIOR, Christian. Bar. In: *The Metropolitan Museum of Art* [online]. France, 1947 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/81460>
- [14] Fleurs de Mal. In: *The International Center of Photography* [online]. France: David Seidner, 1990, 1945 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.icp.org/exhibitions/david-seidner-paris-fashions-1945>
- [15] Grès. In: *The International Center of Photography* [online]. France: David Seidner, 1990, 1945 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.icp.org/browse/archive/collections/david-seidner-paris-fashions-1945>
- [16] RENAL, Georgette a Molyneux. Theatre de la Mode. In: *Textileranger.com* [online]. France: David Seidner, 1990, 1945 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://textileranger.com/2016/06/30/creativity-triumphs-theatre-de-la-mode/>
- [17] BÉRARD, Christian. Le théâtre de Christian Bérard. In: *Maryhill museum of ART* [online]. France, 1945 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.maryhillmuseum.org/inside/exhibitions/permanent-exhibitions/theatre-de-la-mode>
- [18] Audrey Hepburn Sabrina. In: *The Telegraph* [online]. [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.telegraph.co.uk/fashion/people/hubert-de-givenchy-iconic-designs-fashion-moments/>
- [19] Breakfast at Tiffany's. In: *People* [online]. EVERETT [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://people.com/style/designer-givenchy-dies-jackie-kennedy-audrey-hepburn/>
- [20] Audrey Hepburn UNICEF. In: *Africa express* [online]. Courtesy UNICEF [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.africa-express.info/1992/10/02/il-pianto-di-audrey-hepburn-ho-visto-linferno-somalo/>
- [21] TRINDLE, Scott. Raindow Warriors. In: *The fashionspot* [online]. Vogue, 2015, 2013 [cit. 2020-06-08]. Dostupné z: <https://forums.thefashionspot.com/threads/hiromi-ueda-make-up-artist.342029/page-4>
- [22] COLLINS, Liz. Colorido. In: *Buyerandbrand* [online]. LOVE MAGAZINE, 2015 [cit. 2020-06-08]. Dostupné z: <http://buyerandbrand.com.br/cara-delevingne-love-magazine-inverno-2015/>

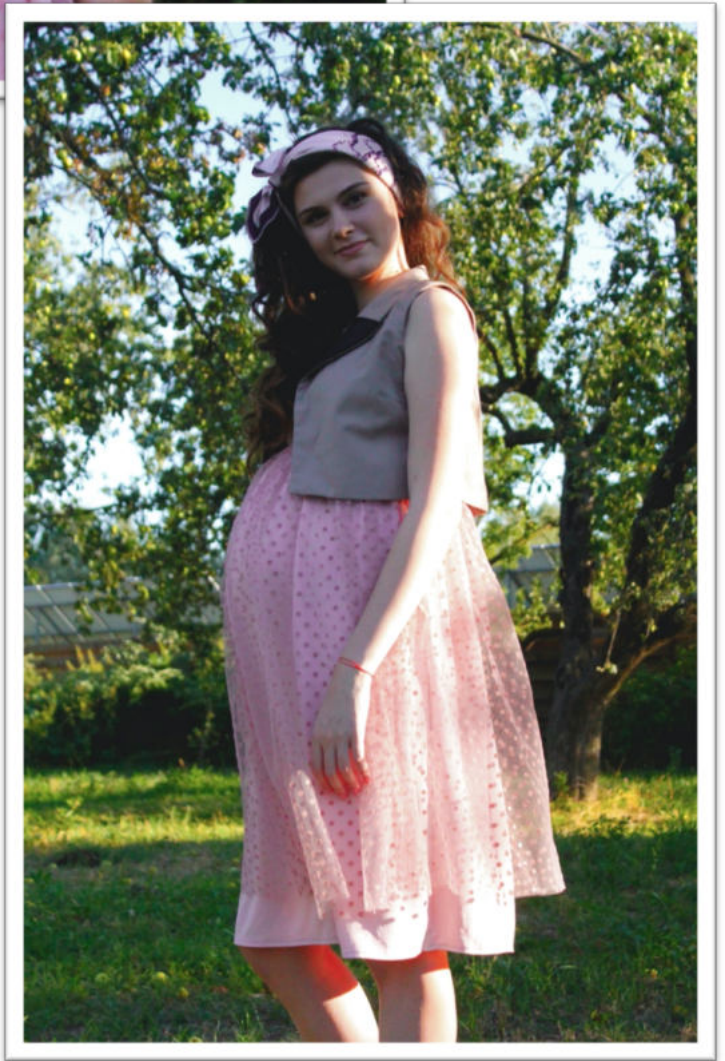
[23] GRANITZ, Steve. Lady Gaga in Alexander McQueen t the 2010 MTV Music Awards. In: *Fashionista* [online]. 2018, 2010 [cit. 2020-06-08]. Dostupné z: <https://fashionista.com/2018/08/alexander-mcqueen-spring-2010-platos-atlantis>

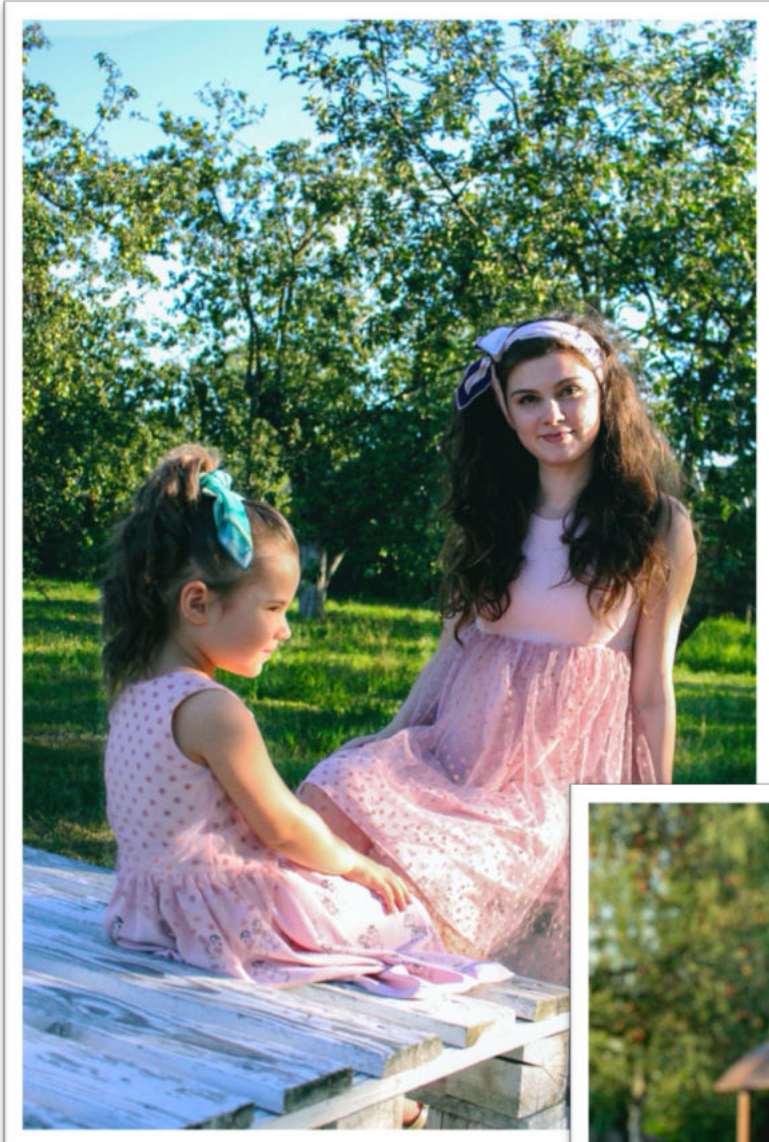
[24] NOCITO, Jason. Nasty. In: *Housetribeca* [online]. Gal Magazine, 2020 [cit. 2020-06-08]. Dostupné z: <https://www.housetribeca.com/jason-nocito-nastygalmagazine>

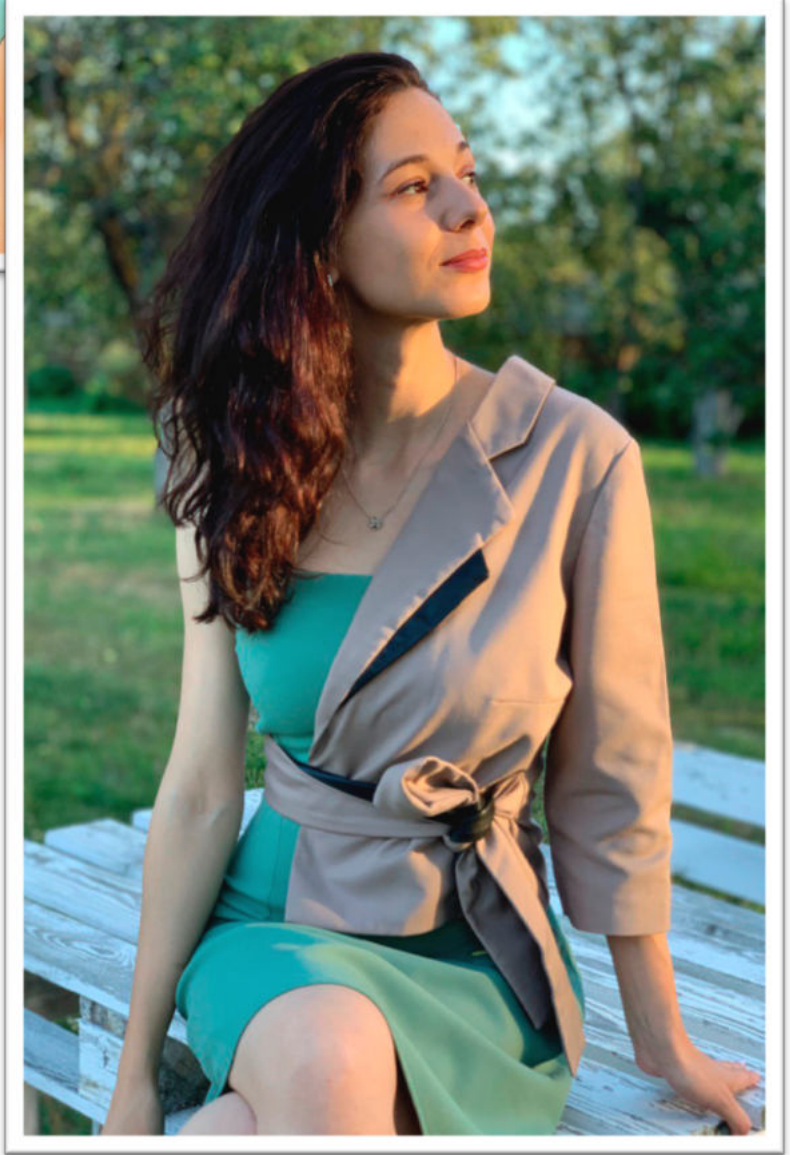
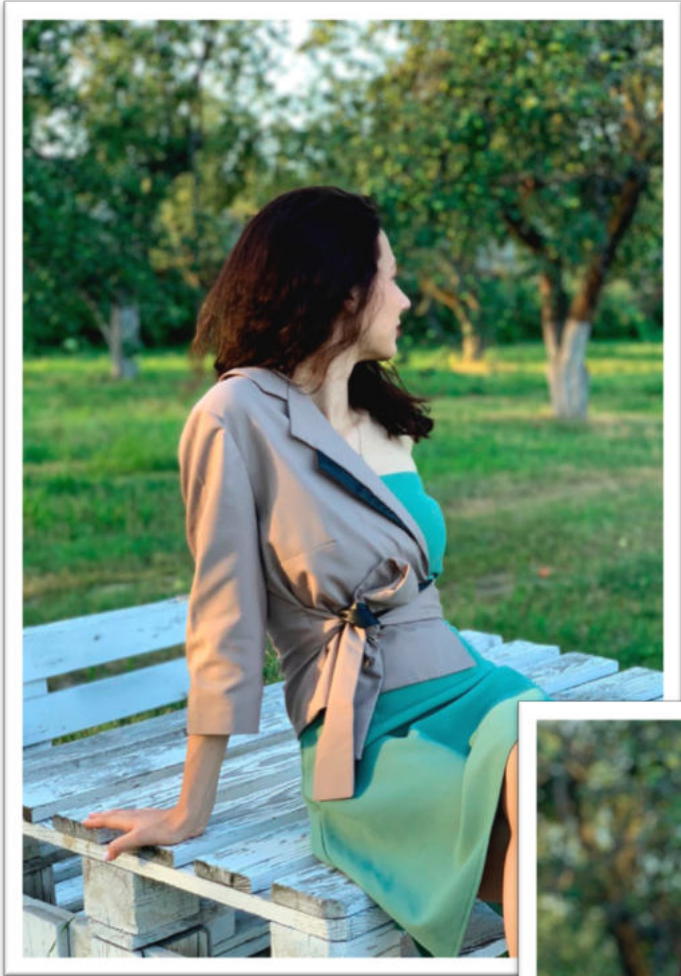
[25] NIKOLSKIJ, Aleksej. Moda budushchego. In: *Nikolaeva.livejournal* [online]. TASS, 2017 [cit. 2020-06-08]. Dostupné z: <https://nikolaeva.livejournal.com/793158.html>

Příloha č.1 – Fotodokumentace

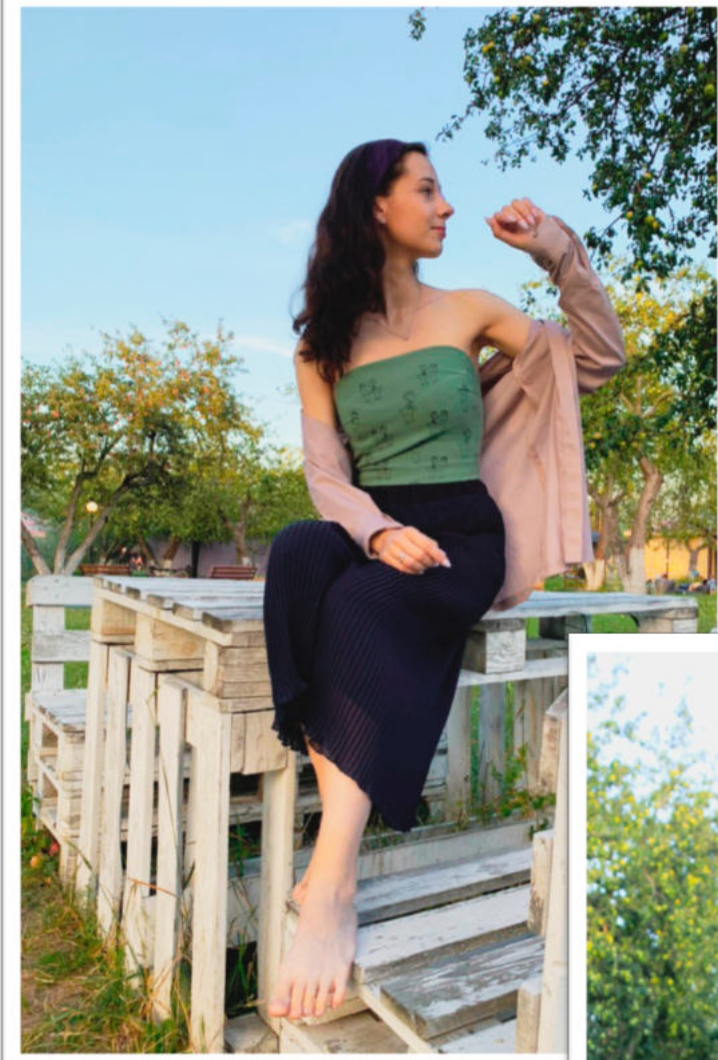












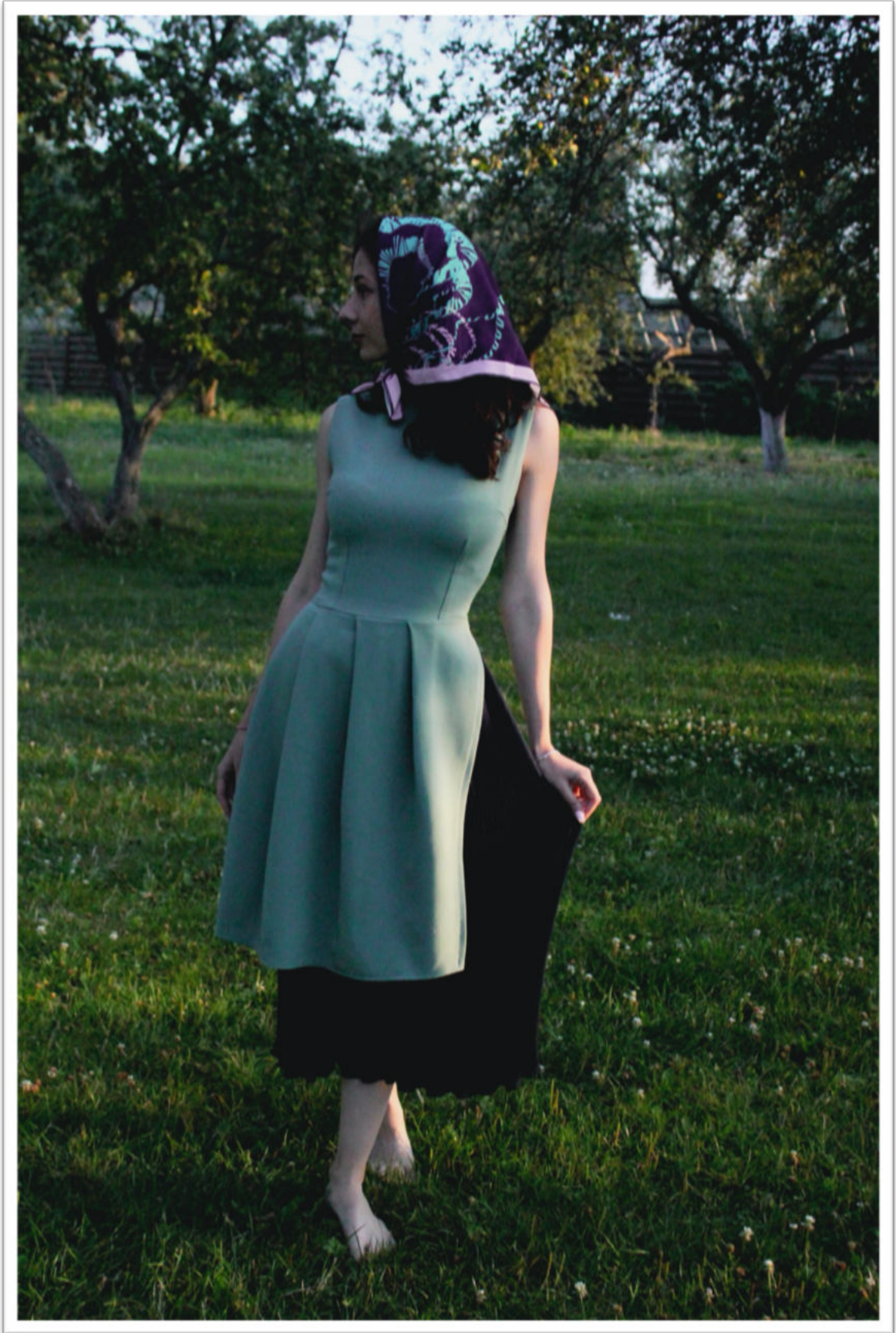




Příloha č.2 – Přehled vzájemných kombinací oděvních prvků kolekce









Příloha č.3 – Fotografie šátků





