

**„TVÁŘI TVÁŘ“
„FACE TO FACE“**

Bc. Miroslav Žitník

Diplomová práce
2010



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav designu oděvu a obuvi

akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Miroslav ŽITNÍK**
Studijní program: **N 8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design – Design oděvů**

Téma práce: **TVÁŘI TVÁŘ**

Zásady pro vypracování:

Výtvarné zpracování a realizace finálních návrhů, cca 8-12 modelů. Technická a teoretická příprava projektu, sběr potřebných informací a vyhotovení práce dle zadaných parametrů. Celou práci také odevzdat na cd rom v elektronické podobě. Prostudování a analýza dostupných materiálů a informací, vlastní závěry. Rozsah práce: Výtvarné řešení designu oděvu ve variantách, finální řešení, výběr materiálů, stříhové řešení, realizace vybraných oděvů, výtvarná dokumentace. 10 stran textu na téma teoretické části, cca 20 stran přípravné skicy a fotodokumentace, vše formát A4. Odevzdejte ve 3 stejnopisech v pevné vazbě.


Rozsah práce: viz zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz zásady pro vypracování
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/umělecké dílo

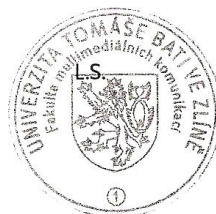
Seznam odborné literatury:


- Herbenová Olga, Lamarová Milena, Kybalová Ludmila, *Obrazová encyklopedie módy, Praha 1973* - Seeling, Charlotte, *Století módy 1900-1999, Praha 2000* - Skarlantová, Jāna, *Od krinolíny k džínsům, Praha 1979* - Máchalová, Jana, *Móda 20.století, Praha 2003*

Vedoucí diplomové práce: ak. mal. Šárka Šišková
Ústav designu oděvu a obuvi
Datum zadání diplomové práce: 11. ledna 2010
Termín odevzdání diplomové práce: 17. května 2010

Ve Zlíně dne 11. ledna 2010


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




doc. Mgr. Ivan Titor
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²⁾;
- podle § 60³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 2.2.2010

HROZDIL JIŘÍ
Jméno, příjmení, podpis

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ABSTRAKT

Filosofie celé této kolekce je hra tvarových kontrastů. Kolekce je tvořena z většiny vycházkovými oděvy. Výtvarně jsem se snažil propojit hru materiálů s filosofií intimního prostoru a začlenit je do nositelného oděvu.

Místa jako dopravní prostředky, čekárny, haly, ulice mi byli inspiračním zdrojem. Prostředí kde je vysoká koncentrace lidí.

Snaha o vyjádření a nalezení nové formy oděvu v kombinaci s nositelnou funkčností se staly hlavními atributy mé kolekce.

Klíčová slova:

neverbální komunikace, gesta, osobní prostor, mimika, móda, tendence

ABSTRACT

The idea of this collection is playing with shape contrasts. The collection consists mostly of outdoor fashion. My artistic aim was joining materials' diversity with the idea of intimate space and apply it to daily-wear fashion.

I found inspiration in public transport, waiting rooms, halls, streets – places with high density of people.

The main attribute of my collection is finding and expressing a new form of wearable functional fashion.

Keywords:

Nonverbal communication, gesture, personal space, mimicry, fashion, trend

PODĚKOVÁNÍ

Za odborné vedení, cenné rady a hodnotné připomínky děkuji vedoucí diplomové práce paní ak.mal. Šárce Šiškové. Poděkování také patří firmě INTERMA, a.s. za finanční podporu a firmě Baťa za zapůjčení obuvi. V neposlední řadě děkuji všem pedagogům a rodině, kteří mi pomáhali po dobu studia.

MOTTO

"Můžete říci, že návrhářství je docela snadné. Obtíž spočívá v nalezení nového způsobu, jak zkoumat krásu."

Yohji Yamamoto

OBSAH

ÚVOD	8
I. TEORETICKÁ ČÁST	9
1. „FACE TO FACE“	10
2. INSPIRACE	10
3. KOMUNIKACE	12
3.1. KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY	12
3.2. ROZDĚLENÍ KOMUNIKAČNÍCH PROSTŘEDKŮ.....	15
3.3. TERITORIA A OSOBNÍ ZÓNA	16
4. GESTA A MIMIKA	18
5. ODKAZ V HISTORII ODÍVÁNÍ	19
5.1. OBDOBÍ NEJVĚTŠÍ PROMĚNY SILUETY A PÍSMENO „X“	20
5.2. CHRISTIAN DIOR A SPOLEČNOST	21
5.3. VZHLED DESETILETÍ	24
6. SOUČASNÉ TENDENCE	26
6.1. JEDNOTLIVÉ INSPIRAČNÍ PROUDY	26
II. PRAKTICKÁ ČÁST	29
7. MATERIÁLOVÉ SLOŽENÍ.....	30
8. FOTODOKUMENTACE A NÁVRHY	31
ZÁVĚR	57
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	58
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....	59
SEZNAM OBRÁZKŮ	60

ÚVOD

Před výběrem tématu k diplomové práci předcházelo několik základních otázek. Co bych chtěl vytvořit, z jakých textilních materiálů, filosofický záměr a na jakého konečného spotřebitele se budu zaměřovat.

Textilní materiály, které jsem volil, jsou převážně vlnašského a hedvábnického charakteru. Glenčekový materiál je hlavním nositelem celé kolekce. Svou stavbou vazby vzoru charakterizuje křížení. Křížení jsem pojal jako různé nečekané střety. Tváří tvář nečekaným střetům s lidmi při cestovním dobrodružství. Koncentrace míst, kde se střetávají a kříží naše cesty i osudy lidí při cestování.

Materiály hedvábnického charakteru by měli charakterizovat přímou a čistou linii v oděvní kolekci. Symbol určité přímocharosti, jasnosti, kterou si plánujeme. Vytyčené cíle, kterými chceme směřovat. Doplňkem jsou volně uvázané vázanky, které jsou symbolem určité konvence a upjatosti nepsaného společenského kodexu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1. „FACE TO FACE“

Žijeme ve společnosti, kde se jako jedinec denně střetáváme s lidmi. Svobodně či nesvobodně jsme nuceni a žádáni o komunikaci se svým okolím. Jsme donuceni si tak chránit svůj vlastní intimní prostor. Jeden z prostředků, které k tomu využíváme, jsou ve formě verbální a neverbální komunikace.

Mezilidská komunikace má několik proměnlivých podob, které se nepohybují jen na rovině slovní mluvy, odborně je nazývané verbální komunikace. Většinu informací přijímáme nebo poskytujeme prostřednictvím gest, mimik, čtením grafických znaků apod. Jsou to nonverbální komunikace.

2. INSPIRACE

Hlavním inspiračním zdrojem mi bylo samotné cestování, dopravní prostředky, čekárny vlakových a autobusových nádraží a letištní haly. Místa, kde se střetávají lidé a křížují se různé etniky, národy a osudy lidí.

Forma oděvu je rozdělena na dvě fáze. Jedna fáze se zaměřuje na aranžovanou modelovou tvorbu. Má charakterizovat různé nahodilé střety osob při přepravě. Nikdy nevíme, kdo anebo co nám zkříží cestu. Jaká bude její následná modifikace.

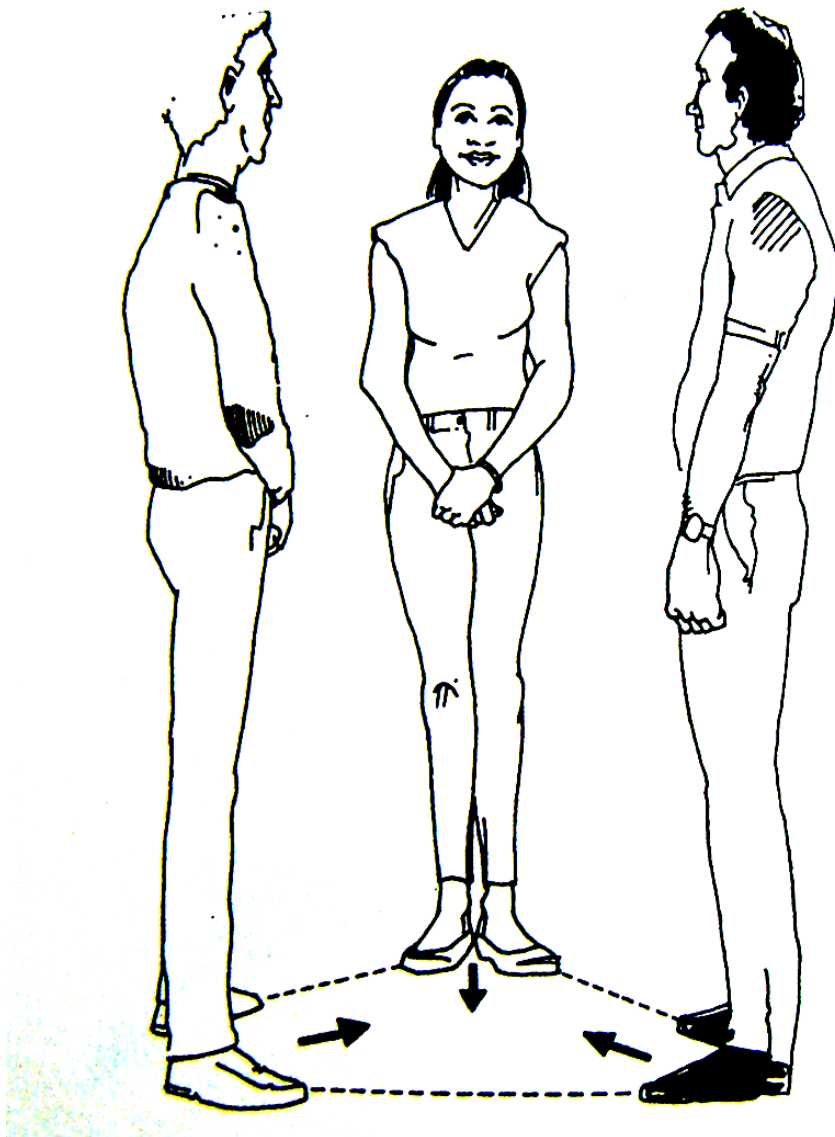
Střih u některých oděvních dílů je tvořen trojúhelníky. Tři strany kde každá ze stran by měla charakterizovat jeden subjekt. „Já“ v roli pozorovatele a další dva nahodilé pozorované subjekty viz. obr. č. 1. Studie těchto dvou pozorovaných subjektů má několik set podob, o kterých se dál zmiňuji v oddíle komunikace.

Druhá inspirační fáze by měla charakterizovat čistou jasnou linii. Místo odněkud někam. Naše osobní stanové cíle. Směr z jednoho místa na druhé. Čistá jasná definice toho, kam směřujeme. Symbolem proto by měli být halenky a košile z převážné části hedvábnického charakteru.

Glenčekový materiál jsem se snažil po výtvarné stránce posunout dál při odstranění v některých částech osnovních či útkových nití. Částečnou průhlednost, kterou jsem vytvořil, narušením vazby ve mně vyvolává pocit určitého nahlédnutí do intimního

prostoru. Máme pocit, jako bychom se mohli skrze tyto průduchy dostat za hranice jiných dimenzí. Nahlédnout tak víc do osobnosti zkoumaného subjektu.

Doplňkem a detailem k ucelení kolekce jsou nahodile uvázané uzle. Charakter těchto doplňků spočívá v určité svázanosti vůči svému okolí. Také v modifikaci toho, jak se mu dokážeme přizpůsobit. Svázanost vůči svému okolí je myšlena jako způsob našeho morálního a etického chování. Každý jsme vychovávan jinak. Přístup individua ve způsobu chování ke svému okolí např. konzervativním, konvenčním nebo jiným typem.



obr. č. 1

3. KOMUNIKACE

Signály s kterými pracujeme denně, mohou někdy zastínit verbální projev. Stále hrají svou hlavní roli vědomě či nevědomě. Na každé konverzaci s druhou osobou nalezneme výčet toho, co nám chce skrýt nebo naopak se podělit o pocity.

Naučit se rozpoznat gesta a mimika druhých osob je na jedné straně velice složité a někteří lidé se tomu dlouhodobě věnují. Naopak některá neverbální gesta můžeme lehce vyčíst. V případě stydlivosti. Mnozí z nás sklopí zrak, zčervenají a snaží se co nejrychleji odvést pozornost od tématu. Protikladem může být lež. Zde dokážeme vyčíst jen něco málo. Chladný výraz a odměřený přístup.

Naučíme-li se alespoň pár základních složek neverbální komunikace, tak máme z části „vyhráno“. Lépe se nám bude dosahovat náklonnosti druhé osoby nebo vyjednávat při obchodním jednání. Máme tak větší šanci na dosažení svých cílů.

3.1. KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY

Z historického hlediska je za nejvýznamnější práci o studii lidského těla považována kniha z roku 1872 *O vyjádření emocí u člověka a zvířat* od Charlesea Darwina. K této vědní disciplíně neverbální komunikace se přiklání hlubší zájem až v druhé polovině dvacátého století. V roce 1970 vydal Julius Fastem první knihu o neverbální komunikaci, *O řeči těla*. I když o této vědecké studii bylo do současnosti napsáno už spousta knih, tak problém i přesto spočívá v samotných lidech. Spousta lidí k tomuto tématu přihlíží spíš skepticky a odmítavě. Osobně mě toto téma zaujímá a oslovilo mě o hlubší studium lidského chování.

Mezi počáteční průkopníky, kteří oslovili masu lidí a začali pracovat s neverbální komunikací často, označujeme herce němého filmu. Především pak herec a komik Charlie Chaplin. Éra němého filmu pracovala pomocí groteskních scén, mimik, grimas, které ztvárňovali ve svých humoreskách. Dokázali propojit jednotlivé země díky základním neverbálním prvkům. Dodnes lehce čitelné pro většinu obyvatelstva. Prvky, které jsou v nás od malička pěstovány a bereme je jako součást našeho života například obr. č. 2.



obr. č. 2

Dnes napomáhá nonverbální komunikace vědním oborům ve sledování povah jednotlivců. Identifikuje tak chování lidí a jejich jednotlivé signály gest. Pozorovací reflexy, které využívá pozorovatel „neverbalista“ při různých společenských událostech a na místech s větší koncentrací lidí apod. Albert Mehrabin a také profesor Birdwhistell zjistili nezávisle na sobě, že člověk využívá pouhých 35% verbální komunikace a více jak 65% neverbální komunikace.

V neverbální komunikaci existují skryté, na první pohled nerozpoznatelné mikro grimasy. Tyto grimasy nejsou postřehnutelné pouhým okem. Ovládají je jedinci, kteří si jsou plně vědomi studie neverbální komunikace. Při sledování či komunikaci daného jedince je dobré pořizovat video nahrávku. Zpětný pohled rozhovoru hovořícího jedince napomáhá odhalit skutečná gesta, která se snažil vědomě skrýt.

V současnosti se dostáváme do doby komunikace prostřednictvím elektronicky řízených mechanismů. Data, která jsou přenášena prostřednictvím počítačů a mobilních telefonátů. Osobní komunikace je zprostředkována pomocí video přenosů. Programy jako je SKYPE¹, ICQ² apod. Napomáhají k neosobní komunikaci „tváří tvář“. Možná by se zde dala zařadit

¹ SKYPE [skaip] – překlad do češtiny „seznámení“ nebo „rovný s rovným“; program, který umožňuje telefonovat prostřednictvím internetu mezi svými uživateli zdarma nebo za poplatek, odesílá zprávy, konverzace s více uživateli apod.

² ICQ [áj si kjú] – překlad do češtiny „já tě hledám“; funkce programu zahrnují posílání textových zpráv, konverzace s více uživateli, omezené odesílání SMS zpráv zdarma, posílání souborů apod.

i emailová pošta, či Facebook. I když nejsou součástí přímého přenosu video záznamu, tak recipient vidí naše foto. Podstatou je i to, že sami rozhodujeme o přímé komunikaci prostřednictvím jednoho „kliknutí“. Díky tomu se nám svět zmenšuje a přibližuje. Jsme schopni tak komunikovat s lidmi na opačné straně planety.

Jedna z nejnovějších technologií, která zaujímá trend na trhu je 3D³ grafika, filmy, televize, knihy apod. Díky 3D technologii si můžeme přečíst knihu „O Červené Karkulce“ a „procházet“ s ní temným lesem k její babičce.

Dostáváme se do doby, kdy neosobní setkání začínáme považovat za osobní. Bude-li tento trend nadále součástí naší společnosti, tak se můžeme dočkat nevídaných výsledků. Může se stát, že partnera si budeme vybírat jen jediným „kliknutím myši“. Naneštěstí zde fungují přírodní zákony nebo chemie, které nám říkají až při osobním setkání tváří tvář, „to je láska“, „dobrý člověk“ apod.

³ 3D – trojrozměrný obraz

3.2. ROZDĚLENÍ KOMUNIKAČNÍCH PROSTŘEDKŮ

Primární rozdělení komunikačních prostředků se člení na verbální a neverbální složky. Do verbálních začleňujeme mluvu, zvuk, tón apod. Mezi neverbální zařazujeme gesta, mimika, grimasy. Složce neverbální komunikace se věnuji ve své diplomové práci záměrně. Při cestování může člověk sledovat jednotlivé chování a jednání společníků

obr. č. 3.



obr. č. 3

Prostřednictvím této studie jsem vytvořil oděvní kolekci. Určitá modifikace chování jednotlivých lidí se nese v duchu celé kolekce. Je zajímavé sledovat lidi, jak se vzájemně k sobě chovají. Jednání s druhou osobou, i když je cizí a vidíme ji poprvé v životě. Na místech, kde je velká koncentrace lidí lze vysledovat chování a reakce jednotlivých lidí. Každý člověk je osobnost. Každý dáváme své emoce jinak najevo.

Základní barevnost oděvní kolekce se nese v duchu temnějších tónů v podobě Glenčekového materiálu. Má symbolizovat jednotu morálního chování většiny lidí vůči vnějšímu okolí a společnosti. Osobnost každého z nás jsem se snažil naopak symbolizovat na barevných punčochách a legínách, které jsou doplněny k jednotlivým oděvům. Každý jsme jako osobnost odlišní ve svém chápání a vnímání světa. Proto se i při jednání s lidmi

chováme různorodě, spontánně, přívětivě, odmítavě, odměřeně apod. Záměrem bylo využít punčochy a legíny jako určitá charakteristika vnitřní odlišnosti povahové stránky člověka. Na první dojem nedokážeme odhadnout osobnost člověka, která je tak diametrálně odlišná.

3.3. TERITORIA A OSOBNÍ ZÓNA

Vymezení osobního prostoru se netýká jenom zvířat a rostlin. Člověk si vytváří svůj vlastní teritoriální prostor. Pochopení skutečnosti, že si člověk vyhraňuje svoje vlastní místo, nám umožňuje dál sledovat jeho chování a chování ostatních lidí. Prostor či místo vlastního území je někdy chápáno jako pokračování svého vlastního těla. Vlastnictví majetku, jako je například dům se zahradou si člověk ohraničuje ploty. Tak aby dal jasně najevo, že je to jeho teritorium, na které nemá nikdo jiný nárok. S tím dále souvisí i osobní teritoriální omezení kolem svého těla.

Stejně jako zvířata, tak i člověk má svůj vlastní osobní prostor, který je závislý i od hustoty zalidnění míst, kde vyrůstal. Osobní zóna je tedy kulturně podmíněna. Japonci jsou zvyklí na přelidněné podmínky oproti jiným evropským místům. Evropané si více udržují určitý odstup. Rozhodující je také společenské postavení. Čím je člověk víc společensky postavený, tím víc si kontroluje svou verbální a neverbální povahovou stránku.

Prostorové vnímání může být také i vůči oděvu. Z historie můžeme vyčíst, že ženy s objemnými proporcemi oděvních kostýmů byli schopny se ladně pohybovat a přizpůsobovat vůči svému okolí. Objemné klobouky, které si ženy nasazovali na hlavy, se jako by staly součástí jejich těl. Schopnost přijmout ten fakt, že tělo obsahuje ještě další část.

Vědomě si člověk vytváří prostorové vzdálenosti vůči svému okolí obr. č. 4. Prostorové vzdálenosti se rozdělují do několika kategorií.

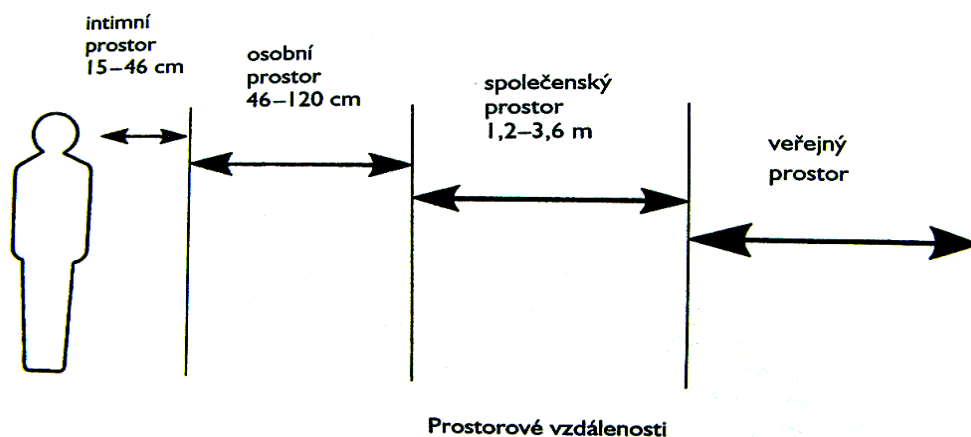
Kategorie prostorových vzdáleností:

1. *intimní prostor* – řadí se mezi nejdůležitější osobní zóny. Člověk si je chrání jako osobní vlastnictví a připouští si pouze nejbližší osoby. Vzdálenost se ohraničuje

od 15 do 46 cm.

2. *osobní prostor* – tato vzdálenost je udržována na večírcích, podnikových oslavách, společenských událostech. Rozhraní je 46 až 120 cm.
3. *společenský prostor* – tuto vzdálenost 120 až 360 cm udržujeme při konverzaci s cizími lidmi, s prodávacem v obchodě, poštovní doručovatel, novým zaměstnancem apod.
4. *veřejný prostor* – vzdálenost 360 cm je pro situace když chceme hovořit k větší skupině lidí.

Narušení osobního a společenského prostoru cizím člověkem dokážeme do určité míry tolerovat. Ale narušení intimního prostoru cizím člověkem má za následek fyziologickou změnu našeho těla. Hladina adrenalinu v krvi se zvyšuje, srdce začíná rychleji tlouci, do mozku proudí více krve a svaly se připravují na možný útok nebo útěk. Jiná situace však může nastat v případě, kde je nevyhnutelné překročení hranic intimního prostoru. Jedná se zejména o přeplněné výtahy, vagóny v metru a autobusech. V této situaci děláme, že si cizího člověka nevšímáme a nepovažujeme to za útok. Tyto situace, jako je přeplněný výtah, lze vyřešit, tak že se snažíme svým pohledem hypnotizovat a urychlit displej při odbavování jednotlivých etáží. Smyslem celého prostorového rituálu je udržet určitou harmonii vůči sobě a svému okolí.



obr. č. 4 prostorové vzdálenosti

Pro udržení harmonie jsem chtěl odosobnit určitou stránku lidské povahy. Zaměřil jsem se na příruční zavazadla. Jsou pro nás nezbytné, mají o nás vypovídající hodnotu a jsou

nedílnou součástí při cestování. Vytvořil jsem kufry z čirého plexiskla. Vložil jsem zde osobní věci, které používáme při cestování. Chci tím apelovat na odbourání hranic našeho vlastního intimního prostoru. Nestydět se ukázat, že jsem uvnitř jen obyčejný člověk. Mám stejné potřeby a starosti, jako lidé okolo mě.

4. GESTA A MIMIKA

Chceme-li se orientovat v řeči těla je potřeba posuzovat vždy gesta jako celek. Řeč těla je tvořena stejně jako rétorika ze slov a vět, které po spojení dávají smysl. Každé gesto, výraz i mimika má svůj vlastní význam a i když jsou tvořena jako jedno slovo, mohou nabývat několik významů.

Podoba základní mezilidské komunikace si je v mnoha gestech velice podobná. Lze jim porozumět téměř v každé zemi. Lidé vyjadřující radost a dobrou náladu poznáme podle úsměvu. Naopak zamračená a nevrlá gesta jsou typické pro nešťastné lidi. K dalším ze základních gest lidské přirozenosti lze zařadit pokývnutí hlavy shora směrem dolů. Znamená souhlasný pokyn. Opakem je odmítnutí. Gesto odmítnutí, které lze vysledovat již v období narození dítěte. Dítě při pocitu nasycenosti mateřským mlékem odvrací hlavičku od prsu a dává tak jasně najevo svůj odmítavý postoj. Rychle si tak zafixuje, že tento pohyb je důležitý při všem, co je pro něj negativní.

Nejčastěji využívaná gesta a mimiku lze vysledovat při reklamních spotech a grafickém ztvárnění (plakáty, billboardy, některé letáky apod.). Jejich snahou a cílem je vyvolat u diváka zájem, údiv, nadšení, uvědomění. Jasně a výstižně sdělit informaci. Využívají k tomu gesta příkladu to je nejlepší, nejdokonalejší, nejkrásnější prostě a jednoduše je to „nej“.

Z historického hlediska lze vysledovat v ilustracích, malbách, fotografiích pohyby jednotlivých manekýn. Jedním z období, které jasně dává najevo svá gesta a role postavení ženy ve společnosti je konec 40. let a léta 50. Manekýny jsou záměrně stylizované do podoby primabalerín. Nejedná se o přirozené volné pózy, ale naopak je potřeba zdůraznit křehkost, ženskost a noblesu ženy. Při pohledu do válečného období druhé světové války se naopak role žen ve společnosti obrací a zastupují funkce mužů. Přirozený postoj byl obranný a úzce s ním souvisel i oděv. Charakteristické zvýšení ramen se zúženým pasem.



obr. č. 5 "New Look"

5. ODKAZ V HISTORII ODÍVÁNÍ

Inspiraci čerpám z období odívání 40. let a 50. let 20. století. Nejvíce mne zaujal svou tvorbou Christian Dior. Je nejcharakterističtější v proměnlivosti oděvních siluet. Jedno desetiletí jeho tvůrčího života v módě stačilo k tomu, aby byla představena plejáda možných oděvních siluet v ženském odívání. Dekáda posledního desetiletí by byla možná významná v největší proměnlivosti odívání, ale je charakteristická spíše svou kombinací a mixem různých stylů.

Období tvorby Christiana Diora jsem zvolil záměrně. Z důvodu proměnlivosti módní siluety, kterou dokázal přinášet každou novou sezónu obr. č. 6. Tak jako pružnost siluety tak i jednotlivé chování a reakce jedince v neverbální komunikaci vyvolávají ve mně pocit určité reflexe a přizpůsobení se dané době či momentu.



obr. č. 6 oděvní linie

5.1. OBDOBÍ NEJVĚTŠÍ PROMĚNY SILUET A PÍSMENO „X“

V období druhé světové války se ženská silueta přezdívaná také silueta „X“ odívá do sak se zvýrazněnými a vycpanými rameny. Zúžený pas a „áčková“ sukně doplňuje tuto siluetu.

V poválečném období, kdy se jednotlivé země zmítaly v chudobě z následků válkou zničeného života a začala se budovat lepší budoucnost, přichází na scénu francouzský návrhář Christian Dior. Tento muž dokázal nabídnout ženám to, po čem toužily v období největšího strádání. Dokázal v ženách vyvolat touhu být zase krásné a sebevědomé.

Roku 1947 představuje první novou módní siluetu tzv. „New Look“⁴. Tato silueta, která je charakteristická zúženým pasem, širokými rameny a rozšířenou sukní sahající až do půli lýtek. Připomíná přesýpací hodiny obr. č. 7. Je to velice ženská linie, která si název získala podle jedné slavné módní žurnalistky Carmel Snowové, po zhlédnutí první premiérové přehlídky Christiana Diora. Dior dokázal zachytit ducha doby.

Podstatou písmene „X“ je překřížení dvou linií, které jsou charakteristické pro tento symbol. Podstatná část tohoto symbolu se objevuje několikrát v oděvní kolekci od filosofické myšlenky přes výběr materiál až po aranžovanou tvorbu.

⁴ „New Look“ – v překladu „nový vzhled“



obr. č. 7 model "Bar"

5.2. CHRISTIAN DIOR A SPOLEČNOST

Podstatou tvorby Christiana Diora je, že dokázal osvobodit ženy z období poválečného temna. I když jeho róby byli z počátku nákladné a pro střední vrstvy stěží dostupné. Dokázal v šetřivých hospodyních vyvolat chtíč po nové módní siluete a stát se opět žádanými ženami. Šikovné hospodyňky si dokázaly i ze starých závěsů přešít a zhotovit „New Look“.

Módní dům Christian Dior je dodnes charakteristický svými fantastickými až pohádkovými přehlídkami. Cílem jeho tvorby bylo umět šokovat a neustále překvapovat. V současnosti se daří udržet ducha a myšlenku módního domu výkonnému uměleckému řediteli Johnu Gallianovi.

Jak ale žila společnost v období Diorovy slávy? Víme, že se jedná o období poválečné a snahou lidí bylo najít nový smysl života. Nastává období moderny, kdy forma sleduje funkčnost. Forma přesýpacích hodin, která byla odrazem v „New Look“ se začala

objevovat všude. Od architektury, interiéru až po spotřební materiál. Všichni lidé si chtěli splnit své přání a neznali slovo odpírání.

S touhou žít na úrovni bohatých a privilegovaných se začalo odrážet i na haute couture. Průměrný člověk tak začal mít snadnější přístup k poznání celého světa. Auta, dovolené v cizině, elektronika, to vše si mohl dovolit. Haute couture se tak dostala lehce do ulic měst a brzy zevšedněla. Ale i přesto všechno nebylo snadné dosáhnout sociálního standardu. Bylo zapotřebí mnoho úsilí, aby si člověk mohl dovolit nové módní výstřelky.

Zajímavostí je proměna role ženy. V období války zastupovala funkci mužů, kde praktičnost a funkčnost v odívání byla prioritou. Po válce se ale role ženy obrací. Stahuje se zpět do role domácí hospodyně a opět víc se začíná věnovat rodině. V přeneseném slova smyslu i doslovně je opět sešněrována do domácího oděvu. Filosofii té doby bylo, aby muž byl neomezeným pánem domácnosti a živitelem rodiny a žena se naopak starala o domácnost a rodinu.

Ženy začali opět nosit korzet, vždy byli perfektně upravené a čekala se od nich dokonalost. Nikdy nevyházely bez klobouku a rukavic. Kabelka a boty musely vždy spolu ladit, tak jako doplňky a make-up. Nosily se vysoké podpatky a nylonky za všech okolností. Francouzská feministka a spisovatelka Simone de Beauvoir popsala jednoznačně tento kult ženskosti.

„Elegance jako pouto. Žena slouží pouze jako vývěsní štít mužova úspěchu, zašněrovaná do korzetu a starých konvencí.“

Simone de Beauvoir

I přes tyto konvence mnoho žen tento životní styl neuznávalo a budovaly svou vlastní kariéru. Charakteristikou této doby je, že žena se několikrát denně převlékala, měnila líčení i účes. K tomu jim sloužily ženské časopisy, které napomáhaly být vždy perfektně připravené na každou příležitost. Podmínek, toho co je a co není povolené, byla celá řada. Například brokát se nesměl nosit po 18. hodině. Neslušelo se, aby si žena kupovala sama květiny a parfémy. Rukavice při pozdravu se nikdy nesměly sundávat. Pravidla toho, jak se správně chovat.

Nevhodné bylo, aby muž viděl svou ženu nenalíčenou. Proto, aby se vyvarovala tomuto

společenskému klišé, vstávala o hodinu dříve než muž. A na noc používala večerní make-up. Dokonce se neslušelo, aby i poštovní doručovatel viděl ženu nenalíčenou. To vše si samozřejmě mohla dovolit jen žena, která žila ve vyšší společenské třídě. Ale i přesto všechno se spousta žen snažila být vždy za každé situace perfektně upravená a pohledná.

Společnost vyšších vrstev je velice uvolněná, bouřlivá. Pořádají se hony na nejdokonalejší večírky a bály. O nejlepší kostýmy, masky nejnákladnější róby apod. To právě napomáhalo k oživení poválečné haute couture. Hostitelem nejvýznamnějšího, největšího a nejfotografovanějšího maškarního plesu dvacátého století byl Carlos de Beisteguis. Tato slavnostní příležitost dokázala zaměstnat pařížské salóny na několik měsíců dopředu. O nejzajímavější masky se postaral právě Christian Dior. Dokázal vytvořit fantazijní kostýmy. Například pro Salvadora Dalího a jeho ženu Galu vytvořil kostým s účesem a klobouky převyšující 2,4 m. Tyto slavnostní příležitosti tedy napomáhaly k oživení haute couture. Byly k vidění originální a jedinečné kousky překypující bohatstvím a nádherou.

Diorovou snahou bylo udržet módu v pohybu, a aby neutuchal zájem o módu samotnou. V období svého kralování na poli módy představil dvacet dva nových oděvních linií. Každá nová linie byla chráněna licenční smlouvou.

I když existovalo spousta návrhářů, tak díky novým liniím si Dior udržoval svůj prim ve světě módy. Byl to mistr překvapení, tak jako i dnes jeden z jeho nástupců John Galliano šokuje svými kreacemi.

Vedle haute couture existovaly i malé konfekční série. Byli podle vzoru americké konfekce „ready to wear“ (ihned k nošení). Ve Francii byl až později použit název „Prêt-à-porter“ díky Pierre Cardinovi.

Exploze barev je typická pro 50. léta, byla to určitá reakce na smutná léta válečného období. Hlavním inspiračním zdrojem v paletě barev byl akční malíř Jackson Pollock přezdívaný „cákající Jack“. S nespoutanou barevností souvisel i životní styl, který byl dobou splněných přání. Obyčejné dívky z venkova se stávali úspěšnými modelkami. Vdávky za bohaté „prince“ probíhaly jak na běžícím pásu.

5.3. VZHLED DESETELETÍ

V průběhu padesátých let připomínala oděvní tvorba sochařství. Líčení zas ohraničovalo ostré linky jako grafika. Předváděné oděvy byly pestrobarevné a vždy museli víc ladit s kabelkou než s typem nositelky. Ideálem slušné upravené ženy byly plavé vlasy, zářící oči a průsvitná pleť. Trend v líčení se stejně často měnil jako oděvní kolekce. Patřilo to stále k „New Look“.

Účes se měnil stejně rychle jako vše okolo odívání. Dospělé ženy nosily vlasy hladké, zvlněné, krátké, dlouhé k bradě nebo až po ramena. Rozmanitost účesů byla velká a k rychlé proměně účesů sloužily různé přičesky, ofiny, uzly. Proto, aby byl účes vždy perfektní a držel svůj tvar, sloužily silná tužidla. Zejména ke konci desetiletí padesátých let vypadaly účesy jako cukrová vata.

Pokrývka hlavy doladřovala celkový vzhled oděvu. Tvar se přizpůsoboval účesu. Čím složitější účes, tím víc klobouk zmenšoval svůj tvar. Při větrném počasí nebo k jízdě v autě či na kole se používal čtvercový hedvábný šátek.

Sladěny byly i šperky, bez kterých nemohla žena vyjít ani na ulici. V oblibě se nosily klipsy, které doplňovali náhrdelník, náramek a prsten. Samostatně se nosily brože, zlaté řetězy a elegantní šňůry perel.

Z počátku desetiletí byli nezbytnou součástí rukavice. S postupem času začali ztrácet na svém významu. Vedle rukavic byli součástí oděvu pásky, které zdůrazňovaly pas.

Boty se nosily mírně špičaté s malým prohnutým podpatkem. Získali název „Sabrina“ podle úspěšného filmu s Audrey Hepburnovou. U teenagerů byli oblíbené „balerínky“ s kterými se výborně tančil rokenrol. V roce 1955 přichází na trh boty s jehlovými podpatky od Salvatora Ferragama. Od té doby nechtěli ženy a mladé dívky sestoupit z pomyslných výšin.

Kdo však nejlépe vystihoval ideál padesátých let, byla herečka Grace Kellyová. Její vystupování bylo aristokratické, už dřív než se stala monackou kněžnou. Charakterizovala „úhledný“ vzhled ženy se šňůrou perel k twinsetu, doplněny krátkými bílými rukavicemi a samozřejmě její „Kelly-bag“ obr. č. 8. V třicátých letech uvedla módní značka Hermés dámskou kabelku s držadlem, kterou zpopularizovala právě zmíněná herečka. Podle toho vznikl název „Kelly-bag“. Mezi známé idoly tohoto desetiletí patří ženy, jako je Liz

Taylor, Audrey Hepburn, Marilyn Monroe, Evita Perón atd.



obr. č. 8 Grace Kelly s „Kelly-bag“

6. SOUČASNÉ TENDENCE

V čase, kdy byla vytvářena diplomová práce, jsem pracoval s informacemi o nadcházejících trendech pro jaro a léto 2010/2011. Stálo by za zmínku popsat, jak vznikají trendy a jak pracují s novými tendencemi všeobecně designěři. Není to však záměrem mé diplomové práce. S trendy jsem pracoval jen v některých částech. Pokusím se nastínit barevnost a oděvní linii, s kterými by se mělo pracovat v nadcházejících sezónách.

I když se trendy všeobecně předurčují na několik sezón dopředu, tak ne vždy se každý trend uchytí v zájmu širšího publika. Některé trendy čekají i několik sezón než začnou být ve všeobecném zájmu. Jistota v trendové barevnosti je závislá od nákupčích velkých výrobních firem na světě.

Zásadním trendem pro nadcházející sezóny bude zvětšování a věci, které dostávají jiný smysl. Zvětšování je prozatím nejdéle používaný trend. Je historicky propojen s osmdesátými léty dvacátého století. Můžeme jej sledovat na desénech bytových interiérů, oděvních materiálech, ale je možno jej sledovat i ve filmu. V současnosti přichází do kin film od režiséra Tima Burtona „Alenka v říši divů“. Věci dostávají jiný smysl, například to souvisí i s trendem recyklace. Vyrábí se boty z recyklovaného papíru, závěsné svítidla z PET lahví apod. Trendy se však vzájemně prolínají. Nelze hovořit pouze v jednotném čísle. Každý impuls, který byl nějak zpracován, stále setrvává, má po zenitu nebo naopak se ocitá na vrcholu.

Mezi ikony inspiračních zdrojů patří Elsa Schiaparelli. Je zde vypíchnuta hravost a legrace, která se odehrávala v jejich kolekcích. Je to také úzce spjato s přátelstvím surrealistů, kteří částečně ovlivnili její tvorbu.

6.1. Jednotlivé inspirační proudy

- a. **Historismus** – v historickém pojetí se využívá transformace vzorů a přenášejí se na desény textilních materiálů ve zvětšené formě. Použití krajek na tělo, jako by byli součástí těla.
- b. **Surrealismus** – je to nejnovější záležitost, charakteristické pro něj je že v základu

dostávají věci jiný smysl.

- c. **Futurismus** – je názorným příkladem trendu, který měl nastoupit už počátkem 21. století, ale prostor pro vyjádření se mu dostal teprve v roce 2008 /09. Věci dostávají jiný smysl a s tím souvisí i optická iluze.
- d. **Magie a čarodějnictví** – je to druhá stránka věci. Která se odvrací od hravého mírumilovného surrealismu. Využití v úpletech a potiscích.
- e. **Příroda** – návrat k přírodě, ale v jiném duchu, naturalistické tisky, lampy v podobě větviček apod. Materiály zde vévodí přírodní většinou v tmavých tónech. Vlna vylepšená o nové technologie s hedvábím novou generací viskózy. Efekt zestarobnění, seprání. Klasické úplety, které jsou pogumované, zdvojené materiály, poseté latexem.

S osmdesátými léty se začalo pracovat už v počátku 21. století, ale v současnosti jsou na vrcholu. S tím úzce souvisí veškeré prvky, doplňky a architektura. Charakterem osmdesátých let byla zvýšená ramena, špice, hrany, použití jasných barev, kde hlavně patří růžovo fialová magenta. Nejde o to věci kopírovat, je důležité je znát a vnést do nich něco nového.

Podzim, zima 2010 a 2011 nese názvy barev jako je „beton, absint, měsíční prach“. Vůdčími a dominantními barvami, jak v akcentech, tak plošných délkách bude „divadelní červeň“ a „rtěnka“. Názvy barev jsou velmi poetické díky francouzským tvůrcům, kteří jim tyto názvy přidělují.

Být viděn je podstatou jara, léta 2010 a 2011. Trend se ponese v duchu pestré barevnosti. Snaha bude o prosazení modrých barev. Léto by mělo být velice barevné. S všudypřítomnou červenou barvou se počítá. Silueta je stejná i pro podzim a zimu. Dámská a ani pánská móda nemají příliš velké rozdíly.

Dámská móda je nositelkou barev jako je „srdce noci“ (tmavě modrá), „lilková“ (zelená), „temný les“ (tmavě zelená a hnědá), „hedvábné punčochy“ (světlá růžová), „rtěnka“ (červená), „temná díra“ (černá), která je stále aktuální.

Dámská a pánská klasická móda zde vévodí „temná díra“ (černá barva), „srdce noci“ (tmavě modrá), „koňský ohon“ (hnědá), „divadelní červeň“ (červená) jako malý akcent, „lilková“ (zelená).

Elegantní móda nachází inspiraci ve čtyřicátých letech dvacátého století. Návrat kalhotových kostýmů a kostýmů se štíhlou sukni. Navracejí se proužky z 40. a 80. let 20. stol.

Móda je více o siluetách než o stylech. V poslední dekádě je využito mnoho siluet. Podle typu postavy přizpůsobujeme oděv a styl odívání. Je na to kladen daleko větší důraz. Silueta „X“, která se prosazuje je jednou z nejmladších siluet. Široké sukne s úzkým živůtkem. Ostré hrany, hroty ramen s množstvím dalších variací. Příkladem mohou být rukávy vedené od průkrčníku, nabírané rukávy, vycpávky s pánskými proporcemi apod. Pas je velmi štíhlý a k tomu slouží různé optické klamy. Klade se na to důraz, neboť podle posledního měření se zjistilo, že ženský pas se rozšířil o 3cm. Zvýrazňují se také boky, které byli typické pro 80. léta. Tvarování lehká asymetrie, zajímavé detaily.

Pro jaro a léto 2010,2011 je silueta stejná jako u zimních trendů. Velmi důležité však bude ovinování, vrapování, asymetrie, která je důmyslně promyšlená. Silueta s rozšířenými rameny bude stále přetrvávat. Balónové rukávy. Silueta „X“, která bude zdůrazňovat a zvyšovat pas. Moment uvolnění souvisí s trendem 80. let uvolněné rukávy a samozřejmě s využitím optického klamu.

Délky v oděvech jsou také velmi různorodé. Všechny délky se prosazují, ale důležité je umět použít. Maxi délka a Lady délka jsou nejpodstatnějšími délkami a důležitá také bude délka „super mini“, která se doporučuje pro mladé dívky. V protikladu pro starší generace se zas nabízí „umírněná mini“ délka, která je zkrácena na šířku dlaně nad kolena.

Dámská a ani pánská móda nemají příliš velké rozdíly. Návrat k tvídům v hrubší struktuře nebo s potiskem. Prodloužená saka přezdíváné „boyfrend“. Mají charakterizovat saka půjčené od svého přítele nebo staršího bratra. Zvětšují objem, ale zanechávají hezkou ženskou postavu.

Podstatou trendů pro nadcházející sezóny je zvětšování, zvětšování detailů, hra, věci dostávají jiný smysl. Linie „X“ a barevnost se bude soustřeďovat na červené akcenty.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

7. MATERIÁLOVÉ SLOŽENÍ



Glenček (esterházy) – 60% vlny a 40% PES. Jedná se o větší káro ve dvou nebo vícebarevném provedení vytvořený barevným snováním a barevnými útky. Vytváří káro s jemnou kresbou. Jde o káro z oblasti Skotska, přesněji ze skotského panství Glen Urquhart. U nás běžně dostal tento název esterázy podle rakousko-uherského šlechtice, který nosil s oblibou tyto tkaniny.



Popelín – 100% PES. Tkanina v plátnové vazbě z chemických materiálů. Osnovní nitě jsou hustě dostavené a jemnější než nitě útkové.

8. FOTODOKUMENTACE A NÁVRHY

VLOŽENÍ SKLÁDAČKY











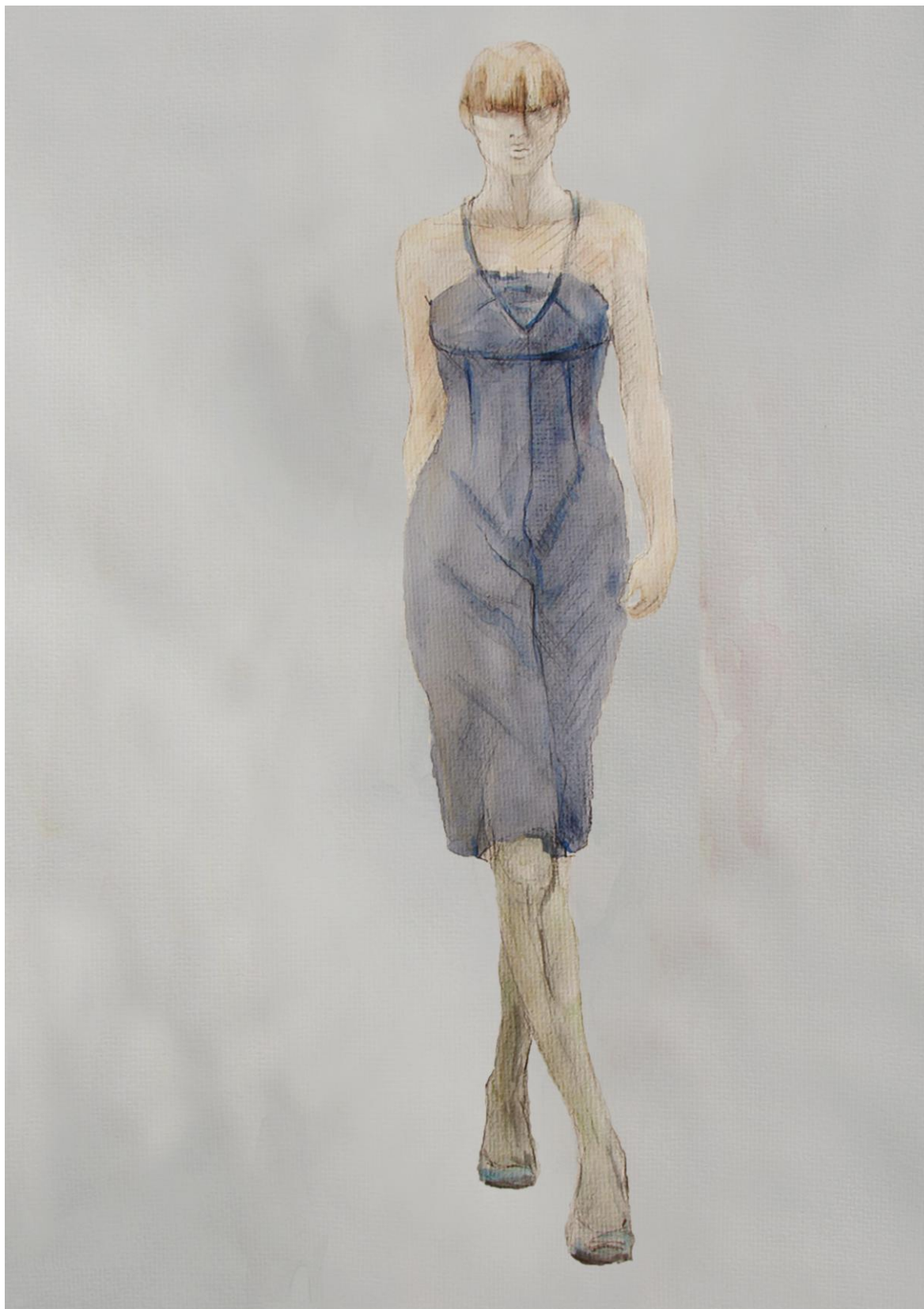






































ZÁVĚR

Studie tématu cestování a s tím úzce spjata neverbální komunikace mne dovedla k vytvoření nositelné oděvní kolekce. Dosažena práce měla za výsledek jedenáct nositelných vycházkových modelů pro ženu.

Hlavním atributem této kolekce je volné aranžování materiálů a objevování nové formy oděvu. Oděvy zdůrazňují ženskou linii a dávají vyniknout ženské kráse.

Osobně mi toto téma rozšířilo rozhled v oblasti psychologie a uvědomění si podstaty a důležitosti gest v naší společnosti. Oděv tak stavím do roviny nonverbální komunikace.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- Lewis David, Tajná řeč těla, Victoria Publishing, a.s. a East Publishing, 1998
- Wage L. Jan, Řeč těla jako účinný nástroj prodeje, Management Press, 1997
- Pařilová Hana, Textilní zbožíznalství - tkaniny, Technická univerzita v Liberci, 2005
- Seelingova Charlotte, Století módy, SLOVART, s.r.o., 2000
- Gombrich Hans Ernst, Příběh umění, Mladá fronta, a.s., 2003
- Rushton Susie, Jones Terry, Současní módní návrháři, Taschen/slovart, 2006
- Herbenová Olga, Lamarová Milena, Kybalová Ludmila, Obrazová encyklopedie módy, Praha 1973
- Skarlantová, Jana, Od krinolíny k džínsům, Praha 1979
- Máchalová, Jana, Móda 20. století, Praha 2003

SEZNAM INTERNETOVÝCH STRAN

http://www.zbynekmlcoch.cz/info/psychologie_aneb_ty_a_ja/neverbalni_komunikace_co_prozradi_gesta_mimika_a_postoj.html

<http://www.mujevztah.cz/clanky-vztahy/osobni-rust/neni-zona-jako-zona.html>

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

např. – například

atd. – a tak dále

tzv. – tak zvaně

obr. č. – obraz číslo

str. č. – strana číslo

SEZNAM OBRÁZKŮ

- str. č. 9 obr. č. 1 neverbální komunikace
- str. č. 11 obr. č. 2 neverbální komunikace
- str. č. 13 obr. č. 3 neverbální komunikace
- str. č. 15 obr. č. 4 prostorové vzdálenosti
- str. č. 17 obr. č. 5 "New Look"
- str. č. 18 obr. č. 6 oděvní linie
- str. č. 19 obr. č. 7 model "Bar"
- str. č. 24 obr. č. 8 Grace Kelly s „Kelly-bag“

