

Dámská módní kolekce vytvořena na základě spolupráce se značkou

BcA. Monika Říhová

Diplomová práce
2021



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Design obuvi

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **BcA. Monika Říhová**
Osobní číslo: **K19379**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Design obuvi**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Dámská módní kolekce vytvořena na základě spolupráce se značkou**

Zásady pro vypracování

1. Teoretická část: Popište vývoj módního domu Balenciaga: zmiňte tvorbu hlavních designérů a výrazné změny, které prodělala v průběhu 20. a 21. století. Dále proveďte rešerši současných módních trendů a popište vybranou kolekci tohoto módního domu. Definujte pojmy: haute couture, prêt-à-porter, ready to wear, casual clothes.
2. Praktická část: Návrh a realizace autorské kolekce oděvu a obuvi v počtu tří párů obuvi, čtyř módních doplňků a tří oděvů, na téma Dámská módní kolekce vytvořena na základě spolupráce se značkou, reflektující získané poznatky z teoretické části práce. Doplňte kresebné návrhy, stříhové řešení a technický popis, dokumentující vývoj jednotlivých modelů. Součástí odevzdané písemné části práce je dodání elektronické verze diplomové práce na Flash disku, který bude obsahovat také samostatné fotografie v tištěné kvalitě z praktické části diplomové práce. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formát pro vektory: AI, EPS, PDF, loga a texty v křivkách.
Rozsah diplomové práce: minimálně 45 normostran
Rozsah příloh: minimálně 15 stran
Forma vypracování diplomové práce: tištěná

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

Seznam doporučené literatury:

Amalia Descalzo, Miren Arzalluz, Pierre Arizzoli-Clemental. *Balenciaga*. London, UK: Thames & Hudson, 2011. ISBN: 0500970289
Lesley Ellis Miller, *Balenciaga shaping fashion*. London, UK: V & A Publishing, 2017. ISBN: 9781851779031
Móda: z dějin odívání 18., 19. a 20. století : sbírka Kyoto Costume Institute. Vyd. 2. Přeložil Blanka BRABCOVÁ. [Praha]: Slovart, 2011. ISBN 978-3-8365-2553-4.
FOGG, Marnie, ed. Móda: úžasný příběh fenoménu: historický vývoj, detailní vyobrazení i příběhy slavných návrhářů. Přeložil Zuzana PAVLOVÁ, přeložil Runka ŽALUDOVÁ. V Praze: Slovart, 2015. ISBN 978-80-7391-224-6.
Adam Geczy, Vicki Karaminas. *The End of Fashion*. London, UK: Bloomsbury Publishing, 2020. ISBN: 9781350049123

Vedoucí diplomové práce: **MgA. Jana Buch**
Ateliér Design obuvi

Datum zadání diplomové práce: **1. prosince 2020**
Termín odevzdání diplomové práce: **21. května 2021**


doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkan



MgA. Jana Buch
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 15. prosince 2020

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že


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

Prohlašuji, že:

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

Ve Zlíně dne: 9.8.2021

Jméno a příjmení studenta: MONIKA ŘÍHOVA


podpis studenta

ABSTRAKT

Diplomová práce s názvem „Dámská módní kolekce vytvořena na základě spolupráce se značkou“ se skládá z části teoretické a části praktické. Teoretická část se věnuje vývoji značky Balenciaga a s tím i vývoji módy ve 20. a 21. století. Tato část práce poskytuje teoretický základ, definuje módní pojmy a inspiruje svým obsahem část praktickou. V té budou uplatněny poznatky z teoretické části práce v návrhu i v realizaci autorské módní kolekce ve spolupráci se značkou. Ta se skládá ze tří oděvů, čtyř módních doplňků a tří párů obuvi. Pro představu o tvorbě této kolekce jsou v praktické části přiloženy i kresebné návrhy, stříhová řešení a technický popis jednotlivých modelů.

Klíčová slova: Balenciaga, Avenue George V, haute couture, new look, ready to wear, streetwear, creative director, fashion trends

ABSTRACT

Thesis named „Female fashion collection made in cooperation with fashion label“ consists of theoretical part and practical part. Theoretical part describes evolution of Balenciaga and evolution of fashion during 20 and 21 century. This part of thesis provides theoretical basis, define fashion concepts and inspire through the content actual design of fashion collection in practical part. Information gained from first part of the thesis will help with processing and realization of fashion collection cooperated with fashion label. Fashion collection consists of three garments, four pieces of accessories and three pairs of shoes. For better image of the whole making process there are sketches, cuts and technical description of each product included.

Keywords: Balenciaga, Avenue George V, haute couture, new look, ready to wear, streetwear, creative director, fashion trends.

Velké díky za pomoc a spolupráci při tvorbě kolekce patří Sandře Švédové a její mamince Jitce Píknové. Také chci poděkovat za velmi konstruktivní a odborné vedení paní Janě Buch a v neposlední řadě děkuji rodině a přátelům za podporu, kterou mi věnovali během celého studia i během tvorby diplomové práce.

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

OBSAH

ÚVOD.....	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 POČÁTKY KARIÉRY CRISTÓBALA BALENCIAGI.....	11
1.2.1 Pojetí návrhářství podle Madeleine Vionnet.....	14
1.3 PARTNERSTVÍ S WLADZIEM JAWOROWSKI D'ATTAINVILLE	15
1.4 DŮSLEDKY ŠPANĚLSKÉ OBČANSKÉ VÁLKY	15
1.5 TYPICKÉ RYSY JEHO TVORBY A ZDROJE INSPIRACE.....	17
2 PAŘÍŽSKÁ ETAPA MÓDNÍHO DOMU.....	18
2.1.1 Role Florette Chelot	19
2.2 PRVNÍ PŘEHLÍDKA V PAŘÍŽI	20
2.3 FUNGOVÁNÍ MÓDNÍHO DOMU BĚHEM 2. SVĚTOVÉ VÁLKY	23
2.3.1 Balenciagovi aktivity během 2 sv. války	24
3 POVÁLEČNÉ OBDOBÍ A „NEW LOOK“	28
3.1 NEW LOOK.....	29
3.2 DIOR VS BALENCIAGA.....	29
3.3 KRITICKÉ OBDOBÍ PŘELOMU 50. LET	30
4 VRCHOL TVORBY	32
5 PŘÍCHOD READY TO WEAR.....	37
6 MÓDNÍ DŮM BALENCIAGA PO SMRTI ZAKLADATELE.....	39
6.1 NÁSTUPCI V ROLI KREATIVNÍHO ŘEDITELE.....	39
6.1.1 1987–1997 Michel Goma.....	39
6.1.2 1992–1997 Josephus Thimister.....	40
6.1.3 1997–2013 Nicolas Ghesquiere	40
6.1.4 2013–2015 Alexandr Wang	41
6.1.5 2015 – nyní – Demna Gvasalia	41
7 DEFINICE MÓDNÍCH POJMŮ	43
7.1 HAUTE COUTURE.....	43
7.2 READY TO WEAR/PRET A PORTER	43
7.3 CASUAL CLOTHES.....	43
7.4 CREATIVE BLACK TIE	43
7.5 COCKTAIL	44
7.6 SMART CASUAL	44
8 AKTUÁLNÍ MÓDNÍ TRENDY	45
8.1 AKTUÁLNÍ KOLEKCE ZNAČKY BALENCIAGA.....	46
II PRAKTICKÁ ČÁST	48

9	INSPIRACE	49
10	KONCEPT	50
11	MOODBOARD.....	51
12	PROFIL ZÁKAZNICE.....	52
13	MATERIÁLOVÁ SKLADBA A BAREVNOST	53
14	KOLEKCE.....	54
	ZÁVĚR	57
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	58
	SEZNAM ONLINE ZDROJŮ	59
	SEZNAM OBRÁZKŮ	61
	SEZNAM PŘÍLOH.....	63

ÚVOD

Dvacáté století se nese ve významu velkých technologických i vědeckých pokroků a transformace společnosti. Změna postavení žen se odráží také v módě. Tento průmysl je na vzestupu a vytváří vhodné prostředí pro vznik mnoha nových značek nebo módních domů. Centrem se stává Paříž, kde se soustředí návrháři z celé Evropy.

Jednou ze zásadních ikon tohoto světa je Cristóbal Balenciaga, jehož výrazný odkaz přetrvává dodnes. A právě jemu bude primárně věnovaná velká část této diplomové práce. Budeme se zabývat jeho dokonalým řemeslem i inovátorským pohledem. V jeho salónu vznikla celá řada nových ženských siluet a modelů. Cristóbalův talent obdivovaly jedny z nejvýraznějších osobností módy, jako jsou Christian Dior, Hubert de Givenchy, Coco Chanel a mnoho dalších.

Druhá část teoretické práce popisuje vývoj značky Balenciaga a přechod do nové éry v období po smrti svého zakladatele, což byl zlomový bod, protože získává nové majitele i kreativní ředitele. Pod tímto vlivem se značka časem dostává opět do popředí a přitáhne pozornost kultovního módního magazínu Vogue.

V další sekci teoretické části zmíníme tvorbu některých nadcházejících návrhářů, kteří pracovali v rámci této společnosti a jejich vnímání módního průmyslu v následujících dekáдах 20. a 21. století. Budeme věnovat pozornost pojmům jako jsou haute couture, prêt-à-porter, ready to wear a casual clothes. Zaměříme se na jejich definici a roli v módním prostředí. Také si v práci ukážeme příklad současné kolekce značky Balenciaga a nastíníme současné módní trendy.

Praktická část diplomové práce navazuje na teoretickou část. V této návaznosti zanalyzujeme vybranou kolekci značky Balenciaga, která bude sloužit jako inspirace pro návrh produktů praktické části diplomové práce.

Cílem je vytvoření podkladů a získání potřebných informací pro tvorbu autorské módní kolekce ve spolupráci se značkou. Produkty budou reflektovat nabyté znalosti v rámci historického kontextu, pohledy a nadčasové vnímání různorodých návrhářů módního domu Balenciaga a vývoje procesu tvorby. Módní tendence budou sloužit jako rešerše k vzniklé kolekci.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 POČÁTKY KARIÉRY CRISTÓBALA BALENCIAGI

Mnoho lidí může překvapit fakt, že tak známý návrhář a světová ikona módy, jako je Cristóbal Balenciaga, má minulost a svůj životní příběh opředen mnoha záhadami a tajemstvími. Někteří publicisté dokonce přišli s tvrzením, že se jedná o fiktivní postavu a vůbec neexistoval. Důvodem těchto konspirací je to, že známý návrhář preferoval vysokou míru soukromí a prakticky nebyl na veřejnosti vidět. Mary Blume na toto téma poznamenává: *„Někdo tvrdí, že byl vysoký, jiní zase, že spíš malý, tělnatý či spíše vyzáblý. Pro některé to byl člověk velmi okouzující a pro jiné velmi rezervovaný. Nechal se slyšet, že prchal před hledáčky fotografů, a dokonce měl prý úmluvu s pouličním prodávčem novin, že ve chvíli, kdy nebude nikdo slídit kolem s objektivem, na něj zamává prachovkou, aby mohl diskrétně opustit dům. Taky se nikdy po své přehlídce nechodil klanět a bývalý vydavatel Woman's Wear Daily's John B. Fairchild ho nazval takovým divným káčetem.“* (Blume, 2013, s. 3)

1.1 Prostředí rané tvorby a dětství

Příběh patrně nejuznávanějšího návrháře všech dob se začal rodit na začátku přelomu 19. a 20. století. Cristóbal se narodil roku 1895 v malém španělském rybářském městečku Getaria, které leží v dnešní autonomní oblasti Baskicko na severu země. Jeho rodina byla z poměrně chudých poměrů, ale oba jeho rodiče byli respektovaní občané, kteří velmi dobře ovládali své řemeslo. Na jedné straně to byl otec, který jako většina ostatních trávil čas na moři jako rybář a námořník. Na druhé straně ho inspirovala jeho matka, která byla uznávanou krejčovou a šila nejen pro spoustu lidí z okolí, ale dokonce pro místní šlechtu. I přesto, že si jeho otec přál, aby ho mladý Cristóbal následoval v kariéře na moři, jeho syn si jasně vybral cestu své matky. Mohl k tomu přispět i fakt, že jeho otec zemřel na srdeční příhodu, když byl Balenciaga ještě malý kluk a zanechal tak s matkou samotné kromě něj i další dva starší sourozence. Bratra Juana Martína a sestru Agustinu. *„Cristóbal však od útlého dětství projevoval nadání v oblasti módy, hrál si doma s cáry látek, které měla matka kolem sebe při práci, pomáhal jí se zakázkami a chodil s ní také často zkoušet oděvy k místní aristokracii, pro kterou jeho matka šila. V šesti letech zhotovil svůj vůbec první módní počín. Kabátek a obojek pro svou kočku“* (Blume, 2013 s.15). Jednou z legend o jeho začátcích je setkání s Markýzou z Casa Torrés, babičkou belgické královny Fabioly, která ve svém rodišti pobývala během léta. Prý se setkali jeden ponurý večer v kamenných uličkách městečka

a malý Cristóbal, uchvácen jejím kabátem, se šlechtičny zeptal, jestli pro ni může udělat návrh oděvu. Ta souhlasila čistě ze zvědavosti a po tom, co ji svou práci předvedl, se stala jeho první zákaznicí a patronkou. Je pravda, že tato žena byla pro začátek jeho kariéry opravdu důležitá. Skutečnost tohoto příběhu je však trochu jiná. Cristóbal doprovázel svou matku do Markýzina sídla na kopci v centru Getarie, přes léto si hrál s jejími dětmi, lezl jí do skříně, zkoumal její kvalitní šaty a listoval v módních magazínech. A právě zde si prý vypěstoval lásku k eleganci, kráse a designu aristokratického života a od útlého dětství byla jeho laťka v rámci řemesla na té nejvyšší možné úrovni. (basquetricone.com, 2021)



Obrázek č.1 – Cassa de Torres 1890

Počátky kariéry v módním průmyslu. V jeho dvanácti letech mu Markýza pomohla získat praxi v krejčovství Casa Gómez v blízkém městě San Sebastian. Jeho následné pracovní angažmá vedly přes společnosti New England nebo pobočky Grand magazines de Louvre department store, kde nasbíral další různorodé zkušenosti. V roce 1913 byl vyslán jako nákupčí do Paříže a krátce na to opustil své dosavadní pracovní místo, aby se vydal za dalšími zkušenostmi do Bordeaux. Pociťoval, že Francie by pro něj mohla být skvělým budoucím působištěm, a tak se snažil zdokonalit ve francouzském jazyce. Všechna tato povolání módního průmyslu si zvládl osvojit jako velice mladý návrhář a díky tomu se mu podařilo po vkladu 7362 peset otevřít v roce 1917 svůj první vlastní salon C. Balenciaga v San Sebastian na ulici Calle Vergara číslo 2. Jeho smlouva

v tomto salonu trvala šest let a přes to, že si vybudoval slušné renomé, musel stále bojovat s napjatým rozpočtem a blížící se první světovou válkou. Mírnou výhodou v temném čase první světové války byl fakt, že během období, kdy byla skoro celá Evropa pohlčena krvavými boji, Španělsko zůstalo neutrální a z narůstajícího bohatství a rozkvětu blízkého přístavního města Bilbao těžila celá oblast. Cristóbal se sice s válečnými okolnostmi musel složitě vypořádat jako všichni ostatní, mohl se však přece jen soustředit na svou práci a začít lépe prosperovat. I díky tomu se mu podařilo po uplynutí smlouvy založit v roce 1927 nové pobočky v Barceloně a Madridu pod názvem Eisa, které vychází z rodného příjmení jeho matky Eizaguirre. K matce choval velkou úctu a byl jí velmi zavázán za to, že ho k řemeslu vedla. Její šicí stroj, na kterém poprvé začínal tvořit, si nechal jako památku. (basquetribune.com, 2021)



Obrázek č.2–1917 – První zdokumentovaný model C. Baleciagi

1.2 Vliv Madeleine Vionnet na tvorbu C. Balenciagy

Pro jeho následný rozvoj bylo zcela klíčové setkání se ženou, která mu zásadním způsobem pomohla plně využít jeho skutečný potenciál. Byla to madam Madeleine Vionnet. C. Dior nazval Balenciagu mistrem všech návrhářů, ale také řekl o madam Vionnet, že nikdo neposunul módní řemeslo takovým způsobem jako ona.

1.2.1 Pojetí návrhářství podle Madeleine Vionnet

Byla pro ni typická inspirace v řeckých skládaných róbách a je mimo jiné známá jako architektka módy, protože chápala módní návrhy více prostorově. Proto své návrhy nejprve šila na panenky vysoké 80 centimetrů a upravovala střihy přímo na zmenšených figurínách. *„Nesnáším skicování. Návrháři, kteří dělají skici, nemají žádný smysl pro materiál.“* Nechala se přesvědčená návrhářka jednou slyšet během interview. Svá tvrzení mohla také opřít o to, že se stala tzv. „královnou úkosů“, díky tomu, jak se v této technice zdokonalila. Tento způsob střihu je veden pod úhlem 45 stupňů a lépe se díky tomu skládá na tělo. (fashionheritage.eu, 2019)

Z historického hlediska vývoje módy se tedy prakticky jedná o podobně významné jméno jako Balenciaga. K jejich prvnímu setkání došlo v San Sebastian, kde měla M.Vionnet přehlídku pro španělský dvůr a od té doby se stali přáteli a kolegy až do Balenciagovi smrti. *„Oni sdíleli tu tvrdohlavost a oddanost k pohledu na oblečení jako na vaši druhou kůži. Vlastně se považovali spíše za sochaře, kteří se přizpůsobují křivkám těla než pouze za designéry. Oba byli naprosto brilantní technici v práci s látkou a dokázali ji skvěle přizpůsobit tělu.“* Píše Mary Blume. (Blume, 2016, s 19) Madam Vionnet byla v tomto ohledu nohama na zemi a prý na toto konto také pronesla: *„Návrhář nakonec obléká lidské bytosti, nikoliv sny.“* Její přímočarost, přísnost a zkušenosti z ní udělaly výbornou Cristóbalovu mentorku. Jejich vztah přešel od dobré pracovní součinnosti a porozumění v názorech až po přátelství na celý život. Také ho silně motivovala ať plně věří svým návrhům a nepřizpůsobuje se ostatním. Madeleine Vionnet svého učně a přítele nakonec přežila a dožila se úctyhodných 99 let.



Obrázek č. 3 - Madeleine Vionnet

1.3 Partnerství s Wladziem Jaworowski d'Attainville

Dalším významným mezníkem v životě C. Balenciagy bylo setkání s francouzsko-polským, dobře situovaným, urozeným a dobře vypadajícím mužem Wladziem Jaworowski d'Attainville. Během Cristóbalovi pracovní cesty se seznámili a navzájem zamilovali. Wladzio se tak připojil k jeho sourozencům a stal se partnerem v módní společnosti. Cristóbal byl přece jen ještě mladý a přes svou rezervovanost mohl působit na okolí zakřiknutě. Wladzio byl velmi šarmantní a otevřený člověk, který velice hladce navazoval nové kontakty a výborně se orientoval ve společnosti, obzvláště ve vysokých kruzích. Mimo tuto svou úlohu ve firemních záležitostech také stojí za kompletní kloboučnickou sekci domu Balenciaga. Přesně takový partner byl nejen velkou vzpruhou pro prosperitu značky, ale také velkým přínosem v soukromém životě Cristóbala. Velmi se od něj inspiroval a Wladzio rozhodně sehrál významnou roli v jeho životě i samotné tvůrčí kariéře. Jejich partnerský vztah trval dalších dvacet let.

1.4 Důsledky španělské občanské války

Značce se dařilo a bylo tak možné otevřít další pobočku v San Sebastian. Tentokrát o něco levnější a zaměřenou pro mladší klientelu. Bohužel se v této době začala rapidně měnit politická situace ve Španělsku. Země byla po první světové válce ve

společenském rozkladu. Balenciagův byznys byl zacílen na tu nejvyšší klientelu a byl spjat s královským sídlem v San Sebastian. Proto ho události, které se začaly vyvíjet po vyhlášení tzv. druhé republiky na jaře roku 1931 s následným přesunutím královské rodiny do exilu, donutily změnit svůj přístup i zacílení na nové klienty. V následujících letech bylo Španělsko na cestě k jednomu z nejhorších období své historie. Demokraticky zvolená vláda tzv. republikánů byla zpochybněna pravicovými stoupenci generála Franca, který se během války vyprofiloval v hlavního povstaleckého vůdce. Ekonomika se začala silně propadat. Kurz pesety klesl o 50 %. Rostla nezaměstnanost a průmysl oslaboval. Španělsko směřovalo k vlastnímu děsivému konfliktu – ke španělské občanské válce. Neposlušní a svérázní Baskové patřili ke skupinám, které Franco nenáviděl. U Cristóbala, který byl jako většina lidí z jeho okolí a přátel konzervativní, byla politika na vedlejší koleji, přesto chod jeho značky významně ovlivnila. Žena generála Franca Carmen Polo, byla od roku 1933 klientkou Balenciagi. Oblékl ji například na ceremonii, během které její manžel přebíral kontrolu nad Baleárskými ostrovy. Během obléhání Barcelony i Madridu zůstaly jeho pobočky otevřené. Baskické město San Sebastian bylo bombardováno Francem z moře i ze vzduchu a na ulicích probíhaly ostré boje. Po dobití hotelu Maria Cristina frankisty, kde se dříve pořádaly módní přehlídky, vyrostly barikády z lidských těl místo pytlů s pískem. Bylo jasné, že pro luxusní módu nebude Španělsko v následujících letech vhodným odbytištěm. To si Cristóbal uvědomoval a tyto události urychlily uzavření jeho obchodů a odchod z rodné země, stejně jako tomu bylo u tisíců dalších uprchlíků z nejrůznějších kruhů společnosti. Jeho následným působištěm se tak stala z mnoha důvodů Paříž. Nejen, že šlo o módní a umělecké centrum té doby, ale Cristóbal měl možnost uchýlit se k přátelům a také Wladzio měl v Paříži spoustu vynikajících kontaktů. Touto dobou je Cristóbal již čtyřicátník s mnoha úspěchy ve svém oboru, vyprofilovaný umělec s funkčním módním podnikem a pověstí špičkového návrháře, na tom už se v Paříži rozhodně dalo stavět. I přes nepříjemné okolnosti tohoto rozhodnutí se Paříž jevila jako to pravé místo pro Cristóbala a jeho módní podnik už byl v takovém stavu, že expanze přišla v pravou chvíli.

(basquetricibune.com, 2021)

(Blume, 2016, s. 22-29)

1.5 Typické rysy jeho tvorby a zdroje inspirace

Tvorba Cristóbal Balenciagi nesla od jeho samotných začátků výrazné prvky jeho domovské země Španělska, nechal se svou původní kulturou ovlivňovat po celou svou návrhářskou kariéru. Inspiraci hledal třeba v oblecích toreadorů, ve flamencových šatech, ale také ve slavném španělském umění. Na letní usedlosti španělské královské rodiny se mohl v dětství z blízka inspirovat originály od Velasquéze, Pantoyi de la Cruz a Goyi. Markýza z Casa de Torres umění milovala a vozila také kvalitní katalogy ze svých oblíbených cest po evropských muzeích a sbírkách. Také měl k dispozici knihovnu se sbírkou kvalitních módních publikací. Dalšími velkými zdroji inspirace byla anglická a francouzská móda nebo orientální módní prvky. Například v roce 1927 přetvořil dle soudobé estetiky Japonské kimono. V roce 1930 zase pracoval s typickým střihem rukávů z čínské tradiční módy. Mezi jeho oblíbené materiály patří černá krajka, nejkvalitnější hedvábí, taft a také časté používá vlečky, šerp a spodniček, které zaručovaly držení kýženého tvaru modelu. Proslavil se také svou zálibou v propracovaných rukávech, které často navrhoval pouze tříčtvrteční, aby na rukou dam vynikly šperky či doplňky. Pokud by ho měla charakterizovat jedna barva, jednalo by se určitě o černou, kterou miloval. Tím, že od malička inklinoval k módě měl nepopiratelný cit pro řemeslo, učil se od matky již v útlém dětství, vytrénoval svůj cit pro materiál a střihy velice brzy. Patrně i vliv jeho mentorky M. Vionnet, která upřednostňovala tvorbu 3D modelů před skicováním, upozadil jeho schopnost a chuť dělat ke svým modelům propracované náčrty. Pracoval s materiálem prostorově a snažil se dosáhnout co největší harmonie mezi křivkami těla a střihem modelu a k takovým požadavkům mu kresba nestačila. Kreslíře si tedy během své kariéry najímal a nechal tuto součást tvorby návrhu na ostatních. Najatí kreslíři však museli splňovat ta nejpřísnější měřítko, protože sám Balenciaga trval na naprosté dokonalosti provedení každé části nového modelu. Jeho velkou výhodou však bylo, že jako jeden z mála návrhářů byl schopen sám obsáhnout celý proces výroby oděvu od návrhu a střihu až po samotné šití. A vše opět v co největší možné řemeslné preciznosti, kterou byl téměř posedlý.

2 PAŘÍŽSKÁ ETAPA MÓDNÍHO DOMU

Uprchlíků před občanskou válkou bylo na tisíce a Cristóbal byl jedním z nich. Odešel spolu s Wladziem a jejich přáteli Bizzcarondovými. Podle Bettiny Ballardové z časopisu Vogue na sebe údajně natrefili v protiletectkém krytu, byli to však sousedé z jednoho domu a docela dobře se znali. Byl to postarší baculatý, příjemný a dobře zaopatřený pár. Paní Bizzcarondová měla sestru žijící v Paříži, která je pozvala a s mnoha dalšími kontakty, které Cristóbal a Wladzio sami ve Francii navázali, byli jejich začátky v metropoli módy o něco příjemnější. Další důležitý člověk, který působil ve Francii a mohl v mnohém pomoci byla i Madelleine Vionnet, jejíž salón sídlil nakonec velmi blízko budoucího místa módního domu Balenciaga – na slavné 10 avenue George V.

(Blume, 2016 s. 27)



Obrázek č.4 – Zakladatelé Pařížského módního domu Balenciaga, zleva N.Bizzcarondo, W. d Attainville, C. Balenciaga (jediná existující společná fotografie)

2.1 Založení módního domu na 10 avenue George V.

V této oblasti bylo několik dalších zvučných jmen z módního prostředí, hned vedle sídlil také Mainbocher a po druhé světové válce dokonce Balenciaga převzal jeho prostory.

Na začátku takové výzvy bylo potřeba vybrat lidi ke spolupráci a personál. Prvním člověkem, kterého Balenciaga v Paříži zaměstnal byla pětadvacetiletá vendeuse (jedná se o francouzský výraz pro prodavačku, spojovaný převážně s módními salony) Florette Chelot. Byla to tmavovlasá dívka s odzbrojujícím úsměvem, která v té době pracovala v módním salonu své nevlastní matky. Ta své první setkání s Balenciagou popsala takto: *„Vešla jsem a spatřila velmi okouzlujícího a pohledného muže, který mluvil docela zle francouzsky. Seděl ve velkém prázdném prostoru na stoličce u pracovního stolu s hromadou látek. Řekl, že se omlouvá, že mi nemůže nabídnout židli, protože tu nic nemá. Tam kde seděl byly později dvě pracovní plochy. A tak jsme nějakou dobu seděli, povídali si o sobě a já mu řekla o své dosavadní praxi. Tou dobou jsem již měla zkušenosti od Mme César Ritz, Bloomingdales nebo Harrods. Okamžitě řekl, že mě přijímá a že začíná jednat s kontakty a dodavateli. Taky mi dal 10% podíl na prodejích, jenže když viděl, kolik jsem toho prodala, po první kolekci zmenšil můj podíl na 5 %, protože bych prý vydělávala více než on“.*

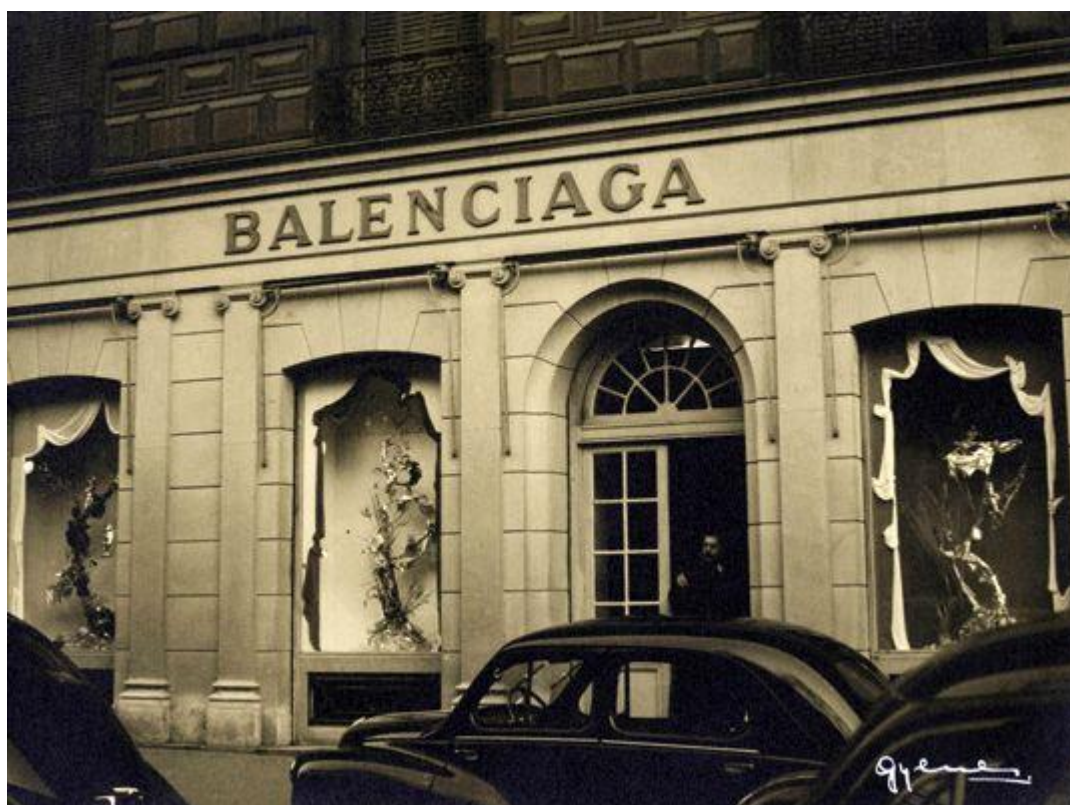
2.1.1 Role Florette Chelot

Florette pocházela z Burgundska a jako dítě byla velmi šťastná. V sedmi letech jí bohužel zemřela matka a v jedenácti letech také otec, a tak se svou sestrou osiřely. V patnácti letech žila v penzionu, který našla její starší sestra. Jako telefonistka se seznámila s Pierrem Chelotem, který byl dlouho její mentor a o mnoho let později i manžel. Jeho otec pracoval na špičce módního průmyslu jako ředitel společnosti. Florette se ve večerní škole učila anglicky a později v Anglii nabrala praktické zkušenosti z prodeje. Její nevlastní matka s jedním svým přítelem otevřela nový módní salon s dobrou image, potenciálem i klientelou, bohužel v té oblasti začaly přibývat stávky a nepokoje. Bohatá klientela se tam přestala vydávat, obchodům se nedařilo, a tak si Florette domluvila pohovor na nové místo s Cristóbalem.

Její talent, energie a šarm z ní dělali vynikající prodavačku. Uměla to s lidmi, ráda zpívala (přála si být herečkou) a lidé ji přirovnávali spíše k operní subretě. Tyto vlohy a zkušenosti udělaly dojem i na Balenciagu, a protože v té době se prodávala móda s jistou teatrálností okolo nákupu, byla Florette přesně to pravé. Stala se jednou z tváří nového módního domu a za několik let mohla účetní Cristóbalovi sdělit fakt, že prodeje samotné Florette tvořily 50 % všech prodejů módního domu. Mezi její nejoblíbenější zákazníky patřil třeba baron Alain de Rothschild.

Kromě personálu si Cristóbal vybíral sám i modelky. A nejen to. Sám navrhl i signifikantní styl chůze po přehlídkovém mole, aby byl s prezentací opravdu spokojen. Modelky tak na jeho přehlídkách dělaly delší kroky v poměrně svižném tempu, byly trupem lehce zakloněny dozadu s držením pánve vpřed. Okruh lidí kolem něj se rozrostl v dobře fungující tým. Různé záležitosti ohledně chodu módního domu řešila paní Bizzcarondová. Finance měl na starosti její manžel a společně trávili hodně času i s manželi Chelotovými, kteří se tak nějak ujali Florette, když to v životě potřebovala. Vše do sebe zapadalo a brzy proto mohl uspořádat svou první, a v té době velmi svérázně chápanou, přehlídku v Paříži, která se však stala nepopíratelným úspěchem a odstartovala etapu Balenciagovi největší slávy.

(Blume, 2016 s. 28–38)



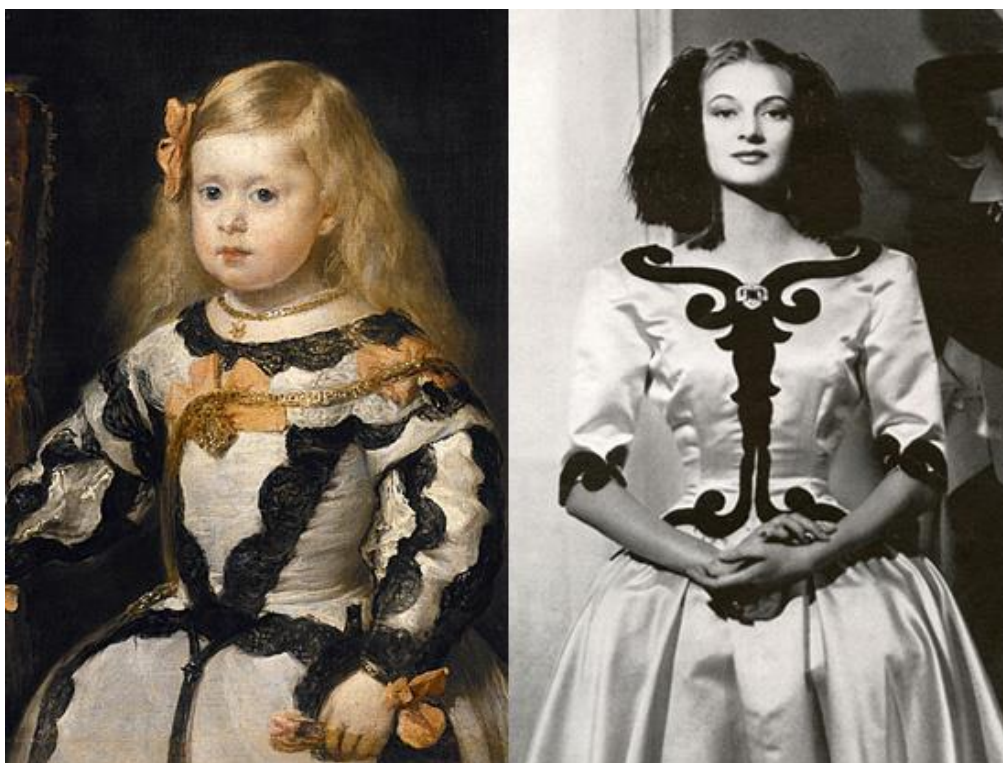
Obrázek č.5–10 Avenue George V

2.2 První přehlídka v Paříži

Nový módní dům „Balenciaga“ byl zaregistrován 7. července 1937 se skromným kapitálem 100 000 franků. 75% podílu na módním domě měl Bizzcarondo, 20 % D. Attainville a 5 % Balenciaga. Díky tomu nebylo potřeba na nic čekat a měsíc na to proběhla první přehlídka nového módního domu v Paříži. Byla silně inspirována španělskou renesancí. Dostali se na

ni prakticky jen zástupci tisku, nákupčí a další lidé z módního sektoru. Soukromá klientela totiž v té době ještě neměla příliš zdání, kdo vlastně Cristóbal Balenciaga je. Kurátorka muzea Cristóbal Balenciaga v Getarii se v rozhovoru pro CR fashionbook k této kolekci zmínila v souvislosti s historickým odkazem Balenciagi: Jeho první pařížská kolekce sklídila ohromný úspěch. Zvláště zajímavým kusem kolekce byly například večerní krajkové šaty ve tvaru balónu, které se staly ikonickými i díky tomu, že se v roce 1951 dočkaly nové úpravy jako tzv. šaty „Taffeta“. Design těchto šatů se dále vyvíjel a silueta byla použita na několik dalších modelů. Na tom je vidět, že v jádru stejná estetická myšlenka může procházet inovacemi a silueta se může vyvíjet i s novými materiály.“ (crfashionbook.com, 2020)

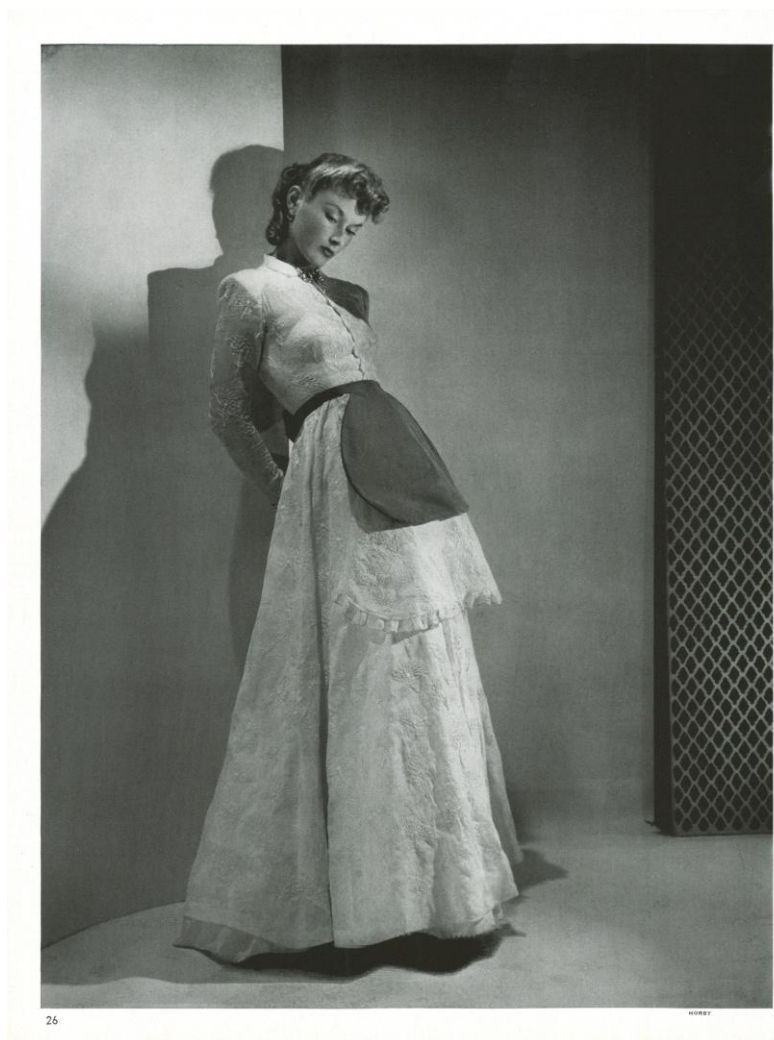
Úspěch kolekce se díky přítomnosti novinářů začal šířit a klientela i pověst nového španělského návrháře rostly. Na tuto kolekci navázaly v roce 1939 slavné šaty „Infanta“. Ty byly vytvořeny podle předlohy kostýmů mladé španělské princezny na jejích portrétech od Diega Velasqueze.



Obrázek č.6 – Srovnání portréту princezny Marii Margarity a večerních šatů „Infanta“ 1939

V únoru roku 1939 otiskl Daily express: *“Novináři i nákupčí bojují, aby mohli vidět kolekci mladého Španěla, který pracuje na revoluci módy, přesně tak, jako lidé bojují o lístky na fotbal”*. Další tisk ho označil také jako módního inovátora a talentovaného návrháře. Opět

se však jeho kariéra nacházela v období, kdy vše, co platí, změní válka. Bylo to patrné v mnoha ohledech, že přijdou časy, kdy se bude muset každý omezit a spolu s touhou módního světa po inovacích bylo předválečné období časem velkých módních experimentů. Vlivná módní redaktorka Madge Garland k tomu řekla: „*Móda konce třicátých let se zuřivě snažila rozvinout každou novou myšlenku či design, než bude příliš pozdě*“. francouzský diplomat a autor Paul Claudel k této etapě poznamenal: „V tomto krátkém období mezi krizí a katastrofou, ve kterém se nacházíme, bychom také měli pozvednout sklenku šampaňského“. A v tomto duchu se scéna opravdu nesla. Pořádaly se spousty tematických někdy až bizarních večírků, plesů a velkých koktejlových party. Vlastně každý den během června a července se něco zajímavého konalo. „Jarní sezóna 1939 byla ta nejvíce gay co jsem zažila“ nechala se kontroverzně slyšet slavná editorka Bettina Ballardová. Tedy až do 3. září, kdy Francie a Británie zareagovali na německou invazi do Polska vyhlášením války. (Blume 2016, s. 44-46)



Obrázek č.7 – Příklad tvorby z června 1939

2.3 Fungování módního domu během 2. světové války

Francouzská armáda i velení byly spíše vojenskými připomínkami první světové války, takže blesková německá okupace moderní skvěle cvičenou armádou ukázala jasný směr, jakým se bude i Paříž v následujících letech ubírat a uvrhla Francii do politické a sociální krize. S mnoha poklady, které s nadsázkou čekaly na Německé uchvatitele ve Francii, bylo jasné, že slavná francouzská Haute Couture bude patrně také jednou z válečných trofejí Německa. Byla dokonce hned jednou z prvních kořistí, o které se Německo zajímalo. Myšlenka byla ve své podstatě jednoduchá. Převézt celý francouzský módní průmysl včetně pracovníků do Berlína nebo do Vídně, která měla k módě historicky o něco blíže. Tak jako obrazy nebo starožitnosti, které z Francie mizely přes hranice s Německem závratným tempem. Paříž se svým nespravedlivým módním monopolem totiž neměla v této podobě v nové Evropě místo. Koncem července napochodovalo do kanceláří Chambre Syndicale de la Haute couture (správního orgánu vysoké módy) pět německých důstojníků a jejímu tehdejšímu sekretáři Danieli Gorinovi oznámily svůj záměr. Pár dní na to vtrhly do budovy německé jednotky a odvezly téměř všechny dokumenty, seznamy a listiny. Za osud Haute Couture se tehdy postavil Lucien Lelong, který byl hlavou Chambre Syndicale a sám provozoval velmi úspěšný módní dům. „*Haute couture je buď francouzská, nebo vůbec neexistuje a dokud módní kreativita vychází z kultury celého národa, není možné ji někam jinam převézt*“. Odpověděl prý Němcům po tom, co se o osudu svého řemesla ve své domovině dozvěděl. Obrátil se na tisk a u Němců argumentoval hlavně tím, že ekonomika Francie se bez módního sektoru zhroutí, což přeci nesmí dopustit, když byla součástí jejich říše. Také Němcům odprezentoval myšlenku prodeje modelů Haute Couture do neutrálních států s tím, že mohou přinést zajímavou sumu v cizích měnách za poměrně surové materiály. Jedním jeho příkladem výnosnosti bylo předválečné přirovnání ceny jednoho modelu Haute Couture k deseti tunám uhlí. Díky konexím na vysokých místech a několika dobrým tahům se mu podařilo Haute Couture ve Francii přeci jen udržet. Němci však počítali s tím, že stejně tento sektor nevydrží válečný režim spolu s velice přísným přidělovým systémem a postupně jim padne do rukou sám. Proto systematicky omezovali chod módních domů, přicházeli s různými omezeními a velmi často je zavírali, aby je brzy zase nechali otevřít a vnesli tak do jejich provozu zmatek a organizační trhliny. Plán v mnohém skutečně fungoval. Vionnet ukončila kariéru, Mainbocher a Molyneux opustili Francii stejně jako Schiaparelli, jejíž výroba zůstala v provozu alespoň kvůli zaměstnancům. Chanel uzavřela své módní působení a ponechala v chodu jen své parfémy, aby se mohla přestěhovat do Ritzu se svým

Německým přítelem. Provoz ostatních módních domů byl výrazně omezen, stejně jako příděl potřebných materiálů. Také začaly platit tzv. zákony proti přepychu. Balenciaga odprezentoval pár večerních rób, prodávat je mohl však jen herečkám. Poté zase použil více krajky nebo výšivek, ale opět jen proto, že to bylo nařízení, kvůli udržení chodu malých řemeslníků, kteří vyráběli komponenty. Nové produkty tedy byly výrazně vyráběny podle aktuálních nařízení a situace nenahrávala příliš kreativité, přesto šlo stále o 97% produkce značky.

(Blume, 2016, s. 50-60)

2.3.1 Balenciagovi aktivity během 2 sv. války

V jediném interview, které Cristóbal Balenciaga poskytl rok před svou smrtí, zmínil. „*A to jste věděl, že Hitler chtěl převést celou Haute Couture do Berlína? Poslal za mnou kvůli tomu šest obřích Němců – mnohem vyšších, než jsem byl já – aby si se mnou o té myšlence popovídali. Řekl jsem, že to můžou rovnou převést toreadory i s býky do Berlína a zkusit je cvičit tam.*“ Odpověď byla na někoho tak obezřetného velmi drzá a jeho přítel Hubert de Givenchi ho varoval, že to přehnal. Balenciaga mu odpověděl: „*Pamatuj můj drahý Huberte, že jsem nikdy v životě nevyslovil lež, slova musí být řečena tak, jak jsou cítěna*“.

Cristóbalův statut Španěla v okupované Francii s jistými konexemi z minulosti na Hitlerova sympatizanta Franka mu poskytoval určité výhody. Mohl tak rok po obsazení Paříže dokonce znovu otevřít módní dům. Válečný stav s sebou bohužel přinášel i další komplikace, se kterými se tehdejší podnikatelé museli potýkat, a i Cristóbal byl pod hledáčkem jak nacistů, tak spojenců. Florrette Chellot například vzpomíná na přijetí nové velice krásné a elegantní zákaznice, jisté madam Kiraly. Nejprve si objednala kabát a po další tři roky se stala pravidelnou zákaznicí. Jednoho dne v roce 1943 si Florrete vzala volno, aby se vydala lyžovat. Po cestě však byla zatčena Němci, a to právě kvůli tomu, že se objevila v seznamu kontaktů madam Kiraly. Po složitém vysvětlování toho, že je Florrete pouze vendeusse v módním domě, si z dostupných informací dosadila, že madam Kiraly byla velmi pravděpodobně nasazená spojenecká špionka. Od té doby ji totiž již nikdo nikdy neviděl a proslechlo se, že byla přepravena na obávanou pařížskou adresu 93 Rue Lauriston, kde končili překupníci, špioni a lidé, kteří se znepřátelili německému režimu. Zde Němci používali rannou podobu nové mučící techniky takzvanému waterboardingu a dodnes je tato adresa lidmi v Paříži vnímána se strachem a lítostí. Obchody však musely fungovat. Balenciaga požádal svůj personál v neutrálním Španělsku, aby zůstaly jeho prodejny otevřené i během války a měl také možnost jezdit domů do Španělska kvůli pracovním

věcem. Díky tomu si dovážel materiály, které sice nebyly zcela podle jeho představ, přesto na tom byly s kvalitou lépe než to, co se dalo sehnat ve Francii pod dozorem. Další výhodou byla popularita, jíž se mu dostalo v americkém tisku. Francouzský Vogue byl totiž uzavřen. Americký Vogue a Harper's v nedostatku zajímavých témat věnoval Balenciagovi hodně prostoru. Třetí, a pro jeho designérský a řemeslný vývoj ta největší výhoda, spočívala v onom šedém období, kdy v salonech bylo ticho a zima. Z jeho ateliéru se tak stala spíše laboratoř a Cristóbal v tomto období zkoumal co nejvíce možných materiálů, střihů a nových řešení. Právě v této době vybrousil své umění téměř k dokonalosti a tyto zkušenosti se staly pilířem pro jeho budoucí úžasné období tvorby. Mary Blume o jeho snaze objevit nové možnosti během válečného období píše: *„Každý cár látky, co našel se v té době, stal středobodem jeho studia, nehledě na to, jak moc umělý nebo ošuntělý ten materiál byl. Kučeravá zelená pštrosí pera jako ozdoba na večerní kabát, kabošonové perly, spletitá žinylka, efekt sněžné vločky z guipur krajky robustně lemující kápi večerního kabátu, nebo růžové a bílé květy z padákového hedvábí jsou všechno příklady jeho nápadů, které vznikly právě v období útlumu za druhé světové války.“*

(Blume, 2016, s. 60-61).



Obrázek č.8–1965 - Šaty z pštrosího peří a Guipur krajky

I přes restriktce a těžkou etapu chodu značky se Balenciaga opět dokázal dobře přizpůsobit. Jeho produkce, okleštěna o luxusní materiály, musela být přizpůsobena tehdejší potřebám. V této době byl slavný také díky svým „Square coats“ - kabátům s rukávy střiženými z jednoho kusu materiálu nebo také díky své typické kombinaci černé či hnědé krajky spolu s výrazně růžovou barvou. Kabáty byly v tomto období skvělou volbou a dalším Balenciagovým velkým úspěchem. Krátký kabát odpovídal válečným omezením týkajících se tkanin. Používal silné výšivky, dokázal do nich vtisknout jednoduchý, ale poutavý design a splňoval přitom německé zákony potlačující přepych. Také myslel na aktuální potřeby zákazníků. Dámským kabátům například přidal zateplené kapsy, protože během války ženy stávaly dlouhé hodiny ve frontách na základní potřeby a mrzly jim přitom ruce. Ve válečném období spousta nákupčích doslova riskovala, aby se dostali k jeho designu. (Cristobal Balenciaga museoa, 2011 s.35)



Obrázek č.9: „Square coats“ návrh a kabát

25. října 1944 se Paříž konečně dočkala osvobození. Cristóbal s Wladziem pozvali ten den manžele Bizzcarondovi na večeri k sobě do bytu a společně poslouchali u přátelské konverzace zvony znějící po celé Paříži spolu s všude se rozléhající francouzskou hymnou Marseilleisou. Byl připraven na další etapu své tvorby. Bylo však potřeba vzchopit se z válečného úpadku. Příkladem zajímavé aktivity, na které se kromě dalších slavných návrhářů podílel po válce i Balenciaga, byla tzv. Théâtre de la Mode. Šlo o putovní výstavu

panenek, které oblékli zmenšenými modely ti nejlepší návrháři. Výstava objela prakticky celou Evropu a Ameriku a její kolektivní snahou bylo vybrat peníze k obnově francouzského módního průmyslu.



Obrázek č. 10 - Théâtre de la Mode

3 POVÁLEČNÉ OBDOBÍ A „NEW LOOK“

Po oslavách osvobození přišlo i vystřízlivění. Evropa byla na začátku dalších tvrdých let. Bylo potřeba znovu postavit co válka zničila, ukotvit ekonomiku a navázat nové vazby. Lidé přesto cítili, že si zaslouží po válečných letech více radosti v životě. A právě do této nálady ve společnosti a do jedné z nejvíce tuhých zim v historii vstoupila roku 1947 naprosto převratná módní kolekce pojmenována „Corolle“. Carmel Snow šéfredaktorka tehdejšího magazínu Harper's se k této kolekci vyjádřila dvojslovným pojmenováním, které se ukotvilo v mysli lidí již napořád – „The new look“. Ještě nikdy neměla módní kolekce takový zásah jako nyní. Byla hýřivá a dalo by se říci nemorální, po úsporných válečných letech. Vyžadovala klidně nošení bolestivého tvarovacího prádla, komplikovaných zapínání a velký stupeň odhodlání zákazníka nosit třeba třicetakilové krinolínové plesové šaty. Autorem kolekce byl však Cristian Dior a ten neměl problém navrhnout model, který si vyžádá opravdu velkou metráž materiálu. Balenciagovi to v té době zamotalo hlavu. „*Na co proboha Christian myslel?*“ Nechal se slyšet Betinou Balardovou ve svém salonu u zkoušky jejího nového kabátu s třiceti knoflíčky na zádech. Podle svých pamětí, které Dior sepsal, myslel čistě na radost. Móda by podle něj měla hlavně těšit a přitahovat a tento přístup přišel jednoduše ve správnou chvíli. Balenciaga již také vykazoval jisté prvky new looku ve své tvorbě, ale držel si stále svůj osobitý styl. (Blume, 2016, s.76)



Obrázek č.11–1950 Balenciaga - skládaný kabát

3.1 NEW LOOK

Uvolněná společnost přesně takovou kolekci vyhlížela a styl této kolekce předurčil směr módy v celých padesátých letech. „Nový vzhled se vyznačoval nostalgickým elegantním stylem se zaoblenými rameny, vysokým a zvýrazněným poprsím, štíhlým pasem a delší širokou sukní. Nechyběly ani doplňky a neodmyslitelné rukavice, klobouk a střevíce na vysokém podpatku. Ušít šaty přesně podle Diora vyžadovalo tucty metrů látky. Ženám, jimž za války nezbylo než oblékat se velmi šetrně a stroze, přinesla tak luxusní spotřeba materiálu potvrzení, že je už opravdu mír. Dior pak každou sezonu představil řadu nových návrhů a jeho tvorba měla nebetyčný vliv na světovou módu“.

(FUKUSHOKU, ZAIDAN, 2011, s. 511)



Obrázek č.12 – Přehlídka Corolle „New look“ od C.Diora v roce 1947

3.2 Dior vs Balenciaga

Od doby, kdy Dior a Balenciaga začali překonávat ostatní módní návrháře na scéně, začali je lidé stavět do souboje o pomyslný módní trůn. Mnohokrát je tedy jak novináři, tak i veřejnost buď srovnávali, nebo stavěli do pozice nepřátel. Nepřáteli se nikdy nestali. Byli až příliš odlišní jako osobnosti i jako návrháři. C. Dior byl vřelý a otevřený člověk, velice často byl v médiích i na veřejnosti, poskytoval rozhovory. Jeho přehlídky byly rušné, hodně se na nich kouřilo a povídalo. Chtěl lidi hlavně prostřednictvím módy přitahovat, módu prostě

miloval a bral jako prostředek k tomu, jak udělat člověka šťastným. Proto také někdy své drahé modely pronajímal, nebo dokonce v jistých případech daroval. To by Balenciaga nepřipustil. Balenciaga byl velmi rezervovaný, nebyl takřka vidět, na jeho přehlídkách prý panovalo až elektrizující ticho. Modelky „pluly“ nad diváky bez očního kontaktu, celé to působilo velmi honosně a člověk to sledoval s respektem. Dior se nechával inspirovat nostalgií a spíše přetvářel. Balenciaga byl vývojář, který chtěl objevovat hlavně nové možnosti. I poměry, ze kterých pocházel, se lišily. Balenciaga stejně jako třeba Chanel nebo Vionnet – další velké osobnosti světové módy, pocházel z chudých poměrů. Dior byl poměrně zaopatřený. Navzájem svou práci oba respektovali a sledovali. Dior považoval Balenciagu za naprostého mistra řemesla. Jednou si prý povzdechl se slovy „*Proč nejsem Balenciaga?*“ Patrně to tentokrát myslel s ohledem na klid a soukromí, ve kterém mohl Balenciaga pracovat.

3.3 Kritické období přelomu 50. let

Celý módní svět opět upíral svou pozornost k Paříži, a tak trochu očekával, jaké budou nové kolekce od Balenciagi, jako odpověď na Diorovu průlomovou práci. Bohužel tomu následující okolnosti v soukromém životě Cristóbala příliš nepřály. V roce 1948 totiž ve Španělsku zemřel Wladzio d'Attainville a spolu s ním na nějaký čas zmizela i chuť Cristobala pokračovat v tvorbě. Wladzio byl člověk, který ho dokázal dostat z jeho ulity, dodával mu spoustu inspirace a sebevědomí v jeho tvorbě. Byl pro něj velkou láskou a měl navíc obrovský podíl na chodu celého módního domu. Automaticky se věnoval konverzaci se zákazníky a hosty domu, budoval vztahy, jeho sekce klobouků skvěle doplňovala Balenciagovy modely. Jeho poměrně brzký odchod v devětačtyřiceti letech byl však přece jen hlavně citovou ránou. Nejen že se Balenciaga hodně stáhnul do sebe, ale měl dokonce v plánu odejít do kláštera Sully-Sur-Loire a zavřít módní dům. Prakticky všichni ho prosili, aby to nedělal, a to včetně Diora nebo Balmaina. Módní svět byl v období, kdy se těšil z inovací a hladově očekával každou novou kolekci módních špiček. Přijít v této době o Balenciagu se jevilo jako tragédie. Byl zkrátka, co se týče lidských vztahů, zranitelný od přírody. Úplně odlišná v tomto ohledu byla třeba jeho dlouholetá kamarádka Coco Chanel. Ta měla více hroší kůži a považovala podobnou zranitelnost za slabost. Personál módního domu Balenciaga naopak považoval totéž za výhodu. Cristóbal si vytvořil kolem svého podniku takový pomyslný ochranný štít, držel si odstup a pouštěl si dovnitř pouze hosty, které chtěl. Když bylo nejhůře, dokázal se prakticky úplně uzavřít a dostat ze sebe to nejlepší pro další období. Tato rozdílnost ve vztahu k veřejnosti nakonec však stála za jeho

rozkmotření s přítelkyní Coco. Ta pro módní časopis Women's Wear přislíbila jejich společnou fotografii, což Cristóbal slušně, ale nesmlouvavě odmítl. Následně se v tisku objevil rozhovor s Chanel, ve kterém se o něm vyjadřovala velice nevybíravě a dotkla se těch nejcitlivějších témat. Byl to konec jejich přátelství a také to pro něj byla bolestná zkušenost.

Cristóbal vzal po smrti své lásky nakonec nůžky znovu do ruky a výsledkem byla černočerná nepovedená kolekce plná smutku. Tehdy si i jeho nejbližší říkali, že je patrně konec a jestli to má jít tímto směrem, tak by bylo opravdu možná lepší skončit. K překvapení všech se Balenciaga na nějakou dobu uzamkl do svého ateliéru a výsledkem bylo následujících deset let práce na těch patrně nejlepších modelech, které ve svém životě udělal.

(Blume 2016, s. 75-82)



Obrázek č. 13 – 1948 - Elise Daniels v kompletu od Balenciagy

4 VRCHOL TVORBY

Módní kurátor Daniel Milford-Cottam o módě padesátých let napsal: „*Obzvláště výrazným aspektem této módní dekády byla škála stylových možností, která byla k dispozici. Dvě dámy bylo možné potkat krácejíce po ulici ve dvou zcela odlišných outfitech a přitom obě tzv. v kurzu. Jedna mohla mít klidně pouzdrové šaty, zatímco ta druhá volné šaty pytlového střihu. A v průběhu let se ty možnosti ještě rozšiřovaly, když návrháři jako Balenciaga, Charles James nebo Givenchy představovali nové siluety.*“ Dříve bylo spíše obvyklé, že styl odívání byl do jisté míry definován různými prvky a úplně diametrální odchylky od tohoto obrazu designéri příliš často nepřinášely. Pro špičkové návrháře vysoké módy to bylo velmi plodné období a vznikla spousta elegantních a rafinovaných modelů, spolu s tím však docházelo k uvolnění v chápání módních trendů av padesátých letech se zákaznice začaly čím dál více poohlížet i po sportovních, volnočasových a méně formálních outfitech, což se za nějakou dobu projevilo v módě dalšími výraznými změnami.

(fashionhistory.fitnyc.edu, 2020)



Obrázek č.14 – Balenciagovi siluety padesátých a šedesátých let

Pro Balenciagu se opravdu jednalo o velice tvůrčí, úspěšné a rozmanité období kariéry. Poté, co se mu podařilo vypořádat s osobními ztrátami a opět se dokázal plně koncentrovat na řemeslo, přišel úspěch, který Cristóbal rozhodně potřeboval. Rozhodl se, že nebude šít tak, aby musely dámy nosit tvarovací spodní prádlo a nabídl jim oproti ostatním kompromis mezi krásou a pohodlím. Předvedl sled výtvarně řešených siluet, a to od přiléhavých po polopřiléhavé. Jeho módní dům jako takový v té době zcela naplňoval svým designem Balenciagův styl a byl rozhodně reprezentativní. Vstup dovnitř vedl skrze boutique a zákazník i host byli okamžitě v kontaktu s někým, kdo tím místem prakticky žil. Většinou to byla Florette a po smrti Wladzia d'Antaville to býval i třiatřicetiletý Španěl Ramón Esparza. Ten přebíral roli člověka, co udržuje společenské kontakty podniku, sekci klobouků a taky roli spolupracovníka, který tráví čas s Balenciagou ve studiu a pomáhá mu s nejrůznějšími úkoly. Ve svém mladém věku se mu to dařilo nadprůměrně dobře a spolupráce mezi nimi přirozeně fungovala od samého začátku.



Obrázek č. 15–1955 – Slavná modelka Dovima a Sasha

Po takovém uvítání při vstupu do domu vaše oči poutala podlaha z černého a bílého mramoru, ozdobné zdi s pilastry, křesla, kam se klienti mohli pohodlně posadit a průběh

zkoušení a výběru modelu byl zároveň oddělen tak, že tam nebylo vidět z ulice. Vstup do výtahu z 18. století lemovaly dvě čínské bronzové sochy jelenů a uvnitř se člověk mohl v tichosti nechat vynést do dalších pater na sedanové židli. Ve třetím patře hlídala zamračená Mme Véra, která fungovala jako přísný vševídnoucí dohled nad chodem domu. Spolu s jednou další všetečnou Mme Renné se však bohužel zasloužily o pověst domu Balenciaga jako o hrubém a povýšeném místě. Dále tam za svými deskami ve dvou řadách pracovalo 8 vendeuses v černém pracovním modelu a jen jedna jediná se usmívala – Florrete. Bylo to docela vzácné a Eugenia Sheppardová z New York Herald Tribune jí dala přezdívku „ta usměvavá“. Pravdou však je i to, že klientela módního domu se skládala převážně z aristek a žen pohybujících se v těch nejvyšších kruzích, což s sebou přinášelo do salonu i jejich manýry a vzorce chování, které ne každý zvládl usměrnit.

Balenciaga prostor domu ladil tak, aby nepůsobil komerčně, vlastně takový přístup zakazoval stejně jako například vystavování produktů. Proto si nechal od Janine Janet – umělkyně z francouzského Réunionu vyzdobit okna i originálními sochami.

(Blume, 2016, s. 95-99)



Obrázek č.16–50. léta – Interiér módního domu a socha od Janine Janet

V této době po dlouhých letech strávených usilovnou prací a zdokonalováním řemesla si již mohl Balenciaga říct, že jako obchodník i jako umělec dosáhl něčeho nebývalého a mohl by být spokojen. Jeho pohled na šití oděvů, odpovídající spíše sochařství pracoval, se třemi

základními komponenty. Tělem, látkou a vzduchem mezi nimi. „Vzduch mezi těmito nerozdělitelnými elementy umožňoval zachovat klientům svobodu pohybu, zachovával jejich formální autonomii a zároveň přispíval ke směřování siluety tak, že se celková forma díla blížila k naplnění pojmu „spirit of senses“, kde podle Balzaca spočívala samotná podstata elegance. Balenciaga tak svou tvorbou přešel od vyzdvihování tvarů těla k jeho maskování v rámci estetických ideálů. Říkalo se, že mistr rád „trochu břicho“. Byla to pro něj výzva a rád tak šil i třeba pro menší dámy ve středním věku. Jeho oblíbená modelka Daniele Slavik vzpomínala na moment, kdy nebyla na fittingu ve své kůži kvůli přísné dietě. Balenciaga si toho všiml, zeptal se a když mu to řekla objednal steak s hranolkami, řekl, že není její práce držet dietu, ale jeho, aby to nebylo vidět a čekal než ho celý spořádala. Nechal se vést výzkumem a perfektní adaptací jednotlivých částí oděvu, například jeho oblíbených rukávů. Je také spojován s aplikací pravidel „Zlatého řezu“ a sám vymyslel spoustu striktních geometrických vzorců tzv. „Zlatých čísel“, které si však vzal do hrobu. S podobnými principy například pracoval i jeden z nejvlivnějších architektů 20. století – Le Corbusier. Ten v roce 1951 publikoval „Le Modulor“ – komplexní systém proporcí vycházejících z maskulinní figury, který lze aplikovat na budovy. Sám Corbusier se ve spojitosti s Balenciagou nechal slyšet následovně: „Pokud je jedním z hlavních cílů Moduloru zajistit šťastné vztahy mezi lidmi a budovami, pak musí být toto vlídné a empatické pouto dosaženo i mezi oděvem a dámami pozhnanými modely od Balenciagy“. (Cristóbal Balenciaga museoa, s.73)

V roce 1953 potkal Cristóbal Balenciaga na jednom večírku v New Yorku další budoucí důležitou osobnost světové módy. Na rozdíl od spousty jiných návrhářů se však 26letý vysoký a kultivovaný Hubert de Givenchi stal jeho blízkým přítelem a Balenciaga jeho mentorem. Givenchi ho okouznil svým vytříbeným citem a vkusem. Byl však cílevědomý a jen vkus mu nestačil. Givenchi se chtěl zdokonalovat i v řemeslu, ale jeho mentor mu radil jiný přístup, než byl vlastní mu samotnému. Na zdokonalování řemesla bylo totiž podle něj už příliš pozdě. Kladl mu na srdce, ať se nechá vést svým vkusem a talentem, najde si ty nejlepší v oboru a neustále se od nich učí, ale ať nic nekomplikuje a výsledky se dostaví. Měl pravdu k úspěchu Huberta de Givenchi pomohl také značnou finanční částkou. Tu mu daroval, aby se osamostatnil a otevřel si vlastní salon prakticky naproti něj. Tento krok zajistil módnímu světu dalšího vynikajícího návrháře. Balenciaga byl však za tento počín kritizován okolím, a dokonce ho to stálo vztah se svým dlouholetým dobrým přítelem a správcem financí Bizcarrondem, podle kterého se nechal Cristóbal novým přítelem

zmanipulovat. To vedlo v roce 1955 k jeho odchodu ze společnosti a z trojice, která stála na samotném začátku módního domu Balenciaga – Balenciaga, D'Atainville, Bizcarrondo, zůstal návrhář již sám.

Pozitivní na tomto nepříjemném rozchodu byl alespoň fakt, že od této chvíle se Balenciaga rozhodoval úplně sám a dospěl ve své kariéře do bodu, kdy byl považován za naprostého krále všech návrhářů. (Blume, s.137-140)

5 PŘÍCHOD READY TO WEAR

S příchodem 60. let se začala měnit společnost v mnoha ohledech. Vliv na to měly nejrůznější sociokulturní faktory, ale i třeba používání nových levnějších materiálů a celkový technologický pokrok. V módním průmyslu byl největší změnou odklon od Haute Couture a příchod ready to wear, což je jedna z nejdůležitějších změn, kterou móda 20. století prodělala. Pro Balenciagu byly tyto změny něčím, s čím se neztotožňoval. Obecně se tvrdí, že s příchodem modelu ready to wear přišel i konec Balenciagovy éry. Toto tvrzení je pravda jen do jisté míry. Už během padesátých let jednal v New Yorku s podnikem, který by jeho produkty mohl vyrábět ve velkém a se standardizovanými velikostmi. Problém nebyl v modelu samotném, ale v kvalitě produktů, která přes Balenciagu ve finále neprošla, to se již nezměnilo a jeho pohled na ready to wear to ovlivnilo. Dalším problémem byl fakt, že by dle jeho slov udělal krok zpět v něčem, co se učil zdokonalovat celý život. Nebylo by to důstojné pro konec jeho kariéry, který tento zralý muž již realisticky vnímal. Celou situaci přesto velice dobře nastudoval a promyslel. V Paříži nakupoval nějakou dobu od konkurence a studoval jejich produkty ready to wear. V jednom případě se dokonce k tomuto modelu uchýlil i on sám. I přes jeho pohled na věc se stala v roce 1968 jeho kolekce uniforem pro letušky společnosti Air France obrovským úspěchem, vydržela v provozu báječných deset let, ale znamenala prakticky tečku za jeho bohatou kariérou v roli módního návrháře. (Blume, s. 176-179)



Obrázek č.17 - Uniforma Air France

Jeho pozice jakož toho nejlepšího z nejlepších byla stále neochvějná, bohužel však začal platit za držitele starých hodnot, o které mladá klientela nestojí. Módní svět se obracel směrem k rychlosti, produkci a větší dostupnosti. To vše měly doprovázet velkolepé módní přehlídky a marketing. Rezervovaný módní dům C. Balenciaga byl tedy místem, kam se chodily stále oblékat dámy z těch nejvyšších kruhů, jejich dcery však nakupovaly jinde. Posledními úchvatnými příklady jeho pozdní tvorby se staly v roce 1967 čtyřstranné „obálkové“ šaty, výstřední šaty „Chou“ s robustním černým volánem kolem obličeje a další svatební róba. Dále pro něj však nebylo možné pokračovat. Podle Givenchiho se mu v té době svěřil, že se cítí lapen ve světě komerce a že již nevidí nic, co by ho pohánělo dál kromě toho, že je na něm závislých spousta lidí. Rok na to ohlásil konec jeho módního domu tak jak byl znám, což byl pro jeho personál šok. Svůj díl na tom nesli patrně i novináři, kteří na návrhářovo bedlivě střežené soukromí pořádaly poslední dekádu doslova hony. Postupem času se uzavřely i jeho španělské podniky v Barceloně a Madridu a mistr se uchýlil k odpočinku a obyčejnějším aktivitám v rodném Španělsku. Dne 23. března 1972 zemřel v Xábii ve Španělsku na srdeční příhodu ve věku 77 let. (Blume, s.178-182)



Obrázek č. 18 – Museum C. Balenciagy v rodné Getarii

6 MÓDNÍ DŮM BALENCIAGA PO SMRTI ZAKLADATELE

I když bylo po smrti zakladatele prakticky nemožné plnohodnotně nahradit jeho ztrátu, pro jeho značku to úplný konec neznamenalo. Do druhé půlky dvacátého století vrcholní módní návrháři nepočítali s tím, že by jejich módní dům přežil smrt svého zakladatele. Nesnažili se vychovat své učně jako své nástupce, ale očekávali, že si otevřou vlastní značku a posunou řemeslo zase o kus dál, jakmile získají dostatek zkušeností a praxe. Balenciagův dům přežil i svůj plánovaný konec a postarali se o to jeho dědici. Byli to jeho synovci a neteře. V letech 1972–1978 fungovala značka nikoliv ve spojitosti s šitím oděvů, ale zachránil ji prodej parfémů a doplňků, do doby než ji koupila německá skupina Hoechste a ohlásila své první ready to wear kolekce. Po sedmi letech je značka Balenciaga opět prodána. Tentokrát francouzské parfémové skupině Jacques Bogart, v jejichž vedení se opět začaly rozvíjet hodnoty v rámci mistrova odkazu. Následující rok byly dokonce založeny pobočky v Americe a Hong Kongu.

V roce 2001 přidala společnosti Gucci značku Balenciaga do své stáje podniků s luxusním zbožím. O tři roky později však již vlastnilo 99,4 % podílu značky Gucci skupina Kering a ta je vlastníkem až dodnes. Balenciaga se tak nachází ve společnosti celé řady slavných tvůrců luxusního zboží jako Gucci, Botega Veneta, Yves Saint Laurent, Alexander McQueen, Brioni, Christopher Kane, Stella McCartney a dalších. (Ellis Miller, 2007, s. 158-159)

6.1 Nástupci v roli kreativního ředitele

Během let se na pozici kreativního ředitele vystřídal hned několik významných osobností, s měnící se dobou vždy posouvaly značku kupředu v rámci soudobé estetiky. Od smrti zakladatele prodělala tvorba opravdu radikální proměnu a zasloužilo se o to kromě jiných velkou měrou celkem pět nástupců.

6.1.1 1987–1997 Michel Goma

Michel Goma patří k těm nejvýznamnějším francouzským návrhářům historie a v době kdy nastoupil jako kreativní ředitel značky Balenciaga měl za sebou desítky let praxe u značek jako Jean Lafaurie nebo Jean Patou. Měl tou dobou i svou ready to wear kolekci pod svým jménem a jednu dobu mu dělali asistenty slavní Jean-Paul Gaultiere a Angelo Tarlazzi. Přesto byla tíha na jeho bedrech obrovská a pokračovat jako první v odkazu mistra pro něj nebylo jednoduché. V dobovém rozhovoru pro Washington post mu jako první položila

redaktorka Nina Hyde otázku: *“ Tak jaké to je navrhovat pro módní dům Balenciaga? ”* Odpověď od tak zkušeného a renomovaného návrháře ještě více podtrhuje respekt, který k Balenciagovi v módní branži chovali. *„Oooh prosím ani mi to nepřipomínejte, jsem z toho velice nervózní.“* Přesto uvedl v roce 1987 ready to wear kolekci, která se nesla v duchu zkracování. *„Na jaro bude všechno krátké, né krátké až přehnaně, ale krátké. Krátké až přehnaně mi nepřipadá zajímavé. Mám rád i velmi dlouhé sukně. Každopádně na toto jaro a léto bude vše krátké, protože krátké je to, co je teď nové.“* Takto svou první kolekci pod značkou Balenciaga Goma pro Washington post sám popsal. (washingtonpost.com)

6.1.2 1992–1997 Josephus Thimister

Gomu vystřídal po pěti letech nizozemský návrhář Josephus Thimister, který vydržel v čele módního domu také pět let. Byl obrovským talentem slavné Antwerpské královské akademie umění a byl jedním z návrhářů, kteří definovali módní minimalismus devadesátých let. Měl však problémy zapadnout v následujících letech a také se potýkal s depresemi. Ve své první kolekci pod hlavičkou Balenciaga představil řadu v černé a bílé a soustředil se na strukturální drama. Tyto prvky dobře vychází z tvorby samotného Balenciagy a zajistili značce v té době novou vlnu pozornosti.

(vogue.com, 2020)

6.1.3 1997–2013 Nicolas Ghesquiere

Nicolas Ghesquiere je považován za nejúspěšnějšího kreativního ředitele domu Balenciaga po smrti zakladatele a v této pozici vydržel skvělých 15 let. Je považován za obrovský umělecký talent, schopného manažera, inovátora a člověka, který převedl směřování značky z 20. do 21. století. Značka byla do jeho příchodu jaksí zapadlá a „zaprášená“ a on ji dokázal ohromným způsobem pozvednout. Dokonce se říkalo, že pokud by měl Cristóbal Balenciaga syna, byl by to patrně Nicolas. Po odchodu Josephuse Thimistera, jehož poslední kolekce byla katastrofou se očekávalo, že jeho post převezme Helmut Lang nebo Yohji Yamamoto. Pro veřejnost byl tedy fakt, že se místo nich do čela dostal v té době teprve pětadvacetiletý designér na volné noze, obrovské překvapení. Tou dobou navrhoval ručníky pro Mitsukoshi department a kožené doplňky pro South American market. Tisk i veřejnost si ho však od první chvíle zamilovali. Což se ukázalo pro jeho kariéru rozhodující. Hned po první kolekci ho totiž vedení okamžitě z pozice vyhodilo, byli nuceni svůj postoj přehodnotit po prohlédnutí nadšených kritik z celého světa. Jednou z jeho nejvíce ceněných kolekcí byla kolekce podzim/zima 2006. Nicolas slavil obrovský úspěch, obdržel množství dopisů, přání,

darů a kytic od spousty významných jmen světové módy a dá se říci, že se touto kolekcí zařadil mezi legendy. V dopisu od Karla Lagerfelda například stálo: „*V 60. letech byla Paříž Chanel a Balenciaga, tato společnost mi dnes docela vyhovuje, vítěj v ní!*“ Ghesquiera v následující době dokonce Time magazine zařadil mezi 100 nejvlivnějších lidí světa. Jeho práce u Balenciagy měla od začátku do konce jednotnou linii a dávala dohromady smysl, což pro něj bylo velice důležité. Navíc dokázal do svých modelů vtisknout svůj osobitý design i odkaz zakladatele a prý věděl, co si lidé oblečou ještě dříve, než si to oblečou. V roce 2013 odešel a předal kreativní vedení Alexandru Wangovi, udělal si půlroční pauzu na cestován, poznávání nových věcí a následně nastoupil jako kreativní ředitel Louis Vuitton. (032c.com, 2013)

6.1.4 2013–2015 Alexandr Wang

Nejkratší etapu za kormidlem značky Balenciaga urazil Alexander Wang. Jeho celkové působení je zpětně hodnoceno jako úspěšné. Podařilo se mu dobře vcítit do nové role a vstřebat odkaz módního domu, na druhou stranu se však nejednalo o angažmá, které by přineslo přímo ikonické a dechberoucí modely. Do karet mu příliš nehrály dva faktory. Během jeho působení se věnoval i své vlastní značce pod svým jménem a bylo tedy nutné, aby neustále cestoval mezi kontinenty a přeskakoval od svých konceptů k těm pro dům Balenciaga. Většinu času tak strávil podle svých slov v hotelových pokojích čekající na donášku čínského jídla. Druhý faktor byl tlak veřejnosti, protože přebíral značku po veleúspěšné patnáctileté etapě Nicolase Ghesquiera a všichni očekávali, jak s tímto odkazem mladý Američan naloží. Jeho první kolekce byla přijata dobře a nastínila budoucí směr značky. Wangovi se skvěle dařilo pracovat se střihem, dokázal podtrhnout ženskost siluety. Poslední kolekce již byla inspirována californskou hip hopovou scénou, což bylo pro tradiční módní dům typu Balenciaga kontroverzní, ale zároveň tato kolekce připravila dobrý můstek pro budoucího kreativního ředitele a jeho ještě radikálnější tvorbu směřovanou stále více ke streetwearu. (racked.com, 2015)

6.1.5 2015 – nyní – Demna Gvasalia

Prozatím posledním z řady kreativních ředitelů se stal v roce 2015 Gruzínek Demna Gvasalia. Během občanské války v jeho dvanácti letech musel svou zemi opustit a žil v německém Düseldorfu. Na jeho budoucí kariéru ho připravila Antverpská královská akademie umění, jež stojí za celou řadou skvělých umělců světového formátu a několika kreativními řediteli Balenciagi. Jeho tvorba byla především streetwearová, symbolizovaná

hlavně velkou mikinou s kapucí, či kotníkovou obuví a poprvé oblétna svět, když spolu se svým bratrem založili značku Vetements, jejíž první kolekci prezentovali v Pařížských gay clubech. Oslnili i třeba amerického rapera Kanye Westa a spoustu dalších celebrit. Gvasalia tou dobou již nasbíral zkušenosti s několika velkými jmény světové módy a získal se značkou Vetements prestižní ocenění LVMH's young fashion designer prize. V pozici kreativního ředitele domu Balenciaga byl přijat velmi dobře. Jeho tvorba se snaží zbourat společenské hranice mezi pohlavími, menšinami či rasami a také narušuje dogmata vysoké luxusní módy. Karen van Gotsenhoven – specialista na jeho tvorbu o něm pro Vogue pronesla. *„Demna navrhuje outfity pro kaliče, podnikatelky nebo třeba sekuriťáky a má tak mnohem demokratičtější přístup. V jeho očích jsou si všichni rovni.“* Může se zdát, že jeho přístup, tvorba i estetika jsou klasickému módnímu domu na hony vzdáleny. Výjimečnost Gvasalii spočívá však právě v tom, že dovede prezentovat avantgardní streetwearové kolekce pro “grungovou” generaci X pod hlavičkou Balenciagi a přitom zároveň pracovat s odkazem zakladatele a s prvky tehdejší klasické vysoké krejčoviny. Navrhnul například jednotný vizuální styl pro všechny pobočky módního domu na světě, byl inspirován původním vybavením Pařížského módního domu s tím, že každá pobočka ponese i detaily typické pro tamější kulturu. Největší poctou zakladateli se stal ovšem fakt, že Gvasalia po padesáti letech vrátil značku Balenciaga na haute couture scénu. Svou první haute couture kolekci složenou z 63 kreací odprezentoval navíc v původních salonech slavné Avenue George V v naprostém tichu, v surovém prostředí a bez složitých dekorací. Zkrátka tak stroze jako to dělal sám mistr. Byla to patrně vůbec největší výzva Gvasaliovy kariéry a jeho práce sklidila zasloužený obdiv veřejnosti.

(Vogue.com, 2020)

(Vogue.com, 2021)

7 DEFINICE MÓDNÍCH POJMŮ

V této části budou vypsány a definovány pojmy z oblasti módy, pro orientaci v problematice, o které diplomová práce pojednává.

7.1 Haute couture

Francouzský zákonem chráněný pojem Haute couture označuje vysokou módu a aby bylo takto nějaký produkt možné označit, musí splňovat velice přísné podmínky. Kvalifikovat se jako oficiální haute couture dům znamená, že člen musí splňovat přísné podmínky výroby na zakázku pro konkrétního člověka a na jeho míry. Musí absolvovat více než jednu zkoušku v ateliéru, který zaměstnává alespoň patnáct zaměstnanců na hlavní pracovní poměr a dalších dvacet technických pracovníků. Dále také musí takový dům prezentovat kolekce o nejméně než padesát denních i večerních modelech každý leden a červenec.

7.2 Ready to wear/Pret a porter

Model ready to wear odkazuje na vysokou módu, která je ovšem dostupná, navrhnutá designérem či značkou, ale se sériovou výrobou modelů. Modely jsou tedy v univerzálních velikostech a je možné vybrat si v showroomu z předváděcích modelů a zakoupit ten ve vhodné velikosti dle postavy. Tento model je tedy opakem Haute couture a je produkován sériově, ne však doslova masově jako oblečení pro běžné nošení než trička nebo rifle.

7.3 Casual clothes

Oblečení na běžné nošení. Neformální a z běžných materiálů, vyráběno masově ve standardizovaných velikostech.

(Sewguide.com, 2021)

7.4 Creative black tie

Creative black tie je standardním dress codem pro společenské akce různého druhu. Většinou se jedná o formální akce pořádané večer. Black tie je považován za nejformálnější verzi outfitu a jeho vhodná volba vyžaduje sofistikovaný přístup k oblékání. U žen se tedy většinou očekávají dlouhé večerní šaty nebo róba. I přes to, že je cocktail dress rovněž přípustnou variantou, večerní šaty jsou považovány za příhodnější volbu. K ideálnímu dodržení tohoto dress codu by měl být outfit jednoduchý, elegantní, měl by podtrhovat

ženskou siluetu a měl by být obohacen obuví na vysokém podpatku spolu se sofistikovanými doplňky a šperky.

7.5 Cocktail

Jedná se o dress code pro společenské akce, které nejsou ovšem tak formální jako při důrazu na black tie outfit. Nejtypičtějším oděvem jsou koktejlové šaty, jejichž délka je přibližně v úrovni kolen. Obuv bývá vybírána mezi sandály a lodičkami doplněna o poutavé šperky či doplňky.

7.6 Smart casual

Smart casual se někdy může jevit dvojznačně a je potřeba vybalancovat dress code tak, aby působil uvolněně, ale zároveň stále na úrovni. Proto je potřeba vybrat něco elegantního, ale i pohodlného. Smart casual bývá vyžadován na akcích jako jsou večere, svatby, pracovní schůzky, ale právě typ akce vám ve finálním výběru oblečení může hodně pomoci. Spadá sem použití šatů, džin, topů nebo kabátů. Vhodně zvolená praktická a estetická kabelka bývá klasickým doplňkem. Výběr obuvi je v tomto případě již variabilnější.

(thetrendspotter.net, 2021)

8 AKTUÁLNÍ MÓDNÍ TRENDY

Fashion trendy posledních let neudávají jen módní domy, jako tomu bylo dříve, ale spíše influenceři a celebrity na sociálních sítích. V době, kdy prakticky každý vlastní telefon s poměrně kvalitním foťákem, je právě ulice místo, kde se dnes odehrává módní show, a to je jeden z faktorů, který posouvá tvorbu značek směrem ke streetwearu. Díky tomu se z produktů běžného užívání najednou stávají high fashion kousky. A právě slavné módní domy jako Balenciaga nebo Louis Vuitton, kde je aktuálně kreativním ředitelem pánské sekce Virgil Abloh, jdou touto cestou. Příkladem mohou být například Balenciaga „cros“ na platformě, které byly vyprodány dříve, než vůbec vyšly do prodeje, a to i s cenovkou 850 dolarů.



Obrázek č. 19 – High platform Balenciaga cros

Nejčerstvější změny přineslo módě především období ovlivněné pandemickou situací ve světě. Styl tohoto období byl poměrně neutrální, ale na druhou stranu přinesl na scénu úplně nový módní doplněk, se kterým se nikdy příliš neworkovalo – roušku na ústa. Letošní rok je ve společnosti o něco optimističtější a odráží se to i na změnách v módních trendech. Návrat do aktivního života po lockdownu přinesl množství křiklavých barev, květinové vzory a odvážnější active wear a streetwear outfity. Dále se v módě odráží styl devadesátých let, ovšem s různými úpravami například do oversize variant.

(Thevou.com, 2021)

8.1 Aktuální kolekce značky Balenciaga

Skvělým příkladem aktuálních módních trendů na poli haute couture je pro potřeby této diplomové práce kolekce Balenciaga A/W 2021-2022. První haute couture kolekce po padesáti letech v podání Demny Gvasalii. Právě tato kolekce velmi dobře vystihuje hodnoty, styl a módní prvky, které byly promítnuty do tvorby produktů následné praktické části této diplomové práce.

Gvasalia inspirován prací zakladatele módního domu celou kolekci prezentoval v co nejpůvodnější podobě v původních pařížských prostorech, a přesto do ní harmonicky vnesl streetwerové outfity, futuristické doplňky i vlastní umělecký rukopis. Cindy Kerberová skladbu kolekce popsala v článku pro Vogue takto: *„Demnův haute couture debut začal sérií černých obleků z fresco vlny; velmi strohých, střízlivých a naprosto dokonalých v každém detailu. Na couture denim plně navázala antracitová štola z pruhovaného hedvábí doplněná košilí ze stejného materiálu s mramorovými knoflíky a vlněnými kalhotami následovaná purpurovým kašmírovým kabátem s kulatými rameny s dvojitým zapínáním s džínami z japonského denimu barveného indigem a stříbrem potaženými knoflíky. Zářivě oranžové sako z gabardénu s dramaticky otevřenými rameny Gvasalia doplnil jednoduchou pouzdrouvou sukni, stejný střih využil ještě v modrém denimu a béžovém trenčkotu. Jednobarevné látky místy vystřídaly černobílé vzory puntiků, síťka ze Swarovski křišťálů, tyl vyšíváný stříbrnými flitry a ožila i ikonická růžová květinová vyšívka na tělovém podkladu z ateliéru Lesage.“*

Sám autor o své inspiraci a propojení moderního streetwearu s původním odkazem značky řekl: *„Nemůžeme se dívat jen do budoucnosti. Musíme se podívat do minulosti, abychom zjistili, kam jdeme. Oblečení má na mě psychologický dopad. Uvědomil jsem si, že mě dělá šťastným a pochopil jsem, co je účelem módy. Nejde o zuřivost, klepy, ani bílý šum, jak říkám digitálnímu chaosu, v němž žijeme. Podstatou je moje vášeň a řemeslo. A couture je nejlepší způsob, jak to projevit.“*

(Vogue.com, 2021)



Obrázek č.20 – Ukázka modelů z kolekce Balenciaga A/W 2021-2022

II. PRAKTICKÁ ČÁST

9 INSPIRACE

Cílem této práce je vytvořit elegantní a sofistikovanou kolekci, která odráží osobnost Christóbala Balenciagy. Čerpá z jeho přístupu k tvorbě oděvu a kolekcí, proto produkty nesou určité prvky rafinovaných tvarů. Obuvní stříhy nejsou vytvořeny tradičním způsobem zanesením křivek do geometrické sítě, ale vznikaly řázením materiálu přímo na kopyto, čímž bylo dosaženo žádaného výsledku. Tento přístup „sochání“ oděvů byl pro Balenciagu typický. Autorská kolekce je vytvořena na základě intuitivních vjemů, které vychází z podrobného studia jeho života. Je tvořena dominantní obuví, ozdobena galanterními doplňky a obohacena o oděvy.



Obrázek č. 21 – Inspirační koláž

10 KONCEPT

Celý koncept se odvíjí od osobnosti a siluety ženy, stejně jako tomu bylo u Balenciagy. Zásadním bodem je vytvoření produktů odvíjejících se od proporcí dámského těla tak, aby byly vyzdvihnuté všechny jeho přednosti a zahalené nedokonalosti, které nejsou vizuálně přitažlivé a tím dojít k naprosté rovnováze. U obuvi jsou tato specifika velice důležitá, obzvlášť u otevřeného páskového typu. Benevolentnější oděvy umožňují daleko více experimentů. V rámci konceptu je přirozené, že je část obuvi zhotovena na velice vysokém dynamickém podpatku, který celý dojem jen umocňuje. Proto byly podpatky vyrobeny na míru a podle vybroušeného modelu se následně odlévaly do zhotovené silikonové formy. Kolekce je rozdělena do tří outfitů, které jsou určeny pro různé společenské nebo módní příležitosti.

10.1 Creative black tie

Outfit je určený výhradně pro večerní příležitosti, ale připouští kreativní a nápadité varianty. Hlavním úkolem je vyniknout v davu. Tento dress code je většinou přípustný na večerních módních událostech nebo předávání filmových a hudebních cen. Je složený z dlouhých hedvábných šatů, asymetrické obuvi a doplňku.

10.2 Smart casual

Tento outfit je uvolněnější, ale stále si zachovává elegantní vzhled. Podmínkou není obuv na podpatku. Druhý outfit je určený na večerní pool party, proto se skládá z asymetrických šatů, nazouváků na nízkém podpatku a malé hand bag.

10.3 Cocktail

Poslední outfit je určený především na cocktail večírky. Je uvolněnější a odvážnější, skládá se z nazouváků na vysokém podpatku, usňové podprsenky a kimona převázaného páskem.

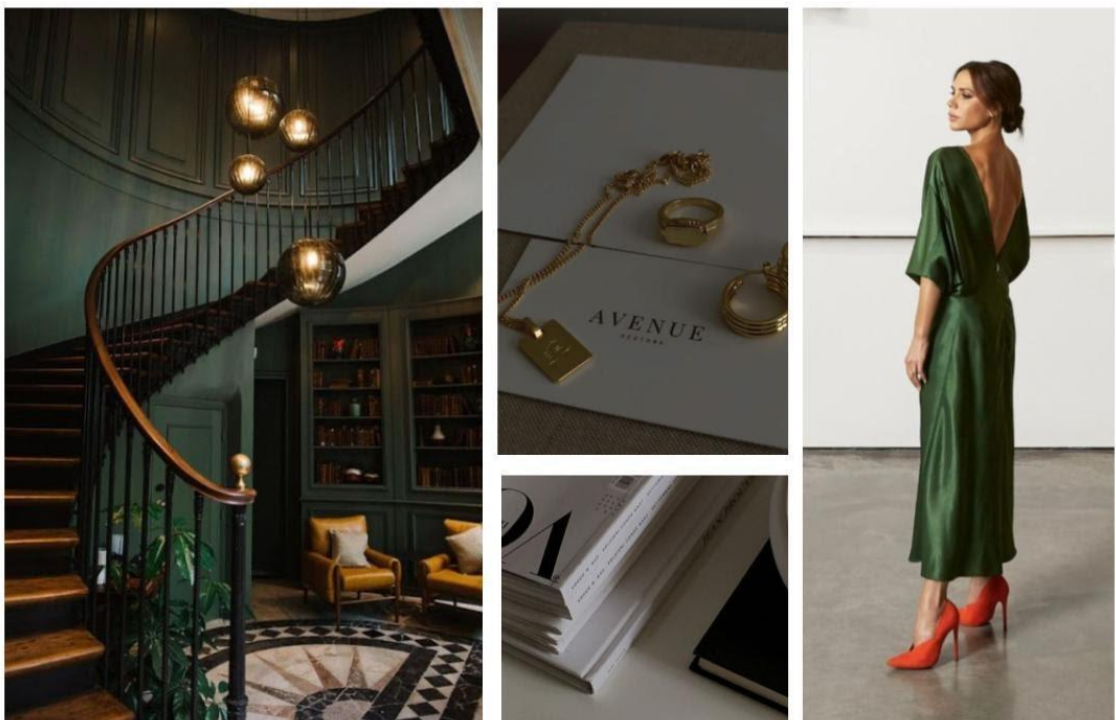
11 MOODBOARD



Obrázek č. 22 – Moodboard

12 PROFIL ZÁKAZNICE

Žena, pro kterou je tato kolekce vytvořena, by měla mít ráda elegantní a zároveň odvážnější oděvy doplněné výraznějšími produkty, které celému vzhledu dodají přitažlivý vzhled. Nejsou prvoplánově sexy a působí spíš tajemně. Tato zákaznice často navštěvuje nejrůznější společenské události – firemní večírky, módní akce, oslavy a cocktail party. Upřednostňuje kvalitu před kvantitou a je ochotná si za ni připlatit. Často si nechává šít šaty na míru v krejčovských salonech, protože si potrpí na detail a dobře padnoucí oděv na míru. Zároveň sází na nadčasovost a kombinovatelnost všech svých jednotlivých kusů šatníku.



Obrázek č. 23 – Profil zákaznice

13 MATERIÁLOVÁ SKLADBA A BAREVNOST

Produkty jsou vyrobeny z kvalitních přírodních materiálů, které podtrhují luxusní vzhled. Obuv a doplňky jsou zhotoveny z hovězinové usně, hovězinové usně s texturou reptilií, kozinky a nubuku decentně doplněné o kovové prvky. Na šaty jsou použité hedvábné a viskózoové textilie s malým podílem elastanu. Volba materiálů pro oděv se mimo estetické vlastnosti opírá také o technické výhody a nevýhody různých materiálů. Právě hedvábí a viskóza splňují mou představu nejvíce. Pokud je hedvábí oblékáno a nošeno s jistou opatrností, je pevné a vydžší. Také je v tomto případě díky 3 % elastanu poměrně flexibilní a chladí. Mezi nevýhody patří náchylnost k mnoha vlivům a mačkavost. Jako historicky uznávaný a ušlechtilý materiál se ovšem k tvorbě večerních šatů báječně hodí i přes své nedostatky.

Viskóza se dobře udržuje, je stejně jako hedvábí přírodní, prodyšná a příjemná na dotyk. Nevýhodou může být mačkavost nebo nedostatek elasticity.

Barevnost vychází ze čtyř odstínů – zelené, modré, šedé a černé, které se jemně navzájem doplňují. Dominantní barvou je smaragdově zelená.



Obrázek č. 24 – Vzorník a barevnost

14 KOLEKCE

CREATIVE BLACK TIE

Tento outfit je z celé kolekce nejvýraznější. Obsahuje obuv na vysokém podpatku s otevřenou špičkou, cílem bylo proporční uchování ženské siluety nohy a podpoření jejího tvaru. Pár je asymetrický, odhalenější pravá noha při chůzi vystupuje z vysokého rozparku a více uzavřená levá je téměř skrytá, protože k ní není potřeba přitahovat pozornost.

Hedvábné šaty s dlouhým rukávem ocelového lesku mají hluboký zádový výstřih v kontrastu s předním stojatým límcem. Odhalená záda jsou ozdobena usňovým doplňkem s ostrou siluetou, která se propojuje s linií v přední části obuvi.



Obrázek č. 25 – Creative black tie

COCKTAIL

Druhý outfit je uvolněnější a hravější. Silueta obuvi stále vychází ze stejných linií, je doplněna výraznou usňovou podprsenkou a opaskem ze smaragdově zelené usně. Šaty splývavého kimonového střihu u podmanivě doplňují výrazné produkty



Obrázek č. 26 – Cocktail

SMART CASUAL

Třetí outfit se opět propojuje tvarem obuvi. Nazouváky na nízkém na podpatku jsou navrhnuté záměrně pro pohodlnou chůzi na pool party. Asymetrické šaty s řasením a páskem přes rameno upnutým v zadní části hlubokého výstřihu ve tvaru V, který je propojením se symetrickou linií kabelky ve středové části. Zároveň neztrácí rafinovaný asymetrický detail, kdy popruh plynule přechází z hlavního dílu v prodloužené ucho kabelky.



Obrázek č. 27 – Smart casual

ZÁVĚR

Během tvorby této diplomové práce jsem se přesvědčila o tom, že řemesla jako módní návrhářství, krejčovina a stejně tak i design obuvi jsou všechna běh na dlouhou trať. Člověk, který chce takové řemeslo opravdu dobře ovládat se tedy musí smířit s tím, že se bude zdokonalovat celý život. Přístup, schopnosti a odkaz Cristóbalu Balenciagi nemá ve světě módy obdoby. Díky svému talentu, ale i odhodlání a tvrdé práci ovládal vše od návrhu, přes precizní šití, obchod nebo společenské styky. Při tvorbě této práce jsem si vyzkoušela jak univerzální a schopný člověk musí být, aby něco takového zvládal. Já jsem si však musela přijít pro radu či pomoc k odborníkům v řemeslu, protože takové úrovně mé schopnosti v mnoha ohledech zatím nedosahují. Přesto jsem si vybrala Cristóbalu Balenciagu, protože sdílím několik jeho vlastností, životních hodnot a lásku k řemeslu. Jeho tvorbu jsem vždy považovala za vrchol zručnosti a dobrého vkusu. Také pro mě bylo velmi konstruktivní přihlídnout k haute couture a trochu serióznější tvorbě, než je můj dosud obvyklý a oblíbený streetwear. Přestože i tato hranice dnes výrazně mizí, právě díky této práci jsem zjistila, jak mohou tyto dva světy vypadat dohromady. Teoretická část práce mě provedla životním příběhem Cristóbalu Balenciagi, okolnostmi pod jejichž tíhou často pracoval a vývojem módy i společnosti. Tvorba kolekce byla pro mě rozhodně velkou výzvou a s výsledky práce jsem v rámci možností spokojena, ale vždy se dá najít prostor ke zlepšení. Kolekce je odrazem toho, jak si představuji práci s ženskou siluetou a jednoduchý design s nepodbízivým šarmem. Poznala jsem že to, jak přirozeně, a přitom elegantně některé Balenciagovi modely působí, je díky kombinaci naprosté preciznosti střihu, provedení a vhodnosti materiálu a je nesmírně těžké této ideální kombinaci při tvorbě střihu dosáhnout. Tato diplomová práce mi dala spoustu nové inspirace, kterou uplatním i ve své budoucí práci.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BLUME, Mary, 2013. *Balenciaga-The master of us all*. Vyd. Farrar, Straus and Giroux: ISBN 978-0-374-53438-7
- [2] ELLIS MILLER, Lesley, 2007. *Balenciaga-shaping fashion*. Vyd. VA Publishing: ISBN 9781-85177-903-1
- [3] CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOA, 2011. *Balenciaga*. Vyd. Cristóbal Balenciaga Fundazioa: ISBN 978-84-15042-15-0
- [4] DE FABIANIS, Valeria, 2013. *Legendy módy – 20 ikon, které změnily dějiny odívání*. Vyd. De Agostini libri S.p.A.: ISBN 978-0-374-53438-7
- [5] KYOTO FUKUSHOKU, BUNKA KENYU Z Aidan. *Móda: z dějin odívání 18., 19. a 20. století: sbírka Kyoto Costume Institute*. Vyd. 2. Přeložil Blanka BRABCOVÁ. [Praha];, Köln: Slovart ;, Taschen, 2011, 319 s. ISBN 978-80-7391-512-4.

SEZNAM ONLINE ZDROJŮ

- [1] ARZALLUZ, Miren, *Cristobal Balenciaga – The Basque roots of a fashion master*, 19.3.2016 [cit. 2021-03–14]. Dostupný z <http://basquetribune.com/cristobal-balenciaga-the-basque-roots-of-a-fashion-master/>
- [2] FASHIONHERITAGE, *The poetry of the bias Madeleine Vionnet*, 15.1.2019, [cit. 2021-03–15] Dostupný z: <https://fashionheritage.eu/the-poetry-of-the-bias-madeleine-vionnet/>
- [3] SAUER, Jennifer, *Balenciaga museum contexts exhibiton interview*, 12.1.2020 [cit. 2021-03–17]. Dostupný z: <https://www.crfashionbook.com/fashion/a26670096/balenciaga-museum-contexts-exhibition-interview/>
- [4] REDDY, Karina, *1950–1959*, 18.8.2020 [cit. 2021-03–19]. Dostupný z: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1950-1959/>
- [5] HYDE, Nina, *Fashion notes*, 4.10.1987 [cit. 2021-03–19]. Dostupný z: <https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/1987/10/04/fashion-notes/47d78033-5a51-47a5-a492-8d73bf1c84cc/>
- [6] BOWLES, Hamish, *Josephus Thimister dies at 57*, 13.11.2019 [cit. 2021-03–19]. Dostupný z: <https://www.vogue.com/slideshow/josephus-thimister-dies-at-57>
- [7] DE LOOZ, Pierre-Alexander, *The story of Nicolas Ghesquiere and how Balenciaga became 21st century fashion*, 17.11.2013 [cit. 2021-04–21]. Dostupný z: <https://032c.com/the-story-of-nicolas-ghesquiere-and-how-balenciaga-became-21st-century-fashion>
- [8] FUMO, Nicola, *Alexander Wang Balenciaga*, 2.10.2015 [cit. 2021-04–23]. Dostupný z: <https://www.racked.com/2015/10/2/9436029/alexander-wang-balenciaga>
- [9] HELLER, Nathan, *Demna Gvasalia on Balenciaga and Haute couture*, 12.2.2020 [cit. 2021-04–28]. Dostupný z: <https://www.vogue.com/article/demna-gvasalia-on-balenciaga-and-haute-couture>
- [10] KERBEROVÁ, Cindy, *Demna Gvasalia on Balenciaga Haute couture podzim-zima 2021-2022*, 8.7.2021 [cit. 2021-04–28]. Dostupný z: <https://www.vogue.cz/clanek/fashion/prehliacky/cindy-kerberova/demna-gvasalia-balenciaga-haute-couture-podzim-zima-2021-2022>

- [11] FASHION VOCABULARY, *Fashion vocabulary – 150 words related on fashion*, 18.6.2021 [cit. 2021-05–9]. Dostupný z: https://sewguide.com/fashion-vocabulary/#haute_couture
- [12] MEYER, Mandy, *Current fashion trends* , 11.4.2021 [cit. 2021-05- 13]. Dostupný z: <https://thevou.com/fashion/current-fashion-trends/>
- [13] BREWER, Taylah, *smart casual dress code for women* , 11.2.2021 [cit. 2021-05- 21]. Dostupný z: <https://www.thetrendspotter.net/smart-casual-dress-code-for-women/>
- [14] BREWER, Taylah, *Black tie dress code for women* , 18.4.2021 [cit. 2021-05- 21]. Dostupný z: <https://www.thetrendspotter.net/black-tie-dress-code-for-women/>
- [15] BREWER, Taylah, *cocktail dress code for women* , 3.2.2021 [cit. 2021-05- 21]. Dostupný z: <https://www.thetrendspotter.net/cocktail-attire-for-women/>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1 – Cassa de Torres 1890, Dostupný z:

<http://basquetribune.com/cristobal-balenciaga-the-basque-roots-of-a-fashion-master/>

Obrázek č. 2 – První zdokumentovaný model C.Balenciagi, Dostupný z:

<https://www.vam.ac.uk/articles/introducing-cristobal-balenciaga>

Obrázek č. 3 - Madelleine Vionnet, Dostupný z:

<https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/madeleine-vionnet-1876-1975>

Obrázek č.4 – Zakladatelé Pařížského módního domu Balenciaga, zleva

N.Bizzcarondo, W. d Attainville, C. Balenciaga

(jediná existující společná fotografie), Dostupný z:

<https://cz.pinterest.com/pin/358176976611582012/>

Obrázek č.5–10 Avenue George V, Dostupný z:

<http://www.muminlerotomotiv.com.tr/imgfr.asp?cid=22&zhfr=balenciaga+avenue+georges+v&xi=3&xc=22>

Obrázek č.6 – Srovnání portrétu princezny Marii Margarity a večerních šatů

„Infanta“ 1939, Dostupný z:

<https://www.theweddingtraveler.com/balenciaga-1939-k.html>

Obrázek č.7 – Příklad tvorby z června 1939, Dostupný z:

<https://www.vogue.com/slideshow/couture-designs-by-cristobal-balenciaga-in-vogue-from-the-archives>

Obrázek č.8–1965 - Šaty z pštrošího peří a Guipur krajky, Dostupný z:

<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/81455>

Obrázek č.9: „Square coats“ návrh a kabát, Dostupný z:

<https://cz.pinterest.com/pin/566398090609201306/>

Obrázek č. 10 - Théâtre de la Mode, Dostupný z:

https://www.dior.com/en_int/womens-fashion/haute-couture-shows/folder-fall-winter-20202021haute-couture-collection/le-theatre-de-la-mode-the-dream-odyssey

Obrázek č.11–1950 Balenciaga – skládaný kabát, Dostupný z:

https://www.metmuseum.org/toah/hd/bale/hd_bale.htm

Obrázek č.12 – Přehlídka Corolle „New look“ od C.Diora v roce 1947, Dostupný z: <https://www.dw.com/en/the-new-look-how-christian-dior-revolutionized-fashion-70-years-ago/a-37491236>

Obrázek č. 13–1948 - Elise Daniels v kompletu od Balenciagi, Dostupný z:

https://i-d.vice.com/en_uk/article/a3vd9k/take-a-look-inside-the-uks-first-ever-balenciaga-exhibition

Obrázek č.14 – Balenciagovi siluety padesátých a šedesátých let, Dostupný z: <https://cz.pinterest.com/pin/759630662127829453/>

Obrázek č.15–1955 – „Slavná modelka Dovima a Sasha“, Dostupný z: <https://www.vam.ac.uk/event/kwgDmoeN/balenciaga-shaping-fashion-behind-the-scenes-tour>

Obrázek č.16–50. léta – Interiér módního domu a socha od Janine Janet, Dostupný z: <https://www.vogue.fr/fashion/article/balenciaga-is-returning-to-haute-couture>

Obrázek č.17 – Uniforma Air France, Dostupný z: <https://www.pinterest.fr/pin/520165825708569363/>

Obrázek č. 18 – Museum C. Balenciagi v rodné Getarii, Dostupný z: <https://www.cristobalbalenciagamuseoa.com>

Obrázek č. 19 – High platform Balenciaga crocs, Dostupný z: <https://www.wmagazine.com/story/balenciaga-crocs-sold-out-pre-sale>

Obrázek č.20 – Ukázka modelů z kolekce Balenciaga A/W 2021-2022, Dostupný z: <https://www.showstudio.com/collections/autumnwinter-2021-haute-couture/balenciaga>

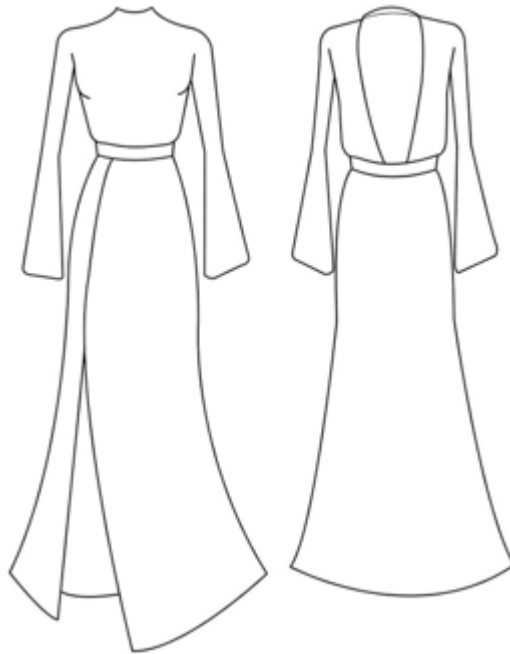
Obrázek č.21 – Inspirační koláž

Obrázek č.22 – Moodboard

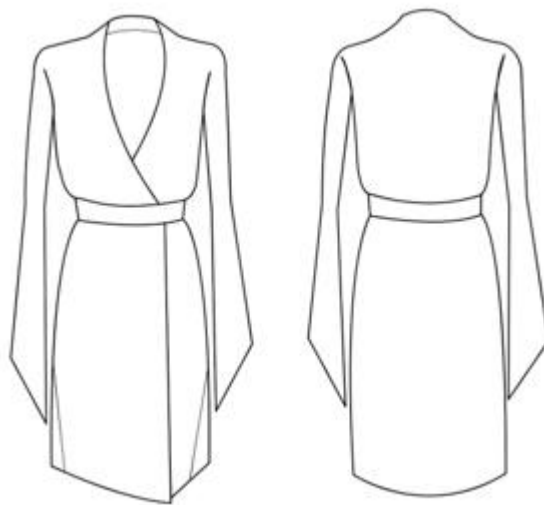
Obrázek č.23 – Profil zákaznice

SEZNAM PŘÍLOH

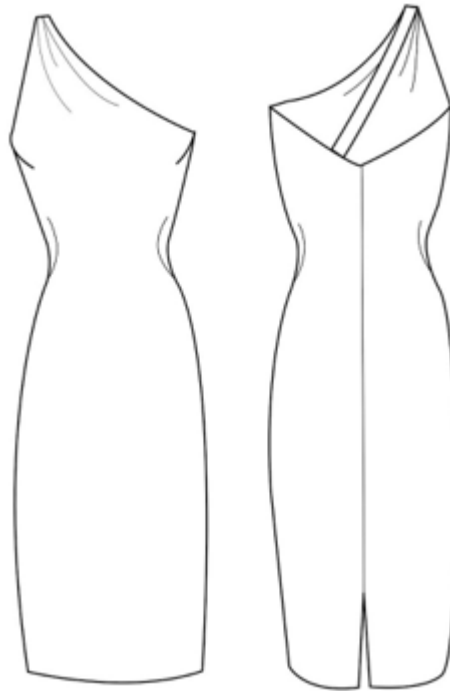
PŘÍLOHA P1 Technický popis oděvu Creative black tie.....	64
PŘÍLOHA P2 Technický popis oděvu Coctail.....	65
PŘÍLOHA P3 Technický popis oděvu Smart casual.....	66
PŘÍLOHA P4 Technický popis obuvi Creative black tie	67
PŘÍLOHA P5 Technický popis obuvi Cocktail.....	68
PŘÍLOHA P6 Technický popis obuvi Smart casual.....	69
PŘÍLOHA P7 Technický popis doplňku Creative black tie.....	70
PŘÍLOHA P8 Technický popis usňové podprsenky Cocktail.....	71
PŘÍLOHA P9 Technický popis usňového opasku Cocktail.....	72
PŘÍLOHA P10 Technický popis kabelky Smart casual.....	73
PŘÍLOHA P11 Kresebné návrhy.....	74
PŘÍLOHA P12 Střihová dokumentace oděvu Creative black tie.....	77
PŘÍLOHA P13 Střihová dokumentace oděvu Cocktail.....	78
PŘÍLOHA P14 Střihová dokumentace oděvu Smart casual.....	79
PŘÍLOHA P15 Střihová dokumentace obuvi Creative black tie.....	80
PŘÍLOHA P16 Střihová dokumentace obuvi Cocktail.....	81
PŘÍLOHA P17 Střihová dokumentace obuvi Smart casual.....	82
PŘÍLOHA P18 Střihová dokumentace doplňků Creative black tie.....	83
PŘÍLOHA P19 Střihová dokumentace usňové podprsenky Cocktail.....	84
PŘÍLOHA P20 Střihová dokumentace usňového opasku Cocktail.....	85
PŘÍLOHA P21 Střihová dokumentace kabelky Smart casual.....	86

PŘÍLOHA P1 Technický popis oděvu Creative black tie

Šaty se skládají ze sedmi vrchových dílu a jednoho dílu na opasek. Veškeré vrchové dílce jsou olemované overlockovým šitím a sešité obráceným výrobním způsobem. Hlavicové rukávy jsou navolněné a všité do ramen, na dolním okraji mírně rozšířené, našasené do pruženky šíře 5 mm a prošité. Šaty jsou dělené v pase a řasené do pruženky o šíři 5 milimetrů. Přední díl je podšitý podsádkou a má na obou stranách prsní záševky. Spodní okraj dvou-dílné kolové sukně s vysokým rozparkem na pravé straně je zažehlený přes vlizelinovou pásku o šíři 10 milimetrů. Opasek je zhotovený obráceným výrobním způsobem a vyztužený vlizelinovým páskem o šíři 30 milimetrů, zapínání je na kovové oděvní háčky.

PŘÍLOHA P2 Technický popis oděvu Cocktail

Šaty kimonového střihu se skládají z pěti vrchových dílů. Veškeré vrchové dílce jsou olemované overlockovým šitím a sešité obráceným výrobním způsobem. Rukávy jsou na dolním okraji asymetrické a mírně rozšířené a zažehlené přes vlizelinovou pásku o šíři 10 milimetrů. Přední díly jsou podšité podsádkou. Spodní okraj je zažehlený přes vlizelinovou pásku. Na obou stranách se nachází postranní rozparky. Šaty jsou přepásané usňovým opaskem.

PŘÍLOHA P3 Technický popis oděvu Smart casual

Šaty se skládají ze tří vrchových dílu a jednoho dílu na pásek. Veškeré vrchové dílce jsou olemované overlockovým šitím a sešité obráceným výrobním způsobem. Horní i dolní okraj je zažehlený přes vlizelinovou pásku šíře 10 milimetrů. Zadní díl je dělený středovým švem, ze kterého vychází dolní rozparek. Asymetrický přední díl je řasený a plynuje přechází do našitého pásku vyztuženého vlizelinovou páskou o šíři 30 milimetrů, který je uchycený v zadním díle.

PŘÍLOHA P4 Technický popis obuvi Creative black tie

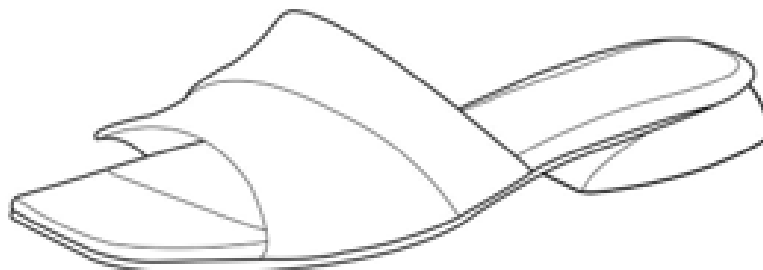
Lodička s otevřenou špičkou je zhotovena lepeným výrobním způsobem. Svršek je ušitý obráceným hřbetovým švem, rozklepaný a poté napnutý na předem obalenou napínací stélku. Napínací stélka se skládá ze dvou vrstev celstelenu, kde se nachází stromečkování a je vystužena ocelovým klenkem. Vrchní díl je ve špici vyztužený tříslučiněnou usní. Vrchní díl a lem stélky jsou z hovězí kůže s dezénem imitujícím reptilii, podšívka je z kozinkového nubuku. Pata je vyztužena opatkem z termoplastu. Podešev je zhotovena tříslučiněnou usně, barvená černým lihovým mořidlem, má zahmlazené hrany a směrem k patě je vykosena do menší tloušťky. Podpatek je odlitý do silikonové formy a vyztužený ocelovou kulatinou o průměru dva milimetry, následně přilepený a přivrtaný skrz celstelenovou stélku, klenek a podešev. Vkládací stélka je zhotovena z kozinkové usně s lepeným detailem.

PŘÍLOHA P5 Technický popis obuvi Cocktail

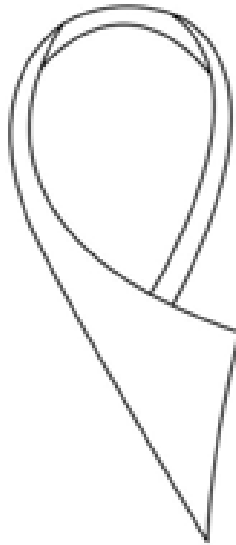


Nazouvák s otevřenou špičkou je zhotoven lepeným výrobním způsobem. Svršek je ušitý obráceným hřbetovým švem, rozklepaný a poté napnutý na předem obalenou napínací stélku. Napínací stélka se skládá ze dvou vrstev celstelenu, kde se nachází stromečkování a je vystužena ocelovým klenkem. Vrchní díl je ve špici vyztužený tříslučiněnou usní. Vrchní díl a lem stélky jsou z hovězí kůže s dezénem imitujícím reptilii, podšívka je z kozinky. Podešev je zhotovena tříslučiněnou usně, má zahrazené a zatřené hrany, směrem k patě je vykosena do menší tloušťky. Podpatek je odlitý do silikonové formy a vyztužený ocelovou kulatinou o průměru dva milimetry, následně přilepený a přivrtaný skrz celstelenovou stélku, klenek a podešev. Vkládací stélka je zhotovena z kozinkové usně s lepeným detailem. Stříhové řešení je znázorněné v příloze ...

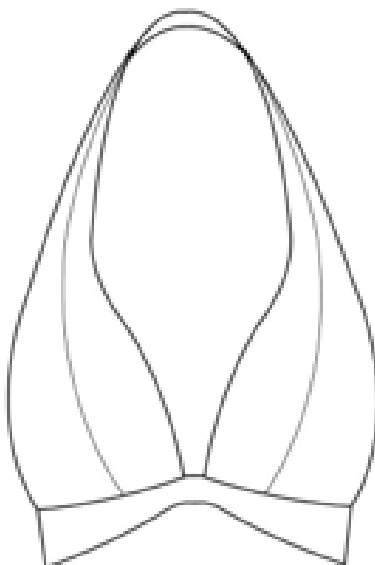
PŘÍLOHA P6 Technický popis obuvi Smart casual



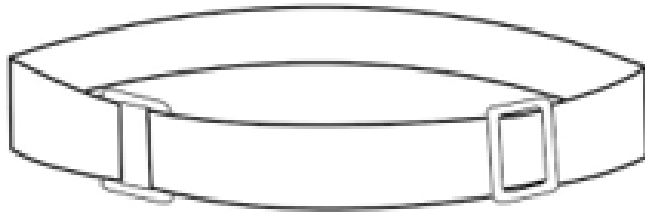
Nazouvák s otevřenou špičkou je zhotoven lepeným výrobním způsobem. Svršek je ušitý obráceným hřbetovým švem, rozklepaný a poté napnutý na předem obalenou napínací stélku. Napínací stélka se skládá ze dvou vrstev celstelenu, kde se nachází stromečkování. Vrchní díl je na nártu vyztužený tříslučiněnou usní. Vrchní díl a lem stélky jsou z hověziny, podšívka je z kozinky. Podešev je zhotovena tříslučiněnou usně, má zahmlazené a zatřené hrany, směrem k patě je vykosena do menší tloušťky. Podpatek je odlitý do silikonové formy, následně přilepený a přivrtaný skrz celstelenovou stélku a podešev. Vkládací stélka je zhotovena z kozinkové usně s lepeným detailem.

PŘÍLOHA P7 Technický popis doplňku Creative black tie

Vrchní díl je zhotovený z kozinky s metalickou apreturou a vyztužený tříslučiněnou usní, zaklepaný přes okraj a podlepený další vrstvou kozinky. Uzavírání je pomocí neodymových magnetů vlepených mezi vrstvy usně.

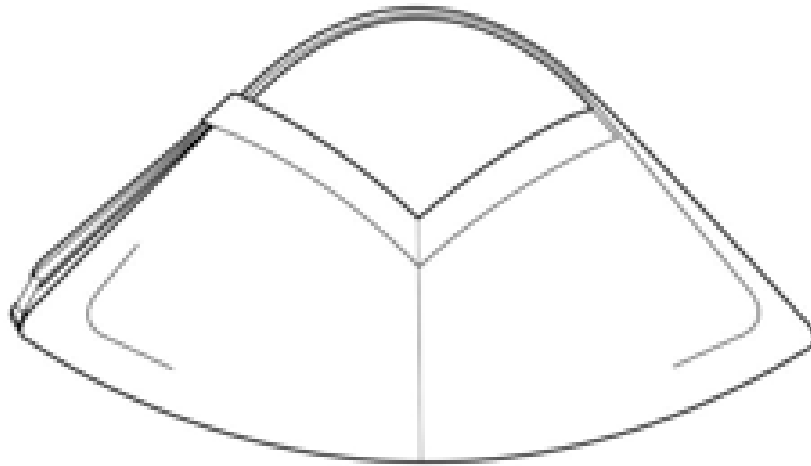
PŘÍLOHA P8 Technický popis usňové podprsenky Cocktail

Vrchní díly podprsenky jsou zhotoveny z hověžiny s dezénem imitující reptilii, podšívka je z kozinky. Středové švy košíčků a dolní okraje s obvodovým dílem jsou ušité obráceným hřbetovým švem a rozklepané. Okraje jsou zaklepané a podlepené podšívkou s krájenou hranou. Uzavírání je pomocí čtyř kovových oděvních háčků.

PŘÍLOHA P9 Technický popis usňového opasku Cocktail

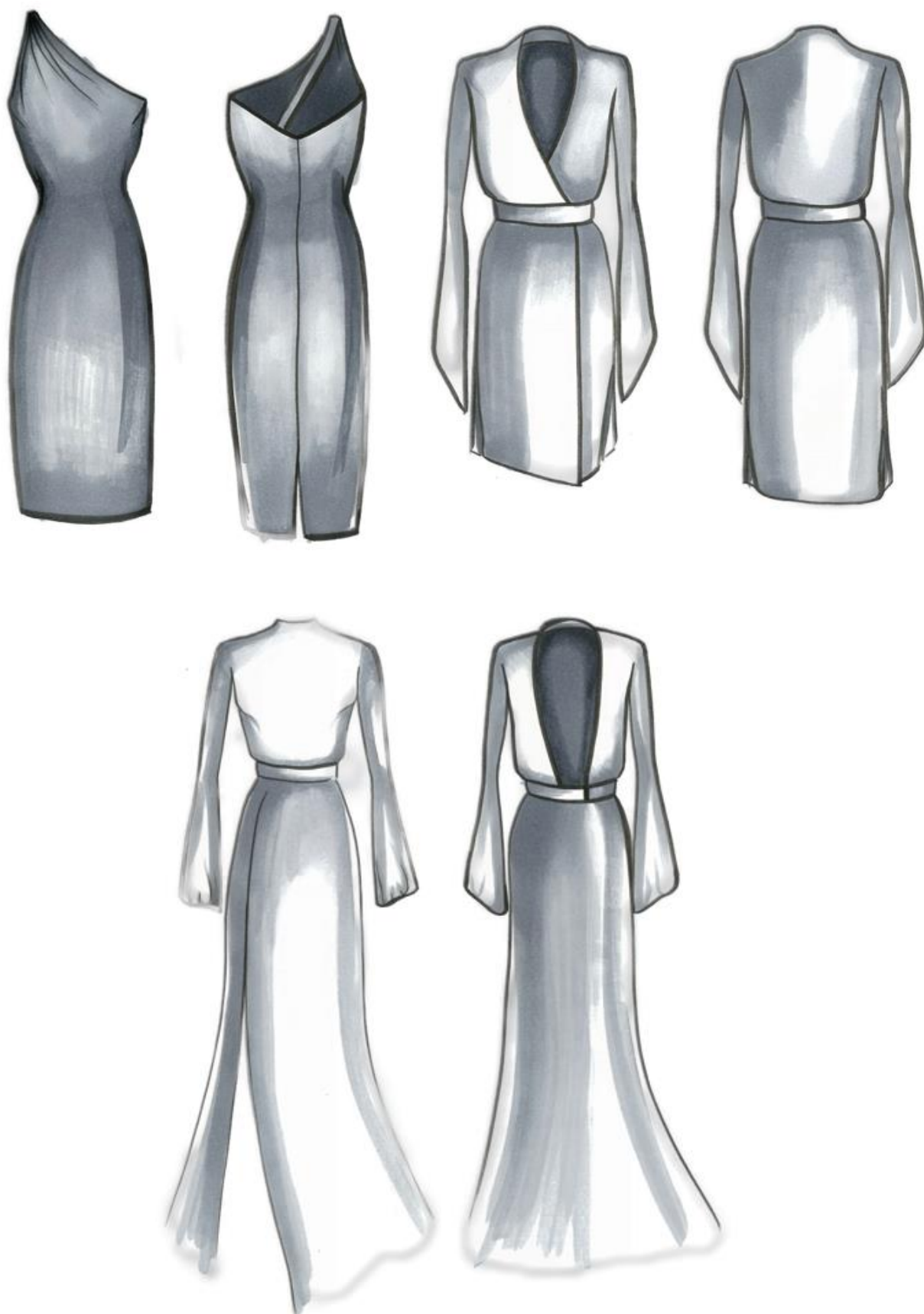
Vrchní díl opasku je zhotoven z hověziny s dezénem imitujícím reptilii, vyztužený tříslučiněnou usní, podšívka je z kozinky. Okraje jsou zaklepané a podlepené podšívkou s krájenou hranou. Uzavírání pomocí kovového průvleku.

PŘÍLOHA P10 Technický popis kabelky Smart casual



Vrchní dílce jsou zhotoveny z hovězinové usně. Jednotlivé dílce jsou spojeny hřbetovým obráceným švem. Okraje vrchových dílců jsou lemovány pásky o šířce 15 milimetrů. Jsou přišity hřbetovým obráceným švem a zaklepány. Do dna je všité poutko s kovovým plůvlekm. Dno a boční strany jsou vyztužené teraflexem. Na podšívkové dílce jsou našité zaklepané pásky o šířce 20 mm. Podšívkové dílce jsou zhotoveny z textilního viskózového materiálu, a jsou ušité hřbetovým obráceným švem. Vrchové a podšívkové dílce jsou upevněné lepeným spojem. Uzavírání je pomocí neodymových magnetů.

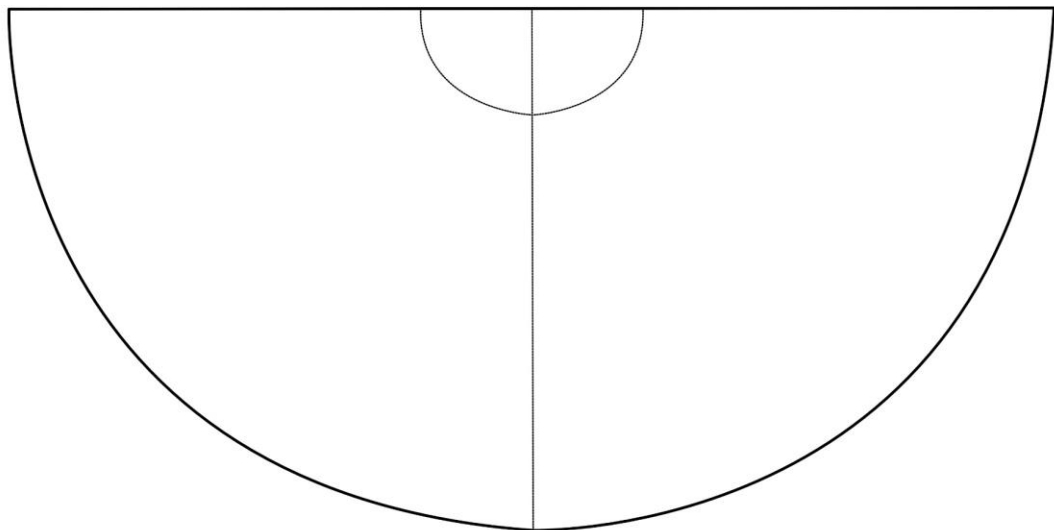
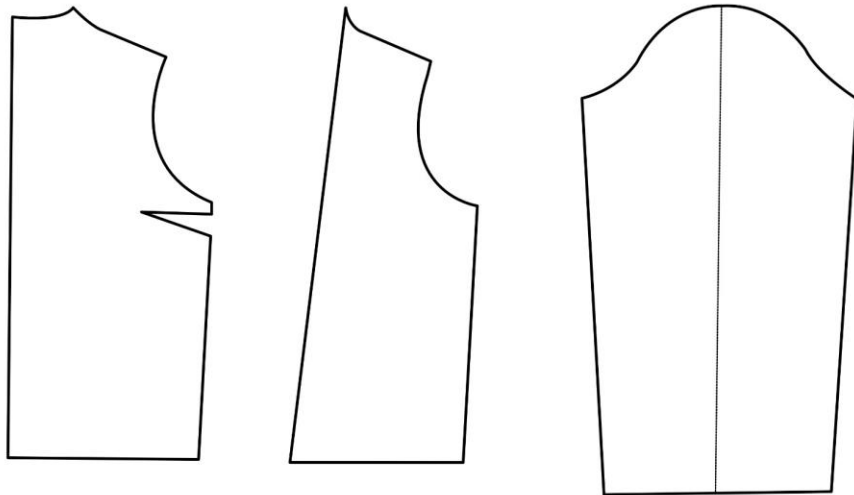
PŘÍLOHA P11 Kresebné návrhy



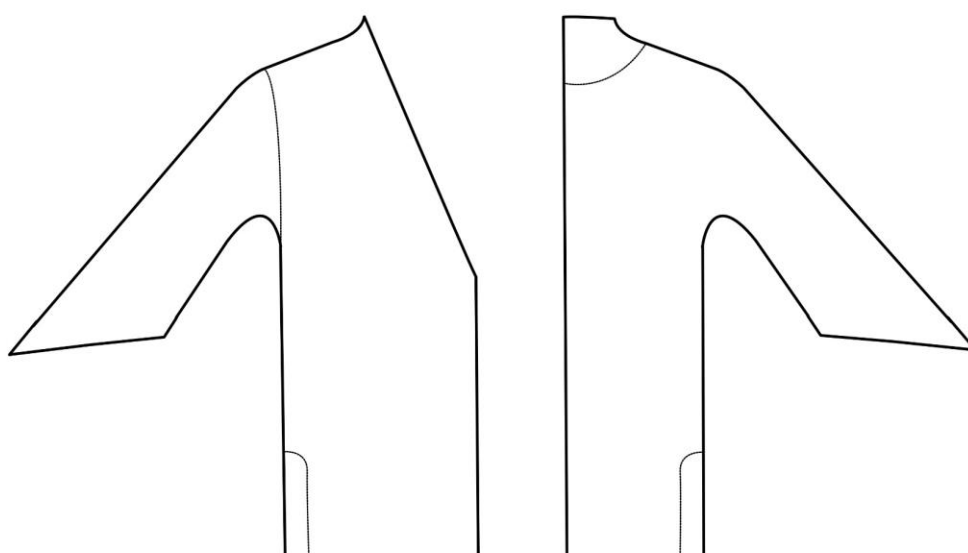




PŘÍLOHA P12 Střihová dokumentace oděvu Creative black tie



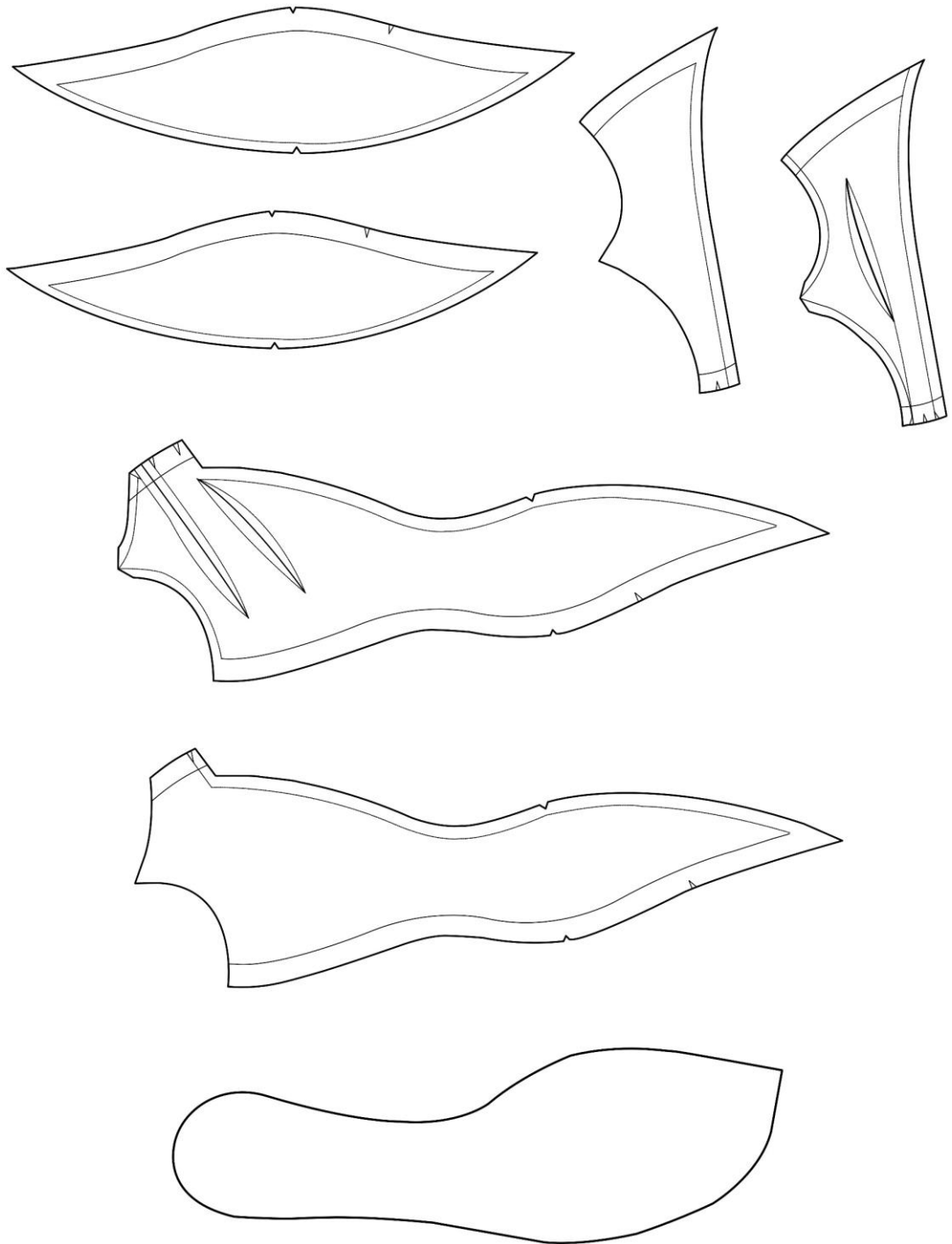
PŘÍLOHA P13 Střihová dokumentace oděvu Cocktail



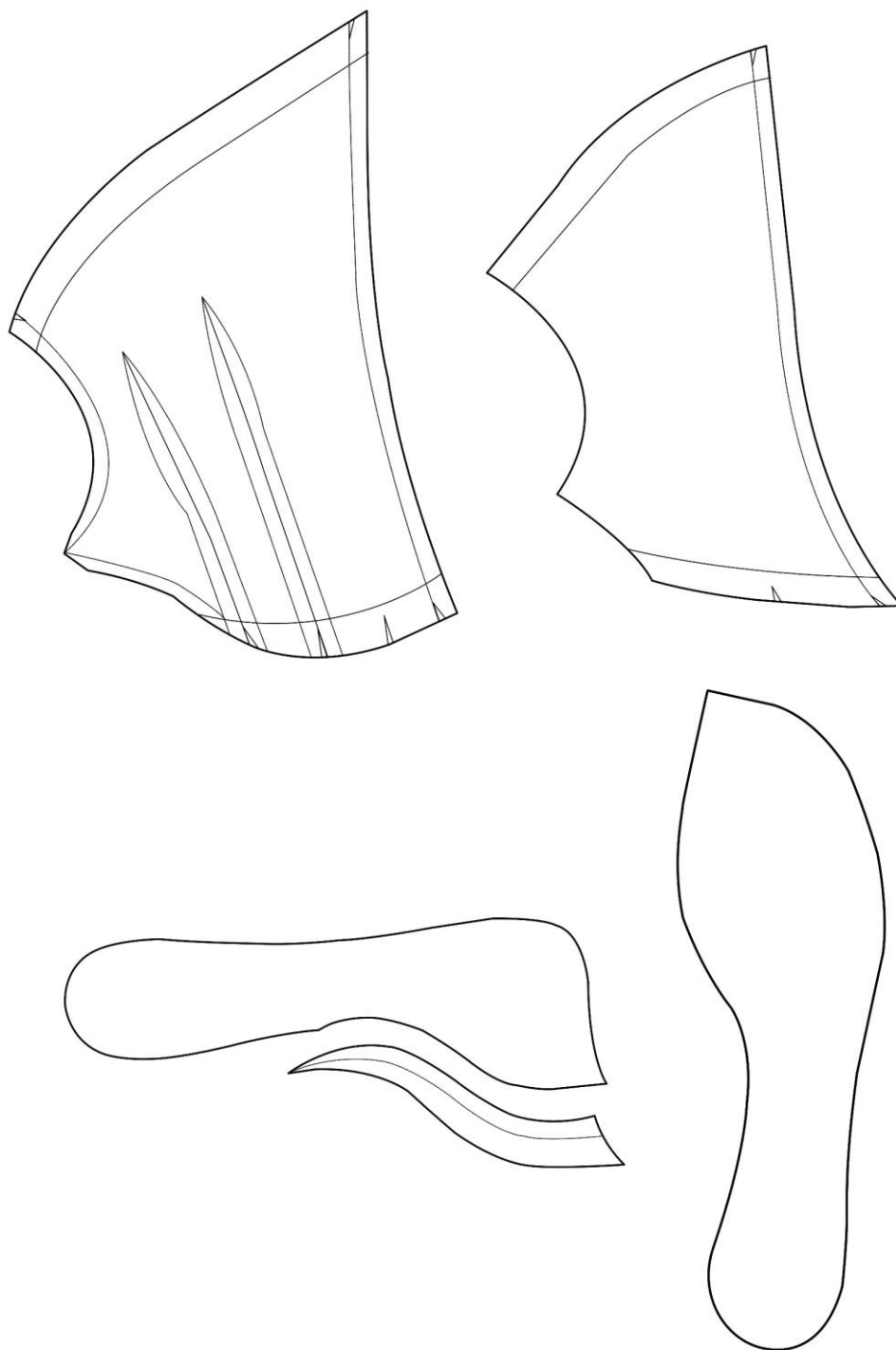
PŘÍLOHA P14 Střihová dokumentace oděvu Smart casual



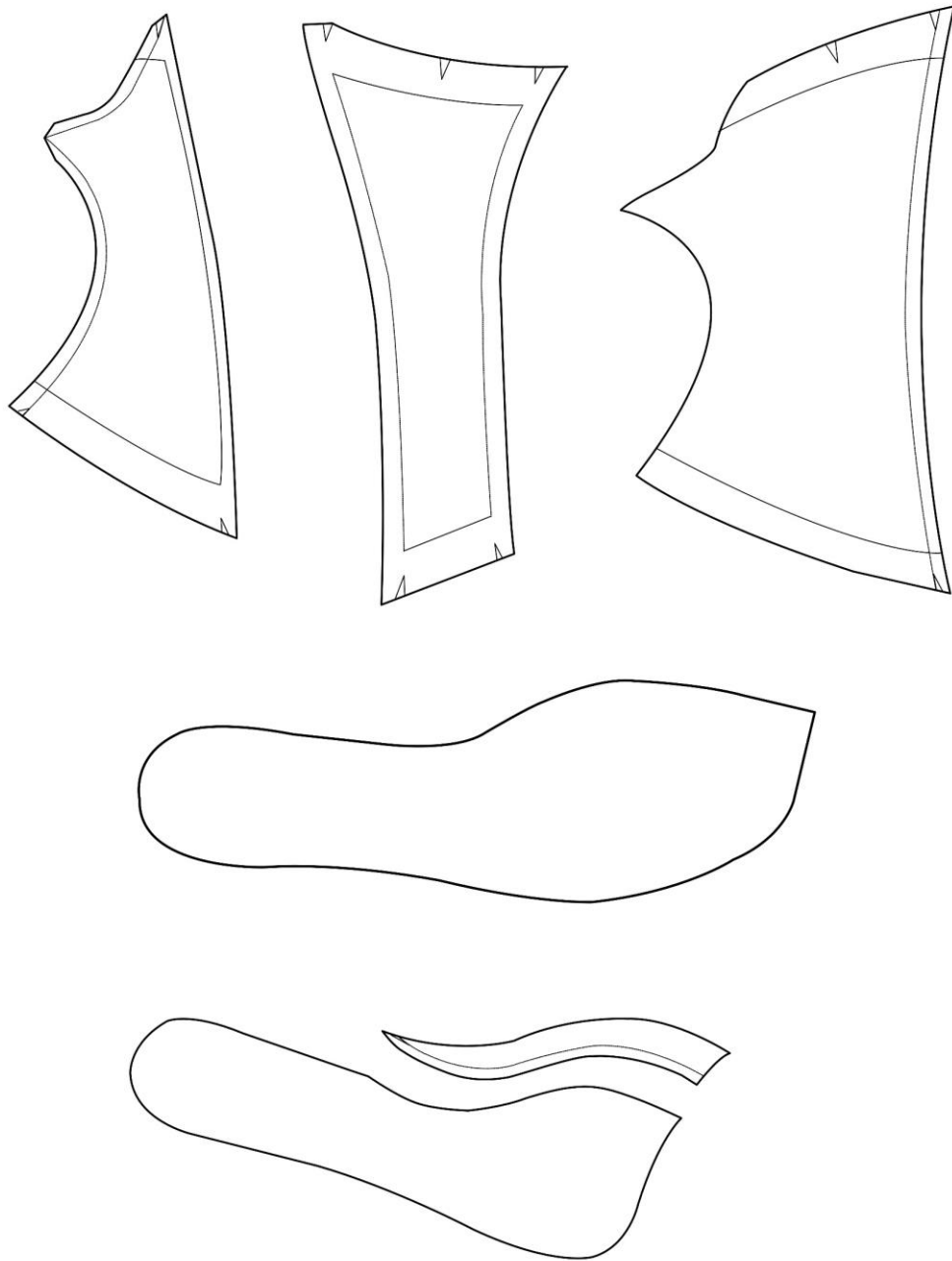
PŘÍLOHA P15 Střihová dokumentace obuvi Creative black tie



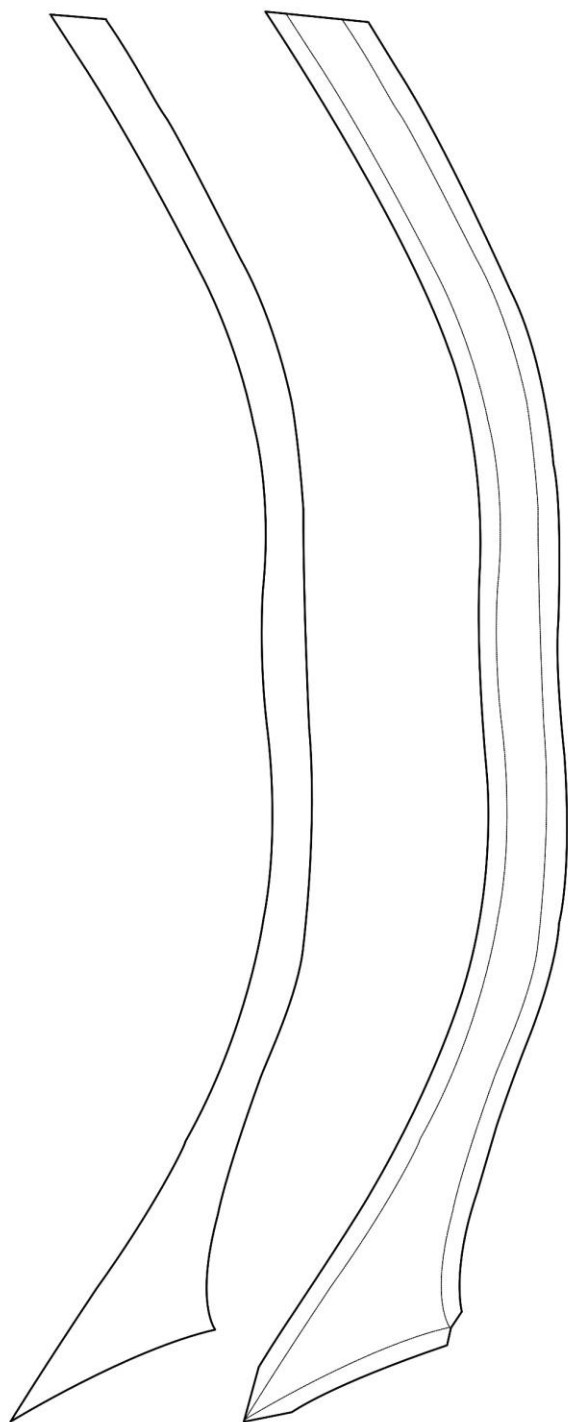
PŘÍLOHA P16 Střihová dokumentace obuvi Cocktail



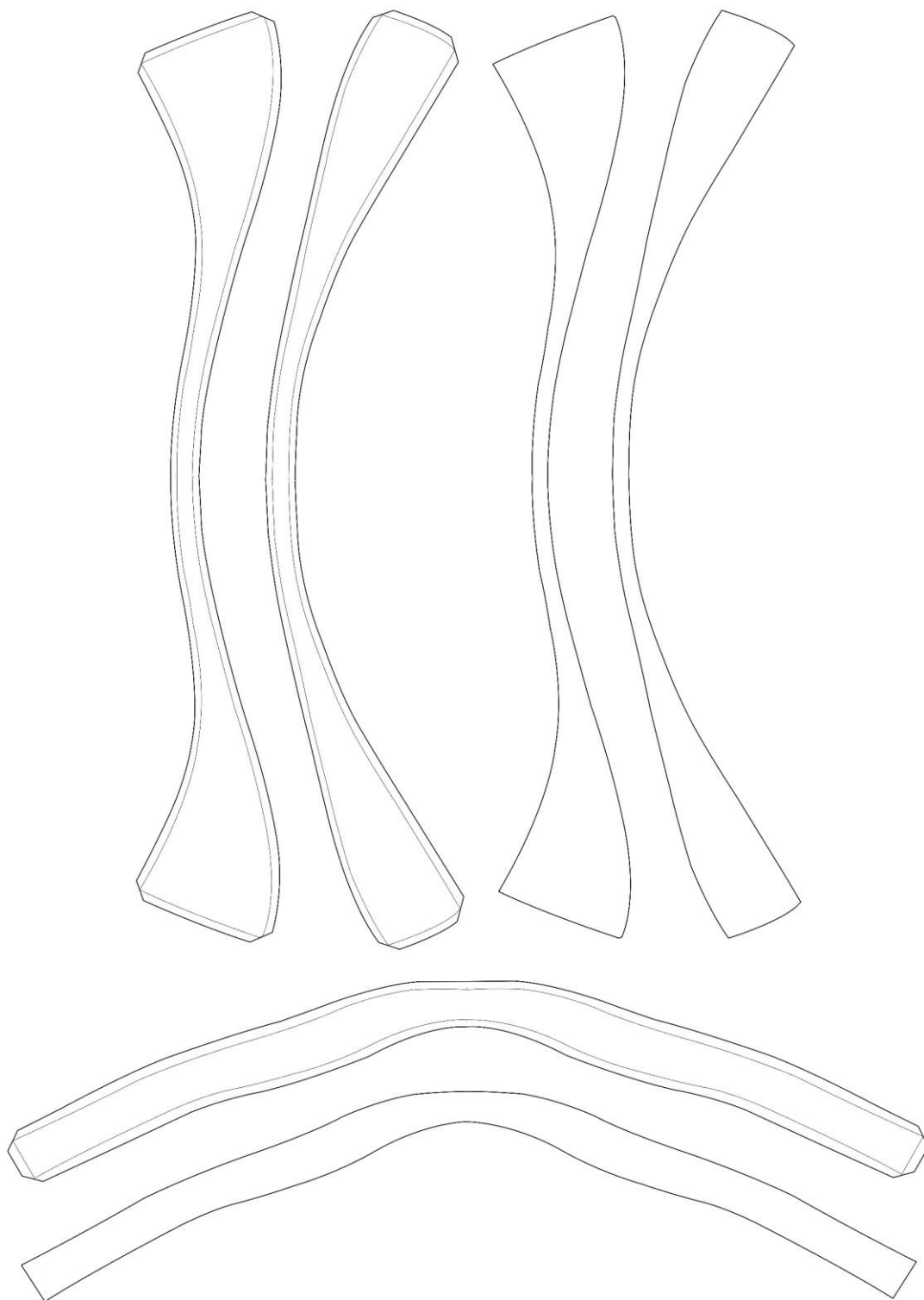
PŘÍLOHA P17 Střihová dokumentace obuvi Smart casual



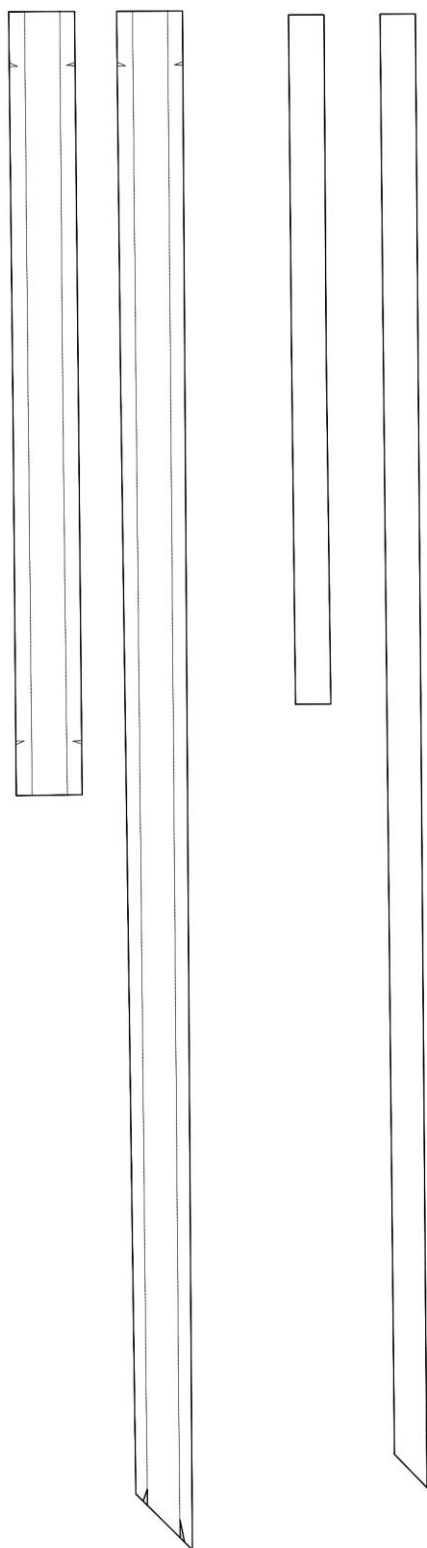
PŘÍLOHA P18 Střihová dokumentace doplňků Creative black tie



PŘÍLOHA P19 Střihová dokumentace usňové podprsenky Cocktail



PŘÍLOHA P20 Střihová dokumentace usňového opasku Cocktail



PŘÍLOHA P21 Střihová dokumentace kabelky Smart casual

