

ADÉLA
ŠPONEROVÁ

ON FASHION:
O (BEZ)VÝZNAMNOSTI MÓDY

On Fashion

Vyšlo také v tištěné verzi

Objednat můžete na
www.cpress.cz
www.albatrosmedia.cz



Adéla Šponerová
On Fashion – e-kniha
Copyright © Albatros Media a. s., 2024

Všechna práva vyhrazena.
Žádná část této publikace nesmí být rozšiřována
bez písemného souhlasu majitelů práv.



ON
ADÉLA
ŠPONEROVÁ
FA
ON
ON FASHION:
O (BEZ)VÝZNAMNOSTI MÓDY

 **C P R E S S**

- 15 PROČ MÓDA?
Jana Máchalová
Pavčina louženská
- 51 JE MÓDA POVRCHNÍ?
Šárka Homfray
Danuše Nerudová
- 87 JE MÓDA TOXICKÁ?
Barbora Černá
Andrea Průchová
Hrůzová

125 JE MÓDA
NEBEZPEČNÁ?
Natália Pažická
Philippa Grogan,
Eco–Age

173 JE MÓDA SPLNĚNÝ
SEN?
Stefan Siegel, NJAL
Jan Černý

PŘEDMLUVA

Na začátku cesty módních nadšenkyň a nadšenců často stojí nekritický obdiv, touha vyrovnat se vzorům ze stránek časopisů, blogů, dnes už spíš profilům na sociálních sítích, a nezdá se zde figuruje také přeplněný šatník, nebo alespoň cíl, aby jednou takový, překypující skvostnými možnostmi, byl. Pokud ale tahle fáze není finální, přichází společně s postupným odkrýváním informací o fungování tohoto gigantického byznysu někdy poněkud nepříjemné vystřízlivění. Přečtené články, knihy, studie, posty, pokusy o vlastní tvorbu, vstup do nové komunity lidí nebo shlédnutí dnes již ikonických dokumentů, jako The True Cost, pak často zapříčiní přinejmenším změnu spotřebitelských návyků.

Podobná kombinace v mém případě sice neotřásla mou láskou k oblékání, ale rozhodně významně proměnila můj pohled na módu. Jako ideální způsob, jak se vypořádat mimo jiné se špatným svědomím, se mi v té době jako začínající novinářce nabízelo psaní. A s ním spojený závazek, že se módu a její fungování budu snažit pochopit co nejvíc a zamávám takhle svému náctiletému já posedlému nákupy. SMSka, která mi přišla před pár lety od Adély, mi proto dost lichotila. Vybrala si mě do skupiny redaktorek a redaktorů, kteří se v českém mediálním prostoru věnovali udržitelnosti módního průmyslu, a prosila mě o rozhovor. Mimo jiné taky chtěla vědět, jak těžké je tohle téma prosadit na stránky týdeníku Respekt, kde jsem tehdy pracovala. Moje odpověď nebyla jednoznačná.

6

Čas od času se to totiž, v poměrně velkorysém rozsahu, dařilo, ale konkurence ostatních témat byla velká. Navíc bylo vždy nezbytné si před ostatními obhájit, že se móda týká nás všech, a že v sobě ukrývá množství vrstev – ekonomickou, ekologickou, lidskoprávní... Řekla bych, že k našemu kamarádství přispělo právě zapálení pro téma, které se v seriózních novinářských kruzích obvykle tolik nenosí a v prostředí fokusovaném primárně na politiku se občas potýká s nálepkou „povrchní“. Navíc jsme zjišťovaly, že náš vztah k módě utvářely podobné okolnosti, mezi nimi pro krásné oblečení nadšené mámy. A podobně jsme také přemýšlely nad tím, jestli se téma udržitelné módy neuchází v Česku o pozornost stále toho stejného publika.

Na Adéle jsem obdivovala, že za sebou měla zkušenosti v mojí hlavě zaparkované v kategorii nesplněných snů, od práce na týdnů módy, stážování v ELLE nebo pro značku ODIVI. V době, kdy jsme se potkaly, na ni navíc čekala další vysoká meta, „SEN“ – půlroční stáž v jednom z prestižních pařížských módních domů. Hrozně jsem jí fandila a skrytě si přála, aby pak od ní přišlo potvrzení, že je tahle

práce přesně taková, jak si ji člověk zvenčí představuje. Hltala jsem každé její vyprávění, jenže postupně mi docházelo, že i tohle jsem si, jako spoustu dalších věcí, stavěla na příliš vysoký piedestal, na jehož vrcholu to ve skutečnosti není tak žádoucí. Chápala jsem její zklamání, i tak ale pro mě bylo nejdříve těžké pochopit, že se právě tohle mělo stát tečkou za Adélinou módní kariérou. Přišlo mi, že takhle to přece nemůže skončit. Po nějaké době ale mělo přijít rozuzlení.

Bylo nutné tenhle dlouholetý intenzivní vztah rozhrěsit a myslím, že Adéla taky potřebovala najít odpověď na to, jestli a jaký měl smysl. Jestli to všechno opravdu nebylo jen „hloupé a povrchní“, jak jí v průběhu let část jejího okolí naznačovala. Když mi pak poprvé představila plán napsat tuhle knížku, ani na moment jsem nezapochybovala, že se svým nastavením tuhle myšlenku dotáhne do konce, a těšila jsem se z toho, že chce, abych s ní u toho byla jako jedna z prvních čtenářek. Nechtěla se soustředit jen na určitý výsek téhle problematiky, ale byla rozhodnutá ukázat, jaký má tenhle všudypřítomný jazyk, kterým dennodenně vysíláme signály svému okolí, ohromný vliv, a to nejen na naše těla, uvažování a planetu.

7

A začala pak pečlivě vybírat a přesvědčovat respondentky a respondenty (módní teoretičku, socioložku, právničku, designéra...), aby s ní diskutovali o různých tvářích (politické, toxické, snové...) tohoto obrovského fenoménu. Vybírala o něm v knihách pasáže, které celou tuhle mozaiku dokreslují, a především na následujících stránkách zachytila svou cestu módním byznysem ústící až k touze se z něj vymanit. Díky tomu teď držíte v ruce knihu, která vám nabídne množství argumentů pro to, že by bylo příliš jednoduché odsoudit módu a vše okolo ní jednoduše jako povrchní. A hlavně věřím, že vám dá podnět k tomu prozkoumat svůj vlastní vztah s ní, přiměje vás více se rozhlížet okolo sebe a zejména vám dá chuť dozvědět se více o všech jejích rozmanitých stránkách.

Klára Zajíčková
výzkumnice STEM

Jakub Gulyás pro Zuzanu Kubičkovou





Filip Kartous pro Jakuba Polanku

Alžběta Jungrová pro Jakuba Polanku





Filip Kartous pro Jakuba Polanku



Jiří Královec pro Martina Kohouta

Jiří Králavec pro Martina Kohouta



15

PROČ MÓDA

?

Jestli mě móda zajímala odjakživa? Rozhodně. Vyrostla jsem jako prototyp „správné“ holčičky. Měla jsem ráda pastelové barvy, Barbie i pozornost fotáku. Byla jsem sice divočejší a tvrdohlavější, ale nic, co by v očích veřejnosti nespravily punčošky a květinové šaty. Moc jsem nesnila a jakožto realista jsem poměrně brzy pochopila, že s (pod)průměrným pěveckým a pohybovým talentem ze mě hvězda nebude. Netoužila jsem tak vyhrát superstar ani profesionálně baletit – o tom, že budu jednou módní návrhářka, jsem ale byla naprosto přesvědčená. Milovala jsem malování a předmětem veškerých mých kreseb byly manekýny. *Vysoké, hubené a s dlouhými řasami*. Každá kolekce zadala na svůj skicák – měla téma, koncepci a později i reálnou podobu. *Kolekce: Jaro/léto 2005. Hudba: Bitter Sweet Symphony. Barva: růžová*. Stará prostěradla, barevné ručníky a potrhané moskytiéry pro mě vždycky byly potenciální outfity. A když jsem pak dostala svůj první foták, všechny moje kamarádky v nich musely povinně pózovat na poli za naším domem pro účely mých prvních, kreativních editorialů. Šít jsem se ale nikdy nenaučila a objektivně viděno jsem byla spíš šikovnější začka ZUŠky než adeptka na UMPRUM. *Kolekci: Fall/Winter 2012* to skončilo. Že moje módní značka nevznikne, jsem definitivně pochopila v momentě, kdy jsem místo umělecké školy mířila na všeobecné osmileté gymnázium.

**„Ať dá... ženě kapsy! Považte té nespravedlnosti!
Muž má kapsy v kabátě, v kalhotách, ve vestě!
Tolik krásných kapes! Tolik možností svobody!
Volnosti! Neodvislosti! Pohybu! Co mi pomůže
mé volební právo, nemohu-li si potom, když jsem
volila dle svého volného, svobodného,
rovného názoru (...), vstrčit ruce do kapes!“¹
(Milena Jesenská)**

16

Ačkoliv jsem byla premiantka třídy, důraz na estetické mě doprovázel dál. Byla jsem totiž považována za někoho, kdo se hezky obléká a komu na tom – až příliš – záleží. *A taky že jo*. Móda u nás doma vždycky hrála důležitou roli. Být dobře oblečená bylo součástí dalšího konformního balíčku. *Hezká, slušná a spořádaná holka*. Aspirace, kterou jsme plnily pomocí slušivých sukní a šatů. Doteď si pamatuji, jak spolužačky nosily vyšívané skinny jeans a tílka a já jim hrozně záviděla. S tímto tradičně maskulinním oděvem nohou (rozuměj s kalhotami) totiž měla (a stále má) ženská část naší rodiny problém. Kalhoty – speciálně jeany – totiž podle nich nejsou dostatečně *dívčí*, rozhodně se pak nehodí na důležitější události (těmi ale může být cokoliv od prvního dne v nové práci po páteční grilování na zahradě se sousedy). I proto u mě mají emancipační teorie módy (a taky pánské kalhoty) stále speciální místo.

„Móda se zakládá na potřebě individuálního odlišení a sociálního začlenění či rovnosti s druhými. Nabízí nám možnost přidržet se určitého vzoru, ale uspokojuje i touhu odlišit se. Celé dějiny módy jsou prodchnuty snahou více a více uspokojovat tyto protichůdné tendence.“²

„Nutno podotknout, že s přizpůsobením, splynutím s masou se ztrácí pocit studu.“³

Když se dívám zpět, nedokážu rozklíčovat, jestli jsem se s tímto označením jen sžila, nebo jsem módu jako součást své osobnosti doopravdy chtěla – jestli šlo skutečně o ten nejvýraznější znak, který přebíjel všechny ostatní. Sice jsem horlivě sledovala módní blogy a četla encyklopedie *nejvýznamnějších módních značek světa*, nad tím, co jsem si kupovala a nosila, jsem ale do hloubky nepřemýšlela. Na pozadí byla jiná, mnohem podlejší touha – vypadat dobře.

Nejvíce jsem milovala severské bloggerky (*2010s hello!*), kterým jsem se po vizuální stránce snažila co nejvíce přiblížit. Byly nordicky blondaté a drobné, a tak ta nápodoba byla u sto-pět-a-sedmdesáti centimetrů vysoké, tmavovlasé Východoevropany poměrně problematická. Fascinovaná tím nereálným fyziologickým ideálem jsem dokonce jednou přemluvila rodinu, ať společně podnikneme výlet do Norska. *Jo, fakt.* Fjordy byly nádherné a lásku k severskému životnímu stylu cítím doteď, nejvíce ve mně ale tenkrát rezonovala obří pobočka Bik Boku v Kristiansandu. Předražená sukně, kterou jsem si tam pořídila (navzdory protestům rodičů), byla z příšerného materiálu, na který se lepilo vše z okolního světa. A taky mi ani trochu neseděla. Nic z toho mi ale nevadilo, stala se totiž důkazem, že jsem tam byla a že jsem nakoupila ve stejných slevách jako moje oblíbené bloggerky, že jsem jim byla zas o trochu blíž... Mimochodem je to právě pokus o začlenění, který je podle základních teorií jedním z esenciálních principů módy.

Mohl to být stereotypní příběh o holce, která si v raném věku našla směr a svou pílí (smíchanou „se špetkou“ bílé, evropské privilegiovanosti) se jí podařilo dostat se tam, kam chtěla. Do světa plného blyštivých log, fyzické krásy a bezstarostnosti. V této svojí cestě jsem totiž pokračovala i na vysoké – dávno konfrontovaná s tím, že vlastní značku mít nebudu, jsem začala svou pozornost upínat k jejímu záku-lisí. V mé urputné hlavě se usadil výraz *marketing v módě*, plánovala jsem se mu věnovat a být v něm nejlepší – ať už to znamenalo cokoli. Když jsem později skutečně začala dělat marketing a PR pro nejrůznější značky, poprvé jsem pochopila, že móda není jen hezké oblečení. Že oděv – onen artefakt, který měl být na pomezí užitku a umění – je vlastně to poslední, čím se módní průmysl zabývá. Móda pro mě rychle dostala jiný význam – nově šlo o produkt, který se musel nafotit,

odprezentovat a prodat. *A to hodně rychle.* Tehdy jsem si skutečně myslela, že jsem se našla, že to všechno konečně dává smysl.

„Často se předpokládá, že co je krásné, je dobré, protože fyzicky atraktivní jedinci bývají v každodenních sociálních interakcích vnímání pozitivněji a je s nimi zacházeno lépe než s méně atraktivními.“⁴

Jak moc výnosný byznys móda je, jsem v abstraktních obrysech chápala už v té době. Na spoustu dalšího jsem ale měla teprve přijít – sladké nevědomí se brzy zpronevěřilo informacím, které nešly ignorovat. Že je módní průmysl problematický? Že je jedním z největších znečišťovatelů naší planety? Vždyť doteď to byla jenom povrchní, hezká záležitost. Fotka nového outfitu.¹ Letní a povánoční slevy. Tisková zpráva, kterou je třeba dostat do lifestyleových médií... Že je móda problém? Jak by jen mohla být? A proč s tím vším nikdo nic nedělá? Měla jsem spoustu otázek a žádné odpovědi. Můj dětský sen jsem ale v té době ještě neplánovala opustit. Chtěla jsem to dělat jinak, a tak jsem se zaměřila na udržitelné značky a později i ty high-endové. *Protože ty přece planetu neničí. Ty problémy nemají.*

Nakonec jsem si umínila, že si svoje pochyby nechám zcela rozptýlit samotným městem módy. *Jeho krásou, prestiží, energií.* O Paříži jsem pochopitelně snila už jako malá holka, která chtěla být návrhářkou. V jejích kulisách se odehrávalo vše – od filmů o životech femme fatales po biografické knihy o osudech těch nejvýznamnějších kreativních ředitelů. Sama jsem si od ní slibovala, že mi pomůže zodpovědět všechny ty otázky. Nic víc už totiž v módě není: Paříž je pomyslným vrcholkem módního světa, ale i reálným, fyzickým místem, kde se to vše skutečně odehrává. Je továrnou na sny, na jejichž výrobě participují všichni, co v módě něco znamenají. Úspěšně pak vytváří ideu prostoru, kde všudypřítomná krása umí působit jako silné anestetikum – dává zapomenout na chudobu, nespravedlnost i zmar... *Jenom blázen by se nepřidal, kdyby měl tu možnost...* A tak, zatímco moji spolužáci a spolužačky mířili na stáže do nejrůznějších mediálních domů, jsem se já se svými zkušenostmi z malé, středoevropské země – která nemá ve světě módy téměř žádnou váhu – vydala přímo do hlavního ústředí jedné z nejvlivnějších módních společností. Měla to být zkušenost, která mi změní život – *a fakt byla.* Ten rok mě ale vychýlil úplně jinam, než jsem doufala a čekala.

I Outfit – označuje soubor oblečení, který máme na sobě.

„Móda je od renesance jedním z nejvlivnějších fenoménů západní civilizace. Podmaňuje si stále více oblastí činnosti moderního člověka, stala se pro nás téměř ‚druhou přirozeností‘. Pochopení módy by tedy mělo přispět k pochopení nás samých a našeho chování. Přesto byla móda filozofy prakticky ignorována, možná proto, že se domnívali, že tento nej povrchnější ze všech jevů může být jen stěží důstojným předmětem studia tak hluboké disciplíny, jakou je filozofie.“⁵

Od té doby, co jsem se vrátila, se mě lidi ptají, proč jsem se rozhodla odejít. *Vždyť to muselo být tak krásný, vždyť sis žila svůj sen!* Luxusní oblečení opatřené těmi nejblyštivějšími logy. Modelky a influencers, které sleduje celý svět. Černý mercedes, který může zastavit i tam, kde se to nesmí. *Rédactrice en chef* de Vogue France v první řadě sedící daleko od šéfredaktorky Elle... Ptají se mě na to často a já mívám místo odpovědi chuť vykřičet ten vztek, kterým mě Paříž, móda i ztráta iluzí naplnily. Někdy použiji naučené věty o vyhoření, někdy se neudržím a se zvýšeným tepem odkrývám jednu křivdu za druhou. „Promiň, jsem toho ještě plná,“ dodávám obvykle vzápětí, protože mám pocit, že musím vypadat nepatříčně. Móda je přeci hezká, nemůže být předmětem nějaké hluboké kritiky. *Asi jsi jen přecitlivělá a ublížená.* Móda je hezká, tak kde by se v ní vzalo všechno to špatný? *Kognitivní disonance, radši to nech být, říkám si.* Protože *beautiful is good.* Nebo ne?

Nejvíce ze všeho jsem si připadala zrazená – tou, v kterou jsem velkou část svého života věřila a které jsem se plánovala odevzdávat dál. Věděla jsem, že v módě už pracovat nemůžu. Že si to před sebou neobhájím. Prvotní přirozená reakce tak bylo odmítnutí a vyhranění se. *Móda je hloupá a povrchní.* Svůj šatník jsem eliminovala na oversized svetry a pohodlné jeany. Tomu, jak vypadám, jsem odmítla věnovat jakoukoliv energii. *Móda je hloupá a já už s ní nikdy nebudu mít nic společného.* Přetrhala jsem kontakty s lidmi z módní branže, a kdykoliv jsme v konverzaci začali oscilovat kolem tématu módy, demonstrativně jsem je ukončovala. Ptali se dál – svět módy je totiž příliš nepřístupný na to, aby nás přestal zajímat. Spoustu jsem toho ale chtěla zjistit i já – abych si ospravedlnila ty roky v branži, abych pochopila fascinaci nereálným světem ideálů.

*„Jsme vestimentární kulturou, oděv je pro naši existenci samozřejmým povrchem a určující součástí tělesné bytosti,“*⁶ napsala jsem si do nového sešitu, kam jsem plánovala ukládat veškeré poznámky k tématu *móda*. Stránky se rychle plnily citáty, kterými jsem chtěla tuhle knihu takzvaně vyfytrovat, udělat ji chytrou. Tomuhle svému mechanismu jsem se trochu smála. Taky jsem se za něj čas od času – když mě někdo nachytil, jak úhledně zapisuji cizí myšlenky – styděla. Zároveň

jsem ho ale bez debat potřebovala, aby mi dodal jistotu, že o něčem, jako je móda, je možno přemýšlet. Abych mohla definitivně přesvědčit okolí, ale hlavně samu sebe, že nejsem hloupá. Sešit s citacemi jsem po několika týdnech čtení začala nosit všude. V knížkách jsem poctivě zaznačovala všechny zajímavé věty, myšlenky, celé kapitoly. Každá nová idea, kterou jsem přečetla a zapsala, zas a znovu úspěšně měnila moje názory a přesvědčení. Móda prostě nešla jednoduše popsat, neuměla jsem zachytit její podstatu. A tak jsem se začala ptát. Lidí z různých branží a prostředí – pro některé přitom móda představovala celý život, pro jiné byla na míle vzdálenou a těžko uchopitelnou branží. Nikdo z nich ale nemohl ze svého vyprávění tento fenomén zcela vytrhnout, a tak jsme ho společně ohledávali a nacházeli i tam, kde pro něj na první pohled nebylo místo.

**„Porozumění módě může vést k porozumění
sobě samým a našemu chování.“⁷**

Bála jsem se, že se ani skrze ně nedozvím, *jestli je móda dobrá, nebo špatná, hloupá, nebo chytrá, potřebná, nebo zbytná*. Že nedokážou vystavět celistvý a kompaktní popis... Tu jednotnou definici jsem skutečně nenašla – a dokonce ani odpovědi na ty nejzákladnější otázky. Objevila jsem ale nejrůznější barvy a odstíny, kterých móda nabývá. A nakonec si i potvrdila, že je možno o ní přemýšlet, polemizovat, psát – *dlouze a hluboce*. Že ty normativní odpovědi jsem nenašla možná proto, že prostě neexistují.

„MÓDA SE ZAKLÁDÁ NA
POTŘEBĚ INDIVIDUÁLNÍHO
ODLIŠENÍ A SOCIÁLNÍHO
ZAČLENĚNÍ ČI ROVNOSTI
S DRUHÝMI. NABÍZÍ NÁM
MOŽNOST PŘIDRŽET SE
URČITÉHO VZORU, ALE
USPOKOJUJE I TOUHU
ODLIŠIT SE.“

PROČ MÓDA??

JANA MÁCHALOVÁ

HISTORIČKA MÓDY, ESTETIČKA, PUBLICISTKA A SPISOVATELKA. O MÓDĚ V KONTEXTU DĚJIN UMĚNÍ A SPOLEČENSKÝCH VĚD PŘEDNÁŠELA NA UNIVERZITÁCH V ČESKÉ REPUBLICE I NA SLOVENSKU. PŘÍSPÍVÁ DO ODBORNÝCH I LIFESTYLOVÝCH MAGAZÍNŮ. JE AUTORKOU ŘADY PUBLIKACÍ O MÓDĚ A ESTETICE – NAPŘÍKLAD MÓDOU POSEDLÍ (2001) NEBO BUDIŽ MÓDA – PRŮVODCE DĚJINAMI MÓDY 20. A 21. STOLETÍ (2012). ZABÝVÁ SE TAKÉ ARCHITEKTUROU – POLITICKÝ A KULTURNÍ VÝZNAM ITALSKÝCH RENESANČNÍCH VIL ZPRACOVALA V NĚKOLIKA PUBLIKACÍCH. VYDÁVÁ TAKÉ BÁSNĚ A POVÍDKY.



Móda je v kontextu jejího dnešního vývoje a směřování vnímána jako cosi povrchního a zbytného – je především symbolem konzumerismu a post-moderního žití. Vy se ale tímto fenoménem zabýváte desítky let – z hlediska filozofie, historie, sociologie. Proč se módě snažíte porozumět?

Móda je pro mě svým způsobem postoj ke světu, protože vypovídá o tom, kým jsme, nebo kým bychom chtěli být. Je to kulturní metafora těla, neverbální forma komunikace. V uniformě zcela ztrácíme individualitu, splyneme s davem. Naopak, pokud se chceme z davu vyčlenit, prezentujeme se individuálním oblečením. Ráda se jako žena hezky obléknu, ale současně mě zajímá hlavně podstata módy, což znamená pochopit hlubší souvislosti. Když jsem chtěla nastudovat něco o punku, musela jsem se seznámit s filozofií Guye Deborda, což byl francouzský provokativní situacionista, jehož myšlenky pak převzal Malcolm McLaren. Všechno v módě má své důvody a při hlubším pohledu lze najít spojitosti s kulturní situací doby – a nejen s tou kulturní. Móda nevzniká ve vzduchoprázdnu, reaguje na okolní svět, který zároveň velmi vizuálně reflektuje. Souvisí dokonce i s politickou svobodou či nesvobodou, což jsme mohli v naší zemi na přístupu k oděvu bohužel sledovat desítky let. Rozhodně tedy není povrchní – spíš bývá povrchně často představována... Čím více o módě zjišťujeme, tím méně „zbytná“ pro nás může být.

24

A z jakého důvodu jste se jí začala zabývat – v době, kdy byla estetika považována za „západní prohřešek“?

Musím to vzít přes svůj život, protože to byla samozřejmě shoda mnoha proměnných, které mě k módě jako oboru dostaly. Na rozdíl od mnohých, kteří mají buď umělecké, nebo naopak jen technické vzdělání, jsem vystudovala Vysokou školu strojní a textilní v Liberci. A to i přesto, že mne to vždy táhlo k uměleckému světu. Byla to doba 70. let, takže technické obory nebyly tak politicky postižené a matematika mně nevadila. Později jsem pracovala ve výzkumném ústavu textilním, navrhovala jsem nové typy pletotkanin a naskytla se mi tehdy možnost studovat v Praze postgraduálně estetiku se zaměřením na výtvarné umění. To jsem již měla stáž

v tehdejší Ústavu bytové a oděvní kultury, kde jsem byla později i zaměstnána. Byla tam úžasná knihovna, kterou jsem využívala ke studiu historie módy. Tehdy, v pozdních 80. letech, již začalo být v centru pozornosti retro, svět se začínal globalizovat a k pochopení módy bylo nezbytné nastudovat historii 20. století, kterou u nás nikdo nezpracoval. Mně to přišlo zajímavé, a tak jsem se skrze četbu propojovala se světem – čerpala jsem ze zahraničních zdrojů, sledovala jsem světovou módu a módní trendy 20. století. Hned po otevření hranic jsem měla možnost díky práci navštěvovat důležité zahraniční veletrhy, a co je podstatné, i umělecké výstavy, které módu do značné míry ovlivňují. Do trendů tehdy začaly silně pronikat inspirace pouličními styly, subkulturami spojenými s populární hudbou. Bylo zajímavé, jak ti, co u nás tehdy o módě psali, na světové dění reagovali. Například prohlásili, že naši návrháři se subkulturami nepracují, a tak je zbytečné je znát. Nezáměr o trendy a pouhé velebení vlastní fantazie a kreativity, která k tvorbě údajně stačí, mi připadalo naivní, a proto jsem se začala o módu intenzivně zajímat z různých hledisek. Sepsala jsem dějiny módy 20. století včetně subkultur spojených s muzikou, ale tak, aby se kniha dala učít. Neměla být jen pro odborníky, nechtěla jsem publikovat moudra překombinovaná a násilně navlečená do filozofie, aby to všechno působilo vědecky. Vždyť móda by měla být hrou, radostí, ne břemenem, kterým se nyní zase stává z důvodů ekologie. Snažila jsem se představit důležité osobnosti, které módu vytvářely, jejich tvorbu, ale též dobu, ve které móda vznikala. A najednou to byl široký rámec, který jsem pokrývala. Takže tak to vzniklo. Ale myslím, že je důležité nezůstat v historii – u módy to skutečně není možné. Přednášela jsem za svůj život na několika vysokých školách, v současnosti učím na Katedře marketingové komunikace a public relations na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. Předmět se jmenuje „Móda jako prostředek neverbální komunikace“ – snažím se tam studentům představit módu opravdu komplexně. Organizuji také dvakrát ročně semináře o módních trendech pro odborníky, takže musím módu stále sledovat. Neužívla jsem jen v minulosti, to by byl problém.

Proč podle vás máme ve společnosti tak silně zakořeněno, že je móda hloupá – případně povrchní a nedůležitá?

Myslím, že je to česká záležitost, která souvisí s naší historií. Tady se za komunismu módou pohrdalo jako „buržoazním přežitkem“, jako to ostatně činí všechny levicové režimy. Když někdo chodil společensky dokonale oblečený po roce 1948, tak vzbuzoval podezření, že je proti režimu. Přerušení tradice první republiky napáchalo velké škody. Po roce 1989 se nedostal do zahraničí každý, ne všichni viděli, jak se s oděvem zachází jinde. I když sama musím konstatovat, že v zemích, které byly synonymem vkusu, se to taky mění. Třeba v Itálii ještě v 90. letech v sobotu večer a v neděli vyrazili ve městech lidé na korzo, všichni se vystrojili, aby se předvedli. To už tam neexistuje. Abych se dostala zpátky k nám – těch třicet let u nás prostě nestačilo k tomu, abychom se vzpamatovali z toho, co se tu dělo po čtyřicet let předtím. Když jsem chtěla v 90. letech vydat knížku o dějinách módy, tak se na mě ve všech redakcích dívali, jak můžu být takhle povrchní a vůbec je obtěžovat nějakým oblečením. A potom na počátku tisíciletí se zase ve všech obchodních centrech konaly módní přehlídky mnohdy nevalné kvality a móda se začala přeceňovat, ty výkyvy byly podle mě naprosto nevyvážené. S tím samozřejmě úzce souvisí i náš český vztah k módě. Nemáme kontinuální tradici. Myslím ale, že se situace v posledních letech podstatně zlepšila, poněvadž se ke slovu dostává generace Z, která má sice tenké peněženky, ale daleko lepší vkus.

26

A mění se v poslední době nějak zásadně náš vztah k módě? A nemyslím jen u české společnosti...

Dnes je móda velmi rozmanitá, neexistuje zde striktní módní diktát, jako tomu bývalo, a móda je též dostupná široké veřejnosti, všichni se k ní mohou veřejně vyjadřovat a obdivovat ji, propagovat i zatracovat. Jednoduše – dnes máme v módě ještě větší volnost. Časy se velmi změnily. Maupassantův Miláček si musel pořídit alespoň obnošený frak, jinak by nedostal práci, dnes již šaty nemusí být vstupenkou do společnosti. Móda nenes tak důležitou socioekonomickou informaci. Jinak někdy vidíme pohrdání oblečením nebo povrchnost, třeba když

lidé na dovolené vstupují do restaurace v plavkách, bez trička a podobně. Jiní se o módu nezajímají, jsou zaujati jinými fenomény, to bylo vždy a je to přirozené, další se naopak o módě vyjadřují jako o něčem naprosto banálním, hloupém a povrchním, a přesto si dobře hlídají, aby si na sebe nevzali něco, co opravdu už „vyšlo z módy“. Ještě bych připomněla, že Karl Lagerfeld tvrdil, že kdo nosí tepláky, rezignoval na život. To už dnes ale rozhodně neplatí – záleží totiž na tom, jaké ty tepláky jsou a kam s nimi jdete. Sportovní móda proniká do společenské sféry již dost dlouho, tím podstatným je dnes pohodlí, funkčnost a dostatek pohybu. Zkrátka už opravdu není výjimkou, že třeba avantgardní společenské kalhoty k saku mají v pase gumu jako tepláky...

A je podle vás něčím specifický vztah k módě mladých lidí – třeba těch z generace Z?

Příslušníci této generace, tedy lidé narození zhruba po roce 1995, se narodili už do doby internetu a mají úplně nové životní zkušenosti. Jsou velmi protikladní. Vidím to například v tom, že na jednu stranu jsou velmi citliví, bojí se klimatických změn, na druhou stranu jsou ale největšími konzumenty takzvané fast fashion. Mladí se utápějí v tom, že jsou postižení covidem, osamocení. Zároveň jsou velice sebestřední. Jejich já se vyjadřuje tím, že se hýčkají. Dovolují si kupovat i drahé věci. Kupují rychle na internetu, což znamená, že neuvažují. Na rozdíl od předchozí generace tolik nešetří, protože si říkají, že na bydlení si stejně nenastřádají. Generace Z žije ve stylu „teď se otevřely dveře a přišla jsem Já“. Podléhají ale také tlaku influencerů. Ti je nabádají k tomu, co kupovat. To je samozřejmě velké téma, protože třeba v roce 2022 přispěli influenceri mimo jiné k tomu, že se prodalo zboží za 3,6 miliardy dolarů... Abych se vrátila k mladým lidem z generace Z, tak ti tedy na jednu stranu touží po autenticitě a na stranu druhou jsou ponořeni do náhražkového digitálního světa. Zároveň jsou hodně citliví a zajímají se o pozadí značek – je pro ně zásadní jejich společenský dopad. Třeba skandál značky Balenciaga^{II}, která sexualizovala děti v kampani, se generace Z hodně dotkl...

II Španělská značka přišla s fotografiemi dětí, které držely plyšové medvídky navlečené v BDSM postrojích.

Český Vogue před několika lety otevřel otázku, zda je móda umění. Tenkrát jsem tuto myšlenku registrovala poprvé a říkala jsem si: „Jasně, že je!“ Potom jsem ale prošla několika módními firmami, viděla jsem realitu a dnes už bych řekla, že je hlavně byznys, ze kterého se právě ta umělecká složka ztrácí. Jak to vidíte vy?

Podle mě ta otázka nestojí, zda móda je umění, nebo byznys, dívám se na to jinak. Móda je totiž samozřejmě a nutně obojím. I to nejjednodušší oblečení totiž musel někdo navrhnout a má-li se tím uživit, musí mít jeho práce také aspekt byznysu. Není na tom nic špatného ani problematického. Móda je užité umění, z velké míry je podřízené funkci. Může být ale i dosti dysfunkční, aby byla „krásná“, a pak se s odstupem času může zdát směšná. Já vždy říkám, že funkce je duší šatů, jejich vnitřním řádem, estetika zase obalem. Odeř bude mít vždy obě, samozřejmě v různém poměru.

Ráda bych se dostala k individualizační rovině módy. Americký psycholog William James v 19. století napsal: „Nositel je schopen pociťovat odeř jako součást vlastního těla, jakoby došlo k rozšíření tkaniny těla. Držení a postoj člověka přímo souvisí s pocitem, který získáváme nošením našeho odeřu.“ Je podle vás móda zásadní pro nalezení a konstrukci našeho já?

Oblečení, které nosíme, vypovídá mnoho o nás a naší osobnosti – v uniformitě ztrácíme individualitu, osobitým odeřem se naopak vyjadřujeme směrem ven. Odeř je ten nejintimnější životní prostor, který obýváme – máme ho nejbliže u našeho těla. V dnešní změti jazyků a kultur velkoměst tak ještě stále vypovídá mnohé o tom, kdo jsme nebo kým bychom chtěli být. A vždy bude, je totiž nezastupitelnou neverbální komunikací. Napříč historií bychom pak mohli mluvit hodiny o různých subkulturách, které skrze svůj odeř vyjadřovaly sebe samé. Můžeme si připomenout třeba hnutí hippies v 60. a 70. letech v USA, které pro svět objevilo etnickou módu. Nosili indiánské čelenky, kožené amulety, vesty s třásněmi, modrý denim, chodili bosí a s rozpuštěnými vlasy. To vše samozřejmě souviselo s jejich světonázorem – opovrhovali konzumerismem a materialismem, nosili tedy oblečení v přímém kontrastu s komerční módou a masovou výrobou. Hlásali návrat k přírodě a jednoduchosti – proto amulety, čelenky, volné oblečení.

Samozřejmostí pro ně byla kulturní otevřenost, přijímáním etnické módy tedy komunikovali zájem o různé kultury a také respekt k nim. V době, kdy svět ještě nebyl globalizován, byla jednotlivá centra módy specificky odlišená – dnes se pojetí módy mění. Vytváření individuálního stylu je podstatnější než následování módy. Zároveň dnes móda přijímá úplně všechno a vyjadřovat svůj názor pomocí oblečení je čím dál tím těžší. Člověk musí vynaložit velkou energii, aby na sebe upozornil.

Jak už jste zmínila, oděv je považován za důležitý prostředek non-verbální komunikace. Je vůbec možné v naší části světa a v této historické epoše zůstat mimo sféru módy? Není i její negace nějakou formou komunikace?

O tom, že šaty mají výpovědní hodnotu, není pochyb. Například ve Velké Británii provedli v 60. letech experiment. Dovolili ženám ve věznici, aby se oblékaly podle svého vkusu, a dokonce aby se i líčily – pro dozorce tak byly čitelnější. Jenže ono to není tak přímočaré. Oblečením totiž můžeme i klamat, lepit na sebe falešnou identitu. Jean Paul Gaultier prohlásil, že když se někdo obléká jako coura, nemusí courou být. Šaty mohou také symbolizovat podvratnou činnost, vést k rebelii. Připomeňme tartan. Je to vzor, kterým Skotové demonstrovali svou národní hrdost. Angličané se ho tak obávali, že jej na desítky let ve Skotsku zakázali nosit. Dnes je to velice módní záležitost. Jak už bylo řečeno, provokovat svým oblečením se snažili i příslušníci subkultur. Jejich oblečení vypovídalo o hodnotách, které tito mladí lidé vyznávali, o sociálním, politickém ekologickém přístupu ke světu a v neposlední řadě tedy i o kultuře, speciálně o hudbě, kterou poslouchali. Dávali současně najevo, jak pohrdají oficiální kulturou. V té době panoval módní diktát a nepřizpůsobit se mu znamenalo vyřadit se ze společnosti. V době globalizace dochází k mixování stylů a na původnosti již přestává záležet. Situace je tedy dnes zcela jiná – dredy již nemusí znamenat, že dotyčný poslouchá reggae. Punkerské harampádí, zavírací špendlíky, potrhané svršky a provokativní nápisy na oděvu zase nevypovídají nic o nositelově nihilistickém přístupu ke světu. Myšlenek jiných se zmocnili návrháři a z opovrhovaného vytvořili oficiální módu, která nabyla jinou výpovědní hodnotu.

Chtěla bych se ještě vrátit k ohledávání toho, jak může móda ovlivňovat vztah k nám samým. Tělo totiž neodmyslitelně patří k člověku a jeho identitě, oděv ho zase celý život objímá a bez něho se neobejde. Jaký je tedy podle vás vztah těla a módy?

V 90. letech byl jeden velmi silný trend – takzvaný grunge look. Původně vznikl opět na pozadí hudební scény – konkrétně se inspiroval módou grunge, nedbalý vzhled „chudáček vytažený z popelnice“ a muzikou grunge, což byl neo-punk, jehož ikonami byly kapely Nirvana nebo Pearl Jam. (Pro kontext je dobré uvést, že se opět jednalo o nějakou formu kontrakultury, kdy vyznavači grunge stylu revoltovali proti elegantní, velmi uhlazené módě 80. let.) Na módní scénu pak vynesl modelky, které vypadaly jako polámané panenky, měly mastné vlasy a po mole se ploužily jako zdrogované. Nejen globalizace, ale i tato subkultura měla mimořádný vliv na propagaci tetování a piercingu, toto zdobení těla bylo původně považováno za rebelské. Z mola se ale skrze modelky a celebrity dostalo do hlediště a potom dále k široké společnosti. Samozřejmě to nesouviselo jen s obdivem k jiným civilizacím – roli hrála technická vymoženost v podobě laseru, který uměl tetování snadněji odstranit. Tetování se tak postupně propasírovalo až k dnešní posedlosti. Souvisí to samozřejmě i s našim vztahem k tělu, které v průběhu času přestalo být výsostně soukromé, jak tomu bylo v historii. Dnes je tělo billboardem, deníčkem, slouží k prezentaci našich myšlenek. A šaty se tomu přizpůsobují. To jsou ty paradoxní výstřihy, průstřihy a odhalené partie těla v módě pro zimní období, tetování musí být vidět...

30

A ovlivňují tedy módní trendy nějak vzhled těla? Pomáhá móda tvořit či udržovat ideály a normy krásy?

Lze říci, že na počátku 20. století stály šaty ve skříní samy, tělo jednoduše příliš nepotřebovaly, jen velmi málo se mu přizpůsobovaly. Během 20. století už šaty reagují více na tělo a jeho potřeby. Signifikantní přerod nastal během první světové války – ženy musely nahradit muže na pracovním trhu, jejich oděv se začal měnit, což ironicky nastalo až po válce. Vyžadovala se praktičnost a pohodlnost. V té době se spolu s oděvem začala rozvíjet i ženská emancipace. A jestli byla dřív emancipace

žen, nebo šatů? Řekněme, že oba jevy se doplňovaly a ovlivňovaly. Jasně ale je, že esovitá silueta dámského oděvu tehdy zkolabovala do volné, pohyblivé formy. Vliv na zjednodušení oděvu měl nejen sport, ale i umění – například futurismus, kubismus. Zjednodušeně můžeme říci, že tyto umělecké směry kladly důraz na jednoduché geometrické tvary, dynamiku nebo na pohyb, což se promítlo i v módě. Typická pro toto období je též snaha odstranit bariéry mezi umělcem a řemeslníkem – šaty se tehdy staly jakýmsi „světským“ rozředěním uměleckých myšlenek. Když se posuneme v historii dále, mimořádně zajímavé je období 60. let. Byl to čas velkých společenských a kulturních změn, které měly přirozeně i hluboký dopad na módu, tehdy se skutečně měnil ideál krásy. Zásadní události byly třeba let člověka na Měsíc, boom popové muziky a pop-artu nebo třeba zrušení zákona, který trestal homosexualitu v Británii. Především pak musíme zmínit vynález antikoncepční pilulky, který odstartoval sexuální revoluci. Ženy získaly větší kontrolu nad svým tělem i nad reprodukcí, což přirozeně vedlo k větší sexuální svobodě a uvolněnosti. V módě se to odrazilo v oslavě přirozeného ženského těla. Začaly se nosit minisukně a punčocháče – vzhled ženy se totálně proměnil. V 80. letech se zase móda vymanila ze stereotypu oblékat se podle pohlaví. Trend neomezených možností tehdy nastolila společenská elita zvaná yuppies. Jednalo se o mladé, úspěšné lidi, kteří byli zaměřeni na kariérní růst, byli takovým symbolem ekonomického boomu a konzumerismu 80. let. Přinesli módu vycpávek, ale i imaginárního korzetu – tím myslím posedlost zdravým životním stylem a bezchybným fyzickým vzhledem. Tato touha po dokonale tvarovaném těle se stala imaginárním korzetem. Takto bychom samozřejmě mohli pokračovat dále, jisté je, že móda bezpochyby reaguje, a to nejen na širší společenské změny, i v současnosti.

Pokud si po tomto historickém diskurzu někdo stále myslí, že je móda hloupá a zbytná, co byste mu řekla?

Móda může být i hloupá, ale zbytná určitě není. Dotýká se nás všech, ať si to připouštíme, nebo ne. Mohli byste jí její poklesky odpustit? Vždyť se dokáže ujmout i osiřelé krásy, kterou současné umění často opouští. A krásu přece potřebujeme.

PROČ MÓDA??

PAVLÍNA LOUŽENSKÁ

**MENTORKA, KONZULTANTKA A TRANSPOT-
TERKA. JAKO MARKETINGOVÁ ŘEDITELKA
PŮSOBILA ŘADU LET NAPŘÍKLAD V ONLINE
MARKETINGOVÉ AGENTUŘE H1.CZ NEBO NA
MÓDNÍM E-SHOPU ZOOT. SPOLUZALOŽILA
VZDĚLÁVACÍ PLATFORMU #HOLKYZMAR-
KETINGU, KTERÁ SDRUŽUJE A VZDĚLÁVÁ
ŽENY V TÉTO PROFESNÍ OBLASTI. JAKO
MENTORKA PŮSOBILA V PROGRAMECH
GOOGLE FOR STARTUPS, WOMEN TECH-
MAKERS NEBO WORLD FOOD PROGRAMME.
MÓDĚ, A HLAVNĚ TRENDŮM, SE VĚNUJE
VE SVÉM NEWSLETTERU.**



Pavlíno, z jaké pozice se na módu momentálně díváš?

Pro mě je teď nejvíc fascinující ze sociologického pohledu, protože mě zajímá každý způsob, kterým vyjadřuješ sama sebe. Je mi jedno, jestli je to skrze make-up, nebo slova. Říkáš to i tím, kde bydlíš nebo co máš za psa... Móda je toho všeho součástí, je to ta naprosto nejvíc jasná a viditelná volba. Signalizuješ jí svůj světonázor. Vyjadřování skrze módu má celou škálu barev – od toho, že je mi to úplně jedno a nosím, co mi dá máma, až po to, že si šestkrát denně vyměním outfit. Na téhle stupnici jsou i různé osobnosti, mezi kterými přepínáš – třeba když jdeš vyvenčit psa a jsi holka z Letné nebo když jdeš na schůzku a potřebuješ být hrozně tvrdá a vyjednávat. Takže já se ptám – co máš v těch situacích na sobě? A co si myslíš, že to o tobě říká? Celý tenhle systém mě fascinuje a baví mě sledovat, jak skrze módu tvoříme repertoár všech person.

Takže módu vnímáš jako užitečný prostředek neverbální komunikace?

34

Vlastně ano. Fascinuje mě, že se tím můžeš přihlašovat do nejrůznějších komunit. Třeba když si vezmeš dres Sparty... Můžeš tím říkat mnoho o sobě a zároveň vysílat signál sobě dovnitř. Sama mám pocit, že skrze módu vedla cesta k mému vlastnímu uvědomění a budování si toho, jak se cítím a kým sem...

A byla to uvědomělá cesta?

V něčem ano, protože jsem vyrůstala v hrozně chudé rodině, takže jsem nemohla přijít do obchodu a koupit si cokoli. Už od malička jsem zvažovala, co si chci a musím obléct, abych zapadla do party. Myslím si, že mě to donutilo vědomě přemýšlet o tom, jaký signál chci vysílat světu o tom, kým jsem.

Říká se, že je dnes móda demokratická – tedy víceméně dostupná všem společenským vrstvám. I dnes je ale oděv nositelem určitého statusu... Vzniká tedy v módě nějaká nová forma stratifikace?

Začnu zešíroka. Mě hrozně fascinují židle – a mám pocit, že je to podobný příběh. V Bibli nenajdeš jedinou zmínku

Vážení čtenáři, právě jste dočetli ukázkou z knihy ***On Fashion***.

Pokud se Vám ukázka líbila, na našem webu si můžete zakoupit celou knihu.