

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Diplomová práce

**Otázky odívání ve společnosti pokročilého systému
módy**

Bc. Ján Masaryk

Plzeň 2021

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra filozofie

Studijní program Humanitní studia

Studijní obor Evropská kulturní studia

Diplomová práce

**Otázky odívání ve společnosti pokročilého systému
módy**

Bc. Ján Masaryk

Vedoucí práce:

Doc. PhDr. Helena Jarošová, Ph.D.

Katedra estetiky

Filozofická fakulta Univerzity Karlovy

Plzeň 2021

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literatury.

Plzeň, srpen 2021

.....

Obsah

1 ÚVOD	6
2 ODĚVY A MÓDA JAKO PŘEDMĚT STUDIA.....	7
2.1 Původ a význam slov ve spojitosti s oděvem a módou	8
2.2 Tělo a oděv	11
2.3 Teoretické přístupy ke zkoumání módy a oděvů.....	13
2.3.1 Fenomén hierarchizované společnosti	15
2.3.2 Klasické teorie módy Thorsteina Veblena a Georga Simmela....	18
2.3.3 Kritika klasických teorií a Gilles Lipovetsky	19
2.3.4 John Carl Flügel a důvody, proč se oblékáme	22
2.4 Sémantika a sémiologie oděvu a módy.....	24
2.4.1 Ferdinand de Saussure a Roland Barthes	24
2.5 Módní studia jako etablovaná vědní disciplína	27
2.5.1 Fashion-ology	28
2.5.2 Interdisciplinární přístupy v rámci modologie	30
3 SHRUTÍ	31
4 OTÁZKY ODÍVÁNÍ VE SPOLEČNOSTI POKROČILÉHO SYSTÉMU MÓDY	33
4.1 Bavlna a její modifikace.....	34
4.1.1 Otázka geneticky modifikované bavlny.....	35
4.1.1.1 Pro a proti Bt bavlny	36
4.1.2 Otázka organické bavlny.....	38
4.1.2.1 Organická bavlna výhody a nevýhody	40
4.1.1 Recyklovaná bavlna	41
4.2 Modré džíny	42

4.2.1.1	Denim a Jean	43
4.2.1.2	Levi's a ti druzi	44
4.2.1.3	Současné perspektivy oděvů z denimu	49
4.2.1.4	Užší a užší.....	52
4.3	Udržitelnost a souvislosti.....	54
4.3.1	Co vlastně znamená být udržitelný?	56
4.3.2	Certifikace.....	58
4.3.3	Transparence	60
4.3.4	Je udržitelná móda opravdu udržitelná?.....	63
5	ZÁVĚR	65
6	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ.....	67
7	INTERNETOVÉ ZDROJE	69
8	RESUMÉ	70

1 ÚVOD

Studium módy je v posledních dvou desetiletích postupně chápáno jako samostatná pluralitní vědní disciplína, často také nazývaná módní studia (fashion studies). V této úvodní teoretické reflexi oděvní tvorby budeme sledovat vývoj této vědní disciplíny, její institucionalizaci a zároveň se budeme snažit o vymezení pole působnosti, které, jak zjistíme, je interdisciplinární. Modologie využívá a kombinuje znalosti, přístupy a prostředky sociologie, historie umění, historiografie, psychologie, sociální i kulturní antropologie či sémiotiky. Současně však nutně reflektuje otázky ekonomické, které pramení z podstaty jejího hlavního předmětu zájmu, kterým je oděv jako komodita. Jaký je rozdíl mezi oděvem a kostýmem? Co je to styl a co vlastně móda? Je to kód, zpráva, projev marnivosti, forma protokolu či pouze společenský fenomén? To jsou jen některé z otázek, na které se módní studia snaží najít odpovědi a našim cílem bude snaha na tyto otázky odpovědět. Rozsah práce nám však neumožňuje podchytit a rozvinout veškeré aspekty, které vyvstávají s tématem módy a odívání. Budeme se proto snažit ukázat stěžejní myšlenkové proudy, které jednak vedly k ustanovení vědní disciplíny, která stojí na pevných základech a byla plně etablována v akademických kruzích, ale i to, abychom vytvořili pozadí pro další výklad, ke kterému je tato studie navázána a bez nějž by výklad nebyl možný. Tato studie by měla čtenáři poskytnout nezbytné informace, aby získal základní přehled, jakými směry se ubíraly teoretické úvahy o módě a oděvech a i to, jakým způsobem byly a jsou dále rozvíjeny.

První část této studie se zabývá terminologií se zřetelem k etymologickému výkladu pojmů, s nimiž se v rámci zvoleného tématu nutně musíme vyrovnat a budeme setkávat. Ústřední pojednání, které bezprostředně navazuje, je věnováno dvěma stěžejním přístupům, které je možné postihnout v rámci dnes již klasických teorií módy. Jedná se o fenomén hierarchizované společnosti a sémiotický charakter oděvů. Oba tyto přístupy měly zásadní vliv na další vývoj, který vedl ke konstituci modologie či módních studií a některé myšlenky jsou i v současné době předmětem odborné diskuse, jsou dále rozvíjeny i kritizovány. Závěr první části je reflexí a shrnutím přístupů, které lze v rámci módních studií rozeznat, s určitým zřetelem k práci americké socioložky Yuniaye Kawamurové, která jako jedna z prvních představila ucelený koncept a metodologii, jakou lze uplatnit a vysvětlila procesy, jež se zdají být nahodilé a prchavé jako móda sama.

Druhá část diplomové práce, jejíž titul je shodný s jejím názvem: *Otázky odívání ve společnosti pokročilého systému módy* se věnuje současným otázkám, které jsou spojeny s oděvní výrobou. Ta představuje radikální zlom v přístupu k oděvu a módě zvláště. Již zde není vyhrazeno místo pro marketing módních sfér, který přivedl módní produkci ke stavu, který není přijatelný z hlediska etického a má velký dopad na společnost samotnou i životní prostředí. Dochází ke kritice módy, která zde zatím nebyla. Společenské i enviromentální dopady, které vyvstávají však ukazují na oprávněnost této kritiky a diskuze nad těmito tématy je nutná i žádaná. Přístup k módě a odívání se radikálně mění. Do popředí zájmu pozornosti se dostávají termíny spojené s udržitelností výroby a odpovědností výrobců a také i spotřebitelů. Tyto i další otázky budou diskutovány na příkladu bavlny, která patří mezi nejpoužívanější materiály v odívání, ale i v průmyslových aplikacích. Objevuje se v různých modifikacích jako je bavlna organická či geneticky modifikovaná. I této problematice se budeme věnovat. Na výkladu historie oděvů z denimu, který je rovněž navázán na bavlnářský průmysl, budeme sledovat proměnu oděvu od jeho vzniku až do současnosti. Zaměříme se přitom na roli, kterou hrál ve společnosti a některé technologické aspekty spojené s jeho výrobou a vývojem, přičemž budeme diskutovat i současné trendy, které souvisí se zásadní změnou ve vnímání oděvní produkce. Zejména se budeme věnovat samotné kategorii udržitelnosti, přístupu k ní, a to jak ze strany výrobců, tak i z naší strany jakožto spotřebitelů.

2 ODĚVY A MÓDA JAKO PŘEDMĚT STUDIA

Tato studie se zaměřuje na módu a oděv, respektive s odkazem na název práce se budeme zabývat určitými otázkami spojenými s odíváním. Náš pohled na tyto oblasti, které neodlučitelně patří k lidskému životu, se bude snažit být racionální a kritický, ačkoliv se v některých kapitolách budeme dotýkat témat, která přímo souvisí se současným profesním zaměřením autora – tvůrce oděvů. Osobní rovinu však uplatníme pouze tak, aby nenarušovala parametry odborného vědeckého textu a naopak jej obohatila o praktickou zkušenost.¹ Aby bylo možné přistoupit k výkladu zvoleného tématu, je nutné podat terminologický výklad pojmů, které jsou s problematikou módy a odívání spojeny.

2.1 Původ a význam slov ve spojitosti s oděvem a módou

Co přesně znamená slovo móda? Ptá se Kawamurová a hned vzápětí dodává, že je velmi obtížné podat nějakou konkrétní definici, neboť slovo jako takové prošlo svým vývojem a v historii se objevují různé konotace.² Původ můžeme hledat v latinském výrazu *modus* (*způsob a míra*), který se v evropském prostředí vyskytuje od středověku. Jarošová upozorňuje, že význam slova nebyl zaměřen výhradně na oděv, ale zahrnoval v sobě široké spektrum možností použití. Jako příklady uvádí životní úkony týkající se společenských mravů, jídla, zbraní i oděvů, oděvních doplňků a jiných ozdob těla. Až od 17. století můžeme zaznamenat převahu významu ve spojitosti s oděvní kulturou – módou oděvní.³ V této souvislosti Asperts s Godartem poznamenávají, že latinský výraz *modus* je silně navázán na výrazy modernost, moderní a současný, které zase odkazují k počátkům kapitalismu, jenž je historicky spojen opět s moderností, touhou po něčem novém.⁴ Do této skupiny můžeme zařadit výrazy: *mode* (francouzština, němčina) i *moda* (španělština a italština). Oproti tomu musíme původ anglického výrazu *fashion* hledat v latinském slově *facio* (*focere*) či *factio*, jejichž význam je vytvářet nebo dělat věci. Zajímavý je rovněž další vývoj, který ve staré francouzštině vedl k proměně slova do výrazů: *fazon*, *facon*, *façon* a *façonner*, ze kterého byl následně odvozen výraz *fashion*. Ten již obsahoval nejen význam vytvářet, ale také tvarovat a kolem roku 1489 v anglickém prostředí dostává význam momentální spotřeby právě v souvislosti s oděvem a životním stylem, a to zejména u vyšších vrstev obyvatel.⁵ Oxfordský slovník v souvislosti s heslem *fashion* poznamenává, že se jedná o současný a zároveň populární zvyk, styl či způsob používaný zejména u oděvů či specifický způsob tvoření v souvislosti s oděvem.⁶ Z francouzského výrazu *façon* však také pochází český a slovenský výraz fazóna, který označuje náležitý tvar a formu zvláště v souvislosti s oděvem. Specificky pak tímto výrazem označujeme krejčovské řešení límce a klop u pánského obleku či slangově

¹ Osobní rovinu je možné sledovat např. u americké socioložky Ashley Mearsové, která osobní zkušenosti modelky uplatnila ve studii: MEARS, Ashley. *Pricing Beauty: The Making of a Fashion Model*.

² KAWAMURA, Yuniaya, *Fashion-ology*, s. 4.

³ JAROŠOVÁ, Helena. *Oděv, móda, tvorba*, s. 141.

⁴ ASPERS, Patrik, GODART, Frédéric. *Sociology of fashion: Order and Change*, s. 173.

⁵ KAWAMURA, Yuniaya, *Fashion-ology*, s. 4.

⁶ *Illustrated Oxford dictionary*, s. 287.

zástřih vlasů kolem uší a na krku.⁷ Český výraz *móda* má původ ve francouzském *mode* a spisovná čeština jej vykládá jako úpravu oděvu, účesu či celého života, která je v jisté době obvyklá, běžná či oblíbená.⁸

Kawamurová upozorňuje, že právě u termínů móda (fashion) a oblečení (clothing), oděvy či šat obecně, bývá tendence je používat jako synonyma, ačkoliv výraz móda pokrývá a pokrýval různé významy, jak již bylo vysvětleno. Tyto výrazy se často zaměňují právě z toho důvodu, že oděv bývá primárně spojován s módou, ačkoliv k tomuto propojení dochází z historického hlediska později a jedná se o dvě odlišné kategorie, jak si ukážeme později. Anglický výraz pro oblečení *clothing* lze použít pro výrazy oděv a šaty obecně. Dle oxfordského slovníku jde o kolektivní výraz pro oděvy.⁹ Původ lze dohledat u slova *cloth*, který znamenal kus vlněné tkaniny vhodný k nošení a v roce 1823 byl tento výraz typický pro šat neboli oděv určité profese.¹⁰ Český výraz šat/šaty je synonymem pro slova oděv/oděvy a současně odkazuje na specifický oděv pro ženy. Význam slova je ve smyslu celého oděvu nebo jen kusu šatu, má germánský původ, odkud bylo přejato od slova *chēt*, přičemž lze dohledat propojení i na antický plášť chitón.^{11,12} Anglickým ekvivalentem pro šaty je výraz *dress*, který má původ ve francouzském slově *dresser* (upravit, přistrojit), jenž byl všeobecně chápán jako základní ženský svrchní oděv či jako viditelná část oděvu.¹³ Poznamenejme však, že výraz *dress* ve své dnešní podobě zahrnuje jak významy pro oděv, oblečení či specifickou skupinu oděvů profesních neboli uniforem (např.: battle dress – vojenská uniforma). Zajímavý je rovněž pohled na současnou podobu českého jazyka, která obsahuje poměrně značné množství tzv. anglicismů tj. výrazů, které společnost vědomě či nevědomě přijala, přičemž nemusí být zahrnuty do spisovného jazyka českého přímo. Sousedství “dress kód“, které vyjadřuje normu pro to, jakým způsobem by člověk měl pro danou příležitost být oblečen, je toho názorným příkladem. Český jazyk využívá slovo *dres* ve smyslu sportovního úboru,

⁷ *Slovník spisovného jazyka českého I*, s. 489.

⁸ VÁŠA, Pavel, TRÁVNÍČEK, František. *Slovník jazyka českého*, s. 911.

⁹ *Illustrated Oxford dictionary*, s. 159.

¹⁰ KAWAMURA, Yuniaya, *Fashion-ology*, s. 4.

¹¹ Chitón je aranžovaný typ oděvu oblékaný ve starověkém Řecku a Římě. Nosili jej muži i ženy.

¹² HOLUB, Josef. *Stručný etymologický slovník jazyka českého*, s. 465.

¹³ KAWAMURA, Yuniaya, *Fashion-ology*, s. 4.

příčemž výraz je všeobecně ustálen pro odlišení týmové příslušnosti zejména u kolektivních sportů. Z hlediska etymologického se pak jedná o pomyslné uzavření kruhu – z anglického *dress* a francouzského *dresser*.¹⁴

Pojem, který je rovněž třeba zmínit, neboť se jím budeme zabírat i v dalších částech studie, je slovo *kostým* angl. *costume*. Jarošová s odkazem na francouzskou historičku Yvone Deslandresovou definuje kostým jako soubor oděvů k pokrytí těla, kterými společnost vytváří vnější vzhled, odpovídající zvyku, přičemž zvyk odkazuje na kolektivní přijetí.¹⁵ Bogatyrev hovoří o kolektivní cenzuře, jíž podléhá kroj lidový, čímž se odlišuje od módního oděvu.¹⁶ Této problematice se však budeme věnovat samostatně. Již jsme zmínili, že oděv je věcí člověka, která odkazuje na atributy rasy, pohlaví a věku. Kawamurová k definici kostýmu přiřazuje atributy národní, společenské i časové příslušnosti.¹⁷ Oxfordský slovník dodává ještě atribut geografický a jako další možné významy nabízí výklad pojmu jako souboru oděvů, oblečení pro určitou sportovní aktivitu či jako oděv herců během představení.¹⁸ Specifický význam má slovo *kostým* v jazyce českém a slovenském, kde odkazuje na dámský oblek tvořený kabátem a sukní.¹⁹ Dalším významem je již zmíněný maškarní, divadelní šat, ale i zastaralý, knižní výraz pro oděv obecně.²⁰ Jarošová v návaznosti na etymologii slova *kostým* zdůrazňuje spojitost zvyku a oděvu, jehož původ můžeme najít ve francouzském slově *costume* odvozeného z latinského *consuetudo*, jež je v italštině doposud používán v obou významech, tedy jako oděv i zvyk. Výraz *costume regionale* se ustálil až v 19. století, kdy se ve Francii začal používat pro lidový oděv, kroj, ve kterém je nejvíce patrná vazba určitých složek oblečení a zvyku ve spojitosti s určitou společností lidí.²¹

Posledním zastavením by mohl být výraz *styl* (*style*). Ten zařazujeme ve výčtu termínů jako poslední s odkazem na domněnku, že se jedná o určitou skladbu neboli soubor oděvů a doplňků včetně úpravy vlasů, které utváří celkový vzhled toho, co se

¹⁴ HOLUB, Josef. *Stručný etymologický slovník jazyka českého*, s. 141.

¹⁵ JAROŠOVÁ, Helena. *Oděv, móda, tvorba*, s. 97.

¹⁶ BOGATYREV, Petr. *Funkcie kroja na Moravskom Slovensku*, s. 5. pozn. 1.

¹⁷ KAWAMURA, Yuniaya, *Fashion-ology*, s. 4.

¹⁸ *Illustrated Oxford dictionary*, s. 188.

¹⁹ V současnosti je dámský kostým tvořen sakem a sukní, popřípadě kalhotami. Poté se jedná o takzvaný kalhotový kostým.

²⁰ *Slovník spisovného jazyka českého II*, s. 410.

²¹ JAROŠOVÁ, Helena. *Oděv, móda, tvorba*, s. 99.

v dané době nosilo.²² Výraz *styl* je v jazyce českém synonymem k výrazu *sloh*, který označuje celkový ráz, způsob a utvářenost (styl jednání, životní styl) nebo je pak používán v souvislosti s uměním, kde charakterizuje volbu uměleckých prostředků a postupů, které jsou typické pro danou dobu či společnost (např. gotický styl), ale také specifický výběr a způsob jazykových prostředků, které lze použít pro danou situaci, formu či funkci (forma dopisu, publicistický styl).²³ Podobné významy lze dohledat i k anglickému výrazu *style*, který odkazuje k určitému druhu či formě v souvislosti se vzhledem (elegantní styl), způsobu vyjadřování, ať už jde o formu psanou či mluvenou, charakteristický způsob uměleckého vyjádření zejména v malířství, architektuře, odívání vztahený k určité době či skupině umělců, ale i významy, jenž slouží k obraznému označení určitého období (starý styl) či konkrétní tvar a střih oděvu.²⁴ Tímto bychom zakončili nutný etymologický výklad a přistoupíme ke stručnému přehledu teoretických studií týkajících se oděvů a módy. Nejdříve však zmíníme důležitost vztahu našeho těla a šatu.

2.2 Tělo a oděv

Oba dva byli nazí, člověk i jeho žena, ale nestyděli se.²⁵ Žena viděla, že je to strom s plody dobrými k jídlu, lákavý pro oči, strom slibující vševědounost. Vzala tedy z jeho plodů a jedla, dala také svému muži, který byl s ní a on též jedl. Oběma se otevřeli oči: poznali, že jsou nazí. Spletli tedy fíkové listy a přepásali se jimi.²⁶ Hospodin Bůh udělal Adamovi a jeho ženě kožené suknice a přioděl je.²⁷

Úvodním citátem z Písma svatého bychom rádi upozornili na úžasný dar, který byl dán člověku – Adamovi, a o kterém píše Giovanni Pico della Mirandola. Tím darem byla: *svobodná vůle, aby jako svobodný a vážený sochař a výtvarník mohl*

²² Ibidem, s. 97.

²³ *Slovník spisovného jazyka českého V*, s. 596.

²⁴ *Illustrated Oxford dictionary*, s. 827.

²⁵ Gn 2,25

²⁶ Gn 3,5-6

²⁷ Gn 3,21

*utvářet sebe sama do takové podoby, jaké dá sám přednost.*²⁸ Jarošová v této souvislosti upozorňuje na proces odtělesňování, který člověk zahájil již v přírodních kmenových kulturách, ať již šlo o malbu na tělo, bederní pás, zástěrku, suknicu z trávy či penisové pouzdro. Člověk se tedy skrze oděv zbavuje své tělesnosti a může zpočátku vyjádřit jednoduchou zprávu. Toto je muž, který ještě není zralý – dospělý, neboť ještě nemá své penisové pouzdro.²⁹

Uvedme v této části ještě jednu připomínku, tentokrát humanisty Erasma Rotterdamského, kterou nám rovněž Jarošová připomíná v souvislosti s aktem odtělesnění. Ten probíhá právě ve chvíli, kdy své nahlé tělo halíme do oděvu. *„Oděv je jakýmsi tělem těla, a že z něj lze usuzovat i na povahu ducha. Ačkoliv tu nelze předpisovat určitý způsob, neboť nestejný je u lidí majetek a hodnosti, rovněž u všech národů není totéž považováno za vkusné či nevkusné a konečně ne za všech dob se totéž líbí a nelíbí. A tak stejně jako v jiných věcech i tu je třeba v ledasčems činit ústupky zvykům určité země a také i době, již přizpůsobit se káží moudří lidé. Avšak při všech těchto různostech existuje, co je samo o sobě důstojné, stejně jako něco co nemá žádného významu vzhledem k úkolu, jemuž slouží člověk.*³⁰ Tyto myšlenky, respektive rady velkého humanisty mladému šlechtici ukazují na roli oděvu, kterou hrál v první polovině 16. století. Můžeme sledovat společensko-kulturní význam oděvů, přičemž jak připomíná Jarošová, se Erasmu Rotterdamskému podařilo zachytit i proměnlivost jimž oděvy v souvislosti se svým původem, dobou a různíci se požadavky na vkus procházejí.³¹ Mohli bychom říci, že většina z těchto tezí je platná dodnes, snad s výjimkou národní povahy oděvů či zvykovosti určitých zemí. Ačkoliv i zde bychom mohli najít výjimky, ke kterým se ještě dostaneme v následujících kapitolách.

Vraťme se ale ke vztahu oděvu a lidského těla, který jsme se jali odhalit v procesu odtělesnění. Ten britská socioložka Entwistleová shrnuje takto. Téměř všechny společenské situace, kterých se jako lidé účastníme, vyžadují, abychom do nich vstupovali oblečení, ačkoliv to co je určující pro náš oděv se liší kulturou od

²⁸ PICO DELLA MIRANDOLA, Giovanni. O důstojnosti člověka In: JAROŠOVÁ, Helena. *Oděv, móda, tvorba*, s. 32.

²⁹ JAROŠOVÁ, Helena. *Oděv, móda, tvorba*, s. 32.

³⁰ ROTTERDAMUS, Erasmus. O slušném chování dětí In: Hlasatel humanistických a mírových myšlenek In: JAROŠOVÁ, Helena. *Oděv, móda, tvorba*, s. 32-33.

³¹ JAROŠOVÁ, Helena. *Oděv, móda, tvorba*, s. 33.

kultury, přičemž to co je považováno za přípustný oděv závisí od konkrétní situace, či příležitosti, které se budeme účastnit.³²

2.3 Teoretické přístupy ke zkoumání módy a oděvů

Oděv provází člověka od počátku jeho dějin. Vypovídá o svém nositeli a jeho roli ve společnosti. Zároveň je však i významným předmětem historické paměti jedince, třídy i národa, který je v zájmu historiografů. Dějiny odívání sledují proměnu oděvů v čase a jsou samostatnou vědní disciplínou v rámci studia dějin lidstva. Pro své zkoumání využívají klasické přístupy historiografické, studium pramenů primárních tedy dochovaných oděvů či pramenů sekundárních, kterými mohou být obrazy či jiný vizuální materiál, popřípadě text, ať již se jedná o formu beletristickou či publicistickou. Jarošová přibližuje čtenáři jiný pohled na problematiku odívání, a to antropologický, ačkoliv pramenná základna je podobná. Na příkladu unikátního dokumentu z 16. století přibližuje: „*Život v oděvu a s oděvem jihoněmeckého měšťana Matthäuse Schwarze*.“³³ Jedná se o autobiografický soubor kostýmových portrétů provedených technikou olejomalby na pergamentu o velikosti 10 x 16 cm. Tyto jsou doplněny o informace věcné, týkající se látky či střihu, popřípadě odkazující na rovinu estetickou či emocionální. Podle Schwarze, který se začal nechat portrétovat ve svých 23 letech, je existence každého z nás spjata s jeho historickým vzhledem, který je převážně definován oděvem, jenž dává tělu jedinečné vlastnosti individuální i dobové. Je také v lidské kultuře elementem, který je součástí společenského prostoru a v tomto smyslu je také nositelem nejrůznějších sdělení.³⁴ Z tohoto hlediska můžeme definovat oděv jako sociální fakt, na němž život nositele zanechává svůj otisk³⁵ a ³⁶. Oděv jako historický artefakt, předmět touhy, objekt zájmu, věc. Podle Hagen-Tornové je oděv věcí člověka, která ukazuje na rasovou, sociální i věkovou příslušnost k pohlaví a zároveň je i symbolem, který charakterizuje jeho společenský význam.³⁷ Jistě bychom

³² ENTWISTLE, Joanne. *Fashioned body*, s. 6.

³³ JAROŠOVÁ, Helena. *Oděv, móda, tvorba*, s. 12.

³⁴ Ibidem. s. 13-17.

³⁵ Ibidem, s. 10.

³⁶ Srov. ENTWISTLE, Joanne. *Fashioned body*, s. 6.

³⁷ BOGATYREV, Petr. *Funkcie kroja na Moravskom Slovensku*, s. 6, pozn. 2.

mohli namítnout, že v současné době, kdy se setkáváme s termíny globalizované a multikulturní společnosti, je znak rasy ve spojitosti s oděvem málo zřetelný a nachází uplatnění spíše v kontextu historickém či etnografickém, což je dáno profesí autorky - etnografky, která se zaměřovala především na studium tradičního oděvu národního. Nicméně znaky: věku, pohlaví i určité sociální atributy mohou být rozlišeny a sledovány.

Na módu jako téma můžeme nahlížet z pohledu sociologického či jako společenský fenomén či dokonce, jak dodává Godart, jako *totální společenský fakt*, který je všudypřítomný napříč mnoha oblastmi společenského a ekonomického života³⁸ a těžko budeme hledat oblast současného života, která se módy nějakým způsobem nedotýká. Je to téma, které se znovu a znovu objevuje ve všech sociologických otázkách, dodává Asperts s Godartem³⁹ a s odvoláním na Quentina Bella⁴⁰ cituje jeho metaforu, ve které přirovnává roli módy v sociologických studiích k roli octomilky⁴¹, kterou hraje v genetice. Bell zde dává do pozornosti zejména možnost pozorovat fenomén změny a rychlosti reakce na různé podněty, které jsou těmito změnami vyvolány. A právě tímto „mystériem“ změny byli fascinováni nejen sociologové a antropologové, nýbrž i filozofové, ekonomové, historici, básníci i romanopisci.⁴² Zdálo by se tedy, že záhada módy byla již vyřešena, tajemství odhaleno a již více než sto let panuje všeobecná shoda vzdělanců nad tím, že právě proměnlivost je tím fascinujícím spojujícím článkem, tím hybatelem, jež posouvá věci – klíčový okamžik módy. Ta pramení z existence třídních rozporů a konkurenčních bojů o prestiž mezi různými vrstvami a frakcemi společnosti jako celku.⁴³

³⁸ GODART, Frédéric. *Unveiling fashion*, s. 11.

³⁹ ASPERS, Patrik, GODART, Frédéric. *Sociology of fashion: Order and Change*, s. 172.

⁴⁰ Quentin Bell (1910-1996) historik umění, synovec Virginie Woolfové, který je rovněž autorem její biografie.

⁴¹ Octomilka lat. Drosophila je dvoukřídý hmyz, který zahrnuje přibližně 1500 druhů. Tyto druhy jsou odlišné svým vzhledem a chováním. Zejména druh octomilky obecné je často využíván v genetických výzkumech pro jeho snadné chování a výrazné morfologické změny při mutacích.

⁴² ASPERS, Patrik, GODART, Frédéric. *Sociology of fashion: Order and Change*, s. 172.

⁴³ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti*, s. 10.

2.3.1 Fenomén hierarchizované společnosti

„...Je to pravda odvěká

Šaty dělají člověka

Kdo je nemá ať od lidí pranic nečeká

Dokavad jsme nahatý

Od hlavy až po paty

Nikdo neví kdo je chudý a kdo bohatý...“⁴⁴

Již jsme naznačili, že móda, oděv, respektive zejména ono mystérium změny fascinovalo jak vědce, tak i umělce. Úvodní citací části písně klasiků československé meziválečné divadelní avantgardy si připomeňme staré přísloví, které říká, že „Šaty dělají člověka“. Uvádíme jej v této souvislosti zejména z důvodu společenského rozměru, kterého nabývá v uměleckém provedení Voskovce a Wericha. Ten bychom mohli popsat jako jednoduchou stratifikaci společnosti. Pokud jsme nazí nelze říci, jaké je naše společenské postavení, povolání, nebo jestli jsme chudí nebo movití. Jistě by bylo možné namítnout, že i nahé tělo je nositelem mnoha informací. Je možné z něj usuzovat či odvodit sociální návyky, životní styl, genetické dispozice či podle držení těla odvodit například profesi atd. Na problematiku vztahu těla a oděvu a procesu odtělesnění jsme již upozornili. V této chvíli můžeme však odkázat na zajímavé pojednání Jarošové, která se tématu těla věnuje ve *Filosofii těla*⁴⁵, a to z pozice fenomenologické či na jiné další studie, které na toto téma nahlízejí z pozice psychologie či kulturní antropologie. Předmětem našeho zájmu je primárně oděv a budeme se ho držet. Elementární otázka, která se nabízí, je: zdali šaty opravdu dělají člověka nebo jak naznačuje Gottfried Keller⁴⁶ ve stejnojmenné povídce⁴⁷, je to člověk,

⁴⁴ VOSKOVEC, Jiří, WERICH, Jan. *Klobouk ve křoví výběr veršů V+W (1927-1947)*, s. 60.

⁴⁵ JAROŠOVÁ, Helena. *Filosofie těla- klíč k hlubšímu chápání vztahu těla a šatu*. Praha: VŠUP, 2013 a 2017. ISBN 978-80-87989-32-6.

⁴⁶ Gottfried Keller (1819-1890) byl švýcarský prozaik, který patří ke klasikům německy psané realistické prózy.

⁴⁷ KELLER, Gottfried. Šaty dělají člověka. In: *Romeo a Julie na vsi*, s. 81-109.

který dělá šaty? Oba pohledy mohou být pravdivé a již zmíněná povídka je toho příkladem.

Keller popisuje příběh chudého krejčího, který oděn do svých jediných černých božíhodových šatů doplněných o širokou pelerínu z temně šedého sukna podšitou černým aksamitem⁴⁸, kterou doplňovaly dlouhé černé vlasy i pečlivě pěstěný knírek pod nosem⁴⁹ a jenž díky těmto vnějším znakům je považován za urozeného člověka šlechtického původu, ačkoliv v kapse má pouze náprstek a žádné peníze. Kráčejíce krajinou do kopce, sužován hladem a na pokraji sil, dostává nabídku na svezení od kočího, který projíždí kolem s prázdným kočárem cizího hraběte. Tento hraběcí kočár přiveze krejčího do města Goldachu, kde zastaví před hostincem. Zde pokračuje vyprávění o záměně a osoba, která vystupuje z kočáru, je okamžitě uvedena do jídelny. Zde je krejčímu svlékán jeho úctyhodný plášť s otázkou: „Pán ráčí poobědvat?“⁵⁰ Keller dál rozehrává příběh krejčího, nyní již označeného za polského hraběte Strapinského, což je mimochodem jeho pravé příjmení. Ten se díky svému zevnějšku, který zahrnuje oděv i diskrétní chování a nové identitě, která mu byla přisouzena, dostává i do vyšších společenských kruhů obyvatel města Goldachu. Zamiluje se však do dcery radního, kterou si nakonec rozhodne vzít za ženu, ačkoliv jeho původní plán bylo zmizet a vyrovnat účty penězi, které získal loterijní hrou. Během zasnubní veselky však dojde k odhalení jeho pravé totožnosti skupinou ochotníků, vedenou mistrem krejčím, u kterého byl Strapinski tovaryšem a od něhož odešel v době úpadku obchodu. Divadelní společnost sehraje s dovolením svatebčanů představení pantomimy pro jejich obveselení během hostiny. Nejdříve jsou předvedeny krátké etudy na téma: „Člověk dělá šaty“, přičemž aktéři v úvodu každé horlivě vyrábějí nějaký honosný kus oděvu. Knížecí plášť, kněžské roucho nebo něco podobného, do kterého následně oblékají nějakou chatrnou osobu, která se rázem mění, vzpřimuje a slavnostně prochází v taktu hudby. Na závěr se na scéně objeví mladý muž oděn do tmavého pláště, který nápadně připomíná našeho krejčího v osudný den, kdy nastoupil do kočáru. Ten po krejčovsku usedá a z uzlíku vytahuje rozešitý hraběcí kabát, právě takový jako má v této chvíli

⁴⁸ Aksamit je zastaralé označení pro označení luxusní tkaniny s nízkým vlasem. V současné textilní terminologii je používán výraz osnovní samet. Ten může být vlnářského i bavlnářského typu či ze syntetického či pravého hedvábí.

⁴⁹ KELLER, Gottfried. Šaty dělají člověka. In: *Romeo a Julie na vsi*, s. 81.

⁵⁰ *Ibidem*, s. 82.

na sobě Strapinski. Obratnými pohyby přišívá štrápce a odhazuje temný plášť v dále, zatímco obléká honosný oděv promenádující se vznešeně před společností i snoubenci. Zastavením se a přímou konfrontací s krejčím dokončuje zvrát i celé představení, jímž je odhalení pravé identity našeho hraběte.⁵¹ Závěr, ač s dobrým koncem, není pro nás důležitý. Na této beletristické vsuvce jsme chtěli poukázat na fakt změny, kterou způsobuje oděv ve vnímání člověka. Ta může vést k odlišení v rámci společenské hierarchie, a pokud bychom se podívali na dějiny odívání zpět, můžeme s jistotou konstatovat, že oděvy se podle společenského postavení jedince různí. Rozdíly, které můžeme sledovat, mohou být výraznější či pouze málo zřetelné a to v souvislosti s geografickým i historickým původem a i samotné rozdělení se různí. Tuto společenskou stratifikaci můžeme sledovat od počátků evropské civilizace a dá se tedy hovořit o fenoménu hierarchizovaných společností.

Pro názornost uveďme ještě jednu starověkou zmínku o oděvu z pera klasika antické historiografie. Publius Cornelius Tacitus, jeden z nejvýznamnějších starověkých historiků, ve svém spise *Germánie* poznamenává na adresu germánských kmenů, řečeno jazykem sociologie, že oděv mohl být prostředkem k odlišení společenské vrstvy. „*Jako oděv slouží všem plášť sepnutý sponkou nebo trnem, jestliže nemají sponku. Jinak jsou nezakryti a tráví celý den u hořícího krbu. Ti nejbohatší nosí kromě toho spodní oděv, který nesplývá jako šaty Sarmatů a Parthů, ale těsně přiléhá*⁵², takže jsou všechny části těla zřetelně vidět...*Ženy se oblékají stejně jako muži, jen se poměrně často zahalují do lněných rouch a zpestřují je nachovou barvou.*“⁵³ Tacitus vycházel při psaní *Germánie* z poznatků Plinia Staršího (23-79 n. l.) uvedených v díle *Historia Naturalis*. Zde se Plinius, který byl tvrdým kritikem peněz a zlata vyjadřuje také k měnící se módě v nošení prstenů. „...*Snad módu prstenů zavedli Tarquiniové*...“⁵⁴. Touto historickou zmínkou o oděvu, která si všímá společenského významu oděvu, jenž doprovází člověka od počátku jeho dějin, uvádíme proto, že nám dokládá jeden ze směrů a přístupů, jakými se teoretické bádání mohlo a bude ubírat.

⁵¹ Ibidem, s. 98-99.

⁵² Oděvem, který těsně přiléhá, jsou myšleny kalthoty, které oproti Římanům, jejichž oděv byl aranžovaným kusem látky, Germáni nosili.

⁵³ TACITUS, Publius, Cornelius. *Germánie*. In: *Z dějin císařského Říma*, s. 343.

⁵⁴ PLINIUS SECUNDUS, Gaius. *Historia Naturalis*. In: *Kapitoly o přírodě*, kniha 33, s. 259.

2.3.2 Klasické teorie módy Thorsteina Veblena a Georga Simmela

Pomineme-li autory, jejichž zmínky o oděvech jsou pro naši studii významově marginálního charakteru (nerozvíjí žádnou teorii módy), bylo by na místě zmínit jako prvního Bernarda de Mandeville⁵⁵, který vidí v módě a luxusu klíčové řídicí prvky prosperity.⁵⁶ Ve shodě se Skovskou a Riegelsovou⁵⁷ Asperts s Godartem připomínají také příspěvek Herberta Spencera jako prapůvodce teorie „skapávání“⁵⁸ a dodávají, že právě u Spencera došlo k rozpoznání dvou hlavních procesů v módě. Jedná se o procesy nápodoby, kde v prvním případě je následována a napodobována horní vrstva obyvatel a mnohem zajímavější „soutěžní“ způsob imitace, který ukazuje, že na té horní vrstvě nic tak speciálního vlastně není.⁵⁹ Tyto teorie nápodoby a odlišnosti na základě společenského statutu rozvedli ve svých dílech z konce 19. stol. a začátku 20. stol. zejména americký ekonom norského původu Thorstein Veblen a německý sociolog Georg Simmel. Myšlenku, kterou oba teoretici rozvíjejí, je teorie módy jako nápodoby, jak již bylo zmíněno. I Lipovetsky, který je našim současníkem, rovněž považuje právě mimetismus za podstatný aspekt a důležitý rys šíření módy. Zdůrazňuje však hledisko touhy a nápodobu chování, která od aristokratických dob až po dobu nedávnou postupovala od vyšších vrstev k nižším. Společenská vrstva tzv. „dvůr“ se snaží napodobit krále a velmože a měšťané mají za vzor šlechtu a modely, které jsou právě v kurzu u dvora.⁶⁰ Současně však také upozorňuje, že toto rozšíření a pronikání módy bylo procesem dlouhodobým, neboť síla tradice zakazovala neurozeným vrstvám oblékat se jako aristokracie a po celá staletí byla striktně dodržována hierarchie životních podmínek a třídní příslušnosti. Tento proces začíná být zřetelnější na přelomu 16. a 17. století, kdy se imitace šlechtických oděvů rozšířila do vrstev střední a nižší

⁵⁵ Bernard de Mandeville (1670-1733) byl anglický pisatel, původem nizozemský filozof a politický ekonom, jehož „Bajka o včelách“ (The fable of the bees) s podtituly Soukromé neřesti, Obecné blaho (Private vices, Public benefits), může být považována za základní dílo ekonomického liberalismu.

⁵⁶ ASPERS, Patrik, GODART, Frédéric. *Sociology of fashion: Order and Change*, s. 179.

⁵⁷ SKOV, Lise, MELCHIOR RIEGELS, Marie. Research approaches to the study of dress and fashion, s. 5.

⁵⁸ Teorie skapávání (Trickle down theory) je ekonomická teorie, která obhajuje snížení daní bohatým firmám a jednotlivcům. Tato v krátkodobém hledisku znamenají stimulaci ekonomiky a podporu investování a z dlouhodobého hlediska pak zlepšení ekonomické situace celé společnosti – tedy skapávání bohatství od nejvyšších vrstev k nejnižším.

⁵⁹ ASPERS, Patrik, GODART, Frédéric. *Sociology of fashion: Order and Change*, s. 179.

⁶⁰ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti*, s. 52.

buržoazie a pokračuje i v 18. století, avšak s přísným omezením pro vyvolené a striktním vyloučením venkova.⁶¹

Veblen ve své knize *Teorie zahálčivé třídy (The Theory of Leisure Class)* z roku 1899 definuje termín *okázalá spotřeba*, jenž je vlastní nové buržoazní třídě bohatých průmyslníků a jejich rodin a skrze nějž demonstrují svou prestiž a život v blahobytu. Veblen vidí korelaci mezi nicneděláním neboli zahálkou a nadměrnou (*okázalou*) *spotřebou*, kterou demonstruje například i na oděvech, jež nosí ženy a dcery těchto průmyslníků.⁶² Právě rychle se měnící móda, se svými možná zbytečnými inovacemi, je obzvláště vhodná k prezentaci demonstrativních výdajů, což jistě můžeme chápat jako jednu z dimenzí módy, sloužící ke sdělení své pozice, vyvolání obdivu či představení společenského postavení. Móda jako důsledek *okázalé spotřeby* a nástroj k získání *společenské úcty*.⁶³ Oproti Veblenovi staví Simmel svou teorii módy na principu protikladů ve společnosti. Na jedné straně vidí potřebu odlišnosti a na straně druhé potřebu „zapadnout“, být součástí určité skupiny či komunity. „*Celé dějiny společnosti se dají sledovat jako boj, kompromis, jako pomalu dosahované a rychle se ztrácející okamžiky usmíření, které se objevují mezi splynutím s naší sociální skupinou a individuálním odlišením od ní.*“⁶⁴ Argumentace, podle které vyšší třída řídí cykly módy, je založena na principu sledování, aby nižší třída společnosti nebyla oděna stejně jako vyšší.⁶⁵ Nedivme se tedy, že Simmel dochází k originální myšlence, ve které se móda ujímá jakési smírující role v podle něj protikladném střetu kolektivního a individuálního.

2.3.3 Kritika klasických teorií a Gilles Lipovetsky

Teorie „skapávání“ z vyšší sociální sféry do nižší, však není jedinou teorií evoluce módy, která by se opírala o problematiku sociálního rozvrstvení společnosti a ona sama byla i předmětem kritiky. Proto považuji za nutné alespoň zmínit přístupy amerických sociologů Herberta Blumera či Diany Craneové, kteří také pracují

⁶¹ Ibidem, s. 52-53.

⁶² SKOV, Lise, MELCHIOR RIEGELS, Marie. Research approaches to the study of dress and fashion, s. 6.

⁶³ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti*, s. 76-77.

⁶⁴ SIMMEL, Georg. Móda in: *Peníze v moderní kultuře a jiné eseje*, s. 101.

⁶⁵ ASPERS, Patrik, GODART, Frédéric. *Sociology of fashion: Order and Change*, s. 179.

s tématem nápodoby a teorií hierarchizovaných společností, avšak nabízí poněkud odlišný pohled. Blumer rozvinul svou teorii „kolektivního výběru“ na předpokladu, že módní hnutí vznikla nejdříve a byla následována touhami po odlišnosti a mimetickými hrami společenských vrstev.⁶⁶ Dodává, že vysvětlovat módu pomocí odlišnosti vrstev společnosti, bylo možné pouze ve stoletích 17., 18. nebo 19., ale současná doba, jejíž důraz na modernost s mnoha poli působnosti na tuto teorii prostě není možné aplikovat.⁶⁷ Podle něj snaha vyšších vrstev být vzhledově odlišný není příčinou módy, ale pouze skutečností, která se v módě odehrává. Mechanismus módy nemůžeme spatřovat v odpovědi na třídní odlišnost a její imitaci, ale jako odpověď na přání být módní, držet krok s tím, co je zrovna populární a vyjádřit tak pochopení pro měnící se požadavky na vkus.⁶⁸ Model „trickle down“ je zde nahrazen variantami „trickle cross“ či „trickle up“, ve kterých se jako princip evoluce módy jeví perspektiva napříč ekonomickými třídami tedy od dolních vrstev k horním.

*„Žádná teorie módy nemůže vycházet pouze z faktorů hospodářského a materiálního života... Východiskem je spíše společenská logika než hospodářská dynamika,“*⁶⁹ kontruje Lipovetsky a argumentuje tím, že chybí důkazy, které by vysvětlovaly neustálé proměny a fantastické přehánění, jimiž je móda jako taková definována. Dynamiku módy a zrychlené tempo těchto variací je možné spatřovat spíše v estetické iniciativě a schopnosti inovace, která je autonomní, namísto sociologické reakce, která by vycházela či byla důsledkem určitého společenského determinismu. Irracionální pohnutky, zalíbení v estetických hrách a vzývání ideálu novosti jsou ty mechanismy, jež mají za důsledek módní turbulence, které jsou tak vlastní naší společnosti oproštěné od neměnných tradic dob minulých.⁷⁰

Pokud bychom však logiku módy a její rozmanité projevy definovali pouze jako fenomén sociálního rozvrstvení či odlišovací strategii, degradovali bychom ji na pseudoproblém, v němž další teoretické zkoumání není nutné a odpovědi i jejich odůvodnění jsou předem známá.⁷¹ Lipovetsky proto volá po nové dynamice ve zkoumání módy, po vnesení neklidu do předmětu zkoumání, který je z jedné strany

⁶⁶ Ibidem, s. 180.

⁶⁷ KAWAMURA, Yuniaya, *Fashion-ology*, s. 30.

⁶⁸ Ibidem.

⁶⁹ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti*, s. 71.

⁷⁰ Ibidem, s. 72-73.

⁷¹ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti*, s. 10.

tak pomíjivý, podivný a protikladný, avšak historicky jedinečný a dlouhodobě zakořeněný v lidských společnostech, že jeho hlubší teoretické zkoumání je nutností a nemůže být ztotožňováno pouze s marnivostí či touhou po jedinečnosti. Módu chápe jako společensko-historickou entitu, jež je charakteristická pro západní společnost i její modernitu. Pohlíží na ni jako na východisko ze světa tradice, přičemž třídní příznak je pouze relativní, popření moci minulosti, hledání novot a oslavu společenské přítomnosti.⁷²

Tyto názory byly formulovány v roce 1987 a poukazují na jisté nedostatky v přístupu k módě a oděvu, respektive k jejich nedostatečné legitimizaci jako relevantních objektů zkoumání ze strany intelektuální a akademické sféry.⁷³ S podobnou argumentací je možné se setkat v odborných publikacích do prvního desetiletí 21. století a právě tyto také často začínají obligátní obhajobou zvoleného předmětu zkoumání. Jako příklad uveďme práce Kawamurové, která sama sebe ještě kolem roku 2010 do této skupiny zařazuje a zároveň připomíná, že jedním z důvodů, proč téma módy a oděvu není bráno vážně a je považováno za marginální či vůbec nehodno intelektuálního uvažování, je nedostatečně jasně formulovaný teoretický rámec a metodologie.⁷⁴ Vzhledem ke skutečnosti, že v současné době již můžeme hovořit o plně etablované vědní disciplíně - módní studia⁷⁵, tak my se v této práci obhajobou tématu zabývat nebudeme a citované dílo Gillese Lipovetského tedy můžeme považovat za jedno z klasických teoretických pojednání věnujících se tématu módy. Úhel pohledu, který se zde nabízí, pojednává o roli a historickém vývoji fenoménu a instituce⁷⁶ módy – sleduje její *úděl v moderních společnostech*, čemuž odpovídá i struktura textu. Pokud

⁷² Ibidem, s. 11.

⁷³ Srov. Ibidem, s. 66.

⁷⁴ KAWAMURA, Yuniya. *Doing research in fashion and dress: an intruduction to qualitative methodes*, s. 2.

⁷⁵ Britská socioložka Joanne Entwistle v úvodu ke druhému vydání své knihy „*Fashioned body*“ již vyjadřuje nesouhlasné stanovisko k tvrzení Kawamurové ohledně trvajících devalvace módy jako relevantního akademického tématu, přičemž argumentuje, že módní studia jsou alespoň ve Velké Británii široce rozvinutá a i její osobní argumentace z prvního vydání roku 2000, kde rovněž poukazovala na nízký status teoretických studií módy v rámci oboru sociologie, již dnes není zcela pravdivá. ENTWISTLE, Joanne. Preface to the Second Edition. In: *Fashioned body*, s. 13.

⁷⁶ Instituce je sociologicko-antropologický termín, který odkazuje k obecně praktikovanému a v dané kultuře předávanému způsobu jednání. Při vymezení povahy hraje klíčovou roli odlišení od organizace, které jsou tvořeny lidmi, jež provádějí činnost institucionalizovanými způsoby. Existence instituce umožňuje nacházet pravidelnosti v zdánlivě neopakovatelných projevech lidského jednání a vyslovovat o nich generalizující tvrzení. LINHART, Jiří, VODÁKOVÁ, Alena, KLENER, Pavel (eds.). *Velký sociologický slovník*, s. 435.

bychom použili slova autora, jedná se o představení klíčových sociologických, estetických a organizačních okamžiků, struktury a zlomových bodů, které určovaly několik staletí vývoje módy.⁷⁷

2.3.4 John Carl Flügel a důvody, proč se oblékáme

Připomeňme ještě příspěvek britského experimentálního psychologa Johna Carla (1884-1955), autora klasického pojednání *Psychologie oblékání (The Psychology of clothes)* z roku 1930. Ten ve své knize mimo jiné rozpracovává základní motivy spojené s oblékáním, o nichž hovoří jako o fundamentálních. Přičemž poznamenává, že v rámci psychologie panuje všeobecná shoda na tom, že se jedná o tyto tři důvody, proč se oblékáme⁷⁸:

- dekorace (zdobení se),
- ochrana,
- cudnost a zdrženlivost.

Zdálo by se, že tím primárním motivem k oblékání by měla být funkce ochranná, ačkoliv podle antropologů na něž se Flügel odvolává, to byla právě funkce dekorativní, která stojí nejvýše na pomyslné pyramidě. Neboť i nařízené lidé, pomineme-li biblickou tradici, se chtěli zkrášlovat (malování na tělo, tetování atd.) a funkce ochranná a otázka studu a zdrženlivosti, se objevila až později, kdy se nošení oděvů stalo obvyklým.⁷⁹ Základním účelem dekorace je zkrášlení tělesného vzhledu a to tím způsobem, aby přitahoval obdivné pohledy ostatních a posiloval sebevědomí člověka. Skromnost a zdrženlivost nás naopak nutí skrývat tělesné dokonalosti a nedokonalosti, které mohou upoutat pozornost ostatních na sebe. Současné uspokojení obou tendencí se tak zdá být logicky nemožné. Tento konflikt, respektive jeho řešení, někteří psychologové popsali pojmem stydlivost. Flügel považuje tuto zásadní protikladnost mezi těmito dvěma motivy (ozdobou a skromností) za nejzákladnější fakt v celé psychologii oděvu. To znamená, že náš postoj k oblečení je ambivalentní a my se snažíme uspokojit dvě protichůdné tendence prostřednictvím našeho oděvu. I proto máme tendenci dívat se na oděvy ze dvou neslučitelných hledisek - na jedné straně jako prostředku k zobrazení naší atraktivnosti a na straně druhé jako prostředku ke skrytí naší hanby či zakrytí studu.

⁷⁷ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti*, s. 12.

⁷⁸ FLUGEL, John. *Psychology of clothes*, s. 16.

⁷⁹ Ibidem, s. 17.

Ve skutečnosti má tak oblečení v podstatě povahu kompromisu navrženého pro uspokojení lidských potřeb a vytvoření určité harmonie mezi těmito protichůdnými zájmy.⁸⁰ V přeneseném významu bychom zde mohli vidět jistou paralelu s teorií Georga Simmela, kterou jsme pouze naznačili. Ta je postavena na principu protikladů ve společnosti. Na jedné straně vidí potřebu odlišnosti a na straně druhé právě potřebu „zapadnout“, být součástí určité skupiny či komunity. Do první skupiny bychom mohli zařadit člověka, který chce být jedinečný a jako první si obléká a pořizuje nové modely. Simmel o něm hovoří jako o švihákovvi. *„Švihák jde před ostatními, ale přesně jejich cestou. Protože sám předvádí poslední výstřelky obecného vkusu, zdá se, že pochoduje na čele všech. Ve skutečnosti o něm však platí to, co v nesčíslných případech platí i pro poměr jedince a skupiny: že totiž ten, kdo vede, je zároveň veden.“*⁸¹ Jeho protikladem je jedinec, jenž používá módu jako masku, s jejíž pomocí se zařazuje do skupiny (komunity), ve které jeho individualismus může být o to silnější. Tento význam podle Simmela akceptují právě kultivovaní a osobitě se projevující lidé, přičemž móda zůstává na periferii jejich osobnosti. *„Je pro ně vědomým a záměrným prostředkem, jak si uchovat své osobní cítění a svůj vkus, který chtějí v plné míře skutečně mít právě jen pro sebe, do té míry pro sebe, že odmítají připustit jeho vnější projev v nějaké podobě, která by byla přístupná všem.“*⁸²

I oděv tedy lze chápat jako určitou masku či pomyslný štít, který chrání a přitom odráží naši individualitu. Člověk je však společenský tvor a potřebuje společnost svých druhů, na jejichž přítomnost a chování velmi citlivě reaguje, konstatuje Flügel. Pokud jde však o vnímání má civilizovaný člověk jen malou příležitost přímo pozorovat těla svých společníků. Kromě obličeje a rukou, což je ve většině případů pravda, nemůže pozorovat skoro nic, a proto jsme se těmto částem lidského těla naučili věnovat pozornost, neboť jsou to nejvýraznější části naší anatomie, které můžeme vidět. To co ve skutečnosti vidíme a na co reagujeme, to nejsou těla ale naše oblečení. A právě z oblečení si vytváříme první dojem o lidech, které potkáváme a oni o nás, dodává.⁸³

To se již dostáváme k sémiotickému charakteru oděvu, kterému se budeme věnovat v další kapitole.

⁸⁰ Ibidem, s. 20.

⁸¹ SIMMEL, Georg. *Móda in: Peníze v moderní kultuře a jiné eseje*, s. 114

⁸² Ibidem, s. 120.

⁸³ FLUGEL, John. *Psychology of clothes*, s. 15.

2.4 Sémantika a sémiologie oděvu a módy

Již na začátku předchozí kapitoly jsme s odkazem na verše Voskovce a Wericha odhalili tu “pravdu odvěkou“ a to, že šaty dělají člověka a explicitně tak poukázali na schopnost oděvem označovat a prostřednictvím určitých znaků, které jsou pro společnost srozumitelné, také sdělovat. Zaměříme se proto nyní na významotvornou stránku respektivě znakovou funkci oděvu, kterou porovnáme s jazykem a řečí. V této rovině se metaforicky dostáváme na pole lingvistiky. Zde je jazyk považován za abstraktní strukturu – systém, který slouží jako nástroj komunikace. Tento systém slouží ke kódování a dekódování informací, je tedy schopen informaci nést i ji uchovat. Přenos informací nazýváme komunikací. Rozeznáváme komunikaci osobní, popřípadě masovou, ale také orální a grafickou, přičemž její forma nemusí být pouze verbální a předávaná informace může obsahovat i pocity či přenášet vůli mluvčího. V případě širšího chápání jazyka bychom za jistých podmínek do něj mohli zařadit i dopravní značky, náboženské symboly či vnitřní monolog.⁸⁴ I skrze oděv promlouváme ke svému okolí, jednotlivci či jsme schopni vyjádřit i určité pocity. Vezměme například situaci, ve které se chystáme uctít památku zemřelého svou přítomností na smutečním obřadu. Vzít si oděv tmavé barvy, nejlépe černé, je záležitostí, můžeme říci, protokolární. Současně však můžeme říci, že výběrem tmavé barvy a slavnostnější volbou outfitu vyjadřujeme: soustrast, smutek, vzdáváme hold, děkujeme či se pouze loučíme. Všechny tyto momenty můžeme považovat za určitý druh neverbální komunikace, kterou činíme skrze oděv.

2.4.1 Ferdinand de Saussure a Roland Barthes

Jazyk jako systém znaků je předmětem nauky o znacích - sémiotiky.⁸⁵ Sémiotickým charakterem oděvu a módou obecně se zabýval francouzský esejist a sémiotik Roland Barthes, který je i autorem knihy *Système de la mode* (1967), někdy považovanu za nejnudnější knihu o módě, která kdy byla napsána. Dříve než poodhalíme povahu přístupu Rolanda Barthesa, je potřeba připomenout význam strukturalismu, kterým byl sám rovněž ovlivněn. Tento směr vznikl v Ženevě v prvních desetiletích 20. století a zásadním způsobem přehodnotil veškeré poznatky, k nimž zejména jazykověda do té doby došla. Právě strukturalismus přichází s teorií jazyka

⁸⁴ ČERMÁK, František. *Jazyk a jazykověda přehled a slovníky*, s. 13-14.

⁸⁵ *Ibidem*, s. 23.

jako systému, jehož jednotlivé části nelze zkoumat odděleně od funkcí, které v systému zastávají, přičemž jeho nejdůležitější funkcí je funkce komunikativní. Za zakladatele strukturální lingvistiky je považován Švýcar Ferdinand de Saussure, který nové pojetí vyložil v posmrtně vydaném spise *Cours de linguistique générale* (Kurs obecné lingvistiky, 1916). Zde mimo jiné zdůrazňuje celkovou strukturu systému jazyka a vztahů mezi jednotlivými prvky, které nazývá funkcí.⁸⁶ Funkční přístup jako jeden z prvních uplatnil ve své studii z roku 1937 *Funkcie kroja na Moravskom Slovensku* Peter Bogatyrev, jenž byl členem Pražského lingvistického kroužku.⁸⁷ Ten zde vznáší kritiku na dosavadní etnografický výzkum v oblasti krojů a volá po vytvoření abstraktů a generalizaci přístupu.

Sausser se zabýval i sémiotikou, v té době nazývanou sémiologií⁸⁸, jejíž rozvoj lze zasadit až do druhé poloviny 20. století.⁸⁹ Dnes chápeme sémiologii v Sauserově pojetí spíše jako podmnožinu sémiotiky a Rolanda Barthes jako jednoho z čelních představitelů tohoto oboru, který svými pracemi z 60-70 let výrazně ovlivnil teoretická studia módy a oděvu.

Barthes vnímá módu i oděv jako systém a s odkazem na Sauserovo dialektické pojetí dichotomie výrazů *langue* a *parole*⁹⁰ proti sobě staví výrazy oděv (dress) a oblékání (dressing). *Langue* je abstraktní systém konvenčních pravidel sloužících k dorozumívání se. Tyto pravidla jsou všeobecně uznávána v rámci daného společenství. Jedná se tedy o společenský jev. *Parole* je protikladem, jde o jev individuální, konkrétní sdělení jednotlivce v určitém okamžiku, avšak se znalostí a dodržováním pravidel *langue*.⁹¹ V případě potřeby je možné *langue* „aktualizovat“,

⁸⁶ ČERNÝ, Jiří. *Dějiny lingvistiky 2. Strukturální, generativní a stratifikační jazykověda*, s. 6-19.

⁸⁷ Pražský lingvistický kroužek je nezávislá učená společnost, která byla založena roku 1926. Jejím cílem je poznání jazyka a příbuzných znakových systémů podle zásad funkčně strukturálních. Mezi zakládající členy patřil např. Jan Mukařovský, Roman Jakobson či Nikolaj Sergejevič Trubeckoj. Webové stránky pražského lingvistického kroužku [online] Dostupné z: <https://cercledeprague.org/> [cit. 16. 5. 2021]

⁸⁸ Tu chápal jako nauku studující život znaků uvnitř společnosti. Těchto systémů je celá řada (dopravní značky, vojenské povely, námořní signály). Zajímavé však je, že se Saussure zmiňuje v této souvislosti i o ustálených zvycích a módě. Lingvistika je podle něj součástí sémiologie, která spolu s dalšími obory patří do obecné psychologie nebo do sociologie. Zde se však jednalo o marginální studii, která nebyla plně rozvinuta.

⁸⁹ Ibidem, s. 21-22.

⁹⁰ Ačkoliv byly termíny *langue* a *parole* přeloženy do mnoha jazyků (jazyk a promluva/řeč), neprosadily se a používají se původní francouzské termíny. Ibidem, s. 16.

⁹¹ Ibidem, s. 16-18.

avšak pouze skrze *parole*.⁹² Barthes navrhuje oděv jako substituci *langue* a individuální akt oblékání se, kterým jedinec na svém těle oděv aktualizuje. Tato činnost představuje osobní způsob, jakým nositel přetváří oděv a může se skrze něj i vyjadřovat. V této souvislosti hovoří Barthes o dialektické výměně, ke které dochází mezi oděvem a oblékáním se.⁹³ Ta pramení ze vztahu mezi těmito výrazy. Za určitých podmínek můžeme hovořit o funkční závislosti – korelaci, díky které je uskutečňována přeměna z oblékání se na oděv, tedy z individuálního, nekonvenčního na konvenční, společensky akceptovatelné. Tato přeměna souvisí s kolektivním přijetím, kdy se z individuálního aktu konstituje norma. Termíny *langue* a *parole*, tedy jazyk a řeč, můžeme chápat také jako vztah módy, jež je souborem různých druhů oděvů, oděvních doplňků, doporučení a pravidel (jakým způsobem jednotlivé prvky kombinovat) a tím, jakým způsobem lidé svou individuální aplikací a kombinací těchto prvků, která nemusí vždy respektovat daná pravidla, k módě přistupují. V obou případech vyjadřujeme svůj vztah k módě a sdělujeme svému okolí různé informace. Používáme tedy systém jazyka (módy), abychom hovořili vlastní řečí, která nemusí být vždy spisovná.

Módu jako takovou vidí Barthes jako systém a jednoznačně se tak hlásí ke strukturalistické metodologii, přičemž rozeznává oděv jako věc, tu kterou nosíme, oděv, obraz a oděv jako psaný text. Pro své studium volí formu psaného textu, který podle něj není zatížen praktickými problémy jako jsou například funkce oděvu jako ozdoby či jeho ochranná funkce. Pracuje s módními časopisy z 50-60 let, kde se setkává s oděvem reálným na postavě modelky, obrazem šatů a textem, který může být popiskem tohoto obrázku či článkem. Módní text podle něj dává ve své strukturální čistotě jedinečnou možnost pro pochopení pravého smyslu módy.⁹⁴ Barthes si je vědom jistých limitů, které jsou spojeny s jeho volbou i tím, že sociologické hledisko nebude jeho přístupem příliš uspokojeno, neboť nepojednává o módě jako o instituci⁹⁵ a jeho pohled je čistě sémiotický.⁹⁶

V odborné literatuře se setkáme i s kritikou tohoto přístupu. Kawamurová, která navzdory názvu knihy *The Fashion system* upozorňuje na skutečnost, že Barthes

⁹² BARTHES, Roland. History and sociology of clothing. In: *The language of fashion*, s. 8.

⁹³ Ibidem, s. 8-9.

⁹⁴ BARTHES, Roland. *The fashion system*, s. 8.

⁹⁵ Viz pozn. 67.

⁹⁶ ENTWISTLE, Joanne. *Fashioned body*, s. 68.

nehovoří o módě či systému módy, ale o oděvu - systému odívání, který nás učí, jak jednotlivé oděvy nosit, popřípadě co nosit ve specifickém společenském a kulturním prostředí, neboť existují ústálené představy a pravidla, jak má oděv vypadat.⁹⁷ Strukturalistický přístup Barthesův rovněž efektivně vyzávorkovává neméně důležité aspekty systému módy jako jsou aspekty výrobní či komerční, ale také jak tyto otázky souvisejí s každodenním užíváním oděvu, dodává Entwistleová.⁹⁸ I přesto hrál semiotický přístup Barthes poměrně významnou roli ve zkoumání oděvu a módy a přispěl svým dílem ke konstituci modologie jako samostatné vědní disciplíny. Použití lingvistiky – systému jazyka jako paralely k systému módy či strukturalistickou tradici můžeme sledovat i u jiných autorů. Jako příklad uveďme Alison Lurieovou⁹⁹ či Dicka Hebidgeho, který se zabíval subkulturami mladých. Zařadit sem můžeme i konstatování tvůrce módy Karla Lagerfelda, jenž napsal, že móda je jazyk, který vyjadřuje skutečnost skrze oděv. „*Fashion is a language that creates itself in clothes to interpret reality.*“¹⁰⁰ Lagerfeld rovněž hovoří o jazyku, ačkoliv v přeneseném slova smyslu, kterým mluví sama móda a k řeči používá různých forem, dílčích vlastností i stylů oděvů namísto slov.

2.5 Módní studia jako etablovaná vědní disciplína

V předchozích kapitolách jsme představili základní myšlenkové proudy, které můžeme sledovat v rámci studia módy a odívání, přičemž jsme zaznamenali volání po hlubším teoretickém výzkumu, který by objasnil mechanismy a uvedl na pravou míru rozmanité děje probíhající v módě a objasnil tak změny, které na tomto poli můžeme spatřovat. Velký vývoj v oblasti studia módy a oděvů byl položen na konci osmdesátých a v devadesátých letech minulého století. Ta jsou spojena s takzvaným „kulturním obratem“¹⁰¹, který probíhal v rámci sociologie a v humanitních vědách.¹⁰²

⁹⁷ KAWAMURA, Yuniya. *Fashion-ology : an intruduction to fashion studies*, s. 46.

⁹⁸ ENTWISTLE, Joanne. *Fashioned body*, s. 68.

⁹⁹ Alison Lurie (1926-2020) byla americká spisovatelka, držitelka Pulitzerovy ceny a autorka knihy *Language of clothes* (1981), která rovněž uplatňuje sémiotický přístup a bývá srovnávána s Barthesem.

¹⁰⁰oficiální twitterové stránky Karla Lagerfelda [online] Dostupné z: <https://twitter.com/karllagerfeld/status/257783256592838656?lang=en> [cit. 5. 3. 2021]

¹⁰¹ Kulturní obrat byl pozvolný sled kroků, díky nimž se *kultura* stala plnoprávnou a nezávislou analytickou kategorií, přičemž to, zdali lidský svět (vytvořený a obývaný lidmi) máme chápat jako společnost či jako kulturu, bylo předmětem diskuze. REIFOVÁ, Irena. Obrácené století: “Kulturní obrat” jako post disciplinární událost. In EDWARDS, T. *Kulturní teorie. Klasické a současné přístupy*, s. 12.

Současně byl vznesen požadavek na vytvoření samostatné vědní disciplíny věnující se tomuto tématu, která se nejprve začala objevovat v rámci vznikajících kulturních studií.¹⁰³

Sama otázka módních studií jako vědní disciplíny je poměrně mladá a zahrnuje v podstatě období dvou dekád, ačkoliv již v roce 1997 začíná vycházet akademický časopis *Fashion Theory* pod vedením Valerie Steelové. Ten je o více než dekádu následován *Critical Studies in Fashion and Beauty*, který začal vycházet v roce 2010 pod editorským vedením Diany Craneové, Efraty Tseëlonové a Suzan Kaiserové.¹⁰⁴ Můžeme tedy sledovat, že jisté podhoubí či základy teoretických studií módy jako samostatné disciplíny, byly položeny na přelomu milénia. Skovská s Riegelsovou poznamenávají, že právě v první dekádě 21. století je možné zaznamenat jakousi konsolidaci znalostí v rámci studia oděvu a módy, která souvisí se značným množstvím nových odborných publikací, jež vysvětlují a definují předmět studia jako takový.

2.5.1 Fashion-ology

Aby bylo možné vytvořit novou vědní disciplínu, je nutné definovat předmět studia a vysvětlit, co vše bude zahrnovat. V roce 2005 Kawamurová takto navrhuje „Fashion-ology“ jako další název pro sociologii módy a představuje i specifický teoretický rámec. Ten přesně zahrnuje pojem samotný, ideu i fenomén módy.¹⁰⁵ Současně však upozorňuje, že móda a oděv/oblečení, jsou dvě odlišné koncepce a měly by být řešeny odděleně. Kawamurová rozvíjí myšlenku módy jako systému institucí, přičemž připomíná, že systém produkce módy závisí ve velké míře na víře v ní samotnou. Ta existuje v našich myslích, do kterých je transformována procesem, v němž jsou jednotlivé položky oblečení nejprve označeny za módu či módní.¹⁰⁶ Jako socioložka zasazuje módu do sociologie kultury, v jejímž rámci ji

¹⁰² SKOV, Lise, MELCHIOR RIEGELS, Marie. Research approaches to the study of dress and fashion, s. 9.

¹⁰³ Kulturní studia jsou směr mediálních a sociálních studií, který za určující element produkce a recepce mediálních textů pokládá kulturu, nikoliv ekonomicko-politické vztahy sociálního systému. Formují se od poloviny šedesátých let 20. stol. REIFOVÁ, Irena. et. al. *Slovník mediální komunikace*, s. 241.

¹⁰⁴ ASPERS, Patrik, GODART, Frédéric. *Sociology of fashion: Order and Change*, s. 175.

¹⁰⁵ KAWAMURA, Yuniya. *Doing research in fashion and dress: an introduction to qualitative methods*, s. 10-11.

¹⁰⁶ KAWAMURA, Yuniya. *Fashion-ology : an introduction to fashion studies*, s. 1.

zkoumá jako výrobně-kulturní symbol.¹⁰⁷ Podívejme se tedy blíže na to, jakým způsobem se vypořádává s otázkami odívání a módou samotnou. V první řadě nás upozorňuje na fakt, že oděvy a móda jsou dvě nezávislé a autonomní entity, kdy oblečení je výsledkem materiální produkce, tedy věc hmatatelná a móda je produktem symbolickým, ideologií, mýtem, nehmotnou substancí. Ta na rozdíl od oděvů, jež jsou přítomny v téměř každé společnosti a kultuře, ve které se lidé oblékají, musí být ve společnosti nejdříve instituciálně ukotvena a kulturně rozšířena. Móda není o oblečení, ale bez něj také existovat nemůže, dodává.¹⁰⁸

Koncept, který nám Kawamurová představuje, je systémem, který předpokládá návrháře, který zaujímá důležité místo v rámci módní produkce a spolu s dalšími zainteresovanými profesionály udržují tento systém „v chodu“. Jedná se o plně hierarchizovaný systém organizací, jednotlivců i skupin (módní časopisy, fotografové, modelky, organizátoři přehlídek, maloobchody), které jsou navzájem propojeny a legitimizují kreativní činnost návrhářů. Počátky tohoto systému lze zasadit do Paříže roku 1868, kdy můžeme sledovat založení instituce Haute Couture - exkluzivního zakázkového oblečení. Ten následně pracuje na převedení oděvů na módu, symbolickou hodnotu, jež je skrze ně demonstrována. Tento proces závisí na změně (délka kalhot, šířka kalhot, tvar límce, etc.), která je jedním ze základních kamenů módy, jak již bylo zmíněno. Jedná se však o změnu systémovou, která je činěna pouze těmi, kteří jsou k tomu oprávněni.¹⁰⁹

Kawamurová ukazuje způsob, jakým se systém módy konstituoval na příkladu francouzském, který nazývá prototypem. Ten je spojen s druhou polovinou 19. století a založením módních domů Haute Couture, jak již bylo zmíněno. V tomto pojetí módy jako instituce se vytváří hierarchie mezi všemi výrobci oděvů a tím, že se jim přiřazuje sociální, ekonomický, kulturní a symbolický kapitál¹¹⁰, kterým jsou pak oděvy transformovány v luxusní či elitní záležitost. Haute Couture byla od počátku spojena s luxusním oblečením a je tomu tak dodnes. Luxusní oděvy však mají smysl pouze ve vztahu k oděvům, které luxusní nejsou. Proto dodává, že právě v moderní

¹⁰⁷ Ibidem, s. 19.

¹⁰⁸ Ibidem, s. 43, 44, 50.

¹⁰⁹ Ibidem, s. 51-52.

¹¹⁰ Autorem koncepce je Pierre Bourdieu, který vychází z analogie s kapitálem finančním a kulturním, které zvyšují úspěšnost jedince ve společnosti. Sociální kapitál je bohatství styků a známostí, které mohou být užitečné. Symbolický kapitál souvisí s členstvím v určité prestižní skupině a kulturní je zvláštní formou určitých předpokladů jedince či skupiny k dosažení společenského postavení. LINHART, Jiří, VODÁKOVÁ, Alena, KLENER, Pavel (eds.). Velký sociologický slovník, s. 474-475.

kapitalistické společnosti se dostupnost luxusního oblečení rozšířila a skoro každý si jej může obstarat ve variantě, která není tak finančně náročná. Motivací k pořízení, která zde je tím hybatelem, je touha alespoň nepatrně se odlišovat od druhých skrze obraz či přidanou hodnotu, kterou se luxusní oblečení vyznačuje.¹¹¹

2.5.2 Interdisciplinární přístupy v rámci modologie

Přístup Kawamurové lze podle Skovské a Riegelsové označit za přístup věnující se vztahu výroby a spotřeby módy a oblečení, který je však odlišný od ekonomických či obchodních studií, jež sledují dovatecké řetězce, obchodní organizace, popřípadě maloobchodní procesy prodeje.¹¹² Ten lze chápat jako jeden z možných náhledů na danou problematiku. Do této skupiny bychom mohli zařadit i studie pařížské Haute Couture od Pierrea Bourdieua a Yvette Delsautové, či švédského sociologa Patrika Asperse, který se zabývá mimo jiné srovnávací analýzou trhů s módou. Aspers považuje módní průmysl za spojnicu mezi dodavateli a zákazníky po celém světě, přičemž zástupcem módního průmyslu může být výrobce luxusního zboží jako Chanel, Hugo Boss reprezentující koncept ready-to-wear či masovou produkcí zastoupenou nadnárodními řetězci jako je například H&M. Všichni tito výrobci jsou organizacemi, v nichž tvůrčí týmy navrhují produkty pro potěšení zákazníků.¹¹³

Dalším z přístupů, který lze v rámci pluralitní disciplíny rozeznat, neboť je možné identifikovat jinou metodologii i zvolený teoretický rámec, o kterém se zmiňuje právě Kawamurová, je hledisko, které zkoumá oděv jako objekt. To je charakterizováno popisností a dokumentárností. Tento přístup se objevuje zejména u prací muzejních kurátorů, jejichž úkolem je rozpoznat, zaznamenat a roztřídit jednotlivé oděvy v návaznosti na jejich historický původ. Klíčovým momentem je studium oděvní technologie, střihů a krejčovských technik, které však klade také důraz na znalosti materiálů, drobné přípravy i výroby, přičemž sleduje jejich proměny v čase i v různých částech světa. Kritika, která se často týká tohoto přístupu poukazuje na nedostatečné propojení společenského, ekonomického i politického kontextu, který je k pochopení módy a oděvů nutný. Z druhé strany je však nutné poznamenat, že zahrnuje poznatky

¹¹¹ Ibidem, s. 55.

¹¹² SKOV, Lise, MELCHIOR RIEGELS, Marie. Research approaches to the study of dress and fashion, s. 12-13.

¹¹³ ASPERS, Patrik, GODART, Frédéric. *Sociology of fashion: Order and Change*, s. 181.

ze zdrojů jako jsou: módní časopisy, reklama či orální historie, tedy i těch, kteří oděvy nosí či je vyrábí.¹¹⁴

Tam, kde je možné považovat oděv či módu za reprezentativní znaky kultury, nachází své uplatnění „kulturální přístup“, u kterého je zaměření na materiální část širší součástí studia, které může obsahovat i myšlenky, představy či vizuální obraz společnosti. Typickým znakem tohoto přístupu je podle Skovské spojení módy a oděvu s něčím, co znamená ztělesnění identity, které kulturu konstituuje. Tento přístup zahrnuje širokou škálu prací od kulturně historických studií Valerie Steelové či Daniela Rocha přes analýzy vztahu těla a oděvu Anny Hollandové či Heleny Jarošové až po interpretace vztahů mezi módou a moderností, kterou se zabývá např. Christopher Breward.¹¹⁵

Z tradice antropologického a etnografického výzkumu vychází „praktický“ zaměřený přístup, který se z hlediska metodologie zaměřuje na studium sekundárních dokumentů vytvořených člověkem jako jsou deníky či fotografie a pozorování přímých účastníků procesů souvisejících s oblékáním a módou. Význam oděvů jako prostředku subjektivního bytí ve světě, je upozaděn, přičemž v popředí zájmu jsou témata týkající se tradice, etniky, genderu či věku. Tyto jsou však vystaveny neustálé konfrontaci s aktivním, praktickým využitím oděvu. Výhodou může být schopnost analyzovat „společenský život“ oděvů za horizont (koupě oděvu) v takzvaných studiích šatníků – jak lidé oděvy nosí, skladují a starají se o ně.¹¹⁶ Zástupcem toho přístupu je například i britská socioložka Joanne Entwistleová, která analyzuje způsoby a praxi oblékání se, neboť je to tělo, ke kterému je móda adresována a které je oděno za každé společenské situace.¹¹⁷

3 SHRNU TÍ

V první části této studie jsme si kladli za cíl odpovědět na otázky, které bezprostředně souvisí s tématem módy a oděvů, respektive s kulturou odívání obecně. Jednou z otázek bylo, co je to móda? Zjistili jsme, že přesná definice v podstatě není možná, neboť k tématu lze přistoupit z rozličných perspektiv a odpovědi se mění

¹¹⁴ Ibidem, s. 10.

¹¹⁵ Ibidem, s. 11.

¹¹⁶ Ibidem, s. 12.

¹¹⁷ ENTWISTLE, Joanne. *Fashioned body*, s. 6.

s měnícím se úhlem pohledu autora. Ačkoliv bychom mohli říci, že jeden pomyslný kámen je „změna“, ta se vynořuje a ztrácí, dalo by se říci konstantně ve většině studiích, a pokud bychom použili slova Godarta, pak je založena na neustálé výměně zboží (např. oblečení ale i další předměty), které není potřeba měnit.¹¹⁸

I samotný termín *móda* nabýval v průběhu historie různé konotace, než se ustálil ve spojitosti k oděvu, ačkoliv ani toto spojení není definitivní a přesné a bylo některými autory zpochybněno. Etymologický exkurz nám však odhalil určitou souvislost, jakým *způsobem upravit/tvarovat* svůj zevnějšek tak, abychom měli *styl*, který je vhodný pro určitou příležitost s odkazem na časovou příslušnost či motivace osobní. Věnovali jsme se rovněž hierarchickému aspektu, který může oděv vyzařovat jako atribut určité společenské vrstvy a zároveň jsme poukázali na sémiotický charakter oděvu tedy schopnost oděvem sdělovat, znamenat či označovat, přičemž jsme využili zdroje nejen charakteru odborného textu, ale i beletrie či umělecké tvorby. Tímto jsme poukázali zejména na fakt, že móda a oděvy jsou společenským fenoménem, který fascinoval a fascinuje dodnes.

Výkladem těchto textů jsme chtěli zdůraznit skutečnost konceptuální a systémové módy jako ucelené vědní disciplíny, která se etablovala na přelomu milénia a má své opodstatnění i pevné základy. Módní studia jsou dnes chápána jako interdisciplinární obor, který čerpá poznatky a využívá prostředky sociologické, historiografické či antropologické s přesahem do ekonomie, neboť šaty jsou věc – komodita, která je spojena s touhou být vlastněna. A ačkoliv se jedná o pluralitní obor, bylo možné najít určité spojitosti mezi jednotlivými přístupy, které jsme pojmenovali z hlediska zaměření na objekt, kulturu, výrobu a praxi. Toto vymezení rovněž nemusí být definitivní. Nabízí však čtenáři možnost lepší orientace v oboru, jehož pole působnosti je velmi široké, které i tato studie potvrdila. Rovněž můžeme říci, že vznik studií módy jako samostatného oboru dává možnost podívat se a studovat fenomén módy a oděvní kulturu tzv. pod pokličkou a s kontextovou provázaností, která umožňuje odhalit souvislosti, které by v rámci jednooborového pohledu např. historiografického či sociologického, jako tomu bývalo často v minulosti, nebylo možné.

¹¹⁸ GODART, Frédéric. *Unveiling fashion*, s. 2.

4 OTÁZKY ODÍVÁNÍ VE SPOLEČNOSTI POKROČILÉHO SYSTÉMU MÓDY

V předchozích kapitolách jsme podali nezbytný výklad pro uchopení tématu. Vymezili jsme rovněž pole působnosti, které je pokryto celou škálou přístupů. Důvodem, proč jsme uvedli tento stručný přehled, bylo, abychom mohli naši studii vymezit a zároveň se opřít o respektované a relevantní zdroje, které nám poskytnou dostatečně pevnou základnu, na níž se můžeme pohybovat. Poměrně velkou část jsme věnovali studii Kawamurové, jejíž metodologii budeme z části využívat, a to zejména při odkazech na módu a její systémovost. Co se týče hlavního předmětu zájmu, čímž jsou otázky týkající se odívání, respektive kultury oděvní, budeme blíže systému odívání, který jsme poznali u Barthese. V jeho případě se však jednalo pouze o sémiotický charakter oděvu, kterého se také ještě budeme dotýkat. Mějme však na paměti, že oděv a móda, ačkoliv spolu souvisí, jsou dvě rozličné kategorie.

Budeme se tedy zabývat zejména praktickými otázkami ve spojitosti s oděvy především masové produkce v současné společnosti, kterou jsme nazvali společností pokročilého systému módy. Nezbývá nám než vyložit, jakým způsobem chápeme „pokročilý systém módy“. Systém módy můžeme s odkazem na Kawamurovou popsat jako hierarchický systém zahrnující jednotlivce, skupiny či organizace profesionálů, kteří participují na výrobě produktů (oděvů), které jsou následně označeny za módní. Tento systém doplňujeme o výraz „pokročilý“ ve smyslu moderních technologií a technologickým pokrokem obecně, který se projevuje ve sdělovacích prostředcích masové kultury, možnostech komunikace, ale i způsoby, v tomto případě bychom řekli kanály, jakým je realizován prodej oblečení. Ty jsou nedílnou součástí společnosti 21. století. Rovněž nesmíme zapomenout, že i samotná výroba a procesy s ní spojené jsou významně ovlivněny, ať už vývojem nových materiálů, technologií zpracování nebo strojním vybavením, které jsou předmětem výzkumu a vývoje. Všechny tyto proměnné a aspekty je nutné brát v potaz, neboť jsou nedílnou součástí 21. století a společnosti. Mluvíme tedy o společnosti pokročilého systému módy. V následujícím textu se tedy především budeme zabývat otázkami, které jsou bezprostředně spojeny se současnou výrobou, spotřebou a obchodem s oděvy. Jak je nově definována role oděvu a jeho vztahu k individuálnímu nositeli? Můžeme definovat objektivní hodnotu oděvu vůbec a vůči současné oděvní nadprodukcí zvlášť? Tyto a další otázky spojené s ekonomickou a výrobní neudržitelností si říkájí o kritickou analýzu spojenou s oděvní

a módní výrobou a my se na některé z nich budeme snažit najít odpovědi. Na příkladu oděvu z denimu pro dolní část těla, kterým jsou džíny, si ukážeme, jakým způsobem se proměňoval sám oděv, jeho funkce, role i výrobní prostředky a kam to všechno vedlo. Jedním z důvodů, proč vybíráme právě oděv z denimu, je ten, že během své relativně krátké historie oblékala: horníky, kovboje, filmové i rockové hvězdy, motorkáře, hippie, punkery i hiphopery a všemi byla milována. Kalhoty z denimu se vyvíjely, co se týče tvaru siluety, ale i co se týče funkčních detailů. Tou nejzásadnější změnou však byla jejich proměna z pracovního oblečení horníků a farmářů na vysoce módní záležitost. Dalším faktem je to, že vstupní surovinou pro výrobu džínů je bavlna. Ta patří mezi nejstarší materiály, které jsou využívány pro oděvy. Člověk kultivoval bavlnu již před čtyřmi tisíci lety, poznamenává Fang a dodává, že se jedná o nejpoužívanější rostlinné vlákno na celém světě, které se používá i na výrobky průmyslové a bytové doplňky. Jen v roce 2016 bylo vyprodukováno 106,5 milionu balíků bavlny (jeden balík váží 218 kilogramů) ve více než 50 zemích po celém světě a neustále roste. Ekonomická hodnota celosvětové surové bavlny se odhaduje na 35 miliard dolarů ročně.¹¹⁹ Se zvyšující se poptávkou a produkcí bavlny však vyvstávají právě již zmíněné otázky udržitelnosti a rovněž otázky týkající se ekologických a společenských aspektů výroby. Pojmy jako organická bavlna, udržitelná bavlna, ale i bavlna geneticky modifikovaná či bavlna konvenční jsou předmětem obecné i odborné diskuze a právě i těmito pojmy se v dalších kapitolách budeme zabývat.

4.1 Bavlna a její modifikace

Bavlna je považována za nejdůležitější přírodní vlákno. Jedná se o jednobuněčná vlákna, která obrůstají semena bavlníku (rod *Gossypium*, čeleď slézovité). Rostlina bavlníku přirozeně roste jako trvalka v tropických a subtropických oblastech a často dosahuje velikosti malého stromu. Ovšem pro komerční produkci surových vláken se většina, ne-li všechny pěstují jako letničky. Ačkoliv Fang upozorňuje, že se nejedná o skutečnou letničku, neboť k zániku rostliny nedochází přirozeným důsledkem zrání semen, nýbrž aplikací chemikálií či mechanickou destrukcí.¹²⁰ Bavlníky jsou a byly

¹¹⁹ FANG, D, David. General description of cotton. In: FANG, D. David(ed). Cotton Fiber: Physics, Chemistry and Biology, s. 1-3.

¹²⁰ Ibidem.

předmětem neustálého šlechtění za účelem získání kvalitnějšího, pevnějšího a delšího vlákna. Nejběžnějším druhem, který se pěstuje, je *bavlník srstnatý*, který poskytuje poměrně velké výtěžky. Dalším velmi známým druhem bavlníku je druh *barbadense*, který pochází z ostrova Barbados. Typickým druhem je bavlník typu *Pima*, který je známý pro svou délku vláken, která je větší než u bavlníku srstnatého. Neznámější a nejdražší je varianta *Sea Island*, která dosahuje délky vláken 36-66mm¹²¹. Je pěstována na ostrovech Floridy a Jižní Karolíny od roku 1785.¹²²

Zpracování bavlny včetně sklizně, třídění a dalších procesů, které vedou nejdříve k vytvoření příze, následně plošné textilie, ze které jsou vyráběny zejména oděvy, jsou poměrně složité záležitosti, ale pro naši studii nevýznamné, a proto jejich popis v naší studii uvádět nebudeme. V dalších kapitolách se budeme věnovat druhům bavlny, které jsou v současnosti nejvíce diskutovány tedy bavlně geneticky modifikované, organické a také možnostem jejich recyklace.

4.1.1 Otázka geneticky modifikované bavlny

Bavlna je jednou z prvních plodin, které byly geneticky modifikovány pomocí transgenní technologie. V roce 1996 byla uvedena první geneticky upravená odrůda bavlny obsahující gen Bt¹²³ na americký trh. Od té doby se tento typ bavlny pěstuje ve více než 15 zemích a roce 2015 představovala více než 85% ve Spojených státech amerických a asi 60% výměry bavlny ve světě. V současné době existují dva hlavní transgenní znaky: Bt toxin obsažený v odrůdách bavlny k ochraně před hmyzem a toxin, který propůjčuje rostlině bavlníku odolnost vůči herbicidům, což umožňuje snadné ošetřování plevelů právě pomocí nich, aniž by došlo k poškození úrody. Bt bavlna může obsahovat různé geny produkující různé toxiny vyvinuté několika společnostmi. První gen tolerantní k herbicidům, který byl komerčně využit a bavlně propůjčil toleranci vůči herbicidu bromoxynil (BXN od společnosti Stoneville). Odrůdy BXN byly však brzy nahrazeny těmi, které obsahují geny, které jsou odolné vůči glyfosátu¹²⁴ pod názvem

¹²¹ Délka vláken bavlny je jedním z významných ukazatelů kvality i ceny.

¹²² MILITKÝ, Jiří. Textilní vlákna, s. 96-98.

¹²³ Jedná se o gen z půdní bakterie *Bacillus thuringiensis*.

¹²⁴ Širokospektrální herbicid na bázi fosforu vyvinutý v roce 1970 známý pod obchodním názvem Roundup.

RoundUp Ready (Společnost Monsanto). Fang poznamenává, že mnoho odrůd bavlny obsahují jak geny Bt, tak geny odolné vůči herbicidům. Zatím se však nepodařilo úspěšně zavést do praxe geny, které by upravovaly vlastnosti vláken a to zejména jejich délku a sílu prostřednictvím biotechnologie. Tato metoda je však uznávána jako potenciální prostředek ke zlepšení kvality a vývoje nových produktů dodává Fang.¹²⁵ Jiní autoři se kloní k názoru, že další vylepšení bavlněných vláken bude výsledkem kombinace tradičních šlechtitelských technik v kombinaci s využitím znalostí o genomu bavlny a špičkových biotechnologie. Tito se odkazují na nedávné kvantitativní genetické studie, které naznačují, že zlepšení kvality vláken je možné realizovat i konvenčním šlechtěním.¹²⁶

Bavlna typu Bt/Ge, tedy geneticky modifikovaná, by však neměla být zaměňována s organickou bavlnou, jak upozorňuje Wang, Memon a Siddiqui. Výrobci tohoto typu bavlny jsou například firmy Syngenta nebo Monsanto a Bayer. V případě geneticky modifikované bavlny je do jejího genomu začleněn gen, díky němuž je rostlina odolná vůči škůdcům. Tím se snižuje nejen potřeba pesticidů, ale také nemoci způsobené pěstitelem, které souvisí s jejich použitím. Bohužel tato semena odolná vůči škůdcům jsou zemědělcům dodávány pouze za roční poplatek. Stará semínka z předchozího roku již nelze použít.¹²⁷

4.1.1.1 Pro a proti Bt bavlny

Navzdory rychlému a rozšířenému přijetí Bt bavlny většinou zemědělců, jsou výhody geneticky modifikované bavlny stále předmětem diskuze. Studie provedená v roce 2012 se zaměřila na výnos a ekonomickou výkonnost bavlny Bt a bavlny konvenční tedy geneticky nemodifikované, aby bylo možné rozpoznat potenciální přínosy Bt bavlny, ale i problémy, které jsou s tímto druhem osiva spojené. Protože účinky na zdraví jsou v případě geneticky modifikovaných plodin hlavním problémem, bylo provedeno šetření, ve kterém bylo sledováno 200 farmářů pěstujících Bt bavlnu

¹²⁵ FANG, D, David. General description of cotton. In: FANG, D. David(ed). Cotton Fiber: Physics, Chemistry and Biology, s. 8-9.

¹²⁶ CAMPBELL B. Todd, DEVER, K. Jane, HUGIE, L. Kari, KELLY, M. Carol. Cotton Fiber Improvement Through Breeding and Biotechnology. In: FANG, D. David(ed). Cotton Fiber: Physics, Chemistry and Biology, s. 207.

¹²⁷ WANG, Hua, MEMON, Hafeezullah, SIDDIQUI, Quasim, Muhammad, Physical structure, properties and quality of cotton. In: WANG, Hua, MEMON, Hafeezullah, ed. *Cotton science and processing technology*, s. 93.

a stejný počet konvenčních pěstitelů bavlny za účelem rozpoznat vliv geneticky upravených plodin na životní prostředí, zdraví a půdu. Výsledky ukázaly primární výhody Bt bavlny oproti konvenční bavlně, protože bylo sníženo používání insekticidů, skutečný výnos z úrody byl vyšší a s tím souvisejí podstatně větší zisky, které zvyšují i životní úroveň zemědělců. Mezi negativní účinky Bt bavlny, které nelze opomenout, patří i to, že může způsobit určité alergické reakce zemědělcům a rovněž také snížení úrodnosti půdy v dlouhodobém horizontu.¹²⁸ Zhang si v této souvislosti pokládá dvě otázky. Je geneticky modifikovaná bavlna obsahující gen Bt bezpečná pro lidské bytosti a necílový hmyz, zejména ten užitečný? Co se děje s Bt proteinem v poli, ale také v zažívacím traktu zvířat? Jak již bylo řečeno, Bt je biologický pesticid, který je produkován půdními bakteriemi *Bacillus thuringiensis* a je extrémně selektivní vůči škůdcům čeledi motýlů (jejich larvy pak požírají listy bavlníků) a nosatcovitých, avšak je vysoce bezpečný pro člověka, domácí zvířata, divokou zvěř, zemědělsky prospěšný hmyzu i prostředí. Zhang k tomu dodává, že pro toto tvrzení existují dva důvody. Bt bílkoviny nejsou vůbec toxické. Respektive jsou toxické pouze tehdy, když dochází k jejich samovolnému rozkladu, který se však děje pouze v trávicím traktu hmyzu. Pro savce včetně lidí, jejichž trávicí trakt má kyselé prostředí, které nedovoluje samovolný rozklad proteinu Bt a tím vytvoření toxických sloučenin v těle, však nebezpečný není. Účinek proteinů Bt také vyžaduje vazbu na specifický receptor epitelu středního střeva, který je specifický pro různé druhy hmyzu. Jiná zvířata tento receptor nemají a i z tohoto důvodu je tedy Bt protein extrémně selektivní pouze vůči některým škůdcům a tím bezpečný pro ostatní, dodává Zhang.¹²⁹

Další z otázek související s používáním Bt bavlny je ta, že po dlouhodobém používání je určité riziko vzniku rezistence na Bt protein. Existuje proto několik technik a strategií, jak tomuto procesu zabránit.¹³⁰

Poslední z obav, které jsou spojeny s bavlnou Bt, je otázka genového toku čili přenosu genů transgenní rostliny na netransgenní rostlinu nebo z jednoho typu transgenní rostliny na jinou. Ten může způsobit jednak kontaminaci netransgenních semen a potravin, vznik super plevele, jakož i snížení genetické rozmanitosti druhů.

¹²⁸ MAITI, Ratikanta, at al. *Advances in cotton science*, s. 309.

¹²⁹ ZHANG, Baohong. *Transgenic Cotton: From Biotransformation Methods to Agricultural Application*. In: ZHANG, Baohong, ed. *Transgenic Cotton*, s. 9.

¹³⁰ *Ibidem*.

Ačkoliv je bavlna samosprašná plodina a genový tok není ve srovnání s jinými plodinami až tak velkým problémem, byl tok transgenů pozorován u geneticky modifikované bavlny v Číně, Austrálii i ve Spojených státech amerických. Rovněž byl také pozorován tok genů mezi transgenní bavlnou a jejími divokými druhy, což může způsobit velký problém biologické rozmanitosti bavlny, přičemž velkou roli zde hraje hmyz, díky němuž k přenosu dochází.¹³¹

4.1.2 Otázka organické bavlny

Organická bavlna je bavlna vypěstovaná bez použití jakýchkoli umělých sloučenin a chemikálií jako jsou pesticidy či defolianty.¹³² Chemické prostředky, které jsou považované za přírodní a mohou být použity jako součást produkce organické bavlny, jakož i přírodních kompostů, jsou přísně definovány. *Bacillus thuringiensis* (Bt) je přirozeně se vyskytující půdní bakterie, kterou lze použít ve formě spreje proti hmyzu v bio zemědělství. Bt bakterie produkuje hmyzí jedy, které výzkumníci použili k produkci genů pro biotechnologickou bavlnu odolnou proti broukům, jak bylo diskutováno v předchozí kapitole. Biotechnologická či geneticky modifikovaná bavlna obsahující Bt proteiny se však nesmí k výrobě bavlny organické používat. Obecným důvodem je, že se jedná o postup, který není přirozený. Výroba tohoto druhu bavlny využívá strategii organického pěstování a snaží se udržet kvalitu půdy a dodržovat postupy, které zlepšují environmentální rovnováhu v systému. Mezi pravidla, která popisují, jakým způsobem by mělo být zajištěno pěstování organické bavlny, patří zejména: biodiverzita, pravidelná výživa rostlin a zvládnání přírodních škůdců přírodními postupy.¹³³

Pěstování běžné bavlny s sebou přineslo množství závažných problémů jako je například snížená kvalita půdy, ztráta biologické rozmanitosti či značné zdravotní problémy těch, kteří byli nepřetržitě vystaveni nebezpečným chemikáliím používaným jako součást pesticidů, které jsou významnou součástí běžné generace bavlny. Takto vyprodukované bavlněné vlákno a následně z něj vyrobené oblečení může obsahovat

¹³¹ Ibidem, s. 10.

¹³² Defoliant je druh herbicidu, který způsobuje odpadávání listů plodin.

¹³³ KUMAR, Senthil, P, YAASHIKAA, P.R. Organic cotton and its environmental impacts. In: GARDETTI, Angel, Miguel, MUTHU, Senthilkannan, Subramanian, ed. *Organic Cotton*. s. 128-129.

syntetické usazeniny, které mohou způsobit svým nositelům onemocnění, především kožní problémy. Mimo to plodina bavlníku a to jak tradiční (konvenční), ale také přírodní, vyžaduje obrovské množství vody. Proces přechodu k ekologické produkci je tříletý, od ukončení používání chemikálií až po certifikaci podle standardů ekologického zemědělství. Ti, kteří preferují ekologický přístup k pěstování, poukazují na fakt, že organická bavlna je v dlouhodobém horizontu ekonomičtější. Její pěstování podporuje a zlepšuje biologickou rozmanitost a přirozené cykly. Ruční sběr rovněž nevyžaduje defoliaci a to, ať už se jedná o přírodní nebo tradiční formu pěstování. Organická bavlna je v současné době používána ve více než 12 zemích, přesto se jedná pouze o malé množství veškeré bavlny na celém světě.¹³⁴

Certifikace je nezbytná pro každou položku, která má být prodávána jako „organická“. Ta nás rovněž ujišťuje, že při výrobě bylo dodrženo všech postupů, které byly pro segment organické bavlny definovány. Jedná se například o pokyny Evropské unie (EU), Mezinárodní federace ekologického zemědělství (IFOAM) či Americké Národní organické standardy (NOP- National Organic Program). Organizace věnující se certifikaci si vytvářejí rovněž své vlastní modely, všechny jsou však v zásadě rovnocenné s výše uvedenými pokyny. Výrobci organické bavlny se proto musí rozhodnout a dodržovat pokyny stanovené vybranou organizací, to zahrnuje potvrzení vystavené na základě kontroly provedené u výrobce.

Kumar a Yaashikaa poznamenávají, že některé termíny, které jsou používány a uváděny některými výrobci jako například: „zelený“, „ekologicky dobře likvidovaný“ nebo „čistý“ nejsou schváleny pro použití na označování v Mezinárodní organizaci pro normalizaci (ISO). Jedná se pouze o obecná tvrzení nikoliv o oficiální definice. V okamžiku, kdy jsou takové termíny a pojmy využívány k nabízení produktů, mohou být považovány za nejednoznačné, popřípadě mohou na straně kupujícího vyvolat jisté problémy s rozpoznáním, o jaký produkt vlastně jde. Naopak zemědělský produkt označený souslovím „organická bavlna“ má specifickou definici, tzn. bavlna vytvořená bez použití technických chemikálií, bez geneticky modifikovaných odrůd bavlny, která následuje přirozenou a přírodní kultivační strategii, která je zajištěna povinnými vládními kontrolami, dodává Kumar.¹³⁵

¹³⁴ Ibidem.

¹³⁵ Ibidem, s. 131.

Níže uvádíme několik organizací zabývajících se certifikací, které lze nalézt na certifikovaných výrobcích z organické bavlny:¹³⁶

- Indian National Programme for Organic Production (NPOP)
- Global Organic Textile Standards (GOTS)
- European Organic Regulations (EU 2092/91)
- USDA National Organic Program (NOP)
- Export Certificates for Japan (JAS Equivalent)
- Quebec Organic Reference Standard (CAAQ)
- IOFAM Basic Standards.

4.1.2.1 Organická bavlna výhody a nevýhody

Biobavlna je rotační plodina. Při střídání plodin si půda udržuje své živiny a lépe zadržuje vodu. Obyčejná bavlna tedy bavlna vyrobená konvenčním způsobem vyčerpává půdu a ponechává ji neschopnou zadržovat vodu. Většina pěstované organické bavlny je zavlažována deštěm a nikoliv uměle. Efektivní je také střídání plodin, které zároveň slouží jako opatření proti napadání hmyzími škůdci, ale i chorobami, které postihují samu rostlinu. Další výhodou by mělo být, že farmy organické bavlny udržují mnoho lidí spravedlivě zaměstnaných. Využití vody při produkci bio bavlny je ve srovnání s konvenční bavlnou skutečně o něco vyšší. Situace se ale mění po 1 nebo 2 rotačních cyklech, kdy se zvyšuje kvalita půdy a její schopnost udržet vodu a tím se dostává na srovnatelnou i menší spotřeba vody. Protože organická bavlna je živena dešťovou vodou a není závislá na zavlažování, byla v mnoha regionech zaznamenána snížená spotřeba energie ve výrobním procesu. Další výhody jako je použití biologických a šetrných prostředků k ošetřování, namísto použití syntetických chemikálií, jsou zřejmé.¹³⁷ Spotřeba vody má při zvažování ekonomických dopadů bavlny velký význam. Uveďme si příklad z Indie, která patří k největším producentům bavlny a kde se bavlna pěstuje převážně v sušších oblastech. Průměrná spotřeba vody potřebná k vypěstování bavlny se pohybuje kolem 14 000 l/kg.

¹³⁶ Ibidem.

¹³⁷ KUMAR, Senthil, P, SARAVANAN, A. Organic cotton versus recycled cotton versus sustainable cotton In: GARDETTI, Angel, Miguel, MUTHU, Senthilkannan, Subramanian, ed. *Organic Cotton*. s. 149-150.

Organická bavlna spotřebuje asi 182 l/kg celkové zavlažované vody, zatímco její konvenční produkce vyžaduje až 2210 l/kg vody.¹³⁸ Což je skoro desetkrát více.

Za primární ekonomické výhody, které můžeme uvést v důsledku transformace na přírodní ekologickou produkci, považujeme: snížení vstupních nákladů, menší závislost na finančním sektoru a poskytování úvěrů a méně náročný přístup k osivu. Přičemž právě vstupní náklady (přírodní hnůj a bio pesticidy a nákladná hybridní semena) a menší závislost na bankách, jsou hodnoceny jako kritické ekonomické ukazatele v souvislosti s transformací na organickou produkci. Zásadními dopady na životní prostředí tedy jsou zlepšení půdních podmínek, snížený přechod nebezpečných agrochemikálií na země a zachování biologické rozmanitosti.¹³⁹

Sociální dopady, které mají přímou souvislost s rozvojem organického pěstování bavlny, zahrnují především lepší životní podmínky, rozšířené zabezpečení obživy a rovněž i poučení a kvalitnější způsob života. Jako jeden z negativních sociálních důsledků bylo zaznamenáno zvýšené pracovní zatížení.¹⁴⁰

4.1.1 Recyklovaná bavlna

Recyklovaná bavlna může být skvělou alternativou k běžné bavlně a to z toho důvodu, že ve svém výrobním procesu nepoužívá žádnou vodu nebo chemikálie a nevyžaduje žádnou novou zemědělskou půdu. Dobré kvalitní oblečení, které je ještě nositelné, je zasíláno charitativním institucím a používá se jako použité oblečení. Nenositelné oděvy jsou považovány za poškozené textilie a jsou zpracovávány v továrně jako hadry. Vlákna ze starých tkanin je možné regenerovat a použít k výrobě nových oděvů. Šicí nitě je možné vypárat, opětovně spřádat dohromady a použít k výrobě nových oděvů nebo jiných produktů. Přírodní i syntetická vlákna mohou být tímto způsobem recyklována. Problém nastává u směsových materiálů (například bavlna/polyester), kde je recyklace problematická. Materiál je nejčastěji rozdrcen a rozvlákněn na vlákennou surovinu, roztríděn a dále zpracován standardními postupy v oděvní, popřípadě i technické konfekci. Pravdou je, že náklady na recyklaci jsou nižší

¹³⁸ KUMAR, Senthil, P, YAASHIKAA, P.R. Organic cotton and its enviromental impacts. In: GARDETTI, Angel, Miguel, MUTHU, Senthilkannan, Subramanian, ed. *Organic Cotton*. s. 132.

¹³⁹ Ibidem, s.132-133.

¹⁴⁰ Ibidem, s.133.

než při běžné konvenční výrobě, tak i u certifikované přírodní bavlny. Recyklovaná bavlna je produkt, který pochází ze zbytečného odpadu, tím může být bavlněný odpad z továren nebo z bavlny, která pochází z vyřazených použitých oděvů a textilních výrobků.¹⁴¹

4.2 Modré džíny

Zastavme se tedy u oděvu, který je obsažen snad v šatníku každého z nás. Tímto kusem oděvu jsou džíny. Ty provázejí naši společnost několik desetiletí a staly se univerzálním kusem neformálního oblečení a dalo by se říci, že jsou dnes oděvem běžným napříč generacemi. To, že se jedná o fenomén, můžeme doložit například i tím, že pocity, které jsou spojeny s jejich nošením, zaujaly spisovatele a sémiotika Umberta Eca natolik, že jim věnoval úvahu a to poté, když zhubnul natolik, že se byl opět schopen nasoukat do svých džínů. Uvědomil si, že najednou sedí jinak a plně si uvědomuje, že má na sobě džíny a přitom, když má na sobě kalhoty nebo slipy, na to normálně zapomene: *„Žil jsem pro své džíny, a jako důsledek jsem předpokládal vnější chování člověka, který nosí džíny. V mém případě jsem předpokládal rovněž určité vystupování/chování. Je zvláštní, že tradičně nejvíce neformální a anti-etiketový oděv by měl být ten, který tak silně vyžaduje jejich dodržování. Zpravidla jsem zběsilý, rozvalím se na židli, žuchnu sebou kamkoli, bez jakéhokoli nároku na eleganci: moje modré džíny však kontrolovaly tyto aktivity, učinily mne zdvořilejším a zralejším“.* (I lived for my jeans, and as a result I assumed the exterior behaviour of one who wears jeans. In my case, I assumed a demeanour. It's strange that the traditionally most informal and anti-etiquette garment should be the one that so strongly imposes etiquette. As a rule, I am boisterous, I sprawl in a chair, I slump wherever I please, with no claim to elegance: my blue jeans checked these actions, made me more polite and mature).¹⁴² Tímto citátem jsme se určitým způsobem vrátili k procesu odtělesnění, zároveň nás však Eco upozorňuje na pocity, které jsou spojeny s nošením tohoto specifického oděvu tedy s fyziologickým komfortem. Snad bychom džíny mohli nazvat uniformou naší doby. Dokonce sám velký představitel haute couture Yves Saint Laurent vyjádřil poklonu

¹⁴¹ KUMAR, Senthil, P, SARAVANAN, A. Organic cotton versus recycled cotton versus sustainable cotton In: GARDETTI, Angel, Miguel, MUTHU, Senthilkannan, Subramanian, ed. *Organic Cotton*. s. 149-150.

¹⁴² ECO, Umberto. Lumbar Thought. In: SALECL, Renata. *Dress Anxiety* s. 11.

tomuto oděvu, když řekl: „*Přeji si, abych to byl já, kdo vynalezl džíny*“. Mají prý vše, v co doufá, že bude mít i oblečení, které navrhne sám: jednoduchost, sex appeal, patriční výraz i skromnost.¹⁴³ Bude dobré se nyní podívat, jak to vlastně s džíny bylo a jak to je s nimi nyní. Následující kapitola obsahuje obsáhlejší historický exkurz, který však považujeme za nutný k pochopení všech souvislostí, které s džíny souvisí.

4.2.1.1 Denim a Jean

Příběh modrých džínsů je neodmyslitelně spjat s materiálem, který je známý pod názvem *denim*. Denimem rozumíme bavlnářskou tkaninu tužšího omaku tkanou v keprové vazbě, kdy neobarvená, režná útková nit prochází pod dvěma či více, nejčastěji indigem barvenými, osnovními nitěmi.¹⁴⁴ Tkanina tak získává svůj charakteristický vzhled s nezastřeným diagonálním žebrováním keprové vazby. Sám název *denim* má původ ve francouzském slově *de Nînes*. Ve městě Nînes se původně vyráběla tkanina (serž) pro výrobu pracovních oděvů, která nesla název *serge de Nînes*. Denimem se pak stává postupnou amerikanizací francouzského slova.¹⁴⁵ Původ slova *jeans* je neméně zajímavý. Italští námořníci z Janova (Genoa) nosili bavlněné kalhoty barvené indigem. Francouzi pak lidem z Janova říkali „Genes“. Tímto způsobem pak došlo k odvození slova „jeans“, který byl aplikován na kalhoty.¹⁴⁶ Český výraz rifle je odvozen od stejnojmenné italské značky, která vyráběla džínsy v 2. polovině 20. století a byla v tehdejší Československu velmi populární. Dnes se běžně užívá anglicismu džínsy/jeansy.

Thomasová však připomíná, že současná historiografie se shoduje na tom, že denim, jak ho známe dnes, vznikl v 19. století v textilních továrnách v americkém Manchesteru ve státě New Hampshire, kde dostal název „jean“.¹⁴⁷

¹⁴³ THOMAS, Dana. *Fashionopolis*, s. 77

¹⁴⁴ Tkanina je plošná textilie, která vzniká provázáním dvou soustav přízí. Vertikální soustava je nazývána osnovou a horizontální útkem, který v závislosti na zvolené vazbě prochází mezi osnovními nitěmi. Základní tkalcovské vazby jsou plátňová, keprová a atlasová.

¹⁴⁵ *Illustrated Oxford dictionary*, s. 218.

¹⁴⁶ *Ibidem*, s. 432.

¹⁴⁷ THOMAS, Dana. *Fashionopolis*, s. 79.

4.2.1.2 Levi's a ti druzí

Příběh denimu by nemohl být vyprávěn nebýt setkání dvou pánů, jenž stáli bezprostředně u jeho zrodu. Prvním z nich je ten známější z obou, bavorský imigrant Levi Strauss. Ten se přistěhoval do San Franciska v roce 1853, aby rozšířil své obchodní aktivity a využil tak lukrativního období „zlaté horečky“. Tím druhým, méně známým je krejčí původem z Rigy, Jacob Davis, který působil ve městě Reno ve státě Nevada. Příběh začíná právě v Nevadě v roce 1870, když žena místního dřevorubce požádala pana Davise, aby pro jejího muže, nebyvalé velikosti, vyrobil bytelné kalhoty, které by vydrželi alespoň jednu sezónu a za něž zaplatí předem. Jacob nabídku přijímá a vyrobí kalhoty z bílé bavlněné látky, zakoupené od svého dodavatele látek ze San Franciska, Leviho Strausse. Historický okamžik přichází v době, kdy Jacobův pohled utkví na několika měděných nýtcích, které v dílně zůstali z předchozí práce. Klíčový byl právě nápad umístit tyto nýty na nejvíce namáhané části kalhot, tak aby se staly ještě bytelnějšími a odolnějšími. To léto prodal Jacob Davis desítky takových kalhot a jejich reputace se rychle rozšířila. Jacob vycítil potenciál svého vynálezu, v roce 1872 oslovil právě Leviho Strausse, který mu po celé období dodával látku, protože neměl dostatečné prostředky, aby si jej nechal patentovat sám a neměl ani dostatečnou kapacitu pro narůstající požadavky na výrobu. Patent č. 139.121 byl registrován 20. května 1873.¹⁴⁸

Patentované „Levisky“ se prodávali ve dvou variacích a to z grádlu¹⁴⁹ a denimu. Brzo vyšlo najevo, že denimová varianta je mnohem prodejnější, protože poskytuje po čase svému nositeli větší pohodlí při nošení a během času získává svůj jedinečný, dnes řečeno onošený charakter způsobený barvením indigem. To je dáno tím, že indigo nepenetruje přízi dovnitř, ale zůstává na povrchu vláken. Během nošení jsou pak molekuly barviva odlupovány a dochází tak k blednutí, tzv. šisování. Tímto se látka, respektive oděv z ní ušitý, stává jakousi kronikou svého majitele. Kalhoty byly nejdříve prodávány ze surového denimu, který nebyl nijak upraven či předeprán. Začátkem 20. století dělníci, kteří byli v té době jedinými nositeli džínů, zjistili, že si mohou kalhoty vysrážet a docílit tak komfortnějšího střihu. Nebo jak připomíná vtipně

¹⁴⁸ Ibidem, s. 80.

¹⁴⁹ Grádl je bavlnářská tkanina střední hmotnosti tkaná v keprové či atlasové vazbě.

Thomasová, obláci si nové džíny a sednout si v nich do vany plné vody.¹⁵⁰ To však mohlo mít za následek, že člověk vylezl z vany modrý, neboť stálobarevnost za mokra nebývá u denimu nijak vysoká.

V roce 1886 byla poprvé použita kožená nášivka, dnes již tradiční logo značky, zobrazující dva koně marně se snažící kalhoty „Levi’s“ roztrhnout. Jejím původním cílem bylo ještě zdůraznit bytelnost kalhot a posílit tak postavení jediného výrobce nýtovaného oblečení. Společnost však už tehdy věděla, že se patent brzy dostane do běžného života a i z tohoto důvodu bylo rozhodnuto o grafickém vyjádření síly a jedinečnosti. Patent z roku 1873, který zaručoval jedinečnost v použití nýtů pro upevnění kapes, vypršel v roce 1890 a s tímto datem vstupují na trh s oděvy z denimu vybaveného nýty i jiné, dnes stejně známé značky, jako například Lee. Pravděpodobně vlivem doby na pánské oblečení jsou pasové montérky, jak se džínsům v té době říkalo, od roku 1901 vybaveny dvěma nakládávanými kapsami, jak je to běžné i dnes.¹⁵¹

Až do dvacátých let 19. století byly oděvy z denimu doménou především pracovních oděvů pro farmáře a dělníky v dolech ve státech západní Ameriky. V této době, konkrétně od roku 1922, jsou „levisky“ vybaveny poutky na pásek s ponecháním knoflíků na šle. Začátkem třicátých let a s příchodem filmů s westernovou tematikou a imigrantskou vlnou osidlující západní pobřeží Ameriky se oblečení západu stává synonymem nezávislosti a tvrdého života drsných kovbojů nosících „levisky“. Denim jako materiál je nyní více skloňován coby symbol života autentických Američanů symbolizovaných Johnem Waynem a Gary Cooprem více než oblečení pro dělnickou vrstvu. Lidé, chtiví opravdových kovbojských zážitků, přijíždí do rančů v Kalifornii, Nevady či Arizony, kde si mohou zakoupit své první „levisky“. Ti vzali tento oděv i pro své přátele ze své domoviny a pomohli jej tak rozšířit do zbytku země i do zámoří. Červená visáčka tradičně zdobící pravou zadní kapsu, byla poprvé použita v roce 1936, aby došlo k odlišení originálních levisek od mnoha výrobců, kteří v té době také vyráběli pracovní kalhoty z tmavého denimu a obloukovým prošitím. V roce 1937 byly odstraněny knoflíky na šle a zákazníkům byly dodávány odepínací knoflíky pro případ, že by chtěl někdo stále šle používat. Reakcí na spotřebitele můžeme rovněž považovat

¹⁵⁰ Ibidem, s. 84.

¹⁵¹ webové stránky značky Levi’s [online] Dostupné z: <https://www.levistrauss.com/levis-history/> [cit. 27. 7. 2021]

stížnosti některých zákazníků, jimž nýty na zadních kapsách poškrábaly nábytek či sedla. Proto dochází k technologické změně a nýty zadních kapes jsou nahrazeny uzávěrkami. V roce 1943 byla firmou Levi's zaregistrována ochranná známka na design obloukového dekorativního prošití zadních kapes. Ty jsou od roku 1947 šity dvěma řadami stehů namísto jedné řady. Téhož roku navždy mizí i sedlový řemen a nýty byla opatřena i hodinová kapsa.^{152, 153, 154}

Dalšího rozšíření se džínsy dočkali během války, kdy američtí vojáci tento oděv nosili coby vycházkový mimo službu a tím se džínsy dostávají do podvědomí Evropy. První džínsy starého kontinentu byly vyrobeny v Německu roku 1948 v továrně Luise Hermanna. Tamtéž byly vyrobeny i první dámské džínové kalhoty se zdrhovadlem umístěným na straně. To bylo až roku 1953 a jmenovali se „Girls-Camping-Hose“. Firma Luise Hermanna se roku 1958 přejmenovala na dnes dobře známou značku Mustang. Konec 2. světové války předznamenává další změny ve společnosti a také novou éru pro oděvy z denimu vůbec. Ty jsou stále více spojovány s aktivitami volného času než s prací. Anekdota z roku 1951 krásně ilustruje změnu ve vnímání oděvů z denimu pracovního na volnočasový. Příběh začíná v době, kdy se Bing Crosby, tehdy nejznámější herec a zpěvák Ameriky, chtěl ubytovat v hotelu ve Vancouveru. O několik hodin dříve téhož dne byl na honu se svým kamarádem oděn do loveckého úboru z denimu a stejně tak přichází i do zmíněného hotelu. Byl však v tomto oděvu nepoznán a odmítnut být obsloužen recepcí hotelu až do svého rozpoznání jiným, všímavějším zaměstnancem. Tuto trapnou situaci obratně využila PR firmy Levis a zhotovila na míru šitý oblek z denimu s terčíkem červených visáček značky na klopě. Ten byl představen Bingu Crosbymu na jeho oslavě narozenin v Elku v Nevadě, kde byl čestným starostou. Padesátá léta však znamenala ještě jednu transformaci denimu, a to od ušlechtilých kovbojů charakterizujících národní hrdost vlající vlajky, po zdvižený prostředníček proti vlající vlajce, jakož to symbol vzdoru mladých zločinců a motorkářů. Za ikonu doby byl považován James Dean a jeho postava Jima Starka v bílém tričku a džínách Lee 101 z filmu *Rebel bez příčiny*. Ten se jako jeden z prvních filmů vůbec zaměřil na

¹⁵² PETROV, Michal. *Jeans story: retro blue* s. 14-20.

¹⁵³ COMSTOCK, CURTIS, Sandra. The Making of an American Icon. In: *Global demin*, s. 38-41.

¹⁵⁴ REGAN, Cindy. Role of denim and jeans in the fashion industry. In: *Denim: manufacture, finishing and applications*, s. 200-201.

svět problematické dospívající mládeže, která kvůli chybějícímu zázemí nemůže najít své místo ve světě kolem. Citová otupělost a zločinnost těchto stále ještě dětí je zde ukazována jako důsledek naprostého nepochopení rodičů, kteří nedokáží překročit hranice svého světa a naslouchat svým ratolestem. Obraz denimu jako oděvu delikventů vedl například k jeho zákazu nošení do škol, kde měli strach o svoji autoritu. Někteří pak naopak poukazovali na všechny slušné lidi nosící džíny. Nikomu se však nepodařilo zastavit obrovský nástup denimu a poptávku po něm. V této době již firma Levi's prodává své džíny po celé Americe a přejmenovává je z „montérek“ na „džíny“, které více odpovídají největší skupině nositelů. Právě národní prodej džínů vedl k nahrazení kožené nášivky za nášivku vyrobenou z tvrdého štítkového kartonu. V roce 1954 byly také na popud zákazníka vyrobeny první levisky zapínané na zdrhovadlo.^{155,156}

V šedesátých letech začali mladí nosit džíny coby protest proti společenským nešvarům zamořujících Ameriku. Stali se tak univerzálním oblečením, které vyjadřovalo solidaritu s pracujícími a méně majetnými a zároveň jako symbol svobody a rovnosti mezi sociálními vrstvami a etniky. Denim tak podruhé za deset let získal špatnou pověst a to ze stejných důvodů: rebelie, zpochybňování autorit, tradičních institucí a zvyků. V létě roku 1967 se sešlo asi 100 000 mladých lidí nedaleko San Franciska a společně sdíleli hudbu, myšlenky, tvořivost a nemalé množství psychoaktivních látek, aby otevřeli svou mysl novým zkušenostem. Toto léto je známo jako Léto Lásky a stalo se definujícím momentem celých šedesátých let. Denim prezentoval nespoutané mládí spolu s bílým plátnem pro jejich sebevyjádření. Byl to čas nových stříhů, výšivek, korálků a různých druhů aplikací ve všech možných podobách dle osobnosti nositele. Od sedmdesátých let směřovalo oblečení z denimu k ještě větší rozevlátosti a uvolnění siluety. Stále ještě panovala dobrá nálada a opojení Léta lásky. V návaznosti na to sponzorovala právě firma Levis v roce 1973 soutěž o nejexpresivnější denim, kterého se zúčastnilo přes 2000 tvůrců ze 49 států Ameriky. Džíny stále vyjadřovaly postoj a životní styl svých nositelů a proto nešlo o náhodu potkávat lidi oblečené do džínů malovaných, vyšívaných či jinak zdobených. Džíny se stali tradičním oblečením hippies od New Yorku až po Kalifornii.^{157, 158}

¹⁵⁵ Ibidem, s. 22-27.

¹⁵⁶ webové stránky časopisu Vogue [online] Dostupné z: <https://www.vogue.fr/fashion/article/vogue-encyclopaedia-the-history-of-denim-jeans> [cit. 28. 7. 2021]

¹⁵⁷ PETROV, Michal. *Jeans story: retro blue*, s. 32-37.

Postupně se však do módních katalogů vkrádají i jiné materiály pro výrobky tradičně vyráběné z denimu. Přichází nástup umělých vláken a to především polyesteru a nových finálních uprav oděvů jako například úprava nemačková. Na několik okamžiků jakoby se zdálo, že denim je na ústupu. Avšak marketingové společnosti udělaly své a od poloviny sedmdesátých let můžeme opět hovořit o nárůstu jeho popularity na úkor ostatních materiálů. Koncem sedmdesátých let denim vešel do hledáčku velkých módních tvůrců a jednou provždy přestal být outsiderem mezi látkami. Denim se stal levným a všudypřítomným na straně jedné a vysoce módním na straně druhé. Velké módní domy vyráběly svou nablýskanou a pro náročné zákazníky určenou verzi funkční klasiky a s cenami značně odlišnými od těch, za které se jinak džíny prodávaly. Calvin Klein, který vytvořil svou první džínovou kolekci v roce 1977 a již v roce 1981 prodal neuvěřitelných 500 milionů párů se značkou CK¹⁵⁹. Možná právě reklamní spot s 15letou Brooke Shieldsovou udal nový tón pro dekády, které následovaly. „Ty víš, co je mezi mnou a mými Kalvinkami? Nic!“ Od této doby se džíny dostali na přehlídková mola a už z nich nesestoupily.^{160,161}

Nafouknutá bublina osmdesátých let ve vysoké módě splaskla s ekonomickou krizí let devadesátých. To byla pro denim velká rána, která donutila i firmu Levi's, největšího výrobce džínů, zavřít 14 továren v Americe a v Evropě.¹⁶² Problém však byl hlubší než pouze ekonomický. Boom denimu v letech osmdesátých trvale poznamenal mladé a revoltující postavení džínů. Mladí, kteří vyrůstali v devadesátých letech, chtěli prolomit tuto explozi denimu. Možná i fakt, že jejich rodiče chodili v džínách od rána do večera, nasměroval jejich pohled k jiným druhům oblečení jako například kalhoty s kapsami vojenského stylu nebo značkovému sportovnímu oblečení, které bylo modernější, např. značky Gap či Tommy Hilfiger, jak poznamenává Thomasová.¹⁶³ S léčbou na tento druh neduhu, který v té době sužoval džíny, přišla nově se rodící

¹⁵⁸ REGAN, Cindy. Role of denim and jeans in the fashion industry. In: *Denim: manufacture, finishing and applications*, s. 203-204.

¹⁵⁹ THOMAS, Dana. *Fashionopolis*, s. 83.

¹⁶⁰ REGAN, Cindy. Role of denim and jeans in the fashion industry. In: *Denim: manufacture, finishing and applications*, s. 206.

¹⁶¹ PETROV, Michal. *Jeans story: retro blue*, s. 48.

¹⁶² THOMAS, Dana. *Fashionopolis*, s. 92.

¹⁶³ *Ibidem*, s. 91.

subkultura, která opět jako i v minulosti adoptovala denim za svůj. Kultura vznikající na předměstích velkých měst, opět s notnou dávkou rebelie a odporem vůči systému, která na vlnách zlomeného beatu se od průkopníků jako byli Public Enemy nebo Gang Starr stává postupně mainstreamovou a rychle začíná ovlivňovat davy. Společně s hudbou přináší hiphopová kultura také pohodlnou a uvolněnou siluetu denimu, která dominovala na konci devadesátých let a začátkem 21. století. Nemůžeme však říci, že by tato minorita zachránila výrobu oděvů z denimu respektive výrobu lokální. Zaměření na zisk znamenalo nejen u firmy Levi's, že oblečení nebude vyrábět, ale bude ho vytvářet, nabízet a distribuovat a tedy, že se výroba přesune k subdodavatelům.¹⁶⁴ Tento model tzv. outsourcované výroby je v současné době dominujícím pro celé odvětví oděvního průmyslu. Je založen na dislokování výroby do zemí, v níž jsou náklady na výrobu stlačeny mnohdy na minimum. Souvisí to zejména s nízkou cenou práce tamních dělníků, ale i nižšími náklady vstupních parametrů a všech navazujících operací.

V roce 2003 slavila značka Levi's 130 let od vynálezu džínů Levi Straussem a Jacobem Davisem.

4.2.1.3 Současné perspektivy oděvů z denimu

Odkaz dědictví, který v současné době hýbe obchodem s džínami lze vystopovat do roku 1993, kdy firma Levis odstartovala kampaň „Send Them Home Search“, aby našla nejstarší pár levisek na území Spojených států. Vítězné džínny z roku 1920 již v té době signalizovali zaměření firmy na její kořeny. V roce 1996 byla vytvořena nová linie značky nazvaná Levi's Vintage Clothing, která navázala na bohatou historii značky, jež byla v první řadě zaměřena na pracovní oděvy.¹⁶⁵ Dalo by tedy říci, že autenticita je to klíčové slovo pro denim dneška. Široké množství mnohdy složitých procesů, oprání a konečných úprav, které byly navrženy právě pro to, aby dodaly džínům jejich autentický a onošený vzhled. A to tak, aby bylo dosaženo ihned viditelné patiny, která se např. u soch objevuje až časem.

V současné době nabízejí firmy oděvy z denimu v různých podobách a střížích. Dalo by se říci, že u oděvů pro dolní část těla ještě stále setrvává vyštíhlení siluety, jak

¹⁶⁴ Ibidem, s. 93.

¹⁶⁵ webové stránky značky Levi's [online] Dostupné z: <https://www.levistrauss.com/wp-content/uploads/2014/01/History-of-Levis-501-Jeans.pdf> [cit. 6. 8. 2021]

u oděvů dámských tak i pánských, ačkoliv již v posledních pár letech je narůstající trend v návratu k siluete osmdesátých let s rozšířenou nohavicí v oblasti stehen k dolnímu kraji se zužující, vysokým pasem a zkrácenou délkou u dámských kalhot. Ty jsou známé pod názvem „slouchy“. Přičemž zkrácenou délku je možné zaznamenat i u kalhot pánských. Běžné jsou džíny úplně na tělo, což dovoluje elastické vlákno v tkanině. Samozřejmostí však zůstává nabídka klasických a ověřených střihů jak například reprezentuje styl 501 značky Levi's, který se s menšími obměnami prodává již desítky let. Jednoznačně však nejdůležitějším a rozhodujícím pro prodej džínů dnes je jejich finální vzhled a organoleptické vlastnosti tedy komfort. Uvedme také nejznámější techniky používané k finálním úpravám oděvů z denimu, přičemž se nebudeme zabírat těmi základními technikami praní. Rovněž nebude možné postihnout všechny technologie, neboť se jedná o nespočetné variace technik, které používají návrháři a textilní chemici k dosažení požadovaného módního vzhledu, jak dodává Kan.¹⁶⁶

Rinse wash/Desizing: je základní typ oprání na džínách a po jeho aplikaci džíny zůstávají tmavé. Dochází k odbourání šlichty a dosažení lepšího omaku zboží.¹⁶⁷

Enzyme wash: je chemický proces, kdy jsou během pracího procesu přidávány do prací lázně enzymy, tím je dosaženo měkkého a hladkého omaku a také tzv. onošeného vzhledu především na dvojité přeplátovaných švech. Enzymy jsou proteiny, které jsou biologicky odbouratelné a tím šetrné k životnímu prostředí.¹⁶⁸

Stone wash: zde se jedná se o mechanickou finální úpravu, při níž jsou již hotové výrobky prány s pemzovými kameny. Tímto je materiál silně namáhán, hlavně u okrajů kapes či dolního kraje dochází k odření až roztřepení v závislosti na množství kamenů a požadovaném efektu. Pračky pro tento druh úpravy jsou speciálně přizpůsobeny a zesíleny, aby mohly prát až 140 džínů a 300kg kamení.¹⁶⁹

Bleach wash : Zde se jedná o extrémní, vícenásobné bělení při teplotě 55-60°C. Nejčastějším bělicím prostředkem je manganistan draselný (KMnO₄), popřípadě

¹⁶⁶ KAN, Chi, Wai. Washing techniques for denim jeans. In: *Denim: manufacture, finishing and applications*, s. 315.

¹⁶⁷ Ibidem, s. 316.

¹⁶⁸ Ibidem, s. 320-321.

¹⁶⁹ Ibidem, s. 318-319.

chlornan sodný (NaOCl). Možná je také kombinace chemického a mechanického působení pemzovými kameny a bělidly.¹⁷⁰

Acid wash: je technikou, při které jsou nejprve pemzové kameny napuštěny silným oxidačním činidlem (manganistan draselný či chlornan sodný) a následně jsou použity při sušení oděvů v bubnové sušičce, přičemž dochází k uvolňování a působení oxidačních prostředků na oděvy. Typické pro tuto techniku je lokalizovaný sepraný efekt v jasném kontrastu modré a bílé.¹⁷¹

Vedle těchto speciálních druhů praní se pro dosažení autentického vzhledu používají i další mechanické a chemické finální úpravy jako jsou dílčí pískování, broušení či kartáčování, čímž je například dosaženo vzhledu tzn. „vousů“. Ty v případě neupraveného denimu vznikají samovolně během nošení a to zejména v přední části kalhot v oblasti stehen, kde dochází během sezení k deformaci látky a tím k jejímu odírání. Dalšími metodami je postřikování barevnými pigmenty popřípadě nanášení dalších bělicích prostředků. Kan v souvislosti s metodou pískování připomíná také otázku zdravotní bezpečnosti při jejím provádění. Jedná se totiž o techniku, při níž jsou požadované části oděvu vystaveny působení speciálních písků, které jsou pod tlakem aplikovány na oděvy. Ačkoliv je možné provádět pískování manuálně i mechanicky, je v zemích, kam byla v rámci outsourcingu výroba přesunuta, preferováno její provádění člověkem, které je z ekonomického hlediska pro továrny výhodnější. Tato technika byla původně vyvinuta pro oblast hornictví a stavitelství a začala být v Evropě regulována od šedesátých let, neboť vedla k vážnému poškození dýchacího ústrojí dělníků vedoucí až ke smrti.¹⁷²

Jednou z úplně prvních možností, jak dosáhnout unikátního vzhledu denimu, jsou však techniky vazebné, popřípadě používání efektních přízí při tkaní.

Ekologické aspekty, a to zejména tzv. mokré procesy, které jsou spojeny s velkým využíváním vody, jehož výsledek je tekutý odpad, jsou velkým problémem a i v tomto odvětví je snaha tyto negativní vlivy eliminovat. Ačkoliv třeba použití enzymů pomalu nahrazuje oxidační činidla, stále je nutné použití chemických látek, které zajistí chemickou stabilitu enzymů. Trendem se tedy stávají suché techniky, které

¹⁷⁰ Ibidem, s. 316-317.

¹⁷¹ Ibidem, 322-323.

¹⁷² Ibidem, 323-324.

jsou v podstatě bez použití vody. Některé techniky jsou již komerčně dostupné jako například použití laseru, ozonu či tzv. „ice blasting“, který by mohl nahradit metodu pískování, neboť residuálním materiálem pro použití tohoto suchého ledu je pouze oxid uhličitý.¹⁷³ Možná lidé v budoucnu nebudou toužit po džínách, které budou vybledlé a zničené. Při pohledu do ulic to však tak zatím nevypadá.

4.2.1.4 Užší a užší

Calvin Klein prý poznamenal, že džíny jsou sex a čím těsnější, tím lépe se prodávají.¹⁷⁴ V této souvislosti je nutné říci, že kalhoty z denimu byly až do sedmdesátých let ve většině prodávány nevysrážené. Zákazník si tedy musel koupit kalhoty o 1-2 čísla větší. Ty se po vyprání srazily, v tom lepším případě na jeho velikost. Problém nebyl v tom, že by v té době neexistovala metoda či technologie, která by tomuto problému předešla, ale fakt, že technologický postup sanforizace¹⁷⁵, který je dnes běžný, nebyl v oblasti produkce denimu až do šedesátých let plně adaptován, ačkoliv jako technologie byl známý od roku 1930.¹⁷⁶ Původní či řekněme standardní džíny jsou vyráběny z 100% bavlněné tkaniny, která je poměrně tuhá a až časem se takzvaně „zlomí“ a poddá. Zejména pokud se jedná o žádným způsobem neupravený denim. I přes toto omezení se silueta kalhot stávala někde užší, jinde širší. V případě té užší varianty pak bylo nutné se do džínů nasoukat či narvat. Vzpomínám si na osobní zážitek z obchodu s jeansy kolem roku 2010, kdy paní asistentka volá na paní, která si zrovna v kabině zkouší džíny, ať ještě vydrží, že ona jí pomůže a se slovy: „Do těch džínů se prostě musíte dostat“ odbíhá ke kabině k zoufalé zákaznici. Dámy jistě ví, že kalhoty tohoto typu nošením povolí, a proto je ta „správná“ velikost žádoucí. K této změně dochází právě z důvodů použití keprové vazby v denimové tkanině, jejíž tažnost zejména ve směru útkové nitě, tedy v rovině horizontální, je výrazně menší a dochází k tažné deformaci ve vláknech. Ta však není trvalá a po praní se vrací většinou

¹⁷³ Ibidem s. 352.

¹⁷⁴ PETROV, Michal. *Jeans story: retro blue*, s. 48.

¹⁷⁵ Sanforizace je metoda kompresního srážení materiálu, zejména bavlny. Jedná se kombinací mechanického působení tlaku za pomoci válců a horkého vzduchu, při kterém dochází k vysrážení textilního materiálu až do 1%. V běžné praxi je garantována srážlivost 2-3%.

¹⁷⁶ THOMAS, Dana. *Fashionopolis*, s. 83.

do původního stavu. Míru deformace pak lze vyjádřit na základě Hookova¹⁷⁷ zákona a Yungova modulu pružnosti, který lze definovat jako poměr napětí a deformace, která jím je vyvolána.

Problém s „nasoukáváním“ se do džínů byl částečně vyřešen v roce 1962, kdy se na trhu objevilo první elastomerové vlákno pod názvem Lycra. Avšak na první aplikaci do denimu si muselo počkat až do roku 1978, kdy se první strečové džíny objevily v Londýně zásluhou designéra Petera Goldinga. Uvedení těchto super těsných jeansů z japonského strečového denimu mělo okamžitý úspěch a záhy byly exportovány i do zámoří.¹⁷⁸ Regulérního užívání elastomerového vlákna v produktech z denimu je možné sledovat u předních výrobců od osmdesátých let, kdy se objevují v nabídce většiny výrobců tohoto segmentu. Řekli jsme, že problém byl vyřešen částečně, a to zejména z toho důvodu, že použití těchto speciálních vláken má své limity, které závisí na kvalitě zpracování všech procesů a samozřejmě i na množství, které je pro danou tkaninu použito.

Vlákno samotné bylo vyvinuto Josephem Shiversem, chemikem firmy DuPont již v roce 1958, avšak jeho cesta k zákazníkům a následná průmyslová výroba byly poněkud opožděny.¹⁷⁹ Podle doporučení ASTM (American Society for Testing and Materials) jsou tato vlákna považována za elastomerová, pokud jsou za normální teploty schopná protažení o nejméně dvojnásobek své délky a po odstranění napětí se prakticky okamžitě zkrátí na přibližně svoji původní délku.¹⁸⁰

Profesor Militký zařazuje tyto vlákna do skupiny vláken pro oděvní aplikace, pro něž jsou právě rozhodující vlastnosti související s projevy fyziologickými (transport vlhkosti a tepla), vlastnostmi povrchovými (lesk, tření) a mechanickými. To jsou ty, které ovlivňují pocity při nošení, ale také estetické projevy jako je splývavost mačkavost nebo žmolkovitost.¹⁸¹

¹⁷⁷ Hookův zákon říká, že deformace je přímo úměrná napětí.

¹⁷⁸ webové stránky Petera Goldinga [online] Dostupné z: <https://petergolding.com/> [cit: 27. 7. 2021]

¹⁷⁹ MOSKOWITZ, Sanford. *Advanced Materials Innovation: Managing Global Technology in the 21st century*, s. 75-76.

¹⁸⁰ MILITKÝ, Jiří. *Textilní vlákna*, s. 202-203.

¹⁸¹ MILITKÝ, Jiří. *Textilní vlákna*, s. 177.

Denim dneškem slaví své 150. narozeniny a můžeme říci, že prožívá opět jedno z období, o kterém pravděpodobně historici budou psát jako o období na výsluní. Stačí jen pohled do ulic a je jasné, že denim si stále uchovává svůj fenomén a je nedílnou součástí šatníku každého z nás. Je to dáno pravděpodobně jeho univerzálností a možná právě i autentickým vzhledem, který si dnes můžeme již zakoupit, ale který se i nadále nošením bude přizpůsobovat dle charakteru osobnosti nositele. Díky svým vlastnostem bude na oděvu vidět, jak často jej člověk nosil, jak pral, kam jej nosil.

V historii této obdivuhodné látky je patrné, že vždy byla více či méně spojována s nějakou skupinou vyznávající podobné názory či poslouchající stejnou hudbu. Dnešní situace se však zdá být jiná. Džíny oblékají snad všechny věkové kategorie ve všemožných střihových variacích a úpravách. Jaká je budoucnost denimu? Stane se uniformou moderního věku? Kam až člověk zajde v dosažení autentičnosti a je to vůbec ta správná cesta? Na odpovědi na tyto i další otázky si však budeme muset počkat. Jedním z trendů v produkci denimu je i obrat k udržitelnosti. Ten souvisí jak s použitím organické bavlny, šetrnějšími výrobními postupy zejména dokončovacích prací, ale také s opětovným použitím a recyklací denimu. Společenská, enviromentální odpovědnost tak ovlivňuje design, technologie a možná celou budoucnost oděvů nejen z denimu.¹⁸²

4.3 Udržitelnost a souvislosti

Pojem *udržitelnost* (sustainability) společně s odpovědností je v současné době skloňován ve všech pádech a dalo by se říci, že se stal v podstatě módní záležitostí. Podívejme se nyní na význam toho slova. Podle oxfordského slovníku nabývá dva významy. Tím prvním je použití přírodních produktů a energií takovým způsobem, který je šetrný k životnímu prostředí. Druhým významem je schopnost pokračovat či možnost být opakován po delší dobu.¹⁸³ Gardetti společně s Delgado-Luqueovou, kteří se právě udržitelností v rámci oděvního sektoru zabývají, připomínají, že výraz *sostenibilidad* (udržitelnost) byl do slovníku Královské španělské akademie (RAE) přidán až v roce 2010. Jeho definice zde se týká pouze životního prostředí a přírodních

¹⁸² REGAN, Cindy. Role of denim and jeans in the fashion industry. In: *Denim: manufacture, finishing and applications*. s. 212.

¹⁸³ Oxford university press [online] Dostupné z: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/sustainability> [cit. 6. 8.2021]

zdrojů, na rozdíl od názoru, který převládá v sektoru obchodním i u většiny zainteresovaných institucí, který pod pojem udržitelnost zahrnují také aspekty sociální a individuální. Důraz na suroviny a některé specifické aspekty environmentální stránky, které je možné spatřovat u některých značek definujících se jako udržitelné a přitom bagatelizují ostatní koncepty související s komplexním obrazem udržitelnosti. Olga Algayerová, výkonná tajemnice Ekonomické komise pro Evropu v rámci organizace spojených národů (UNECE), popisuje situaci způsobenou módním průmyslem jako „nouzovou“. Tento výraz se tak stává vysoce vizuálním. Což je znepokojující nejen kvůli dopadům na životní prostředí, ale zejména kvůli pojmu „mimořádná událost“ či „pohotovost“, který zde můžeme použít a aplikovat na stav způsobený nadspotřebou v módě.¹⁸⁴

Ve Španělsku byl vývoj udržitelné módy veden poměrně velkým počtem podnikatelů a to v souladu s kritérii popsanými Evropskou komisí v jejím prohlášení z 6. května 2003. Tento segment se zde vyznačuje inovacemi a originalitou, přičemž se ale výrobky těchto mikropodniků neřídí trendy stanovenými velkými módními centry. A právě naopak vytvářejí zboží, které má svou identitu spojenou s geografickým, produkčním a kulturním prostředím. Značky, které zapadají do výše uvedeného segmentu, tvrdí, že jsou „udržitelné“ a to jak v komunikaci, vztahy se zákazníky i v prodeji jejich produktů. Toto tvrzení je však převážně založeno na bázi materiálů, přičemž nejdůležitější místo zaujímá certifikovaná organická bavlna. Ta v některých případech zahrnuje i další aspekty jako je například použití přírodních barviv. Mnohé z těchto značek jsou různými národními organizacemi klasifikovány jako udržitelné. Ty si stanovily vlastní kritéria udržitelnosti. Mezi tyto organizace patří například Asociación Moda Sostenible de España (AMSE), Asociación de Moda Sostenible de Barcelona (AMSB), Moda Sostenible de Zaragoza (Catálogo Deseclipsando), Slow Fashion Next (Moda en Positivo) atd.¹⁸⁵

¹⁸⁴ GARDETTI, Angel, Miguel, LUQUE, DELGADO, Lourdes, Maria. Sustainability Goes Far Beyond “Organic Cotton.” Analysis of Six Signature Clothing Brands. In: GARDETTI, Angel, Miguel, MUTHU, Senthilkannan, Subramanian, ed. *Organic Cotton*. s. 42.

¹⁸⁵ Ibidem.

4.3.1 Co vlastně znamená být udržitelný?

V analýze, kterou publikoval prestižní španělský časopis *Modaes.es* o udržitelná módě ve Španělsku ohledně postojů značek, které se prezentují jako udržitelné, se tvrdí, že přední výrobci z této oblasti podnikají veškeré kroky ani ne tak, aby vytvořili udržitelnou módu, ale aby změnili veškeré procesy v udržitelné. Definice vydaná Evropskou komisí zahrnuje environmentální i sociální aspekty a to bez omezení, pokud jde o typ průmyslového odvětví, obchodní model nebo velikost. Právě z tohoto důvodu jak agentury, tak i instituce předložily různé návrhy na zúžení konceptu udržitelnosti. Obchodní aspekt však hraje v této iniciativě o vytvoření udržitelné módy důležitou roli, která je v zásadním rozporu s navrhovanou sníženou spotřebou. Tedy jak nám ukazuje realita, módní značky nevyrobí zboží, které by bylo nezbytné. To však v důsledku znamená, že žádný módní oděv není právě inherentně udržitelný. Odborníci spekulují, že dnes je značka stále považována za přidanou hodnotu, ale v blízké budoucnosti se prý stane nezbytným pro její životaschopnost. Vypadá to však, že mezi prohlášeními, které společnosti proklamují ve svých zprávách o udržitelnosti a skutečných obchodních postupech je ještě velká mezera. Oproti této skutečnosti stojí za pozornost poukázat na citlivé chování španělských spotřebitelů v této souvislosti. Jakým způsobem přemýšlejí o zodpovědné spotřebě a udržitelném rozvoji? Na základě zprávy připravenou Club de Excelencia en Sostenibilidad a s pomocí poradenské firmy Nielsen Gardetti s Delgado-Luqueovou argumentují, že obecný názor španělského lidu na udržitelnost souvisí s problémy životního prostředí. Španělé rovněž věří, že ekonomické zájmy jsou hlavní překážkou udržitelnosti. Rovněž jsou přesvědčeni o tom, že regulace, vzdělávání a informovanost jsou klíčem k podpoře odpovědné spotřeby.¹⁸⁶

Gardetti navrhuje model, který zdůrazňuje udržitelnou realitu, jenž zahrnuje ekonomické, environmentální i sociální aspekty. To vše se silnou dynamickou, interaktivní a multidisciplinární povahou, která odhaluje systémový aspekt udržitelnosti. To znamená, abychom porozuměli udržitelnosti, je nezbytné ji chápat v širších souvislostech. Tedy uznat, že udržitelnost je o blahu a dlouhodobém horizontu, při zvyšování povědomí, které přesně odráží její důsledky, chránit ji a odpovědně nezdržovat nutné změny. Tento širší obraz všech proměnných, které mají přímý dopad na udržitelnost, zahrnuje: životní prostředí, spotřebitele, suroviny, design a inovace,

¹⁸⁶ Ibidem, s. 44.

stejně jako technologické a společenské souvislosti, ale rovněž i obchodní modely, marketing a s tím spojenou komunikaci. Tento přístup, který je založený na uceleném obrazu nám pomůže identifikovat takové aspekty, které mají dopad na udržitelnost módy a textilu, včetně udržitelnosti ekonomické, zajištění průběžného a dostatečného peněžního toku, které zajišťují životaschopnost značky. Otázky týkající se životního prostředí sahají od efektivního využívání vody, včetně jejího znečištění a managementu odpadních vod, využívání energií a půdy, emise plynů - CO₂, současně s procesy související s nebezpečnými materiály a látkami a jejich integrace do lidského těla, jakož i řízení odpadů v celém rozsahu, včetně jejich likvidace. Spotřebitelský aspekt na jedné straně zahrnuje přístup k informacím a odpovědnost při nakupování. Na straně druhé to je o odpovědnosti, která souvisí s péčí o oblečení a tedy rovněž s efektivním nebo neefektivním využíváním vody a energií, používání čisticích chemikálií a to bez přehlížení toho, co dělat s oblečením, které nenosí (plýtvání/dary). Inovace chápaná jako postupné a neustálé zlepšování, byla ve skutečnosti až příliš rozvinutá. Možná nejlepší otázkou, kterou bychom se měli zeptat sami sebe je: „Jaký typ inovací potřebujeme k dosažení udržitelnosti?“ Odpovědí by mohlo být, že nás přivede k „převratné inovaci“, která zajistí systémovou transformaci. Příchod paradigmatu udržitelnosti novinek vyvolává reakci značky a umožňuje zvýšit její závazek vůči výrobkům, postupům, tak i stávajícím trhům. Technologické aspekty zahrnují procesy a problémy související s produkty, zatímco sociální aspekty zahrnují pracovní právo, lidská práva, sociální začleňování, znalosti a porozumění v oblasti boje proti korupci i rychlé módě. Svět obchodu navíc nemá problém uznat, že udržitelnost je součástí obchodního modelu a nezbytnou podmínkou pro podnikání. Na druhé straně marketing se stává nástrojem sdělování udržitelného poselství zákazníkům a i proto je marketing velkým spojencem brandingu, protože udržitelnost pro sebe zabírá část jeho projevu. Nakonec tu máme suroviny. Ty zahrnují nejen suroviny v širším smyslu, ale také problémy související s využíváním vody, energie, půdy i recyklaci. Právě techniky pre-designování a výroby nových oděvů nebo jejich části ze starých kusů látek a příslušenství přinesly významnou transformaci v nakládání se surovinami. Hodnota použitých materiálů se změnila.

Podle Gardettiho jsou systémová vize a transparentnost dva nejdůležitější aspekty napříč celým řetězcem, přičemž důležitost transparentnosti musí být doložena zejména při sledování dodavatelského řetězce, což je zásadní pro udržitelnost všech

zúčastněných stran. Proto by tento aspekt měl být upřednostňován, jak to jde od získávání surovin po maloobchod. Právě dodavatelský řetězec má různé dopady na všechny jeho články a konečný produkt ovlivňuje životní prostředí i společnost. Systematická povaha udržitelnosti odhaluje, jak spolu všechny jednotlivé kategorie souvisí. Ukazuje například, že znečištění ovzduší z procesů výroby a ošetřování oděvů a textilu může být spjato se změnou klimatu, která může následně ovlivnit výrobu surovin i výrobní procesy. Sledovatelnost je tedy možnost zpětného dohledání úplných informací o produktu na základě jedinečné identifikace a to od získávání komponentů přes každou fázi výroby až do jeho konečné likvidace. Spolu s výše uvedeným je nejdůležitějším aspektem modelu, který Gardetti navrhuje, uvažování o udržitelnosti textilu a módy na úrovni individuální. Měli bychom pečlivě přemýšlet o tom, kdo jsme, jak řídíme svět pomocí vědy a technologií, se zvláštním zaměřením na humanistické a etické kategorie a to zejména, pokud jde o odpovědnost za naše vlastní činy.¹⁸⁷

4.3.2 Certifikace

Vzhledem k obtížnosti definovat udržitelnost v textilním a módním odvětví a to, jak ji měřit, se objevily se certifikace. Obecně vzato má proces certifikace textilu tyto rozměry. Tím prvním je certifikace surovin a tím druhým certifikace textilií z nich vyrobených. Ty by měly zohlednit i látky používané při výrobě jako jsou barviva a drobná příprava, přičemž dohledatelnost produktů i jejich součástí by měla být brána v úvahu společně se surovinami. Mimo různých pečeti a štítků o provedené certifikaci mají společnosti ještě jednu možnost monitorování a ověřování principů udržitelnosti, jedná se o takzvanou zprávu o udržitelnosti, která je připravena na základě pokynů stanovených Global Resource Initiative (GRI). Zatímco tedy vlády přijaly zákony o práci a environmentálních problémech, pokud jde o udržitelnost, existují faktory, které buď nespádají pod tyto předpisy, nebo jsou nedostatečné.¹⁸⁸ Podívejme se tedy nyní ve stručnosti na některé významné původce těchto certifikátů tedy: GOTS, OCCGUARANTEE a Standard 100 od OEKO-TEST.

Standard GOTS stanovuje soubor požadavků, které by společnosti měly splňovat během výrobních procesů, se zvláštním zaměřením na organickou bavlnu.

¹⁸⁷ Ibidem, s. 44-48.

¹⁸⁸ Ibidem, s.49.

V této souvislosti potvrzuje, že použitá bavlna byla pěstována bez pesticidů, toxických hnojiv či bez transgenních semen. GOTS je mezinárodní standard vytvořený členy textilního průmyslu a různými organizacemi s textilními standardy, který se snaží ve spolupráci s IFOAM (Mezinárodní federace hnutí ekologického zemědělství) stanovit harmonizovaná kritéria platná po celém světě. Systém GOTS je založen na kontrolách a certifikaci zpracovatelů, výrobců ale i obchodníků, které jsou prováděny nezávislými a akreditovanými orgány GOTS. Další organizace zabývající se certifikací je OCCGUARANTEE, vytvořená společností Organic Cotton Colours. Zde se však jedná zároveň o dodavatele, který má platnou certifikaci od GOTS s identifikačním číslem CU 832882¹⁸⁹. Ti vyrábí 100% organickou bavlnu přirozeně barvenou bez použití barviv. Jejich zemědělská výroba má velký sociální dopad na 450 rodin, které jsou součástí tohoto projektu. Společnost Organic Cotton Colors založil Ángel Sánchez v devadesátých letech 20. století. V roce 2010 se Santi Mallorquí, současný generální ředitel, rozhodl v projektu pokračovat se stejnými hodnotami a filozofií. Přidává nový sociální rozměr, začít pracovat s farmáři z Brazílie. Se zemí, která splňuje požadavky tak, aby mohli pěstovat barevnou bavlnu. "Naším cílem je vytvořit skutečný sociální dopad a pomoci všem rodinám, kteří žijí z vlastních plodin.“¹⁹⁰

V souvislosti s certifikací barviv a textilních přípravků můžeme zmínit švýcarskou skupinu OEKO-TEX specializující se na vývoj standardů pro textilní průmysl a emitenta dvou certifikací: Standard 100 pro detekci škodlivých látek a Standard 1000 pro environmentální management. Od svého zavedení v roce 1992 byl ústředním bodem standardu vývoj testovacích kritérií a mezních hodnot na základě jejich komplexních a přísných opatření s několika stovkami regulovaných jednotlivých látek, které v mnoha případech daleko přesahují platné národní a mezinárodní standardy. Testy OEKO-TEX® na škodlivé látky vycházejí hlavně z účelu, pro něž jsou jednotlivé textilie a materiály určeny.¹⁹¹

Pouhá skutečnost, že existují povinné požadavky, znamená hodně. Držení certifikace samozřejmě nezaručuje, že je produkt částečně nebo zcela udržitelný.

¹⁸⁹ Global organic textile standard [online] Dostupné z: https://global-standard.org/find-suppliers-shops-and-inputs/certified-suppliers/database/search_result/5331 [cit: 16. 8. 2021]

¹⁹⁰ GARDETTI, Angel, Miguel, LUQUE, DELGADO, Lourdes, Maria. Sustainability Goes Far Beyond "Organic Cotton." Analysis of Six Signature Clothing Brands. In: GARDETTI, Angel, Miguel, MUTHU, Senthilkannan, Subramanian, ed. *Organic Cotton*. s. 50.

¹⁹¹ Ibidem., s. 48-51.

Znamená to jen, že se značka či výrobce přihlásil k tomu být v jistých aspektech udržitelný. Rozmach certifikace je evidentní a různé platformy se staly výkladní skříní pro značky s jejich certifikáty. Je to zejména z toho důvodu, že nemají žádný jiný monitorovací nástroj. Ve skutečnosti se značky autentizují samy. Jako příklad uvádí Gardetti s Delgado-Luqueovou platformu, která má název *Moda Impacto Positivo* podporovaná *Slow Fashion Next*. Účel tohoto partnerství a spolupráce, jenž vyústil k vytvoření této módní platformy, definoval některé symboly, které pomáhají identifikovat aspekty udržitelnosti, které jednotlivé značky představují. Přesnost těchto údajů je deklarována podepsáním dokumentu o volném přístupu k webové stránce. Vlastní prohlášení zahrnuje rovněž zřeknutí se odpovědností za jeho obsah, které platí i pro platformu a tím je pro jejího zakladatele neškodný.¹⁹²

4.3.3 Transparency

Na začátku léta roku 2019 uvedl on-line prodejce módy *Missguided* sídlící v Manchesteru na trh bikiny za 1 libru (to je v současné době přibližně 30 korun českých). Jednalo se o černé dvoudílné plavky vyrobené z polyesteru, ten patří mezi nejlevnější a snadno dostupné materiály. Poté, co byly bikiny inzerovány během televizních epizod reality show *Love Island*, se společnost snažila držet krok s poptávkou zákazníků. Bikiny se vyprodaly do 45 minut od naskladnění. Marketingový trik se osvědčil a katapultoval prodeje do astronomických částek. Mezitím britští poslanci odmítli navrhovanou daň „rychlé módy“, jejímž cílem je účtovat módním výrobcům 1 libru za takto vyráběné oděvy a získané prostředky použít na zlepšení odběru použitého oblečení a jeho následné recyklace. Mnoho komentátorů upozorňovalo na hyper-spotřební povahu ve vztahu k módě a oblečení a vyzívali, aby byly vyčísleny skutečné lidské a environmentální náklady na bikiny za 1 libru. A tak zatímco Nitin Passi, podnikatel, který založil *Missguided* v roce 2009 a vybudoval tak mnohamilionový globální podnik na prodeji levného oblečení, někteří jiní podnikatelé, návrháři a módní podniky přehodnocují přístup k prodeji oděvů i jejich skutečnou hodnotu a módy jako takové. Jakými způsoby módní značky dávají do souvislosti hodnotu svého oblečení pro spotřebitele? Richardsová zaměřila svůj výzkum

¹⁹² GARDETTI, Angel, Miguel, LUQUE, DELGADO, Lourdes, Maria. Sustainability Goes Far Beyond “Organic Cotton.” Analysis of Six Signature Clothing Brands. In: GARDETTI, Angel, Miguel, MUTHU, Senthilkannan, Subramanian, ed. *Organic Cotton*. s. 51.

na univerzitě v Melbourne na transparentnost módních značek, které se profilují jako udržitelné a to, jakým způsobem informují o hodnotě oblečení. Podle průzkumu, který provedl Futerra's Honest Product Guide for Fashion, bylo zjištěno, že 76 procent spotřebitelů požaduje více informací o společenských a environmentálních dopadech oblečení, které si kupují a nosí. Tyto zahrnují aspekty spojené s výrobou, jako jsou environmentální náklady na výrobu panenských vláken, pěstování geneticky modifikovaných plodin nebo používání zpracování syntetických barviv, jakož i náklady spojené s lidskou činností. Tyto zahrnují také dopady, jako je mikro plastové znečištění při praní či potenciál oděvů k opravě a opětovnému použití či jeho recyklovatelnost na konci jeho životnosti. The Honest Product Guide také uvádí, že 94 % spotřebitelů bude pravděpodobně loajálních ke značce, která nabízí úplnou transparentnost, a to navzdory potenciálně zvýšeným nákladům. Tato výzva k transparentnosti je stále více slyšitelná zejména od katastrofy v Rana Plaza v roce 2013, při které se v Bangladéši zhroutila osmipodlažní továrna na oděvy a bylo zabito více než 1100 lidí.¹⁹³

Mnoho módních značek bere tento požadavek na transparentnost vážně. V lednu 2012 zahájil belgický módní návrhář Bruno Pieters společnost Honest by. Jedná se o první 100 % transparentní společnost na světě. Tento radikální obchodní model poskytoval podrobnosti o všech aspektech výroby oděvů včetně všech nákladů. Nastavil tak pomyslnou laťku pro nový obchodní model i tvorbu cen oděvů, jejíž účelem bylo změnit způsoby, jakými spotřebitelé uvažují o hodnotě svého oblečení. Tím, že budou výrobní náklady uvedeny na pravou míru, se mělo za to, že spotřebitelé se budou moci informovaně rozhodovat o svém nákupu. Na konci roku 2018 ohlásil Pieters uzavření Honest by. A na svůj instagramový účet napsal: „Nabídnout zákazníkovi stoprocentní transparentnost již není utopický nápad, nyní je to realitou pro několik podniků a dlouhodobým cílem pro mnoho dalších.“ Tato inovativní metoda, kterou Bruno Pieters představil, byla převzata některými podniky a poskytuje rovněž důležitou šablonu pro jiné. Způsoby, jakým se vyžívá transparentnosti, se však dramaticky liší. Richardsová uvádí příklad módního startupu Everlane. Ten své produkty rovněž prodává prostřednictvím etického označení a rétoriky transparentnosti. Poskytuje základní rozdělení cen a u některých položek nabízí možnost „Vyberte si, co zaplatíte.“ Podrobnosti však nejsou zdaleka úplné. Nedostatek radikální transparentnosti

¹⁹³ RICHARDS, Herriette. *Revealing the true value of fashion*. [online] Dostupné z: <https://pursuit.unimelb.edu.au/articles/revealing-the-true-value-of-fashion> [cit: 28. 2. 2021]

a značné mezery veřejně dostupných informacích přispěly, že v roce 2018 dosáhl Everlane skóre „Ne zas tak dobré“ (Not Good Enough) na webu, který se zabývá hodnocením módních značek a jejich vztahu k transparentnosti Good On You.¹⁹⁴ Situace se nezměnila ani v současnosti, a ačkoliv se obchod sám hlásí k radikální transparentnosti, odkazuje pouze na místo výroby. Rovněž chybí i informace o původu materiálu popřípadě jeho certifikace. Obchod láká k nákupu klasickými sezónními slevovými akcemi a vybízí k nákupu. Tyto praktiky nelze tedy považovat za odpovědné a udržitelné, což jasně vypovídá o motivaci k udržitelné módě, která jakoby se veze na vlně s jedinou vidinou, kterou je zisk.¹⁹⁵

A tak zatímco některé značky vydělávají na rozmachu etické a udržitelné výroby prostřednictvím chytrého marketingu a podpory k spotřebě, jiné jsou poháněny konceptem transparentnosti, který zahrnuje komplexní přístup, o němž hovořil Gardetti, zmíněný v předchozí kapitole. Dalším příkladem je společnost Arnsdorf, která používá transparentní cenový model zahrnující náklady, ale také podrobnosti o výrobních procesech a materiálech, které jsou součástí každé položky a to včetně jmen šiček, návrhářů a obsluhy stříhárenské linky, jakož i země původu textilních vláken.¹⁹⁶ Richardsová v této souvislosti poznamenává, že právě zprůhlednění hodnoty, ať už finanční, sociální nebo environmentální, se stalo ústředním bodem etických a udržitelných módních podniků.¹⁹⁷ Rovněž další australský výrobce oblečení A.BCH poskytuje veškeré podrobnosti od původu materiálu, drobné přípravy včetně šicích nití, jejich původu a složení až po to, jak je oblečení zabaleno a označeno. Pro módní značku A.BCH je začlenění komplexních hodnot udržitelnosti do jejich oděvů stěžejní pro identitu jejich značky. Web značky A.BCH není jen online obchod s transparentními cenami, ale vzdělávací nástroj s podrobnostmi o aspektech dodavatelského řetězce, od pěstování lnu pro prádlo až po recyklaci v uzavřené smyčce. Ať už jsou tedy metody jakékoli, směřování k transparentnosti a oddělování hodnoty

¹⁹⁴Ibidem.

¹⁹⁵ Srov. webové stránky společnosti Everlane [online] Dostupné z: <https://www.everlane.com/products/mens-renew-air-hoodie-hthr-putty?collection=mens-sweatshirts> [16. 8. 2021]

¹⁹⁶ Srov. webové stránky společnosti Arnsdorf [online] Dostupné z: <https://arnsdorf.com.au/products/satnam-hoodie-ecru> [16. 8. 2021]

¹⁹⁷RICHARDS, Herriette. *Revealing the true value of fashion.* [online] Dostupné z: <https://pursuit.unimelb.edu.au/articles/revealing-the-true-value-of-fashion> [cit: 28. 2. 2021]

oděvu od množství jsou jistě pozitivní reakcí na módní průmysl, kde jsou bikiny za 1 libru považovány za „dobrá hodnota“.¹⁹⁸ Otázkou však zůstává, jestli 100% transparentní tepláky, které jsou nebarvené tedy rezné v pase stahované tkanicí, která je rovněž transparentní a prodávají se za necelých 3000 Kč (185 australských dolarů) mají tuto hodnotu? Ačkoliv bychom se rádi chovali odpovědně, bude pro nás tento artikl z finančního hlediska nedostupný a může nám připomínat hnutí uměleckých řemesel *Arts and Crafts* z konce 18. století, které usilovalo o obnovu uměleckého řemesla jako protiváhy průmyslové výrobě. To rovněž ztroskotalo na nedostupnosti pro širokou veřejnost, která si jej odpovědně nemohla dovolit.

4.3.4 Je udržitelná móda opravdu udržitelná?

Může být trend nakupování udržitelné módy opravdu tím řešením pro společnost? Nejedná se o další slepou uličku za účelem ospravedlnění nových zisků a prostě jednoduše bychom měli kupovat méně oblečení? Khanová s Richardsovou poznamenávají, že část komentářů k etické a udržitelné módě se zaměřuje právě na to, jak z lidí udělat odpovědnější zákazníky. Cílem už není jen „dobře vypadat“, ale také „konat dobro“ a „cítit se dobře“ a to v důsledku toho, jak a co nakupujeme. V současné době jsou k dispozici aplikace jako například *Good On You* či *Shop Ethical!*, které poskytují informace pro spotřebitele, kteří chtějí činit etičtější a udržitelnější volbu spotřeby. Trvalá móda se již stala specializovaným trhem a i když jí můžeme brát jako vítanou protilátku vůči online prodejcům rychlé módy vyvolává stejné formy touhy, které nás nutí ke spotřebě. Rady, kam jít nakupovat, jaké značky nakupovat, a které designéry podporovat, nám jakoby dávají povolení pokračovat v nákupu a zmírňují naše pocity viny, protože zachraňujeme planetu naší peněženkou. Tuto touhu po spotřebě, zvláště umocňují velcí obchodníci jako H&M, Zara, jejichž cílem je přesvědčit spotřebitele o jejich etických a udržitelných přístupech. Tyto značky nedávno spustily reklamní kampaně, které odrážejí všeobecně známé postoje podporující udržitelnost v módním průmyslu. Trvalá móda tedy není luxus, je k dispozici masám. Ty jsou povzbuzovány ke koupi módních věcí, které viditelně vyjadřují osobní zájem o životní prostředí. Na rozdíl od návrhů, které prosazuje trh s etickou módou, jsou však kolekce

¹⁹⁸RICHARDS, Herriette. *Revealing the true value of fashion*. [online] Dostupné z: <https://pursuit.unimelb.edu.au/articles/revealing-the-true-value-of-fashion> [cit: 28. 2. 2021]

vyvinuté těmito společnostmi často příkladem tzv. „greenwashingu“.¹⁹⁹ Norský úřad pro ochranu spotřebitele dokonce zpochybnil oprávněnost nároků společnosti H&M na udržitelnou výrobu a dospěl k závěru, že „spotřebitelé můžou nabýt dojmu, že tyto výrobky jsou udržitelnější, než ve skutečnosti jsou. Pokud je rychlá móda založená na konstantní a rychlé hromadné výrobě, jak může zvýšené využívání energie, i když by byla obnovitelná, z recyklovaných materiálů, skutečně ovlivnit dopad nadměrné spotřeby na životní prostředí? Nemluvě o etických sociálních dimenzích nízkonákladové výroby? Otázky udržitelnosti, etiky a ochrany životního prostředí nejsou vůbec jednoduché. Dokonce i lidé, kterým záleží na tom, aby byli „zelení“ ne vždy kupují zelenou. Etické aspekty jsou však složité a zahrnují řadu dalších často protichůdných rozhodnutí týkající se péče o rodinu, rozpočet domácností i pohodlí. Mimo finanční a kulturní kapitál, který je nezbytný pro udržitelnou spotřebu, se volba mezi etickými produkty může stát praxí sociálního rozlišování či stratifikací, uvádí Khanová s Richrdsovou s odkazem na sociologa Pierra Bourdieu. V tomto případě se naše rozhodnutí v rámci nakupování stávají způsobem, jak se odlišit a získat sociální moc prostřednictvím třídní diference.²⁰⁰

Roste volání po zastavení nákupu oblečení a to se často stává i výrazem životního stylu, nikoli aktivismu. Vzestup údajně udržitelných značek a mnoho možností, které mezi nimi nyní máme, jednoduše zajišťuje, že budeme nadále spotřebovávat. V roce 2016 se proslavil obchodník s outdoorovým vybavením Patagonia reklamou, ve které nabádal spotřebitele, aby nekupovali jeho výrobky: „Nekupuj tuto bundu“ (Don't buy this jacket) stálo na plakátě. Výsledek byl však obrácený a dnes je tato reklama považována za perfektní marketingový tah. V poslední době se prosazují ekologičtí aktivisté z oblasti udržitelné módy různými bojkotováním módy a tvrdí, že podnikání takové, jaké bylo, již není přijatelným přístupem k zajištění budoucnosti. Všechna tato hnutí lze chápat jako výrazy, které odolávají západním konzumním ideálům. Všichni bychom si měli položit otázky o tom, jak bychom měli žít svůj život. Nákup „zelené“ módy a bojkotování módy nejsou zcela proti. Hledání a nakupování udržitelných značek má svůj význam, avšak postupy a volby týkající se udržitelnosti by neměly být omezeny pouze na výběr mezi produkty. Méně nakupování

¹⁹⁹ Greenwashing je termín, který označuje dezinformaci spojenou s prezentací sebe sama jako odpovědného k životnímu prostředí.

²⁰⁰ Ibidem.

může mít i další výhody, šetří peníze i čas, podporuje kreativitu, zvyšuje spokojenost a dává nám možnost přemýšlet.²⁰¹

5 ZÁVĚR

Předkládaná diplomová práce si kladla za cíl odpovědět na některé otázky, které jsou spojeny s módou a odíváním. Teoretickou reflexí jsme poukázali na historická východiska, která jsou s tímto tématem spojená, jakož i na teoretické přístupy, které v nedávné minulosti vyústily v etablování samostatné pluralitní vědní disciplíny – modní studia. Ta je v současné době již pevně ukotvena v akademické sféře a akreditované studijní programy jsou běžnou součástí vysokého školství.

Mandatorní část diplomové práce je založena právě na interdisciplinárním přístupu, ve který modní studia vyústila a představuje zásadní obrat ve vnímání módy a oděvů, který v současnosti hýbe tímto segmentem. Mezioborový přístup této studie je založen zejména na propojení vědy technické, která je nedílnou součástí oděvního průmyslu a pokročilého systému módy. Ten nám dává možnost jasně definovat příčiny již zmíněného obratu v módní produkci, který můžeme bez obav či výčitek hodnotit jako zlomový.

Tím okamžikem, kterého jsme svědky je posun, kdy se móda i oděvy odklání od svých primárních a sobě vlastních proměn, které byly donedávna definovány jejich tvary a formami. Tou kardinální změnou je to, že se na první místo dostává esenciální substance každého oděvu, kterou je materiál, ze kterého jsou oděvy vyrobeny. Nároky, které jsou dnes kladeny na materiál, nejsou pouze jeho cena, vlastnosti, ale zejména jeho původ, to jakým způsobem byl vyroben, ale i to jakým způsobem bude dále použit. Udržitelná módní produkce sleduje ve své komplexnosti, tak jak jí navrhuje Gardetti, celý životní cyklus materiálu i oděvu, který je z něj vyroben. Ten je založen na principu transparentnosti výrobního cyklu, který nutí všechny zúčastněné strany dodržovat stanovené zásady, které jsou kontrolovány a chovat se odpovědně, a to jak k prostředí, tak i ke společnosti. Odpovědnost však neleží pouze na bedrech výrobců, ale i na nás spotřebitelích. Neboť my sami máme možnost se rozhodnout, tak jak pravil humanista Erasmus Rotterdamský a utvářet své tělo k obrazu, jaký budeme sami chtít.

²⁰¹ KHAN, Rimi, RICHARDS, Herriette. *How green is sustainable fashion really?* [online] Dostupné z: <https://pursuit.unimelb.edu.au/articles/how-green-is-sustainable-fashion-really> [cit: 28. 2. 2021]

Tímto obrazem může být i náš postoj, který zvolíme v přístupu k nakupování. Jen sami se musíme rozhodnout, zdali potřebujeme plavky za jednu libru, protože vlastně skoro nic nestojí nebo budeme přemýšlet o naší spotřebě odpovědně.

Diplomová práce se snažila poukázat na různé aspekty, které jsou spojeny s výrobou oděvů a to zejména bavlny. Diskutovali jsme výhody i nevýhody geneticky modifikované bavlny, bavlny organické i možnosti její recyklace. Závěr však nemusí být úplně tak jednoznačný, neboť i neukázněná spotřeba udržitelných výrobků vede jen a pouze ke spotřebě a zvyšující se zátěži enviromentální i sociální. Východiskem by snad mohlo být nalezení rovnovážného stavu, ve kterém by byly uspokojeny potřeby všech zúčastněných, kde by nedocházelo k negativním vlivům na prostředí, ve kterém žijeme, kde bychom neubližovali sami sobě, svému tělu i ostatním. Nalezení harmonie, té kterou se lidstvo snaží najít už dob antiky, by tedy mělo být v popředí zájmu nás všech.

6 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

BARTHES, Roland. *The language of Fashion*. Sydney: Bloomsbery academic, 2013. ISBN 978-1-470250-542-2

BARTHES, Roland. *The fashion system*. Berkeley: University of California Press: 1990. ISBN 978-0520071773

BIBLE: *Písmo svaté Starého a Nového zákona*. Podle ekumenického vydání z r.1985. Praha: Biblická společnost,1990.

BOGATYREV, Petr. *Funkcie kroja na Moravskom Slovensku*. Turčiansky Sv. Martin: Matica slovenská, 1937.

ČERMÁK, František. *Jazyk a jazykověda přehled a slovníky*. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1946-0.

ČERNÝ, Jiří. *Dějiny lingvistiky 2. Strukturální, generativní a stratifikační jazykověda*. Praha: SPN, 1986.

ENTWISTLE, Joanne. *Fashioned body*. Cambridge: Polity Press, 2020. ISBN 978-0-7456-4938-2.

FANG, D. David, ed. *Cotton Fiber: Phisics, Chemistry and Bilology*. Cham: Springer, 2018. ISBN 978-3-030-00870-3.

FLUGEL, John. *Psychology of clothes* . London: Hogarth press, 1940.

GARDETTI, Angel, Miguel, MUTHU, Senthilkannan, Subramanian, ed. *Organic Cotton*. Singapore: Springer, 2019. ISBN 978-981-10-8781-3.

GODART, Frédéric. *Unveiling fashion*. London: Pelgrave Mcmillan, 2012 ISBN 978-1-349-34745-2

HOLUB, Josef. *Stručný etymologický slovní jazyka českého*. Praha: SPN, 1978. ISBN 80-04-23715-0.

Illustrated Oxford dictionary. Praha: Ikar, 1999. ISBN: 978-80-7202-464-7

JAROŠOVÁ, Helena. *Oděv, móda, tvorba*. Praha: UMPRUM, 2020. ISBN 978-80-87989-53-1.

KAWAMURA, Yuniya. *Doing research in fashion and dress: an intruduction to qualitative methodes*. London: Bloomsbury,2020. ISBN 978-1-3500-8979-2

KAWAMURA, Yuniya. *Fashion-logy: an intruduction to fashion studies*. Oxfrord, New York: Berg, 2005. ISBN 978-1-3500-8979-2

KELLER, Gottfried. Šaty dělají člověka. In: *Romeo a Julie na vsi*. Praha: Práce. 1980.

LINHART, Jiří, VODÁKOVÁ, Alena KLENER, Pavel(eds.).*Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996, ISBN 80-7184-311-3

- LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti*. Praha: Prostor, 2010, ISBN 978-80-7260-229-2
- MAITI, Ratikanta, at al. *Advances in cotton science*. Burlington: Apple Academic Press, 2020. ISBN 978-1-77188-819-6.
- MOSKOWITZ, Sanford. *Advanced Materials Innovation: Managing Global Technology in the 21st century*. New Jersey: Wiley and Sons, 2016. ISBN: 9780470508923
- MILITKÝ, Jiří. *Textilní vlákna*. Liberec: Technická univerzita v Liberci 2002 ISBN 80-7083-644-X
- PAUL, Roshan, ed. *Denim: manufacture, finishing and applications*. Amsterdam: Woodhead Publishing, 2015. Woodhead Publishing series in textiles; 164. ISBN 978-0-85709-843-6.
- PETROV, Michal. *Jeans story: retro blue*. Brno: Jota, 2019. ISBN 978-80-7565-547-9.
- PLINIUS SECUNDUS, Gaius. *Historia Naturalis*. In: *Kapitoly o přírodě*, Praha: Svoboda, 1974. ISBN 25-006-74
- REIFOVÁ, Irena. Obrácené století: “Kulturální obrat” jako postdisciplinární událost. In EDWARDS, T. *Kulturální teorie. Klasické a současné přístupy*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-685-8
- REIFOVÁ, Irena. et. al. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7
- SIMMEL, Georg. *Móda* In: *Peníze v moderní kultuře a jiné eseje*. Praha: Slon, 2006. ISBN: 80-86429-59-8
- Slovník spisovného jazyka českého I*. Praha: Academia, 1989.
- Slovník spisovného jazyka českého II*. Praha: Academia, 1989.
- Slovník spisovného jazyka českého V*. Praha: Academia, 1989.
- TACITUS, Publius, Cornelius. *Germánie*. In: *Z dějin císařského Říma*. Praha: Svoboda, 1976. ISBN 25-056-76
- THOMAS, Dana. *Fashionopolis*. London: Head of Zeus, 2020. ISBN 978-17-8954-608-8
- The Reader's Digest – Oxford Wordfinder*. Oxford: Clarendon Press, 1993
- VÁŠA, Pavel, TRÁVNÍČEK, František. *Slovník jazyka českého*. Praha: Fr. Borový. 1941 s. 911.
- VOSKOVEC, Jiří, WERICH, Jan. *Klobouk ve křovi výbor veršů V+W(1927-1947)*. Praha: Mladá fronta, 1996. ISBN 80-204-0595-X
- WANG, Hua, MEMON, Hafeezullah, ed. *Cotton science and processing technology*. Singapore: Springer 2020. ISBN: 978-981-15-9168-6
- ZHANG, Baohong, ed. *Transgenic Cotton*. New York: Humana Press, 2019. ISBN 978-1-4939-8951-5

7 INTERNETOVÉ ZDROJE

ASPERS, Patrik. GODART, Frédéric. Sociology of fashion: Order and Change. In: *Annual Review of Sociology*, 2013, č.39 s.172-192. [online] Dostupné z: <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-071811-145526> [cit.15.3.2021]

KHAN, Rimi, RICHARDS, Herriette. *How green is sustainable fashion really?* [online] Dostupné z: <https://pursuit.unimelb.edu.au/articles/how-green-is-sustainable-fashion-really> [cit: 28.2.2021]

RICHARDS, Herriette. *Revealing the true value of fashion.* [online] Dostupné z: <https://pursuit.unimelb.edu.au/articles/revealing-the-true-value-of-fashion> [cit: 28.2.2021]

SALECL, Renata . Dress Anxiety. In: *Critical studies in Fashion & Beauty*, 2016, č 7 s.3-17. [online] Dostupné z: <https://eprints.bbk.ac.uk/id/eprint/15783/> [cit.15.7.2021]

SKOV, Lise, MELCHIOR RIEGELS, Marie. Research approaches to the study of dress and fashion. In: *Creative encounters working papers*, 2008, č.19 [online] Dostupné z: https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/59184322/Creative_Encounters_Working_Papers_19.pdf [cit.7.3.2021]

Global denim [online]. English ed. Oxford: Berg, 2011. Dostupné z: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/natl-ebooks/detail.action?docID=799554>. [cit.28.7.2021]

oficiální twitterové stránky Karla Lagerfelda [online] Dostupné z: <https://twitter.com/karllagerfeld/status/257783256592838656?lang=en> [cit.5.3.2021]

webové stránky značky Levi's [online] Dostupné z: <https://www.levistrauss.com/levis-history/> [cit.27.7.2021]

webové stránky značky Levi's [online] Dostupné z: <https://www.levistrauss.com/wp-content/uploads/2014/01/History-of-Levis-501-Jeans.pdf> [cit.6.8.2021]

webové stránky časopisu Vogue [online] Dostupné z: <https://www.vogue.fr/fashion/article/vogue-encyclopaedia-the-history-of-denim-jeans> [cit.28.7.2021]

webové stránky Petera Goldinga [online] Dostupné z: <https://petergolding.com/> [cit: 27.7.2021]

8 RESUMÉ

This diploma thesis deals with fashion and the question related with clothing. First part of this thesis focus on the historical approaches in theoretical studies of fashion and clothes. There is also the terminology discussed with etymological examination of the terms and words used in this topic. The end of the first part of this study is dedicated to studies of fashion as an interdisciplinary science, which emerged during the first decade of 21st century.

Second part deals with the current topic of sustainable fashion, organic cotton and responsible way of manufacturing of clothes and the behaviour of the customers at the same time.