

Autorská kolekce pánské obuvi

BcA. Vlastimila Máchalová

Diplomová práce
2015

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Design obuvi
akademický rok: 2014/2015

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Vlastimila Máchalová**
Osobní číslo: **K12395**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Design obuvi**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Autorská kolekce pánské obuvi**

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

Nastudujte a objasněte téma pánské evropské módy 20. a 21. století, doložte analýzu souvislostí s historickým a společenským vývojem, přehled nejvýznamnějších osobností v oblasti pánské módy. V počtu min. 25 normostran textu + obrazové přílohy ve vazbě ve standartu UTB.

2. Praktická část:

Navrhněte řešení kolekce pánské obuvi a doplňků vycházející z tématu. Zohledněte vývoj módních trendů, použité technologie i charakteristiku zákazníka. Předložte kolekci představující estetické a funkční řešení této obuvi a doplňků, v počtu 4+2. Řešení dokumentujte kresebnými návrhy v rozsahu min. 15 stran, písemnou zprávou o rozsahu min. 25 normostran + obrazové přílohy, doložte stříhové řešení i technický popis. Předložte vytištěný poster 100x70 cm, CD-ROM s diplomovou prací, posterem, prezentací a obrazovou přílohou dokumentující vaše řešení v minimálním počtu 10 kusů.

Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK.

Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login

do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině a angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah diplomové práce: **minimálně 45 normostran**

Rozsah příloh: **minimálně 15 normostran**

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

VASS, Lanzo a Magda MOLNAR. Handmade Shoes for Men. Hf ULLMANN, 2010. ISBN 978-3833160455.

FLUSSER, Alan. Dressing the Man: Mastering the Art of Permanent Fashion. 1 st edition. HarperCollins, 2002. ISBN 978-0060191443.

THE EDITORS OF ESQUIRE MAGAZINE. Esquire The Handbook of Style: A Man's Guide to Looking Good. Hearst, 2009. ISBN 978-1588167460.

WATSON, Linda. Vogue Fashion: Over 100 years of Style by Decade and Designer, in association with Vogue. Firefly Books, 2008. ISBN 978-1554074372.

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


Datum zadání diplomové práce: **30. října 2014**

Termín odevzdání diplomové práce: **16. května 2015**

Ve Zlíně dne 2. prosince 2014


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka





MgA. Jana Buch
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 24.4.2015


.....
Jméno, příjmení, podpis

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

BcA. Vlastimila Máchalová

ABSTRAKT

Cílem mé práce je sjednotit nejnovějších trendy v pánské módě s klasickým střihovým řešením a designem. K tomu má přispět barevnost, hravost a materiály, které osloví mladého muže s citem pro jedinečnost.

V teoretické části jsem se věnovala pánské módě 20. a 21. století, která bezpochyby ovlivnila její další vývoj. Také jsem se zaměřila na významné designéry oboru, kteří stále udávají styl a dále pak na současné trendy pánské módy.

V praktické části jsem se nechala inspirovat předními návrháři pánské obuvi. Navrhovala jsem střihová řešení jednotlivých párů kolekce, v nichž jsem se snažila o propojení a sjednocení díky gravírování do usně (laser cut) inspirovaného motivy kolem nás.

Klíčová slova: trend, pánská móda, střih, design, useň, ruční tisk, motivy kolem nás

ABSTRACT

The aim of Thesis is unify the latest trends in men's footwear with classical pattern and design. Colouring, playfulness and materials should approach young man, who has a sense of uniqueness.

In the theoretical part of the Thesis I dealt with men's fashion in 20th and 21st century, which undoubtedly has affected fashion's progress. I focused on the important designers, who have dictated style and current trends of men's fashion.

In the practical part I got inspired by leading designers of men's footwear. I designed patterns of pairs shoes collection, which I tried unify by laser cut, which was inspired by usual motives.

Keywords: trend, men's fashion, pattern, design, leather, laser cut, usual motives

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí mé diplomové práce paní MgA. Janě Buch za odborné vedení, za ochotu a trpělivost, cenné podněty, podstatné připomínky, rady a hodnocení. Pak také panu doc., akad. Soch. Janu Zamazalovi a MgA. Veronice Jakóbkové.

Dále bych ráda poděkovala paní Mgr. Miroslavě Štýbrové a paní MgA. Daně Lapšanské, PhDr. za poskytnutí materiálů, které mi velmi pomohly v mé práci.

Mé poděkování rovněž patří mým rodičům za jejich lásku, podporu a pomoc během celého studia. A také rádkyni, kamarádce a pomocnici MgA. Michaele Habové.

Potom firmě Feratt fashion s.r.o. za zapůjčení oděvu k focení. A také děkuji všem dalším, kteří mi po celou dobu pomáhali a podporovali mě.

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 MÓDA 20. A 21. STOLETÍ	13
1.1 PÁNSKÁ MÓDA 20. A 21. STOLETÍ - ODĚV	15
1.1.1 Proměny pánského obleku v první polovině 20. století	15
1.1.2 Inovace pánské módy v 60. letech	17
1.1.3 Džínsy	18
1.1.4 Pánská móda druhé poloviny 20. století	20
1.2 PÁNSKÁ MÓDA 20. A 21. STOLETÍ - OBUV	21
1.2.1 Kotníčkové boty	22
1.2.2 Chelsea boty	23
1.2.3 Vyšší šněrovací boty	24
1.2.4 Polobotky	25
1.3 DESIGNY BOT, KTERÉ OVLIVNILY POHLED NA PÁNSKOU MÓDU	25
1.3.1 Converse boot.....	26
1.3.2 Martens boot.....	26
1.3.3 Timberland boot	27
1.3.4 Platformy	28
1.4 ZÁKLADNÍ TYPY PÁNSKÉ SPOLEČENSKÉ OBUVI	28
1.4.1 Oxford	29
1.4.2 Derby	29
1.4.3 Boty se sponou	30
1.4.4 Mocasíny	30
2 VÝZNAMNÉ OBUVNICKÉ FIRMY	32
2.1 BARKER.....	32
2.2 CHURCH'S	33
2.3 FLORIS VAN BOMMEL.....	36
2.4 J. M. WESTON	37
2.5 ROZRŮSTAJÍCÍ SE DESIGNÉŘI	38
2.5.1 Ahmet Baytar	38
2.5.2 BeWooden.....	38
2.5.3 ZACHARIAS	39
II PRAKTICKÁ ČÁST	41
3 VÝVOJ, INSPIRACE, ZDROJ	42
3.1 INSPIRACE	42
3.2 TRENDY.....	42
3.2.1 Zdobení pánských společenských bot.....	42
3.2.1.1 Hladké, nezdobené boty.....	42
3.2.1.2 Brogue boty.....	43
3.2.1.3 Semi-brogue boty.....	43
4 BAREVNOST KOLEKCE	44
5 LASEROVÉ VYPALOVÁNÍ VZORŮ	45
6 AUTORSKÁ KOLEKCE	46

6.1	BRANDBOARD	46
6.1.1	Značka - logo.....	46
6.2	KEYBOARD.....	46
6.3	MOODBOARD	47
7	CÍLOVÝ ZÁKAZNÍK	48
8	DESIGN A KONSTRUKCE(STŘIHOVÉ ŘEŠENÍ)MODELŮ.....	49
8.1	MODEL 1.	49
8.2	MODEL 2.	52
8.3	MODEL 3.	54
8.4	MODEL 4.	56
9	DESIGN A KONSTRUKCE DOPLŇKŮ	58
9.1	MODEL 1., SAMOSTATNÝ OBAL NA TABLET	58
9.2	MODEL 2., MULTIFUNKČNÍ OBAL	59
	ZÁVĚR	60
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	61
	SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ	62
	SEZNAM DALŠÍCH ZDROJŮ	63
	SEZNAM OBRÁZKŮ	64
	SEZNAM PŘÍLOH.....	67

ÚVOD

Trendy Pánské módy se neustále mění dle náročnosti a potřeb potencionálního zákazníka. Na základě zkušenosti s prodejem pánského oděvu mohu říci, že muži (na rozdíl od žen) často volí účelovost obuvi a její opakovatelné a různorodé využití. Ale zároveň mladé moderní muže zajímá stylovost a elegance.

Na základě těchto poznatků jsem se rozhodla navrhnout autorskou kolekci pánské obuvi, která spojuje nejnovější trendy pánské módy klasickým střihovým řešením a designem. Mým záměrem je tradiční vzory obohatit o barevnost, volnost a materiály, které osloví každého mladého muže s citem pro jedinečnost, propojit účelovost s elegancí.

Cílem teoretické části diplomové práce je vymezit nejdůležitější milníky pánské módy 20. a 21. století, které bezpochyby ovlivnily její další vývoj až po současné trendy. V návaznosti na to uvádím významné designéry oboru, kteří stále udávají styl a zároveň představují mladé inovující autory.

Cílem praktické části je vytvořit autorskou kolekci pánské obuvi, která vychází ze základních střihů pánské obuvi, ale je posunuta do modernější a zajímavější podoby díky použití gravírování do usně (laser cut). Použít vzory, které jsou osobité, módní, elegantní, nikoli fádni či příliš okázalé, inspirované motivy každodenního života.

Díky klasickým prvkům respektujícím pravidla etikety je možné využití obuvi jak pro společenské události, tak i pro běžné nošení, díky stylovosti moderních vzorů.

Řeším zde tedy konečný design modelů, použitý materiál a spojující prvky celé kolekce. Tato část je doplněna o návrhy, které mě dovedly ke konečné podobě modelů. Dále pak o střihová řešení – technický popis a fotodokumentaci.

.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 MÓDA 20. A 21. STOLETÍ

První kapitola diplomové práce pojednává o stěžejních milnících 20. a 21. století světa módy. Za uplynulé století módní návrhářství prošlo značnými změnami. Jak oděv, tak obuv vlivem společenské proměny zaznamenaly radikální převrat. A úspěšné trendy udávající tempo uplynulému století inspirují nadále i mladé návrháře, a proto se s inovacemi neustále vrací v nových dekadách. Výčet klasických trendů, které uvádím v této kapitole, oslovily i mne při tvorbě autorské kolekce, která je předmětem této diplomové práce.

Na úvod je nutno poukázat na společenskou a hospodářskou proměnu během 19. a na přelomu 19. a 20. století. Vlivem industrializace a přívalu obyvatel z venkova do měst se začaly měnit tradiční hodnoty a zvyky. Docházelo ke změně struktury společnosti. Mohutný nárůst střední třídy s sebou nesl nový životní styl, neboť ženy opouštěly domácnosti, aby se plněji zapojily do pracovního procesu a veřejného dění. Vznikaly velké obchodní domy, neboť butiky úzkých uliček přestávaly zákazníkům stačit. V obchodních domech začaly fungovat i veřejné toalety, služby jako manikúra nebo pedikúra, byly zde pořádány první módní přehlídky, zkrátka obchodní domy se staly centry společenských událostí a určitým způsobem přispěly k ženské emancipaci. Pro šíření novinek ze světa módy byl zlomovým bodem vznik módních časopisů, které informovaly o módním dění a trendech.¹

Velkým hybatelem dějin módy, a hybatelem historie vůbec, byly dvě světové války. Hospodářská krize poválečných období devastovala veškerou kreativitu designérů, neboť veškerá spotřeba materiálů podléhala přísným normám. Uspokojování potřeb klientely strádalo, protože modely byly navrhovány jednoduše a účelově a byly těžko k dostání. Zároveň válečné podmínky a devalvace měn vyčerpaly rozpočet každé domácnosti.²

Ale i skrz tuto hospodářskou situaci a státem stanovené kvóty si módní domy francouzské *haute couture*³ uchovaly roli ústřední hybné síly, která ovlivňovala a navrhovala módu po celou první polovinu 20. století. A rozmach masových médií a reklamy ji pomohl rozšířit se do celého světa.

¹ Kyoto Fukushoku Bunka Kenkyu Zaidan a Blanka BRABCOVÁ (překl.). 2003. *Móda: Dějiny odívání 18., 19. a 20. století*. 1. vydání. Bratislava: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 332 s. ISBN 3-8228-2624-3.

² Kyoto Fukushoku Bunka Kenkyu Zaidan a Blanka BRABCOVÁ (překl.). 2003. *Móda: Dějiny odívání 18., 19. a 20. století*. 1. vydání. Bratislava: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 333 s. ISBN 3-8228-2624-3.

³ Haute couture – vysoké krejčovství; oblečení šité na míru typické pro módní domy v Paříži

Životní styl a spotřebitelské chování společnosti 60. let se začal přiklánět ke konzumu. Dynamika velkovýroby se značně projevila i v oblasti módy. Přínosem byl technologický pokrok, který znamenal rozvoj syntetických vláken. Výsledkem byl zrod konfekce vyznačující se dobrou kvalitou za rozumné ceny. Proto ruční šití na míru krejčovství haute couture, která si zakládala na vysoce kvalitních látkách a kladla extrémní důraz na detail a zakončení, nenabízela vzory, které by respektovaly praktický životní styl této doby.⁴

V průběhu 70. let, kdy společenská estetika procházela drastickou proměnou, vyvstal požadavek nového odívání pro širokou paletu zákazníků. Vzniklo hnutí *prêt-à-porter*⁵, které přišlo s návrhy oděvů pro každodenní nošení a přineslo módu na novou úroveň lidovosti. Rovněž móda ulice se ukázala jako významný zdroj inspirací pro tvůrčí návrhářství. Od 70. let umožňovala *prêt-à-porter* oděvnímu průmyslu, aby se rozvíjel a obohacoval sortiment. Paříž byla dlouho hlavním městem módy a stánkem nejdokonalejšího krejčovského řemesla, avšak nyní se k ní připojila řada velkoměst, která se stala prosperujícími centry osobitých nových trendů.⁶

80. léta provázely návrat tradičního stylu, nicméně v 90. letech začali lidé znovu přemýšlet o smyslu odívání a hledat idealistický systém pro módní průmysl 21. století. Klient přelomu 20. a 21. století neztrácí díky masmédiím přehled o horkých novinkách domácí i světové módy. Online přenos umožňuje sledovat světové módní přehlídky z pohodlí domova nejen přes televizi, ale podpora šíření módy narůstá díky internetu. Online je možné sledovat přehlídky, číst články, vyhledat fotografie nejrůznějších stříhů a co je pro klienta nejdůležitější – nakupovat. Vzrůstá nakupování oděvů přes internetové portály, e-shopy, jejichž výhodou je vyřizování mezinárodních objednávek a doručování zboží po celém světě.⁷

⁴ Kyoto Fukushoku Bunka Kenkyu Zaidan a Blanka BRABCOVÁ (překl.). 2003. *Móda: Dějiny odívání 18., 19. a 20. století*. 1. vydání. Bratislava: Nakladatelství Slovart s.r.o., 333 s. ISBN 3-8228-2624-3.

⁵ *Prêt-à-porter* – oblečení prodávající se jako konečný produkt ve standardních konfekčních velikostech

⁶ Kyoto Fukushoku Bunka Kenkyu Zaidan a Blanka BRABCOVÁ (překl.). 2003. *Móda: Dějiny odívání 18., 19. a 20. století*. 1. vydání. Bratislava: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 510 s. ISBN 3-8228-2624-3.

⁷ Kyoto Fukushoku Bunka Kenkyu Zaidan a Blanka BRABCOVÁ (překl.). 2003. *Móda: Dějiny odívání 18., 19. a 20. století*. 1. vydání. Bratislava: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 511 s. ISBN 3-8228-2624-3.

1.1 Pánská móda 20. a 21. století - oděv

Pánská móda 20. století nepodléhala příliš změnám jako móda dámská. Průběh této éry byl úzce spjat s oblekem. Pánský oblek, tedy krátké sako a dlouhé kalhoty spolu s košilí a kravatou, působily na začátku století velmi moderně. Byl kladen důraz na kvalitu materiálu a na preciznost střihu. Původně se nosil jako oděv pro volný čas. Až po První světové válce získal stávající klasifikaci formálního pánského denního oblečení a smoking se stal vedle fraku formálním večerním oblečením na společenské příležitosti.⁸

Pánský oblek během 20. století prošel inovacemi, avšak ve svém základu zůstal nepozměněn. Šatník každého moderního muže ukrýval několik druhů pro různé příležitosti, i když oblek podléhal přísným společenským konvencím. Naopak velkou možnost výběru měli muži v oblečení pro sport a volný čas.

1.1.1 Proměny pánského obleku v první polovině 20. století

Oblek podstatně změnil a zmodernizoval pánský šatník 20. století. Jeho vznik se datuje k roku 1795 v Londýně. Jeho tvůrcem byl George Brian „Beau“ Brummel, který tvrdil, že skutečná elegance je nenápadná, na čemž postavil svůj návrh konečné podoby obleku. Díky němu, britskému liberalismu a krejčím ze slavné londýnské *Savile Row*, krátké oblekové sako postupně v průběhu 19. století vytěsnilo dlouhé redingoty⁹, žakety¹⁰ a fraky. Dlouhé kalhoty nahradily krátké kalhoty ke kolenu.¹¹



Obr. 1. George Brian "Beau" Brummel

⁸ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

⁹ Redingot - v pase přiléhavý plášť, jeho zadní část má podobné střižení jako frak

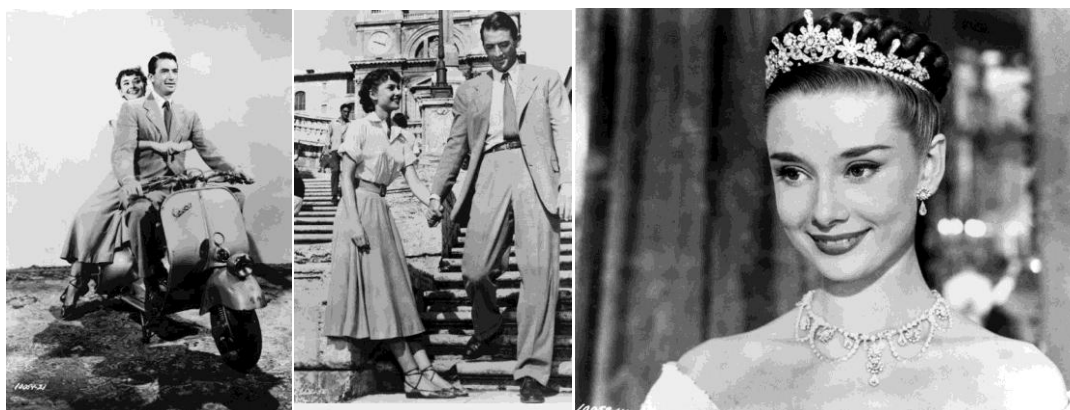
¹⁰ Žaket – střih vychází z fraku, tradiční forma obsahuje zejména černý nebo antracitový vlněný kabát se šikmo ustříhnutými šosy, zapínáním na jeden knoflík a špičatými klopami. Do žaketu patří pruhovaná vesta s vázankou, nikdy ne motýlek.

¹¹ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

Po první světové válce se objevily poddajnější a pohodlnější vlněné materiály a tzv. *londýnský střih*. Tento střih má zúžený děřík, zvýrazněná ramena a uvolněné průramky, čímž vznikla nová podoba klasické, ale zároveň více ležérní elegance. Průlomem v pánském šatníku byly i měkké límce na košilích.¹²

Po uzákonění dovolené, ve třicátých letech, lidé začali mnohem více chodit do přírody, k moři, do lázní a na hory. Volný čas si žádal pohodlnější oblečení. Obleky londýnského střihu z dvacátých let nahrazují ležérnější a méně jednotvárné obleky z poddajné vlny. Položila Lacoste umožnily pánům vyměnit klasické košile za pohodlí a vyjadřovalo jejich radost z pohybu. A co se týče převratných změn vizáže, bradky resp. vousy jako symbol mužnosti, mizely pod ostrými žiletkami holicího strojku Gillette.¹³

Po druhé světové válce se středisko módy přesunulo do italských letovisek. Do římských filmových studií se přestěhovali hollywoodské filmové produkce. Hvězdy jako Clark Gable, Cary Grant, Kirk Douglas, Henry Fonda, Gregory Peck nosili obleky italských módních značek a stali se těmi nejlepšími propagátory ležérního italského pánského stylu. Ten velmi rychle získal celosvětový ohlas. Film *Prázdniny v Římě* s Audrey Hepburnovou a mužným Gregory Peckem přitáhl pozornost diváků k italské módě a tak vše italské bylo jednoduše v kurzu.¹⁴



Obr. 2. Prázdniny v Římě s Audrey Hepburn

Italští krejčí dokázali ušít pánský oblek volnější a komfortnější na nošení, což bylo významným vkladem do vývoje pánské módy vůbec. V tomto období byla dle konvence bílá

¹² MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

¹³ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

¹⁴ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

pánská košile ještě povinná, ale její límec byl již měkký a pohodlnější. Objevuje se i rozhalenka.¹⁵

Oproti italským americké a anglické obleky zachovávaly na saku široká ramena, mírně zvýšený pas, délku saka z předválečného období a široké kalhoty. Italské obleky měly užší a kratší kalhoty, aby daly vyniknout elegantním italským botám na kožené podešvi. Sako mělo kratší střih s kulatějšími rameny, vyššími průramky a se zapínáním na dva či tři knoflíky.¹⁶

Koncem padesátých let vzniklo v Americe hnutí mladých intelektuálů, kteří odmítali tradiční hodnoty, tehdejší „*american way of life*“. Odmítali oblek i s kravatou, jako každodenní uniformitu. Začaly se nosit košile bez kravat, džíny a sportovní bundy. Tato velmi pohodlná módní vlna rychle překročila oceán a móda tak poprvé byla výrazem nespokojenosti mladých. Poprvé se objevila „*street fashion*“, která se stala předvojem velmi výrazné změny v módě šedesátých let.¹⁷

1.1.2 Inovace pánské módy v 60. letech

Tehdejší trendy si žádaly vypadat mladě za každou cenu. Ručně šitá haute couture určená elitě se otřásala v základech. Triumfovala velkovýroba a účelové konfekce prêt-à-porter. To bylo určeno širokému okruhu mladé a módy chtivé klientely. Návrháři prêt-à-porter se začaly dostávat na stránky módních časopisů, díky úspěšné reklamě a vysoké poptávce si začali otvírat butiky.



Obr. 3. Pierre Cardin

¹⁵ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

¹⁶ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

¹⁷ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

Toto období bylo počátkem tzv. *jednopohlavní módy* – Unisex. Mezi nejodvážnější návrháře, kteří udávali unisex módu, patřil Jacques Esterel a Pierre Cardin.

Ženy se v šedesátých letech vrhly do takových odvážných výstřelků, jako byly mini sukně. Muži nemohli zůstat pozadu. Nemohli dále chodit v uniformních oblecích. Kravata se pomalu stávala zbytečnou. Límce sak a vest se začaly zvedat a košile se začaly navrhovat v mnohem barevnějších modelech. V roce 1964 se v pánské módě objevila růžová barva.¹⁸

Velkou změnou pro pánskou módu byla hlavně hmotnost materiálů. Lehčí materiály a moderní způsob výroby. To přineslo do obleků zcela jiné linie. Obleky mnohem více podléhaly přirozenému tvarování těla. To způsobilo, že se o sebe muži začali více starat. A absolutní úspěch džínů urychlil radikální změnu v pánském šatníku.¹⁹

1.1.3 Džínsy

Džínsy jsou bezpochyby největším přínosem módního průmyslu. Byly uvedeny na módní scénu v 50. letech beatniky²⁰ jako výsada nekonformistů a teenagerů. Tyto původně pracovní kalhoty amerických horníků jsou do dnes nejoblíbenějším módním stálíci.

Když představitost dospívajících zaujala rebelská kniha *Kdo chytá v žitě*, staly se denimové džínsy a bundy uniformou mladých. Nic nepatřilo k teenagerovi padesátých let víc než rock 'n roll. Elvis Presley. Boudal hitparády a obdiv k němu se projevoval formou širokých, nabíraných sukní a tříčtvrtečních úzkých kalhot. Avšak ve věku, kdy silueta s těsným živůtkem a krinolínovou sukní mohla obsáhnout tři generace v jedné rodině, se dospívající dívka toužila ujistit, že ji džínsy odliší od maminky.²¹

¹⁸ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

¹⁹ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

²⁰ Beatníci - beat = zbitý(znudený životem), generační hnutí mladých lidí, kteří se bouří proti způsobu života, 2.pol. 50. let – 60. léta v USA

²¹ STEVENSON, N. J. a Jana PACNEROVÁ (překl.). 2011. Kronika módy: kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři. 1. vydání. Praha: Fortuna Libri. Fortuna factum., 168 s. ISBN 978-80-7321-570-5.



Obr. 4. Marilyn Monroe, film *Řeka do nenávratna*, 1954

S nápadem vyrábět džínsy přišel němec Levi Strauss, který se přistěhoval do Ameriky a nechal si je roku 1873 patentovat. Jeho původní model *Levi Strauss Co's Original Riveted 501 range, with button fly*, se vyráběly s cvočky a poklopem na knoflíky. Původní cena džínsů byla jeden americký dolar.²²

Návrh džínsů nabíral na úspěchu a z jejich výroby nestáli stranou ani návrháři haute couture a prêt à porter. V 70. letech se začali modelovat do různých tvarů. Vše džínové se vyšívalo, cvokovalo, patinovalo. Tím, jak džíny nabíraly na oblíbenosti, se začaly zařazovat do konzumního životního stylu a postupně ztratily svůj rebelský charakter. Stávaly se zcela běžným až uniformním oblečením.

„Škoda, že jsem nevynalezl džínsy. Mají výraz, skromnost, sex-appeal, jednoduchost – všechno, co bych rád viděl u svých modelů.“ (Yves Saint Laurent)

V období spolu s džínou působila i antimóda *Hippies*. Její stoupenci svým vzhledem vyjadřovali lhostejnost vůči módním trendům. Dlouhé vlasy, bradky, vlněná tunika, velká brašna přes prsa, čelenky a náramky z mušlí - to byly Děti květin. Nosili oblečení chudých vrstev

²² Džínsy. 2001-. Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation [cit. 2015-04-13]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/D%C5%BE%C3%ADny>

z různých konců světa, čímž založili nový styl, který ztělesňoval svobodu a volnost. Tato původně móda ulice a hudebních festivalů ovlivnila i velkou módu.²³



Obr. 5. Hippies

1.1.4 Pánská móda druhé poloviny 20. století

Období 70. let a nástup popularity rockových hvězd přinesl velký posun v pánské módě. Intelektuálové, studenti i umělci si přisvojili *Glam rock styl*, který na začátku své éry vyvolával značná pobouření.

Do pánské módy tohoto období vnesl Pierre Cardin několik novátorských módních prvků, jako byla zúžená ramena, přiléhavá linie, zavedení tunikového prodlouženého saka a také vyloučení kravaty a často i košile.²⁴

S vlnou à la rocková hvězda se objevil i retro styl. Ten se svým designem navracel do 30. let k elegantnímu šatníku filmových hrdinů. Výsledkem byla módní variace, která se skládala ze zvonových džinsů, dvouřadého saka a afro účesu. Jako doplněk se často objevovali havajské košile. Také ovšem nemohli chybět oxfordské košile, mokašiny, trička, saka s nášivkami na loktech, pulovr s výstřihem do V, vše v křiklavých barvách nebo také šála s kašmírovým vzorem. Tyto jednotlivé kousky oděvu byly spojeny v celek ve stylu ležérního beatnika, a tak vytvořily zcela nový vzhled muže na konci 70. let 20. století.²⁵

Filmy jsou nejviditelnějším zdrojem příkladů proměny linií pánské oblečení. Ve filmu *Všichni prezidentovi muži* z roku 1976 je zachycen Robert Redford a Dustin Hoffman

²³ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

²⁴ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

²⁵ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

v dokonalých ukázkách tuhých flanelových obleků širokého střihu z posledních let dekády, avšak už s vlivy, které později vytvořily uvolněný oblek 80. let²⁶, jehož ukázkou je pochybná existence, ztělesněná Richardem Gerem v *Americkém gigolovi* – snímek, kterým si vybudoval jméno Giorgio Armani.²⁷

Giorgio Armani přišel s novou koncepcí moderního oděvu. Setkali se v ní prvky jako dokonalý střih, precizní vypracování, prvotřídní italské materiály, adekvátní funkční forma a princip luxusního a zároveň nenápadného výrobku. Použil širokou paletu „bezbarvých“ barev, jeho šedá fascinuje dodnes. Svými návrhy vrátil do módy ušlechtilé materiály. Styl Armani byl mladistvý, uvolněný, s prvky sportovní módy a jeho diskrétní luxus výrazně bodoval. Přišel s novým typem sportovního saka, které bylo méně formální a dopřál tak pánům více oblekové volnosti.²⁸

V roce 2001 vytvořil Hedi Slimane novou pánskou „slim“ siluetu v rámci kolekce pro *Dior Homme*. Na módní scénu přinesl zcela nový prototyp muže se štíhlou androgynní²⁹ postavou. Androgynní vyjadřuje termín pro rozrůznění stylu, ve kterém je rozlišení podle pohlaví irelevantní. Cílem je vyzdvihnout osobitost a nápaditost daného jedince – bez předsudků, bez pravidel a bez svazujících, zbytečných formalit. A právě toto pojetí mělo největší vliv na módu začátku 21. století.

1.2 Pánská móda 20. a 21. století - obuv

Přechod od strojní k průmyslové výrobě obuvi přinesl na přelomu 19. a 20. století obrovské změny v technologii i v použitých materiálech. Industrializace obuvnictví se rozvíjela velmi rychlým tempem, avšak v počátcích měla průmyslově vyráběná obuv oproti řemeslným výrobkům relativně nízkou kvalitu a poněkud neohrabaný vzhled, dokonce nebyl v mnoha továrnách respektován ani základní požadavek asymetrie podešve, čili rozlišení obuvi pro levé a pravé chodidlo.³⁰

²⁶ STEVENSON, N. J. a Jana PACNEROVÁ (překl.). 2011. Kronika módy: kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři. 1. vydání. Praha: Fortuna Libri. Fortuna factum., 226 s. ISBN 978-80-7321-570-5.

²⁷ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

²⁸ MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].

²⁹ Androgynní – jde o styl, ve kterém je rozlišení podle pohlaví irelevantní. Cílem je vyzdvihnout osobitost a nápaditost daného jedince – bez předsudků, bez pravidel a bez svazujících, zbytečných formalit.

³⁰ ŠTÝBROVÁ, Miroslava. 2009. Dějiny odívání: Boty, botky, botičky. 1. vydání. Praha: Nakladatelství Lidvé noviny s.r.o., 171 s. ISBN 978-80-7106-986-7.

Pro počátek 20. století byla charakteristickou pánskou obuví obuv kotníčková. V meziválečném období ji však vytěsnila šněrovací polobotka, jako výsadní typ obuvi pro společenské a pracovní příležitosti. Pro období světových válek je typická obuv na dřevěné podešvi. Dokonce i vycházková obuv se zhotovovala na této podešvi a svršky byly nahrazovány jinými materiály, jako je plátno či velur.³¹

50. léta byla ve znamení rock 'n rollu, který se do Evropy rozšířil z Ameriky. Tento směr přinesl do Čech obuv zvanou „maďarčky“³². A 60. léta byla o sledování světových módních trendů, proto se do popředí oblíbenosti dostaly polobotky v elegantní módní siluetě. Ty měl také ve výrobě i gottwaldovský Svit. Období 70. let ovládla móda vysokých podešví, takže i muži nosili boty na vysoké podešvi, podobně jako například Elton John.³³

Významným mezníkem ve vývoji pánské obuvi je období 80. let, kdy se většina mužské populace, od teenagerů až po zralé muže, obouvala do tenisek. Tím pádem byli elegantní polobotky tak trochu odsunuty stranou. V 90. letech zase vítězily u mužů černé mokasíny, které nosili někteří muži i k obleku a bílé košili do společnosti.

Úkolem této podkapitoly je uvést základní typy pánské obuvi, které ovlivnily její celistvý vývoj. V návaznosti popsat jejich výrobu a materiály, případně jejich proměny v průběhu doby. Jednotlivé typy obuvi jsou doprovázeny ilustračními fotografiemi, jejichž zdroj je uveden v příloze.

1.2.1 Kotníčkové boty



Obr. 6. Kotníčkové boty

³¹ Mgr. Miroslava Štýbrová, Dějiny obouvání 20. století [přednáška]. [cit. 2014-03-01].

³² Maďarčky – jsou pánské šněrovací usňové střevice s pevnou rámovou podešví. Doplněny křiklavými barevnými ponožkami a kalhotami zvanými „trubky“.

³³ Mgr. Miroslava Štýbrová, Dějiny obouvání 20. století [přednáška]. [cit. 2014-03-01].

Tento typ bot je někdy označován jako *Chukka boty*³⁴ a pochází od hráčů koňského póla. Odtud se vyvinula moderní kotníčková bota 30. let 20. století.

Kotníčkové boty jsou vysoké těsně nad kotník a mají dvě až tři páry dírek pro tkaničky. Jedná se o boty s otevřeným šněrováním a ve většině případů nejsou zdobené, maximálně obsahují zdobný příčný šev na špičce.

Díky své podobnosti s klasickou derby polobotkou, jednoduchosti a značné eleganci jsou Chukka boty velmi oblíbené a rozšířené i v dnešní době.

1.2.2 Chelsea boty



Obr. 7. Chelsea boty

Název *Chelsea boty* získal typ kotníčkových bot, jejichž typickým znakem byl klínek všitý na bocích. Elastický materiál, z něž byl klínek vyroben, měl usnadňovat obouvání a zouvání. To bylo velmi praktické, neboť tyto boty neměly tkaničky na rozvolnění.

Jejich kořeny sahají do viktoriánské Anglie. Za jejich autora je pokládán J. Sparkes-Hall, obuvník královny Viktorie. Při jejich návrhu upravil v té době rozšířené kotníčkové boty, tzv. Jodhpur boty, a přidal právě ony klínky z elastického materiálu na bocích. První Chelsea boty však byly ušity pro dámy a často je nosila i sama královna. Díky svému jednoduše elegantnímu vzhledu, pohodlnosti a snadnosti při nazouvání a zouvání se poměrně rychle rozšířily i mezi anglickými gentlemany viktoriánské doby.³⁵

³⁴ Sekora blog. Boty: Koničkové boty [online]. 11.12.2013. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <http://blog.sekora.cz/?cat=192>.

³⁵ Sekora blog. Boty: Chelsea boty [online]. 7.2.2014. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <http://blog.sekora.cz/?cat=192>.

Vrcholu popularity dosáhly v 60. letech 20. století a výrazně k němu přispěli Beatles nebo Rolling Stones. Začali je nosit lidé ze skupinky módních návrhářů, modelek a fotografů z londýnské čtvrti Chelsea, odkud získaly svůj název.³⁶

Klasické Chelsea boty jsou vyráběny z hladké černé kůže a po stranách mají dva černé klínky, které sahají od vrcholů bot až téměř k podrážkám. Dříve byl klínek vyráběn z vulkanizované gumy, dnes poslouží lépe moderní elastické materiály. Podrážka je kožená a poměrně nízká, podpatek spíše nižší, špička zakulacená a boty nejsou zdobené.

Od 60. let se tyto klasické *Chelsea*³⁷ boty neustále modifikují a dnes je zcela běžné, aby byly vyrobené z hnědé semiše nebo z kůže v různém odstínu hnědé. Některé modely jsou i zdobené dírkováním (tzv. brogue).

Chelsea boty si do dnešních dní uchovaly střízlivě elegantní vzhled, který dovoluje, aby se nosily k oblečení formálnímu i volnočasovému. V posledních několika letech je patrný zvyšující se podíl Chelsea bot v kolekcích zimní obuvi prakticky u všech výrobců a znovu se objevují i ženské modely.

1.2.3 Vyšší šněrovací boty



Obr. 8. Vyšší šněrovací boty

Tyto boty původně nosili gentlemani na anglickém venkově, a proto bývají šněrovací boty ve většině případů zdobené dírkováním a jejich typická barva je hnědá. Tento typ obuvi kopíruje typ bot *derby* s tím, že jsou vyšší a sahají nad kotník. Díky otevřenému šněrování je jejich nazouvání pohodlné i pro muže s vyšším nártem.

³⁶ Sekora blog. Boty: Chelsea boty [online]. 7.2.2014. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <http://blog.sekora.cz/?cat=192>.

³⁷ Sekora blog. Boty: Chelsea boty [online]. 7.2.2014. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <http://blog.sekora.cz/?cat=192>.

Podrážka u vyšších šněrovacích bot může být jak kožená, tak i gumová s protiskluzovou úpravou. Pověstná je podrážka *Dainite*, kterou vyrábí anglická firma *Harboro Rubber*, a používá ji většina anglických prestižních obuvnických firem. Ke svému venkovskému původu se tento typ bot hrdě hlásí i v detailech, mnohé modely mají na zadním švu boty naohře našité kožené poutko, které původně sloužilo k zavěšení bot při sušení.³⁸

1.2.4 Polobotky



Obr. 9. Polobotky

Tento typ obuvi sahá maximálně ke kotníkům a svršek je zcela krytý. *Polobotky* jsou vhodné k celodennímu nošení a dají se také použít jako vycházková obuv. Stejně tak je lze užít jako společenskou obuv k obleku. Vyrábějí se v mnoha stříhových variantách, v různých barevných variacích a velikostech.

1.3 Designy bot, které ovlivnily pohled na pánskou módu

V období 20. a 21. století se v pánské módě objevilo několik ikonických typů bot, které změnily pohled na další její vývoj.

³⁸ Sekora blog. Boty: Vyšší šněrovací boty [online]. 11.12.2013. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <http://blog.sekora.cz/?cat=192>.

1.3.1 Converse boot



Obr. 10. Converse boot

Původně basketbalové boty All-Star byly stvořeny firmou Converse Rubber Corporation v roce 1917. V roce 1921 si firma Converse najala basketbalovou hvězdu Charlese “Chuck” H Taylora, aby boty propagoval. O dva roky později byly tyto boty na cestě k nesmrtelnosti. Přezdívalo se jim “Cons” anebo “Chuckers”.³⁹

Za začátku byly boty nabízeny pouze v jedné barvě - černé, ale postupně díky nátlaku dalších basketbalových týmů začaly vyrábět v dalších barevných variacích.

Boty All-Star nejsou značkou basketbalových hráčů. Postupem času se staly ikonickou záležitostí, která změnila vnímání pánské módy. Nyní se nosí tyto boty k jakémukoli typu oděvu.

1.3.2 Martens boot



Obr. 11. Martens boot

Tato britská obuv mají kořeny v Německu. Kdy si v roce 1945 německý vojenský lékař Klaus Martens poranil kotník při výletu v horách. Přišel s nápadem používat pro výrobu podešví vzduchově impregnovanou gumu. Která zajišťovala oporu a pohodlí. O dva roky

³⁹Design Museum Enterprise Limited. Fifty Shoes that Changed the World: Design Museum Fifty. 2009. London: Conran Octopus Ltd., 16 s. ISBN 978-1840915396.

později se spojil s přítelem z univerzitních let Dr. Herbertem Funckem a začali obuv vyrábět.⁴⁰ Tyto boty se staly okamžitým hitem. Kdy původně byly nejvíce oblíbeny u německých žen v domácnosti.

„Martensky“ jsou ovšem hlavně přiřazovány do období 60. let 20. století jako ikonická obuv pouličního stylu mladých Britů.⁴¹

1.3.3 Timberland boot



Obr. 12. Timberland boot

Slovo Timberland nám samo asociuje obraz drsného amerického muže oblečeného do flanelové košile, modrých džinsů a robustní obuvi.

V dnešní době firma vyrábí velké množství outdoorového zboží. Tyto boty byly vždy v centru jejich počínání.

Firma byla založena jako Abington Shoe Company⁴² v roce 1933, podnik se sídlem v Bostonu se začal rychle rozšiřovat a v padesátých letech 20. století už byla pod patronátem SHOE STITCHER Nathana Schwartze a jeho synů. Roku 1973 přišla firma na trh s nepromokavou řadou obuvi nazývaných Timberland. Tyto boty dosáhly takové popularity, že se firma rozhodla změnit název firmy podle nich. Následně bylo vyráběno nepřeberné množství variací této obuvi, ale ani jedna se mnoho nevzdalovala od svého originálu. Se

⁴⁰Design Museum Enterprise Limited. Fifty Shoes that Changed the World: Design Museum Fifty. 2009. London: Conran Octopus Ltd., 28 s. ISBN 978-1840915396.

⁴¹ tamtéž

⁴²Design Museum Enterprise Limited. Fifty Shoes that Changed the World: Design Museum Fifty. 2009. London: Conran Octopus Ltd., 54 s. ISBN 978-1840915396.

svoji tlustou podešví, robustním šitím, masivním lemováním a jednoduchou, zemitou barvou, se jeví jako vzor nekompromisní boty.⁴³

Boty Timberland jsou nyní především vysoce módní záležitostí.

1.3.4 Platformy



Obr. 13. Obuv na platformě

Období 70. let 20. století bylo do jisté míry ovlivněno doznívající érou Hippiies. Ve světě a dokonce i v českých se staly velmi populární extrémně vysoké polyuretanové platformy a mohutné klínové podpatky. V Čechách nazývané „brikety“⁴⁴.

Tuto obuv si s velkou oblibou začali nazouvat i muži. Nejznámějším propagátorem této módy byl ve světě bezpochyby Elton John.

1.4 Základní typy pánské společenské obuvi

Ne nadarmo se říká, že elegance začíná u bot. Obuv je nepostradatelným doplňkem společenského oděvu, pro její nošení jsou dle etikety stanovená jasná pravidla, proto jí věnuji samostatnou podkapitolu.

Lze konstatovat, že se pánská společenská obuv za posledních sto let ustálila, jak v oblasti užití do práce, volnočasové aktivity či pro formální příležitosti.

Z hlediska formálnosti se v současné době rozlišují čtyři základní typy pánských bot. Od těch nejvíce formálních jsou to *Oxford*, *Derby*, *Monkstrap* (boty se sponou) a *Mokasíny*,

⁴³ Design Museum Enterprise Limited. Fifty Shoes that Changed the World: Design Museum Fifty. 2009. London: Conran Octopus Ltd., 54 s. ISBN 978-1840915396.

⁴⁴ ŠTÝBROVÁ, Miroslava. 2009. Dějiny odívání: Boty, botky, botičky. 1. vydání. Praha: Nakladatelství Lidvé noviny s.r.o., 192 s. ISBN 978-80-7106-986-7.

jejichž popisem se dále zabývá tato podkapitola. Pro ucelenější představu je text opět doprovázen ilustračními fotografiemi.

Etiketa dovoluje vybírat z následujících čtyř klasických modelů, jejichž volba nebude nikdy fádni. Záleží pak už jen na každém jednotlivci, jakou obuv si zvolí, aby se cítil příjemně. A také, aby se mu obuv hodila k oděvu.

1.4.1 Oxford



Obr. 14. Oxford

Oxford boty jsou považovány za nejformálnější a nejvíce společenské boty ze všech typů pánské obuvi. Na noze vypadají velmi elegantně a upraveně.

Tento typ obuvi se vyznačuje uzavřeným šněrováním. To znamená, že svrchní díly těsně přiléhají k sobě. Tyto díly jsou šité pod předním dílem. Pod šněrováním je umístěn jazyk. Ten není skoro patrný, pokud je bota zašněrovaná. Jejich šněrování však může pánům s vyšším nártem způsobovat drobné obtíže při nazouvání.

1.4.2 Derby



Obr. 15. Derby

Derby jsou boty s otevřeným šněrováním. Svrchní díly, které jsou uzavřeny tkaničkou, jsou upevněné šitím v boční části – tzv. pojistkou. Tyto díly nepřiléhají k sobě. Záleží na tvaru zakřivení dílce. Jazyk, který je viditelný v celé délce, je součástí předního dílce. Tento typ obuvi je oblíbenější u mužů, neboť jeho konstrukce umožňuje lepší prozuv nohy.

1.4.3 Boty se sponou



Obr. 16. Boty se sponou

Boty se sponou jsou také označovány jako *Monkstrap* a připomínají obuv, kterou nosili mniši koncem středověku. Pásek přes nárt je u klasického modelu jeden a uzavírá se pomocí spony. Ale můžeme se setkat i s modelem, který má dvě spony. Tento typ obuvi není však příliš rozšířen. Etiketa dovoluje jej nosit jak pro formální příležitosti, tak i na volnočasové aktivity.

1.4.4 Mocasíny



Obr. 17. Mocasíny

Mocasíny jsou obuví bez šněrování, pouze se nazouvají na nohu. Jako společenská obuv se začaly nosit na konci 50. let 20. století ve Spojených státech. Odtud se rozšířily postupně do celého světa. Mocasíny jsou asi nejpohodlnějším typem obuvi. Lze je nosit jak do prá-

ce, na jednání, tak i k volnočasovým aktivitám. Pro formální příležitosti nejsou vhodným typem obuvi.

2 VÝZNAMNÉ OBUVNICKÉ FIRMY

Tato kapitola pojednává o významných designérech pánské obuvi konkrétních klasických škol. Výčet návrhářů zahrnuje jména jako Barker, Church's, Floris Van Bommel a J. M. Weston, jejichž tvorbu pokládám za důležitou a inspirující pro svoji autorskou kolekci.

Kapitola zobrazuje počátky uvedených módních velikánů, popisuje jejich klíčové návrhy, které je vyzvedly na vrchol popularity, a metody, jimiž byla prováděna výroba jejich jedinečných modelů.

V návaznosti uvádí původní materiály, se kterými návrháři pracovali, a popřípadě materiály novodobé, které je nahradily díky technologickému pokroku či jednoduší výrobě. Text je doprovázen ilustračními fotografiemi popisovaných modelů.

2.1 BARKER



Obr. 18. Průřez tvorbou značky BARKER

Značka *Barker shoes*⁴⁵ má více než stoletou tradici. Zabývá se výrobou obuvi od roku 1880, kdy se zrodila v obci Northamptonshire v Earls Barton, v Anglii.

Zakladatel Arthur Barker byl zručný řemeslník a inovátor. Jeho nepromokavé boty „waterproof peg – sole“ byli velmi vyhledávané díky količkům, které v mokru nabobtnaly, a tak udělaly podrážku boty nepromokavou. Se zvyšující se poptávkou, musel Arthur Barker rozšířit svou výrobu o další řemeslníky a začal část své výroby rozesílat do jednotlivých dílen v okolí. Díky správnému načasování a dobrým vyhlídkám do budoucna, investoval

⁴⁵ Barker: About. [online]. [cit. 2015-05-05]. Dostupné z: <http://www.barker-shoes.co.uk/>

na přelomu století do výrobních prostor. V průběhu první světové války získal smlouvu na dodávku obuvi pro britskou armádu.⁴⁶

V meziválečném období, kdy do rodinného podniku vstoupili Barkerovi tři synové, značka Barker šla od úspěchu k úspěchu a vstupovala na nové trhy a území. V Earls Barton byla roku 1947 postavena nová továrna pro výrobu dámské obuvi. A v roce 1950 značka Barker založila samostatnou obchodní společnost, která začala prodávat přímo maloobchodníkům.⁴⁷

Obuvníci dodnes používají velmi pečlivě vybrané usně a svršek na kopytě je ručně tvarován. Užívají ovšem i mnoho dalších tradičních metod, jako přirozené sušení a leštění. To je důvodem, proč mají tyto boty jedinečnou kvalitu, kterou nemůže žádný stroj nikdy nahradit.⁴⁸



Obr. 19. Logo značky BARKER

2.2 Church's



Obr. 20. Průřez tvorbou značky Church's

⁴⁶ Barker: About. [online]. [cit. 2015-05-05]. Dostupné z: <http://www.barker-shoes.co.uk/>

⁴⁷ tamtéž

⁴⁸ tamtéž

Zakladatel obuvnického rodu Stone Church⁴⁹ se narodil roku 1675 a vyučil se mistrem ševcem. Jeho schopnosti a dovednosti přecházely po generace v rodině až na jeho pravnučka Thomase. Ten si roku 1873 otevřel malou továrnu se svými třemi syny - Alfredem, Williamem a Thomasem Jr. a manželkou Eliz v Northamptonu nedaleko Londýna.

V rozmezí několika let Thomas proměnil svou řemeslnou dílnu do prosperující firmy na vysoce kvalitní obuv, jak na místní poměry, tak pro nejnáročnější obuvnické obchody v Londýně a jinde v Evropě. V období roku 1880 expandoval obchod tak rychle, že musel syn William cestovat po zemi, aby udržel krok s novými objednávkami. Speciálním Williamovým produktem byla jeho tzv. „adaptabilní bota“. Byla k dostání v šesti šířkách v každém stylu a materiálu a v půl velikostech také. Tyto boty vyhrály zlatou medaili na poslední *Great Exhibition* v Crystal Palace v roce 1881.⁵⁰

Po roce 1890 začal Church zkoumat potencionální trh v zahraničí. V roce 1897 poslal svého zástupce do Jižní Afriky a další pak do Belgie, Francie, Itálie, Německa a Rakouska-Uherska. Po roce 1907 našel William pro svou značku první kupce v Americe a Kanadě. V roce 1921 si otevřel první obchod v Londýně. Představil nový styl multi-kování „archmoulded“ boty pro dámy. Tím splňoval potřebu společnosti, v níž se ženy stávaly prominentní. V roce 1929 si otevřel v New Yorku na Madison Avenue obchod, který byl první svého druhu v zahraničí.⁵¹

Church se zapojil do vývoje obuvnického průmyslu mezi oběma světovými válkami, a tak je to i nadále. V roce 1919 vznikla asociace *The British Shoe and Allied Trades Research Association*⁵² s Churchem jako zakládajícím členem. Díky tomu se v roce 1925 otevřela v Northamptonu Odborná škola.

Během druhé světové války soustředil Church svou produkci obuvi armádě. Ekonomika na tom byla v prvních poválečných letech velmi špatně. Celá společnost procházela velkým vývojem. A tak tomu bylo i u společnosti *Church's*. Firma poskytovala zdravotní sestru

⁴⁹Church's: Heritage - A History [online]. [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.church-footwear.com/uk/en/heritage>

⁵⁰tamtéž

⁵¹tamtéž

⁵²tamtéž

pro děti zaměstnanců, sociální pracovníky a bylo zpřístupněno penzijní připojištění zaměstnancům.⁵³

Na počátku 50. let se společnost *Church's* rozhodla ve větší míře vstoupit na domácí trh. K tomu si přizvala na pomoc další tři maloobchodníky a výrobce - Jones, Crashaw a James Allan. V roce 1957 byla otevřena nová továrna v Northamptonu, jejíž sídlo stále existuje.⁵⁴

Mezinárodní expanze společnosti postupovala rychlým tempem. Byly založeny nové pobočky v Americe, Kanadě, Itálii, Japonsku a Hong Kongu. V roce 1965 dostali prestižní ocenění *Queen Award* pro vývoz a Královna Elizabeth II. je oficiálně označila jako přední mezinárodní značku.⁵⁵

V roce 1999 byla společnost *Church's* převzata holandskou společností *Prada Holding N.V.*, jednou z předních světových lídrů v oblasti luxusního designu. Převzetí se konalo za podpory *Church's* s cílem zachovat a respektovat typicky anglické linie. Poté následovalo další otevření obchodů ve světových metropolích jako Miláno, Paříž, Řím, St. Moritz a New York. Od roku 2008 společnost expandovala do Edinburgu, Ženevy, Londýna, Turína, Madridu a dalších.⁵⁶

Co se týče výrobního postupu⁵⁷, dnes stejně jako v minulosti trvá zhruba osm týdnů, než je jeden pár této obuvi vyroben. Výrobní postup čítá více než 250 operací, než opustí továrnu. Všechny pánské boty této značky se vyrábí v Northamptonu. Boty nejsou šity jako celek, ale po částech, což umožňuje lepší možnost opravy v případě potřeby. Výroba je ruční a je zprostředkována specializovanými řemeslníky.



Obr. 21. Logo značky Church's

⁵³Church's: Heritage - A History [online]. [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.church-footwear.com/uk/en/heritage>

⁵⁴tamtéž

⁵⁵tamtéž

⁵⁶tamtéž

⁵⁷tamtéž

2.3 Floris van Bommel



Obr. 22. Průřez tvorbou značky Floris van Bommel

V roce 1734 začal s ruční výrobou obuvi Christianus van Bommel. Postupně se výroba rozrůstala a tak vznikl rodinný podnik *Van Bommel*. Podnik přecházel z generace na generaci. V roce 1952 jmenovala anglická královna firmu *Van Bommel* jako Dodavatele obuvi pro Královskou rodinu.⁵⁸

V roce 1996 Frans J. van Bommel přišel na trh s módní značkou *Floris van Bommel*⁵⁹, která byla dodatkem klasické *Van Bommel* značky. Tato módní značka byla pojmenována po jednom z jeho tří synů.

V současné době je ve vedení rodinného podniku již devátá generace zastoupena bratry Florisem, Reynierem a Pepijnem van Bommel, kteří se do firmy zapojili roku 1999.⁶⁰

Vyrábí vysoce kvalitní obuv, a to díky použitým materiálům a výrobním postupům. Proto stále patří mezi špičku ve výrobě pánské luxusní obuvi.



Obr. 23. Logo značky Floris van Bommel

⁵⁸Floris van Bommel: Our story [online]. [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.florisvanbommel.com/en/about>

⁵⁹tamtéž

⁶⁰tamtéž

2.4 J. M. Weston



Obr. 24. Průřez tvorbou značky J. M. Weston

Počátky společnosti *J. M. Weston*⁶¹ sahají do 19. století do oblasti Limousin regionu ve Francii, který má bohatou tradici v úpravě usní. Roku 1891 Édouard Blanchard založil svou továrnu na výrobu pánské a dámské obuvi. Brzy poté se k němu připojil jeho syn Eugène. Od roku 1904 absolvoval Eugène studia v Americe. Později roku 1922 spojil síly s Jeanem Viardem. Spolu vymysleli značku *J. M. Weston* a otevřeli první obchod na boulevard de Courcelles. V roce 1932 otevřeli druhý butik na 114 Avenue des Champs-Élysées. Toho roku se také objevila první reklama na Weston mokasíny ve francouzském módním časopise *Adam*. V roce 1962 *J. M. Weston* svůj styl „naboso“ spojil s džínou. To ovlivnilo jejich typický styl a staly se legendou. Všichni nosili boty této značky.

Roku 1974 získali mezinárodní odbornost. Téhož roku *J. M. Weston* prošel novou fází vývoje po tom, co byl koupen společností *Descours*. Nové butiky otevřel v Paříži a po celé Francii. Svůj první mezinárodní butik otevřel v New Yorku, čímž uctil památku Eugène Blancharda, který značku ovlivnil svojí cestou přes Atlantik do USA. V roce 1988 byl otevřen obchod v Ženevě, v roce 1993 v Tokiu. Dnes *J. M. Weston* vlastní síť 40 butiků po celém světě.⁶²

J.M. WESTON

Obr. 25. Logo značky J. M. WESTON

⁶¹J. M. WESTON: LA MANUFACTURE - L'HISTOIRE [online]. [cit. 2015-04-02]. Dostupné z: <http://www.jmweston.fr/manufacture/l-histoire>

⁶²J. M. WESTON: LA MANUFACTURE - L'HISTOIRE [online]. [cit. 2015-04-02]. Dostupné z: <http://www.jmweston.fr/manufacture/l-histoire>

2.5 Rozrůstající se designéři

2.5.1 Ahmet Baytar

Ahmet Baytar je designér kožených doplňků a obuvi turecké národnosti. Nyní žije a tvoří v Istanbulu. Studoval na Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, kde nyní působí jako profesor. Má široký rozhled, co se týče tvorby, v níž se zabývá jak pánskou, tak i dámskou módou. Inklinuje k extravaganci a fetišismu. Jeho inspirací je příroda, přírodní suroviny a také život samotný.



Obr. 26. Průřez tvorbou

2.5.2 BeWooden

Je skupina mladých designérů, kteří se rozhodli spojit svoje nadání v jeden celek. Díky znalosti designu, umění, řemesla a návrhářství vytvořili mladou a svěží značku, pro kterou je hlavním prvkem využití dřeva.

Velmi dobře propojili moderní design s tradičním řemeslem v kombinaci s kvalitním provedením a prvotřídním materiálem. Díky čemuž jsou snadno zapamatovatelní a vybočují z řady.

Jejich tvorba je zaměřena pro každého muže, který má rád originalitu a rád je středem pozornosti. Je sladěn vždy do posledního detailu.

BeWooden tvořili pouze módu pro muže, ale momentálně můžeme v jejich tvorbě zaznamenat kolekci dámských motýlků. Tak uvidíme s čím novým brzy přijdou. Myslím, že se máme na co těšit.



Obr. 27. Průřez tvorbou

2.5.3 ZACHARIAS

Radek Zachariáš začal roku 1991 jako opravář obuvi. Postupně se vypracoval až k těm nejsložitějším opravám, které ho následně dovedly k samotné výrobě obuvi. V roce 2000 díky spolupráci na výrobě šermířské a divadelní obuvi získává potřebné a cenné znalosti a dovednosti s výrobou.⁶³

Rok 2003 je ve znamení zakázkové výroby ortopedické obuvi. Která ho opět posunuje dále. Shromažďuje informace o výrobě ručně šité rámové obuvi a úspěšně vyhotovuje první zakázky.⁶⁴

Díky velkému zájmu klientů se Radek Zachariáš v roce 2005 rozhodne věnovat se pouze kvalitní, ručně šité obuvi na míru. Snaží se maximálně vyhovět potřebám zákazníka. S rostoucím počtem zákazníků přizval ke spolupráci v roce 2009 kolegu z obuvnické branže. Postupně pronikají do původních postupů a technologií výroby. Jezdí se inspirovat ke starým obuvnickým mistrům v zahraničí. Zdokonalují se v ručním barvení obuvi. Díky tomu mohou zákazníkovi nabídnout daleko širší paletu služeb.⁶⁵

V roce 2012 se kolega od Radka Zachariáše odpojuje a zřizuje si svou vlastní dílnu. Zachariáš zůstává s dílnou na Felbabce a do Prahy za zákazníky pouze dojíždí.⁶⁶

⁶³ ZACHARIAS: Profil [online]. [cit. 2015-04-02]. Dostupné z: <http://www.zacharias.cz/profil>

⁶⁴ tamtéž

⁶⁵ tamtéž

⁶⁶ tamtéž

V roce 2014 zakládá firmu ZACHARIAS s.r.o. a spojuje své síly s mladým designérem Davidem Frkalem.



Obr. 28. Průřez tvorbou

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3 VÝVOJ, INSPIRACE, ZDROJ

Hlavním důvodem, proč jsem si vybrala tvorbu pánské kolekce bylo to, že je na našem trhu, podle mého názoru, až příliš mnoho obdobného designu pánské obuvi. Samozřejmě jsou značky prestižnější a pak ty méně, ale všechny nabízejí zhruba obdobné zboží. Proto jsem se inspirovala u mých potencionálních zákazníků, co si myslí, že na našem trhu chybí.

Z těchto hovorů vyplynulo, že je náš trh docela konzervativní na požadavky současného zákazníka.

3.1 Inspirace

Mojí velkou inspirací pro tvorbu autorské kolekce byly základní stříhy pánské obuvi, které jsem upravila dle mých návrhů. Navrhla jsem originálnější vzhled tak, abych zachovala krásu klasické stránky a zároveň, abych ji obohatila tím, co jí chybí pro současné trendy a požadavky zákazníka.

Nakonec jsem pro docílení odlišnosti, zajímavosti a originality použila laserové vypalování do usně. Ve vzorech jsem vycházela z tkanin a tvarů každodenního života. Tyto vzory jsem posléze upravila dle vlastních návrhů.

3.2 Trendy

3.2.1 Zdobení pánských společenských bot

Zdobení pánské obuvi je v současné době velkým hitem. Stříhy jsou ponechány, pouze jsou doplněny o zdobné šití, děrování nebo podobné.

3.2.1.1 *Hladké, nezdobené boty*

Tento typ bot je vlastně úplně klasický, jde stříhově o typ bot Oxford, Derby nebo Monkstrap. Bez jakýchkoli zdobných prvků. Díky tomu se hodí na veškeré příležitosti od business po volnočas. I když jsou to v podstatě nadčasové kousky, někdy bohužel působí nudně.

3.2.1.2 *Brogue boty*



Obr. 29. Brogue boty

Pro tento typ je charakteristické dírkování na švech, které spojují jednotlivé části svršku. Charakteristická je špička, která je vykrojená směrem dozadu. Na špici je vytvořen až geometrický obrazec, který je většinou typický podle výrobce. Tato část je podložena tenkou vrstvou stejně barevné usně, aby nedošlo k nepatřičnému barevnému kontrastu perforovaného vzorku. Co se týče využitelnosti, tak jsou vhodné jak do kanceláře, tak i na pracovní jednání. Skvělou volbou jsou pro volnočasové aktivity. Ovšem pokud jde o nějakou formální událost, nedoporučila bych, protože to může být pokládáno za nedostatek stylu.

3.2.1.3 *Semi-brogue boty*



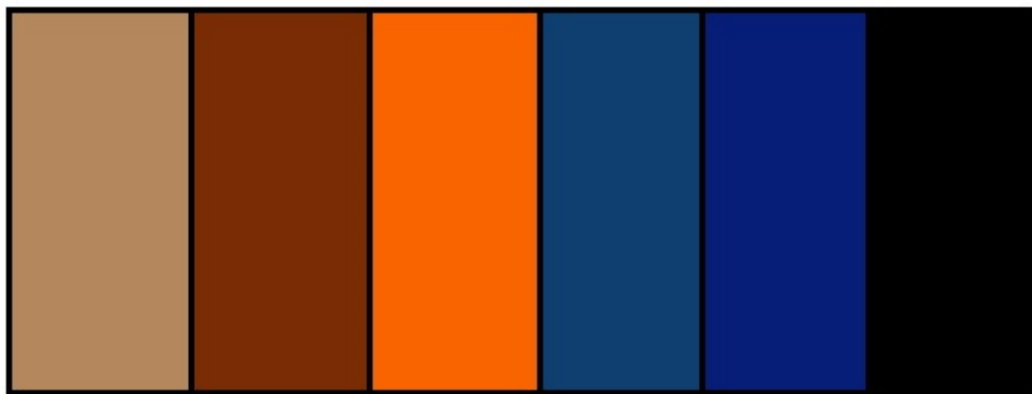
Obr. 30. Semi-brogue boty

Tento typ obuvi nemá křídlovou špičku jako Brogue boty. Proto jsou také označovány jako poloviční brogue boty. Špička je rovná a je v ní perforováním vytvořen geometrický obrazec jednoduššího typu. Stříhově jsou vyhotovovány v Oxford a Monkstrap stříhu. Jsou vhodné pro všechny příležitosti. Osobně bych nedoporučila tento typ obuvi na vysoce společenskou událost. Ale to je na zvážení každého.

4 BAREVNOST KOLEKCE

Při tvorbě této kolekce jsem zvažovala, jakou zvolím barevnost. Zprvu jsem vycházela ze základních pravidel pro nošení pánské společenské obuvi, ale pak mi to vyznělo až příliš uniformní a proto jsem se rozhodla navrhnout barevnost kolekce podle mého mínění. Základní otázkou pro barevnost kolekce také byl cílový zákazník. Po stanovení si základních opěrných bodů, jsem začala kolekci vytvářet.

Rozhodla jsem se použít na jeden pár z kolekce černou useň, která je základním a spojujícím článkem kolekce. A následně jsem vybrala zajímavé, atraktivní barvy, ale přitom jednoduché a ne příliš provokativní. Další je rezavá barva usně, domnívám se, že tato barva je tou nejvýraznější z celé kolekce. A je spíše trendovou záležitostí. Velmi trendovou záležitostí jsou také zbylé dvě barvy, tedy hnědá, modrá a jejich valéry. Každou z barev a jejich valéry jsem využila na jeden pár obuvi.

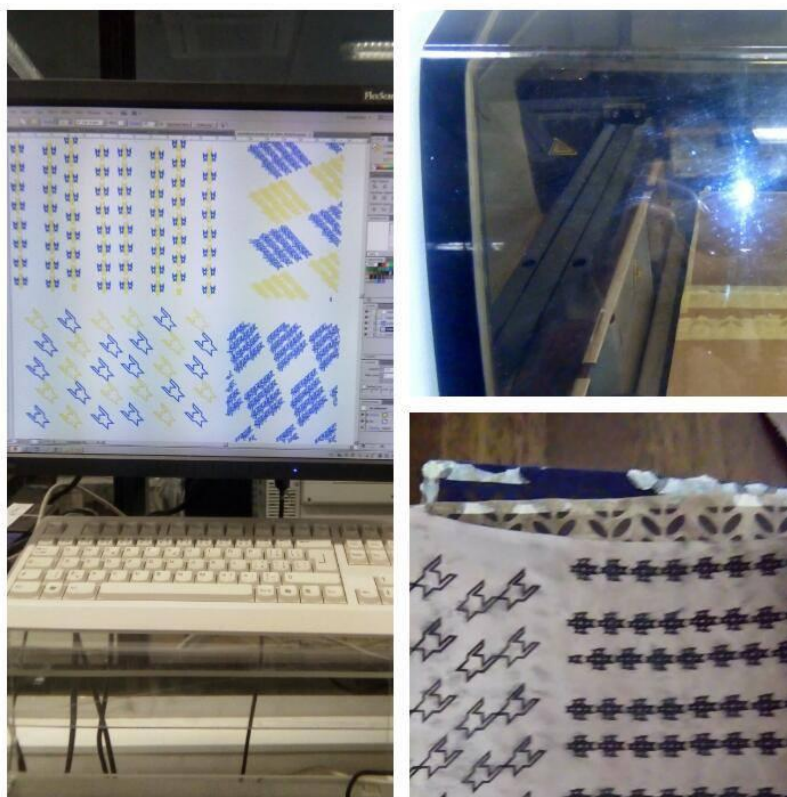


Obr.31. Barevnost

5 LASEROVÉ VYPALOVÁNÍ VZORŮ

Kolekci jsem chtěla doplnit o nějaký společný prvek. Proto jsem si vybrala laserové vypalování vzoru do usně. K tomu bylo potřeba si stanovit, jakým směrem bude daný prvek směřovat. Z počátku tvorby kolekce jsem chtěla propojit useň spolu s tkaninou. Nakonec jsem od toho ustoupila z důvodu nedostatku obuvnických tkanin na našem trhu. Proto jsem se rozhodla přenést strukturu některých tkanin do vzorů, které se na useň vypálí. Měla jsem dvě možnosti. Mohla jsem použít ruční vypalování do usně, ale to bylo velmi náročné na čas a hlavně na přesnost. Proto jsem využila druhé možnosti a tím bylo využití laseru. Jakožto nové technologie spojují minulost, současnost a budoucnost.

Velmi důležité bylo vyzkoušet pečlivě materiály, protože ne každá useň byla po užití laseru vhodná. Prach z laseru se při kontaktu s usní často zachytil na povrchu a tím zabarvil useň, tak že nebyla vhodná k dalšímu použití. Naprosto nevhodným materiálem se ukázala useň přírodní a další pak broušená.



Obr. 32. Laser cut

6 AUTORSKÁ KOLEKCE

6.1 Brandboard

Stanovila jsem si základní body, které mi pomohli posunout kolekci správným směrem. To pro koho je kolekce určena, to na jakou příležitost se bude dát užít, barevnost, použité materiály a také samotný vzor, který dělá celou kolekci něčím jinou.

Kolekce vyjadřuje dravost, hravost, průbojnost moderního mladého muže, který chce něčeho dosáhnout. Muže, který jde za svým cílem.

6.1.1 Značka - logo

Pro uvedení a scelení této kolekce jsem se rozhodla vytvořit logo.

Dlouho jsem přemýšlela nad tím, jak bude moje logo vypadat. Rozhodla jsem se použít moje iniciály. Spolu s grafikem jsme vytvořili mnoho variant názvu značky, přes různé zkratky, cizí názvy, překlady. Až jsme přišli k tomu nejjednoduššímu, k tomu z čeho jsme vycházeli a to je mé jméno.

Po ujasnění základu, jsme se začali věnovat variabilitě použití loga značky. Chtěla jsem použít celé moje jméno, ale ne ve všech případech jde užít. Proto jsme navrhli logo, které vychází z mých iniciál.



Obr. 33. Logo

6.2 Keyboard

Velkou inspirací mi byl současný mladý muž. Celkově jeho způsob života, to jak na svět nahlíží, co od něj chce. To jak vidí naši módní scénu. To je základ mé kolekce. Velkou inspirací mi také byly látky. Původně jsem chtěla využít kombinace usně a látky, od čehož jsem nakonec ustoupila ve prospěch laserově vypalovaných vzorů do usně. Pro tyto vzory

jsem si vzala inspiraci z různých tkanin. Barevnost kolekce přesně podtrhuje to, co jsem chtěla kolekcí ukázat. Zvolené materiály jsou pak vrchová a spodková useň a EVAC.

6.3 Moodboard



Obr. 34. Moodboard

7 CÍLOVÝ ZÁKAZNÍK

Cílovým zákazníkem pro moji kolekci je mladý muž. Věkem kolem 35 let. Který pracuje na manažerském postu, a tudíž se musí podle toho obléci. Má cit pro estetiku a módu, ty mu nejsou cizí. Jako v profesním, tak i osobním životě dbá na svůj zevnějšek. Proto si pečlivě vybírá každý kus oblečení. A už při nakupování přemýšlí s čím dalším ze svého šatníku lze nový kus skloubit. Velmi rád nakupuje i v zahraničí, často i přes internetové portály. Nachází se zde daleko větší výběr. Dbá na detaily. Rád do svého šatníku zahrnuje nevšední, originální věci, o kterých ví, že je jen tak neuvidí na někom jiném.

Co se týče profesního oděvu, snaží se vše sladit do posledního detailu. Oblek samozřejmě v moderním stylu slim fit, v několika barevných kombinacích. Ale sem tam si neodpustí nějakou tu rebélii v podobě barevných či vzorovaných ponožek nebo výstředního opasku.

V osobním životě také dbá na svůj zevnějšek i na to jak ho okolí vnímá. Pravidelně se stará o vlasy. Vždy upravené podle současného trendu. Chodí do posilovny či jinak sportuje, aby se udržel v dobré kondici. Rád si dopřeje zajímavé, výstřední doplňky, kterými doplní svůj outfit.

V bydlení má rád jednoduchost a praktičnost. Rád objevuje zajímavé kusy interiérových doplňků, jak na bleších trzích, tak v současných designových studiích.



Obr. 35. Detail

8 DESIGN A KONSTRUKCE(STŘIHOVÉ ŘEŠENÍ)MODELŮ

Modely, které jsou obsaženy v mojí kolekci, jsou propojeny díky základnímu stříhovému řešení s aplikací laserového vypalování do usně – laser cut.

Na všechny čtyři modely kolekce jsem použila stejný tvar kopyt velikosti 42.



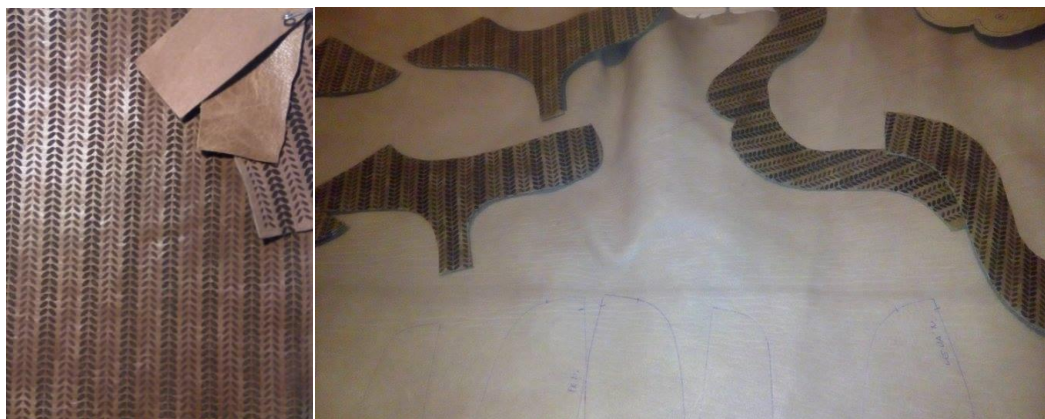
Obr. 36. Vybraný tvar kopyt kolekce

8.1 Model 1.

Tento model byl vytvořen na základě střihu Oxford. Jde o celoročně nositelnou obuv. Při navrhování jsem řešila několik variant střihu. Důraz je kladen na použitý dezén, který střih ozvláštnil a ozdobil. Tento model je dosti obdobný tzv. Old school, jak barevností tak hlavně díky stříhovému řešení. Šněrování je na tři dírky bez využití obuvnických kroužkovou, které by působily rušivě. Stejně tak šněrování je zvoleno rovné místo křížem.

Barevnost jsem postupně přizpůsobila. Základní barvou byla béžová barva usně. Na tuto useň je aplikován vzor vypálením laserem do usně. Tento vzor vyšel v tmavě hnědé barvě. Proto jsem barevnost doplnila o detaily tmavě hnědé.

Vzor byl vytvořen v programu Adobe Illustrator. Poté zde byl i vyhotoven daný střih dílce, na který byl pak vzor aplikován a následně laserem vypálen.



Obr. 37. Vypálený vzor pro Model 1

Obuv je zpracována lepeným výrobním způsobem. Je zde využit rámeček, který tak podtrhl celou linii modelu.

Na svršek Modelu 1 jsem použila béžovou a hnědou hladkou teletinovou useň. Na podšívku jsem použila podšívkovou vepřovici krémové barvy. Jazyk je vyhotoven v kombinaci vrchového a podšívkového materiálu. Vkládací stélka je vyhotovena z tříslučiněné usně béžové barvy.

Podešev je vyhotovena do rámu. Použila jsem tříslučiněnou useň, která dodává na exkluzivitu celého modelu. Tuto useň jsem pak pomocí lihového mořidla (– kašan tmavý) nabarvila na tmavě hnědou barvu. Nakonec jsem nanasla přípravek na ztužení hran, aby nedocházelo k třepení materiálu a následně finální lak na hrany, kterým jsem podešev doleštila.

Napínací stélka je obuvníky nazývána srdcem obuvi. Zajišťuje správnou oporu a stabilitu chodidla. Na napínací stélku je navíc přidána paměťová pěna, pro větší pohodlí při nošení.

Jako spojovací materiál jsem použila lepidlo z chloroprenového kaučuku = obchodního názvu Vukolep T-1. Je vhodné pro lepení výstužných částí a podešví a zajišťuje pevné spojení.



Obr. 38. Konečný návrh Model 1



Obr. 39. Realizovaný Model 1

8.2 Model 2.

Tento model také vychází ze střihu Oxford. Je celoročně nositelný. Hlavním prvkem je dezén laserem vypálený do usně. Dezén je ve tvaru protáhlé šachovnice.

Šněrování je na tři dírky bez využití obuvnických kroužkovou, které by působily rušivě. Stejně tak šněrování je zvoleno rovné místo křížem.

Základní barvou toho to modelu byla rezavá. Díky laseru, který useň vypálil do černa, byla automatickou volbou k doplnění černá barva.

Vzor byl vytvořen v programu Adobe Illustrator. Poté zde byl i vyhotoven daný střih dílce, na který byl pak vzor aplikován a následně laserem vypálen.



Obr. 40. Vypálený vzor pro Model 2

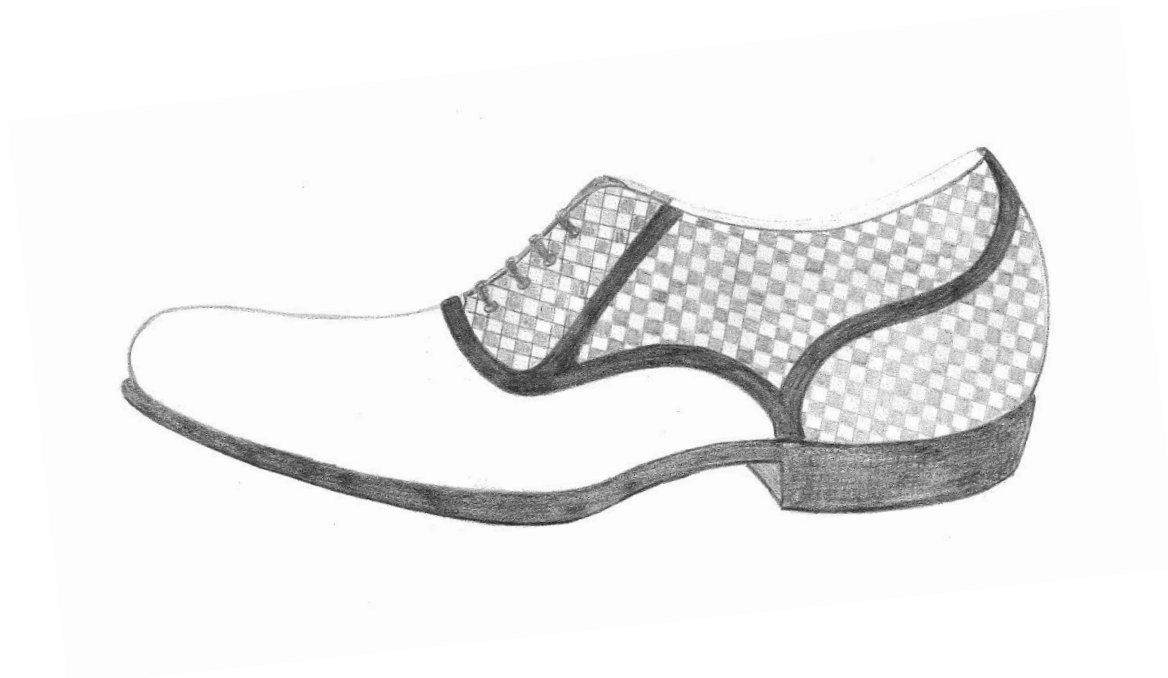
Obuv je zpracována lepeným výrobním způsobem. Je zde využit rámeček, který tak podtrhl celou linii modelu.

Na svršek Modelu 2 jsem použila jemnou kozinku rezavé barvy. Na podšívku jsem použila podšívkovou vepřovici krémové barvy. Jazyk je vyhotoven v kombinaci vrchového a podšívkového materiálu. Vkládací stélka je vyhotovena z tříslučiněné usně béžové barvy.

Podešev je vyhotovena do rámu. Na tento model jsem pro podešev použila Styropor. Receptura 8005, tvrdost 48ShA, spec. hmotnost 0,38 g/cm³. Styropor je v barvě černé s dezénem 300, což je čistý plát bez vzoru. Tento materiál se vyrábí v plotnách, ze kterých jsou následně vysekávány podešve. Velkou výhodou tohoto materiálu je lehkost. Díky snadnému probarvení se vyrábí v celkem široké škále barev s několika typy dezénu.

Napínací stélka je u všech modelů vyhotovena ze stejného materiálu.

Jako spojovací materiál jsem opět užila lepidlo z chloroprenového kaučuku = obchodního názvu Vukolep T-1.



Obr. 41. Konečný návrh Model 2



Obr. 42. Realizovaný Model 2

8.3 Model 3.

Tento model je vytvořen z derbového stříhu. Jako u každého modelu je ústředním motivem dezén vypálený laserem do usně.

Šněrování opět na tři dírky, vázané vodorovně místo křížem z důvodu čistoty celého modelu.

Barevnost je zvolena v tónech modré barvy. Svršek je kombinován z hladké a broušené usně. Laser vypálil broušenou useň do světle a tmavě hnědé barvy.

Vzor opět vytvořen v programu Adobe Illustrator. Poté zde byl i vyhotoven daný stříh dílce, na který byl pak vzor aplikován a následně vypálený laserem.



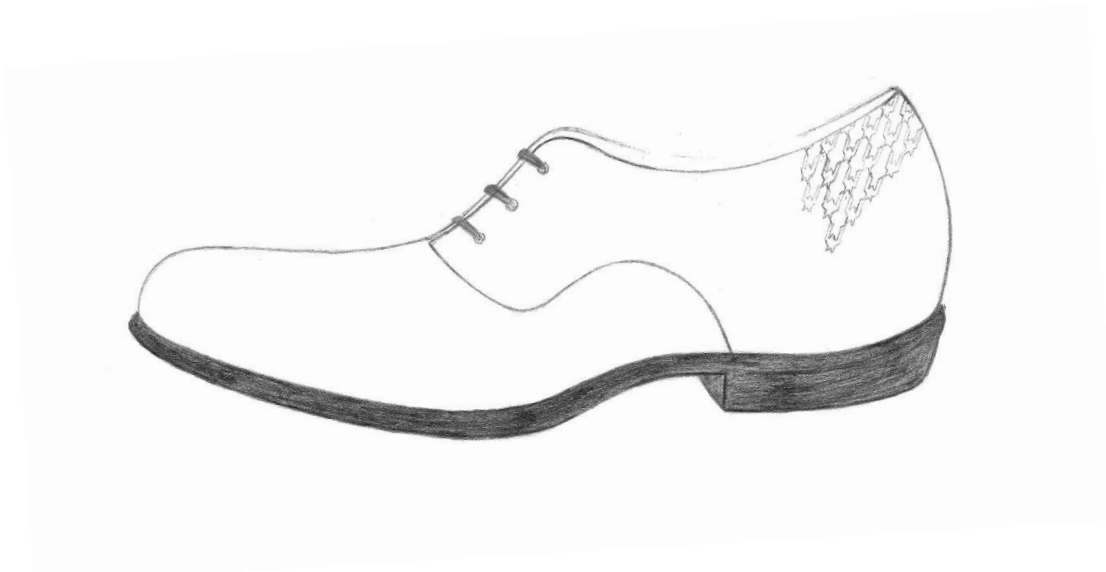
Obr. 43. Vypálený vzor pro Model 3

Obuv je zpracována lepeným výrobním způsobem. Je zde využit rámeček, který tak podtrhl celou linii modelu.

Na svršek Modelu 3 jsem použila jemnou kozinku modré barvy v kombinaci s broušenou usní tmavší barvy, na které je aplikovaný dezén vypálený laserem. Na podšívku jsem použila podšívkovou vepřovici krémové barvy. Vkládací stélka je vyhotovena z tříslučiněné usně béžové barvy.

Podešev je vyhotovena do rámu. Použila jsem tříslučiněnou useň, která dodává na exkluzivitu celého modelu. Tuto useň jsem pak pomocí lihového mořidla (– kašan tmavý) nabarvila na tmavě hnědou barvu. Nakonec jsem nanasla přípravek na ztužení hran, aby nedocházelo k třepení materiálu a následně finální lak na hrany, kterým jsem podešev doleštila.

Jako spojovací materiál jsem také užila lepidlo z chloroprenového kaučuku = obchodního názvu Vukolep T-1.



Obr. 44. Konečný návrh Model 3



Obr. 45. Realizovaný Model 3

8.4 Model 4.

Model 4 je zhotoven z jednoho kusu usně. Kdy pouze v patní části je materiál nahrazen usní s dezénem vypáleným laserem. Tento model je nejčistším a nejdecentnějším modelem z celé kolekce. Díky tomu lze využít pro jakoukoli společenskou událost.

Šněrování je u tohoto modelu zvoleno na čtyři dírky, z důvodu lepšího prozvu.

Model je vyroben celý z černé usně. Na patní části je aplikovaný dezén laserem. Dezén je zbarven do světle hněda.

Vzor vytvořen v programu Adobe Illustrator. Poté zde byl i vyhotoven daný stříh dílce, na který byl pak vzor aplikován a následně vypálen laserem.



Obr. 46. Vypálený vzor pro Model 4

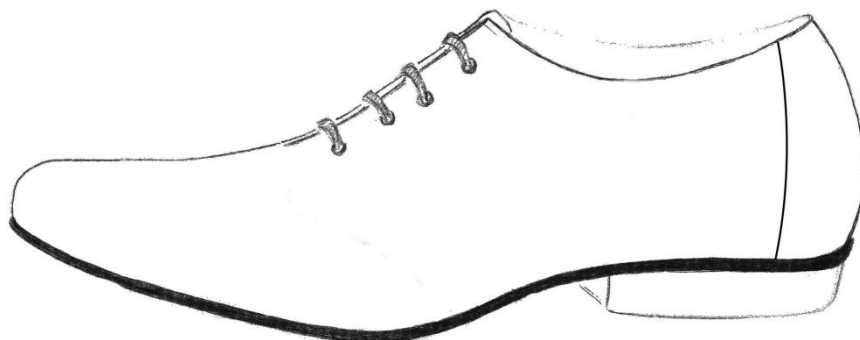
Obuv je zpracována lepeným výrobním způsobem. Je zde využit rámeček. Který tak podtrhl celou linii modelu.

Na svršek Modelu 4 jsem použila černou hladkou teletinovou useň. Na podšívku jsem použila podšívkovou vepřovici krémové barvy. Jazyk je vyhotoven v kombinaci vrchového a podšívkového materiálu. Vkládací stélka je vyhotovena z třísločiněné usně béžové barvy.

Podešev je vyhotovena do rámu. Na tento model jsem pro podešev použila Styropor. Receptura 8005, tvrdost 48ShA, spec. hmotnost 0,38 g/cm³. Styropor je v barvě černé s dezénem 300, což je čistý plát bez vzoru.

Napínací stélka je u všech modelů vyhotovena ze stejného materiálu.

Jako spojovací materiál jsem opět užila lepidlo z chloroprenového kaučuku = obchodního názvu Vukolep T-1.



Obr. 47. Konečný návrh Model 4



Obr. 48. Realizovaná Model 4

9 DESIGN A KONSTRUKCE DOPLŇKŮ

9.1 Model 1., Samostatný obal na tablet

Obal na tablet byl od začátku jistý. Bylo potřeba vytvořit takový obal, který nezabere mnoho prostoru, který bude reprezentativní a také bude sloužit jako doplnění celého outfitu zákazníka. Tento model byl vytvořen jako doplněk k Modelu 1.

Opakuje se zde dezén aplikovaný na Modelu 1.

Tvarově obal kopíruje tvar tabletu. Nikde materiál zbytečně nenabývá. Je uzpůsoben tak, aby se vešel do kufříku či jakékoli pánské tašky.

Materiál je použit stejný jako u Modelu 1. Obal je vyztužen lepenkou, pro lepší manipulaci a ochranu proti poničení zařízení.

Zapínání na magnetický zámek v niklové úpravě o velikosti 18 mm.



Obr. 49. Realizovaný obal na tablet

9.2 Model 2., Multifunkční obal

Druhý doplněk splňuje více požadavků. Slouží v podstatě jako malá pánská taška, do které je možné uložit základní věci. Tedy tablet, mobilní telefon, platební a jiné karty.

Tento multifunkční obal je vytvořen jako doplněk k Modelu 4. Je použit stejný dezén. Zhotoven je ze stejné vrchové i podšívkové usně jako daný model.

Obal je opět vyztužen lepenkou, pro lepší manipulaci.



Obr. 50. Realizovaný multifunkční obal

ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo vytvořit módní, atraktivní kolekci pánské obuvi a doplňků zaměřenou pro každého muže, který nerad pluje s davem.

Teoretická část obsahuje průřez pánskou módou oděvu i obuvi. Obsahuje významné mezníky v historii, které ovlivnily pánskou módu. Jsou zde uvedeny základní střihy pánské obuvi, ze kterých jsem ve své práci vycházela. Dále je pak doplněna o významné obuvnické značky a o mladé začínající designéry.

Teoretická část plynule navazuje na praktickou část práce. Kde je uvedena inspirace, je zde rozebrán cílový zákazník. Je doplněna o realizace loga a samotného zhotovení modelů. Kolekce obsahuje čtyři páry pánské obuvi a dva doplňky.

Díky zvolené barevnosti a použitým vzorům působí kolekce atraktivně.

Tato práce mě velmi obohatila o nové zkušenosti ve střihovém řešení, materiálech a možnostech výroby. Také jsem velmi ráda za využití technologie laserového vypalování do usně – laser cut. Která byla pro mou práci velkým přínosem.

Je velmi důležité si projít tvorbou od začátku do konce a získávat zkušenosti, které se nám budou jistě jednou hodit.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. VASS, Lanzo a Magda MOLNAR. Handmade Shoes for Men. Hf ULLMANN, 2010. ISBN 978-3833160455.
2. ŠTÝBROVÁ, Miroslava. 2009. Dějiny odívání: Boty, botky, botičky. 1. vydání. Praha: Nakladatelství Lidové noviny s.r.o. ISBN 978-80-7106-986-7.
3. STEVENSON, N. J. a Jana PACNEROVÁ (překl.). 2011. Kronika módy: kdo udává tón - nejslavnější módní ikony a návrháři. 1. vydání. Praha: Fortuna Libri. Fortuna factum. ISBN 978-80-7321-570-5.
4. Kyoto Fukushoku Bunka Kenkyu Zaidan a Blanka BRABCOVÁ (překl.). 2003. Móda: Dějiny odívání 18., 19. a 20. století. 1. vydání. Bratislava: Nakladatelství Slovart s.r.o. ISBN 3-8228-2624-3.
5. KYBALOVÁ, Ludmila. 2009. Dějiny odívání: Od „Zlatých dvacátých“ po Diora. 1. vydání. Praha: Nakladatelství Lidové noviny s.r.o. ISBN 978-80-7106-149-6.
6. MACKENZIE, Mairi a Jana SÁZAVSKÁ (překl.). 2010. Ismy: Jak chápat módu. Praha: Nakladatelství Slovart s.r.o. ISBN 978-80-7391-399-1.
7. FLUSSER, Alan. 2002. Dressing the Man: Mastering the Art of Permanent Fashion. 1 st edition. HarperCollins. ISBN 978-0060191443.
8. THE EDITORS OF ESQUIRE MAGAZINE. 2009. Esquire The Handbook of Style: A Man's Guide to Looking Good. Hearst. ISBN 978-1588167460.
9. WATSON, Linda. 2008. Vogue Fashion: Over 100 years of Style by Decade and Designer, in association with Vogue. Firefly Books. ISBN 978-1554074372.
10. 2009. , Design Museum Enterprise Limited. Fifty Shoes that Changed the World: Design Museum Fifty. Conran, s. 16. ISBN 978-1840915396.

SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

11. 2001-. Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation [cit. 2015-05-14].
12. Sekora blog. Boty: Koníčkové boty [online]. 11.12.2013. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <http://blog.sekora.cz/?cat=192>.
13. Sekora blog. Boty: Chelsea boty [online]. 7.2.2014. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <http://blog.sekora.cz/?cat=192>.
14. Sekora blog. Boty: Vyšší šněrovací boty [online]. 11.12.2013. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <http://blog.sekora.cz/?cat=192>
15. Barker: About. [online]. [cit. 2015-05-05]. Dostupné z: <http://www.barker-shoes.co.uk/>
16. Church's: Heritage - A History [online]. [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.church-footwear.com/uk/en/heritage>
17. Floris van Bommel: Our story [online]. [cit. 2015-05-03]. Dostupné z: <http://www.florisvanbommel.com/en/about>
18. J. M. WESTON: LA MANUFACTURE - L'HISTOIRE [online]. [cit. 2015-04-02]. Dostupné z: <http://www.jmweston.fr/manufacture/l-histoire>
19. ZACHARIAS: Profil [online]. [cit. 2015-04-02]. Dostupné z: <http://www.zacharias.cz/profil>

SEZNAM DALŠÍCH ZDROJŮ

20. MgA. Dana Lapšanská PhDr. Pánská móda 20. století [přednáška]. [cit. 2014-04-01].
21. Mgr. Miroslava Štýbrová, Dějiny obouvaní 20. století [přednáška]. [cit. 2014-03-01].

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. George Brian " Beau " Brummel

Dostupné z: <http://www.nndb.com/people/670/000095385/>

Obr. 2 . Prázdniny v Římě s Audrey Hepburn

Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/25928-prazdniny-v-rime/29033075170/>

Obr. 3. Pierre Cardin

Dostupné z: <http://paroleacolori.com/passato-presente-e-futuro-apre-parigi-il-nuovo-museo-dedicato-cardin/>

Obr. 4. Marilyn Monroe, film *Řeka do nenávratna*, 1954

Dostupné z:

<http://media.super.cz/images/gallery/0000000007991141/C0So0rRLDKKQy5ndIFvrxA/50cde57d30e78292b0460900-33196>

Obr. 5. Hippies

Dostupné z: <https://vietnamartwork.wordpress.com/hippie-movement/>

Obr. 6. – 9. Kotníčkové boty, Chelsea boty, Vyšší šněrovací boty, Polobotky

Dostupné z: <http://blog.sekora.cz>

Obr. 10. Converse boot

Dostupné z: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2793870/converse-sues-31-companies-world-saying-copied-iconic-design-trademark-shoe.html>

Obr. 11. Martens boot

Dostupné z: <http://www.drmartens.com/uk/c/Mens-Boots>

Obr. 12. Timberland boot

Dostupné z: <http://www.timberland.com/shop/mens-boots>

Obr. 13. Obuv na platformě

Dostupné z: http://www.lidovky.cz/foto.aspx?foto1=TER3c6f96__tom5473.jpg

Obr. 14. – 17. Oxford, Derby, Boty se sponou a Mokasíny

Dostupné z: <http://blog.sekora.cz>

Obr. 18. – 19. Průřez tvorbou značky BARKER, Logo značky BARKER

Dostupné z: <http://www.barker-shoes.co.uk/>

Obr. 20. – 21. Průřez tvorbou značky Church's, Logo značky Church's

Dostupné z: <http://www.church-footwear.com>

Obr. 22. – 23. Průřez tvorbou značky a Logo značky Floris van Bommel

Dostupné z: <http://www.florisvanbommel.com>

Obr. 24. – 25. Průřez značky WESTON, Logo značky WESTON

Dostupné z: <http://www.jmweston.com>

Obr. 26. Průřez tvorbou Ahmet Baytar

Dostupné z: <http://www.ahmetbaytar.com/men.html>

Obr. 27. Průřez tvorbou BeWooden

Dostupné z: <http://www.bewooden.cz/blog/vanocni-darek-pro-muze-3/>

Obr. 28. Průřez tvorbou ZACHARIAS

Dostupné z: <http://www.zacharias.cz/galerie/wholecut-oxford-boty-z-jednoho-kusu-kuze>

Obr. 29. – 30. Brogue boty, Semi-brogue boty

Dostupné z: <http://blog.sekora.cz>

Obr. 31. Barevnost

Obr. 32. Laser cut

Obr. 33. Logo

Obr. 34. Moodboard

Obr. 35. Detail

Dostupné z: <http://beok.cz/wp-content/uploads/2013/04/kravata-su.jpg>

Obr. 36. Vybraný tvar kopyt kolekce

Obr. 37. Vypálený vzor pro Model 1

Obr. 38. Konečný návrh Model 1

Obr. 39. Realizovaný Model 1

Obr. 40. Vypálený vzor pro Model 2

Obr. 41. Konečný návrh Model 2

Obr. 42. Realizovaný Model 2

Obr. 43. Vypálený vzor pro Model 3

Obr. 44. Konečný návrh Model 3

Obr. 45. Realizovaný Model 3

Obr. 46. Vypálený vzor pro Model 4

Obr. 47. Konečný návrh Model 4

Obr. 48. Realizovaná Model 4

Obr. 49. Realizovaný obal na tablet

Obr. 50. Realizovaný multifunkční obal

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P 1: Moodboard

Příloha P 2: První návrhy

Příloha P 3: Návrh model 1

Příloha P 4: Návrh model 2

Příloha P 5: Návrh model 3

Příloha P 6: Návrh model 4

Příloha P 7: Šablonová dokumentace – model 1

Příloha P 8: Šablonová dokumentace – model 2

Příloha P 9: Šablonová dokumentace – model 3

Příloha P 10: Šablonová dokumentace – model 4

Příloha P 11: Fotodokumentace – model 1

Příloha P 12: Fotodokumentace – model 2

Příloha P 13: Fotodokumentace – model 3

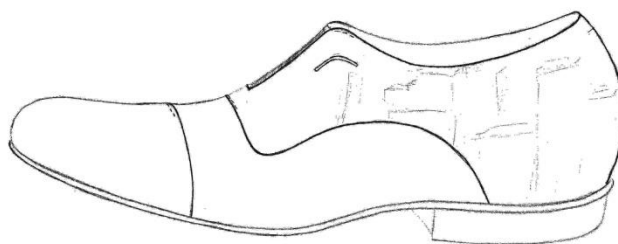
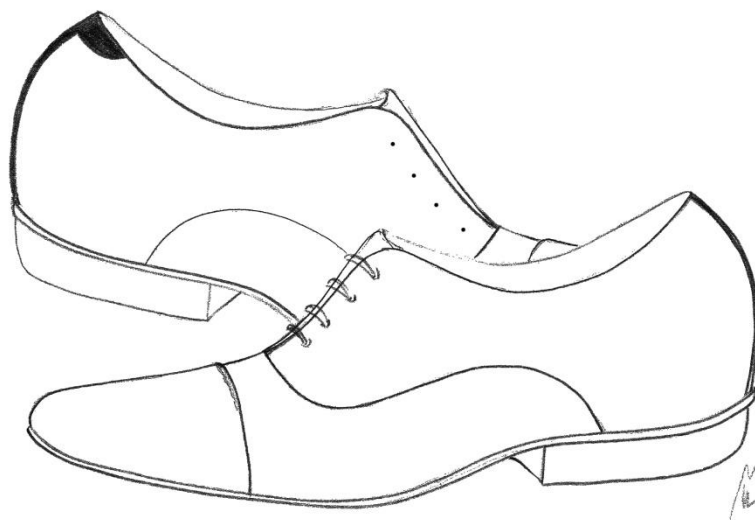
Příloha P 14: Fotodokumentace – model 4

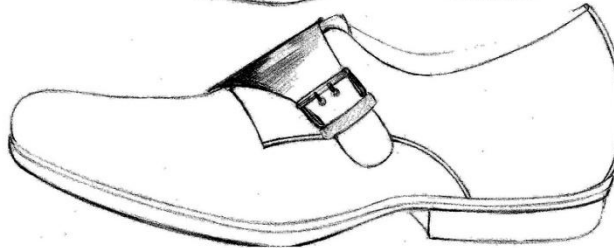
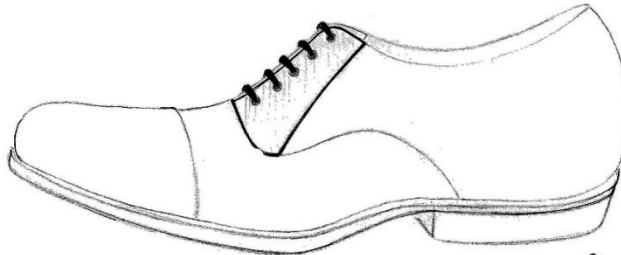
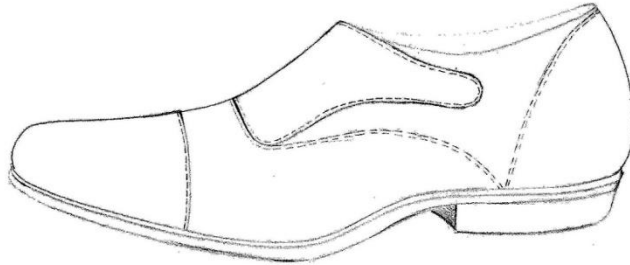
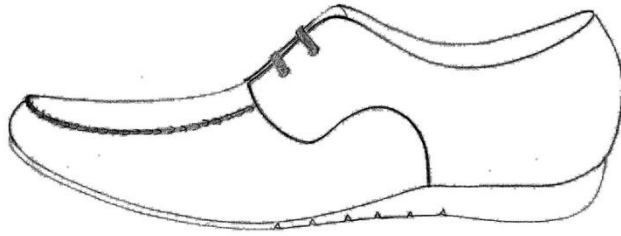
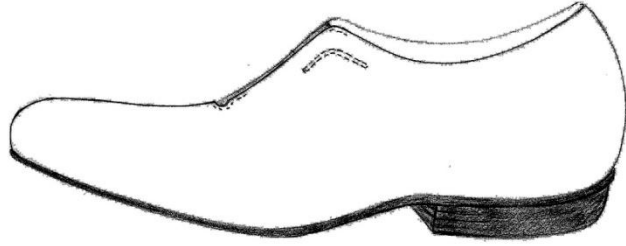
Příloha P 15: Fotodokumentace – obaly na tablet

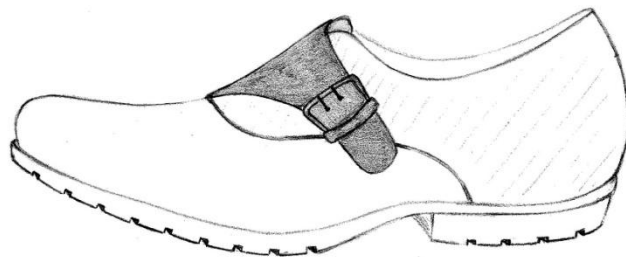
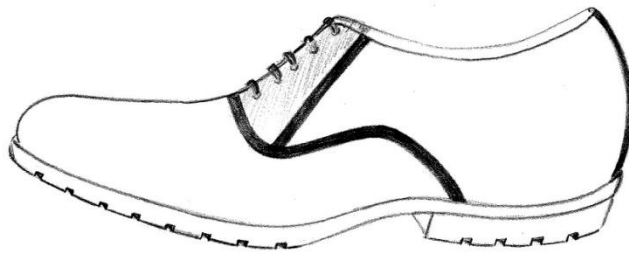
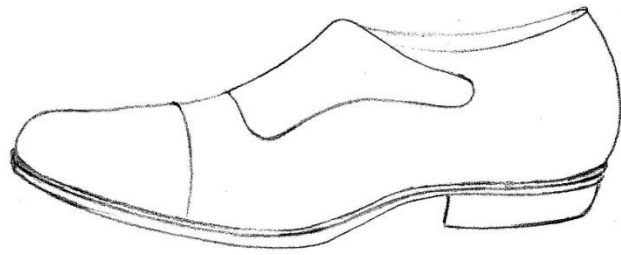
PŘÍLOHA P 1: MOODBOARD

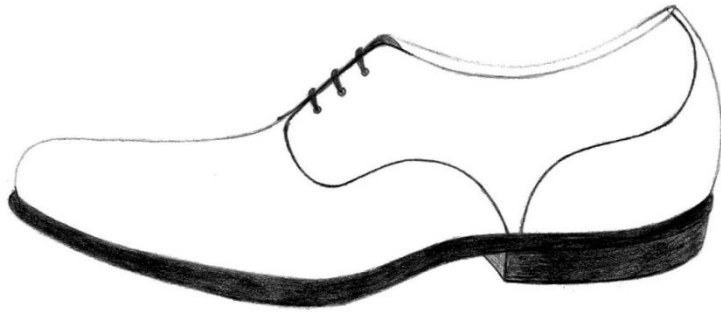
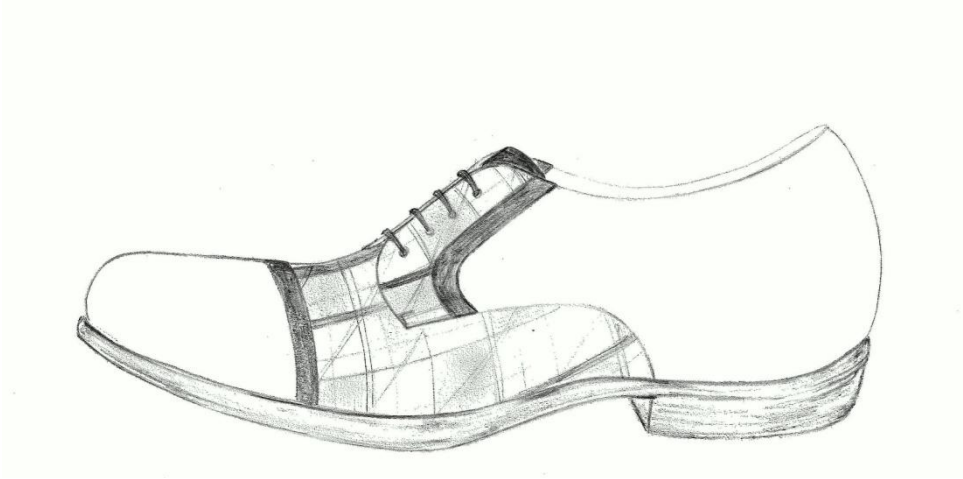


PŘÍLOHA P 2: PRVNÍ NÁVRHY





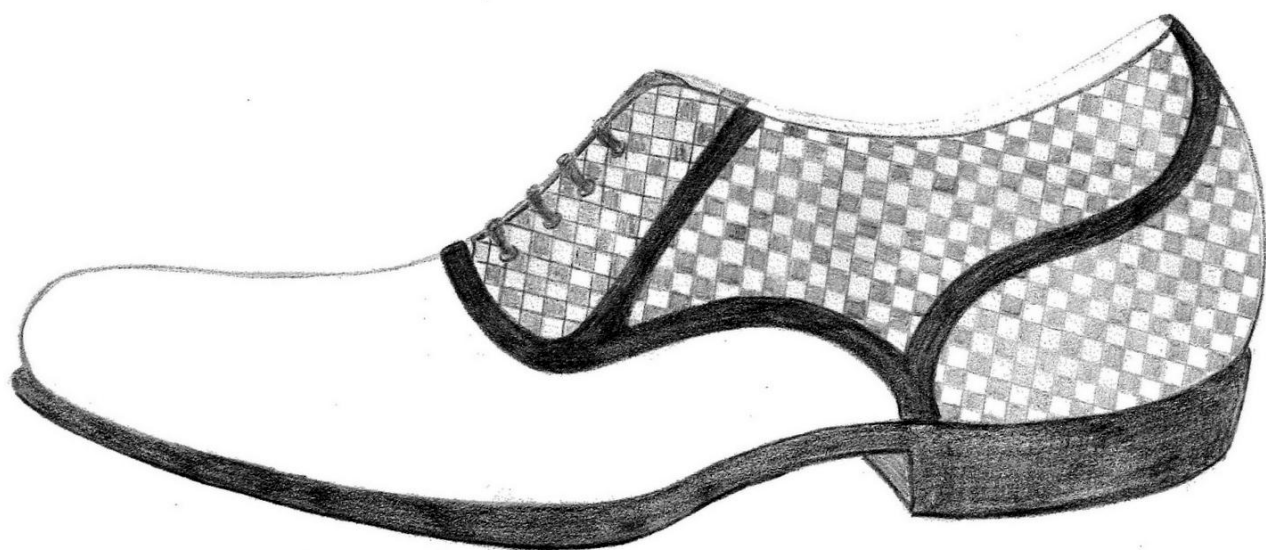




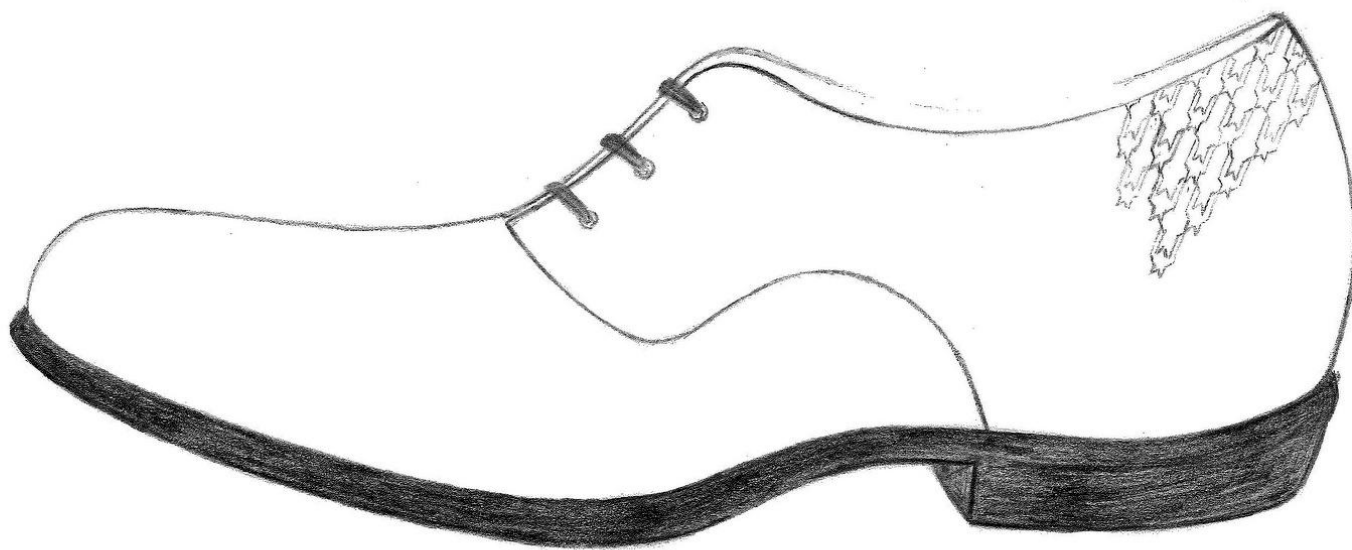
PŘÍLOHA P 3: NÁVRH MODEL 1



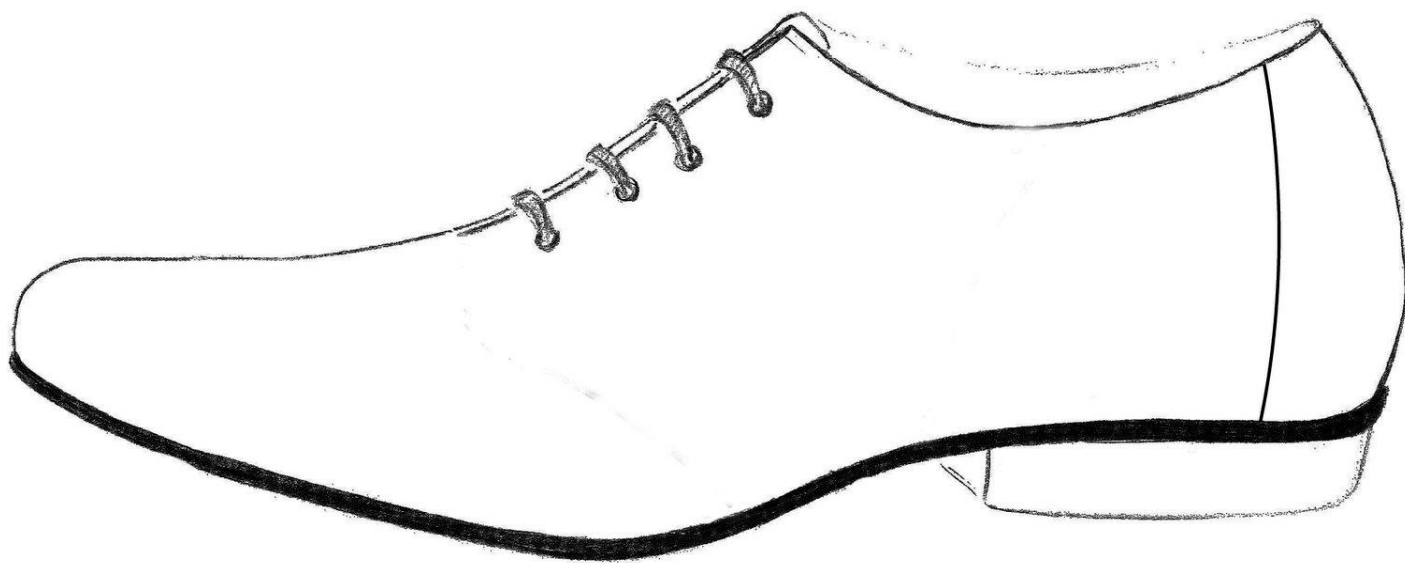
PŘÍLOHA P 4: NÁVRH MODEL 2



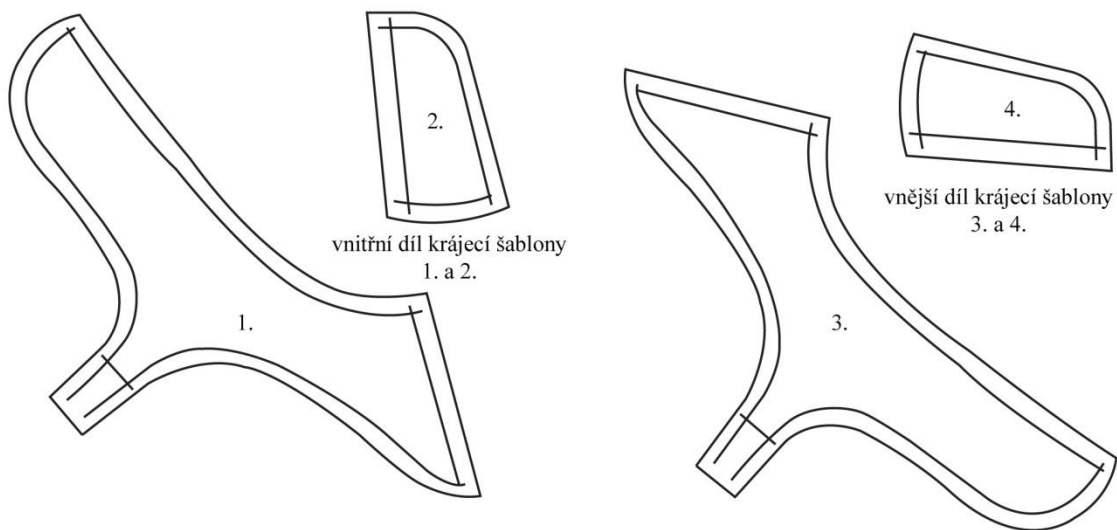
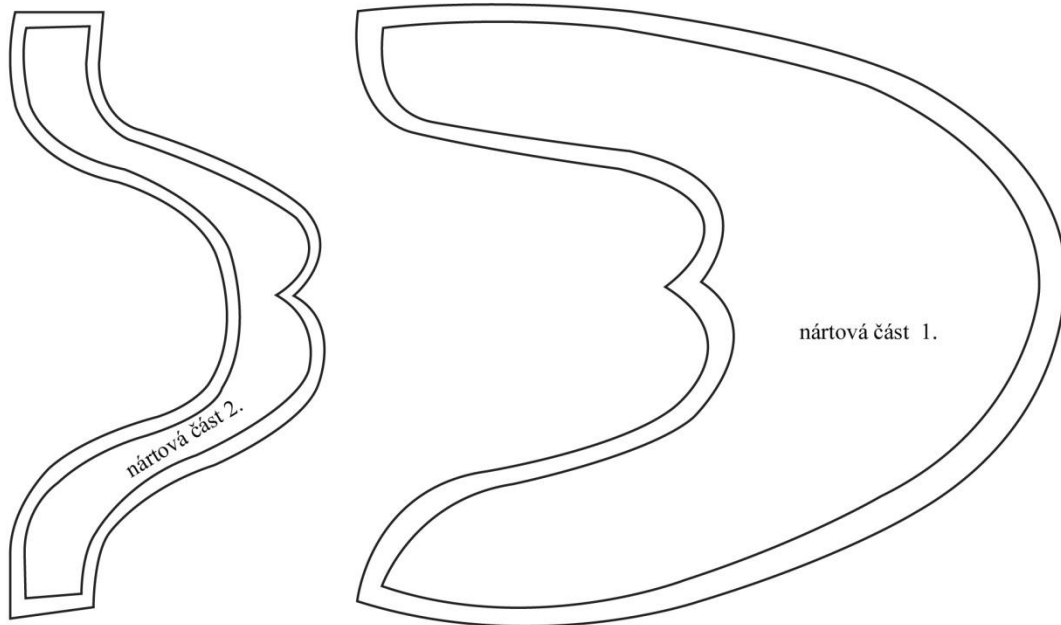
PŘÍLOHA P 5: NÁVRH MODEL 3



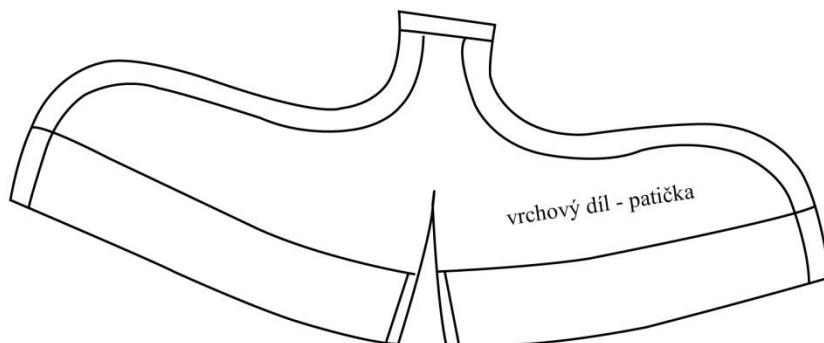
PŘÍLOHA 6: NÁVRH MODEL 4



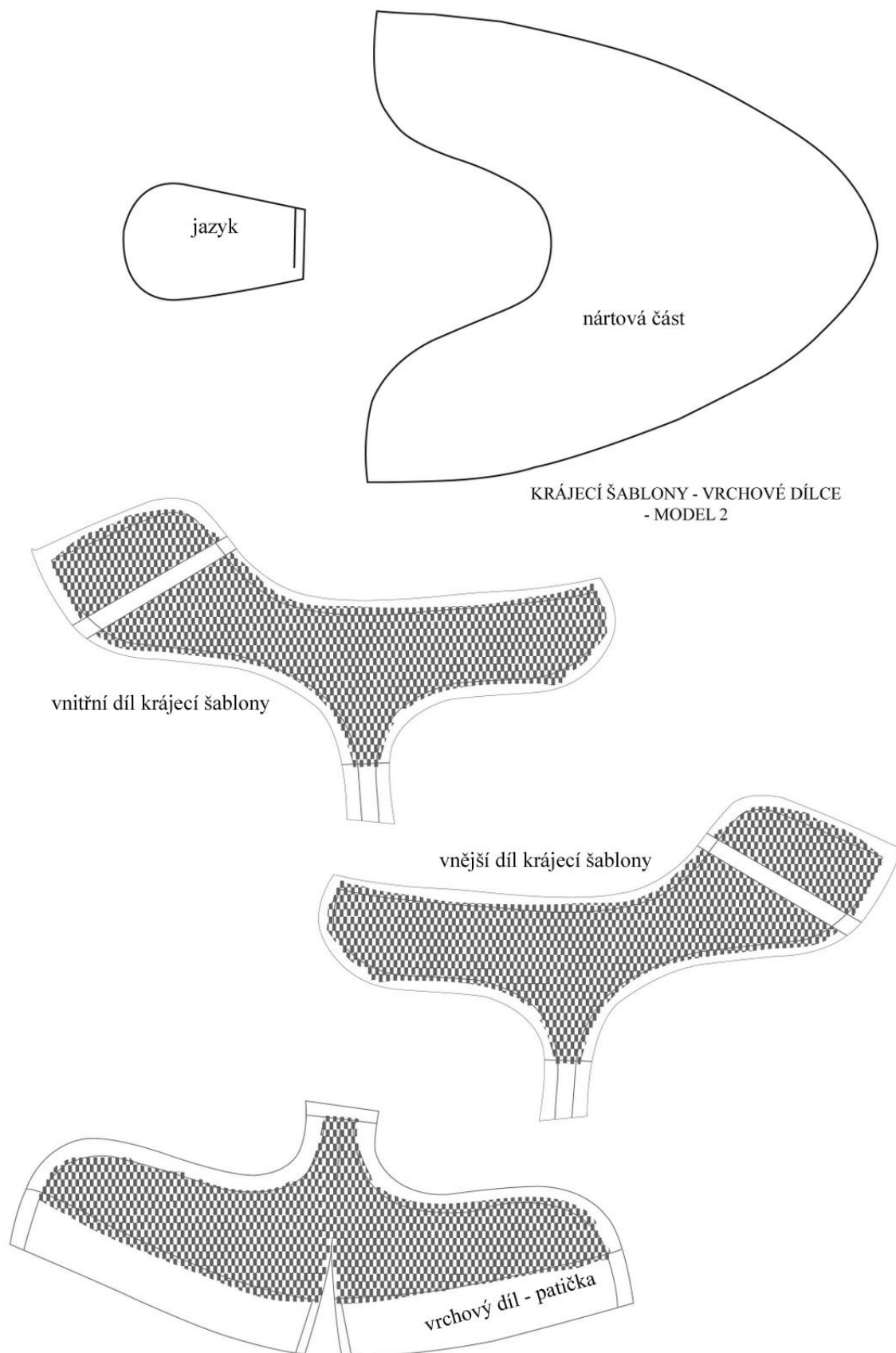
PŘÍLOHA P 7: ŠABLONOVÁ DOKUMENTACE – MODEL 1



KRÁJECÍ ŠABLONY - VRCHOVÉ DÍLCE
- MODEL 1



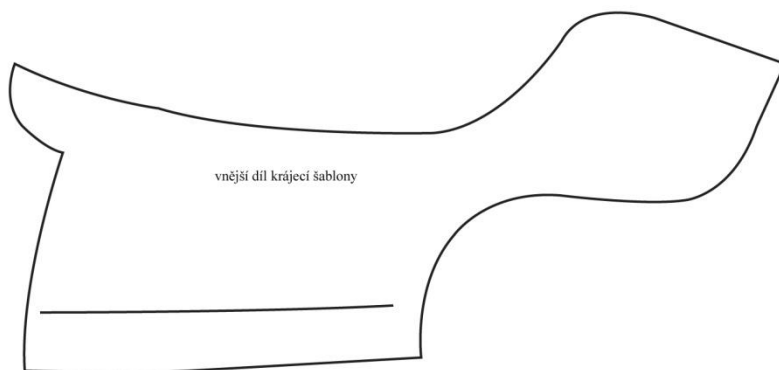
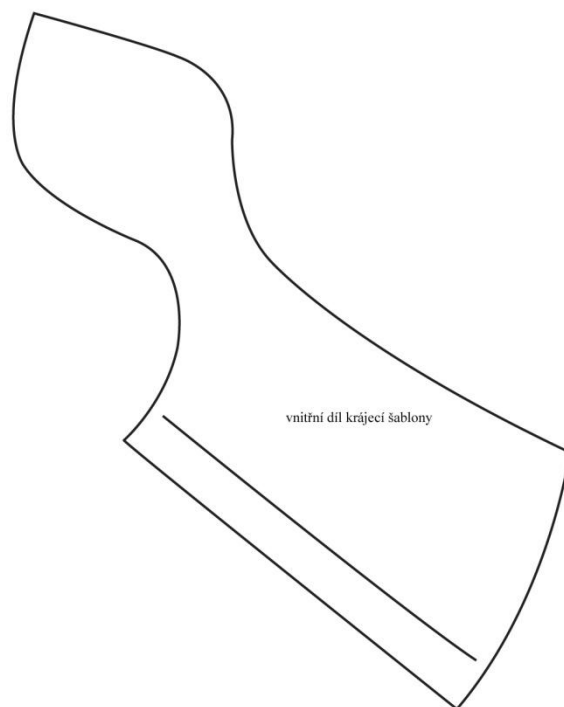
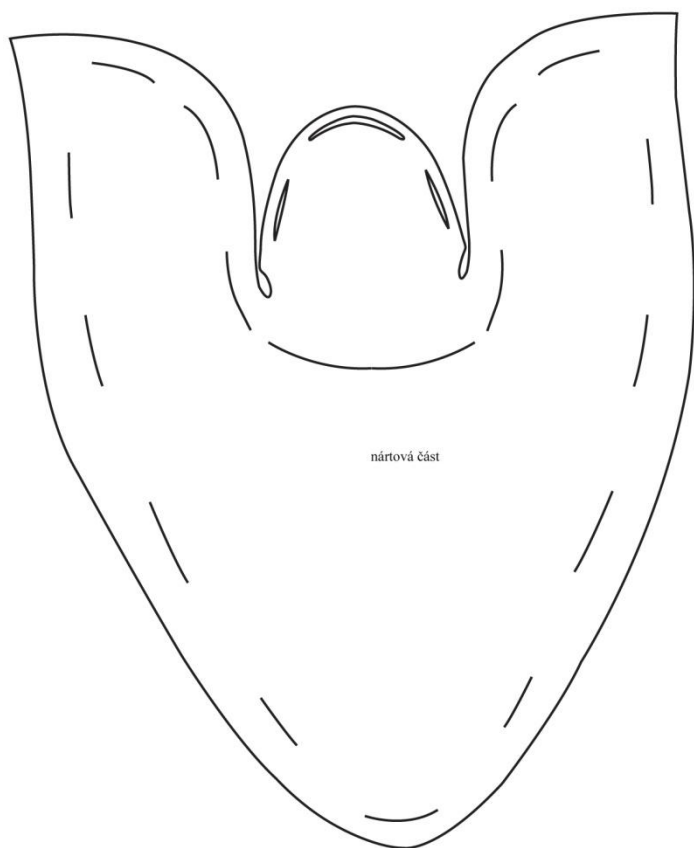
PŘÍLOHA P 8: ŠABLONOVÁ DOKUMENTACE – MODEL 2



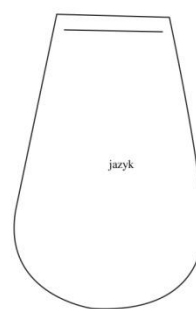
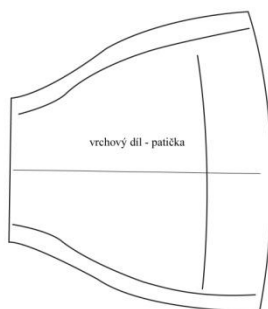
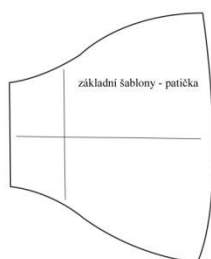
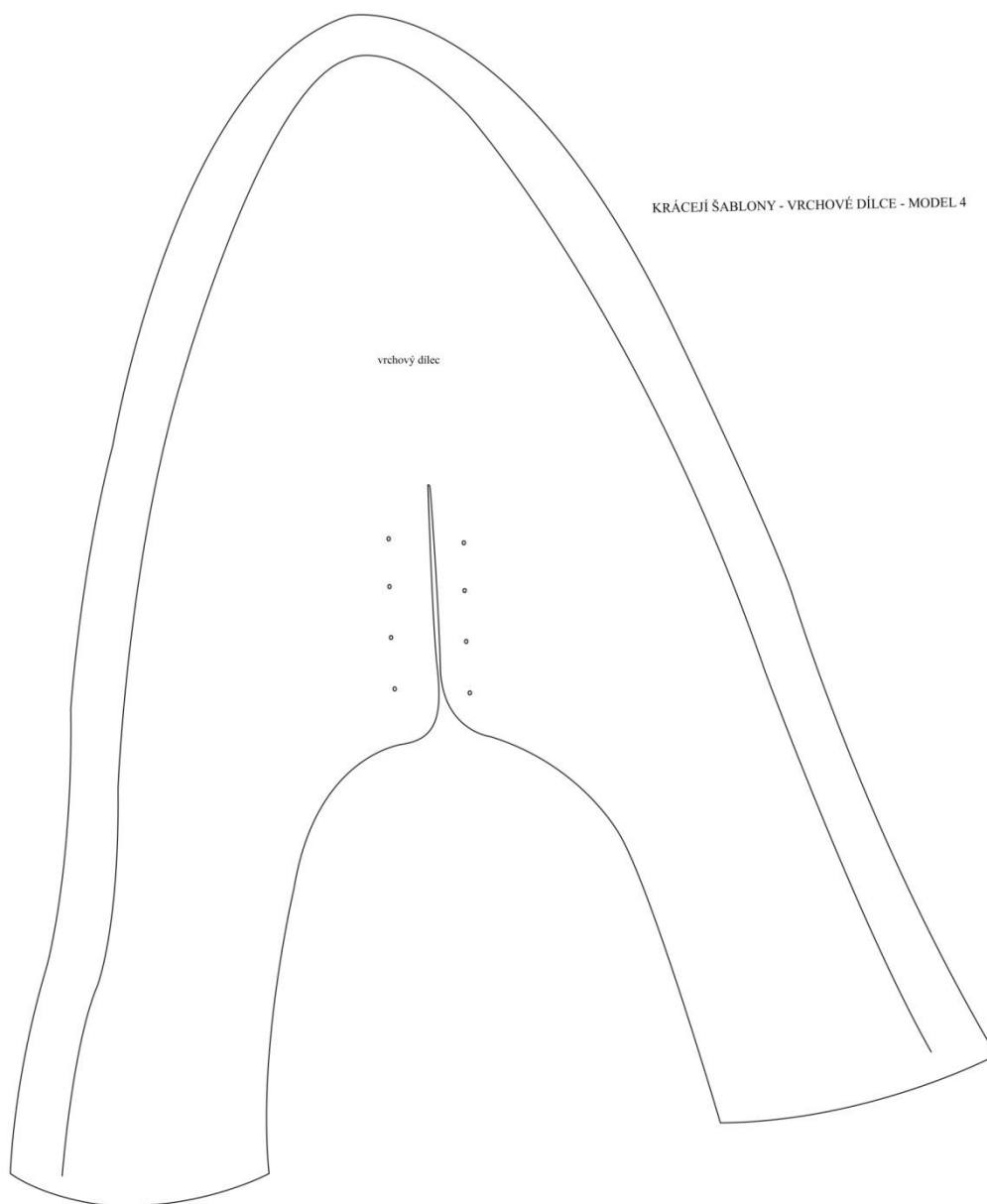
PŘÍLOHA P 9: SABLONOVÁ DOKUMENTACE – MODEL 3



KRÁJECÍ ŠABLONY - VRCHOVÉ DÍLCE - MODEL 3



PŘÍLOHA P 10: ŠABLONOVÁ DOKUMENTACE – MODEL 4



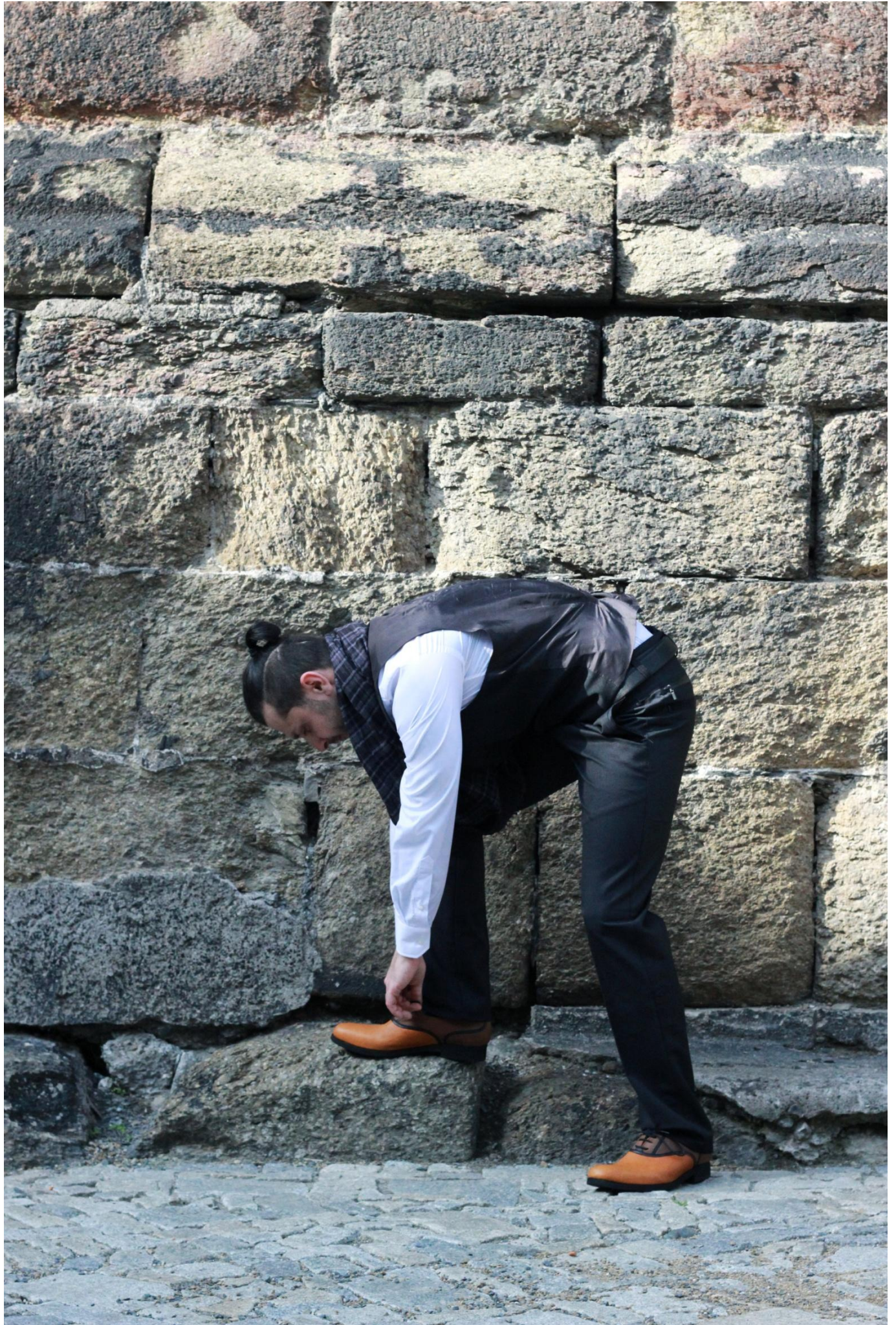
PŘÍLOHA P 11: FOTODOKUMENTACE – MODEL 1





PŘÍLOHA P 12: FOTODOKUMENTACE – MODEL 2





PŘÍLOHA P 13: FOTODOKUMENTACE – MODEL 3





PŘÍLOHA P 14: FOTODOKUMENTACE – MODEL 4





PŘÍLOHA P 15: FOTODOKUMENTACE – OBALY NA TABLET

