

HLEDÁNÍ KONTAKTU

BcA. Dita Plicková

Diplomová práce
2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Design obuvi
akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Dita Plicková**
Osobní číslo: **K14325**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Design obuvi**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Hledání kontaktu**

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

Vypracujte studii na téma kontakt. Zabývejte se pojmy kontakt, dotek, společenství, komunita. Pokuste se nahlédnout do historie módy a vyberte si období, které dle vašeho posouzení vybízelo svou vizuální formou ke kontaktu mezi lidmi.

2. Praktická část:

Vypracujte kolekci tří párů obuvi a pěti doplňků, ve které zhodnotíte znalosti z teoretické části práce. Navrhněte esteticky působivé řešení, jenž bude reflektovat problém kontaktu mezi lidmi. Svě řešení dokumentujte kresebnými návrhy v počtu min 15 kusů. Řešení doplňte písemnou zprávou o rozsahu 25 normo stran, obrazovou přílohou a doložte stříhové řešení i technický popis. Součástí práce je prezentace na CD-ROM ve dvou vyhotoveních a dále odevzdáte poster 100 x 70 cm v tištěné podobě. 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 českém a anglickém jazyce, rok obhajoby, osobní email, osobní web, telefon. Přiložte i osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah diplomové práce: **minimálně 45 normostran**
Rozsah příloh: **minimálně 15 normostran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

LIPOVETSKY, Gilles. Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech. V českém jazyce vyd. 1. Praha: Prostor, 2002, 446 s. Střed (Prostor). ISBN 80-726-0063-X.

JAROŠOVÁ, Helena. Filozofie těla - klíč k hlubšímu chápání těla a šatu. V Praze: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2013, 43 s. ISBN 978-80-86863-63-4.

BAUDOT, Francois. Móda století. IKAR, 2001. ISBN 80-551-0127-2.

Móda: z dějin odívání 18., 19. a 20. století : sbírka Kyoto Costume Institute. Vyd. 1. Praha: Slovart, 2003, 735 s. ISBN 38-228-2624-3.

PALMER, Amanda. The Art of Asking. Grand of cental publishing, 2014. ISBN-13: 9781455581092.

Vedoucí diplomové práce: **MgA. Jana Buch**
Ateliér Design obuvi
Datum zadání diplomové práce: **30. října 2015**
Termín odevzdání diplomové práce: **16. května 2016**

Ve Zlíně dne 2. února 2016

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 užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 6.5. 2016

DITA PLICKOVÁ
.....
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 nevydělečně 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, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

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

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

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít 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 přihlíží k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Teoretická část je zaměřena na slovo kontakt a jeho význam z hlediska současnosti a minulosti. Co lidé sdílí mezi sebou nyní a jak je to absurdní z pohledu minulosti. Kdy a za jakých okolností je člověk opravdu sám. Součástí je kapitola o společenstvích a komunitách, kde je stěžejní touha po spojení a nakonec i kapitola o módě a svádění, o tom jak mluví oblečení a co o nás říká.

Úkolem praktické části je najít si svou vlastní komunitu, která právě díky kontaktu pomůže vytvořit kolekci tří párů obuvi a doplňků.

Klíčová slova: dotyk, spojení, odpověď, vztahy, touhy, komunikace, člověk, hodnoty

ABSTRACT

The theoretical part is focused on the word contact and on this issue from contemporary and history perspective. What people sharing today between each other and how is absurd from a history view. When and under what circumstances is human totally alone. Included is a part about groups and communities, where is the main thing desire for connection. The final part is about fashion and seduction, about how our clothes speaks and what they are saying about us.

The key of practical part is find my own community which with their help will create collection of three pairs of shoes and accessories.

Keywords: touch, connection, an answer, relations, seductions, communication, human, values

Ráda bych vyjádřila své poděkování MgA. Janě Buch za veškerou pomoc v podobě konzultací, cenných rad a odborného vedení během celého studia, dále děkuji panu Petrákovi za vypracování oponentury k mé práci. A obrovské díky patří také mým nejbližším přátelům a rodině za podporu při studiu i v životě.

„I see, I smell, I sense, I feel everything in the air, but the words. Something intangible is spreading, like telepathy, a transparent connection.“ – Yu Han Ho

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

OBSAH

ÚVOD	7
I TEORETICKÁ ČÁST	9
1 HLAVNĚ NEBÝT SÁM – NEZTRÁCET KONTAKT	10
1.1 NEPŘETRŽITÝ KONTAKT	11
1.1.1 Virtuální „realita“	11
1.2 ONLINE KONTAKT	12
1.3 OFFLINE KONTAKT	13
1.4 VZKAZ V LÁHVI.....	16
1.5 MIMOZEMSKÝ KONTAKT	17
2 SPOLEČENSTVÍ – KOMUNITA	19
2.1 STÁLE SPOLU.....	20
2.2 POULIČNÍ SOCHA	22
3 NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE – JAK MLUVÍ ODĚV	25
3.1 SDĚLENÍ NOSITELE	26
3.1.1 Sociální postoj vs. charakter	27
3.1.2 Hudební postoj a jeho vliv na módní průmysl	27
3.1.3 Vnímání módní značky (vliv módních značek na nositele).....	29
II PRAKTICKÁ ČÁST	31
4 KONCEPT	32
4.1 SÍLA SKUPINY	33
4.2 „ČAUKY, NAPIŠ MI PROSÍM NĚJAKOU BARVU“	34
4.2.1 Pletení.....	36
4.3 TARGET	37
4.4 SPOLEČENSTVÍ KUCHYNĚ	38
4.4.1 Analýza konverzace	39
4.5 HLEDÁNÍ TVARŮ.....	40
4.5.1 Linie a finální tvary	40
4.5.2 Návrhy.....	42
5 REALIZACE – OBUV A DOPLŇKY	44
5.1 KOPYTO	44
5.2 MATERIÁL A BAREVNOST	44
5.2.1 1. pár.....	45
5.2.2 2. pár.....	48
5.2.3 3. pár.....	49
5.3 DOPLŇKY	50
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	55
SEZNAM OBRÁZKŮ	57
SEZNAM PŘÍLOH	60

ÚVOD

Každý z nás udržuje určitý druh kontaktu. Už v okamžiku, kdy otevřeme oči, jsme ve spojení. Hledáme kontakt kdekoli a jakýmkoli způsobem. Někdo vedle nás leží, někomu pošleme zprávu. Jme v kontaktu, i když otevřeme okno, zapneme počítač, vyjdeme ven nebo se jen na někoho podíváme. Je skoro nemožné nebýt s ničím nebo s nikým v kontaktu.

Existuje nekonečno druhů spojení.

Diplomová práce s názvem Hledání kontaktu obsahuje mnoho příkladů, proč a jakým způsobem lidé udržují nebo hledají spojení. Teoretická část se dělí na tři hlavní kapitoly.

První kapitola s názvem Hlavně nebýt sám – nikdy neztratit kontakt se zaměří na konfrontaci toho, co bylo prostředkem spojení v minulosti a co je to dnes. Stejně tak zahrnuje i význam slova kontakt a prostřednictvím čeho ho lze udržovat. Dále se v této práci budu snažit přijít na to, kdy je člověk opravdu sám a jestli je to vůbec možné. V podkapitolách budou zmíněny skutečné příběhy lidí, na kterých lze dokonale popsat hned několik druhů spojení. Online kontakt, kdy udržujeme vztahy pomocí sociálních sítí. Offline kontakt, kdy od těchto sítí utíkáme a hledáme skutečný svět a mimozemský kontakt, kdy Země není jedinečná. Tato kapitola obsahuje i aspekty, které jsou s hledáním kontaktu neodmyslitelně spjaty. Citový kontakt a hodnoty člověka jako jsou vztahy, touhy, doteky a emoce.

Druhá kapitola vysvětluje co je to společenství a komunita a řeší otázku, proč mají lidé tu potřebu se seskupovat. Zároveň v této kapitole hledám spojení a porovnání s příběhy první kapitoly. Příkladem dvou odlišných komunit budou uvedeny rodina a hudební skupina.

Poslední část práce má název Neverbální komunikace – jak mluví oděv. Obsahuje jednu hlavní otázku a úvahu nad tím jak mluví oblečení a co o nás říká. Jaké role nám udává oblečení a jak vzniká vizuální dialog mezi tím, co vidíme a nosíme. V této kapitole se objeví i významný autor knihy Říše pomíjivosti Gilles Lipovetsky, a též autorka knihy Filozofie těla Helena Jarošová. Díky těmto autorům lze nahlédnout do historie módy.

Praktická část této práce je zaměřená na zkoumání způsobů kontaktu, ať je to s pomocí verbální nebo neverbální komunikace. Přes internet, dotek, pohled nebo materiál. A protože pro kontakt je nejdůležitější reakce, bude tato část spíše experimentem toho, čeho se mi dostane jako odpověď.

Cílem této práce je vymyslet systém komunikace a vytvořit si tím svou vlastní komunitu, která mi zprostředkuje podněty pro vypracování kolekce tří párů obuvi a doplňků.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 HLAVNĚ NEBÝT SÁM – NEZTRÁCET KONTAKT

Naše společnost je založena na komunikaci, která nám umožňuje být ve spojení. Kontakt lze udržovat pomocí verbální komunikace, prostřednictvím jazyka a řeči a pomocí neverbální komunikace prostřednictvím doteku, gestikulace, mimikou, očním kontaktem a dalšími.

„dotyk, spojení, styk“¹

Třemi slovy lze vysvětlit pojem kontakt. Proč ho hledáme? Motivací pro udržování kontaktů je mnoho. Může to být například potřeba sounáležitosti, touha někam patřit, začlenit se do skupiny lidí, nebýt osamělý, nebo se člověk nudí, má depresi a pocit prázdnoty.² Proč nechceme být samy a jakým způsobem hledáme nebo udržujeme to spojení? Dnes znamená věta, mám kontakt, mám telefonní číslo, emailovou adresu, nebo mám dotyčného v „přátelích“. Když něco potřebuji, napíšu zprávu z mobilu nebo na internetu a vše jde bleskově rychle. Dříve věta, mám kontakt, znamenala, že mám adresu trvalého bydliště, nebo se vídáme. To znamená, že člověk napsal dopis nebo se s dotyčným setkal. Kdyby se každý zamyslel nad tím, jak spojování fungovalo před lety, kdy se na odpověď čekalo i několik dní, určitě by si rozmyslel napsat zprávu „za 5 min jsem tam“.

Toto je udržování kontaktu, být si na blízku ať je to jakýmkoli způsobem.



Obrázek 1: Prostředky ke komunikaci

¹ AZSlovník: slovník cizích slov [online]. [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://azslovník.cz/kontakt>

² PAULÍK, Karel. *Psychologické základy lidské komunikace: Učební text* [online]. 2007, 96 [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://projekty.fs.vsb.cz/415/psychologicke-zaklady-lidske-komunikace.pdf>

1.1 Nepřetržitý kontakt

Je těžké uvědomit si, kdy je člověk opravdu sám. Například, když se rozhodnu jít do kavárny sama, nejsem sama. Přinejmenším je tam osoba, která mi kávu přinese. Jsem s ní v kontaktu. Být sám se svými myšlenkami je náročné. Když čteme knihu, jsme vzdáleně v kontaktu s autorem. Člověk je opravdu sám jen v absolutním tichu a pouze se svými myšlenkami. Jak dlouho to vydrží? Nejspíš dokud neusne, nebo se nezblázní.

Když je člověk sám doma, je opravdu sám? Vstane ráno z postele a ještě než si začne dělat snídani, zapne počítač (internet) a koukne se, co je nového. Možná si přečte i nějaký článek. Jde si udělat snídani a k tomu si pustí rádio (moderátor). Později si dá sprchu, což by mohlo být prvním náznakem toho, že je opravdu úplně sám, ale pustí si ve sprše muziku (zpěvák). Vyjde z koupelny a oblékne se. Vyrazí nakoupit (kolemjducí). Vráti se na byt a začne vařit. Opět si k tomu zapne rádio. Jde jíst, pustí si seriál (herci). Umyje nádobí a udělá si kávu. Sedne si za počítač a teď to teprve začíná. Kouká na fotky, čte si článek, poslouchá muziku, píše seminární práci, píše si na chatu s přáteli. To vše v jednu chvíli. A to je doma sám? Naopak.

Člověk, který je „sám“ hledá kontakt, protože nechce být sám. I když si myslíme, že celý svět komunikuje s námi, jsme to my, kdo vyhledává spojení. My zapínáme rádio, my čteme knihu, my jsme si koupili telefon a my jsme ti, kdo jsme si nainstalovali internet. Hledáme druh lidského kontaktu. V rádiu slyšíme moderátora, v knize čteme příběh autora.

Když je člověk sám doma, má možnost všechny zdroje kontaktu vypnout, ale pořád může otevřít okno a slyšet například projíždějící auta. Když je dům na samotě a všude je klid, pořád ten dům postavil člověk. Lidský kontakt existuje v mnoha podobách, záleží jen na tom, jak ho kdo vnímá.

1.1.1 Virtuální „realita“

V roce 2013 byl natočen sci-fi film s názvem Her. Vypráví o muži, který se zamiloval do operačního systému s lidským hlasem. Po neúspěšném manželství se z něho stal těžký introvert a stranil se společnosti. Operační systém si nainstaloval, protože byl osamělý. Báł se společnosti, ale nechtěl být sám. Tento způsob kontaktu se tedy zdál být tím nejvhodnějším. Nebál se otevřít, protože nemluvil s fyzickou osobou ale s operačním systémem. Za krátký čas měl tento muž s operačním systémem opravdový plnohodnotný vztah. Tento film poslouží práci jako příklad toho, že virtuálně je člověk jistější, může

napsat nebo vložit na internet cokoli stejně jako to může smazat. Kdyby muž chtěl, operační systém prostě odinstaluje.

Lidé se za počítačem nestydí tolik jako v přímém styku s člověkem, ale stačí lidem virtuální kontakt přes internet nebo textové zprávy? Potřebují vůbec fyzický kontakt? Kdyby všechny věci, které s námi komunikují, měli svou fyzickou podobu, nevešly by se do prázdného bytu nebo domu, kde je člověk „sám“. Člověk je sám doma jen proto, že s ním není fyzicky žádná osoba.

Fyzický kontakt je ale důležitý pro každého z nás. Příkladem může být rodina, kterou nelze vidat každý den. I když existují technologie, které nás dokážou spojit se svými blízkými na dálku, není to to samé jako přímý oční kontakt, obětí, polibek, nebo dotek. Kdyby tyto technologie neexistovali, měli bychom pravděpodobně intenzivnější potřebu fyzického kontaktu a hlavně bychom si tuto potřebu více uvědomovali.

1.2 Online kontakt

Řekněte lidem, co si myslíte – přidat video, přidat fotku, poslat zprávu, vytvořit událost, vytvořit skupinu, přidat do přátel, pozvánky, upozornění, odpovědět, okomentovat, označit jako to se mi líbí, označit osobu, sdílet, napsat komentář, zahájit video hovor, co se vám honí hlavou, vytvořit fotoalbum, hledat osoby, blokovat zprávy, odstranit konverzaci, odstranit z přátel, odstranit účet.

Hledání kontaktu aneb jak s lidmi komunikuje sociální síť. Přečíst si to takto dohromady v řádcích je celkem náročné a hlavně otravné, ale většina lidí tyto odkazy, které nutí komunikovat, čte téměř každý den. Až na tu poslední. Odstranit účet

V době, ve které žiji, si neumím přestavit jediný den bez internetu. Pomocí internetu se spojím se všemi přáteli, které mám ráda, pomocí internetu jsem chytřejší, protože si mohu najít vše, čemu nerozumím a navíc je to okamžitě. Jak to fungovalo v minulosti? Než bych se se všemi těmi přáteli setkala vždy, když to potřebuji a než bych se snažila zjistit veškeré informace, které potřebuji vědět v knihách nebo kdekoli jinde než na internetu, byla bych nejspíš o deset let starší.

Umíme se sami vůbec ještě seznámit s člověkem bez internetu? Jak by to asi vypadalo? Někoho někde potkáte, seznámíte se, skvěle se pobavíte a jdete domů. Tam zahájíte pátrání na internetu. Nemůžete ho najít a říkáte si, že je divný, když nemá Facebook. A to je to kouzlo kontaktu. Jestli vás ten člověk opravdu zajímá, donutí vás to jít na místo seznámení

a snad vám osud dopřeje. Zní to jako ze středověku, ale osobní setkání je nenahraditelné, ať bude jakákoli doba.

Ve světě internetu a mobilů člověk nikdy není sám. Pořád jsme s někým v kontaktu.

Když se kouknu na obrazovku svého počítače, je tam otevřené okno se sociální sítí Facebook. Mám v přátelích člověka, kterého jsem v životě osobně neviděla a jediné, co máme společného je zájem o design obuvi a několik společných přátel se stejným zájmem.

Neznám ho, a přesto vím, jak vypadá a co dělal přesně před 57 minutami. Sdílel příspěvek na své zdi. Koukám na jeho příspěvek a sleduji, na čem právě pracuje. Nemusím mít žádný chytrý názor, abych zareagovala na jeho příspěvek, ani mu nemusím psát zprávu. To, že se mi jeho práce líbí, vyjádřím kliknutím. A to je online kontakt.

Klikání.

1.3 Offline kontakt

Člověk přirozeně potřebuje občas pauzu od virtuálního světa, i když je téměř dokonalý. Někdo na chvíli vypne počítač, někdo navštíví rodinu nebo přátele a někdo potřebuje tak dlouhou přestávku, aby objevil život bez internetu. Paul Miller žil po dobu jednoho roku „reálně“.

Paul Miller je americký novinář ze Springfieldu, Missouri a senior editor pro The Verge (americké technologické noviny a mediální síť provozována společností Vox Media).³ Je to člověk, který si vzhledem ke své práci neuměl představit bez internetu jediný den. Přesto se ho v roce 2012 rozhodl opustit.

Frustroval ho zvuk příchozích zpráv, zahlcená emailová schránka a záplava informací, které musel vstřebávat každý den a tak online světu na jeden rok utekl. Odpojil internet a chytrý telefon vyměnil za starší model. Chtěl poznat sebe samého a zjistit, co všechno s ním internet provedl za ta dlouhá léta.

Jeho plánem bylo opustit práci, být se svými rodiči, číst knihy, psát knihy a odpočívat ve volném čase. Chtěl se stát produktivnějším, ale hlavně lepším člověkem.

³ TEDxEutropolis [online]. [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://www.tedxeutropolis.eu/speakers/paul-miller>

Krátký dokument s názvem Finding Paul Miller, který vznikl s pomocí The Verge, vypráví o tomto útěku do reality se skutečným cílem porozumět internetu studováním ho v distanci. Paul se snažil pomoci nám všem stát se lepšími lidmi.

V prvních měsících Paul popisuje momenty plné opravdových činností, díky nimž se cítil svobodně a uvolněně. Osobní setkání, frisbee, jízda na kole, četba řecké literatury a další. Nuda a nedostatek stimulace ho nutily dělat věci, které ho opravdu zajímali, a naučil se vážit si názoru, který není publikován na blogu. Volný čas využil k psaní novely a esejí pro The Verge. Nejvíce tento distanc ocenila jeho sestra, která za celý svůj život se skutečným Paulem mluvila vždy jen na půl. Byl to člověk, který na půl naslouchal a na půl surfoval po internetu. Dával přednost virtuálnímu kontaktu před skutečným fyzickým.

Nicméně, přibližně v půl roce offline života Paul opustil své pozitivní zvyky a objevil nové neřesti. Obrátil se směrem k pasivní konzumaci a sociálnímu ústupu. Už nejezdil na kole, nečetl knihy, nechodil s lidmi ven. Jeho nejoblíbenějším místem se stal gauč a celé dny trávil hraním video her a posloucháním audioknih. Začínal porovnávat, co vše je snazší s internetem. Není tak těžké používat papírovou mapu ani nenakupovat online. Co je mnohem těžší, je hledání lidí a být s nimi v kontaktu. Je snazší napsat zprávu na Facebooku nebo na Snapchatu než zaklepat na něčí dveře mnoho kilometrů daleko.

Zůstal několik dní doma, jeho telefon se vybil a byl k nedostihu. V určité chvíli se o Paula začali bát rodiče a vyslali sestru, aby zkontrolovala, jestli je naživu. Na internetu je snazší lidem zajistit to, že jste naživu.

Dříve lidé neměli takovou potřebu kontrolovat své blízké, jestli jsou naživu. Děti byly v odloučení od rodičů například kvůli studiím nebo práci na delší dobu a posílali si dopisy. Tak věděli, že jsou naživu. V dnešní době počítáme s tím, že je každý online. Večer se koukáme na zprávy a dozvídáme se co hrozného se ve světě děje. Automaticky dostáváme strach o své blízké, a když se stane, že nám nezvedají telefon, už se děje něco špatného. Každý už snad slyšel větu: Napiš mi, až dojedeš, že jsi dojel v pořádku. Když se tak nestane, strachujeme se a vymýšlíme si ty nejhorší scénáře, co se mohlo stát, když nenapsal.

Ke konci roku v distanci se Paul setkal na konferenci v New Yorku s internetovým teoretikem, který ho přivedl na myšlenku, že v reálném světě je mnoho virtuálního a ve virtuálním naopak mnoho reálného. Příkladem uvedl, že i když používáme telefon nebo

počítač, pořád jsme to my, lidé z masa a kostí, žijící ve svém čase a prostoru. Tehdy si Paul uvědomil, co se za ten rok přihodilo, a došel k závěru.

Jeho plánem bylo opustit internet, najít skutečného Paula a dostat ho do kontaktu se skutečným světem. Ale skutečný Paul a skutečný svět jsou neodmyslitelně spjaty s internetem. Život bez internetu byl jiný, ale nebyl to jeho skutečný život.

Pořád jsme to my lidé. Ať jsme online nebo offline. Jsem online každý den a mám přátele, se kterými jsem v kontaktu neustále. Píšeme si každý den a vídám je opravdu často. Mám ale i přátele, se kterými si nepíšu každý den, i když jsou online a vídám je jednou za půl roku. Přesto jsou to ti nejlepší kamarádi a všichni jsou opravdoví. Udržujeme stálé spojení mezi sebou prostřednictvím online i offline prostředků. Posíláme si pohledy z cest a o tom, že nám přišly až domů, si píšeme na internetu. Víme s jistotou, že je ten druhý naživu díky okénku právě se připojil, ale nemusíme si psát každou minutu. Vidíme se.

Je snazší být celý rok offline, tudíž bez internetu a počítače, než být celý rok online bez jediného fyzického kontaktu.



Obrázek 2: Paul Miller

1.4 Vzkaz v láhvi

Internet, telefon nebo dopisy nejsou zdaleka jedinými zdroji udržování nebo hledání kontaktu. Existuje druh kontaktu s velice nestabilním předpokladem a tím je vzkaz v láhvi. Nic není jisté, tudíž ani to, jestli se odesílatel někdy v životě dočká odpovědi. V dobrodružných románech se píše o ztroskotaných námořnících, kteří vzkazy posílali, aby je někdo zachránil.

Člověk, který posílá vzkaz v láhvi dnes, ji posílá z jediného důvodu a tím je zvědavost. Chce vědět, jestli tento druh komunikace funguje, ale posílá jí s nízkým předpokladem úspěšnosti. Nepočítá příliš s reakcí. Je to spíš rituál, stejně jako když se posílají lampiony přání.

Přesto je lidé posílají, a to díky otázce: Co kdyby? Když se stane, že někdo opravdu vzkaz najde, je to nejspíš mimořádný zážitek pro obě strany.

Rozdíl mezi online kontaktem a tímto je obrovský. Za okamžité spojení je vděčná většina populace světa, ale toto má v sobě mnohem větší sílu. Sama jsem vyzkoušela všechny druhy kontaktu, které uvádím v této práci a u každého z nich bylo spojení úspěšné, protože jsem ho mohla řídit. V tomto případě je to nemožné a musím si na reakci počkat možná několik let, ale také možná až do doby než zapomenu, že jsem něco takového udělala.



Obrázek 3: Vzkaz v láhvi

1.5 Mimoszemský kontakt

Lidé jsou jedineční i Země je jedinečná. Přesto někteří jedineční lidé nevěří v jedinečnost Země a hledají kontakt na jiné planetě. Je mnoho projektů, pokusů a studií s námětem života mimo naši Zemi. Nike navrhuje obuv pro fotbalové zápasy na Marsu, společnost NASA platí dobrovolníkům za to, že leží v posteli po dobu sedmdesáti dnů kvůli studii s názvem Cesta na Mars a natáčí se filmy v žánru sci-fi, které se dnes stávají skutečností.

Příkladem může být film *Interstellar*. Z důvodu blížící se zkázy Země byla vyslána jednotka dobrovolníků, aby našli planetu, hvězdu nebo jiný objekt ve vesmíru, kde by byl možný život a kde by se obyvatelé Země mohli usídlit.

Dnes existuje nezisková organizace Mars One, která svůj projekt zveřejnila roku 2012. Jedná se o první cestu na Mars, kterou budou absolvovat lidé. Na tuto cestu se přihlásilo více než dvě stě tisíc zájemců s cílem vytvořit novou kolonizaci na této planetě. Cesta na Mars je jednosměrná a tito lidé se více Země nedotknou.⁴

A jaký je tedy důvod k opuštění naší planety v reálném světě? Je to zkáza jako ve filmu? Existuje mnoho teorií o tom, proč lidé hledají nové místo k životu a proč jim naše Země nestačí. Jedna z nich je taková, že Mars je realisticky vhodný pro trvalé vybudování lidské přítomnosti a Země nám za několik let nebude schopná dát to, co potřebujeme a že tato kolonizace je za potřebí máme-li chránit budoucnost lidstva. Průzkumníci věří, že je tam něco lepšího pro náš budoucí život.⁵

První lidé na Marsu budou údajně posílány ve skupinkách po čtyřech. Jedna cesta trvá šest až osm měsíců podle toho, v jaké vzdálenosti Mars zrovna bude. To, že lidé odcestují na Mars, je mimořádná událost. Co bude ale velice obtížné, jsou vztahy mezi nimi. Půl roku v jednom vesmírném modulu se třemi lidmi dvacet čtyři hodin v kuse. Tito lidé budou po několik let „sami“ na planetě, kde v podstatě nic není, kde budou muset vytvořit zázemí pro nový život. Člověk, který je sám doma, opravdu není úplně sám.

Nicméně, do užšího výběru posádky, která se má zúčastnit této dlouhé cesty se dostala Češka, která v talkshow Jana Krause zmínila, že i tam bude k dispozici internet a bude mít

⁴ *MARSONE: About Mars One* [online]. [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://www.mars-one.com/about-mars-one>

⁵ *QUARTZ* [online]. [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://qz.com/379666/heres-why-humans-are-so-obsessed-with-colonizing-mars/>

možnost se se svými blízkými spojit. Nyní se zdá být mnohem snazší jet několik kilometrů za přítelem a zaklepat mu na dveře než vědět, že je na Marsu a osobně se už nikdy nesečkáte. Cesta na Mars se údajně uskuteční roku 2024 a lidé na Zemi díky technologiím budou moci sledovat tento velkolepý výlet.

Ve skutečnosti ale na Marsu ještě nikdo nebyl a nikdo s úplnou jistotou neví, co vše obnáší udržet život na této planetě. Zatím všichni stojíme nohama na Zemi.



Obrázek 4: Přistávací moduly – první obytné jednotky

2 SPOLEČENSTVÍ – KOMUNITA

„Člověk je člověku nejlepším lékem.“ – africké přísloví⁶

Komunita je společenský útvar, který tvoří lidé se stejným názorem, nebo zájmem, se stejnými problémy, se stejnou vírou nebo stejnými potřebami. Je založen na vzájemném fyzickém styku. Lidé se shromažďují, aby sdíleli tyto společné hodnoty, a vytvářejí komunity na různých místech. Může to být v městské knihovně, v kostele, na koncertě, ve škole nebo také na internetu.⁷

Je, spoustu důvodů proč lidé vyhledávají lidi. Seskupují se odjakživa. Dříve žily v tlupách zejména, protože to byla rodina, ale také protože si navzájem pomáhali a podporovali se. Měli určité role. Většinou otec obstarával obživu, matka se starala o děti. Krmila je a šatila. Tak to zná každý, i když z archeologických nálezů to mohlo být i naopak. Neznamena to, že by se otcové starali o děti, ale byli sběrateli a mladé ženy chodily lovit. Dnes, i když řešíme genderové otázky, proč by žena měla být doma a starat se o domácnost, jde prakticky o to samé soužití, jako když lidé žily v tlupách. I kdyby vše bylo naopak, i kdyby žena měla větší svaly než muž šlo by o vzájemnou podporu a spolupráci.

Seskupujeme se, abychom si pomáhali. Umělci, kteří dříve nemohli vystavovat své práce, vytvářeli komunity a společenství, protože skupina byla vždy silnější než jedinec. Jsem schopná pracovat, navrhovat, nakupovat, a obecně dělat věci samostatně, ale s ostatními přáteli, jejich názory a jejich pomocí jsem silnější a produktivnější. Týmová práce je ta nejlepší práce ať děláte cokoli. A když se obklopujete těmi správnými lidmi, které jsou vaším motorem, jste lepší, což bude potvrzeno v kapitole Pouliční socha.

Společenství tvoří skupina nejméně dvou lidí, mezi nimiž existuje pocit sounáležitosti. Člověk tedy může být součástí hned několika společenství. Nejzákladnější je rodina. Dále je to například i škola, hudební skupina, čtenářský klub a spousta dalších. K této práci nejlépe poslouží rodina a hudební skupina nebo jen část z ní.

⁶ Poeta.cz [online]. In: [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://www.poeta.cz/citaty/kategorie/zdravi>

⁷ Wikipedie: Otevřená encyklopedie [online]. In: [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Komunita>

2.1 Stále spolu

Každá komunita se od sebe liší rozdílnou vírou nebo uznáním. Mají odlišné cíle a podle nich řídí svůj život. Komunita, i když je to skupina lidí, kteří žijí spolu, tudíž nejsou sami, může existovat i v úplné izolaci od společnosti.

Paul Miller opustil internet, společnost NASA plánuje cestu na Mars. Obě tyto činnosti jsou ohromné a nutí k zamyšlení. Nicméně jsou lidé, kteří nemusejí opouštět internet, aby poznali sami sebe, a nemají potřebu utíkat ze Země. Utíkají z moderní společnosti. Mají zcela odlišné hodnoty a jsou zvyklí spoléhat se jako komunita sama na sebe. V případě, který je uveden v této práci, je komunitou rodina.

Dokument z roku 2014 s názvem *Stále spolu* je režírován Evou Tomanovou. Dokumentaristka se zabývala více jak deset let rodinou, která se skládá z jedenácti členů. Rodinou, která tvoří komunitu žijící v izolaci od konzumní společnosti už pětadvacet let.⁸

Tito lidé bydlí na louce v maringotce bez televize, počítače a veškerého spotřebního zboží. Ústřední postavou této rodiny je autoritativní otec a manžel s vysokoškolským vzděláním, který sám sebe nazývá profesionálním otcem. Snaží se o soužití s přírodou a chrání své děti před škodlivým vlivem moderní doby.

Pro většinu lidí je tento způsob žití nepochopitelný, zvláště když v dnešní době 21. století vlastní téměř každý svůj laptop i telefon a neumí si představit, že by existoval bez tekoucí vody, koupelny a záchodu. Názorů a recenzí se po uvedení tohoto dokumentu do kin a televizních programů sešlo nesčetné množství. Některé jsou ostré a tento způsob žití absolutně neuznávají, někteří se alespoň snaží pochopit hodnoty této komunity, ale v nitru ho také odsuzují.

Ovšem výhodou tohoto způsobu žití je to, že tito lidé nemusejí mít počítač ani telefon, nemusí si volat ani psát, protože jsou stále spolu. Nemusí být online, aby si byli jisti, že jsou naživu. Nepotřebují televizi a koukat se na zprávy, protože jediné, co je zajímavé, je jejich komunita. Naopak v tomto způsobu žití skrze dokument vidíme i jisté nevýhody a těmi jsou problémy s vyjadřováním u dětí, jejich omezená individualita, žádné ambice a

⁸ Česká televize: *kultura* [online]. [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/1529192-stale-spolu-proti-vsem-aneb-jak-se-stavi-rodina-na-zelene-louce>

představy o budoucnosti a spoustu dalších. Tyto nevýhody však vnímá moderní civilizace, která má zcela odlišné hodnoty. Komunita žijící v izolaci nikoli. Jejich hlavním cílem je rodinná soudržnost.

Avšak děti této rodiny si plně uvědomují, že mimo jejich komunitu existuje moderní svět. Dokument prozrazuje, že jeden ze synů z domova utekl, ale není zde žádným způsobem odůvodněno proč tak učinil.⁹ Stejně tak neznáme důvod, proč se otec rozhodl pro tento obrovský distanc od společnosti. Lidé takto dříve žily a bylo to normální, ale technologie, které jsou dnes, v té době ještě nikdo nevynalezl. Měli zcela jiné potřeby. Přes všechny negativní názory, které se vztahují na škodlivý vliv moderní doby, jsme si tento moderní svět vybudovali my lidé a vybudovali jsme ho tak, aby se nám žilo co nejpohodlněji a abychom si byli co nejbliž, tak proč se od něho chceme distancovat? Lidé, kteří žili v době bez technologií, neměli na výběr. Zkrátka technologie neexistovali. Děti této rodiny vědí, že venku je něco jiného, že existuje v okolí odlišná společnost a automaticky je to nějakým způsobem přitahuje.

Jednou z hlavních otázek, které se rozebírají na diskuzních fórech, je, co bude rodina dělat po smrti svého vůdce, který jim vždy řekne, co mají dělat a udržuje je pohromadě?¹⁰ Skutečností je, že se od této rodiny příliš nelišíme. Tak jako děti jsou plně závislí na otci, i my jsme závislí na moderní době technologií. Ani děti ani my si bez nich už neumíme představit život. Řekněme, že po smrti otce, zde zůstanou děti, které jsou vychováni, tak aby neutrpěli žádné škody při možném kolapsu veškeré technologie.

Lidé žijí dnes v tlupách stejně jako v minulých dobách. Rozdíl je v tom, že v dnešní době se tlupy od sebe radikálně liší. Každá tlupa neboli komunita má jiné priority, cíle a ambice, kdežto v minulosti šlo v první řadě vždy o přežití.

⁹ Česká televize: *kultura* [online]. [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/1529192-stale-spolu-proti-vsem-aneb-jak-se-stavi-rodina-na-zelene-louce>

¹⁰ ČSFD.cz: *Česko-Slovenská filmová databáze* [online]. In: [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/405965-stale-spolu/komentare/>

V životě si každý jedinec okolo sebe vytváří svou vlastní komunitu, když dospěje do určitého stavu, kdy má například rodinu a stálé blízké přátele, nemá takovou potřebu vyhledávat kontakt někde jinde. To znamená, že mu stačí komunita, kterou si vytvořil. I když žije v konzumní společnosti, je to člověk s porovnatelnými hodnotami otce rodiny, která žije v izolaci. Soudržnost.



Obrázek 5: Rodina Mlčochových

2.2 Pouliční socha

„When we really see each other, we want to help each other.“¹¹

(Když se skutečně vzájemně vidíme, chceme jeden druhému pomoci.)

V kapitole offline kontakt je psáno, že ve skutečném světě je mnoho virtuálního a naopak ve virtuálním mnoho skutečného. Když si toto člověk uvědomí a vytvoří si svůj systém, jak tyto dva světy sloučit, žije v téměř dokonalém světě. Když se spojí virtuální a fyzický kontakt, vznikají fantastické věci.

Amanda Palmer, americká zpěvačka a bloggerka si vytvořila svou vlastní komunitu fanoušků, kteří jí neskutečně podporují. Tato komunita je vytvořena snad ze všech smyslů, které máme. Předtím než se stala Amanda zpěvačkou na plný úvazek, se živila jako pouliční socha. Hlavními aspekty jejich úspěchů, které nadobyla za svou dosavadní kariéru jsou důvěra, přímý kontakt a možnost podpory.

11

PALMER, Amanda. *The art of asking*. First edition. New York: Grand Central Publishing, 2014, pages cm. ISBN 978-145-5581-078.

Prvním zásadním startem pro úspěch Amandy Palmer byl přímý oční kontakt. Kontakt ve městě na ulici, kde stála jako dvou a půl metrová socha nevěsty. Pohledem a gestem, žádala o vhození peněz do plechovky, která byla před ní. Lidé s ní komunikovali prostřednictvím zraku a navzájem si rozuměli. Touto „prací“ si vytvořila mnoho kontaktů bez jediného slova. Nezaujatí kolemjdoucí tato hluboká setkání pochopitelně neregistrují a jediné, co vidí, je jen nepracující osoba vystavující se na ulici, ale právě tato práce ne práce se stala tím nejdůležitějším základem pro hudební kariéru této zpěvačky.

Díky koncertům se svou kapelou, kterou tehdy měla, si nakonec vydělávala dostatek peněz a místo na ulici opustila. Její přímé spojení s lidmi však přetrvává díky fanouškům, kteří mají možnost doslova se jí dotknout. Po koncertech se s nimi setkává, baví se s nimi a objímá je. Někteří fanoušci jí a kapele nosí jídla do zákulisí. Neostýchá se pozvat si na podium hudebníky, kteří jsou jejími fanoušky a naopak se nebojí zapojit mezi hudebníky na ulici.

Amanda se svou komunitou sdílí veškeré události nejen o svých koncertech, ale i o jejím běžném životě. Díky online kontaktu na Twitteru dala možnost svým fanouškům být k ní ještě blíže. Na internetu se nebála žádat o pomoc, tak jako se nebála na ulici žádat přímým očním kontaktem a gestem. Nebyly to žádosti typu: Podpořte mne kliknutím, dejte like. Tyto prosby, i když skrze online kontakt, byly ve fyzické formě. Vždy se našel někdo, kdo jí půjčil klavír na cvičení, nebo jí nechal přespat po koncertě ve svém domě a další. Žádosti se týkají i prosb o prostory, když se kapela rozhodne pro neplánovaný koncert. Spojení, které má Amanda se svými fanoušky jí umožňuje dělat to, co miluje a fanoušci ji za to milují.

Tyto malé, ale důležité žádosti stavěly základy pro tu největší. Lidé Amandě začali dávat peníze a to opravdu přímo, kdy stáli naproti sobě. Poprvé se tak stalo, když za ní přišel po koncertě jeden z jejich fanoušků, dal jí do ruky deset dolarů a omluvil se za to, že si vypálil její CD. Gesto fanouška poukazuje na Amandu jako na pouliční sochu. Je to totožné spojení. Na základě tohoto stále opakujícího se momentu začala Amanda vkládat svou muziku na internet zadarmo a zároveň umožnila lidem jí pomoci. Na webových stránkách má tedy každý možnost poslouchat její muziku zcela zdarma, má možnost si ji stáhnout, ale také má tu možnost podpořit její tvorbu. Lidé se nemusejí omlouvat za vypálení CD. Funguje to podobně jako na ulici. Prosila tisíce kontaktů, které si vytvořila, a ti jí podpořili částkou téměř 1,2 milionu dolarů.

Nikdo mimo okruhu fanoušků nechápe, jak mohla donutit lidi, aby jí za hudbu platili a setkala se tak s nejednou kritikou. Tak jako na ulici Amanda nenutila nikoho, aby jí vhodili peníze do plechovky, stejně nenutila své fanoušky platit jí za hudbu. Požádala je o to a svým nevšedním způsobem jim to umožnila. Lidé, kteří Amandu kritizují, pochopitelně nepatří mezi komunitu jejích fanoušků. Vidí ji jen vizuálně jako zpěvačku se zvláštními způsoby, které jim přijdou nepochopitelné. Nevidí tu zcela spravedlivou výměnu, která se mezi Amandou a její komunitou odehrává.

Amanda hledá kontakt prostřednictvím verbální i neverbální komunikace. Spojila online kontakt s offline kontaktem. Spojila snad všechno, co spojit lze. Ona je kontakt. Základem všeho bylo přímé oční spojení a dotek uprostřed města na ulici, o vše ostatní se postaral online kontakt, díky němuž má možnost ptát se a žádat bezprostředně. Amanda Palmer shrnuje téměř všechny formy kontaktů uvedené v této práci.



Obrázek 6: Amanda Palmer - Nevěsta

3 NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE – JAK MLUVÍ ODĚV

„Móda vyjadřuje nástup lidské autonomie ve světě vnějšího vzhledu a představuje úvodní projev emancipace estetické individuality, které se otevírá cesta k právu na personalizaci.“¹²

Neverbální komunikace mezi lidmi nemusí probíhat jen prostřednictvím gest, mimiky a očního kontaktu, ale také prostřednictvím oděvu. S lidmi se seznamujeme už, když vyjdeme do ulic. Pomocí oděvu lze rozeznat, co nám lidé okolo sdělují. Například člověk oděný do uniformy nám říká: „jsem tu pro vás.“

Oblečením lze vyjádřit cokoli. Jakého je člověk vyznání, na jakou událost se chystá, jaké má záliby, kolik má peněz, jaký má styl a spoustu dalšího. Rozlišujeme podle oděvu taktéž sociální postavení a identitu člověka. Dále jeho preference jako je komfort, styl nebo trend. A barvou oděvu například rozpoznáme emoce a nálady. Dokonce lze oděvem vyjádřit i podporu. Určité kulturní skupiny například sportovních fanoušků podporují své favority tím, že si oblečou dres nebo jen oděv v barvě daného týmu.

První dojem si na okolí vytváříme právě podle toho, co mají lidé na sobě a jak vypadají. Stavíme se do určitých rolí a ukazujeme si mezi sebou naše osobnosti, naše nálady, záměry nebo povolání.

Tím, že svá těla oblékáme do různých forem oděvu, se navzájem poznáváme. Avšak kdybychom chodily nazí, seznámili bychom se jen prostřednictvím svých těl, která mimo fyzických vlastností nevypovídají téměř o ničem. Svě osobnosti a svůj názor na kolemjdoucí bychom si vytvářeli jen na základě postavení těla. Nevěděli bychom o daném člověku mimo toho, jestli sportuje, nebo ne takřka nic. Pokud by neměl tetování.

„Nahé tělo je bezvýznamná maska, která zakrývá skutečný charakter každého. Tím je řečeno, že tělo dostává smysl, až když je oděné, poznamenané tím, co nahota nemůže vyjádřit, co je zároveň s každým jednotlivým nahým tělem spojováno a to je já, duše a kultura dané osoby.“¹³

¹² LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. V českém jazyce vyd. 1. Praha: Prostor, 2002, 446 s. Střed (Prostor). ISBN 80-726-0063-X.

¹³ JAROŠOVÁ, Helena. *Filozofie těla - klíč k hlubšímu chápání těla a šatu*. V Praze: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2013, 43 s. ISBN 978-80-86863-63-4.

Kontakt z oblasti módy lze vnímat v několika rovinách. Co nám chce sdělit člověk jako nositel oděvu (např. sociální a hudební postoje) a jak vnímáme módní značky respektive jaký vliv má na společnost móda.

3.1 Sdělení nositele

„Móda je sice projevem marnivého nerozumu, avšak svědčí především o lidské schopnosti změnit a sestrojít způsob vlastního vzhledu.“¹⁴

Existuje nesčetné množství uměle vytvořených skupin lidí podle jejich způsobu oblékání. Příkladem může být skupina kreativních, kteří se nesmíří s tím, že by se určité kusy oděvu měli mezi sebou na ulici potkat. Potrpí si na originalitu a tím vyjadřují svou individualitu. Dále skupina lidí, kteří sledují módní blogy, čtou magazíny a nechávají si diktovat, co si obléct. Místo inspirace kopírují vzhled, který už vymyslel někdo za ně, a tím ztrácejí svou individualitu. A potom tu jsou i lidé, kteří si potrpí především na komfort a rychle měnící se trendy ani móda je nezajímají.

Spontánně se pomocí oděvu začleňujeme, do dalších skupin můžeme zařadit i ty, kteří oděvem vyjadřují své hudební postoje nebo jím zakrývají svůj věk (vitální stařík) a stejně tak poznáme, jaké mají záměry (svádět, provokovat).



Obrázek 7: Hudební postoj – Punk; Vitální stařík - věk

¹⁴ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. V českém jazyce vyd. 1. Praha: Prostor, 2002, 446 s. Střed (Prostor). ISBN 80-726-0063-X.

3.1.1 Sociální postoj vs. charakter

Tím, že si člověk koupí drahou kabelku značky Louis Vuitton nám říká v první řadě, že má peníze a že se ztotožňuje s identitou značky, kterou LV představuje. Diferencuje si tak sociální postavení nikoli svůj charakter. Svůj charakter nám ukazuje tím, jak vytvoří svůj celkový vzhled podle svého uznání. SVÉHO. Dnes jsme však ovlivněni módou, reklamou a časopisy, které nám říkají, jak se máme obléct, ztrácíme svůj vlastní názor a tak lze jen těžko rozpoznat charakter člověka. Tyto prostředky nám nediktují, co si obléct, nabízejí inspiraci.

Společenské postavení prostřednictvím oděvu si kupovali lidé i dříve. Tak jako v předešlých érách, tak i v průběhu 19. a počátkem 20. století ženy svým oděvem prezentovaly a ukazovaly postavení svého muže ve formě nejrůznějších variací barev, materiálů a ozdob na šatech.¹⁵

Spoustu lidí módu ignoruje, ale nějaký oděv nosit musí. Jaký k němu tedy mají vztah? Oblečení má být především příjemné a splňovat svou základní funkci a to tedy: pokrýt nahé tělo a chránit ho.

Dnes máme demokratizovanou volbu oblékání, jde jen o to, co tím daným oděvem chceme říct světu. Jsou určité formální události, které je třeba respektovat a když se oblékneme nevhodně, vypovídá to o naší lhostejnosti k oděvu i k okolí. Tento soubor nepsaných, ale doporučených společenských pravidel odívání zahrnuje pojem Dress code, prostřednictvím kterého bychom měli tedy rozpoznat, kdy jde člověk na metalový koncert a kdy do opery.

3.1.2 Hudební postoj a jeho vliv na módní průmysl

Existují jisté symboly, které jsou specifické pro hudební styly a lidé milující tu danou muziku to dávají okolí na vědomí nejen oděvem ale i celkovým vzhledem. Není přímo dané, že člověk nosící oděv specifický pro punk, musí nutně poslouchat punk, ale ve většině případů to tak je.

Mezi nejvýraznější styly hudby co se týká vzhledu, patří již zmíněný Punk. Tehdejšími médii od poloviny 70. let 20. století byl punk vylíčen jako styl dětí, které zastávali prudký

¹⁵ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. V českém jazyce vyd. 1. Praha: Prostor, 2002, 446 s. Sřřed (Prostor). ISBN 80-726-0063-X.

postoj proti společenskému systému. Jejich záměrem bylo úmyslně šokovat a rušit zavedené konvence, což zdůrazňovali nekonvenčním oblečením. Punková uniformní podoba se skládala z částečně oholené hlavy nebo vlasů výrazných barev zformované do psích obojků, piercingu ze zavíracích špendlíků, roztrhaného oblečení a úzkých kalhot. Punkový styl vytvořili lidé z různých společenských vrstev a byli označováni jako vzbouřenci. Provokativní nápisy a slogany jsou také neodmyslitelně spjaty s módou punku. Nejčastějším nápisem byl „No future“. Jedním z nejdůležitějších principů této módy je „do it yourself „ – udělej si sám, postav se proti proudu. Jejich oblečení vzniká přešíváním a upravováním seconhandových kusů.¹⁶

Přestože se tato rebelující mládež ostře stavěla proti oficiální kultuře a módě, právě tento komerční systém módy z jejich vytvořeného stylizovaného oděvu a vzhledu paradoxně těží dodnes. Tento anti módní styl punku má velký vliv na tvorbu dnešních slavných návrhářů. Například princip DIY užívá Maison Martin Margiela, který experimentuje pomocí recyklace materiálů (vesta z rozbitých talířů viz obr.) a Karl Lagerfeld představil styl punku proděravěným Chanel kabátkem s perlami.



Obrázek 8: M. M. Margiela – vesta z rozbitých talířů; K. Lagerfeld – kabátek s perlami

¹⁶ MACKENZIE, Mairi. --ismy. V Praze: Slovart, 2010, 159 s. ISBN 978-80-7391-399-1.

Styly a hnutí módy 20. století včetně punku se vyznačují určitými znaky, které se ve 21. století neustále vracejí a dostávají své nové hodnoty. Dnes už neznamena, co není nové, je zastaralé. Vše co je dnes móda, je s ohledem nejen na budoucnost ale také na minulost.

3.1.3 Vnímání módní značky (vliv módních značek na nositele)

„S nástupem módy se jedinci začínají neustále pozorovat, hodnotit navzájem svůj vzhled a posuzovat nuance střihu, barev a vzorů. Móda, tento generátor estetického a společenského soudu, podněcuje u moděnních jedinců kritický pohled, stimuluje kladná či nepříznivá zjištění o eleganci druhých a vede k autonomizaci vkusu, a to bez ohledu na šíři mimetických tendencí, o které se opírá.“¹⁷

Móda se nám líbí a svým způsobem nás svádí. Kult novoty, kterou móda distribuuje, nás nutí nakupovat. Zároveň nás nutí i touha po změně našeho psychologického postoje a změna našeho tělesného obrazu.¹⁸

Móda má takový vliv na společnost, že i lidé, kteří nejsou tolik zámožní a nemohou si dovolit koupit si oděv nebo doplněk své oblíbené módní značky, si kupují levné padělky, nebo si je sami vyrobí. Vše se reprodukuje (imituje) jen, aby lidé měli ten svůj kousek módy, který vlastně nemají, ale forma padělku jim dává pocit toho, že jsou její součástí. Dochází ke zkomoleninám jmen módních značek i jejich loga samotného. Možná ta značka není až úplně oblíbená, ale ostatní jí opěvují. Lidé se nechávají strhnout davem jen, aby nevyčnívali a splynuli s ním. Nerespektují svou osobnost a chtějí být součástí něčeho, co uznávají a mají rádi ostatní. Mají pocit, že jim právě tato značka dotváří jejich společenský status. (Tito lidé se přitom sami zařazují do jiné skupiny než by chtěli a vystavují se kritickým pohledům módních znalců.)

Znalci módy mají možnost rozeznat značku nebo návrháře nejen pomocí jejího loga na oděvu nebo na doplňcích, ale také díky jejich znakům, které do své tvorby vkládají. Tímto znakem může být silueta, barevnost, materiál, vzor, struktura, také kvalita zpracování nebo

¹⁷ LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. V českém jazyce vyd. 1. Praha: Prostor, 2002, 446 s. Střed (Prostor). ISBN 80-726-0063-X.

¹⁸ JAROŠOVÁ, Helena. *Filozofie těla - klíč k hlubšímu chápání těla a šatu*. V Praze: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2013, 43 s. ISBN 978-80-86863-63-4.

cokoli jiného. Někdo dokonce vidí dřív tento atribut a tím i jméno návrháře než to, co samotný oděv představuje.

Některé módní značky a jejich návrháři k nám promlouvají svou historií a tradicí, o kterou se opírají. Další reagují svými oděvy na současné dění (např. politika a společensko-sociální změny), většinou se jedná o konceptuální módu a nenositelné oděvy. A někteří cílí přímo na konkrétního zákazníka podle různých specifických požadavků.

Každá módní značka je něčím osobitá. Má svou filozofii o tom, co produkuje a oslovuje tím určitou skupinu zákazníků.

Někteří slavní návrháři vytvářejí kolekce s omezeným počtem kusů. Případně šaty, které jsou jen jedny nebo dvojce. Jedny prodejné a jedny výstavné. Například Haute Couture. Tyto kolekce jsou velmi žádané lidmi, kteří si potrpí na originalitu a tu nejvyšší kvalitu a jsou schopni si za tuto jedinečnost zaplatit. Dále jsou kolekce, které tvoří například sto kusů. Může je vlastnit jen sto žen na světě. Tyto ženy se vyloženě perou o to, aby ten kousek měly. Bývá přesně dané, kdy a kde budou mít možnost si vysněné zboží koupit a jsou schopné čekat do poslední vteřiny. Tyto kolekce s omezeným počtem kusů jsou běžně vyprodané během hodiny. Lidé tak mají jisté, že nepotkají nikoho ve stejných šatech, botách nebo se stejnou kabelkou. Jistotu mohou mít ale i s menší designéřskou značkou, která vytváří buď každý oděv originál, nebo limitovaný počet kusů.

Politika setkání dvou stejných šat na ulici: Když se stane, že střetnete ženu ve stejných šatech, pochvalte jí je. Tuto větu vyslovila Coco Chanel, ale do jaké míry je to ironie? Žena vlastně skoro nikdy není ráda, když potká druhou ve stejných šatech. Není tak jedinečná, ale na druhou stranu je to lichotivé, protože to vypovídá o jejím vkusu.

Téměř všechny módní domy a jejich návrháři jsou dnes slavnými, díky tomu, že byli převratnými ve své době. Návrháři, kteří zavedli do světa módy něco nového a revolučního. Coco Chanel osvobodila ženy od načančaných rób a umožnila jim více pohybu díky pohodlným šatům. Kladla důraz na komfort a funkčnost. Svým pojetím oděvu upozornila na nový status ženy ve 20. století – emancipovaná žena. Yves Saint Laurent přenesl mužské prvky oděvu do ženského šatníku (kalhoty, saka) a vynalezl dámský kostým, Vivienne Westwood založila první punkový obchod a další.

V dnešní době je těžké být revolučním a jedinečným. Vše mimo vývoje technologií se zdá být už vyřešené a nezbývá nám než nahlédnout do minulosti, kombinovat a modifikovat styly většinou z 20. století a dávat věcem nové hodnoty.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 KONCEPT

Jak je již v úvodu zmíněno, cílem praktické části této práce je vytvořit si systém komunikace který mi zprostředkuje podněty ke zpracování kolekce tří párů obuvi a doplňků. Hledání kontaktu je téma, se kterým jsem si zprvu nebyla jistá, jelikož jsem měla velké úmysly právě s praktickou částí.

Původní vizí byl příběh materiálu a celkově komunikace skrze něj. Tato myšlenka se částečně dotýká pojmů jako je recyklace nebo upcycling. Věc nebo materiál, který nepotřebuji, přetvořím a domyslím si, jakou hodnotu by tato věc měla a k čemu by byla dobrá. Následně ji někomu odevzdám a zeptám se na totéž. Tento člověk by měl za úkol věc přetvořit podle svého uvážení. Mohl by ubrat materiál nebo naopak nějaký další přidat. Nakonec by musel říct k čemu má tato jeho verze sloužit, nebo aspoň jaký má z té věci pocit. Poslední fází by bylo poslat meziprodukt další osobě, která se taktéž zapojí do příběhu. Na základě těchto podob materiálu bych navrhla celou kolekci. Pokud někdo nějaký přidá, přidám ho i já. Tvar bych například definovala podle toho, jak se materiál pohybuje (Země, město, budova, místnost).

Od této myšlenky jsem musela upustit, jelikož mi svým charakterem připomněla vzkaz v láhvi – bylo by možné, že se mi nedostane žádné reakce.

Nicméně jako zdroj komunikace jsem využila online i offline kontaktu, tak aby vše korespondovalo s teoretickou částí. Tím nejdůležitějším aspektem pro zpracování kolekce byla odpověď. Snažila jsem se najít tu nejsnazší cestu, tak aby se zapojilo co nejvíce lidí, které znám i neznám, aby nikdo neměl zábrany a dal mi, to co od něho potřebuji.

Z větší části jsem využila online kontaktu, protože právě u online komunikace se lidé nestydí. Koneckonců i pro mne to bylo rychlejší a měla jsem věc lépe pod kontrolou. Díky tomuto jednoduchému systému, který přiblížím v následujících kapitolách, se mi dostalo mnoho odpovědí, na základě kterých jsem byla schopna sestavit barevnou škálu, následně definovat tvary a nakonec vytvořit mnoho návrhů jak pro obuv, tak i pro oděv.

4.1 Síla skupiny

Zásadní pro tuto práci je síla skupiny. Každý článek má svou důležitost. Jde o vzájemnou komunikaci, podporu a sdílení. Odkazuji se zde na mou komunitu přátel, se kterou sdílím téměř vše, ať už jsme v odloučení nebo se vidíme 24 hodin denně. Prožíváme spolu všechny události, ať už to jsou veselé nebo smutné momenty. Jsme si vzájemnou oporou, jsme stále spolu.

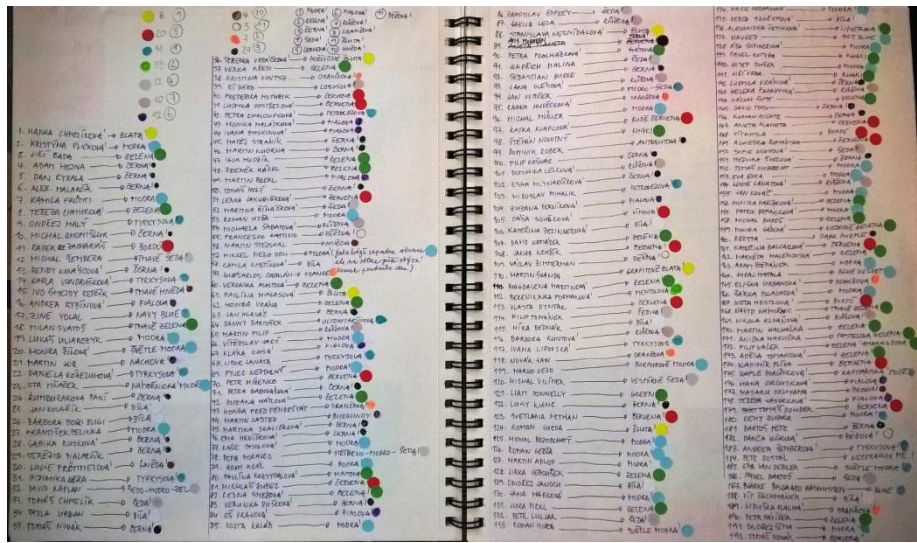


Obrázek 9: Síla skupiny

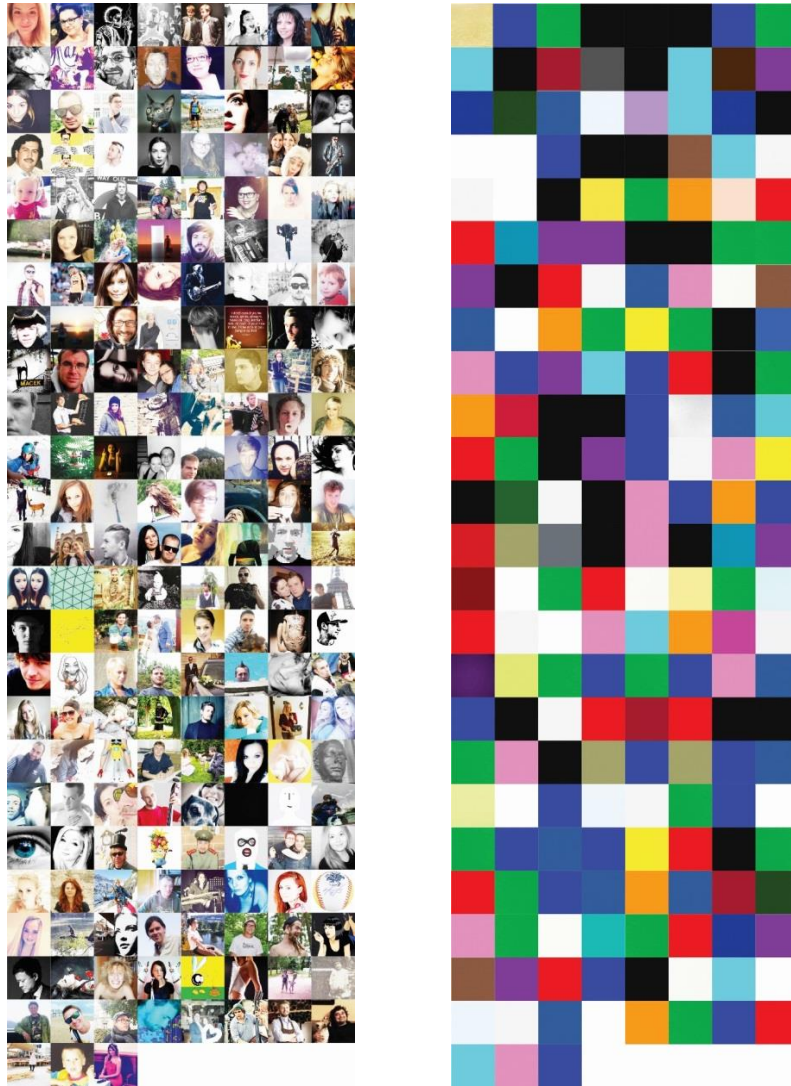
4.2 „Čauky, napiš mi prosím nějakou barvu“

Hra a hledání kontaktu začíná na online internetových sítích. Tento krok byl asi nejzásadnější pro vznik celé kolekce. Přemýšlela jsem, na co by mohli lidé reagovat bez zábran a okamžitě. Využila jsem sociální síť Facebook, kde mám přátele, které vídám často i přátele, které jsem nikdy neviděla. Seznam kontaktů na Facebooku je tak rozmanitý, že jsem se rozhodla ve větší míře použít online kontakt. Jednoho dne jsem všem svým kamarádům napsala větu: „Čauky, napiš mi prosím nějakou barvu“. Je to prosba o ne tak důležitou věc z jejich strany, takže reakce byla téměř okamžitá. Psala jsem každému příteli zvlášť, protože jsem je chtěla požádat přímo. Jsem online každý den, ale ještě se mi nikdy nestalo, že bych byla celý den za počítačem a komunikovala s dvě stě lidmi téměř najednou. S některými jsem si nikdy nenapsala a tato věta byla naší první zprávou. To se jim zdálo nevšední, takže jsme si vzápětí napsali několik vět. Další přátelé reagovali bez žádných otázek a tím mi i urychlili práci. Několik lidí se zeptalo, o co mi přesně jde a na co to vše potřebuji. Když jsem jim vysvětlila, že jsou součástí mého týmu, byli nadšeni. Pokračuji s lidmi, které jsem léta neviděla, ani jsem si s nimi nepsala. Tyto konverzace byly o něco delší, ale příjemné a nostalgické. S některými jsem znovu v bližším kontaktu a scházím se s nimi. Jeden jediný člověk reagoval negativně a napsal mi zprávu „neotravuj mě“. Nijak mě to neurazilo, ale zamyslela jsem se nad tím, jak by mohla taková barva vypadat.

Není přítel jako přítel - někdo dbá na to, aby měl co nejvíce „přátel“, ale zajímá ho pouze vysoké číslo u kontakt listu. Samozřejmě, že nereagovali všichni mí přátelé, ale i tak jsem byla mile překvapená, kolik barev se nastrádalo. Nejčastější otázkou mých přátel byla: „Co budeš dělat s těmi všemi barvami?“ A já jim odpověděla, že pomocí těchto barev si nadefinuji tvar. Tato odpověď vedla k další otázce: „Jak chceš z barev udělat tvar?“ Za celý ten den i několik dní po té, mi postupně lidé odepisovali a v pořadí těchto odpovědí, jsem si zaznamenávala jejich jména a barvy. Vznikl velký seznam, se kterým jsem dále pracovala. Na místo jména jsem dosadila fotky, které mají mí přátelé jako profilové. A názvy barev jsem nahradila přímo danou paletou barev. S tímto barevným schématem jsem si mohla dále „hrát“.



Obrázek 10: Seznam přátel, kteří odpověděli



Obrázek 11: Fotografie a barevné schéma

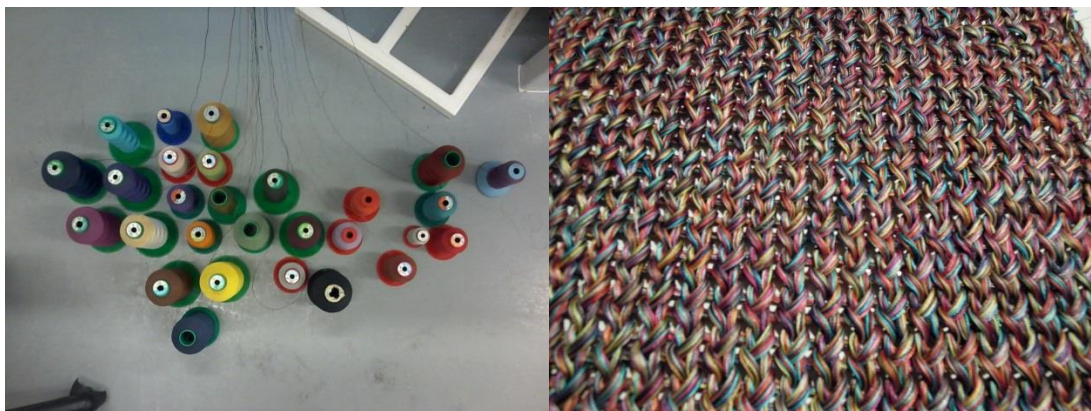
4.2.1 Pletení

Díky odpovědi na Facebooku vznikla škála celkem čtyřiceti dvou odlišných barev. Začala jsem tedy hledat ve své paletě a následně se pokusila najít podobné nitě. Chtěla jsem vytvořit něco, co bude obsahovat všechny typy barev, které mi lidé napsali a tím je dát dohromady jako komunitu.



Obrázek 12: Hledání správných odstínů

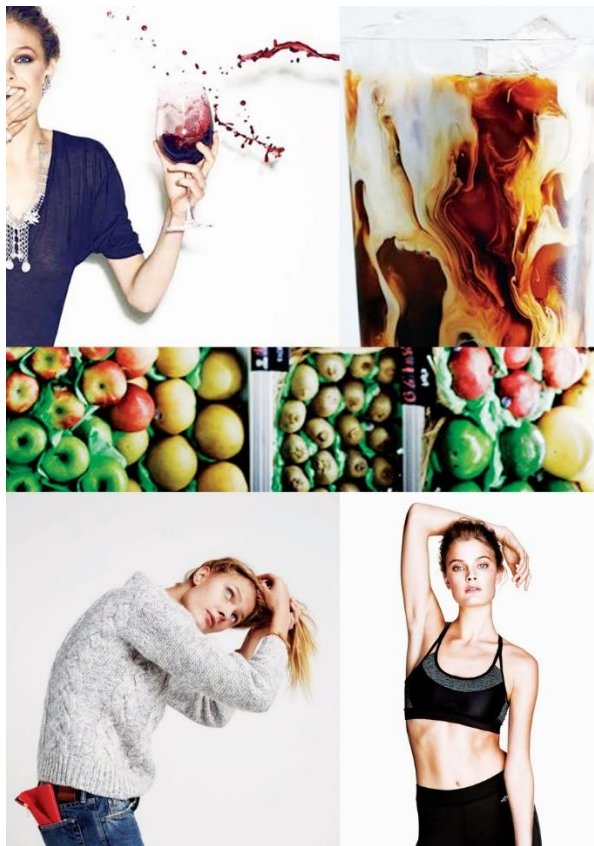
První, co mne tedy napadlo, je splést všechny nitě dohromady a vytvořit tak pro mne nový materiál. Aby se na to každý podíval a řekl si „to je moje barva, to jsem já“. Podařilo se mi splést téměř třicet barev. Nejsou tam tedy úplně všechny a to protože některé z nich si byly hodně podobné. Tento krok považuji za experiment a zatím je to jen symbolické pro komunitu. Pletenina nemá své specifické místo v mé kolekci. Je to zatím hra a hledání.



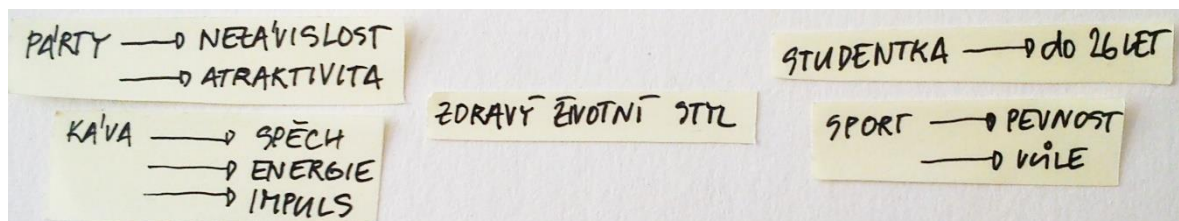
Obrázek 13: Příprava na pletení a konečný materiál

4.3 Target

Z mých přátel pomocí experimentu nevznikly pouze barvy. Na základě jejich zájmů, věku a hodnot jsem vyselektovala osobu jednu, pro kterou je určena má kolekce. Ve větší míře odpovídaly ženy, tudíž mé rozhodnutí o tom, jestli bude kolekce dámská nebo pánská byla jasná. Dále odpovídali víceméně studenti, lidé, kteří žijí i v noci, chodí do společnosti, dále dbají na zdravý životní styl a sportují.



Obrázek 14: Cílová skupina

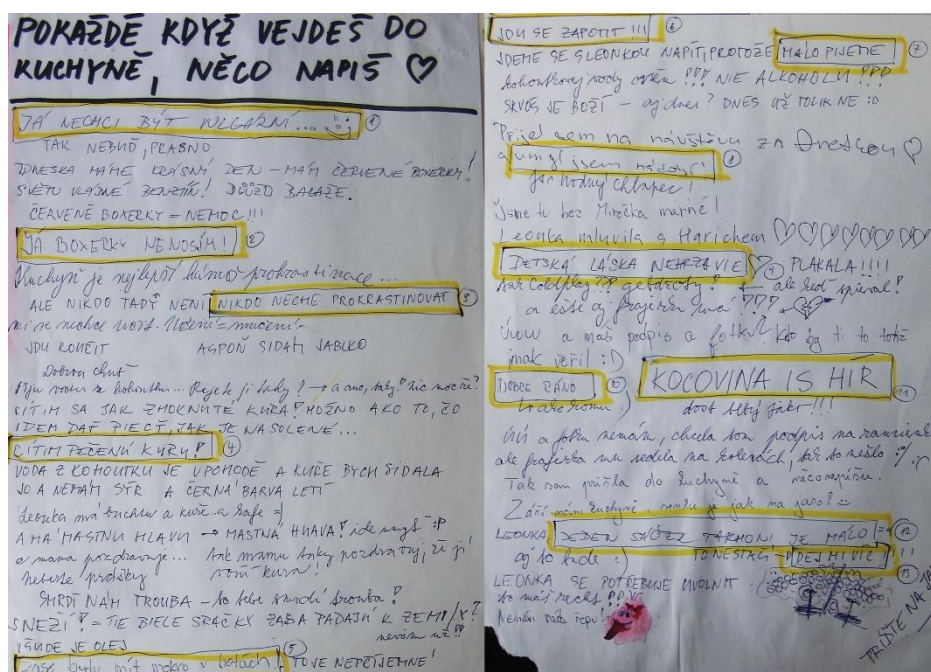


Obrázek 15: Klíčová slova pro osobu

4.4 Společenství kuchyně

Další experiment byl pro mne bližší, protože šlo o fyzický kontakt. Komunita spolubydlících mi pomohla se sestavením kolekce, co se týká kusů oděvu a výběru materiálu.

Nad kuchyňskou linku jsem vyvěsila papír se vzkazem: „Pokaždé, když vejdeš do kuchyně, něco napiš“. Tento pokus má být důkazem toho, že nezáleží na tom, jestli člověk ví, na co právě reaguje a do čeho se zapojuje. Potvrdilo se mi, že pokud se jedná o anonymní záležitost, lidé se zpravidla vždy zapojí. Instinktivně dělají to, k čemu jsou vybízeni. Během týdne obohatili anonymní konverzaci nejen domácí, ale i návštěvníci. Všichni se zapojili celkem aktivně a překvapila mě jejich bezprostřednost. Stejně jako přátelé na Facebooku byli i oni zvědaví. Nastaly další otázky typu: „a jak z toho chceš udělat diplomovou práci?“ Není jednoduché vysvětlit, o co mi vlastně jde ve dvou větách. Vždycky jsem odpověděla jen: „však uvidíte“. Ale popravdě v tu chvíli jsem sama nevěděla, jak tato práce bude pokračovat - jakým směrem se bude ubírat a jak vlastně s tímto experimentem naložím.



Obrázek 16: Anonymní konverzace

Po sejmutí papíru z kuchyně, jsem si všechny vzkazy četla stále dokola a přemýšlela, jak mi mohou pomoci. Následoval výběr těch nejzajímavějších. Některé vzkazy na sebe

navazují, některé jsou čistě pocitové a spontánní. Do této konverzace jsem se zapojila i já sama. Chtěla jsem být součástí a přispět tak sama sobě.

4.4.1 Analýza konverzace

Po čase stráveném analýzou konverzace, jsem došla k závěru, že tyto reakce lidí propojím s myšlenkami z kapitoly o oděvu v teoretické části (Neverbální komunikace – jak mluví oděv).

Jak píší v této kapitole, skrze oděv si mezi sebou povídáme, poznáváme se. Určité kusy oděvu něco naznačují. Například mini krátkými šaty ženy charakterizují vyzývavost.

Nejlepší vzkazy jsou dány do poměru s touto myšlenkou následovně: „Jak vypadá oděv, který říká...“ + vzkaz.

Příklad: Jak vypadá oděv, který říká „já nechci být vulgární“?

Jak vypadá oděv, který říká „nikdo nechce prokrastinovat“?

Jak vypadá oděv, který říká „jdu se zapotit“?

Kolekce obuvi je doplněna oděvem a zejména jemu patří i následující řádky. Otázky, které si pokládám, mi pomáhají najít určité kusy oblečení i materiál.

„Já boxerky nenosím“

Jak tedy vypadá oblečení, které říká „já boxerky nenosím“?

Jsou to buď trenky, slipy nebo nic. To mne přivedlo k myšlence, že by se mohlo jednat o provokativní model z průsvitného materiálu.

„Zase budu mít mokro v botách“

Tento vzkaz mi pomohl najít stěžejní materiál pro celou kolekci a tím je neopren. Pod tento vzkaz jsem si poznamenala: „nepromokavý materiál a gumáky.“

„Dej mi víc“

Jak vypadá oděv, který říká „dej mi víc“? Představuji si téměř nahé tělo. Zvolila jsem tedy spodní prádlo, popruhy nebo trikot.

„Já nechci být vulgární“

Tento vzkaz je pro definování oděvu nejjednodušší. Úkolem je skrýt nahé tělo od krku až k patám. Volba pleteného svetru nebo roláku stylu oversize zapadá přesně do mé představy.

„Nikdo nechce prokrastinovat“ – pracovní kostým

„Jdu se zapotit“ – sportovní obuv, ledvinka

4.5 Hledání tvarů

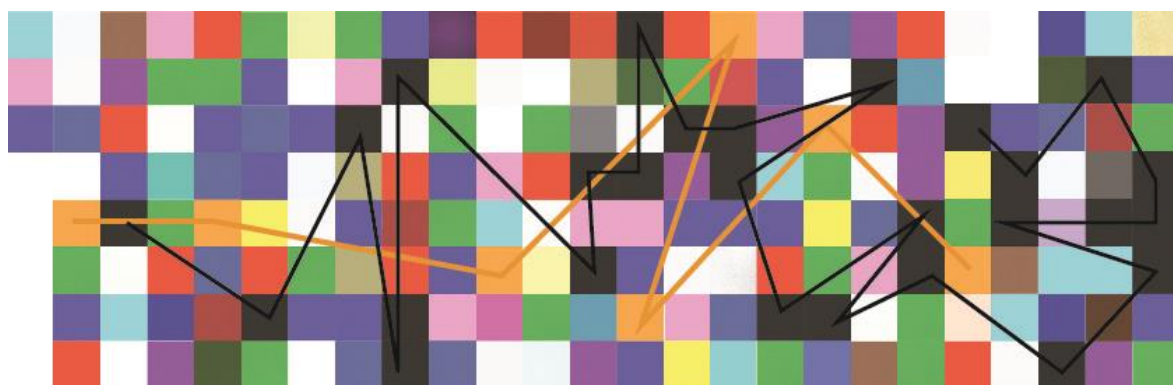
Abych mohla přejít rovnou k fázi navrhování finálních tvarů, stanovila jsem si základní atributy jejich vizuálního vyznění. Těmi jsou minimalismus, ostré hrany, reliéf nebo kaskáda.



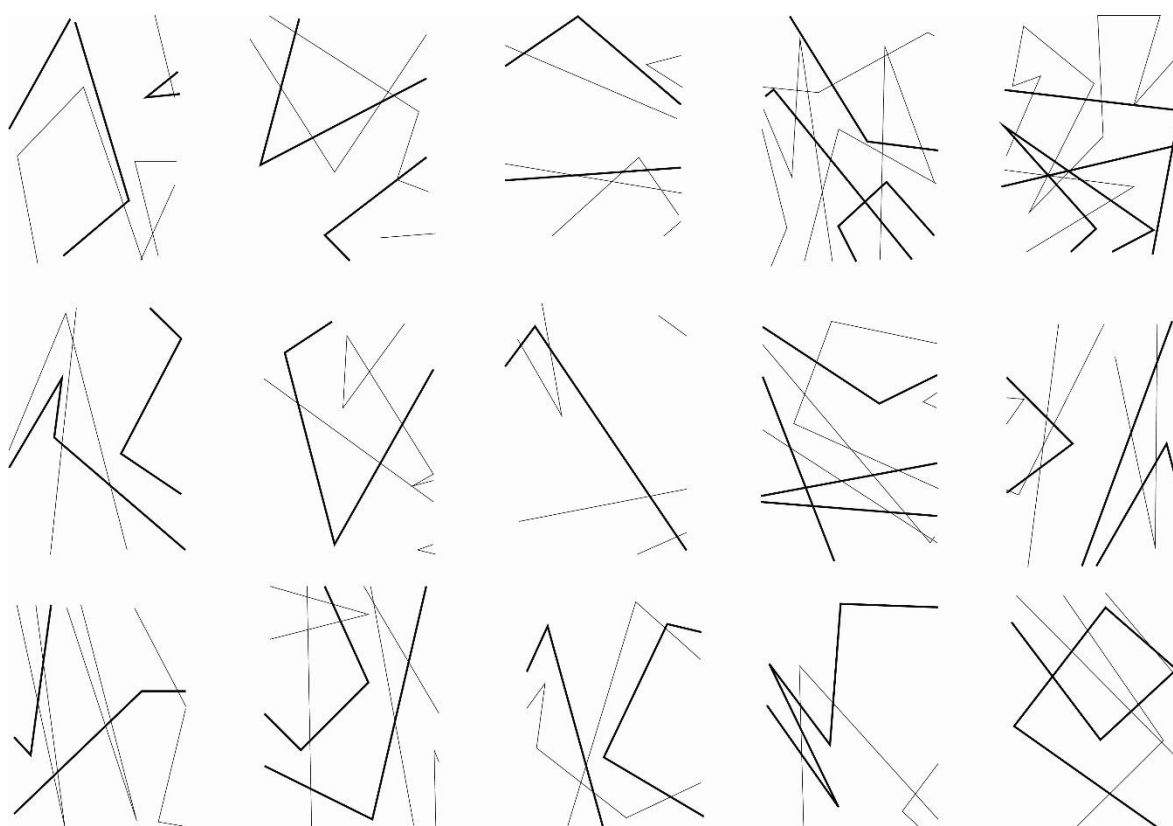
Obrázek 17: Inspirace - tvar

4.5.1 Linie a finální tvary

Linie jsem získala spojováním jednotlivých políček ve schématu barev, o kterém píše v podkapitole č. 4.2. Spojování probíhalo na půl pocitově na půl řízeně. Linie jsem zakreslovala na pauzovací papír se schématem pod ním. Políčka konkrétní barvy jsem spojovala na každý papír zvlášť. Získanou sadu linií jsem následně kombinovala za vzniku rozmanitých obrazců. Tyto mi posloužily jako bohatý zdroj pro navrhování.



Obrázek 18: Vizualizace spojování

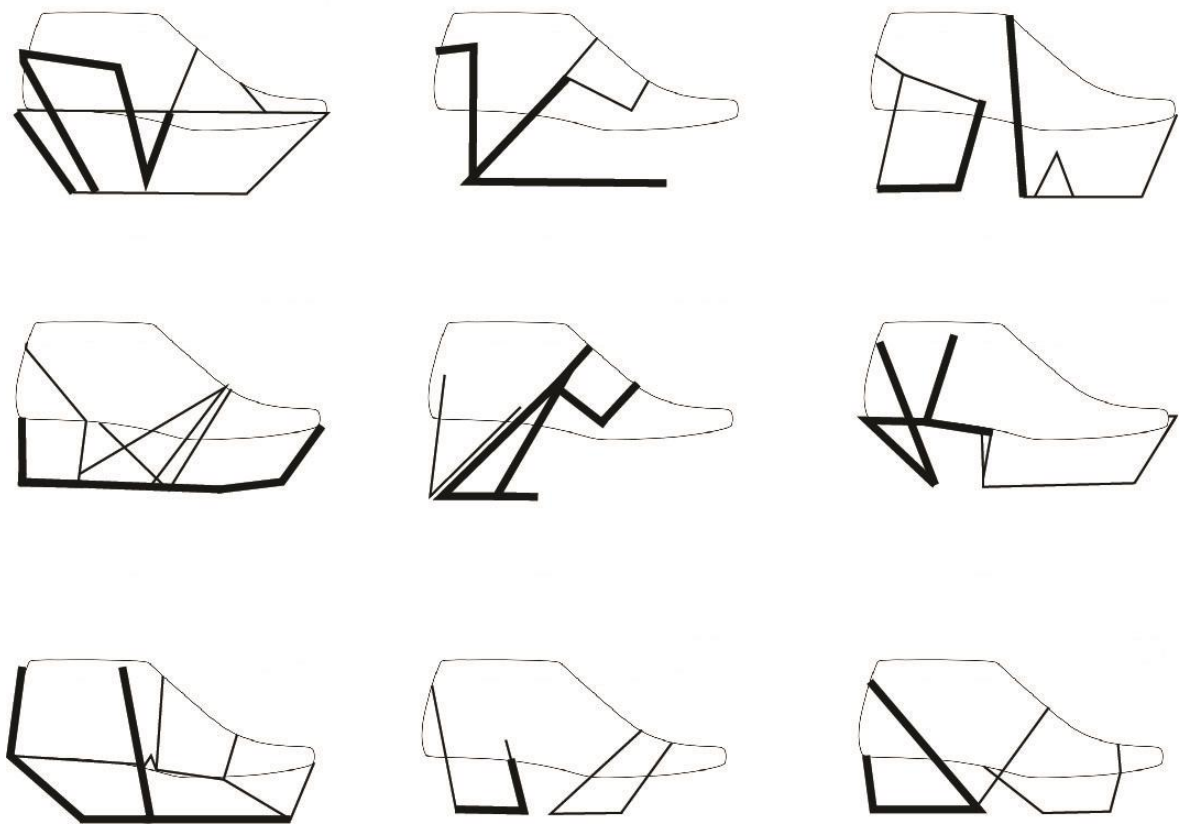


Obrázek 19: Kompozice linií

Finální tvary tvoří vždy kombinace dvou barev. Tedy hrubá linie na obrázku znázorňuje jednu barvu a tenká linie barvu druhou.

4.5.2 Návrhy

Způsob navrhování probíhal jednoduše a velice rychle. Kompozice linií jsem pokládala na tvar kopyta. V této fázi navrhování jsem neřešila technologické zpracování obuvi. Vše probíhalo spontánně a soustředila jsem se pouze na tvary. Kompozice jsou rozfragmentované a přizpůsobené kopytu. Jediná věc, která nebyla náhodná, byla volba typu obuvi. A to obuv na platformě.

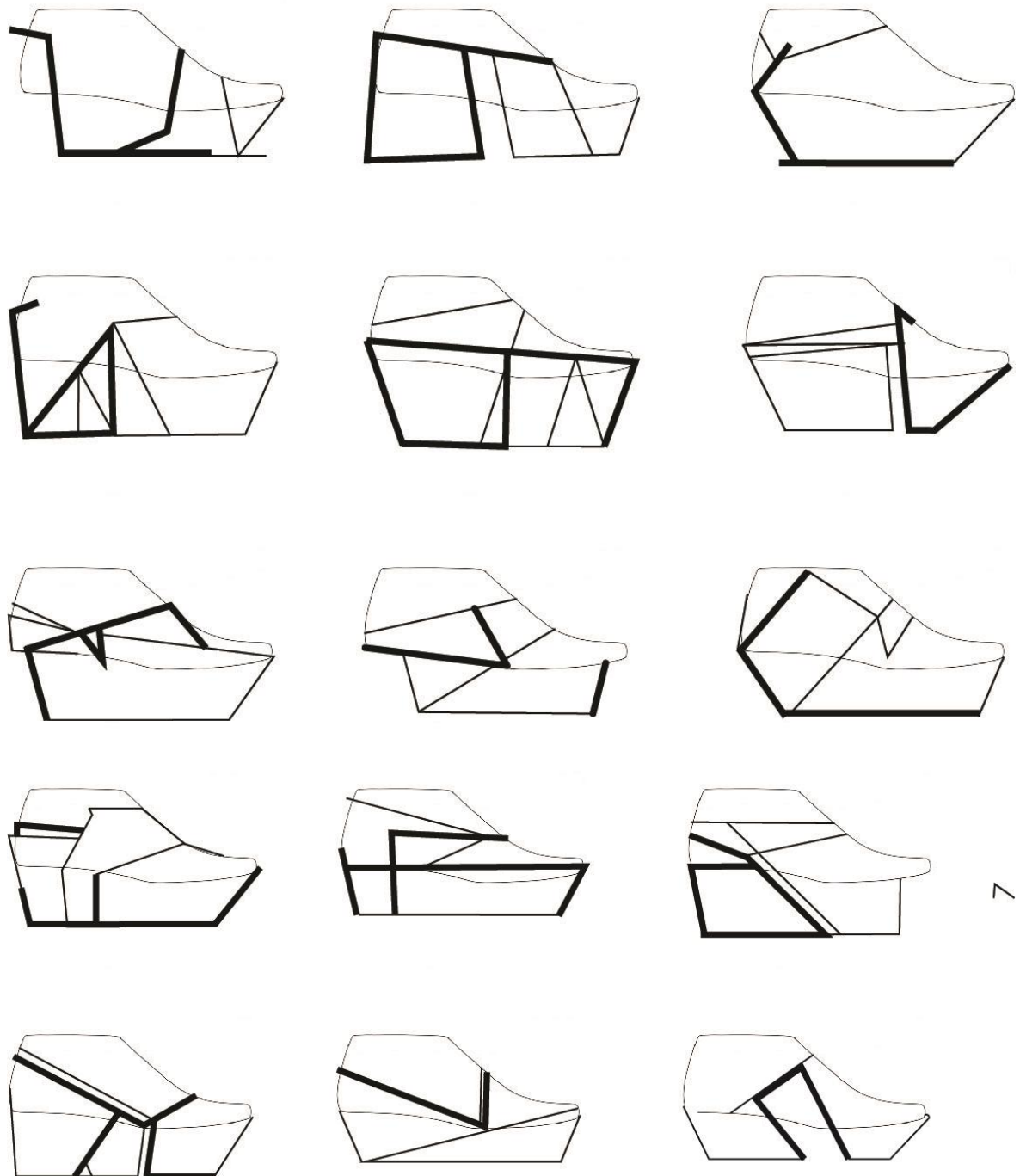


Obrázek 20: Linie na kopytu

S výběrem finálních návrhů mi pomohla opět komunita. Své nejbližší přátelé jsem požádala o selekci třech modelů, pro ně nejatraktivnějších. Na závěr jsem vybrala tři modely, které získaly nejvíce hlasů.

Vtipnými momenty byly dotazy zúčastněných ve stylu: „Co to jsou za čáry? Jak to bude fungovat? To jsou dráty? A bude se v tom dát chodit?“

Následně jsem jim můj záměr osvětlila - že v této fázi jde pouze o tvar a technologické náležitosti budou dořešeny.



Obrázek 21: Linie na kopytu

5 REALIZACE – OBUV A DOPLŇKY

Tato kapitola obsahuje postup práce - výběr kopyta, následně výběr materiálu a barevné škály. Dále představení třech modelů spolu s doplňky a jejich vypracování.

I přesto, že jsem se snažila zachovat původní návrhy, bylo velice náročné realizovat obuv přesně podle 2D návrhů. Bylo nezbytné respektovat technologické náležitosti a tvar kopyta, proto jsem musela některé části původních návrhů upravit.

5.1 Kopyto

Tři modely si vyžadují nižší zdvih v klenební části, díky typu obuvi na platformě (2,5 cm). Tvar kopyta je vybrán čistě z estetického hlediska.



Obrázek 22: Kopyta

5.2 Materiál a barevnost

Obuv je vypracována ze tří základních materiálů. Použila jsem neonově zelenou průhlednou gumu v kombinaci s černým neoprenem. Z těchto dvou materiálů jsou zhotoveny svršky spolu s doplňkovými materiály, jako jsou useň a netkaná textilie. Poslední ze základních materiálů je černý styropor, určený k výrobě platformy.

Tak jako je každá kompozice čar vytvořena kombinací dvou barev tak i kolekce obsahuje dvě základní navzájem kontrastní barvy. Černou a neonově zelenou.



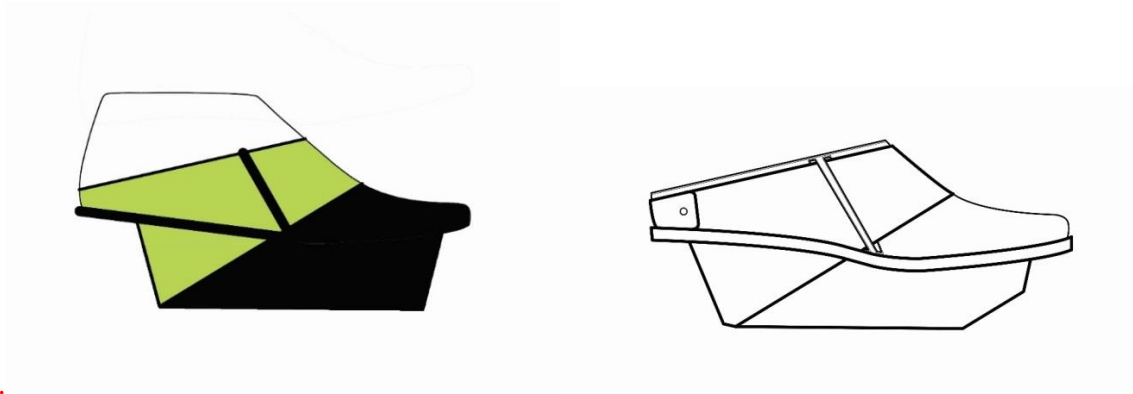
Obrázek 23: Materiál

5.2.1 1. pár

Prvním krokem pro vytvoření tří návrhů obuvi, bylo stanovení materiálové skladby dle kompozic linií. Od tohoto se dále odvíjela volba technologie výroby.



Obrázek 24: Pokládání linií na kopyto



Obrázek 25: Návrh a technický nákres/model č. 1

První model má jednoduchý střih klasického nazouváku. Černá linie z návrhu je vyřešena okénkem v neoprenu (svršku), který je olemovaný netkanou textilií. Gumová část je provlečena skrz a dále pokračuje až k patní části obuvi, kde je upevněna pomocí mosazných nýtů. Okraj svršku je lemovaný usní a následně přišitý k podšívce lícem k líci.

Jelikož jsem chtěla dodržet věrnou podobu návrhu tohoto komplikovaného modelu, musela jsem provést mnoho zkoušek a najít ten pravý technologický způsob výroby. Nejsložitější bylo umístění gumové části na povrch platformy, tak aby její linie navazovala na linii gumového dílce na svršku.



Obrázek 26: Postup práce

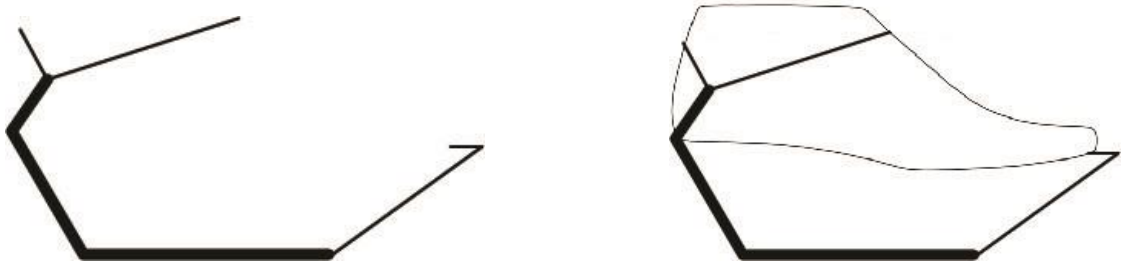
Po napnutí svršku následuje vypracování rámečku, do kterého se svršek zapustí. Rámeček je vyřezaný z plátu styroporu o šíři jednoho centimetru a kopíruje tvar kopyta.

Hrubá podoba platformy je slepena ze čtyř plátků styroporu. Ty jsou vyřezány s přídavkem k broušení. V oblasti klenby je přidán kompenzační plátek styroporu, který upravuje polohu výšky paty a rovněž poslouží k nadefinování sklonu platformy.

Ta je následně broušena do požadované podoby dle návrhu. Dalším krokem je příprava gumového dílce, na základě sejmutého stříhu, jeho celková úprava a vsazení do okénka v neoprenu. Dále příprava dílce, který bude umístěn na povrch platformy. Rámeček, v kombinaci s platformou, tvoří ustupující kaskádu směrem dovnitř.

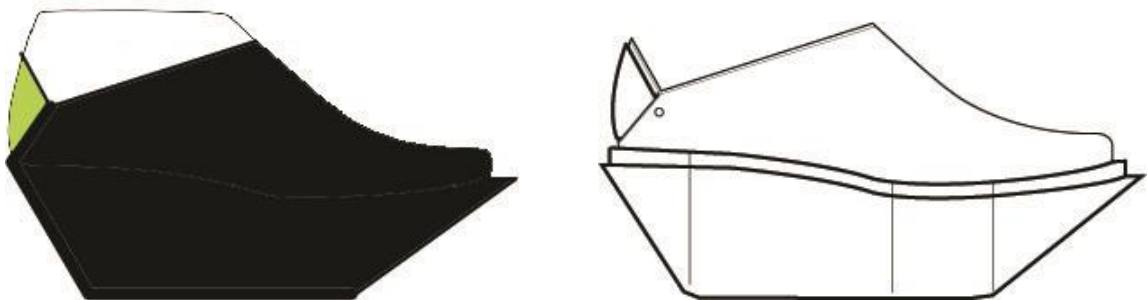
Navazující dílec z gumy je vytvářen horkovzdušnou pistolí podle tvaru platformy. K posledním úpravám platformy patří vybroušení předního a zadního odvalu. Hotovou platformu jsem následně přilepila k rámečku a její spodní část opatřila usňovou podešví. Po vyzutí téměř hotové obuvi z kopyta jsem gumové části přinýtovala ke svršku.

5.2.2 2. pár



Obrázek 27: Pokládání linií na kopyto

Jedná se o polobotku s hlubším výkrojem na boku. V patní části se nachází dvě okénka pro gumový dílec, který je do nich zasazen a přinýtován mosaznými nýty – jedná se o malý, ale výrazný detail. Okraj svršku lemuje podšívka. Ta je k němu přišitá lícem k líci, poté převrácená dovnitř a prošitá ve stejném švu. Svršek je méně komplikovaný než u prvního modelu, nicméně pozornost je věnována především tvaru platformy.



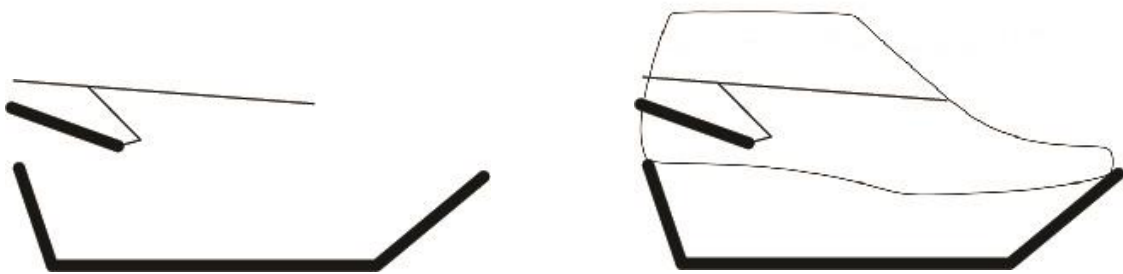
Obrázek 28: Návrh a technický nákres/model č.2



Obrázek 29: Postup výroby

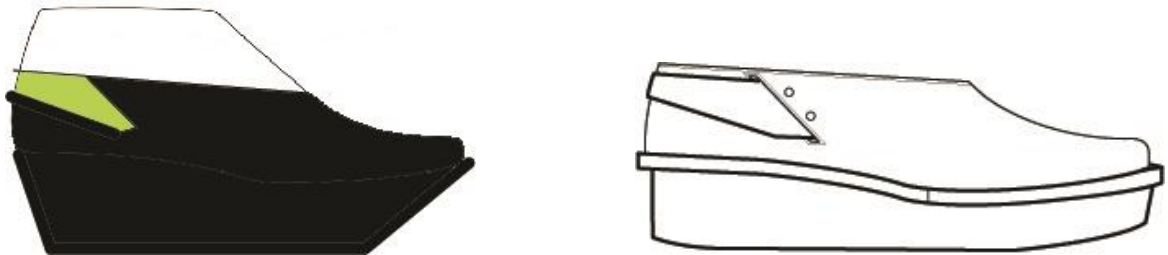
Rámek tohoto modelu je řešen ostrými hranami – působí dynamicky. Jeho tvar dále kopíruje platforma, která je vyrobena z pěti slepených plátek styroporu – z celé kolekce je tedy nejvyšší. Spolu s rámkem tvoří ustupující kaskádu směrem ven.

5.2.3 3 pár



Obrázek 30: Pokládání linií na kopyto

Střih třetího modelu je balerínového typu. V zadní části jsou rovněž okénka pro vsazení gumového dílce. Okraj svršku lemuje podšívka stejným způsobem jako u modelu č. 2. Řešení návrhu této obuvi v sobě pojí prvky dvou předchozích modelů.



Obrázek 31: Návrh a technický nákres/model č. 3



Obrázek 32: Postup práce

5.3 Doplnky

Experimenty - Společenství kuchyně i žádost na Facebooku o barvu - mi umožnily navrhovat nejen obuv ale i doplňky. Mou hlavní vizí bylo vytvořit obuv, oděv i doplňky jako celek. Prvním krokem bylo navrhování oděvů. Jednotlivé kusy jsem vybírala z analýzy anonymní konverzace. Navrhování probíhalo podobným způsobem jako u obuvi. Jednotlivé kompozice linií jsem fragmentovala a pokládala je na různé části těla. Má kolekce je zastoupena popruhy, trikotem, ledvinkou, šortkami a dalšími. Co se týká oděvu,

rozhodla jsem se realizovat jeden kus, který bude univerzální, na který mohu aplikovat variabilní doplňky.



Obrázek 33: Návrhy oděvů a popruhů rozdělením kompozic linií

Trikot

Jako univerzální kus oděvu pro tuto kolekci jsem zhotovila trikot. Je šitý z černého neoprenu a lemovaný netkanou textilií. V zadní části je všité voděodolné zdrhovadlo. Trikot nemá klasický výstřih – v oblasti krku je stojáček jako základ pro neonovou gumu, která je součástí popruhů.

Popruhy

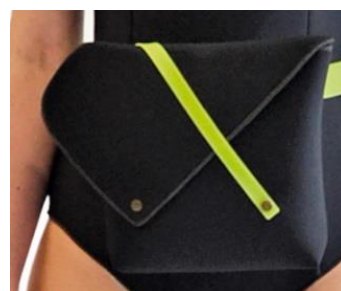
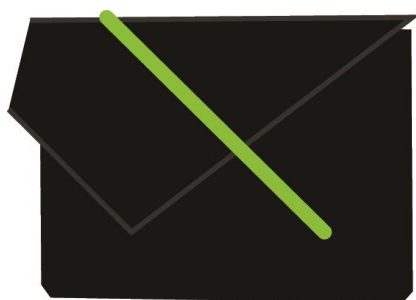
Tento doplněk je tvořen pásky rozdílných délek i šířek, které lze připínat různými způsoby a vytvářet tak všelijaké kompozice linií na těle. Jsou vyrobeny z gumy a černého evacu.



Obrázek 34: Návrhy popruhů

Ledvinka

Je vyrobena z neoprenu. Má asymetricky řešenou klopou, lemovanou netkanou textilií. Zapínání je řešeno pomocí mosazných patentů, které jsou umístěny na klopě a neonovém pásku. V zadní části se nachází průvlečka, skrze kterou lze protáhnout pás od popruhů a ledvinku je tak možno nosit v kombinaci právě s popruhy.



Obrázek 35: Návrh a realizace ledvinky



Obrázek 36: Konečné fotografie celkového outfitu

ZÁVĚR

Může se zdát, že tato práce není zpracovaná studentem designu obuvi. Samozřejmě je důležité znát všechny obuvnické pojmy, vědět technologické náležitosti, ovládat řemeslo, být zručný. Nicméně téma, které řeším, je pro naši tvorbu také nesmírně důležité. Kontaktů, kterých jsem za celé své studium nadobyla, je neskutečně mnoho a nedokážu si představit, že bych své přátele nikdy nepotkala.

Práce je založena na vzájemné spolupráci a vážím si všech mých kontaktů, které mi připravili základ pro její vypracování. Zdroj inspirace nalézám tedy v komunitě, která mne obklopuje celý život. Celá tato práce je týmová a každý článek této party přispěl něčím důležitým.

Praktická část byla zprvu spíše taková hra. Zdroje, které jsem získala od svých přátel, byly pro vytvoření kolekce tak bohaté, že bych mohla navrhovat donekonečna. Získala jsem mnoho nových zkušeností, co se týká materiálu a technologie. Velkým debutem pro mne byla práce s oděvem.

Tento způsob zpracování pro mne byl obrovskou výzvou. Pustila jsem se do práce, která neměla předem žádnou vizuální podobu, žádné předpoklady a nechala jsem se vést lidmi okolo.

Mnou vytvořený systém komunikace mi dal tolik podnětů, že z nich mohu ještě dlouho čerpat. Během zpracování celé diplomové práce jsem se naučila mnoho. V první řadě si více všímám lidí, které mám okolo sebe a snažím se jim lépe porozumět.

Přestože bylo toto téma tak komplexní, dosáhla jsem svého cíle a vím, že síla skupiny funguje.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomlživosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. V českém jazyce vyd. 1. Praha: Prostor, 2002, 446 s. Střed (Prostor). ISBN 80-726-0063-X.
- [2] MACKENZIE, Mairi. *--ismy*. V Praze: Slovart, 2010, 159 s. ISBN 978-80-7391-399-1.
- [3] JAROŠOVÁ, Helena. *Filozofie těla - klíč k hlubšímu chápání těla a šatu*. V Praze: Vysoká škola umělecko-průmyslová, 2013, 43 s. ISBN 978-80-86863-63-4.
- [4] PALMER, Amanda. *The art of asking*. First edition. New York: Grand Central Publishing, 2014, pages cm. ISBN 978-145-5581-078.
- [5] BAUDOT, François. *Móda storočia*. IKAR, 2001. ISBN 80-551-0127-2.
- [6] *Móda: z dějin odívání 18., 19. a 20. století* : sbírka Kyoto Costume Institute. Vyd. 1. Praha: Slovart, 2003, 735 s. ISBN 38-228-2624-3.
- [7] TŘEŠTÍK, Dušan. *Myslití dějiny*. Vyd. 1. Praha: Paseka, 1999, 222 s. ISBN 80-718-5229-5.

WEB

- [1] AZSlovník: *slovník cizích slov* [online]. [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://azslovník.cz/kontakt>
- [2] PAULÍK, Karel. *Psychologické základy lidské komunikace*: Učební text [online]. 2007, 96 [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://projekty.fs.vsb.cz/415/psychologicke-zaklady-lidske-komunikace.pdf>
- [3] *TEDxEutropolis* [online]. [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://www.tedxeutropolis.eu/speakers/paul-miller>
- [4] *MARSONE: About Mars One* [online]. [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://www.mars-one.com/about-mars-one>
- [5] *QUARTZ* [online]. [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://qz.com/379666/heres-why-humans-are-so-obsessed-with-colonizing-mars/>
- [6] *Poeta.cz* [online]. In: [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://www.poeta.cz/citaty/kategorie/zdravi>

- [7] *Wikipedie: Otevřená encyklopedie* [online]. In: [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Komunita>
- [8] *Česká televize: kultura* [online]. [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/1529192-stale-spolu-proti-vsem-aneb-jak-se-stavi-rodina-na-zelene-louce>
- [9] *ČSFD.cz: Česko-Slovenská filmová databáze* [online]. In: [cit. 2016-01-16]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/405965-stale-spolu/komentare>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Prostředky ke komunikaci

www.cs.up-wallpaper.com [online]. Dostupné z: <http://cs.up-wallpaper.com/peri-pero-inkoust-papir/>

www.ispyprice.com [online]. Dostupné z: <http://www.ispyprice.com/mobiles/133-htc-incredible-s-price-list-india/>

Obrázek 2: Paul Miller

www.theverge.com [online]. Dostupné z: <http://www.theverge.com/2013/5/1/4279674/im-still-here-back-online-after-a-year-without-the-internet>

Obrázek 3: Vzkaz v láhvi

www.novinky.cz [online]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/koktejl/198907-belgican-poslal-pred-33-lety-vzkaz-v-lahvi-nyni-dostal-po-facebooku-odpoved.html>

Obrázek 4: Přistávací moduly – první obytné jednotky

www.learni.st [online]. Dostupné z: <http://learni.st/users/lauren.kelly/boards/35410-the-mars-one-mission-a-one-way-ticket-to-space>

Obrázek 5: Rodina Mlčochových

www.csfd.cz [online]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/405965-stale-spolu/prehled/>

Obrázek 6: Amanda Palmer – Nevěsta

www.philosophyforchange.wordpress.com [online]. Dostupné z: <https://philosophyforchange.wordpress.com/2013/03/20/amanda-palmer-crowdfunding-and-the-theatre-of-gifts/>

Obrázek 7: Hudební postoj – Punk; Vitální stařík – věk

www.cz.pinterest.com [online]. Dostupné z: <https://cz.pinterest.com/pin/129408189266762256/>

www.cz.pinterest.com [online]. Dostupné z: <https://cz.pinterest.com/pin/405464772673553405/>

Obrázek 8: M. M. Margiela – vesta z rozbitých talířů; K. Lagerfeld – kabátek s perlami

www.elle.cz [online]. Dostupné z: <http://www.elle.cz/moda/novinky/punk-moda>

www. artcorporation.blogspot.cz [online]. Dostupné z: <http://artcorporation.blogspot.cz/2011/03/art-fashion-between-skin-and-clothing.html>

Obrázek 9: Síla skupiny

Obrázek 10: Seznam přátel, kteří odpověděli

Obrázek 11: Fotografie a barevné schéma

Obrázek 12: Hledání správných odstínů

Obrázek 13: Příprava na pletení a konečný materiál

Obrázek 14: Cílová skupina

Obrázek 15: Klíčová slova pro osobu

Obrázek 16: Anonymní konverzace

Obrázek 17: Inspirace – tvar

www.archdaily.com [online]. Dostupné z: <http://www.archdaily.com/office/s-m-a-o>

Obrázek 18: Vizualizace spojování

Obrázek 19: Kompozice linií

Obrázek 20: Linie na kopytu

Obrázek 21: Linie na kopytu

Obrázek 22: Kopyta

Obrázek 23: Materiál

Obrázek 24: Pokládání linií na kopyto

Obrázek 25: Návrh a technický nákres/model č. 1

Obrázek 26: Postup práce

Obrázek 27: Pokládání linií na kopyto

Obrázek 28: Návrh a technický nákres/model č.2

Obrázek 29: Postup výroby

Obrázek 30: Pokládání linií na kopyto

Obrázek 31: Návrh a technický nákres/model č. 3

Obrázek 32: Postup práce

Obrázek 33: Návrhy oděvů a popruhů rozdělením kompozic linií

Obrázek 34: Návrhy popruhů

Obrázek 35: Návrh a realizace ledvinky

Obrázek 36: Konečné fotografie celkového outfitu

SEZNAM PŘÍLOH

P 1: Návrhy oděvu

P 2: Návrhy obuvi – barvy

P 3: Cíp na oděv – experiment, pletení

P 4: Finální fotografie + koláž z kompozic linií

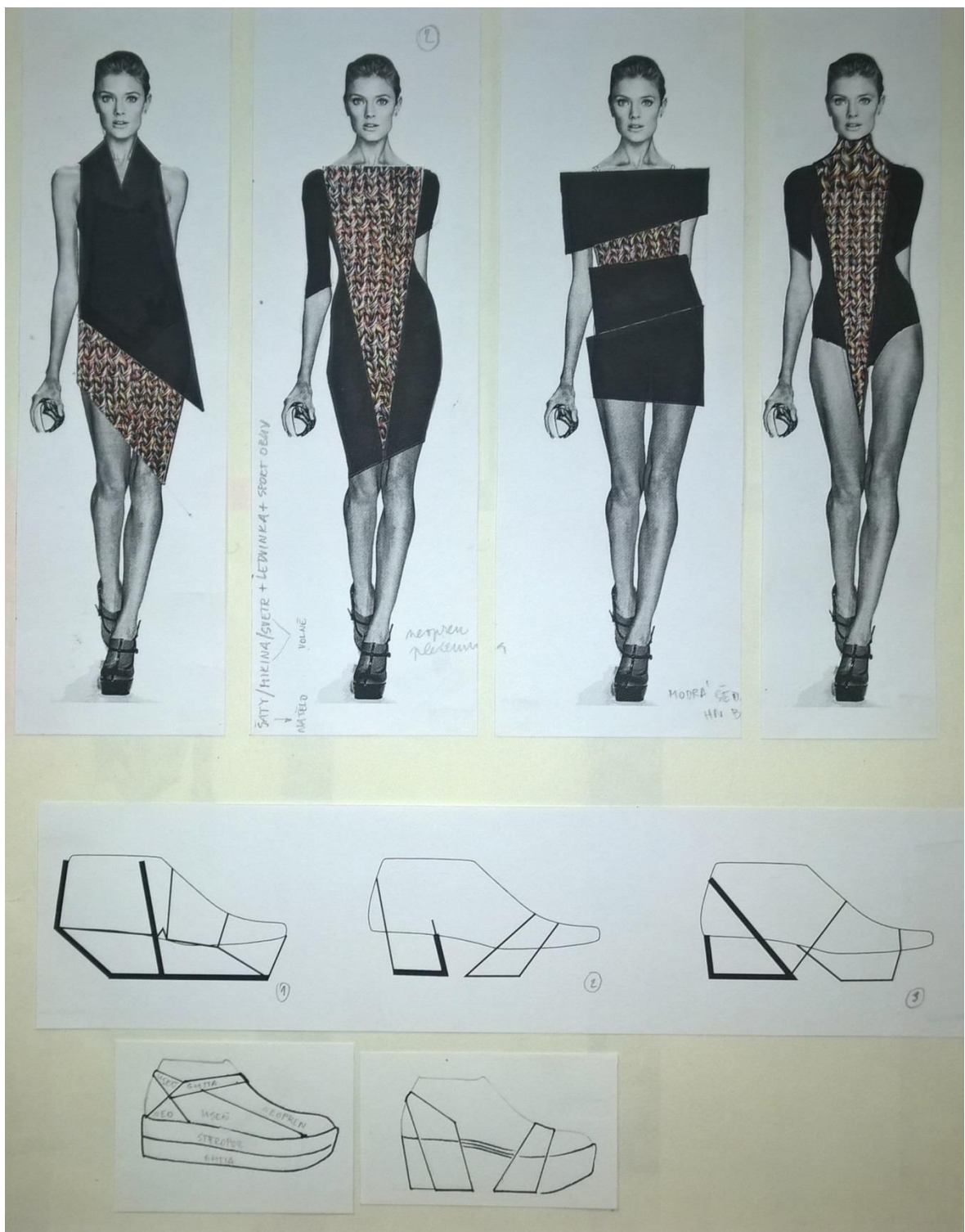
P 5: Fotografie obuvi

P 6: Šablony

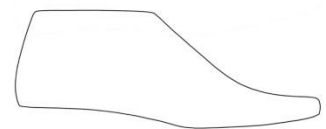
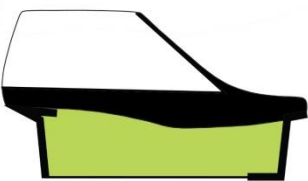
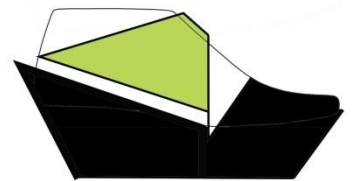
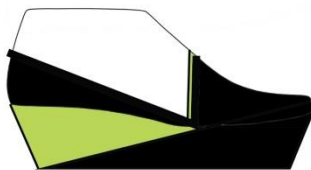
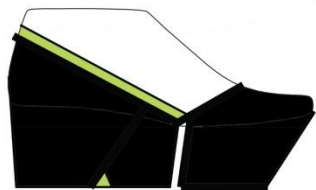
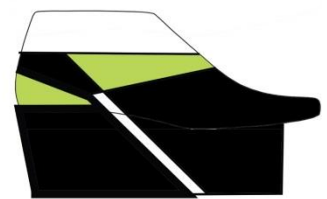
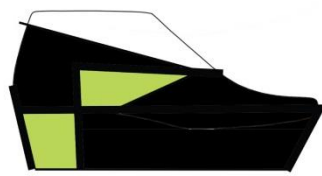
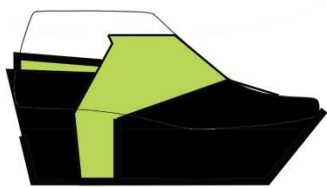
PŘÍLOHA P I: NÁVRHY ODĚVU

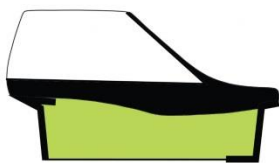
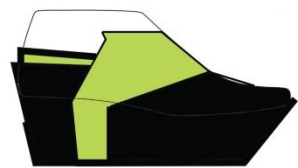
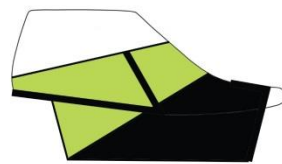
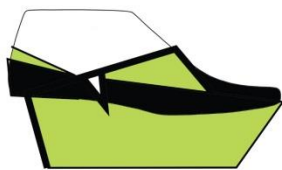
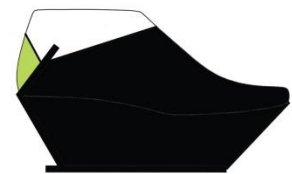
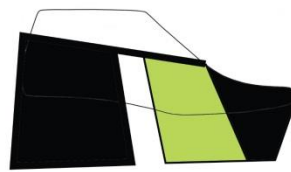
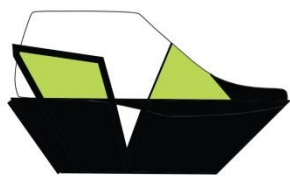


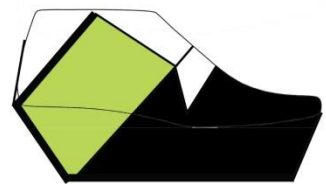
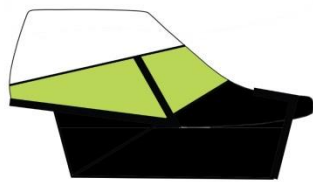
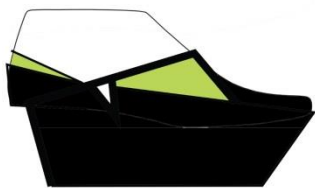
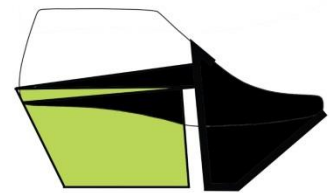
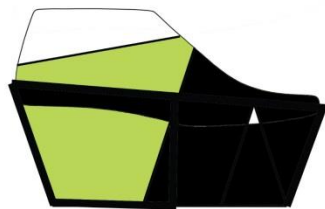
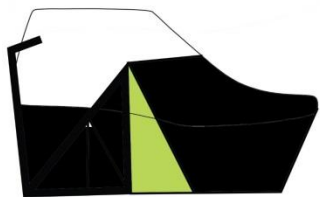
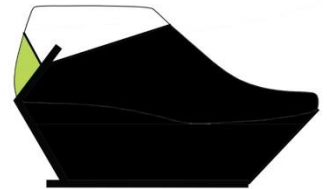
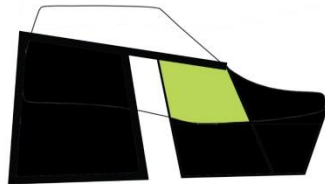
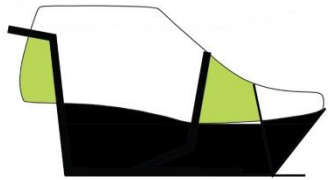




PŘÍLOHA P 2: NÁVRHY OBUVI - BARVY





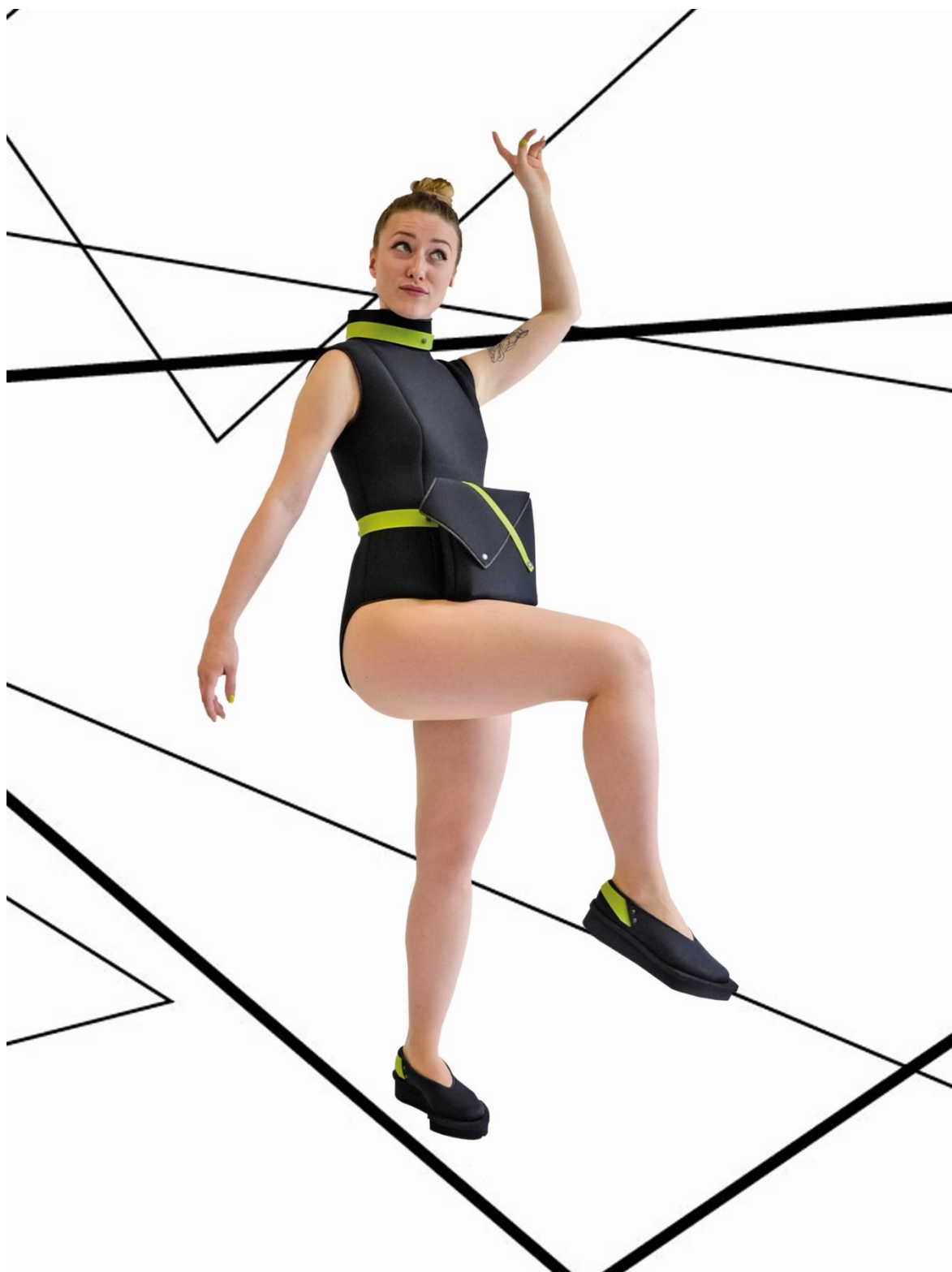


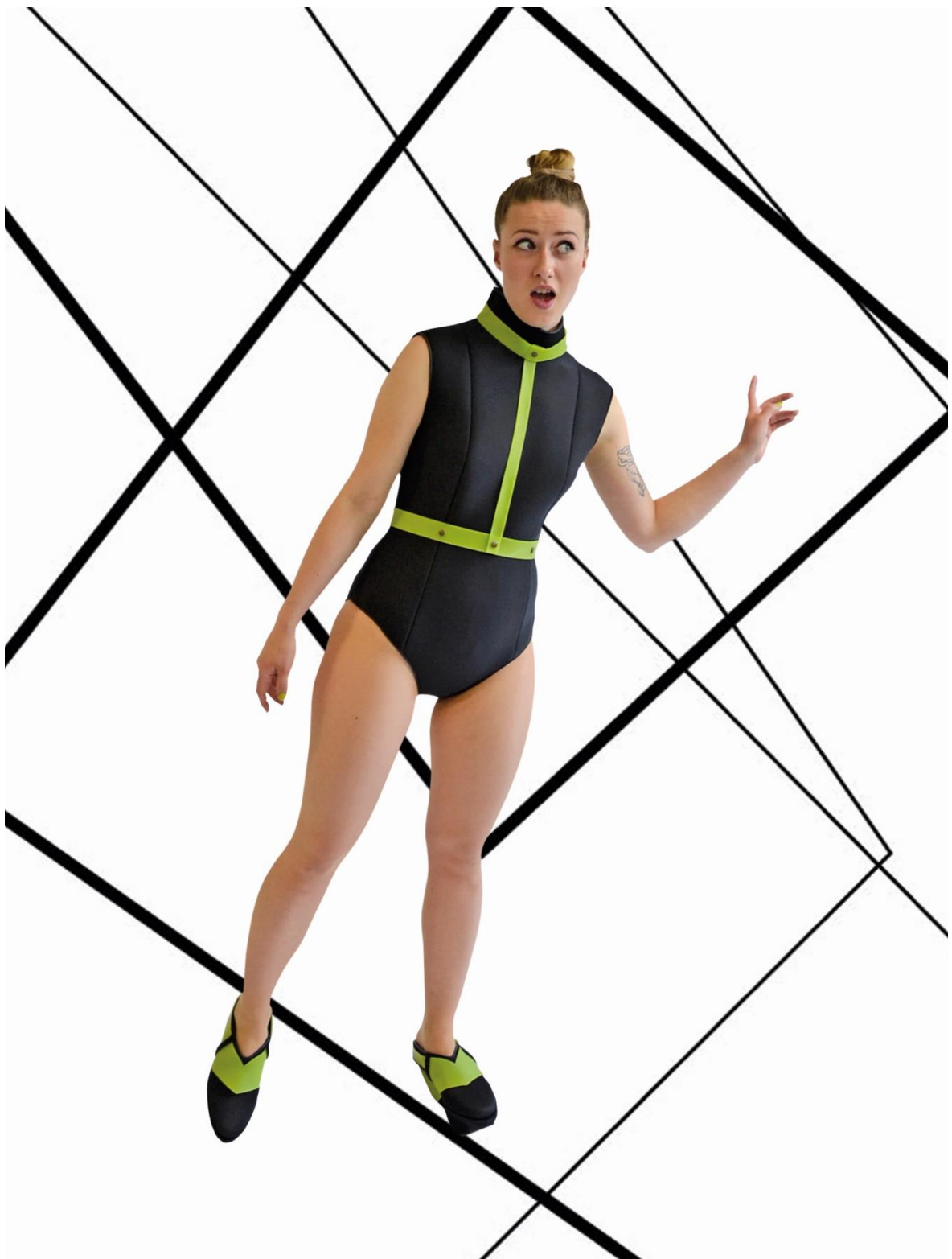
PŘÍLOHA P 3: CÍP NA ODĚV – EXPERIMENT, PLETENÍ



PŘÍLOHA P 4: FINÁLNÍ FOTOGRAFIE + KOLÁŽ Z KOMPOZIC LINÍÍ











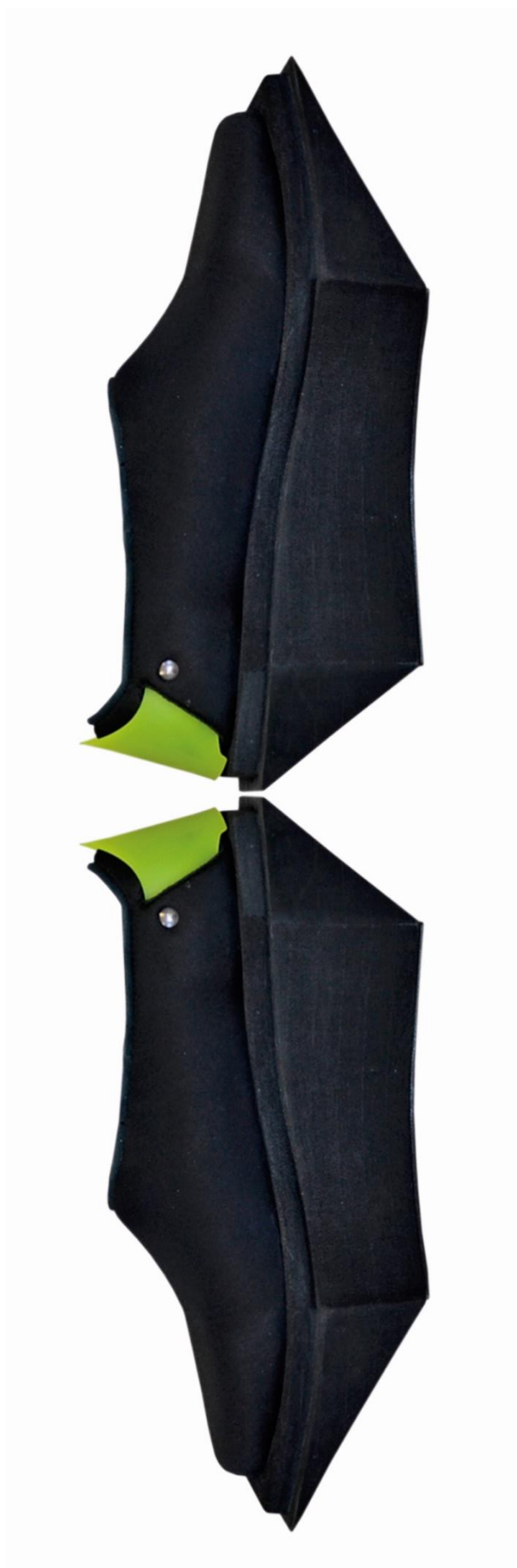




PŘÍLOHA P 5: FOTOGRAFIE OBUVI

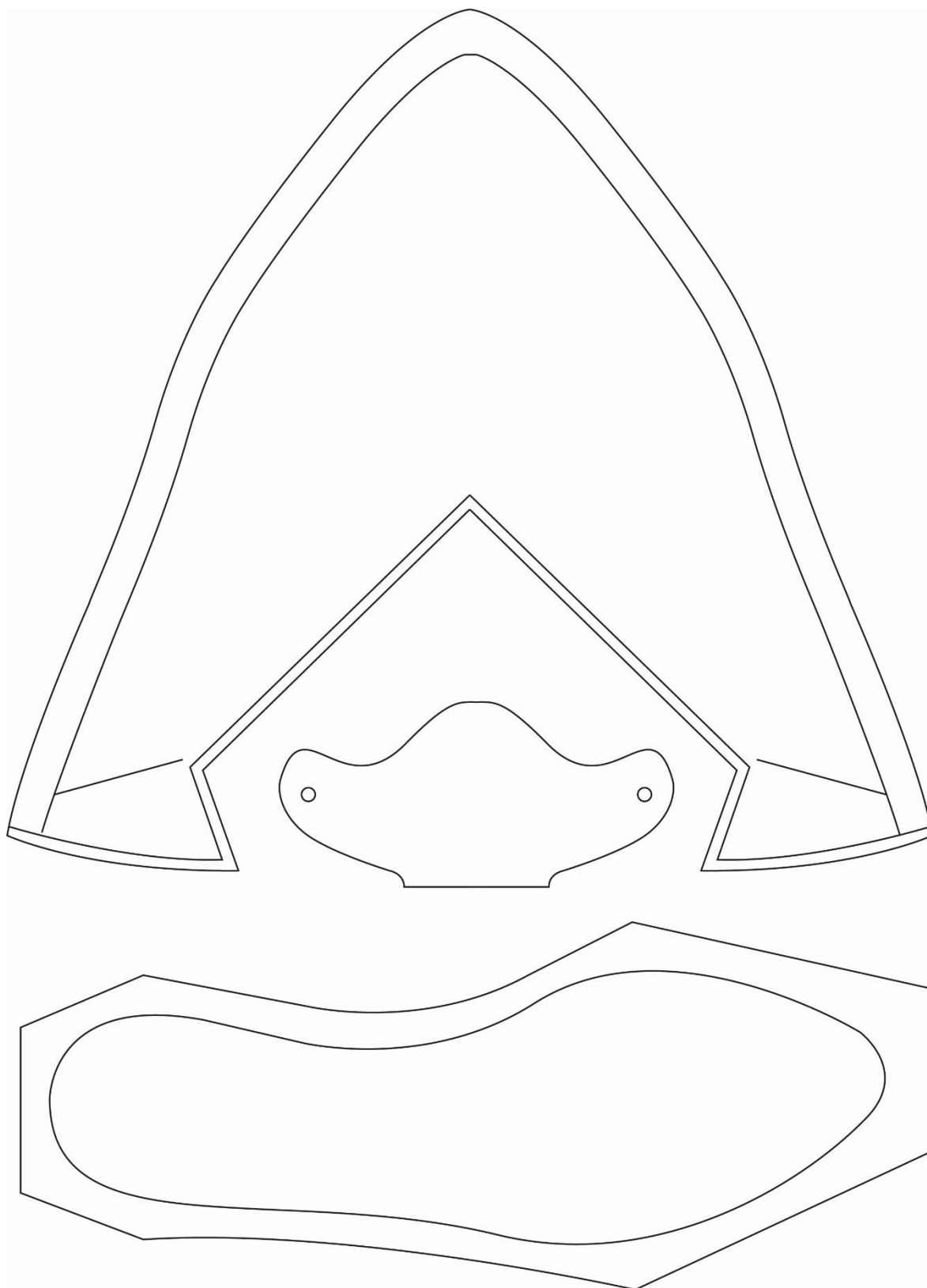




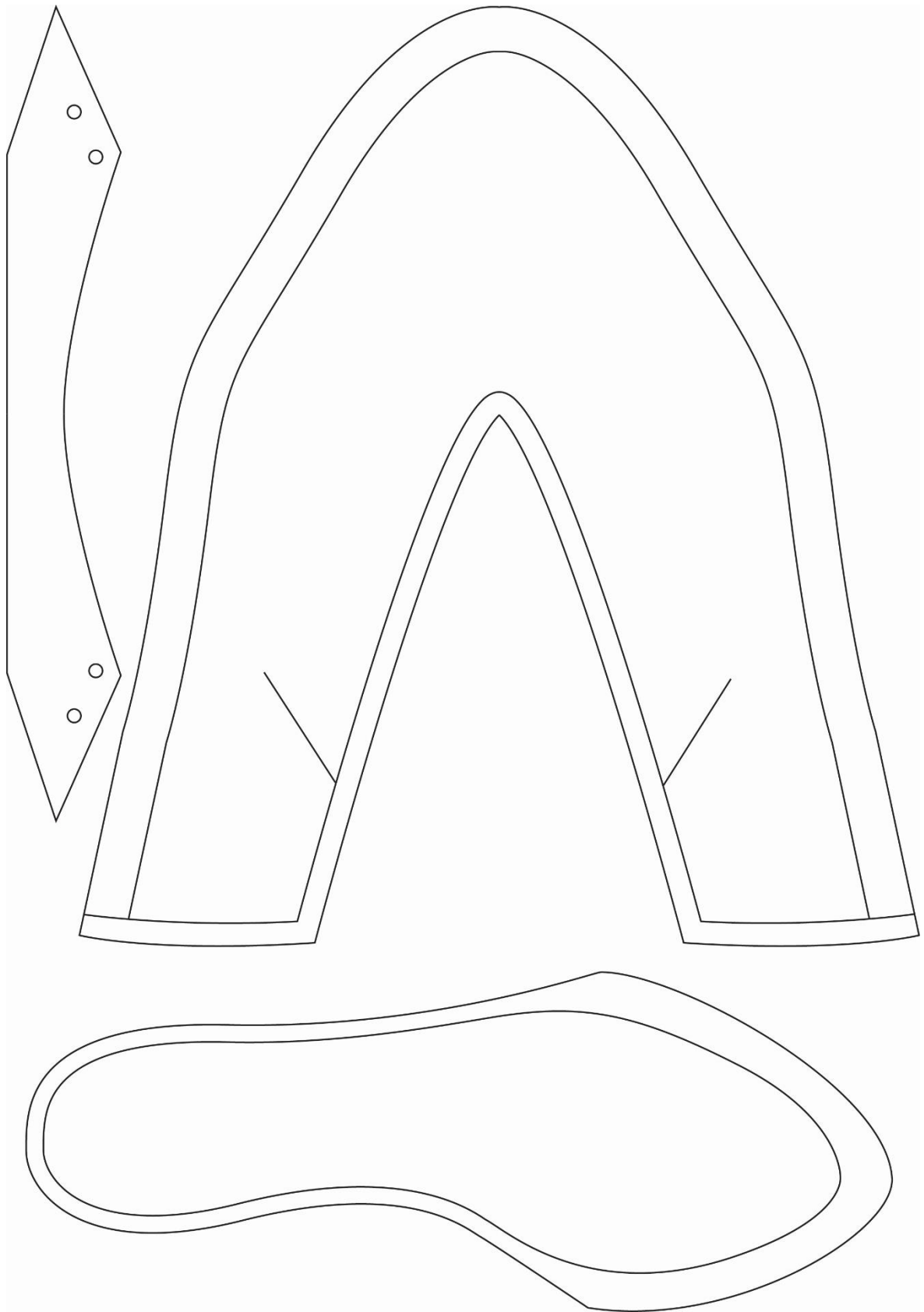


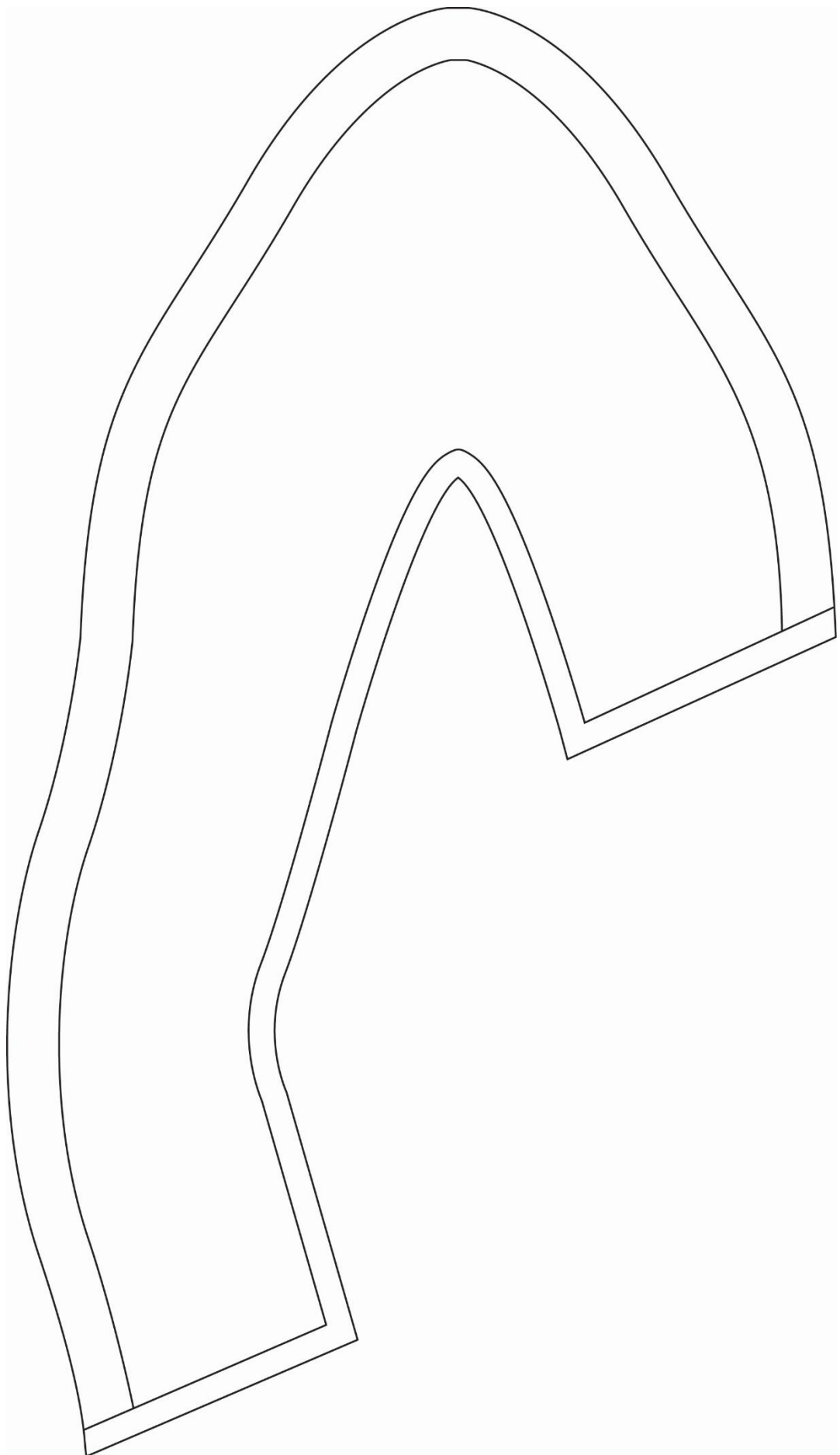
PŘÍLOHA P 6: ŠABLONY

Model č.2



Model č. 3





Model č. 1

