

# Módní trendy/Femininita v pánském oděvu

Katarína Mydliarová

---

Bakalářská práce  
2019



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Design oděvu

akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Katarína Mydliarová**  
Osobní číslo: **K16014**  
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimédia a design – Design oděvu**  
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Módní trendy/Femininita v pánském oděvu**

Zásady pro vypracování:

### 1. Teoretická část:

Prostudování a analýza dostupných materiálů a informací k zadanému tématu, obrazová příloha, vlastní závěry v minimálním textovém rozsahu 20–25 normostran. Zvolené téma se zabývá vývojem femininních forem v mužském oděvu, které mají vliv na současné módní trendy.

### 2. Praktická část:

Výtvarné zpracování a realizace finálních návrhů v počtu 5–7 modelů. Teoretická a technická příprava projektu, sběr potřebných informací, dokumentace realizace dle zadaných parametrů (moodboard, kresebné návrhy, barevnost, popis materiálů, technické nákresy modelů, technické popisy, stříhové řešení modelů). Praktická část obsahuje pánskou oděvní kolekci, která boří zažitá stereotypy dámskeho a pánskeho odívání. Práci doplní dokumentační fotografie z procesu tvorby, módní fotografie, popřípadě krátké video. Rozsah práce: minimálně 40 normostran, formát A4. Odevzdám ve dvou stejnopisech v pevné vazbě (1 může být v kroužkové vazbě).

Součástí předané písemné práce je dodání elektronické verze bakalářské práce na Flash disku, který bude obsahovat taktéž samostatné fotografie v tiskové kvalitě z praktické části bakalářské práce. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formát pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách.

Rozsah bakalářské práce: **minimálně 40 normostran**  
Rozsah příloh: **minimálně 15 stran**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

**DAVIES, H., Modern Menswear, London Lawrence Hill, 2009, ISBN-13: 9781856695404**

**CONSTANTINO, M., Men's fashion in twentieth century: from frock coats to intelligent fibres, New York: Costume & Fashion Press, 1997, ISBN-13: 9780896762251**

**REILLY, A. and Cosbey, S., The men's fashion reader. New York: Fairchild Books, 2008. ISBN-13: 9781563675362**

**BROOKE, I., Western European costume : 17th to mid-19th century and its relation to the theatre, Harrap, 1939, ISBN-13: 9780486427478**

**STOLLER, R.J., Sex and Gender: The Development of Masculinity and Femininity, Karnac Books, 1994, ISBN-13: 9780946439034**

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Art. Pavel Brejcha**  
Ateliér Design oděvu

Datum zadání bakalářské práce: **1. listopadu 2018**

Termín odevzdání bakalářské práce: **10. května 2019**

Ve Zlíně dne 8. ledna 2019

doc. Mgr. Irena Armutidisová  
*děkanka*



doc. MgA. Kristýna Petříčková  
*vedoucí ateliéru*

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Beru na vědomí, že

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

### Prohlašuji, že:

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

Ve Zlíně dne: 3.5. 2019 .....

Jméno a příjmení studenta: Katarína Mydlíárová .....

## **ABSTRAKT**

Vo svojej práci sa zaoberám problematikou feminínnej formy mužského odevu. Teoretická časť sa zaoberá sociálnymi vplyvmi na vývoj mužského odevu v modernej spoločnosti a históriu genderového rozdelenia odevu. Praktická časť tieto poznatky využíva a transformuje do konceptu aj odevu v danej kolekcii. Cieľom bakalárskej práce je prekračovať hranice sociálnych rolí, ako aj skúmať stereotyp skrytý za maskulinitou.

Kľúčové slová: Femininita, maskulinita, gender, rovnoprávnosť, extravagancia

## **ABSTRACT**

Abstrakt vo svetovom jazyku:

In my dissertation work I am questioning problematics of femininity form of menswear. Theoretical part is dealing with social effects on development of menswear in modern society and history of gender division of clothing. Practical part work with those informations and transform them into concept and collection. Purpose of this work is to destroy the social boundaries and study stereotype behind the masculinity.

Keywords: Femininity, masculinity, gender, equality, extravagance

Ďakujem svojej rodine a priateľom za podporu a vždy pomocnú ruku.

Ďakujem aj svojmu psovi, že čaruje úsmevy.

Prehlasujem, že odovzdaná verzia bakalárskej práce a verzia elektronická nahraná do IS/STAG sú totožné.

## Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I. TEORETICKÁ ČASŤ</b> .....	<b>10</b>
<b>1 FEMINITA VS. MASKULINITA</b> .....	<b>11</b>
<b>2 VZNIK EGA</b> .....	<b>13</b>
2.1.1 FEMÍNINNA MASKULINITA P.N.L.....	14
2.1.2 Z HODVÁBNEJ CESTY NA VIKTÓRIIN DVOR.....	15
2.1.3 VZOSTUP A PÁD DANDYISMU .....	18
<b>2.2 20. STOROČIE</b> .....	<b>20</b>
<b>2.3 FEMINITA V DRUHEJ POLOVICI 20. STOROČIA</b> .....	<b>21</b>
2.3.1 VPLYV SUBKULTÚR NA MUŽSKÝ ODEV .....	22
2.3.2 OSOBNOSTI NA ČELE ANDROGYNITY .....	27
<b>3 MUŽSKÁ MÓDA AKO ZEITGEIST</b> .....	<b>29</b>
<b>3.1 MUŽ 21. STOROČIA</b> .....	<b>30</b>
<b>3.2 POP-KULTÚRA AKO UKAZOVATEĽ</b> .....	<b>32</b>
<b>3.3 FEMINITA V MÓDNYCH DOMOCH</b> .....	<b>34</b>
<b>II. PRAKTICKÁ ČASŤ</b> .....	<b>36</b>
<b>4 ÚVOD</b> .....	<b>37</b>
<b>4.1 ANIMA</b> .....	<b>37</b>
<b>4.2 KYO</b> .....	<b>38</b>
<b>5 KOLEKCIA ANIMA</b> .....	<b>46</b>
<b>5.1 MOODBOARD:</b> .....	<b>46</b>
<b>5.2 COLORBOARD:</b> .....	<b>47</b>
<b>5.3 LINE-UP:</b> .....	<b>47</b>
<b>5.4 MODEL Č. 1</b> .....	<b>48</b>
<b>5.5 MODEL Č. 2</b> .....	<b>49</b>
<b>5.6 MODEL Č. 3</b> .....	<b>50</b>
<b>5.7 MODEL Č. 4</b> .....	<b>51</b>
<b>5.8 MODEL Č. 5</b> .....	<b>52</b>
<b>5.9 MODEL Č. 6</b> .....	<b>53</b>
<b>5.10 MODEL Č. 7</b> .....	<b>54</b>
<b>5.11 MODEL Č. 8</b> .....	<b>55</b>
<b>III. PROJEKTOVÁ ČASŤ</b> .....	<b>56</b>
<b>6 FOTODOKUMENTÁCIA</b> .....	<b>57</b>
<b>ZÁVER</b> .....	<b>77</b>

<b>ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY .....</b>	<b>78</b>
<b>ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK.....</b>	<b>81</b>
<b>ZOZNAM OBRÁZKOV .....</b>	<b>82</b>
<b>ZOZNAM PRÍLOH.....</b>	<b>85</b>



## ÚVOD

S nárastom záujmu a medializáciou problematiky queer kultúry, genderovej otázky, rodovej rovnoprávnosti i feminizmu sa feminita v pánskom odevu stáva stále viac akceptovanou, no aj výraznejšou. To vedie dnešných svetových dizajnérov k deštrukcii hraníc medzi feminitou aj maskulinitou v ich kolekciách a módnym svetu sa tak stal jedným z lídrov v gendrovej normalizácii.

Túto narastajúcu tendenciu môžeme vidieť nielen v študentských kolekciách i kolekciách mladých módných dizajnérov, ale aj na mólach veľkých značiek ako sú Gucci, Maison Martin Margiela, Palomo Spain a ďalších, ktorí sa snažia prezentovať túto víziu “lepšieho sveta” dnešnej generácii tzv. “milleniálov”.

Feminita v pánskej móde, ale neznamená iba extravaganciu a nespája sa len s LGBTQ+ kultúrou, hoci prezentácia je veľmi silná, občas aj mätúca. Túto takzvanú feminitu, môžeme nájsť aj na mólach tradičných módných domov ako sú Dior alebo Givenchy, ktoré nám nedávno pripomenuli krásu krajčírskoho remesla a poukázali na to, že jemnosť vie byť aj maskulínna a tento takzvaný “trend” si znovu nachádza miesto v našej spoločnosti.

Teda, čo presne je feminínne, a čo maskulínne, keď pred pár stovkami rokov to boli práve muži, čo prišli s obskúrnymi módnymi kreáciami v rámci vlastného šatníka? Kto diktuje aké pohlavie by malo čo nosiť? Čo vôbec znamená maskulinita, keď z histórie vieme, že make-up, parochne, podpätky, sukne, kožušiny, šperky nosili prevažne muži, no boli dokonca prví?

Prostredníctvom kultúrnych, historických i psychologických odkazov aj súvislostí, si kladie otázky a argumentuje smerom k súčasnej prítomnosti feminity v rámci mužského odevu v módnom dizajne aj mimo neho. Snaží sa pomenovať sociálne, politické zmeny, ktoré mali vplyv na odev aj cez niektoré historické, ale aj súčasné osobnosti, ktoré ovplyvnili mužskú módu od starovekých panovníkov, cez Ľudovíta XIV, dandyov, subkultúry 20. storočia, celebrity pop-kultúry, ktoré ovplyvnili módu, až k súčasnej situácii v módnom dizajne a ich silným tendenciam.

Cieľom práce je analýza problematiky feminity v mužskom odevu a pokus nájsť odpoveď na otázku, ako vyzerá naozajstný maskulínny vzhľad a či vôbec niečo také existuje.

## I. TEORETICKÁ ČASŤ

## 1 FEMINITA VS. MASKULINITA

K pochopeniu, čo presne feminita a maskulinita znamená, bolo nutné nahliadnúť k problematike gendrovej otázky i feminizmu, ktoré s tým úzko súvisia. Pochopenie, kde tieto rozdiely vznikli, uľahčuje cestu k pochopeniu významu odevu v spoločnosti, aj ako móda reflektuje tieto sociálne zmeny.

Feminita podľa významového slovníka označuje rysy ženského chovania, či osobnosti. Avšak pod tým nerozumieme len vzhľad a správanie, ale aj druh spoločnosti. Zatiaľ čo maskulinitu, ako opak feminity, si spájame s pribojnejším, drsnejším, energetickejším, materialistickejším spôsobom života, feminita, ako spomína Jana Slavíková (2018), by sa mala spájať s kvalitou života, starostlivosťou o druhých, skromnosťou, jemnosťou a citlivosťou, ktorú počas života nadobudne každý z nás.

Pri tomto konštatovaní znie feminita ako niečo, čomu sa nedá vyhnúť. Prečo je teda feminínny vzhľad natoľko zahanbovaný a maskulínny naopak oslavovaný? Kam až siahajú korene tohto gendrového rozdelenia?

Gender sám o sebe je veľmi nestabilné územie, avšak nemôžeme zakryť fakt, že ide o vysoko nabitý politický koncept. Počas storočí tento boj o moc medzi mužom a ženou, referovaný ako vojna pohlaví, ktorá viedla v sedemdesiatych rokoch k druhej vlne feministického hnutia, má za následok nárast popularity genderových štúdií, týkajúcich sa vtedajších mladých žien a mužov. Hoci mali byť zo začiatku veľmi populárne najmä medzi ženami, postupne sa k nim pripojili aj muži, hlavne keď sa genderová otázka začala zaoberať maskulinitou (Harriet Bradley, 2013, s. 16).

Hoci sa stále debatuje o tom, kto prvý použil pojem gender, Glover a Kaplan (2000) naznačujú, že v roku 1960 bola kniha psychológa Roberta Stollera *Sex a Gender: O vývoji maskulinity a femininity* (1968) výnimočná, a teda vôbec prvá tým, že poukazuje na sociálno-kultúrne aspekty fungovania oboch pohlaví t.j. muža i ženy. Opisuje ako spoločnosť vplýva alebo udáva pravidlá pre maskulinitu aj feminitu, zatiaľ čo pohlavie oddeľuje a opisuje ako „základne biologické znaky“ (Andermahr et. Al. 2000).

„Jeden sa nenarodí, jeden sa stáva ženou.“ – Simone de Beauvoir, 1973, s. 301

Francúzsky filozof Jaques Derrida argumentoval, že všetky formy binárnej kategorizácie sú sami o sebe despoticke, keďže limitujú, čo je očakávané a teda, čo sa môže alebo nemôže. Nazývať niekoho žena či muž, alebo čierny, či biely, je donútenie k určitému správaniu

(Haraway, 1990, s. 70). Táto nová doktrína bola veľmi atraktívna v rámci novej vlny feministického hnutia, ovplyvneného postmodernizmom i postštrukturalizmom. Tie tvrdia, najmä Judith Butler (1990, 1993a), že rozdiely medzi pohlaviami a genderom nie sú udržateľné a postupne padnú. Butler argumentuje, že cesta k oslobodeniu je cez spochybnenie rolí správania, aby sa vytvorili „transgresívne“ genderové aktivity a identity. Tým obhajuje drag, cross-dressing, privlastňovanie si zmiešaných foriem sexuálnej identity a iné.

S príchodom tzv. tretieho pohlavia by podľa Harriet Bradley (2009, s. 90) mali vznikáť výzvy v oblasti nazerania na pohlavie ako také. Zatiaľ čo niektoré krajiny otvorene prijímajú tretie pohlavie ako „berdache“ alebo „ladyboys“ a ľudia s vyslovene maskulínnymi alebo feminínnymi atribútmi sú všeobecne pozitívne prijímaní, v iných je toto správanie neprijateľné a sociálne role striktné dané v prospech byrokracie i hierarchie.

Rovnako ako od žien spoločnosť očakáva konkrétne správanie, to isté sa očakáva od mužského pohlavia. Maskulinita, muskularita, ako aj macho vzhľad, ktorý sa spája s reklamou na pánsku kozmetiku a záujmom o šport, znevýhodňuje feminínnejšie typy mužov, ktorí sa snažia naplniť tento maskulínný ideál. (Jackson, 1990, s. 208-209)

Riley (1988, s. 85) spomína, že modernisti opisujú narušené maskulínné a feminínné normy ako čisto psychologický problém, čo postmodernistické štúdie odmietajú, keďže tie vidia gender ako sociálny konštrukt. Opisujú zmeny feminity a maskulinity naprieč históriou a poukazujú na to, že individuálne vedomie nášho pohlavia je nestabilné, preto stavia na našej identite.

V nasledujúcich kapitolách sa vo svojej bakalárskej práci vraciam až o 4000 rokov dozadu, kde v rámci historického exkurzu mapujem ako sa odev menil, reflektujúc genderovú normalizáciu konkrétnej éry. Pokúsim sa na základe dostupných štúdií vyvrátiť stereotypy, ktoré sa spájajú s konkrétnym vzhľadom cez popis „ozajstnej“ maskulinity vtedajšej doby.

## 2 VZNIK EGA

Už praveký človek sa začal obliekať, keď zistil, že je schopný si svoje telo istým spôsobom chrániť pred vonkajšími vplyvmi. Postupne svoj odev sexualizoval a redizajnoval (Edmund Bergler, 1953, s. 24). Dôvod za týmito počinmi je podľa Doreen Yarwood (1975, s. 1) reflektovanie fundamentálnych charakteristík človečenstva, najmä odkedy jeho vzhľad reflektoval jeho osobnosť: individuálnu či kolektívnu.

Človek je tvor spoločenský. Hoci inovácie a zmeny v odevu boli individuálnou záležitosťou, inšpirácia, ktorá ich nútila neustále inovovať, ich prijatie alebo odmietnutie, záležalo čisto od spoločnosti v ktorej sa nachádzali. Móda ako sociálny fenomén môže byť silnou zbraňou. Spoločnosti si sami vytvárajú pravidlá. Väčšina ľudí by sa vedome alebo nevedome mali snažiť tieto pravidlá dodržiavať, ako aj plniť ich konformitu. Nonkonformisti musia zvážiť svoje vzťahy a ísť si vlastnou cestou alebo trpieť následky. (Stella Blum, 1982, s. 109)

Ako raz Ľudovít XIV. poznamenal: „*móda je obrazom histórie*“, a mal pravdu. Akoby si však amazonský Indián či Rímsky senátor vysvetlili škrobené rukávy, pudrované parochne, či podpätky? S vývojom vedy, techniky a umení by sa mala meniť aj politická nálada, morálka, náboženská nálada, a to sa odrážalo aj v súdobej móde. (Doreen Yarwood, 1975, s. 1) To by v takomto prípade malo meniť aj pohľad na odev aj nastavenú estetiku oboch pohlaví.

Zaujímavosťou je, že až do demisie starovekého režimu vo Francúzsku, nepopierateľnou kolískou módy, sa oba pohlavia navzájom oslňovali nekomplexne a neobmedzene. Už od staroveku do konca stredoveku muži nosili šaty. A v živočíšnom kráľovstve je nadmieru akceptovateľné, že samci preslňujú samice. V náboženskej kongregácii i službe, v mnohých vzdialených krajinách, od pápežov po sultánov, od afrických kráľov po baltských tanečníkov, muži nevedia čo sú nohavice, no stále preukazujú záujem o estetiku, vkus aj dekór, no nikto nespochybňuje ich maskulinitu.

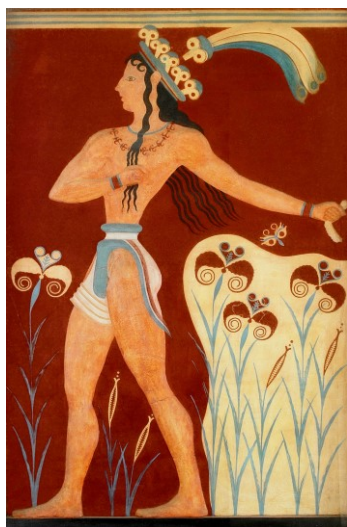
Túžba po obdive a vznik ega, by sa v mužskom odevu mal prejavovať záujmom o estetiku, dekoráciu alebo „skrášľovanie“ vlastného zovňajška, ktorý uspokojuje nielen vlastného nositeľa, no je smerodajným pre jeho sociálne postavenie, ale rovnako komunikuje aj so spoločnosťou v ktorej sa nachádza, alebo aj ľuďmi mimo ňu. Jednotlivec, ktorý chce byť obdivovaný, chce niekam patriť, túži po spoločenskom uznaní, ako aj postavení, prejavuje svoju silu a moc pomocou rôznych doplnkov a vizuálnych pomôcok.

### 2.1.1 Femíninna maskulinita P.n.l.

Afeminita v odevu oboch pohlaví sa objavovala počas celej histórie. Nebolo to až do 14. storočia, kedy odev oboch pohlaví bol identický alebo zameniteľný. Forma, funkcia, či dekorácia mužského odevu má byť ovplyvnená dôležitými faktormi: fyzickými predispozíciami a životným štýlom oboch pohlaví (Penelope Byrde, 1979, s. 13).

Hoci sa v staroveku neprirad'oval genderový fenomén modernej spoločnosti, práve tu môžeme nájsť kolísku modernej i súčasnej feminity v odevu. Napríklad v Minojskej kultúre, ako dokladá Doreen Yarwood (1975, s. 2), v ktorej elegancia hrala dôležitú úlohu, vidíme mužov s dlhými zvlnenými vlasmi, polonahých vo vrstvených sukniach a bohatou šperkovou dekoráciou. Aj Gréci, hoci nosili len pár jednoduchých kúskov, boli veľmi elegantného vzhľadu, a to najmä vďaka ich starostlivosti o vlasy a telo.

Všetci muži, či už boli vysokého, či nízkeho postavenia mali nosiť sukne úzko upásane opaskom v páse. Materiál a štýl tejto sukne sa líšil od majetnosti nositeľa. Materiál mohol byť vlna, či koža, avšak pravý elegán mal nosiť bedrovú prikrývku ako bielizeň uviazanú v páse s trojuholníkovým štítom vpredu aj vzadu, ukončenú sieťkou z perál alebo korálov. Kovovo dekorovaný kožený opasok, ktorý úzko obopínal pás, ako ženský odev, kontrastoval maskulínny alebo femíninny hrudník. (Doreen Yarwood, 1975, s. 8). Archeológovia tak mali občas problém rozoznať pohlavie figúry z 5.st. p.n.l., keďže muži a ženy boli sotva rozdielny v ich zidealizovanej kráse a pohlavie, či vlasy tiež na vyobrazení chýbali. Rovnako tak v umení boli muži vyobrazení veľmi femíninne, s kratšími či dlhšími vlasmi a drapovaným odevom.



Obr.1 Minojská freska



Obr.2 Minojský kostým

„V Ríme muži často nasledovali módu ich vlastných žien, aby tak pridali k vlastnej extravagancii“ - Ovid.

Najluxusnejší odev bol spájaný s feminínnym výzorom a obsahoval hodváb a drahé kovy, farby ako červenú, žltú, zelenú, ktoré nosili iba ženy. Tento vzhľad je v mnohých literatúrach opisovaný ako dandyistický.

„Oklamali vlastnú mužnosť, aby sa stali ženami. Nosia ostré, žiarivé farby, a nechodia, ale naparujú sa a tancujú. Viac ako herci, motýle, paviány, opice ktoré vyvádzajú.“ – Seneca

O cortilovi, ktorý bol typickým mužom vtedajšej doby sa dá dočítať: „... *elegán to je ten, kto s najväčšou starostlivosťou rozdeľuje vo dvoje vlasy na samostatné lokne, ten, kto za balzomom a škoricou sladko vonia, ktorého hmkajúce pery citujú španielsky vzduch, ktorého nahé ramená sú jemné ako pemza...*“

Nohavice prišli do módy až príchodom byzantskej kultúry, ktorá čerpala z orientu, kde rovnako ženy, ktoré nimi dávali najavo svoje postavenie, ich nosili aj muži. Neupravená brada i nohavice boli v rímskej kultúre prejavom barbarstva prineseného z východu. Avšak byzantská kultúra je dodnes spájaná s žiarivými mozaikami, ozdobnosťou, slonovinou, drahými kameňmi, orientálnymi perlami, brokátom, enkrustikami, zlatými vtákmi, levmi, ikonografiami a všetkým, čo si možno predstaviť pod pojmom staroveké bohatstvo. Tuniky zapnuté sponou na ramene, kvalitné, drahé, farbené, zlatom vyšívané látky privezené z orientu boli až do 20. storočia znakom bohatstva.

### 2.1.2 Z hodvábnej cesty na Viktóriin dvor

Do začiatku 19. storočia bola v odeve veľmi blízka paralela medzi mužským i ženským odevom. Veľa módných tendencií bolo reflektovaných v prevedení odevu oboch pohlaví, pretože konvencie ešte nezačali obmedzovať muža, aby sa uskromnil s menej farebným a viac konzervatívnym štýlom. Mužský odev mohol byť rovnako zdobený, dekoratívny alebo farebný ako ženský, keďže rovnaké farby aj textílie boli používané či obdivované. Používanie materiálov, farebná škála, čipka, stuhy, výšivka by nemala byť priradená k žiadnemu pohlaviu (Penelope Byrde, 1979, s. 11).

S presunom textilnej výroby do Talianska, odhalenia tajomstva na výrobu hodvábu aj spoločenskými zmenami sa zmenila aj funkcia oblečenia. Predtým čisto funkčné, poprípade dekoratívne prvky sa začali strihovo riešiť a odev dostal nový tvar. Vidíme to naprí-

klad pri niektorých neskorogotických pokrývkach hlavy, či topánkach, ktorých podľa Iris Brooke (1939, s.74) špicaté zakončenia dostávali extravagantný až nepraktický nádych.

Jednoduchý praktický šatník obsahujúci nohavice, tuniku alebo dalmatiku, kožené topánky, trikot sa postupne obohacuje o nové prvky. V 12. storočí je dekoratívnejší, hoci menej excentrický, nové strihové postupy pridávajú na materiálnej extravagancii, avšak by mal byť stále veľmi podobný tomu dámskemu (Doreen Yarwood, 1975, s. 22-23).

Hoci začiatok 13. storočia priniesol robustnejší štýl, látka bola už viac prispôsobovaná a manipulovaná na telo. Pracovalo sa s proporciami tela, ktoré sa začali meniť. Nie je náhoda, že práve s príchodom renesancie sa odev po prvý krát začal šiť na mieru daného pohlavia. Keďže práve s príchodom osvietenstva a myšlienkou človeka ako individuálneho tvora, ktorá bola v konflikte s teologickým učením, sa začal hľadať nový ideál krásy. Ľudské telo bolo znovu študované a obdivované. Móda sa celoeurópsky začala politicky a sociálne rozdielne vyvíjať na základe geografickej polohy, ktorá mala istý vplyv na tamojší odev. Hoci štýl bol rovnaký, rozdiely nachádzame v látke, farbe, motívoch a voľbe odevu. Až do 18. storočia sa smerodajcami trendov stáva aristokracia.

Celkový vzhľad rannorenesančného muža bol mladistvejší a zženštilejší ako v predchádzajúce obdobia. Odev sa strihal, aby odhaľoval elegantnú figúru muža. Zdvihol sa golier, no hoci bol odev menej lyrický a poetický, pokrývky hlavy či rukávy boli všetkých veľkostí aj tvarov. Najmä 15. storočie prináša dandyistický až excentrický nádych odevu. Objem odevu určuje extravaganciu doby. Opasok i zväčšené ramená dávajú komplement hrudníku. Postava je štíhla, výstredná a muž si nesie svoju hlavu vysoko vo svojom zvýšenom golieri. Rovnako túžba po odhalení nôh sa prejavuje najmä v skracovaní sukne, či zužovaní nohavíc, ktoré sa neskôr stávajú pančuchami. V tomto období nachádzame aj najbizarnejšie a najextravagantnejšie pokrývky hlavy v celkovej histórii mužského odevu, či topánky ktorých špičky dosahovali až 2 stopy.

V 16. storočí, hoci nasleduje módu 15. storočia, sa nachádza istá uniformita, ktorú znovu opúšťa koncom storočia, a jej originalita sa začína prejavovať v strihových a dekoratívnych variáciách. Do mužského odevu vstupujú vypchávkky, čím sa znovu menia proporcie tela. Koniec storočia je v mužskom odevu mladistvý, romantický až lyrický. Nohy sú úplne odhalené v úzkych nohaviciach a jediné zmeny sa konali len v hornej časti tela.





Obr. 3 Barokný odev 17. storočia

Muž 17. storočia bol nekompromisne nositeľ najvzácnejšieho peria. Veľmi feminínny, až obskúrne oblečený a dekorovanejší ako jeho „nežnejšia polovička“. Všetky stužky, čipky, perie aj kučeravé účesy, ktoré mali byť ženskou výsadou, sa stali pre muža dôležitejšími ako strih odevu (Iris Brooke, 1940, s. 52). Rovnako umenie tanca a držanie tela sa stali súčasťou vzdelania muža, čím ovplyvnili jeho vystupovanie. Klobúky s perím, obrovské parochne, rukávy, sukňovité kabáty, čipka alebo topánky na podpätkoch vytvárali na mužovi nový zženštilý ideál, ktorý nasledoval aj počas ďalšieho storočia. Hoci sa v 18. storočí začal klásť dôraz na strih, čo spôsobilo absenciu dekoratívnosti v odevu, muži si ešte stále zachovávajú extravaganciu z predchádzajúcich storočí, ktorá sa však uvoľňuje a ku koncu storočia je mužský odev viac formálny, elegantný až chlapčenský a uvoľnený. Tieto tendencie v móde sú hlavne zrkadlom vtedajšej doby.

Keď sa západná Európa začala liberalizovať a stredná trieda začala získavať postavenie a moc, zmenilo sa postavenie ženy v spoločnosti, čo sa odzrkadlilo aj v móde, najmä tým, že žena začala byť viac excentrickejšia ako muž, ktorý doteraz svojou extravaganciou prevyšoval všetky jej pokusy.

Od 18. storočia sa muž oficiálne stavia na druhé miesto a prenecháva vedúcu pozíciu vo vizuálnej estetike ženskému pohlaviu. Tieto zmeny pozorujeme až na Viktoriánsky dvor, kde sa muž obliekal prevažne v čiernom s prvkami bielej. Móda sa tak nielen stáva zbožnosťou muža, ale ukazuje aj jeho politický postoj.

*„Žiadna žena, naozaj verná božskej móde, sa nemôže objaviť bez peria, kvetov; a hoci gentleman, už nenosí tuhý golier, meč a vyšívany kabátec, sa predsa nejakým spôsobom na-*

kláňa k obnove vlastnej vznešenosti, opaku Republikánskej/Marseillskej veste, a zradnému strihu, ktorý vztýčenému klobúku, kde nosil svoj zlatý stravec, gombík a slučku, pridal na veľkosti. - Iris Brooke, 1958, s. 32

### 2.1.3 Vzostup a pád Dandyismu

*Yankee Doodle Dandy...*

*Yankee Doodle came to town,*

*Riding on a pony*

*Stuck feather in his hat*

*And called it Macaroni!*

...sa spomína v piesni, ktorá vznikla ako posmech americkému vojsku. Doteraz sa však diskutuje, kde a kedy sa pojem dandy prvý krát objavil. Macaroni, predchodcovia Dandyov bol, ako píše Ellen Moers (1960, s. 11), okruh afektovaných Londýňčanov. Tento štýl má však svoje korene v Taliansku, z časti Francúzsku, kde sa prebrala tamojšia pánska móda. Dandy bol často spoločnosťou vyobrazený ako typ človeka, ktorý sa staral čisto o svoj zovňajšok, jeho heroizmus spočíval v superiorite, nezodpovednosti a nečinnosti. Chcel byť obdivovaný, ale keďže nebol pre spoločnosť nijako užitočný, svoj zmysel života našiel v skrášľovaní svojho zovňajšku (Ellen Moers, 1960, s. 13).



Obr. 4 Karikatúra Dandy v dobových novinách

Dôležitým míľníkom ozajstného dandyismu sa stal muž menom George Bryan Brummell, ktorý udal kanón dandyismu 19. storočia. Brummell spravil z dandyho ozajstného gentlemana doby (Jules Barbey d'Aureville, 1844). V skutočnosti sebeckého, povýšeneckého, narcistického asexuála, ktorý staval seba nad všetko ostatné, aby dosiahol perfekcionizmus v každom smere, alebo ozajstnú androgýnnu historickú ikonu s viacerými tvármi? Bol dandy naozaj obdivuhodný alebo iba pomätený človek? Bol maskulínny ako naozaj tvrdil, alebo viac zženštilý švihák? Čo mohlo byť viac sugestívne pre túto dobu ako opis Brummellovho dandyho „*Chladná apatia...Oči glazované ľahostajnosťou...koncentrovaná irónia...odvážne správanie, luxusná bezočivosť, predpojatost' svojim zovňajškom s neustálou márnosťou*“? (Colin McDowell, 1997, s. 58).

Dandy bol však stredbodom obdivu, ale aj posmechu a s Brummellovym celibátom sa hrnú otázky, či nebol gay. Avšak dandyizmus nie je homosexuálny stav, hoci sexualita môže byť mäťúca. Homosexuáli môžu byť dandyovia, avšak ich sexualita je skôr nejakým prídavkom ako centrom dandyistického kréda. Ich odcudzenie totiž nie je od žien, ale od života samotného. A v jeho základnom vedomom hnutí, reálnom alebo len aspirujúcom, dandy nie sú prevažne homosexuálmi. Baudelaire a Barbey samotní, boli hyper-aktívnymi heterosexuálmi a sú typickým príkladom dandyho. Je to len koncom 19. storočia, kedy by sa hnutie dandy začalo spájať s homosexualitou, najmä keď najviac oslavovaní dandyovia ako Proust, Noel Coward, Harold Acton a Neil „Bunny“ Roger, boli gayovia (George Walden, 2002).

To bol začiatok pádu ozajstného dandyho a začiatok redefinície ozajstného gentlemana, akého poznáme teraz. Hoci sa počas nasledujúcich rokov mužský odev vzdialil od afemínneho vzhľadu na takmer polstoročie, rôzne subdandyistické tendencie vidíme najmä vo výzore celebrit či umelcov. Dandy je totiž sociálny fenomén, ktorý sa objavuje v každej dobe a kultúre, tak ako márnosť je univerzálny neduh.

Súčasný dandy sa však vzdáľuje od toho Brummellovho, pre mnoho mužov to je socio-politická konfrontácia. Naozajstní dandyovia satirujú ich dobu, lídrov, verejnosť a politiku. Dandyizmus je pre nich, podľa Alice Cicolini (2005, s. 12), odmietnutie hrať podľa pravidiel banality a konformity. Akékoľvek tie pravidlá sú: estetické, sociálne alebo politické, dandy je sebou vylúčený outsider.

## 2.2 20. storočie

S príchodom 20. storočia a zmenou politickej nálady v celej Európe sa zmenilo aj nahliadnutie na mužský odev. Hoci sa stal viac uvoľneným aj praktickejším, muž sa oficiálne vzdal svojho módného statusu, ktorý dokonca prešiel úplnou deštrukciou počas medzivojnového obdobia. 19. a 20. storočie kompletne zničilo androgýnnosť odevu a priradilo každému tvaru, farbe a materiálu jeho gender, ktorý sa musel v prvej polovici 20. storočia striktno dodržiavať. Práve k týmto rokom priradujeme uniformitu i homogénnu maskulinitu ovplyvnenú nedostatkom materiálnych zdrojov. Taktiež absencia kvalitných materiálov, či potreba sa podpísali na odevoch oboch pohlaví.

Jediným spôsobom seberealizácie a uvoľnenia svojho vnútorného dandyho sa mala stať extravagantná nočná róba, ktorá bola vyrobená z ľahkého luxusného materiálu často privezeného z orientu, high-campové kostýmy určené prioritne len pre privátne príležitosti, alebo pokusy niektorých umeleckých smerov ich štýl pretransformovať aj do odevu (Cally Blackman, 2009, s.139).

Maria Constantino (1997, s. 68) vo svojej knihe píše, že život pred a po oboch vojnách bol úplne rozdielny, no hlavne po, už nebolo cesty späť k doterajšiemu životu. Rovnako to bolo aj v móde. Všetky dôležité udalosti: vojny samostatné, emancipácia žien, následky zamestnanosti žien mimo domácnosti, redistribúcia bohatstva, rozvoj urbanistickej spoločnosti namiesto skoršej agrikultúrnej, rozvoj vedy a techniky a ostatné ekonomické, ako aj politické následky mali vplyv na nadchádzajúci módný vzrast.

Móda sa stala internacionálnou. Ženy aj muži sa vďaka magazínom i televízii dozvedali najnovšie módné trendy. Móda sa zrýchlila a začala sa zameriavať na mládež, konkrétne ich mladistvý vzhľad, ktorý sa stal novým marketingovým cieľom. Mládež si mohla v nadchádzajúcich rokoch konečne dovoliť nakupovať. Uvedomili si svoju silu, nabrali guráž, začali byť sexuálnejší. Hoci sa diverzita v ženskom šatníku rozrastala a do slovníka sa zaradil nový pojem uni-sex, muži sa mali uskromniť iba s trochou širšou farebnicou (Collin McDowell, 1997, s. 197).

Jedinou výnimkou boli vznikajúce subkultúry, pre ktoré je druhá polovica 20. storočia tak známa, a ktoré zaujali svoj postoj voči väčšinovej spoločnosti. Medzi mládežou sa tak móda stala nástrojom vzdoru i politického odporu. Jedným z nich boli Zazou, ktorí banalizovali maskulínny výzor, alebo Zoot, ktorí oslavovali subversívny dandyizmus. Obe sub-

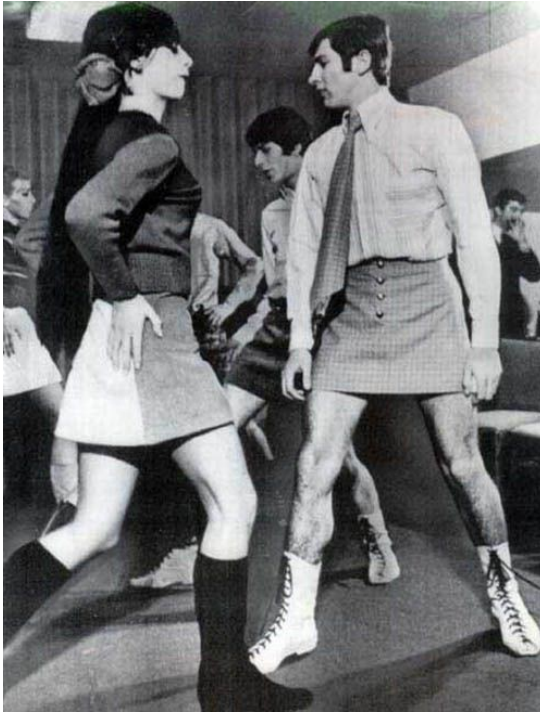
kultúry tak mali pripraviť „pôdu“ pre módu po 2. svetovej vojne (Maria Constantino, 1997, s. 84).

### 2.3 Femininita v druhej polovici 20. storočia

Druhá polovica storočia sa niesla v znamení revolúcií i mladosti. Snažilo sa zabudnúť na všetko staré, čím sa prestavoval systém, v ktorom sa dovtedy žilo. Sviežosť a originalita sa stala heslom ulíc. Dlhšie vlasy, „špicáky“, platformy, podpätky, zvony, blýskavé farby, to všetko čakalo odev v nasledujúcich rokoch. Študenti, ako aj mladí ľudia prebrali pozíciu ako noví udavači trendov. Celebrity ako Rolling Stones, David Bowie, Štúdio 54 prelomili ľady zabudnutej femininity a otvárali dvere androgynite. Ako uvádza Maria Constantino (1997, s. 100), už v Paríži v '68 vidíme snahu o mužský Haute couture vo forme vyšívajúcich viest, kabeliek či moderných textílii. Muži trávili pred zrkadlom dokonca viac času ako ženy a make-up sa stal nachvíľu normalitou. Herci aj hudobníci boli novými módnymi ikonami a všetko čo bolo zrazu nové bolo vítané.

Druhá polovica 20. storočia sa stala najprevratnejším aj najrevolučnejším obdobím v módnom priemysle, kde klasické Haute couture línie ustúpili ready-to-wear móde na čele s Pierom Cardinom a jeho „youth line“. Carnaby i Clifford street sa stávajú najhorúcejším miestom pre všetkých prominentných klientov. „Trickle-down“ teória Thorstena Veblena v 1899, ktorá bola pozmenená Georgom Simmelom začiatkom tohto storočia, a ktorá tvrdí, že sa móda určuje na vrchole sociálnej štruktúry a postupne prepracováva k nižším vrstvám, bola spochybnená módou, ktorá sa už nezaoberala symbolikou triedy alebo jej aspiráciami, ale skôr vyjadrením sexuálnych, politických, etnických alebo náboženských identít. Vytvorili sa móдне kmene. Práva gayov, žien, ekologické i mierové hnutia mali obrovský vplyv na módu mladých ľudí z nižších sociálnych tried. Trieda a gender už nedefinovali spoločenské rozdelenie rasy, etnika, zamestnania, ako aj nezamestnania, mladosti a veku, čo sa odzrkadlilo na pánskej estetike aj štýle.

Podľa niektorých odporcov druhá polovica 20. storočia priniesla defragmentáciu kolektívnej identity, čo malo za následok zvyšujúcu sa fragmentáciu osobnej identity. To všetko bolo spôsobené globalizáciou trhu a mixom rôznych módných štýlov prebratých z iných kultúr.



Obr. 5 Trend 60-tych rokov



Obr. 6 He-skirt

### 2.3.1 Vplyv subkultúr na mužský odev

Povojnové obdobie prinieslo v ďalších rokoch nové možnosti a rozvoj vo viacerých odvetviach. Hoci kríza z vojny pretrvávala ešte aj v ďalšom desaťročí, v Amerike, ktorá medzitým prosperovala, no neskôr aj Európe sa začali formovať nové revolučné a módné štýly, ktoré ovplyvňujú súčasnú módu dodnes.

**Teddy boys** boli príkladom rebelujúcej londýnskej pracujúcej triedy, ktorá si svoju inšpiráciu brala z neo-edwardianskeho štýlu preferujúcom na Savile Row, mixujúceho novovzniknutý americký mladistvý výzor (Colin McDowell, 1997, s. 130). Teddy boys tak dávali priestor na znovuzrodenie nového dandyho, hoci už viac odvážneho, drzého a maskulínneho.

*„Muž by sa mal vyžívať vo svojom oblečení. Muž sa neoblieka pre seba. Oblieka sa, aby priťahoval dievčatá...všetci muži by sa mali obliekať sexy, ako páv v období párenia“ - Patrick Lichfield, Observer*

Povojnovú uniformitu vystriedala nová silueta, farebnosť, potlač aj strihy, ktoré neskôr prepukli do takzvanej „**Peacock revolution**“. Savile Row, kolíska tradičného krajčírstva, odpovedala na tento nový trend a ironicky to bol práve ženský coutourier Hardy Amier, ktorý indikoval zmenu. Anglické krajčírstvo sa začalo miešať s takzvanou „La bella figu-

rou“ talianskeho štýlu. Bol to však práve John Stephen, ktorý sa dožadoval zmeny trhu pre mladšieho zákazníka, a tým dal priestor novým mladým londýnskym osobnostiam, ktoré túžili po svojom sviežom vzhľade. Jedným z „influencerov“ sa stal aj Piere Cardin, ktorý dal základ futuristickému „Beatlesovskému“ výzoru. Trh sa zrazu otvoril novým potenciálnym zákazníkom a móda sa znovu stala prostriedkom sebaaprezentácie. Ako spomína Collin McDowell (1997, s. 130), Teddy boys boli predchodcami rock'n'rollovej generácie, subkultúre nazývaných **Greasers** a **Rockers** ovplyvnených Marlon Brandovskými i James Deanovskými filmami.

Či už je to boho štýl, psychedélia alebo hippie chick, móda, ktorá prichádza z hnutia **Hippie**, má vplyv na komerčnú módu dodnes. Návrat k prírode však nepriniesol len kvety, nahotu či denim, ale aj širokú paletu vzorov, farieb i tvarov. Návrat k primitívnemu umeniu a inšpirácia indiánskymi kmeňmi, vystriedala modernistický vzhľad. Neskoršie smerovanie na východ nasledovali aj módnymi dizajnéri, ktorí v odevu odrazili vplyv blízkeho východu. Ako spomína Caroline Young (2016, s. 83), afganský kožuch, ornamentálne vzory, žiarivé farby, nové voľnejšie strihy boli zrazu akýmsi vyhlásením, a androgynita sa znovu objavila na verejnosti.

Jednou z odnoží Hippie hnutia bola aj „**Freak scene**“, ktorá bola súčasťou bohémskej subkultúry. Svoje počiatky má v Kalifornii v 60. rokoch. Freak scene sa označuje aj ako post-hippie a pre-punk éra skorých 70. rokov. Je to zoskupenie rôznych skupín ako hippies, pacifistov, spolitizovaných radikálov, ale aj psychedelických či progresívnych rockových fanúšikov. Tí, ktorí sa spájali s touto subkultúrou často navštevovali alternatívne podniky, udalosti, ako aj rockové festivaly.

V 70. rokoch New-yorská klubová scéna doslova explodovala euforickými beatmi, glamúrom, krásou a Las Vegaskou „**glitz**“ estetikou. Bolo to práve v čase úpadku hnutia Hippie a rozrastajúcim sa napätím po tomto mierovom období. Práve Collin McDowell (1997, s. 130) tvrdí, že **disko** má svoje korene v undergroundovej čiernej i hispánskej gay komunite, kde táto hudba oslavovala práva gayov po demonštrácii v '67 nazývanej „Stonewall riots“. Viacero klubov v 70. rokoch sa stali homosexuálne zameranými, aby prilákali väčšiu klientelu. Keď už homosexualita nebola ilegálna, konečne sa gay muži mohli predvádzať svojím vymedzeným štýlom a vypracovanými telami, v rôznych kožených prevedeniach. Táto scéna definovala nový maskulínny výzor: fúzy, drevorubačské tričko, džiny, opasky.

Bolo to práve v '77 kedy sa Štúdio 54 otvorilo a Disko scéna stratosféricky stúpala. Karnevalová nálada, tematicky ladené párty, scénografia a surrealistické filmy, boli rajom a peklom, do ktorého sa chcel každý dostať. Hasse Persson, fotograf, ktorý zaznamenal túto éru sa raz vyjadril: „*Čo bolo zaujímavé je, že ženy sa cítili na tom mieste dostatočne bezpečne. Bolo to po feministickom hnutí v 70-tom : ak žena chcela byť nahá, bolo to jej privilegium, nikto sa jej nikdy nedotkol ani nič nepovedal. Boli ako kráľovné parketu.*“. Disko sa stalo 4. biliónovým priemyslom a ovplyvnilo mnohých dizajnérov, od Yves saint Laurenta a Valentína, po Diane von Furstenberg.

Po disko ošiale bola klubová scéna v Londýne taktiež spopularizovaná. Najznámejší bol Billyho club, ktorý navštevovali zo začiatku skrachovaní bohémy, „wannabe“ revolucionári, aby unikli zo svojho nenaplneného života, a neskôr aj študenti z Central Saint Martins, či punkáči, ako aj fanúšikovia soulu, a to hlavne kvôli Bowieho noci, ktorú usporadúval sám spevák, Steve Strange a DJ Rusty Egan. V roku 1979 túto scénu presunuli do Blitzu na Covent Garden. Bol to euro-centrický klub, v ktorom si radi mysleli, že klubové noci replikujú Berlínsku kabaretnú scénu za čias Weimarskej republiky (Maria Constantino, 1997, s. 114).

*„Od svetskej „video boom“ módy po opakujúce sa beaty house-u a techna, celé osemdesiatky predobrazovali provokatívnu chuť Blitzu“ - Dave Rimmer o „New Romantics“.*

Tí, ktorí sa dostali do najprestížnejších klubov boli oblečení futuristicky s umelými mihalnicami ako gangstri, či Robin Hoodovia s vybielenými tvármi a stojatými goliermi, píše vo svojej knihe Caroline Young (2016, s. 61). Bolo to miesto, kde pirát stretol vojnového hrdinu, a kde študenti módného dizajnu nachádzali svoje sny. Boy George, Bananarama, Karen Woodward, DJ Princess Julia boli medzi pravidelnými návštevníkmi a fanúšikovia Blitz kultúry. Muzikant Gary Kemp si dokonca raz kúpil od jedného neznámeho študenta kostým s vlastným menom. Nakoniec vysvitlo, že to bol ešte neobjavený John Galliano. „Cross dressing“ či exhibicionizmus bol na dennom poriadku, no bolo to až v septembri 1980, kedy táto subkultúra dostala v novinách názov „**New Romantics**“ (Young, 2016, s. 65). Dokonca aj Mick Jagger, či Steve Stranger boli slávne odmietnutí pri vstupe do klubu, avšak David Bowie, ktorého pieseň bola hymnou klubu, bol vždy vítaný. New Romantics umožňovala mužom skúsiť transvestizmus, „gender bending“, istú maškarádu. To viedlo k narastajúcemu záujmu o pánsku módu a prinútilo dizajnérov ju pridať do svojich sezónnych kolekcií.



Blíz sa však stal obeťou vlastného úspechu, kvôli čomu bol v 1980 zatvorený. V toto obdobie Vivienne Westwood šila „oblečenie pre hrdinov“ a Malcolm McLaren jej poradil, že jej nový vzhľad by mal byť „romantický“. New Romantics so svojím extravagantným a androgýnnym výzorom zmenili pohľad na štýl v Británii.



Obr. 7 spevák Boy George

Jednou z najznámejších skupín ovplyvnených klubovou kultúrou, ktorá búrala všetky bariéry boli **Club kids**, skupina neskorých 80. i 90. rokov, ktorá zmenila New Yorkú klubovú scénu. *„Kult šialenej módy a drzosti. Sú nevyliciteľne povrchní, majú pochybné estetické cítenie, sú majstrami manipulácie, vykorisťovania a vďaka bohu, párty“*, napísal v '88 spisovateľ Michael Musto. Scéna sa tak stala miestom pre experimentálnu módu, všetko bolo androgýnne či DIY, spájali sa s predpojatosťou, sexom a mnohí z nich s drogovou závislosťou. Napriek tomu sa mnohí z Club kids stali úspešnými aj v komerčnej sfére priemyslu.

New Romantics mali mnoho podsubkultúr, jednou z nich boli aj **Gloomy Romantics**, z ktorých neskôr vzišli **Goths**, ktorí hoci spoločnosťou vnímaný negatívne, doslova oslavovali femininitu. Tá hudobná vychádzala z gotickej literatúry 18-19. storočia a štýlovo ako post-punková subkultúra, ktorá prežila zo všetkých súdobých subkultúr najdlhšie. Vypožičiavali si prvky z punku, Viktoriánskeho, Alžbetínskeho obdobia či pohanských, okul-

tistických, alebo náboženských obrazcov. Gotický historik Pete Scathe určil smery medzi dvoma archetypmi. Jeden vychádzajúci z čiernych špicatých vlasov a čiernej koženej bundy, a druhý, v kontraste s ním, pohlavne neurčitými chlapcami nosiacich make-up. Prvý typ bol viac punkovo zameraný, zatiaľ čo druhý sa vyvinul do klubového vzhľadu tzv. „Batcave“. Neskôr sa tento štýl zromantizoval, a ďalej vyvíjal. Touto subkultúrou boli ovplyvnené mená ako Alexander McQueen, Anna Sui, Rick Owens a ďalší v ich doterajšej tvorbe.

Z Goth sa však vyvinulo omnoho viac subkultúr, a práve jednou z nich je aj japonská subkultúra **Visual kei**, ktorá nikde vo svete nemá obdoby. Tento štýl vznikol v 80. rokoch najmä ako hnutie medzi hudobníkmi, ktorí predovšetkým chceli šokovať. Z toho žánru sa neskôr vyvinuli aj ďalšie, ako **Oshare kei**, obrovské množstvo druhov Lolitiek, Decora a iné. Tomuto štýlu sa však neskôr venujem a rozoberám vo svojej praktickej časti.

S príchodom finančnej krízy v '87, AIDS, pádom sovietskeho zväzu, hladomorom v Afrike, nacionalizmom v Juhoslávii, globálnemu otepľovaniu a ďalším, módnym svet vytriezvel zo svojho „glam“ obdobia. Zmätený stav sveta by mal byť podľa Marie Constantino (1997, s. 134) reflektovaný v dizajnoch japonských značiek ako Yohji Yamamoto či Commes des Garçons, ktoré skrývali alebo deformovali telo, čím oponovali európskym štruktúram, ako aj tvarom. Japonský štýl tak ovplyvnil módu 80. rokov svojou absenciou farieb i novými bezpohlavnými siluetami.

Kríza identity v 90. rokoch donútila módnym svet sa rozdeliť podľa životného štýlu. „**New Man**“ bola reakciou na liberalizáciu, práva gayov i extravaganciu magazínov, niektorých s homoerotickým prístupom k pánskej móde. Tými boli napríklad The Face, Blitz, i-D a Arena, ktoré boli vydané práve v 80. rokoch. Príchod stylistov znovu zmenil mužský pohľad na módu. Boli to eklektické, tvorivé brikoláže, subkultúrneho alebo streetstylového elementu, čo redefinovali mužskú módu. New Man mohol byť hocikým: sofistickým mužom, nepokojným mužom, túžbu hľadajúcim mužom, konvenčným mužom, estetickým mužom. Každý z týchto typov si mohol vybrať z rôznych druhov v módnom priemysle: high fashion, fashion basics, non-fashion basics. Módnym svet sa začal prispôsobovať mužskému trhu, a vďaka niektorým dizajnerským počínom vzrástol aj dopyt po pánskych butikoch. Muži sami sa postupom času stali dopytovým tovarom, boli žiadani na móle a niektorí z nich dokonca presiahli slávu svojich „sestier“. Mužskí modeli boli vraj tak populárni, že chodili aj dámske prehliadky, kde promovali dámsku módu (Cally Blackman, 2009, s. 286).

### 2.3.2 Osobnosti na čele androgynity

Dejiny odevu ponúkajú mnoho ikonických osobností, ktoré priniesli revolučný pohľad na módu, a tak zmenili estetické nahliadanie v určitom období. Práve v tejto kapitole je vybraných niekoľko módných ikon, ktoré ovplyvnili módný svet svojimi alternatívnymi a mimoriadnymi módnymi výstupmi.



Obr. 8 Ľudovít XIV.



Obr. 9 Cecil Beaton

Jednou z najväčších a najextravagantnejších osobností nielen vo svojej dobe, ale celkovej histórii odevu je **Ľudovít XIV.** Oblečený v kostýme pre balet *La Nuit* ako kráľ slnko, vystihuje jeho osobnosť aj jeho módné poňatie. Výstrednejší ako jeho manželka, obklopený krásou, nikto nesmel presiahnuť bohatosť odevu i krásu samotného francúzskeho kráľa. Práve dvor Ľudovíta XIV., ako spomína Collin McDowell (1997, s. 42) sa preslávil barokovou prezdobenosťou, ktorá sa prejavuje nielen v bohatosti tohto architektonického slohu, ale aj odevu, a tak sa Ľudovít, so svojimi parochňami, make-upom, šperkmi, podpätkami a volánmi, stal módnym Apolónom svojej doby.

Neskôr to však bol aj **George Beau Brummell**, zakladateľ dandyizmu a jediný pravý dandy. Brummel minimalizoval pánsky šatník, avšak svojim feminínnym vystupovaním mal dodať maskulinite už v 18. storočí nový rozmer (Collin McDowell, 1997, s. 51-52). Uznávaným dandym bol aj **Oscar Wilde** s extravagantnými zamatmi a hodvábmi. Či **Cecil Beaton**, tvorca mnohých módných žurnálov, autor kníh, scénicky výtvarník a nielen

módny fotograf, ktorý bol svojim avantgardným vzhl'adom považovaný za najelegantnejšieho muža 30. až 40. rokov minulého storočia. Ako blízky priateľ mnohých známych osobností, dokonca aj kráľovskej rodiny, mal privilégium vytvoriť unikátnu módnú fotografiu. Stal sa tak ikonou aj pre Glam-rockových umelcov ako **Marc Bolan**, ktorý sa sám od detstva označoval za dandyho. Tí boli známi najmä svojim výrazným make-upom, odvážnymi kostýmami i excentrickým vystupovaním. Jedným z nich bol new romantics **Boy George** alebo hádam najznámejší a najplyvnejší **David Bowie**, ktorý podľa Cally Blackman (2009, s. 250), svojim androgýnnym pódiovým zjavom búral všetky genderove bariéry.

Cock-rocker **Jimmi Hendrix** bol epitomom rockového hippie štýlu s fúziou etnickej výšivky, úzkymi zamatovými nohavicami, šalom aj šperkami, ktoré doplňovalo afro. Táto odvážna farebná kombinácia mu zaisťovala pozornosť verejnosti, hoci trvala len chvíľku (Gina Martin, 2017). Rock'n'rollovou cestou sa vydávali aj Rolling Stones, ktorých porovnávali s Beatles, avšak na rozdiel od Beatles, spevák **Mick Jagger** sa stal naozajstnou módnou ikonou. Svojimi obštruktnými a odvážnymi outfitmi nenechal definovať svoju maskulinitu a šaty či sukne, ktoré si neraz obliekol, spochybňovali binárnosť odevov.

Neboli to však len celebrity, ktoré šokovali alebo spochybňovali normatívnosť. **Jean Paul Gaultier**, **Galliano**, **Yves Saint Laurent** alebo aj **Yohji Yamamoto** s **Rei Kawakubo** sú osobnosťami, ktoré stoja za najodvážnejšími módnymi činmi. Či už spájaním feminínneho s maskulínnym alebo úplným popretím genderu a vytvorením non-binárneho výzoru.



Obr. 10 Marc Bolan



Obr. 11 Mick Jagger z Rolling Stones

### 3 MUŽSKÁ MÓDA AKO ZEITGEIST

V Západnej kultúre, sme si osvojili určitý spôsob vnímania mužského pohlavia a ich postoj k svojmu vzhľadu a odevu. Tieto idey, podľa Adrew Reily a Sarah Cosbey (2008, s. 7), môžu byť zoskupené do dvoch navzájom súvisiacich kategórií. Prvou je, že šatstvo nie je maskulínny subjekt. Špecifickejšie, je zaužívané, že muži sa nezaujímajú o svoj osobný vzhľad, prinajmenšom nie tak ako ženy. Pokiaľ muž dosiahne nejakého základného štandardného vzhľadu, zdá sa, že je spokojný s tým, ako vyzerá. To nadväzuje na domnienku, že sa muži nezaujímajú o módu. Tradičné zmýšľanie nastavilo módu ako priestor pre dominanciu ženy a je to teda triviálna téma pre muža, aby sa ňou zaoberal.

Ako už z predchádzajúcich kapitol vieme, toto myslenie siaha späť do industriálnej revolúcie, kde sa sformovali genderové role pre muža aj ženu. Damhorst (2005, s. 76) tvrdí, že móda bola natoľko domestikovaná, že pokiaľ v modernej dobe muž prejavil o ňu záujem, jeho sexualita bývala spochybňovaná. Toto presvedčenie v 21. storočí postupne nahrádza post-modernistické zmýšľanie, ktoré zase spochybňuje tradičný spôsob ošatenia, čím spochybňuje pokyny, ktoré sa používali v predchádzajúcom období.

Rozdielne štýly sú spájané do jedného vzhľadu a jednotlivé kúsky tak strácajú svoju tradičnú symboliku. Formálny odev môže byť nosený ako neformálny a vice versa. Post-modernistická móda má totiž tendenciu preberať módné štýly z predchádzajúcich období, podľa Morgada (1996, s. 46): „naznačujúc koniec špecifickej dizajnerskej inšpirácie“. Štýly z predchádzajúcich období alebo štýly spájané s určitým filozofickým zmýšľaním, sú využívané pre ich vlastnú estetickú hodnotu a nie preto, aby sa stotožňovali s danou myšlienkou. Vzájomne sa obohacujú alebo aj propagujú nové cesty k objavovaniu.

Výsledkom týchto trendov, ako tvrdí Damhorst (2015) vychádzajúc z Keisera (1997), je ďalšia dôležitá charakteristika post-modernistickej módy, a to eklektizmus alebo vstavanie rôznych štýlov, aby sa vytvoril individuálny vzhľad. Nové štýly sa tak stali módnym vyjadrením kultúrnej ambivalencie vzniknutej globalizáciou aj zmäteným označením ich člena v spoločnosti. Brikoláže tak dávajú možnosť vzniku nového vzhľadu a identity. Móda tým stráca svoju výnimočnú slobodu od funkcionalizmu.

Koncept *Zeitgeistu* je dôležitý na porovnávanie a predpovedanie módných trendov.

*Zeigeist* označuje „ducha doby“ (Keiser, 1998, s. 488) a verí sa, že súvisí s módou a odevom v akúkoľvek dobu (Blummer, 1969). Post-modernizmus je móda inkluzivity viac než exkluzivity, a jeden musí prijať mnoho možností. Irónia a anomália môže existovať

v odeve spôsobom, ktorým odev prezentuje svoj vnútorný dialóg s konvenciou a očakávaním. Konvencie, ktoré nás akademicky učia sú oboje štylisticky a eticky modernistické. Tento ironický konflikt a aktuálna anomália sú indikátormi post-modernizmu. Richard Martin (2008, s. 106). tvrdí, že istotou je, že nejaké domnienky sú zbytočné, tak ako je zbytočné dávať mená súčasným štýlom. Odev sa však podľa neho s určitosťou stal emocionálnou záležitosťou a na rozdiel od predchádzajúcich storočí má ešte väčšiu moc ako hocikedy predtým. Odev už nedefinuje náš sociálny status, ale vie vyjadriť náš osobný a životný postoj, štýl a nesúhlas.

### 3.1 Muž 21. storočia

Tradičné západné myslenie nás učí prijať určitý spôsob správania sa na základe nášho pohlavia. Dievčatá sú obklopané ružovou, bábikami, sú subtilne narozdiel od chlapcov, ktorí sú obklopení modrou, autíčkami aj ich hry sú o čosi agresívnejšie. Hoci je pohlavie určené biologicky, femininita a maskulinita sú vytvorené umelo, spoločnosťou. Muži sa tak naučili neukazovať emócie, slabosť, ako aj záujem o to ako vyzerajú. Muži boli odradení ukazovať ich záľubu vo vzhľade, ktorá je tradične spájaná so ženami alebo gay mužmi. Odkedy sa však móda zmenila, muži sa stali jej aktívnymi účastníkmi. V niektorých obdobiach dokonca prejavovali väčší záujem o svoj vzhľad ako ženy. Hoci záujem o vzhľad je tradične spájaný so ženami, výzor hrá dôležitú úlohu v mužskej maskulinite a sexualite. Napríklad fúzy, či svaly sú pýchou každého adolescentného chlapca na ceste k dospelosti. (Andrew Reilly, Sarah Cosbey, 2008, s. 112)

Toto zmýšľanie je však v súčasnosti čoraz menej populárne. Dokonca Joanne Entwistle vo svojom článku „*From catwalk to catalog? Male fashion Models, Masculinity, and Identity*“ píše, že mužskí modeli si musia osvojiť škálu fyzických vlastností, mnohé, ktoré sú tradične spájané s ženským pohlavím. Teda myšlienka, že maskulínny muž musí obsahovať definované a presné fyzické črty je zastaralá.

V 1994 Mark Simpson vytvoril pojem „*metrosexuál*“, aby označil všetkých mužov, ktorí sa zaujímajú o svoj osobný vzhľad. Títo muži sa zaujímali o aktivity, ktoré boli vyobrazované ako ne-maskulínne a dovolili heterosexuálnemu mužovi užívať si módu bez toho, aby bol označovaný ako „gay“.



Obr. 12 Popová hviezda Harry Styles



Obr. 13 K-popový fenomén Taemin

Sexualita je v mužskom rámci videná ako niečo prirodzené, prijateľné, čo stavia ženu na druhý koniec tejto problematiky. Žena, ktorá prejavuje rovnaký sexuálny apetít ako muž je pohrdaná, hoci ženské telo bolo aj je v modernej spoločnosti omnoho viac sexualizované narozdiel od jej mužského protipólu, ktorý ostal stále zahalený ako argumentuje Flugel (1930). To sa však postupne mení, a rovnako ako ženské aj mužské telo dostáva v mediálnom obraze svoj priestor. To môžeme vidieť napríklad v reklamách na Calvin Klein alebo Armani, kde je mužské telo vyobrazované rovnako ako to ženské, a kde sa odhaľuje ako maskulínna, tak aj erotická časť muža.

V súčasnosti už nie je vzácnosťou, že sa muž zaujíma o svoj zovňajšok. S príchodom tzv. *Millenials* a *Generácie Z* sa pohľad na mužskú maskulinitu zmenil. Práve módný svet bol indikátorom tejto zmeny už niekoľko rokov. Veľké značky sa preorientovali na mladšieho zákazníka, ktorý nielenže je nákupnou silou, ale je oveľa odvážnejší, oveľa viac experimentuje so svojim vzhľadom, ako generácia pred ním. Pri rozhovore s niekoľkými teenagermi pochádzajúcich nielen z geologicky a sociálne odlišného prostredia, ale aj finančného, došlo k záveru, že vzrastajúca femininita v mužskej móde je nielen viac akceptovateľná, ale postupne aj aplikovaná do konkrétneho šatníka. Mládež nemá problém nosiť sukne,

či „roztomilé“ grafiky nosené predovšetkým ženským pohlavím, či starať sa o svoju pleť, účes, a i.. Pri hlbšom rozhovore vysvitlo, že ich fantázie siahajú ešte ďalej a chceli by byť ešte odvážnejší s feminínnejšími kúskami, tak ako ženy s maskulínnymi, no stále tam zasahuje nejaká sociálna bariéra pochádzajúca z tradičnej spoločnosti.

### 3.2 Pop-kultúra ako ukazovateľ

Odev je dôležitým komponentom a komplementom všetkých umení. Divadlo, tanec, kino, televízia, video, hudba a i.. Veľa umelcov vyjadruje svoje osobné pocity cez odev vo svojom každodennom živote. Odev má tak podporovať individuálnu identitu a vytvárať osobnosť (Joanne B. Eicher, Sandra Lee Evenson, 2015, s. 330).

Niektorí umelci sú tak spájaní s extravagantnejším štýlom a niektorí oveľa tradičnejším. Asociácia medzi odevom a umelcom je už natoľko stereotypizovaná, že si napríklad nevieme predstaviť Bostonský Symfonický Orchester v džínsoch a tričkách, alebo Adele, v tom istom štýle.

Flambojantnejší štýl sa však nespája len s kostýmovou tvorbou pri umeleckých výstupoch. Umelci sú podporovaní byť módnejší aj v súkromnom živote, najmä kvôli vysokej inšpirácii, akou sú pre „bežných“ ľudí. Pokiaľ si istá celebrita osvojí istý štýl, s ktorým je asociovaná, stane sa tak súčasťou štýlového slovníka širokej verejnosti. Napríklad ako Madonna, ktorá začala nosiť spodné prádlo ako vrchný odev.

To isté platí aj pre mužský element. Sebavyjadrenie či veľká skúsenosť v týchto kruhoch sa oceňujú a prekračujú konformitu a materiálny úspech a stávajú sa tak kodifikovaným odevným štýlom. Cez tento vyvinutý kult osobnosti módnny priemysel ovplyvňuje trendy aj predaje.

Celebrity prebrali úlohu módných influencerov, lídrov (Joanne B. Eicher, Sandra Lee Evenson, 2015, s. 323), a v súčasnosti dokonca kradnú pozornosť dizajnérom na ich vlastných prehliadkach (Terri Agins, 2014). Predávajú však značkám ich produkty a „hypeujú“ konkrétnu značku, ktorá si aj cez ne vytvára svoju popularitu. Napríklad kampane luxusných značiek, ako Dior x ASAP Rocky, Chanel a Lily Rose Depp, Burberry a Jaden Smith naznačujú rebranding značiek a zameranie sa na mladšieho zákazníka, ktorý sa v súčasnosti stáva nákupnou silou (Elsie Jiang, 2018).



Značka tak na základe veku, pohlavia, povolania a osobnosti vytvára psychologickú oporu, vytvorenú performerom alebo danou osobnosťou. Samozrejme preferencia značiek odzrkadľuje sociálne rozpoloženie spoločnosti so skorými nultými rokmi aj hospodárskou krízou na začiatku storočia sme sa presunuli k popularizácii Haute Couture nielen v ženskom šatníku.



Obr. 14 Herec Jaden Smith

Obr. 15 Rapper ASAP Rocky

Príchodom nového desaťročia sa zmenil ideál krásy tak, ako sa menila aj spoločnosť. Nové vedecké štúdiá, fakty či politické nálady ovplyvnili nazeranie na mužskú módu. Generácia nového tisícročia tzv. Millenials už preferujú iný životný štýl ako ich rodičia. Mužské celebrity ako Harry Styles, Troye Sivan, Timothée Chalamet, Ezra Miller prezentujú svetu novú formu maskulinity, ktorá nie je zaobalená do stereotypov a nespája sa s konkrétnym maskulínnym výzorom. Taktiež vplyvy z východu, ako príchod K-popu, feminizuje aj romantizuje mužský odev, ako ich styling i nahliadanie na módu je odlišný od nášho tradičného západného pohľadu. Tak ako japonskí dizajnéri v 90. rokoch, aj oni priniesli väčšiu genderovú diverzitu a maskulinitu do mediálneho obrazu.

Rovnako nárast popularizácie drag-queens a takzvanej anti-fashion poukazujú na nové estetické vnímanie súčasnej generácie. Tým, že vyrastali v digitálnej dobe, ich priority alebo nahliadanie na svet je úplne iné od predchádzajúcich generácií. Nakupujú a žijú iným spôsobom. Akceptujú diverzitu a sú schopní absorbovať oveľa väčšie množstvo informácií, čo im umožňuje argumentovať, či porušovať konkrétne sociálne nastavenie. (Aaron Levy, 2018)

### 3.3 Feminita v módnych domoch

Kultúrne štandardy neznamenaajú absenciu zmeny, naopak zmena je vítaná. To vidíme najmä v západnej kultúre, kde opúšťanie istých noriem kvôli uspokojeniu primárneho odovného štandardu a ustanovenie nových ilustruje ako sa zmeny objavujú neustále. Niektoré osobnosti sa správajú ako lídri, podnecujú odchýlky a reformujú normy (Joanne B. Eicher, Sandra Lee Evenson, 2015, s. 300).

Avšak zmena je nevyhnutná, dokonca žiadaná v mnohých častiach sveta v štandardizácii adaptovateľného vzhľadu a či už konzervatívci alebo liberáli časom kapitulujú a poddajú sa novším štandardom, tieto zmeny noriem povzbudzujú individualistické aj konformistické praktiky, pre inovátorov, ktorí chcú vyjadriť ich unikátnu jedinečnosť, pripravení na túžbu po zmene.



Obr. 16 Maison Margiela SS19

S koncom tohto desaťročia tak nastáva väčší záujem o pánsku módu. To vidíme v ostrom sledovaní Kim Jonesa v Diore, Krisa van Acha pre Berluti, či Rafa Simonsa. Taktiež sezónne kolekcie veľkých značiek ako Versace, či Balenciaga obsahujú tak ako dámskych aj pánskych modelov a dodávajú pojmu uni-sex novú dimenziu. Androgynita už nie je záležitosť undergroundu a anti-fashion kultúry, ako sme to sledovali začiatkom desaťročia, ale stala sa heslom posledných rokov a prenikla až do High-endových a Haute Couturových kolekcií.

Ale nie sú to len muži v ženských šatách, hoci tento typ femininity je veľmi populárny najmä u Palomo Spain, ale už aj Gucci, alebo Erdem, s banalizovanými kabelkami u Prady a Maison Margiela, ktoré sú podporené aj make-upom či latexom. No jemnosť a subtilnosť kralujú aj v tradične pánskych kolekciách ako Dior, Versace, Marni a Zegna.

Vyzerá to tak, že dizajnéri objavujú veľkú medzeru vo feminínom pánskom šatníku a feminizácia maskulinity priamo nadväzuje na gendrové zmeny. To sa zdá v móde ako neprebádané územie, s mnohými novými možnosťami a inšpiráciami. Či sú to farby, vzory, grafika, strihy, materiál alebo doplnky. Pánsky šatník sa bohatosťou pomaly vyrovnáva tomu dámskemu, minimálne módnym svet sa nebojí experimentovať s rôznymi štýlmi, miešať dámske a pánske kúsky, dokonca viesť boj za rovnoprávnosť. Módna exkluzivita, ktorá bola pripísaná najmä ženám sa znovu dostáva naspäť k mužom, ktorí sa už voľnejšie alebo aj odvážnejšie môžu prezentovať bez toho, aby boli odsudzovaní alebo hneď stereotypizovaní. Po viac ako storočí si pánsky šatník znovu začína vypožičiavať alebo skôr naspäť preberať kúsky z dámskeho šatníka.

## **II. PRAKTICKÁ ČASŤ**

## 4 ÚVOD

Bakalárska práca s názvom Anima je odvodená od psychoanalytického názvu feminínnej časti mužskej psychiky, ale je to zároveň aj názov piesne, ktorou sa táto kolekcia inšpirovala. Najskôr sa vysvetľuje, čo Anima znamená, kde sa vzala a čo to vôbec je. Keďže tento pojem sa prvý krát použil v roku 1969, niektoré názory sú už zastaralé a pre dnešnú dobu neplatné, avšak aj tak sú uvádzané, aby bolo jasné odkiaľ originál tejto myšlienky pochádza. Ďalšia časť je venovaná múze, ktorá túto kolekciu inšpirovala, a prepájaná na jeho personu, názov kolekcie a teoretickú časť.

### 4.1 Anima

**Anima** je pojem používaný v analytickej psychológii pre označenie nevedomej feminínnej psychy u muža. Prvý krát ju spomenul Carl Jung, švajčiarsky psychoanalytik, vo svojej práci „*Archetypes and the Collective Unconscious*“, ktorú publikoval počas svojho pôsobenia na Harvardskej univerzite. Ako prirodzené archetypy predstavujú Anima a Animus tvorivú psychickú silu. Plnia rolu sprievodcov po nevedomí, vedú k hlbšiemu pochopeniu vlastného nevedomého sveta, sú tzv. prostredníkmi medzi egami. Vedľa maskulínnej psychiky muža žije feminínny prvok ako ďalšia samostatná osobnosť s ženským charakterom jednaní. Táto stránka sa prejavuje v snoch alebo fantáziách ako autonómny komplex a je stále projektovaná opačnému pohlaviu takou mierou, akou zostáva v nevedomí. Anima je oduševnenou bytosťou. Jej charakteristickým rysom je nepokoj, nestálosť, tvorivá sila, a predovšetkým predispozícia istého citového vzťahu. Dôležité je spojenie Animy a duše (psyché), ako prejavu toho, čím sa odlišuje život od ostatného. Nazýva ho dychom života. Ako spôsob percepcie a chovania reprezentovaného v tomto individuálnom psyché sa objavuje individuálne, osudovo a začína v najosobnejšom živote. Projekcia Animy na druhom pohlaví však môže byť problémová. Najmä pokiaľ ide o nadmerný presah. Mytologickým reprezentantom archetypov Animy a Anima sú tzv. božské syzigie, dvojica androgýnnych bohov. Sú rovnako univerzálni ako výskyt muža a ženy. Anima je dôležitý faktor psychológie muža a to najmä v kontexte s afektom a emóciou. Strata Animy má za následok skostnatenosť, stereotyp, fanatické lipnutie na zásadách alebo naopak rezignáciu, únavu až detinské zmäknutie a náklonnosť k návykovým látkam. Z psychologického hľadiska je prepojenie so svojim feminínnym „Ja“ pre muža veľmi dôležitou súčasťou dobrého psychického zdravia.

## 4.2 Kyo

Praktická časť bakalárskej práce vychádza z teoretickej, a to konkrétne z istej subkultúry, ktorá sa načrtla v časti *Femininita v druhej polovici 20. storočia/ vplyv subkultúr na mužský odev*. V tejto časti sa spomínala subkultúra Goth, z ktorej neskôr v 80. rokoch v Japonsku vznikla totálne nová subkultúra. Tá spustila diverzitný „boom“, ktorý nikde vo svete nemá obdobu. *Visual kei* bolo zo začiatku hnutie medzi hudobníkmi, ktorí sa vyznačovali výrazným make-upom a excentrickým vzhľadom. Priekopníkmi boli skupiny ako *X-Japan*, *D'Erlanger*, *Buck-Tick* alebo *Color*. Názov *Visual Kei* vznikol zo sloganu „*Psychedelic violence crime of visual shock*“, ktorý mala na svojom albume skupina *X-Japan*. *Visual kei* zažil rastúcu popularitu. Predaj albumov dosiahol rekordný počet, avšak ku koncu 90-tych rokov začal znovu upadať a v roku 2000 sa najznámejšia kapela, *X-Japan*, rozpadla. Druhú vlnu *Visual kei* zažil až v roku 2007, kedy sa znovu zakladali rozpadnuté kapely ako *Luna Sea*, *Penicillin*, *Malice Mizer*, no vznikali aj nové ako *Versailles*, *Nightmare* alebo dnes najznámejší *The Gazette*.

Medzi nimi, v roku 1997, vznikla pod záštitou prvej vlny *Visual kei* a spoločnosti *Free-will* kapela *Dir en grey*. Tá si prešla rôznymi fázami, kde skupina vystriedala niekoľko štýlov, ako aj vizuálnych, tak hudobných. Skoré začiatky kapely od roku 1997-1999 boli celkom prajné. Kapelu si zobral na starosti frontman *X-Japan*, *Yoshiki*, ktorý im pomohol vydať ich prvé EP. Kapela do súčasnosti vydala 10 štúdiových albumov, 3 Best Albumy, 2 mini albumy, jeden remix album, jeden remastered album, 29 singlov, jeden indie singel. Hrala v najväčších halách v Japonsku, najväčších festivaloch na svete, po boku veľkých metalových kapiel, bola prizvaná k spolupráci s inými zahraničnými kapelami. V roku 2010 vďaka svojim fanúšikom vyhrala *Extreme Metal Olympics* a stále si získava viac a viac pozornosti vo svete vďaka svojmu progresívnemu štýlu. V súčasnosti každý člen kapely má svoj „side project“ na ktorom pracuje mimo *Dir En Grey*.



Obr. 17 skupina *Dir en grey*

Najzaujímavejšou postavou, ktorá sa stala múzou tejto bakalárskej práce je *Kyo* - spevák *Dir en Grey*, ktorý od roku 2013 funguje aj v hudobnom projekte *Sukekiyo*. *Kyo* je zodpovedný za väčšinu textov v oboch kapelách, kde väčšinou rozoberá sociálnu problematiku. Napríklad v piesni *Different sense* od *Dir en grey* rozoberá klamstvá, ktorými japonská vláda dezinformovala verejnosť pri nehode jadrovej elektrárne Fukushima. Vieme však v jeho textoch nájsť aj viac tradičné motívy o láske, osobných emóciach, ale aj smrti.

Jeho vystupovanie sa dostalo do povedomia v polovici nultých rokov, kedy využíval tzv. *Shock-elements*, ako celotelový make-up pripomínajúci zhoreniny, falošné dávenie rôznych farieb, konzistencií, rôzne akty sebapoškodzovania i sebamutácie. Autenticita jeho performance je veľa krát diskutovaná, keďže na viacerých koncertoch využíval takzvaný „fish-hooking“, a to počas konkrétnych piesní. Avšak po roku 2008 *Kyo* tieto „shock elements“ prestal používať, aj keď stále využíva silný vizuál, už nepraktikuje sebapoškodzovanie, či už reálne alebo simulované.



Obr. 18 Kyo, 1997



Obr. 19 Kyo, 2000

Do globálneho povedomia sa dostal najmä svojim hlasovým rozsahom, tenorovým hlasom spadajúcim len o päť oktáv nižšie. Kyo-ve vokály sa považujú za pivotálny aspekt Dir en grey a celá hudba sa stavia okolo jeho hlasu. Jeho veľký rozsah i versatilita, ktorá mu umožňuje *“howlovať, croonovať, screamovať, pišťať, growlovať, tým vyjadrovať bezhranične čistú emóciu a robiť takmer nehumánne zvuky”* ho v médiách vyniesla na malého génia. Loudwire napísalo: *“Predvádzanie úžasne nízkych death metalových tónov, Kyo v zapätí dokáže otočiť svoj hlas o 180 stupňov a vytvoriť jeden z najvyšších metalových zvukov.”* Rovnako Dane Prokofiv z Popmatters povedal, že: *“Jeho prirodzená ľahkosť a inklinácia k vytvoreniu takého kontrastu medzi dvoma opačnými koncami ľudského vokálneho spektra môže dosiahnuť len v nejakom druhu predpôrodného loteriového lístka- viete, tá neoceniteľný triumf, ktorý voláme “talent”“.* Súčasne jeho spoluhráči sa o ňom vyjadrili, že jeho hlas je ako nástroj alebo efekt, ktorý ich inšpiruje aj posúva ako hudobníkov ďalej.



V roku 2000, na začiatku ich kariéry, však prišiel o sluch na jednom uchu, čo z neho spravilo polohluchého. To malo aj za následky niekoľkonásobné hospitalizovanie v nemocnici počas jeho kariéry, zápal a cysty na hlasivkách, ktoré v roku 2013 skončili pri operácii.

Dôvodom prečo sa práve on stal múzou kolekcie je obrovská versatilita, ktorou disponuje. Jeho neuveriteľná maskulinita vo feminínnom prejave, ktorá narozdiel od iných feminínno-maskulínnych prejavov nie je vôbec satirou a stereotypizáciou femininnej osobnosti, ale súčasťou jeho vnútornej osoby. Sám sa raz v jednom rozhovore vyjadril, že svoju materskú kapelu Dir En Grey vníma ako muža a Sukekiyo, jeho druhý projekt, ako ženu, čo vyjadruje aj vo svojom prvom single pre Sukekiyo, *Anima*. Sám si je teda vedomý svojej feminity, nehanbí sa za ňu, ba dokonca ju oslavuje a robí z nej svoju prednosť, ktorú využíva najmä vo svojich vizuáloch, ale aj hlasových mutáciách.



Obr. 20: Kyo, 2016, Rinkaku



Obr. 21 Kyo, 2017, Androgynos

Podpätky, výrazný make-up, sukne, šaty, šperky, nalakované nechty nie sú pre neho ničím cudzím, dokonca patria k jeho silnej umeleckej osobnosti. Kyo si za svoje pôsobenie prešiel mnohými štýlmi, od totálnych výstrelkov ako mladá začínajúca kapela, po istú normalizáciu, ktorá prebehla v roku 2010 až po súčasnú znovu veľmi silno vizuálnu osobnosť.

Avšak narozdiel od západných umelcov tento druh prejavu nemá korene v určitej potrebe provokovať a snahe poburovať. Omnoho viac sa tento spôsob prejavu viaže práve na východnú kultúru a ich antagonizáciu sexualít. Ešte stále súčasná tabuizácia homosexuality práve v Japonsku viedla k istej desexualizácii odevu, tým pádom osobný štýl jedinca nedefinuje jeho sexualitu, tak ako je to v západnej kultúre. To umožnilo čiastočné oslobodenie sa od istých predsudkov spojených so sexualitou človeka a pomohlo k vzniku nových odvažnejších non-binárnych štýlov.

V počiatkoch kariéry sa jeho vizuálny prejav odvodzuje práve od štýlu *Visual Kei*. Goticko cyber-punkový štýl s výrazným make-upom, typickým účesom, zahrňujúc latexové alebo kožené materiály s ekcentrickou obuvou často krát na vysokých platformách, či podpätkoch sa stali súčasťou ich prejavu. Fetišistické a psychedelické prvky spolu s istou mentálnou, či fyzickou poruchou sa stali estetikou kapely, ale aj jeho osobnosti, ktoré dodnes často využíva. Táto tematika sa na prvý pohľad mohla za tie roky zdať už vyčerpaná, no spôsob podania sa počas tých rokov stále menil. Postupne sa jeho osobnosť vyvíja a vybočuje z typického subkultúrneho zaradenia. Kyo osobne nikdy netiahol práve k prvoplánovej Visual Kei femininite akou bola Lolita, či Vamp štýl, kedy sa hudobníci obliekali práve ako Lolitky do sukien, parochní, s umelými mihalnicami, či vamp podväzkov, korzetov a človek si ich mohol so ženou ľahko pomýliť.



Obr. 22 Meto, Mia zo skupiny Meibray Obr. 23 Tsuzuku zo skupiny Meibray

Bezpochyby práve toto prostredie malo naňho veľký vplyv, čo sa hlavne prezentácie týka, no pozorovať tam iný vzťah k tomuto „alter egu“. Postupné odkláňanie sa od tejto subkultúry a nachádzanie si vlastného autorského prejavu vidíme už v skoršom období. Istý rukopis mu ostal aj počas vizuálnej „normalizácie“ ktorou si kapela prešla. Je práve otázne, či toto obdobie následuje hudobné upriamenie viac ako vizuálne, keďže ako kapela mali svetú čo ponúknuť. Pri svojich „shock elements“ však dočasne ešte ostal, až kým sa znovu neprinavrátil k novému vizuálnemu prejavu.

V súčasnosti využíva androgynitu, ktorú mu Visual kei ponúklo a prezentuje vo svojom veľmi aktuálnom podaní. Ostáva pri undergroundovom vizuále, no využíva street stylove aj high streetove prvky. Mieša štýly podľa nálady vizuálu, poprípade náročnosti performance a turné, či vlastného pohodlia. Outfit však vždy prispôsobuje nálade turné alebo emóciám, ktoré chce počas prezentácie vyvolať. Vyzdvihla by som najmä turné *Androgynos*, kde sa geniálne prezentoval svojou surovou jemnosťou a potvrdil, že fetišizácia či feminizácia maskulinity nemusí byť vulgárna. Kyo sa totiž nesnaží svoje telo priblížiť ženskému, no využíva „ženské“ prvky v súlade so svojimi biologickými predispozíciami. Jeho mužské telo harmonizuje s feminínnymi komponentmi, tým nenútene ukazuje, že maskulinita dokáže koexistovať aj s feminínnym prebalom.



Obr. 24: Kyo v skupine Sukekiyo, Anima live, 2016

Táto jeho vizuálna excentria nekončí len pri pódiových vystúpeniach. Jeho štýl sa premieta aj v jeho osobnom živote. Hoci pochádza z Kyota, čo je mesto známe skôr svojím tradičným nahliadaním na život ako taký, nenecháva sa obmedzovať a stále prekračuje hranice svojej kreativity. Nebojí sa experimentovať, ako aj meniť štýly zakaždým keď mu to príde vhod. Vyholená hlava preňho nemá vplyv na vyobrazenie svojej jemnejšej stránky. Brutalistická femininita je niečo čím by sa nazvalo, že sa v súčasnosti prezentuje.

Samozrejme v bežnom živote nie je až taký výstredný, no cítiť tam módné cítenie a veľmi silné súčasné vplyvy, ktoré premieta aj do svojho umeleckého života. Jeho dve stránky tak vieme veľmi ľahko pozorovať v oboch kapelách. Dir en grey, ako silno agresívnej maskulínnej technickej osobnosti prejavom a Sukekiyo, ako o niečo jemnejšej feminínnejšej i melodickejšej osoby. Krásny príklad tak vidíme v klipe pre *Dir en grey - Ningen wo Kaburu*, či klipe pre *Sukekiyo - Anima*. Svoju náklonnosť k istej non-binarnosti však už vyjadril vo viacerých prípadoch, ako v *Dir en grey*, tak aj *Sukekiyo*, kde silno cítiť ako sa tieto dve osobnosti prelínajú až mixujú, napríklad pri live koncertoch *Dir en grey Arche* alebo *Androgynos*.



Obr. 25: Kyo, Andorgynos live, 2017

Svoje predstavenia však nepodporuje len svojím vizuálom, ale aj veľmi ľahkými pohybmi, ktorými vie vyzdvihnúť emóciu textu. Niet pochyb, že Kyo je silná umelecká osobnosť, okolo ktorej sa stavajú všetky vystúpenia, čo veľmi rozumne využíva a vytvára tak veľmi autentickú svojskú kreatívnu energiu, ktorú sa mnoho ďalších umelcov snaží napodobniť.



Obr. 26 Kyo

## 5 KOLEKCIA ANIMA

Kolekcia je postavená na Kyo-vej osobnosti. Používa prvky jeho šatníka, ako sú napríklad sukne, legíny, potlačené košele, kožené bundy, šaty, jemné vejúce pokrývky a mixuje to so signifikantnými kúskami autorky. Tie sú použité už v minulých kolekciách, no zaslúžili si ďalší vývoj. Kolekcia je dekonštruktom jeho vizuálnej osobnosti. Kusy oblečenia sú dekonštruované, deštruované, časť recyklovaná a posunutá novým surovejším smerom. Využíva tak kožené bundy, svetrovinu, chybne potlačenú bavlnu, lame, organzu, košeľovinu, denim, sieťovinu, a potom tieto materiály miestami deštruuje, napríklad performatívnym zásahom alebo zlepením či stužovačom na látky.

Kolekcia je stavaná čisto na performantívne účely, teda je určená práve pre funkcie tejto konkrétnej osoby, kde odzrkadľuje jeho štýl a vkus. Obsahuje ako tak čisto praktické kusy, tak aj „showpiece“ určené čisto pre umelecký zámer.

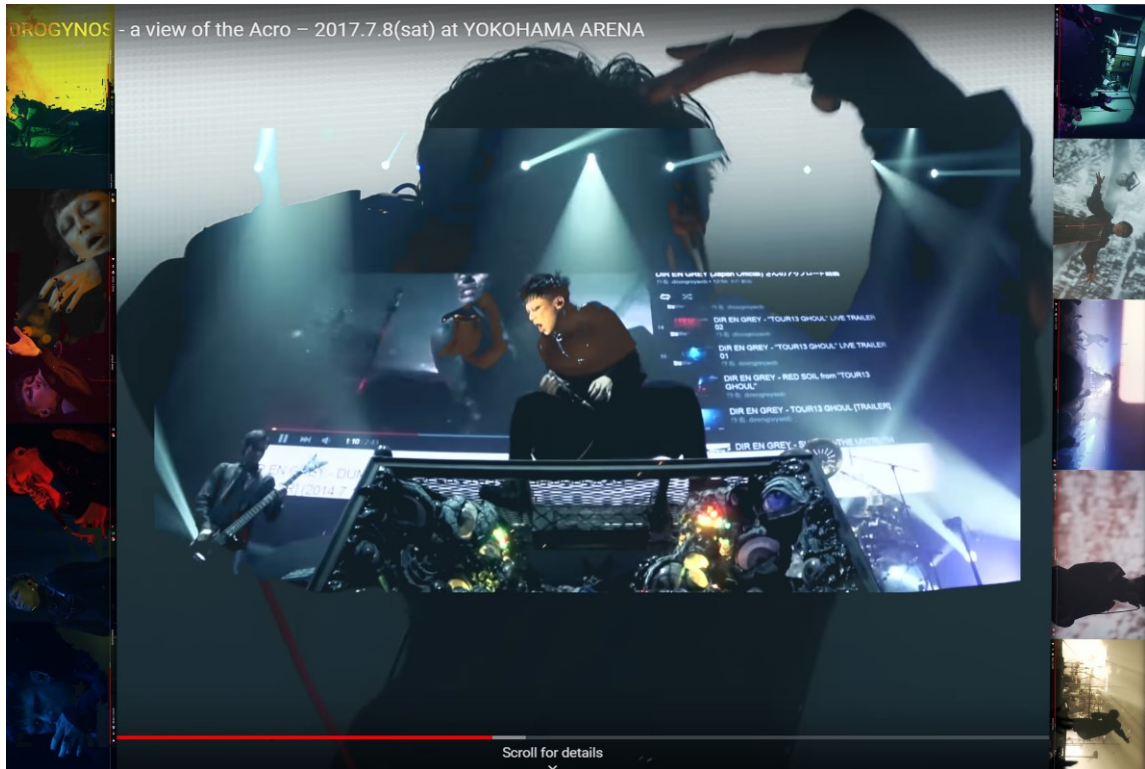
Každý model obsahuje ako vlastný moodboard, tak aj skicu, technický náčrt a pri zaujímavejších kúskoch aj 2D strih.

### 5.1 Moodboard:



Obr. 27

## 5.2 Colorboard:



Obr. 28

Farebnica kolekcie vychádza z Printscreenov vytvorených pri študovaní live koncertov oboch Kyo-vých skupín, Dir en grey a Sukekiyo.

## 5.3 Line-up:

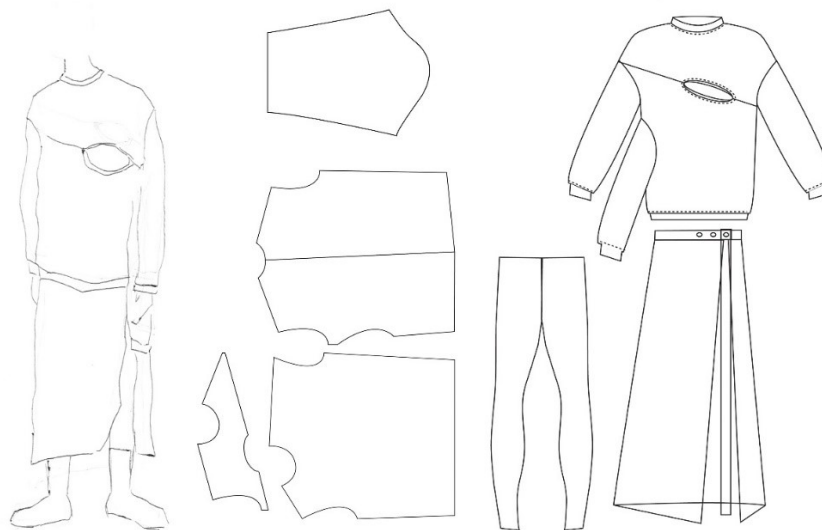
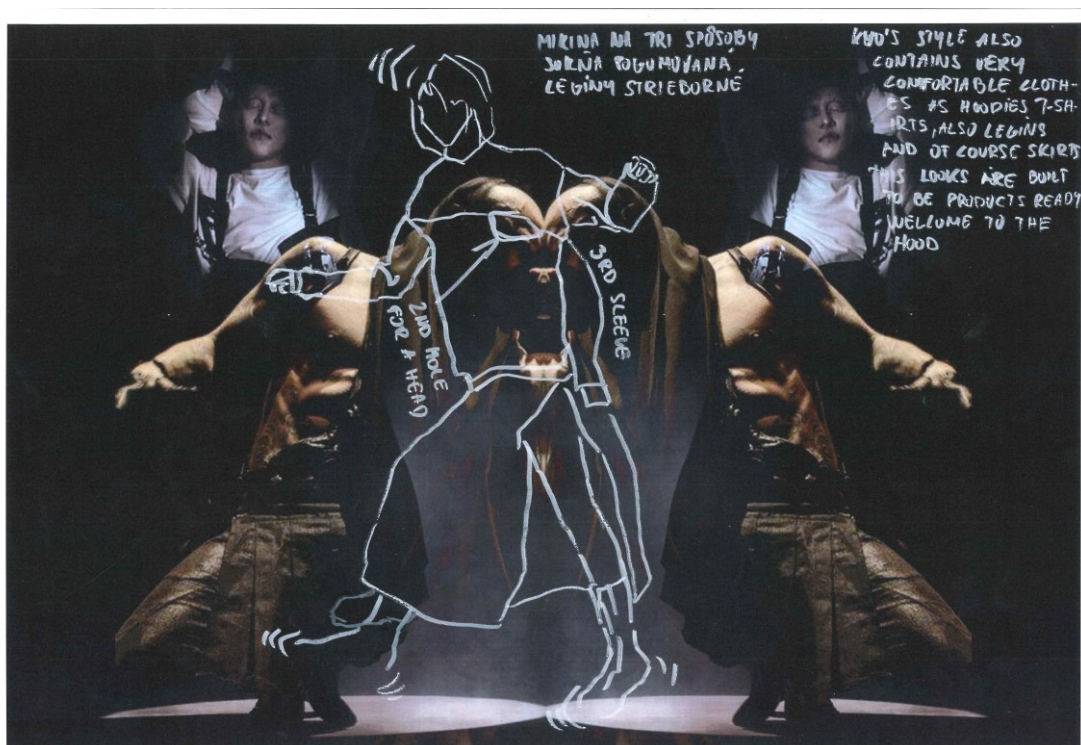


Obr. 29

## 5.4 Model č. 1

Model č. 1 funguje produktovo najlepšie zo všetkých modelov. Obsahuje mikinu, ktorá sa dá obliecť na tri spôsoby a to vďaka pridanému tretiemu rukávu a otvoru pre hlavu. Rukáv sa môže jednoducho skryť alebo priznať tak ako aj ďalší otvor. K tomuto modelu je aj sukná z pogumovanej denimoviny pod ktorou sa nachádzajú strieborne legíny.

Moodboard /technické nákresy:



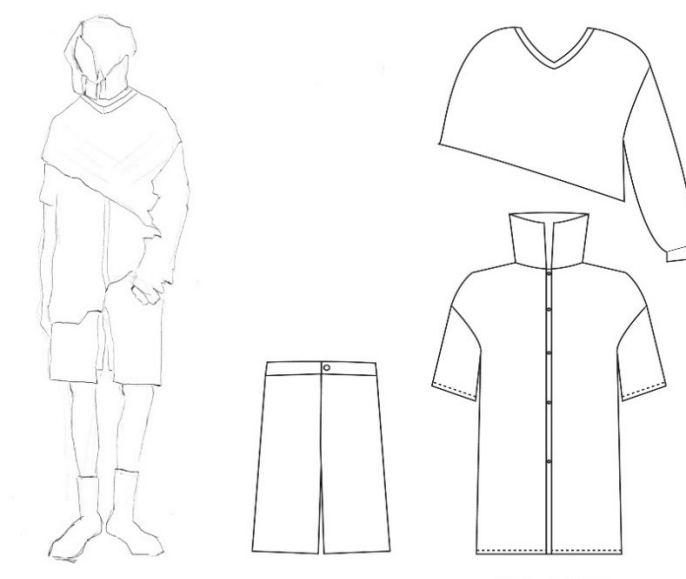
Obr. 30/31



## 5.5 Model č. 2

Tento model priamo odkazuje na Kyov osobný štýl, ktorý nosí mimo pódiové vystúpenia. Oversize vzorovaná košeľa s prehnane veľkým stojáčikom, denimové kraťasy, ktoré nie sú v dolných krajoch začistené, sú stylingovo doplnené o sveter len cez jednu ruku a narážajú na neo-punkový štýl.

Moodboard /technické nákresy:

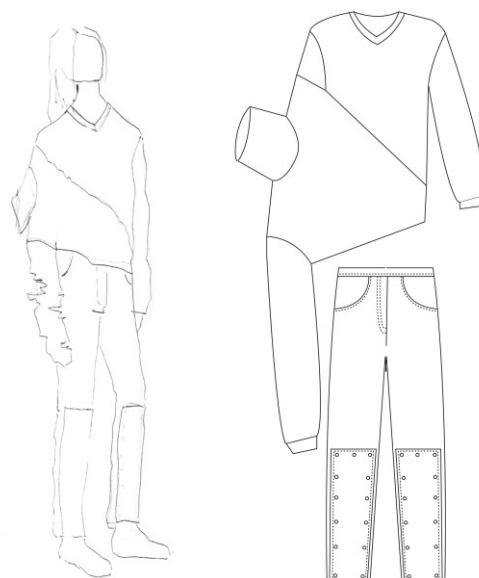


Obr. 32/33

### 5.6 Model č. 3

Dekonstruovaný sveter s d'alším otvorom na hlavu sa doplňuje s mikinou z Modelu č.1, avšak tento krát je v inom prevedení. K nemu sú korálové gumované denim nohavice, ktorých spodná časť sa dá odopnúť na auto-moto patenty a odhaliť nohu.

Moodboard /technické nákresy:

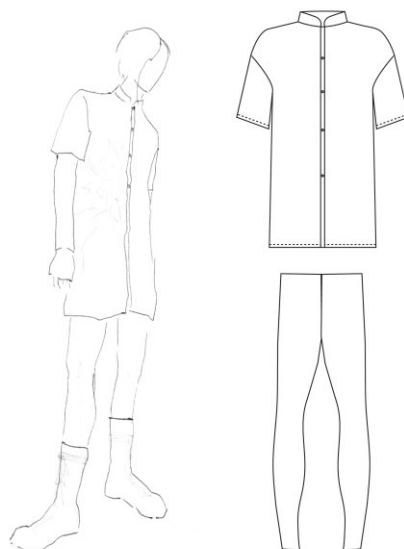


Obr. 34/35

## 5.7 Model č. 4

Biela košeľa v tomto modeli je znovu odkazom k modelu č.2, avšak tento krát so zásahom do látky, kde sa vytvoril dezén, pomocou krčenia, stužovania a hot-press-ovania. Košeľa je znovu v dolných krajoch nezačistená a svojou pridanou surovosťou a nedbalosťou, je subkultúrnym prvkom. Pod košeľou sa nachádzajú jednoduché strieborné legíny.

Moodboard /technické nákresy:



Obr. 36/37

## 5.8 Model č. 5

Kožená bunda v tomto modelu je odkazem na starší kolekci, a jedním z kúskov, ktorý si zaslúžili ďalší vývin. Tento kúsok je up-cyklovaný z troch pánskych kožených bund, ktoré sa rozložili a znovu poskladali do jedného odevu. Použitý je rovnaký tvar ako v kolekci Project\_2501, akurát sa pridali ramenné švy, aby držala a sedela na pleciah. Ponechané sú staré vrecká a zipsy a ušitá nová podšívka. Bunda je v prednej časti na gombíky, avšak rukávy sa dajú po celej dĺžke odopínať. K tejto koženej bunde sú už len nohavice, z chybné potlačenej bavlny, na konci nôh s jednoduchým detailom.

Moodboard /technické nákresy:



Obr. 38/39

## 5.9 Model č. 6

Jednoduché sieťované šaty stlačené nylonovým topom sú outfitom k performance. Doplňené o ďalší zo starších nápadov, a to korzetovým nohaviciam. Tieto vrchné šaty slúžia ako korzet, ktorý vychádza z nohavíc. Vpredu otvorené vnútro nohavíc sa vzadu viaže na šnurovačku a zakrýva, čo sieťované šaty neskryjú.

Moodboard/ technické nákresy:

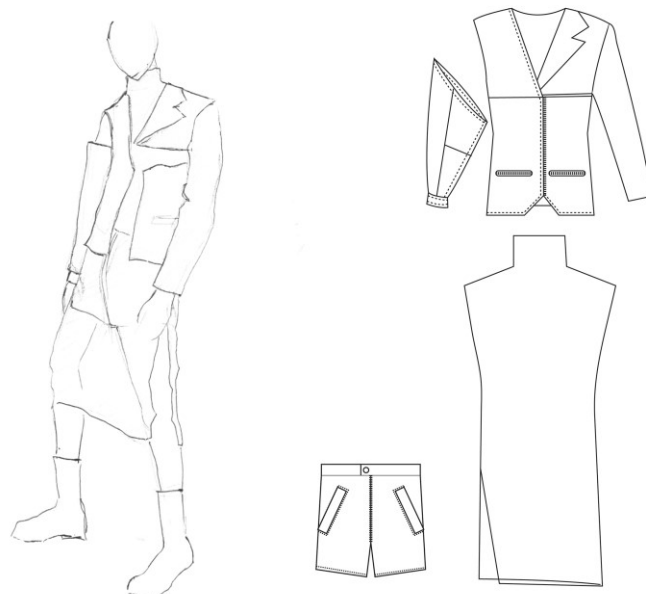


Obr. 40/41

### 5.10 Model č. 7

Kožená vesta so sakovým rukávom, ktorý je s vestou spojený iba v prieramku a ramennom šve. Pod ňou sa nachádzajú priehľadné šifónové šaty, do ktorých sa znovu zasahovalo krčením, stužovaním a pressovaním, čím sa vytvoril dezén látky. Pod týmito šatami sa nachádza nylonový top a kožené kraťasy, ktoré sú znovu up-cyclom z kožených bünd.

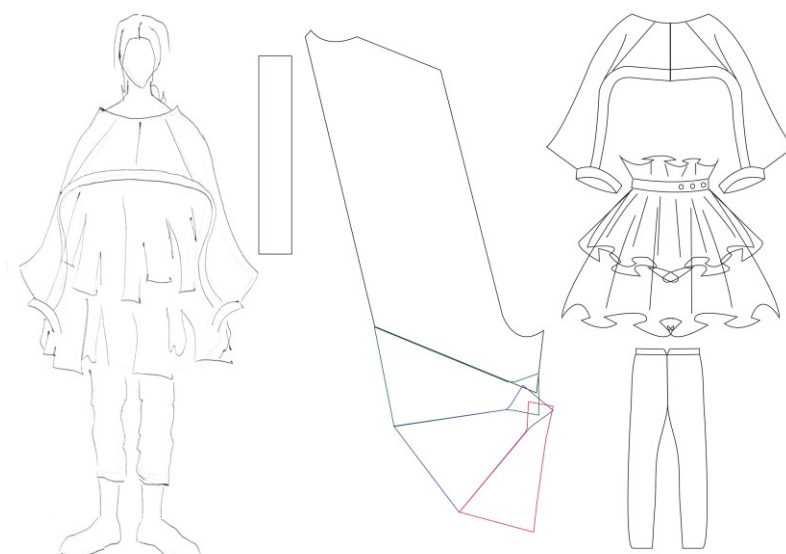
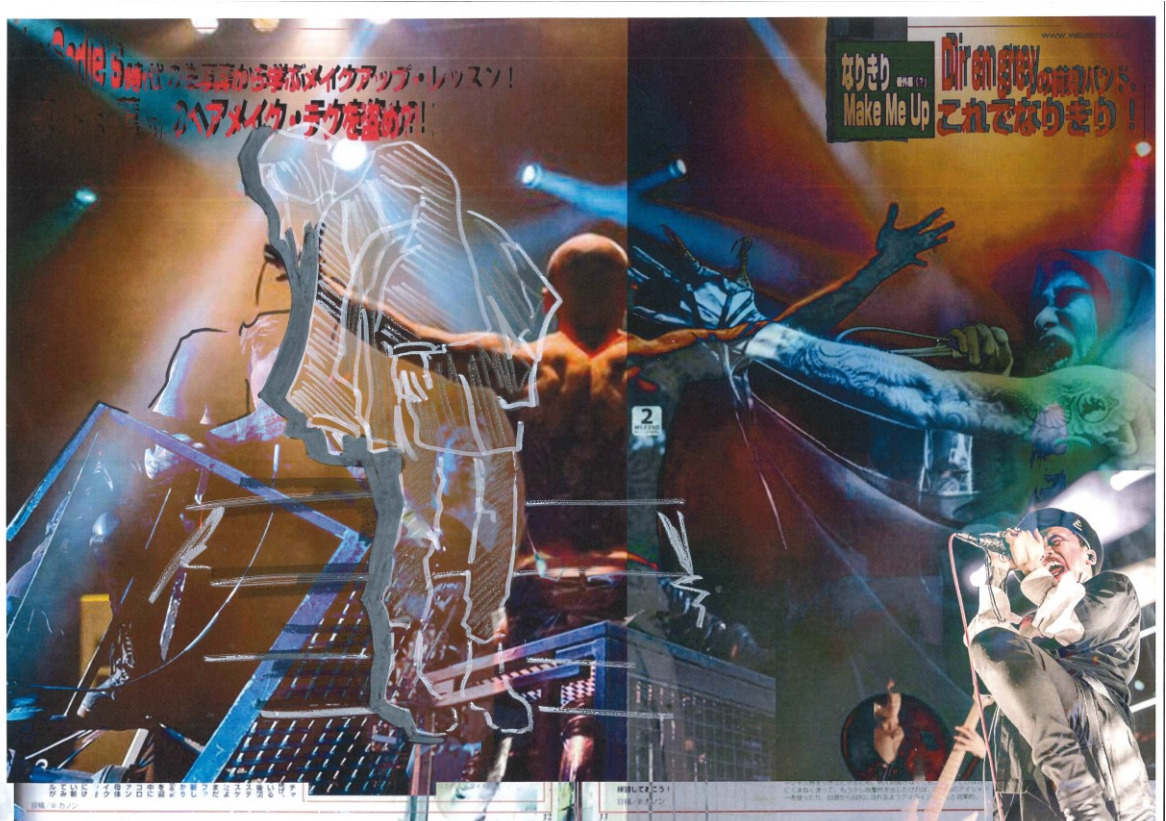
Moodboard/technické nákresy :



### 5.11 Model č. 8

Model č. 8 je čistý showpiece. Top tohto outfitu tvorí zvrchník tvarovo vychádzajúci z bundy v Modely č. 5, avšak obratý ešte o viac častí, kde som ponechala iba vrchnú rukávovú a hrudníkovú časť. Pod týmto zvrchníkom sa nachádza organzová sukňa vysadená na prsiach a pod ňou sú nohavice, v ktorých je znovu uplatnený dezénový vzor.

Moodboard /technické nákresy:



Obr. 44/45

### **III. PROJEKTOVÁ ČASŤ**



## 6 FOTODOKUMENTÁCIA

Foto: zoskupenie Fromdalej

Model: Tobiáš Páral



Obr.46



Obr. 47



Obr. 48



Obr. 49



Obr. 50



Obr. 51



Obr. 52



Obr. 53





Obr. 54



Obr. 55



Obr. 56



Obr. 57



Obr. 58



Obr. 59



Obr. 60



Obr. 61





Obr. 62



Obr. 63



Obr. 64



Obr. 65

## ZÁVER

Vo svojej bakalárskej práci som sa venovala problematike femininity v mužskom odevu. Odkiaľ sa vzala, čo to vôbec je, a kto ju zadefinoval. Analyzovala som historické zdroje, v ktorých som snažila dohľadať informácie o súdobom maskulínnom výzore. Ako sa muži v minulosti obliekali, čo si obúvali, aké doplnky nosili aj ako sa o seba starali. Tieto informácie som porovnávala s nahliadaním na súčasný maskulínný výzor, aj ako má podľa západnej spoločnosti „správny“ chlap vyzerat’.

Nakoniec som došla k záveru, že odev ako definícia maskulinity je záležitosťou modernej spoločnosti ako sociálny konštrukt, ktorý v súčasnosti už reálne nemôže byť racionálne podložený alebo argumentovaný. To podporujú historické fakty, objavy, ako aj genderové štúdiá venujúce sa tomuto začleneniu.

Rovnako aj moja praktická časť, kde som sa venovala spevákovi z Japonskej skupiny Dir en grey a jeho umeleckému prejavu v odevu, podporila tento záver a zdôrazňuje fakt, že mužnosť sa nedefinuje odevom, ale osobnosťou, ktorá by mala vyvažovať obe zložky, femininnú aj maskulínu, a to aj kvôli dobrému psychickému zdraviu jedinca. V mojej kolekcii som sa teda upriamila na vyjadrenie práve maskulínneho výzoru cez feminínne prvky. Snažila som sa muža obliecť tak, aby odev nedefinoval jeho sexualitu, vyzdvihol androgýnnny vzhľad, no prevažovala jeho mužská stránka, a to napriek typicky ženskému odevu ako napríklad šaty, ktoré sa v súčasnosti v západnom svete nenosia. Nejde mi o grotesku maskulínneho výzoru, ale skôr odľahčenie lipnutí na typickom mužskom odevu a dopomôcť súčasnému mužovi si môcť užívať samého seba viac, bez ohľadu na to, či je jeho správanie a odev správne maskulínnny.

Táto práca ma naučila odhadzovať sociálne zábrany, ktoré ma doteraz istým spôsobom zviazovali. Pomohla mi sa vo svojej práci sa viac uvoľniť a nájsť spôsob, ktorým sa chcem v budúcnosti vyvíjať, a zároveň vrátila na cestu estetiky, na ktorú som kvôli komformite okolia zanevrela. Ukázala mi, čo pravá maskulinita znamená, a čo femininita nevyjadruje, a že pokiaľ sa mužské ego neberie príliš vážne svet je mierumilovnejší.

Pokiaľ západná žena môže nosiť oblek, prečo by muž nemohol nosiť šaty?

**ZOZNAM POUŽITEJ LITERATURY**

- BATTERBERRY, Michael a Ariane Ruskin BATTERBERRY. 1977. *Fashion, the mirror of history*. 2nd ed. New York: Distributed by Crown Publishers,
- BERGLER, EDMUND, 1992, *Fashion and the unconscious*. Madison (Conn.) : International universities Press., 400, ISBN-10: 0823680460
- BRADLEY, Harriet. *Gender*. Malden, 2007, MA: Polity Press,. Key concepts (Polity Press)., 268, ISBN 074562376X.
- BREWARD, Christopher a Alice CICOLINI. c2005, *21st century dandy*. Providencia, Santiago de Chile: British Council,
- BROOKE, Iris. 2000. *English costume from the early Middle Ages through the sixteenth century*. Mineola, N.Y.: Dover Publications, 296, ISBN 0486412385.
- BROOKE, Iris. 1939. *Western European Costume: thirteenth to seventeenth Century and its Relation to the Theatre*. London: George G. Harrap & Co., 304, ISBN-10: 0486427471
- BOLTON, Andrew. 2003. *Bravehearts: men in skirts*. New York: Distributed by Harry N. Abrams,. 160, ISBN 0810965917.
- BYRDE, Penelope. 1979. *The male image: men's fashion in Britain, 1300-1970*. London: B. T. Batsford, 240, ISBN 071340860X.
- CONSTANTINO, Maria. 1990. *Men's Fashion in the twentieth century*. New York: Costume & Fashion Press.
- CICOLINI, Alice. 2005. *The new English dandy*. New York, NY: Assouline Pub., 203, ISBN 9782843237560.
- DAVIES, Hywel. 2009. *Modern Menswear*. Laurence King Publishing, 208, ISBN-10: 1856695409
- DUFFTY, Keanan a Paul GORMAN. c2009, *Rebel rebel: anti-style*. New York: Universe Pub., 144, ISBN 0789318105.
- FLUGEL, J. C. 1930. *The psychology of clothes*. London: Hogarth Press and the Institute of Psycho-Analysis, 257,

- HILL, Margot Hamilton a Peter A. BUCKNELL. 1967. *The evolution of fashion: pattern and cut from 1066 to 1930*. New York: Reinhold,
- HOUSTON, Mary G. a Florence S. 1920. HORNBLOWER. *Ancient Egyptian, Assyrian, and Persian costumes and decorations*. London: A. & C. Black, limited, 64, ISBN-10: 1544264240
- JONES, D. 2016, Design Museum, *50 men`s fashion icons that changed the world*, London : Conran Octopus, 112, ISBN-10: 9781840917284
- JUNG, C. G. a C. G. JUNG. 1953, *Two essays on analytical psychology*. 2d ed., rev. and augm. Princeton, N.J.: Princeton University Press,. 369, ISBN-10: 0691017824
- LAVER, J. 1968, *Dandies*, Weidenfeld & Nicholson
- MOERS, Ellen. 1960, *The dandy: Brummell to Beerbohm*. Lincoln: University of Nebraska Press,. 272, ISBN 0803281013.
- MCDOWELL, Colin. 1997, *The man of fashion: peacock males and perfect gentlemen*. New York: Thames and Hudson,. 208, ISBN 0500017972.
- REILLY, ANDREW HINCHCLIFFE and COSBEY, SARAH, 2008, *The men's fashion reader*. New York : Fairchild Books. 500,
- RILEY, Denise. 1988, *"Am I that name?": feminism and the category of "women" in history*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan Press,. 134, ISBN 0333346130.
- RODGERS, NIGEL, 2012, *The Dandy*. Chicago : Bene Factum Publishing.
- STYLES, H., 2018. Musician, actor : interview with Timothee Chalamet, i-D, 1
- STOLLER, Robert J. [1968] *.Sex and gender: on the development of masculinity and femininity*. New York: Science House, 383,
- VINCENT, Susan J. 2009, *The anatomy of fashion: dressing the body from the Renaissance to today*. English ed. New York: Berg,. 256, ISBN 1845207637.
- WALDEN, GEORGE and BARBEY D'AUREVILLY, J, 2002, *Who is a dandy?*. London : Gibson Square.
- YARWOOD, Doreen. 1975, *European costume: 4000 years of fashion*. London: Batsford,. 305, ISBN 0713430206.

YOUNG, CAROLINE, 2016, *Style tribes*. Frances Lincoln. 256, ISBN-10: 0711237514

**Zoznam internetových zdrojov:**

Cecil Beaton the photographer dandy, 2019. *Domusweb.it* [online],

Dandies through the centuries: Cecil Beaton, 2019. *Made-to-measure-suits.bgfashion.net* [online],

Contact BoyGeorge.com, 2019. *Boygeorge.com* [online],

MARTIN, GINA, 2019, The Perks Of Having All-Male Style Icons. *Refinery29.com* [online]. 2019. Available from: <https://www.refinery29.com/en-gb/male-music-style-icons>

FARAG, NADINE, 2018, Modes Like Jagger. *ONE WHO DRESSES* [online]. 2018. Available from: <https://www.onewhodresses.com/library/2016/10/3/modeslikejagger>

TAN, BRANDON, 2018, Highlights From the SS19 Men's Runways | V Man. *Vman.com* [online]. Available from: <https://vman.com/article/highlights-from-the-ss19-mens-runways/>

SEAMONS, HELEN, 2018, Milan menswear: 10 key collections from the spring/summer 2019 shows. *the Guardian* [online]. 2018. Available from: <https://www.theguardian.com/fashion/gallery/2018/jun/19/milan-menswear-10-key-collections-from-the-springsummer-2019-shows>

LEVY, AARON, 2017, Council Post: Are Millennials Really That Different From Other Generations?. *Forbes.com* [online]. 2017. Available from: <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2017/07/26/are-millennials-really-that-different-from-other-generations/>

TIDSWELL, RICHARD, 2018, Why are millennials different to previous generations? - Business Doctors. *Business Doctors* [online]. 2018. Available from: <https://www.businessdoctors.co.uk/blog/why-are-millennials-different-to-previous-generations/>



## ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK

č. – číslo

s. – strana

P.n.l. – pred naším letopočtom

tzv. - takzvaných

i. – iné

DIY – Do It Yourself (urob si to sám)

t.j. – To jest

napr. – napríklad

Obr. - obrázok

## ZOZNAM OBRÁZKOV

Obr. 1 Minská freska

Zdroj: <https://www.alamy.es/foto-el-principe-de-los-lirios-fresco-minoan-corredor-de-las-procesiones-cnosos-creta-1550-1450-bc-artista-nj-saunders-28347579.html>

Obr. 2 Minojský kostým

Zdroj: Kniha Iris Brooke, str. 14

Obr. 3 Barokný odev 17. storočia

Zdroj: Pinterest.com

Obr. 4 Karikatúra dandy v dobových novinách

Zdroj: [https://www.britishmuseum.org/research/collection\\_online/collection\\_object\\_details.aspx?objectId=1504101&partId=1](https://www.britishmuseum.org/research/collection_online/collection_object_details.aspx?objectId=1504101&partId=1)

Obr. 5 Trend 60-tych rokov

Zdroj: <https://www.vintag.es/2018/05/60s-mini-skirts-for-men.html>

Obr. 6 He-skirt

Zdroj: <https://www.vintag.es/2018/05/60s-mini-skirts-for-men.html>

Obr. 7 Spevák Boy George

Zdroj: Boygeorge.com

Obr. 8 Ľudovít XIV

Zdroj: <https://www.louvre.fr/en/oeuvre-notices/louis-xiv-1638-1715>

Obr. 9 Cecil Beaton

Zdroj: <https://www.sothebys.com/en/buy/cecil-beaton-studio-archive/self-portrait-1925>

Obr. 10 Marc Bolan

Zdroj: <https://www.nytimes.com/slideshow/2016/01/12/t-magazine/get-the-look-luke-spillers-glam-rock-makeup/s/12tmag-spiller-slide-N4E5.html?smid=pin-share>

Obr. 11 Mick Jagger z Rolling Stones

Zdroj: <https://i.pinimg.com/originals/ec/f2/45/ecf245993fa127970398f9479c84ea6c.jpg>

Obr. 12 Popová hviezda Harry Styles

Zdroj: Archív Gucci

Obr. 13 K-popový fenomén Taemin

Zdroj: <http://taemin.smtown.com/>

Obr. 14 Herec Jaden Smith

Zdroj: [https://www.pudelek.pl/arttykul/87616/jaden\\_smith\\_zostal\\_twarza\\_kobiecej\\_kolekcji\\_louis\\_vuitton/](https://www.pudelek.pl/arttykul/87616/jaden_smith_zostal_twarza_kobiecej_kolekcji_louis_vuitton/)

Obr. 15 Rapper ASAP Rocky

Zdroj: <https://www.looklive.com/appearances/asap-rocky-attending-the-dior-pre-fall-2019-show-wearing-dior-shirts-2018-12-09/>

Obr. 16 Maison Margiela SS19

Zdroj: <https://www.youtube.com/watch?v=cNmP2W8v39o>

Obr: 17 Skupina Dir En Grey

Zdroj: [https://direngrey.co.jp/lang\\_en/](https://direngrey.co.jp/lang_en/)

Obr. 18 Kyo, 1997

Zdroj: <https://www.pinterest.com>

Obr. 19 Kyo, 2000

Zdroj: <https://mitsuko-raiko.tumblr.com/image/110471634195>

Obr. 20: Kyo, 2016, Rinkaku

Zdroj: <https://aya-suttoko.tumblr.com/post/46608575112>

Obr. 21 Kyo, 2017, Androgynos

Zdroj: <https://tefufefu.tumblr.com/post/163411970512/androgynos-201777-kyo>

Obr. 22 Meto, Mia zo skupiny MejiBray

Zdroj: <https://kyoselflove.tumblr.com/post/149663800804/meto-x-mia-mejibray-shoxx-284-photo-cards>

Obr. 23 Tsuzuku zo skupiny MejiBray

Zdroj: <https://i.pinimg.com/originals/d6/73/51/d6735113170471f70a94eee8484009bd.jpg>

Obr. 24: Kyo v skupine Sukekiyo, Anima live, 2016

Zdroj: Screenshot z Live Koncertu Sukekiyo

Obr. 25: Kyo, Androgynos live, 2017

Zdroj: Screenshot z DVD Dir en grey: Androgynos

Obr: 26 Kyo

Zdroj: <https://robiconic.tumblr.com/post/169264574720/phy-vol11-dir-en-grey-hq-scan-download-here>

Obr. 30-45

Zdroj: Vlastný archív

Obr. 46-65

Zdroj: Vlastný archív

## ZOZNAM PRÍLOH

Príloha č.1 - USB

