

Lidské požitky

Michaela Koreňová

Bakalářská práce
2021



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Design obuvi

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Michaela Koreňová**
Osobní číslo: **K18032**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Design obuvi**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Lidské požitky**

Zásady pro vypracování

1. Teoretická část:

Vypracujte studii na téma lidských požiteků. Uvedte příklady designérů zabývajících se tímto tématem.

2. Praktická část:

Vypracujte kolekci dvou párů obuvi a tří doplňků, ve kterých zhodnotíte znalosti z teoretické části práce. Navrhněte esteticky působivé řešení, jenž bude reflektovat problém lidských požiteků. Svě řešení doplňte o kresebné návrhy, střihová řešení a technický popis dokumentující vývoj jednotlivých modelů.

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 35 normostran

Rozsah příloh: minimálně 15 stran

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**
Jazyk zpracování: **Slovenština**

Seznam doporučené literatury:

LIPOVETSKY, Gilles. Éra prázdnoty: úvahy o současném individualismu. V českém jazyce vyd. 4. Přeložil Helena BEGUIVINOVÁ. Praha: Prostor, 2008. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-190-5.
LIPOVETSKY, Gilles a Sébastien CHARLES. Hypermoderní doba: od požitku k úzkosti. Praha: Prostor, 2013. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-283-4.
NIETZSCHE, Friedrich. Lidské, příliš lidské: kniha pro svobodné duchy. Přeložil Věra KOUBOVÁ. Praha: OIKOYMENH, 2010-. Knihovna novověké tradice a současnosti. ISBN 9788072984046.
WIKING, Meik. Umění vytvářet vzpomínky: jak si užít a zapamatovat šťastné okamžiky. Přeložil Markéta KLIKOVÁ. V Brně: Jota, 2020. Populárně naučná. ISBN 978-80-7565-655-1.

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

Datum zadání bakalářské práce: **1. prosince 2020**
Termín odevzdání bakalářské práce: **21. května 2021**



doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkan





MgA. Jana Buch
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 15. prosince 2020

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

Jméno a příjmení studenta:

podpis studenta

ABSTRAKT

Bakalárska práca je rozdelená do dvoch častí, teoretickej a praktickej. V teoretickej časti rozoberám tému ľudských pôžitkov, ako sa o nich dozvieme, ich definíciu a ako nás v živote ovplyvňujú, v praktickej časti využívam získané informácie na vytvorenie autorskej kolekcie, ktorá apeluje na ľudské pôžitky a zhmotňuje tento abstraktný pojem.

Kľúčová slova: pôžitok, užívaní, individualizmus, životní styl

ABSTRACT

This bachelor thesis is divided into two parts, theoretical and practical. In the theoretical one I treat the topic of what is the definition of human pleasures, how do we get to know about them and what is their impact on our lives. I then use the gathered information in the practical part where I create a collection of shoes and accessories embodying the abstract term that human pleasure is.

Keywords: pleasure, enjoyment, individualism, lifestyle

Ve světě věcí, reklamy a médií už každodenní život a člověk nemají vlastní váhu, neboť jsou ve vleku módy a zrychleného zastarávání: konečná seberealizace se shoduje s desubstancializací člověka, se vznikem přelétávých atomů, které následkem rychlého střídání vzorů nemají už žádný vlastní obsah, a proto se dají neustále recyklovat.

Gilles Lipovetsky

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

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1 ČO SÚ TO PÔŽITKY	11
1.1 DRUHY PÔŽITKOV	13
1.2 KEDY SI ZAČÍNAME UVEDOMOVAŤ PÔŽITKY	18
1.3 KTO NÁS TO NAUČÍ?.....	19
2 PÔŽITKY V UMENÍ A DIZAJNE	21
2.1 EMÓCIE V DIZAJNE	26
II PRAKTICKÁ ČÁST	31
3 KONCEPT KOLEKCIE S NÁZVOM „TRUFFLE“	32
3.1.1 Vplyv okolností na vývoj kolekcie	33
3.2 REŠERŠE	34
3.2.1 Materiálová rešerš.....	35
3.2.2 Farebnostná rešerš.....	36
3.2.3 Tvarová rešerš.....	37
3.2.4 Produktová rešerš.....	38
3.2.5 Dotazník.....	38
3.3 MOODBOARD	39
3.4 PERSÓNA A CIELOVÝ ZÁKAZNÍK	41
4 PREPOJENIE KOLEKCIE „TRUFFLE“	42
4.1.1 Riešenia.....	42
ZÁVER.....	48
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	49
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	50
SEZNAM PŘÍLOH	51

ÚVOD

Patřím do generácie Z. Záleží nám na našom osobnom šťastí viac ako členom predchádzajúcej generácie? Možno. Možno je však rozdiel len v spôsobe akým to prejavujeme. Sme podľa všetkého generácia uzavretejších jednotlivcov, ktorí sú síce technicky zdatnejší, no majú problém sústrediť sa. Naše prežitie je závislé (okrem iného) od prístupu k internetu a čo je najdôležitejšie, je závislé od neobmedzeného prístupu k zdrojom vecí, ktoré nám spôsobujú okamžitú radosť. Čo nás vedie k silnejšiemu prežívaniu momentu a vyvolávaniu týchto situácií?

Ako spoločnosť sme charakteristickí odčleňovaním sa od „stáda“ už čoraz častejšie žijeme izolovane. Vo východnej Európe najviac z celej Európy podľa údajov z roku 2014 ľudia pociťujú častú osamelosť či sociálnu izoláciu. To, že už nie je automatické patriť do spoločenskej skupiny nás vrhá do situácií, kde sme odkázaní sami na seba. Platí to aj na stavy dobrej nálady. Každý máme svoj moment blaženosti a či je to ranná šálka kávy alebo nečakané zrušenie naplánovanej schôdzky, sú to chvíle, v ktorých nás zaplaví radosť a zrazu sa cítime príjemne. To, aké je v živote dôležité byť šťastný je celosvetovo známy fakt skúmaný nielen vedcami ale aj vládnyimi orgánmi.

Práca je venovaná odkrývaniu tajov ľudských pôžitkov a skúma ich z hľadiska miesta, ktoré zaberajú v kolobehu našej dennodenosti. Vyskytujú sa v živote každého z nás bez ohľadu na vek, pôvod, či spoločenský status a aj napriek tomu sú ťažko definovateľné.¹ Exaktná definícia sa môže zdať nejednoznačná a premenlivá. Napriek tomu sa pokúsim opísať a istým spôsobom definovať pôžitok.

Pôžitky patria medzi fenomény, ktoré sa vyskytujú a vznikajú v konkrétnych situáciách. Preto sa najlepšie deklarujú na konkrétnych situáciách. Pre ich čo najlepšie priblíženie, sú jednotlivé časti bakalárskej teoretickej práce obohatené o ilustrujúce príklady.

Dopad pôžitkov na naše životy je esenciálnou časťou práce. Skúmame ich skrz vlastné subjektívne skúsenosti a pozorovania. Pozícia človeka, žijúceho pôžitkársky život v 21. storočí, mám na mysli seba, je ideálnym východiskom pre uchopenie tejto témy.

¹ LIPOVETSKY, Gilles a Sébastien CHARLES. Hypermoderní doba: od pôžitku k úzkosti. Praha: Prostor, 2013. s. 139. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-283-4.

Táto práca sa zámerne vyhýba historickým poučkám a vedeckému zázemiu pôvodu pôžitkov, rovnako ako neprináša vysvetlenia biologických procesov odohrávajúcich sa v ľudskom organizme sprevádzajúcich pôžitkárstvo.

Zaoberá sa však otázkou, ktorú sme si pri štúdiu tejto témy položili. *Prináša nám život v pôžitkoch a dopriavaní si želaný a očakávaný efekt šťastia?* Alebo len sami seba vrháme do nekončiacej špirály rýchleho uspokojenia bez dlhodobého zlepšenia kvality nášho života? V práci ďalej budeme hľadať súvislosti pôžitkov s rozličnými životnými zásadami napríklad s našimi hodnotami a konzumným spôsobom života. Súvislosti budú definované a tým spôsobom sa pokúsím odpovedať na položenú otázku. Pri písaní sa inšpirujem esejami filozofa menom Gilles Lipovetsky, ktorého pohľad na prežívanie jednotlivcov ma značne ovplyvnil a ďalej budem čerpať z aktuálnych článkov a prednášok k téme.

Hlavným cieľom teoretickej časti je pochopiť akú rolu hrajú pôžitky v našich životoch, poukázať na ich dôležitosť pre naše psychické zdravie.

Moja teoretická časť bakalárskej práce je pre mňa základom pre praktickú časť bakalárskej práce, v ktorej zhotovím kolekciu dvoch párov obuvi a troch doplnkov na tému ľudské pôžitky. Kolekcia je mojim osobným návrhom riešenia tejto témy a prináša výsledné stanovisko, ktoré zaujímam po preštudovaní a vyhodnotení jednotlivých aspektov.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ČO SÚ TO PÔŽITKY

Bezpochyby termín pôžitok patrí do nášho každodenného slovníka, pretože samotný pôžitok je prirodzenou súčasťou našich životov, či už si to uvedomujeme alebo nie. Pôžitok je moment, prinášajúci radosť v ktoromkoľvek bode nášho bytia. Pôžitok prežívame vo chvíľach, keď nás niečo nesmierne baví, alebo lahodí našim očiam, ušiam a iným zmyslom. Páči sa nám ten pocit a vyvoláva v nás chuť privodiť si ho znovu a znovu. Prečo je tomu tak? Akoby mal pôžitok akúsi čarovnú (povedané poeticky), nenahraditeľnú moc. Akoby mal schopnosť zafarbiť obraz tam, kde ho vidíme čierno-bielo, či doplniť energiu tam, kde chýba. Opodstatnenosť týchto úvah sa dá premietnuť na niekoľkých konkrétnych situáciách a zásadná otázka znie: *Je to pôžitok?*

Keď si po dlhšej dobe spania mimo vlastnej postele konečne si opäť ľahneme do jej mäkkých útrobov.

Keď ráno uhasíme smäd čerstvou vodou.

Keď počúvame hudbu, ktorá nás oslovuje.

Pôžitok môže mať nespočetne veľa podôb, ktoré sú v istom zmysle determinované konkrétnou situáciou. Je skoro nemožné a zároveň to nie je ani cieľom práce, definovať jeho konkrétnu podobu, druh a tvar. Čo sa však konštatovať dá je, že vždy prebieha v konkrétnom čase. Ak je pocit pôžitku očakávaný – anticipovaný, prebieha v blízkej či vzdialenejšej budúcnosti. Je možné sa naň tešiť vopred, vďaka vedomiu, že nám zlepši deň, takže zároveň zasahuje aj do súčasnosti. Pokiaľ už prebehol v minulosti a môžeme ho prežívať ako spomienku – reminiscenciu. Táto úvaha nás smeruje k tomu, že pôžitok môže mať podobu konkrétnej udalosti, teda môže byť hmatateľný, no môže mať aj podobu myšlienky, teda môže byť nehmatateľný. Ďalšou zásadnou otázkou je: *Čo je väčším pôžitkom?*

Vedomie, že si večer doprajeme horúci kúpeľ s penou a sviečkami vo fáze prípravy, anticipácia pôžitku, alebo ten časový priestor, v ktorom samotný akt kúpania, už nastane. *Myšlienka, či realizácia? Z násobíme pôžitkový moment anticipáciou alebo, intenzívnym myslením na to čo sa ide udiť len znížime účinok samotného pôžitku v konkrétnom momente? Akú úlohu zohráva naše nevedomie či daný pôžitok nastane?*

Pôžitok úzko súvisí so šťastím, no nie je to ten istý pojem. *Takže čo je vlastne pôžitok?*

Moment, časový úsek, myšlienka, chvíľa, predtucha, možnosť, matematická pravdepodobnosť, úsmev, farba, vôňa... Pôžitok má nekonečné množstvo podôb. Môže to

byť situácia, ktorá už znovu nenastane, či konštelácia nesúrodých prvkov v priestore, ktorá sa na moment prejaví ako utešujúca. Môže to byť absolútne čokoľvek čo je pre každého jedinca niečím výsostne osobitým. Inklinácia k istému druhu pôžitkov hrá významnú rolu pri definovaní osobnosti. Tieto jemné individuálne odchýlky vnímania si okolie mnohokrát nevníma, alebo nevidí, či ich zámerne ignoruje. Môžu mať podobu súzvukov, harmónie melodických hlasov, ktoré sú pre ostatných nepostrehnuteľné a irelevantné. Pôžitky môžu byť činnosti, ktoré obľubujeme, inokedy môžu byť našou prácou, alebo len výsledkom konania iných.

Veľmi špecifickou kategóriou pôžitku je pôžitok z nejakého utrpenia. Táto kategória sa v kontexte tejto práce považuje za kontroverznú, no keďže je súčasťou témy, je potrebné ju uviesť. Pôžitky tohto druhu môžu vzniknúť za zvláštnych podmienok, okolností. Ide o späťosť s bolesťou. *Môže nám bolesť spôsobiť pôžitok? Môže nám niekoho bolesť spôsobiť pôžitok?* Na poslednú otázku si asi musí odpovedať každý sám. Je pravdou, že bolesť je často nevyhnutným východiskom k dosiahnutiu pocitu pôžitku, preto ju istým spôsobom sa dá považovať za jej súčasť. Jednoduchým príkladom je vykonávanie fyzicky náročnej aktivity, akou je napríklad cvičenie. Zo začiatku sa prechádza štádiom bolesti, kým sa získa kondička, napriek tomu sa k cvičeniu vraciame. Dokonca si uvedomujeme, že by to bez tej bolestivej časti nebolo ono. Možno práve tá ešte znásobí dobrý pocit po cvičení. Na podobnom princípe určite funguje aj „zakázané ovocie“, ktoré vraj chutí najlepšie. Tento prototyp ľudského správania započala už Eva s Adamom, keď boli vyhnaní z raja. V tomto prípade je možné, že sa nám ozve svedomie a naruší nami očakávaný vytúžený pôžitok. Rozhodne je to však jeho vidina, ktorá núti jednotlivca konať zakázané. Tejto oblasti sa ďalej nebudem podrobnejšie venovať, ale pre celistvosť uchopenia témy bolo dôležité ju spomenúť.

Ďalšou zásadnou otázkou je: *Akú cenu sme ochotní zaplatiť za chvíľku pôžitku? Je pôžitok prejavom čistého konzumu (komfortu), alebo sebeckého obšťastňovania sa?* To by znamenalo, že sa radíme medzi narcisov, ktorým nezáleží na nikom a na ničom, len na svojom osobnom šťastí. Takáto predstava je trochu desivá. *Existujú nejaké hranice, alebo je to iba o správnom načasovaní?* Alebo chceme pôžitky aj za cenu výčitiek a následného pocitu viny, hoci tá bude pravdepodobne prítomná vždy. Tak sa pôžitok môže stať presným opakom tvrdení na začiatku kapitoly. Jeho „čarovná moc“ sa mení na zatracujúcu a sebazničujúcu a výčitky svedomia sa stávajú záchranným kolesom ľudského bytia. *Oplatí sa vôbec snažiť o obhajobu takýchto pôžitkov?* Preferovaný je názor, že pozitívny náboj - pôžitku od jeho východiskovej podoby až po jeho realizáciu má pre jedincov skutočný

význam. Takýto pôžitok nestráca svoju autenticitu a skrýva v sebe ohromný potenciál aktivovať a podnecovať v nás kreatívne schopnosti, empatiu a všímavosť.

Dá sa konštatovať, že nevyslovená definícia pojmu pôžitok v sebe skrýva veľa kontroverznosti a subjektívneho hodnotenia objektívnych javov a situácií.

1.1 Druhy pôžitkov

V živote človeka sa vyskytujú pôžitky v rôznych podobách. Ich množstvo je priamo úmerné množstvu ľudských pováh, charakterov, všeobecne sa dá povedať, jednotlivcov. To by znamenalo, že každý pôžitok má v živote jednotlivca svoju relevanciu, svoje osobité miesto a význam. Takže akékoľvek hodnotenie pôžitku niekoho iného by bolo neobjektívne a nespravodlivé. Teda ak by sme chceli nejaký typ pôžitku vylúčiť, či ignorovať jeho relevanciu, zámerne ho medzi pôžitky nezaradiť, asi by sme s tým mali problém.

V rámci snahy o čo najpravdivejšie a najpresnejšie definovanie problematiky pôžitkov sa predsa len pokúsime o ich zatriedenie do akýchsi kategórií. Pri zohľadnení subjektívneho vnímania sa ponúka rozdelenie podľa:

- **časového rozsahu**
- **formy** v akej ich najčastejšie môžeme zažiť na **fyzické a abstraktné**
- **potreby** - nevyhnutnosti (závislosť) – banálne, nutné (závislosť- nie je už pôžitkom ale pre nás je už niečím samozrejším)
- **zmyslov**, na ktoré apelujú
- **miesta** kde prebiehajú na **osamote a verejné**

Na základe týchto kritérií môžeme začleniť väčšinu pôžitkov, z nášho pohľadu výlučne tých najbežnejších. Pre účely tejto práce sú uvedené kritériá veľmi užitočné. Musíme však zdôrazniť, že jednotlivé skupiny – druhy pôžitkov sa navzájom prepájajú najmä vďaka kontextu konkrétnych situácií.

Krátkodobé a dlhodobé pôžitky sú tie, ktoré rozlišujeme podľa schopnosti dosahu ich pôžitkového momentu. V prípade, že si privodíme krátkodobý pôžitok ide o takzvané instantné utíšenie práve prebiehajúcej emócie, ktoré ale nie je nutne prepojené so slabou vôľou. Naopak často ide skôr o zaistenie našej bežnej existencie (plynulého chodu) bez výraznejších výkyvov nálad. Napríklad, ak vieme, že nás čaká náročnejšie popoludnie v práci, alebo sa chystáme na náročný test, môžeme si vopred dopriať pokojné ráno

s příjemnou hudbou. Za ešte kratší pôžitok môžeme považovať taký, ktorý je neplánovaný a vzniká ako priama reakcia na nejakú nečakanú udalosť. Môže ísť napríklad o kúsok čokolády v stresujúcej chvíli. Medzi dlhodobé pôžitky zaraďujeme tie s dlhším dosahom, také, ktoré majú schopnosť v nás znásobiť pocit naplnenosti na dlhšiu dobu. Mohol by to byť vytužený výlet do krásnej destinácie, alebo menšiu renováciu izby, či nový počítač. V týchto prípadoch nejde o krátkodobé uhasenie smädu ale o cielené, premyslené aktivity. Dlhodobý pôžitok zanecháva v mysli hmatateľnejšiu a trvácnejšiu stopu, z ktorej sa dá čerpať pocit blaženosti a uspokojenia, ešte dlho potom ako skončil. Ide teda o vzácnejšie, ojedinelejšie príležitosti, na ktoré sa dokonca môžeme tešiť už vopred, čo ešte predlžuje časový interval pôžitku. Netreba zabúdať na to, že kritérium potreby sa dá uplatniť rovnako aj na krátkodobé a dlhodobé pôžitky.

Na obrázku (Obr. 1) je vidieť záber z ulice v Koldingu na ceste do školy. Je na ňom biela perzská mačka v okne. Bol to moment v dni, ktorý zabezpečil úsmev na tvári a zmenil predtým stresujúci zážitok na niečo veľmi vtipné a vlastne úplne presmeroval deň. Nešlo o hocijaký typ mačky, ale presne o ten, ktorý vlastní doma moja rodina. Tým sa poukazuje na fakt, že pôžitky často majú funkciu vytvárania komfortu. Môže sa zdať, že pojem domov stelesňuje pohodu a bezpečie. Keď sa osoba pokúsi domov si vytvoriť, alebo ho priniesť kamkoľvek ide, je pravdepodobné, že to bude prispievať na jej každodenné šťastie a každodenný pôžitok. V situáciach, kedy sa nachádzame mimo domov, alebo kedy sme si neistí, či nemáme dostatočnú oporu v našom prostredí môžeme sklznúť do úzkostných stavov. Prekonávanie seba samého, trémy a adaptovanie sa na nový kolektív či systém vyžaduje dávku odvahy a je to prirodzená súčasť osamostatňovania sa. Napriek tomu, že sa snažíme byť čo najlepšou verziou seba samých, sú momenty, ktoré nás podporia aj v cudzom prostredí. Práve jedným z nich bol spomenutý moment s mačkou. Nepredvídaná udalosť, ktorá ma uistila v tom čo robím, pripomenula mi odkiaľ som a že všetko je v poriadku, dodala mi potrebnú odvahu a pomohla mi vrátiť sa k užívaniu si chvíľ na novom mieste.



Obr. 1 Príklad neočakávaného abstraktného pôžitku²

Fyzické a abstraktné pôžitky ovplyvňuje forma, respektíve spôsob ich prežívania. Oba spôsoby sa samozrejme navzájom prelínajú a mnohokrát prebiehajú paralelne. Pri materiálnych – fyzických myslia sa tým tie, ktoré je možné kúpiť a následne ich používať, či konzumovať. Napríklad dlho vytúžený darček alebo luxusná fľaša vína. Pokiaľ by nám samotný akt otvárania fľaše priniesol tiež pôžitok, sa dá hovoriť o kombinácii fyzického a abstraktného pôžitku, alebo o paralelnom prežívaní. Medzi nehmateľné zážitky aktivujúce abstraktný pôžitok môžeme zaradiť napríklad západ slnka, radosť zo spoločnosti nejakej osoby, alebo skupiny priateľov. Počúvanie hudby, alebo ten moment, keď konečne dokončíme projekt, alebo sa nám skončí smena v práci. Sú to pôžitky, ktoré priamo prehovárajú k nášmu „srdcu“ či „vnútru“ a preto ich nevieme celkom bližšie pomenovať.

Na príklade (Obr. 2) je zobrazená tá istá situácia v rôznom čase a podmienkach. Vľavo, je záber zo 6. júna 2018, ako s priateľkou (prítomnosť priateľky ako abstraktný pôžitok) čakáme na lietadlo (cestovanie ako dlhodobý verejný pôžitok), dopriali sme si kávu (zmyslový fyzický pôžitok) a naozaj sa bavíme a užívame si každý moment nášho vydobytého výletu. Na zábere (Obr. 2) pravo je to isté letisko aj ten istý stôl pár dní na to v čase 27. júna 2018. Cestovala som sama a za prácou. Hoci som bola plná očakávaní,

² Koláč cudzia mačka v okne pohľad z ulice a vlastná mačka doma v okne [autorovo osobné úložisko]. In: . Kolding a Banská Bystrica, 2020, 2017 [cit. 2021-01-25].

cestovanie osamote si užívam a tešila som sa na môj pobyt, nebola som úplne pokojná. V hlave sa mi stále točili myšlienky o prestupoch a o dvojdňovej ceste a bolo pre mňa náročné zrelaxovať. Preukazuje to teda, že hoci aj ideme za vytúženým cieľom a daný zážitok spĺňa naše požiadavky na pôžitok, je pravdepodobné, že by to napríklad zdieľanie cesty s osobou, ktorú máme radi oveľa spríjemnilo. Cesta by mala iný charakter, spoločnému čeleniu problémom a by sa momenty užívali lepšie.



Obr. 2 Príklad znásobenia pôžitku prítomnosťou obľúbenej osoby³

Významnou kategóriou, ktorá sa úzko viaže na všetky druhy pôžitkov je skupina takzvaných **zmyslových pôžitkov**. Tvorí jednoznačne najobjemnejšiu a najzastúpenejšiu skupinu. Považujeme preto za podstatné ju definovať. Každý človek je majiteľom nejakých zmyslov, ktoré vo svojom bytí viac či menej, vedome, či nevedome využíva. Je známy fakt, že ak človek napríklad nemá zrak, má silnejšie vyvinuté ostatné zmysly. Táto skutočnosť má iste významný vplyv na konečnú podobu a hodnotu zmyslového pôžitku. Teda vnímame ich výlučne zmyslovými orgánmi a konáme ich práve kvôli pôžitku daného orgánu. Dalo by sa povedať, že vzniká akási osudová reakcia medzi jedincom a konkrétnym javom. Môže ísť o

³ Čakanie na letisku: Príklad znásobenia pôžitkového momentu prítomnosťou obľúbenej osoby [autorovo osobné úložisko]. In: . Budapešť letisko, 2018, 2018-06-06 a 2018-06-27 [cit. 2021-01-25].

esteticky příjemné záležitosti, ale rovnako o obľúbený zvuk či zákusok, alebo na dotyk lákavý materiál. V mnohých prípadoch zmyslových pôžitkov sú zmysly natoľko omámené, až sa zdá nemožné im odolať.



Obr. 3 Príklad fyzického dlhodobého zmyslového pôžitku osamote⁴

Pôžitky osamote a verejné tvoria ďalšiu dôležitú kategóriu. Z hľadiska spôsobu prežívania sa pri nich dostávame na úplne inú hĺbkovú úroveň. V súkromí sa na svet pozeráme inými očami a môžeme si ho tiež inak vychutnávať. Pôžitky teda naberajú zásadne inú hodnotu pokiaľ si ich doprajeme bez svedkov v intímnom prostredí – osamote. Miesto tak môže ovplyvňovať našu schopnosť rozoznávania či sa jedná o pôžitky autentické, alebo nie. Pri verejných pôžitkoch, teda takých, kedy v momente ich prežívania nie sme osamote, závisí hlavne na tom, ako uvoľnene sa cítime v danom prostredí. Je dôležité, aby sme si uvedomili diverzitu úrovne prežívania pôžitkov a ich tvárnosť podľa aktuálnych podmienok. Napríklad v prípade, že niekto považuje za pôžitok ísť sa pozrieť na film do kina, je možné, že budeme nútení zľaviť z našich požiadaviek na dokonalý zážitok. Samotný pôžitok pravdepodobne ovplyvnia viaceré faktory, napríklad zdieľaný priestor s ostatnými, ktorý podmieňuje aj naše oblečenie a vhodné správanie sa. Pobyt v kine predpokladá, že nenarušíme zážitok ostatným, takže sa môže stať, že prejavené reakcie na podnety na verejnosti sa budú výrazne líšiť od

⁴ *Dotyk domáceho zvieratka: Príklad zmyslového dlhodobého fyzického pôžitku* [autorovo osobné úložisko]. In: . Zvolen, 2018, 2018-04-05 [cit. 2021-01-25].

tých „úprimných“, prežívaných osamote. Pôžitky verejné teda prirodzene podliehajú spoločenskej konvencii, ktorá ich zároveň ovplyvňuje. Samozrejme naša povaha a charakter sú vždy prvoradými ukazateľmi každého prežívania, a teda je jasné, že od nich veľmi závisí ako sa jedinec prezentuje na verejnosti a ako vníma vlastné pôžitky. V tejto kategórii platí aj opačný model takzvanej „masky“, kedy osoba na verejnosti vykazuje prejavy maximálneho pôžitkára žijúceho podľa motta „carpe diem“, zatiaľ čo v momente, kedy „stratí obecnosť“, to už pre ňu stráca význam. V súkromí – osamote teda môže byť úplným opakom. Dôsledkom takéhoto modelu správania môže vzniknúť problém vnímania skutočných, autentických pôžitkov.⁵

V dnešnej dobe je vyslovene v móde zdieľať svoj úspešný život na sociálnych sieťach. Často je na nich predstavovaný v jeho skreslenej idealizovanej verzii, v podobe samých krásnych chvíľ užívania si. V skutočnosti je pri tom často viac času stráveného aranžovaním prežitého momentu, napríklad vyrábaním daného príspevku, či ilúzie dokonalej fotografie, než užívaním si samotným.⁶

1.2 Kedy si začíname uvedomovať pôžitky

Domnievam sa, že hoci nás pôžitky sprevádzajú už od detstva, nie je pravidlom, že o nich automaticky uvažujeme aktívne. Môžeme síce vnímať ich vplyv, ale to, v ktorom momente si ako samostatná osobnosť začneme uvedomovať, že ide práve o pôžitky, je individuálne. Ako deti si skôr intuitívne volíme to, čo sa nám páči a čo sa nám naopak, nepáči. Prejavujeme primitívnou rečou súhlas či nesúhlas a snažíme sa vydoberať si viac toho, čo nám spôsobuje radosť a robí nás šťastnými. Pôžitky prežívame od útleho veku, neznamená to však, že ich aj evidujeme. U každého má ich prítomnosť iný význam a vplyv, avšak každý z nás s rastúcim vekom a s nadobúdajúcou slobodou myslenia má väčšiu schopnosť kontrolovať ich. Zoznamujeme sa s nimi postupne a individuálnym tempom a rovnako si ich postupne a individuálnym tempom aj uvedomujeme. Keďže pôžitky aktívne zasahujú a zároveň ovplyvňujú naše prežívanie, nútia nás zamyslieť sa nad nimi a prechádzajú z intuitívnej – nevedomej roviny do aktívnej – vedomej roviny.

V súčasnosti existuje množstvo maloletých aktívne sa oddávajúcich pôžitkom, čo je veľmi zaujímavý fenomén. Stoja si za nimi a niektoré sa stávajú neoddeliteľnou súčasťou ich

⁵ LIPOVETSKY, Gilles. Éra prázdnoty: úvahy o súčasnom individualizmu. V českém jazyce vyd. 4. Přeložil Helena BEGUIVINOVÁ. Praha: Prostor, 2008. s. 96. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-190-5.

⁶ LIPOVETSKY, Gilles. *Paradoxní štěstí: esej o hyperkonzumní společnosti*. Praha: Prostor, 2007. s. 342. Střed (Prostor). ISBN 9788072601844.

každodenného života. Je možné konštatovať, že si tak, pravdepodobne nevedomky kladú prvé kamene svojho vlastného životného štandardu a definujú si svoj vlastný luxus. Samozrejme nie všetci dôsledkom rozmanitých podmienok dospejú k tým istým štandardom v rovnakom veku. „Pôžitkárom“ tak môže byť naozaj ktokoľvek a kedykoľvek.

Kedy si vlastne začíname uvedomovať pôžitky naplno? Stimulom môžu byť úplne bežné situácie ako je napríklad zmena prostredia – cestovanie, či sťahovanie. Vtedy sme nútení adaptovať sa a vzniká väčšia šanca dospieť k záverom, že isté činnosti sú pre nás naozaj pôžitkami. Vtedy sa môžeme pokúsiť o ich dohľadanie, či naučiť sa fungovať s nimi alebo bez nich. Pokiaľ sa rozhodneme pre druhú možnosť, návrat k nim bude omnoho väčším pôžitkom. Podobným prípadom, avšak s negatívnejším nábojom, sú pôžitky, ktoré si priznáme až keď nám začnú narúšať našu emočnú harmóniu v živote. V tomto prípade je potrebné upozorniť na to, že hranica medzi pôžitkom a závislosťou je mnohokrát tenká. Z toho dôvodu je dôležité zamyslieť sa nad touto otázkou a dbať na to, aby sme ju pre dobro osobného rozvoja dostatočne ustriehli. Často sa pôžitok mení na niečo nutkavým a pravidelným, až postupne prestávame vnímať rozumné hranice. O zmenách a nezdravých posunoch v našom pôžitkárstve sa našťastie môžeme dozvedieť aj vďaka nášmu okoliu, ktoré je voči nim vnímavejšie a teda nás na ne môže včas upozorniť.

1.3 Kto nás to naučí?

Človek ako spoločenský tvor je súčasťou rôznych etník. Vyrastá v rozdielnom kultúrnom prostredí, ktoré ho formuje, kladie mu podmienky a vyžaduje od neho istý vzor správania. Aj akceptácia pôžitkov je teda v rôznom prostredí odlišná. Hoci rozoznávame identické pôžitky, ktoré existujú v rôznych spoločenských etnikách, keď sa pozrieme bližšie, zistíme, že štandardy ich prejavov sú na rozličnej úrovni. Tieto rozdielnosti sú pozorovateľné aj v menšej skupine ľudí, vyrastajúcich v rovnakých podmienkach, v jednom spoločenstve. Stačí, že jedinci sú rôzneho pohlavia a majú iné zmýšľanie, iné videnie toho istého javu. Ide napríklad o spôsob trávenia voľného času, alebo užívania si dôchodku, u ktorých sú rozdiely evidentné. Jedinečnosť nášho etnika, naše pohlavie či kultúra sú aktívnymi činiteľmi v tom ako prežívame momenty šťastia.

Zamyslenie sa nad pôvodom ľudských pôžitkov, keď už o nich vieme a sme s nimi stotožnení, vytvára priestor na ďalší uhol pohľadu. *Kto bol tou kľúčovou osobou, ktorá jedmotlivca najviac ovplyvnila a od ktorej bola schopnosť prežívať daný pôžitok odporovaná?* Napriek skutočnosti, že k väčšine pôžitkom sa človek dopracuje sám, nie je

tajomstvom, že často sú pôžitky len prevzatými vzormi správania niekoho iného. Napodobňovanie je prirodzenou súčasťou vývoja človeka, rovnako ako skúšanie niečoho nového, nepoznaného. Pri tomto objavovaní väčšinou asistuje nejaká konkrétna osoba, ktorá ho istým spôsobom ovplyvňuje. Hlavnou hypotézou teda je, že najsignifikantnejším vplyvom pri tvorbe pôžitkov je výchova a prostredie, v ktorom vyrastáme. Pokiaľ noli jednotlivec od malička izolovaný od prejavov pôžitkárstva, alebo mu boli z akýchkoľvek dôvodov odopierané, je predpoklad, že v tomto smere bude v budúcnosti značne zakrpatený.

Vzťah k užívaniu si sa dá nadobudnúť aj vo vyššom veku. Osoba, ktorá v detstve nenadobudla k pôžitkárstvu vzťah nemusí chápať zmysel a prínos pôžitkov a môže sa jej to zdať neprirodzené. Pokiaľ sa napriek tomu jednotlivec rozhodne zmeniť svoj model správania a prijať pôžitok ako prirodzenú súčasť bytia, časom zistí, že má na neho pozitívny účinok. Postupne si rozširuje vlastnú škálu pôžitkov a začne sa mu odkrývať úplne nový pohľad na svet. Síce oveľa neskôr, ale zadováži si v živote veľa krásnych momentov spoznávania niečoho nového. Aj vďaka tomu môže dosiahnuť nekonečnú rozmanitosť v tomto smere, ktorá sa stane tou najvzácnejšou hodnotou.

V živote spoznáme veľa ľudí, no pre rozvoj pôžitkára v nás sú relevantné dva typy ľudí.

Idol alebo **vzor**, ktorý je prvým spúšťačom nášho vnímania pôžitkov. Domnievam sa, že hoci nie vedome, ale na začiatku bol niekto, od koho sa jednotlivec pôžitkárstvu naučil. Počas života je možné ich stretnúť niekoľko, keďže sa stále vyvíjame, prehodnocujeme naše názory a vzhládame k iným hodnotám. Naše idoly tu jestvujú iba v istom časovom okamihu a väčšinou nás ovplyvňujú iba v určitom období. Nemusí s nimi nutne dochádzať k ďalšej interakcii.

Podporovateľ je druhým typom, s ktorým je to opačne. Do tejto kategórie patria osoby, ktoré na nás dohliadajú zblízka a majú podobné záujmy ako my sami. Sú nimi najčastejšie naši veľmi blízki priatelia. Záleží im na našej pohode a sú pripravení ponúknuť pomoc pokiaľ potrebujeme naviesť späť na správny smer.

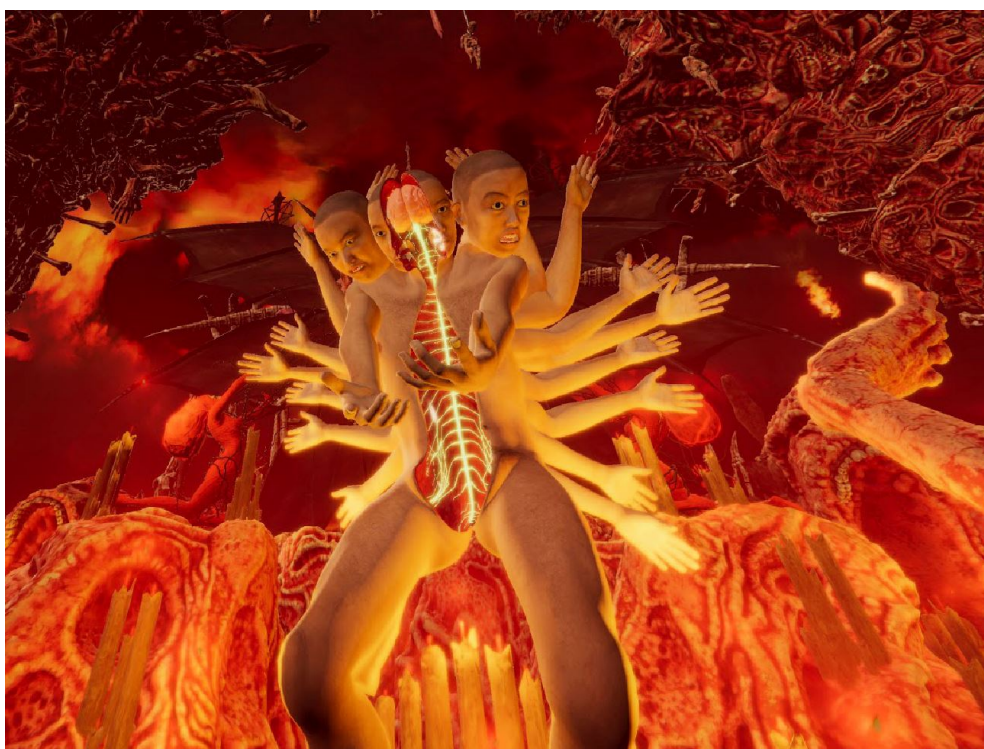
2 PŮŽITKY V UMENÍ A DIZAJNE

Koncept pôžitkov v umení a dizajne má svoje špecifické postavenie a význam. Je skoro nemožné viesť polemiku o ktoromkoľvek z jeho aspektov a nezapojiť do nej osobnú skúsenosť, výpoveď o vlastných zážitkoch, emóciách, ktoré pri interakciách s nimi prirodzene prežívame. Zároveň posudzovať pôžitky v umení a dizajne identickými kritériami nie je celkom možné. Predsa len zameranie dizajnérov je v istej miere odlišné od zamerania umelcov, hoci výsledky ich úsilia nie sú vždy úplne discernovateľné. Tieto umelecké zamerania sa venujú problematike vplyvu produktov na ľudské emócie asi najintenzívnejšie. Výsledky ich práce majú schopnosť vyvolať u konzumenta skutočne autentickú reakciu. Význam pôžitkov v umení je nespochybniteľný. Každý si uvedomuje ako vplýva na jeho vnútro a je považovaný za niečo nad rámec bežného diania. Prináša do života pridanú hodnotu a rozvíja cítenie, kreativitu či predstavivosť. Aktivuje v nás jedinečné pocity a siahame po ňom často práve pre pôžitok, ktorý očakávame, že prinesie. Je však zaujímavé pozorovať, akým spôsobom si každá umelecká individualita obhajuje vlastnú tvorbu, či s akým presvedčením a cieľom tvorí. Existuje celé spektrum odôvodnení/motivácií, preto by nebolo fér vymedzovať umenie na výlučne estetický počin, alebo snáď prejav rozkoše /márnotratnosti. Umelec totiž nemusí pri tvorbe myslieť na to, aký dopad bude mať jeho dielo na verejnosť, či naopak, môže tvoriť práve za účelom uspokojenia svojho klienta. Môže sa snažiť o osvetu, alebo vzbudzovať pobúrenie. Myslime teda na to, že medzi umelcami prebiehajú neustávajúce, živé výmeny názorov na to, čomu by umenie malo primárne slúžiť, alebo aká je miera ich zodpovednosti (ak vôbec) voči objektívnemu svetu za obsah vložený a zdelaný v ich tvorbe. Výtvarné umenie a dizajn teda implementuje výrazný podiel pôžitku, napriek diskutovaným rozporom.

Túto problematiku konkrétnejšie premietneme na príklade mladej čínskej umelkyne Lu Yang. Toto meno je vybrané z dôvodu, že výrazne demonštruje presne tie sféry problémov, na ktoré sa v práci odkazuje. A hoci jej estetický prejav nie je preferovaný, pre lepšie pochopenie existujúcej diverzity pohľadov na umeleckú tvorbu, stručný ponor do jej umeleckého sveta.

Lu Yang je veľmi kontroverznou a nekonvečnou umelkyňou, ktorá samu seba nerada radí do akýchkoľvek konkrétnych typov umenia. Jej tvorba zahŕňa kombináciou rôznych médií, využíva počítačové softvéry, programy, 3D modelovanie a scany, virtuálnu realitu. V podstate využíva čokoľvek, čo napomáha interpretácii jej predstavy. Vždy má svoje výstupy sprevádzané techno či elektronickou hudbou, čím dosahuje apel na čo najviac

zmyslov. Práce Lu Yang sú prezentované na svetových výstavách, akými sú napríklad aj Benátske bienále. V tvorbe odzrkadľuje osobný záujem o neurológiu či biologické vedy, ľudské telo – často jej vlastné, ktoré považuje za objektívnu entitu. Je výrazne dominantným prvkom v jej tvorbe a využíva ho vo veľmi naturalistickom poňatí. Často vzbudí u konzumenta – diváka pohoršenie. Nebojí sa kombinovať rôzne námety s rôznymi prostriedkami a vo výslednom diele teda nachádzame napríklad štýly japonskej Mangy s prvkami videohier, či s odkazmi na východnú kultúru. Môžeme dospieť k pocitu, že autorka inšpirácie prepája intuitívne, simultánne počas tvorenia. O absurdných kombináciách sama hovorí, že má rada ten „pocit slobody, ktorý miešaním vzorov dostáva“⁷.



Obr. 4 Lu Yang, The Delusional World (2020)⁸

Z môjho subjektívneho pohľadu jej tvorba pôsobí tréfalo, akoby skrz ňu prekračovala všetky pomyselné hranice slušnosti a priamo ňou narúšala moju osobnú komfortnú zónu. Lu Yang sa o vlastnej tvorbe vyjadruje ako o „predĺžení jej samej, o rozšírení všetkého,

⁷ Originál: “I like the sense of freedom I get from that.”

⁸ YANG, Lu. The Delusional World. In: GASKIN, Sam. *Ocula Magazine*[online]. Melbourne, 2020, 2020 [cit. 2021-01-25]. Dostupné z: <https://ocula.com/magazine/art-news/lu-yang-destroys-self-through-motion-capture/>. Motion capture performance (still).

čo z nej robí ju“⁹. Všetko čo tvorí, tvorí pre seba, neodlišuje prácu od osobného života a nemyslí pri tvorbe na nikoho iného.¹⁰ Považujem ju teda za typ umelkyne, ktorá svoju prácu robí pre vlastnú sebarealizáciu, svoj osobný rozvoj a pôžitok. Vytvára si unikátny vesmír, v ktorom sa cíti komfortne a do ktorého sa rada vracia. V tvorbe si pre seba vytvára podnety na vyvolanie vlastnej reakcie či emócie, ktorých, podľa jej slov, v skutočnom živote veľa nenachádza. Z jej výpovede: „V mojom každodennom živote nemám veľa pocitov“ by sme mohli dedukovať, že vo fyzickom (objektívnom) svete často nenachádza útechu v zmysle pôžitku, neprežíva rovnaké emócie spoločne s ostatnými a na stimuláciu vlastných pocitov. Potrebuje viac než len „bežné“ či tradičné okolnosti v živote na rozdiel od pocitov väčšiny ľudí. Sama sebou, autenticky sa cíti na internete, kde nachádza pocit absolútnej slobody. Svoje práce opisuje ako médium, spôsob prenosu svojich pocitov, ktoré potrebuje nejakým spôsobom exponovať, dostať zo seba von. Svojou tvorbou neapeluje na problémy spoločnosti a nezáleží jej na tom, či si nájde svoje publikum. Ultimátnym zámerom jej umeleckých diel je, aby uspokojovali jej zvedavosť, naplnili jej očakávania, aby našla vždy to správne médium na komunikovanie vlastných predstáv. Marianna Cerini v článku *Pleasure Principle: Meet the Chinese artist breaking taboos for fun, not politics* píše, že jej práca je priam „nasiaknutá nezameniteľným hedonizmom“¹¹. S týmto vyjadrením je možné jedine súhlasiť, pretože motivácie Lu Yang pri tvorbe umeleckých diel jasne deklarujú snahu zadovážiť si moment zážitku, uľaviť si od problémov, či zmierniť nejaké vlastné utrpenie alebo utíšiť vlastné nutkanie.¹² Nekladie svojmu prejavu zábrany a tým si vytvára priestor žiť naplno, podľa seba. Nemá potrebu opodstatňovať a vysvetľovať svoje rozhodnutia v umeleckých dielach a tým ešte väčšmi odstraňuje akékoľvek prekážky a zdanlivé hranice v prejave. V panelovej diskusii, ktorá sa uskutočnila v Hong Kongu 28. marca 2018 s názvom *Art is for pleasure not politics: contemporary art fails to influence political discussion*¹³ ponúka názory a odpovedá na otázky.

⁹ Originál: „They are an extension of what defines me as a person,” Lu said of her artworks. “I don't really separate my work from my private life. Everything I create is for myself. I don't have any other viewer in mind.“

¹⁰ LIPOVETSKY, Gilles., ref. 2, s. 146.

¹¹ Originál: „Instead, her work is imbued with an unmistakable hedonism.“

¹² NIETZSCHE, Friedrich. *Lidské, příliš lidské: kniha pro svobodné duchy*. Přeložil Věra KOUBOVÁ. Praha: OIKOYMENH, 2010-. s. 127. Knižovna novověké tradice a současnosti. ISBN 9788072984046.

¹³ ARNOLD, Kristin. The Definition of a Panel Discussion. *Powerful panels with Kristin Arnold*[online]. (2014- 03 -15), 1 [cit. 2021-01-24]. Dostupné z: <https://powerfulpanels.com/definition-panel-discussion/> Preklad: „Umenie slúži pôžitku, nie politike: ako súčasné umenie nezvláda ovplyvňovať politické dianie/diskusie“

Táto excentrická umelkyňa bola jednoznačným zástupcom názoru, že umenie je pre potešenie a pôžitok. Lu Yang nám svojim prístupom k umeniu teda predstavuje ďalšiu funkciu pôžitku, pôžitok ako prostriedok úniku.¹⁴

Hudobné umenie je ďalšou relevantnou kategóriou na ktorej sa dá demonštrovať existenciu pôžitkov a zážitkov. Hudba je jednoznačne najzastúpenejšou formou pôžitku. Podporuje emóciu – pozitívnu či negatívnu, je schopná odbúrať stres alebo zlepšiť sústredenie. Môže byť aj istým afrodisiakom, nutnosťou, alebo nevyhnutnosťou. Mnohí si už nevieme predstaviť fungovanie bez tejto možnosti úniku pred realitou. Hudba nás sprevádza v súkromí, pri učení, zábave, pri športovaní.¹⁵ Hudba sa stáva akousi posadnutosťou tejto doby a je takmer všadeprítomná. Pri zdieľaní spoločného priestoru s niekým je nevyhnutné robiť kompromisy, dohodnúť sa, aká hudba sa bude počúvať. Alebo si jednotlivci inštinktívne nasadia slúchadlá, odseparujú sa a vyhnnú nutnosti prihliadania na potreby niekoho iného. Vyhýbame sa tak aj diskusii a posilňujeme svoj individualizmus. Zároveň je dôležité pripomenúť, že takéto užívanie si hudby je viac-menej „paralelným” pôžitkom, pretože popri ňom väčšinou vykonávame aj iné činnosti alebo aktivity. Dokonca sa dá povedať také, ktoré sú dôležitejšie než počúvanie hudby popri nich. Zážitok, ktorý vyvolá len samotné počúvanie hudby bez paralelných činností musí byť veľmi hlboký. Koncert v koncertnej sále, na štadióne, muzikálové predstavenie v divadle atď. Tieto sú však podmienené spoločenskou zodpovednosťou. Poukážeme na potenciálny paradox týchto situácií. Zážitky tohto typu sú teda verejné, no napriek tomu môžu aktivovať omnoho hlbší a dlhodobjší pôžitok ako vyššie uvedené zážitky osamote. Naša koncentrácia, sústredenie sa len na jednu abstraktnú aktivitu – počúvanie hudby, môže byť dôvodom vysokej kvality a autenticity pôžitku. Toto konštatovanie opäť samozrejme zohľadňuje môj subjektívny náhľad na danú problematiku.

Generáciu dvadsiatnikov charakterizuje istá pohodlnosť pri vyhľadávaní pôžitkov.¹⁶

Existuje množstvo platforiem (Spotify, Deezer, Live xLive, Youtube, Sound cloud, Apple music), ktoré ponúkajú možnosť selekcie už vytvorených playlistov či albumov na počúvanie. Zoradené do kategórií podľa emócií, či príležitostí urýchľujú fázu rozhodovacieho procesu. Moja generácia sa tak sama oberá o prípravnú fázu svojho pôžitku tým, že necháva za seba rozhodovať iné médium.

¹⁴ CERINI, Marianna., ref. 5.

Originál: „The first part -- art is for pleasure -- definitely sums up my point of view," she said. "But that's just me and my work.“

¹⁵ LIPOVETSKY, Gilles., ref. 2, s. 35.

¹⁶ LIPOVETSKY, Gilles., ref. 2, s. 31.

Schopnosť vyvolať pôžitky v jednotlivcovi majú aj ostatné druhy umenia. Ich intenzita je priamoúmerná individuálnej preferencii jednotlivca k tomu či onému druhu umenia. Závisí teda od jeho ochoty spoznať to pravé pre seba, nechať to na seba pôsobiť a poddať sa účinku umeleckého prejavu. Hoci v umení sa zdá, že jeho hlavným zámerom je citové pôsobenie na človeka, dizajn má účel celkom iný. Ponúka riešenia a vyslovene vyžaduje obhajobu každého jedného kroku. Napríklad na sociálnych sieťach Designskolen Kolding prezentujú študenti svoje práce v príspevkoch vždy použitím tej istej šablóny: WHO, WHAT, HOW a WHY. Najskôr predstavia kto – autora práce – designéra, potom čo – stručne opíšu vytvorený design, ako – design funguje alebo ako bol vytvorený a prečo – teda prečo vznikol, čo bolo podnetom pre jeho vytvorenie. Táto schéma ilustruje základný princíp designu – prinášať čo najlepšie riešenia, ktoré musia byť obhájiteľné.



Obr. 5 Príklad modelu verejného prezentovania designu na sociálnych sieťach¹⁷

Pri množstve odvetví a produktov, ktoré sa dnes nachádzajú na trhu je veľkou výzvou a nespochybniteľnou úlohou dizajnéra, aby vznikali relevantné a progresívne návrhy a riešenia. Dizajn práve aj kvôli svojmu širokému záberu (špecializácií) v istom zmysle nestojí na rovnakom stupni piedestálu ako umenie. Pri snahe zovšeobecniť pojem dizajn sa ukáže, že zahŕňa všetko okolo nás a tvorí prostredie, v ktorom žijeme. Pretavuje sa do

¹⁷ Designskolen Kolding. In: *Facebook* [online]. Dánsko, 2020 [cit. 2021-01-24]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/DesignskolenKolding>

potravín, po ktorých siahneme v obchode, do šiat, ktoré si vezmeme do reštaurácie, do samotnej reštaurácie, ktorá bola navrhnutá, opäť, nejakým ďalším dizajnérom a tak ďalej. Doslova od skrutky až po luxusný kabriolet. Individuálne si potrebu hodnotiť náš osobný pôžitkový moment z hľadiska dizajnu vecí bežnej spotreby nemusíme vôbec uvedomiť. On taktiež nemusí vôbec nastať, pretože to ako veci vyzerajú považujeme za samozrejmosť, prirodzenú súčasť nášho prostredia. Málokedy s aim prikladá väčšia dôležitosť, alebo sa zamýšľa nad príbehom a náročným procesom ich vzniku od počiatočného návrhu až po realizáciu a dovedenie produktu na pult. Sú tu ale aj produkty, ktoré si vyberáme výlučne na základe ich dizajnu a pri ich posudzovaní sa zameriavame prioritne na zážitok, ktorý pociťujeme pri ich používaní.

2.1 Emócie v dizajne

Tému emócií v dizajne diskutujú mnohí renomovaní odborníci ako napríklad Don Norman, Ilse Crawford či Pamela Pavliscak. Základnou úlohou dizajnéra je reflektovať na nejaký problém a priniesť najlepšie možné riešenie. Zdalo by sa teda, že v dizajne sa rieši prioritne funkčnosť. Treba si ale v prvom rade uvedomiť vzťah medzi pôžitkom a funkčnosťou – respektíve medzi pôžitkom a nefunkčnosťou. Pre demonštráciu existencie a dôležitosti emócií v dizajne posluži moja vlastná skúsenosť priamo súvisiaca s pobytom na internáte. Jedná sa o nedávnu frustráciu z interiérového riešenia bytu na internáte. Pri vstupe do bytovej jednotky je inštalované svetlo s pohybovým senzorom, ktoré sa zapne pri zachytení pohybu a následne, po niekoľkých sekundách zhasne. Keďže orientácia bytu neumožňuje prienik denného, prirodzeného svetla do chodby, aj cez deň je tam samozrejme prítmie. Situácia sa mení, pokiaľ sú otvorené dvere na izbách, takže spolubývajúci prichádzajú o súkromie. Táto skutočnosť ponúka niekoľko nekomfortných riešení. Práca v chodbe (relatívne vyhovujúci priestor) je podmienená pravidelným skákaním a mávaním rúk cca každých 30 sekúnd aby svetlo svietilo, alebo práca v izbe (relatívne nevyhovujúci priestor, pretože na podlahe je koberec). Ďalším frustrujúcim prvkom interiéru sú dvierka na chladničke, ktoré sa nedovierajú. Je potrebné na to myslieť a vždy dodatočne ich ešte zatlačiť aby sa úplne zavreli. Navyše, všetky skrinky v kuchyni majú namiesto praktickej úchytky iba vsadené vnútorné plytké otvory, do ktorých sa sotva zmestia bruška prstov. Na ich otvorenie je potrebné vynaložiť väčšiu námahu. Keďže majú ešte aj systém automatického zatvárania a prsty sa pri tom vždy vyšmyknú z úchytky, počuť iba bolestivé škrabnutie nechtov. To je typický príklad zlého dizajnu. Postupne stále výraznejšie dokáže

znepríjemňovať každodenný život. Spočiatku si to nemusíme uvedomiť, ale v momente, keď nám to začne zasahovať do nášho životného štandardu, vzniká problém.

Na základe osobnej skúsenosti teda môžem konštatovať, že pokiaľ konkrétny výrobok vyslovene nespôsobuje pôžitok, ale zároveň nefrustruje zlou funkčnosťou, dizajnér odvedol dobrú prácu. Takto koncipovaný produkt prispieva k pôžitku užívateľa.

Doug Dietz je návrhárom dizajnu MRI prístrojov na robenie scanov, na ktorých je demonštrovaný ďalší príklad. Po uvedení svojich prístrojov do praxe sa prišiel pozrieť do nemocnice kde boli umiestnené, aby zistil ako funguje jeho dizajn prípadne, či je niečo, čo by bolo vhodné zlepšiť. Počas svojho pozorovania zistil, že miestnosť v ktorej sa prístroj nachádza, vyvoláva u detí strašidelný dojem. Detský strach a nepokoj vzbudil u ich rodičov nedôveru a oni začali spochybňovať nutnosť samotného vyšetrenia. Samozrejme aj odborný personál mal sťažené podmienky, pretože deti museli byť počas zákroku pod vplyvom anestézií. Zvýšená nročnosť zákroku spôsobila zvýšenie časovej aj finančnej dotácie, logicky teda vyšetrenie menšieho množstva pacientov ako za ideálnych podmienok. Riešením bol teda návrh redesignu priestoru. Doug Dietz premenil miestnosti s MRI strojmi na raj plný zážitkov (Obr. 6)¹⁸. Zmena prostredia pomocou farieb, zapracovanie témy, snaha podnietiť u detí zážitkové vnímanie, to všetko zmenilo inak nepríjemnú aktivitu na zážitok.

¹⁸ *Design Thinking for Libraries: A toolkit for patron-centered design* [online]. 1.. IDEO, 2015 [cit. 2021-01-23]. Dostupné z: <http://designthinkingforlibraries.com>

Obr. 6 Doug Dietz, Redizajn MRI strojov¹⁹

Tento príklad ilustruje, ako empatický prístup dizajnéra ku designu dokáže napomôcť a zdokonaľiť zdanlivo nepodstatné detaily. Zároveň prispieva ku zvýšeniu funkčnosti a efektivity prístroja a najdôležitejším prínosom, ktorý z príbehu vyplýva je zlepšenie psychického stavu detských pacientov a ich rodičov. Schéma empatického prístupu a redizajnu na základe skúseností funguje aj v ostatných sférach nášho života.

Don Norman, americký vedecký výskumník a kognitívny psychológ, je autorom knihy s titulom *Design of everyday's things*²⁰, a teda ikonickou postavou v definovaní miesta emócií v designe. Vo svojich knihách a výskumoch vysvetľuje dôležitosť každého detailu a ľudského prístupu k dizajnu kde „veci“, ktoré nás obklopujú úzko interagujú s našim vnútorným prežívaním. Do dnešného dňa sa venuje prezentáciám vo forme TED talks alebo rozhovorom a šíri osvetu o význame našich emócií v dizajne a ich neoceniteľnom dosahu na naše šťastie. Dizajn samotný je pre neho emóciou a potešením. Zaslúžil sa o pomenovanie novej disciplíny, ktorá už síce existovala predtým, a zasahovala do sveta dizajnu, ale až v deväťdesiatych rokoch 19. storočia sa oficiálne transformovala na pracovnú pozíciu vo

¹⁹ DIETZ, Doug. GE Adventure series. In: *Medical Expo by VirtualExpo Group* [online]. USA [cit. 2021-01-25]. Dostupné z: <https://pdf.medicalexpo.com/pdf/ge-healthcare/ge-adventure-series/70717-208833.html>. MRI machines redesign.

²⁰ Preklad: „Dizajn každodenných vecí“

firmách.²¹ Jedná sa o takzvaný *UX design*. User's experience design je teda design užívateľského zážitku. Je designom zameraným na zabezpečovanie jednoduchého používania produktu a príjemného zážitku/pôžitku z neho. Je pravdou, že vo väčšine prípadov má každý dizajnér tento úmysel. UX dizajn sa teda dá aplikovať na všetky typy designu a jeho poznanie je veľkým prínosom pre dizajnérov akéhokoľvek zamerania. Dnes už odbor UX dizajnu, ktorého základnou ingredienciou je výlučne náš pocit z daného produktu, oprávnené zastáva na trhu práce osobitné miesto. Momentálne ho využívajú prevažne technologické firmy pri vývoji aplikácií či programov. Má najbližšie ku grafickému a produktovému dizajnu. Tvorí teda akúsi podskupinu produktového dizajnu. Kompetencie UX dizajnéra sú rôznorodé. Uvádza sa, že 50 % pracovného času dizajnér strávi konferenciami a pracovnými schôdzkami. Je teda zásadné aby UX dizajnér priebežne všetkých zainteresovaných informoval o každom kroku a posune pri vývoji.

Hlavné znaky a podmienky práce UX dizajnéra:

Empatia na výčítanie potrieb zákazníka je rozhodujúcim faktorom toho či výsledný produkt naozaj prinesie zlepšenie. Je dôležité uvedomiť si, že základom UX dizajnu nie je ponúknuť produkt, ktorý by prinútil užívateľa konať veci nejakým spôsobom, ale naopak čo najempatickejším spôsobom odpozorovať intuitívne správanie užívateľa a vycítiť, ktorým smerom produkt (napríklad aplikáciu na doručenie jedla) zlepšiť tak, aby sa jeho použitie zdalo prirodzené.

Keďže jeho práca môže spočívať aj čisto v rešerši, funkčnosť a efektivita sú kľúčovými atribútmi UX dizajnéra aby čo najrýchlejšie dohľadal relevantné informácie a projekt napredoval.

S tým úzko súvisí dobrá komunikačná zručnosť. Dizajnér musí byť teda zdatný v prezentovaní a vyjadrovaní svojich predstáv pomocou vizuálnych médií. To obnáša nielen grafický dizajn prezentácií, ale aj vizualizovanie rôznych fáz projektu (teda zručnosť v kresbe/grafike) ako aj komunikáciu v zmysle prednesu a vyjadrovania sa.

²¹ VERMEEREN, Arnold P.O.S., Virpi ROTO a Kaisa VÄÄNÄNEN. Design-inclusive UX research: design as a part of doing user experience research. *Behaviour and Information Technology* [online]. 2016, 1.(35), 21-37 [cit. 2021-01-23]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0144929X.2015.1081292>

Pri tejto práci je potrebné mať analytické myslenie a byť kreatívny v hľadaní riešení. Pokiaľ ide o dôležitý prvok projektu, kde je žiadaný podrobný výskum užívateľov a presné zmapovanie častí s priestorom na zlepšenie, je úlohou UX dizajnéra ísť „do terénu“ a získať pozorovaním a komunikovaním so zákazníkom potrebné dáta na zlepšenie produktu. Napríklad pri automobiloch by išlo o spolujazdy a analytické posudzovanie jednotlivých akcií šoféra počas nej, jeho interakcii s vozidlom a jeho správanie.

Nevyhnutnosť tohoto zamerania sa odráža hlavne vo veľkých spoločnostiach, kde sú zamestnanci nútení používať rôzne softvéry či programy na splnenie svojej práce. Tie sú často zdrojmi frustrácie a nechute do práce, práve kvôli im často náročným a nepochopiteľným krokom, ktoré treba poznať a naučiť sa ich.

Značka Apple je považovaná za ideálny príklad dobre zvládnutého UX dizajnu. K tomuto konštatovaniu ma doviedla osobná skúsenosť. Čistý dizajn a vnímavé rozvrhnutie rozhrania nás vždy intuitívnym spôsobom doviedlo k pochopeniu funkcií programov. Tento spôsob je braný za prirodzený, zábavný, motivujúci a efektívny. Zhodou okolností, práve vo firme Apple zaujal ako prvý post UX dizajnéra už spomínaný Don Norman.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3 KONCEPT KOLEKCIE S NÁZVOM „TRUFFLE“

Kolekcia „Truffle“ dokumentuje moje subjektívne skúmanie, pozorovanie a popisovanie ľudských pôžitkov. Sú dôležitým elementom a prirodzenou súčasťou našich životov. Ponúkajú novú perspektívu a zaujímavý tvorivý priestor ako východisko bakalárskej práce, ktorú som začala realizovať práve na uspokojenie vlastnej zvedavosti a získania vzácnych skúseností v tejto oblasti. Aktívnejšie som si začala uvedomovať možnosti realizácie počas samotnej práce. Zámer postupne naberal jasnejšie kontúry a každým konaním sa konkretizoval aj na základe neustáleho definovania miery vlastných pôžitkov. Stala som sa súčasťou "experimentu", pozorovala som ľudí porovnávala a posudzovala, či škálu pôžitkov - "užívanie si života" vnímajú rovnako alebo odlišne ako ja.

Po rozdelení pôžitkov do kategórií v teoretickej časti som sa snažila definovať, ktoré z nich sú pre mňa skutočne relevantné. Spočiatku som nebola rozhodnutá, či poňať tému pôžitkov abstraktne a zachytiť pôžitok vizuálne ako emóciu vyvolanú akýmkoľvek podnetom, alebo či sa naopak pokúsiť o vyvolanie samotného pocitu či emócie konkrétnym spôsobom (napríklad dotykom, pohybom, materiálom). Zvažovala som uplatňovanie postupu, ktorý by klasifikoval samotnú výrobu a tvorbu kolekcie ako pôžitok. Intenzívna autoanalýza a snaha o čo najpresnejšie definovanie toho, čo mi prináša pôžitok, zohľadňujúc fakt, že aj práca je pre mňa pôžitkom cielila k uplatneniu tézy, že pôžitok bude súčasťou rôznych úrovní myslenia a všetkých realizačných fáz bakalárskej práce. Táto téza sa stala nevyčerpatelným zdrojom inšpirácie, napriek svojej vysokej abstraktnosti a problematickej uchopiteľnosti. Samotné vytýčenie jasnej cesty, ktorá by viedla k vymedzeniu základných elementov na vytvorenie kohéznej kolekcie bolo v celku náročné a malo za následok zdĺhavejší proces hľadania, vytvárania a výberu produktov, ktorých zostava sa až do poslednej chvíle menila. Výsledná stratégia je kombináciou všetkých zvažovaných postupov.

Rozhodla som sa vlastné myšlienky a nápady konfrontovať s názormi na pôžitky iných ľudí a získať odlišný - nový uhol pohľadu, či ďalšiu inšpiráciu, ktorá by ma presnejšie navigovala k cieľu. Stále som však ostala hlavnou protagonistkou „pôžitkára“ aj cieľovým zákazníkom. Prepojenie získaných informácií z teoretickej časti bakalárskej práce s vlastnou skúsenosťou a s názorom iných ponúklo mimoriadne zaujímavú a pre mňa prospešnú spätnú väzbu na túto problematiku. Tá sa stala súčasťou jednotlivých fáz a postupov pri navrhovaní a postupne zadefinovala samotnú formu.

3.1.1 Vplyv okolností na vývoj kolekcie

Významným faktorom, ktorý sa podpísal na tvorbe kolekcie je časopriestor, v ktorom vznikala. Obdobie druhej vlny pandémie koronavírusu v Česku nás donútilo meniť svoje zabehané zvyky, prehodnocovať potreby a sústrediť sa najmä na ochranu zdravia. Bolo nevyhnutné tráviť väčšinu času v interiéri, čo najviac sa izolovať a vyhýbať sa miestam kde sa nachádzali cudzí ľudia. Nebolo možné ísť ani do posilňovne, alebo na skupinový tréning a plavárne boli z pochopiteľných dôvodov zavreté medzi prvými. Zatvorili sa školy. Tak sa domácnosť- priestor, kde človek spí, oddychuje, relaxuje, venuje sa rodine, stal naraz pracoviskom, kaviarňou, jedálňou a často i telocvičnou. Obmedzenie kontaktov a izolácia spôsobila, že aj návštevy boli veľmi zriedkavé. Táto bezprecedentná situácia spôsobila chaos v našich dovtedajších zvyklostiach, stali sme sa kreatívnejší, začali sme viac improvizovať. Obyčajné prechádzky po okolí sa stali vzácnymi, čo podnietilo naše vnemy a začali sme si citlivejšie uvedomovať okolitý svet, všímať si nové veci a precítiť rôzne podnety.

Z dotazníka vyplýva, že hoci mnohé zo spomenutých prirodzených súčastí bytia sú našimi každodennými pôžitkami (či už je to káva, alebo vyrazenie si po práci do baru, večerné behanie...), sme schopní a ochotní sa ich vzdať, pokiaľ je to nutné. Schopnosť adaptovať sa a ochota ubrať zo svojho komfortu pre dobro spoločnosti. sa stali súčasťou nášho bytia. Práve vďaka nim, napriek ťažkej situácii, sa mnohým podarilo nájsť si nové východiská a záľuby.

Vzhľadom na to, že kolekcia vznikala v období, kedy sme už boli oboznámení so závažnosťou situácie a s platnými prísnyimi opatreniami, je vnímanie pôžitkov a zbieranie inšpirácie k tejto téme veľmi ovplyvnené a modifikované. Strata rovnováhy medzi pracovným a osobným životom, nedostatok priestoru a súkromia, nemožnosť ísť cez hranice navštíviť rodinu, nespôsobili vo mne len pocity frustrácie ale podnietili akúsi vnútornú renesanciu. Mala som zrazu veľa priestoru na premýšľanie a bolo esenciálne nájsť si stabilný plán dňa. Tieto okolnosti silne ovplyvnili a nasmerovali moju kolekciu. Zrodila sa idea vyrobiť pyžamo. Hoci sa dni zlievali dokopy a viac-menej všetci sme mali tendenciu sa skôr zanedbávať, pozorovala som, že občasné stretnutia s priateľmi boli dostatočným dôvodom, či príležitosťou „nahodiť sa“. Táto drobnosť nám zároveň spôsobovala omnoho intenzívnejší pôžitok než za bežných okolností. Prišlo mi logické tento moment vo svojej kolekcii zohľadniť a preniesť ho do súkromného, ležérneho sveta za dvere príbytkov. Snažila som sa poukázať na fakt, že skrášľovanie svojho vzhľadu si môžeme užiť doma rovnako na verejnosti.

Celá kolekcia sa nesie v duchu pohodlia, podnecovania pôžitkových emócií a snaží sa vyvolať pozitívne reakcie. Je prepletená športovými elementami akými sú nárazkami na paradoxnú situáciu (kedy nás okolnosti nútia byť zavretí doma a eliminovať pohyb a my si ho takpovediac umelo nahrádzame v interiéri). Dôležité je, aby si samotný spotrebiteľ daný doplnok naplno užil v súkromí a vedome či podvedome si ním spríjemňoval svoj každodenný život. Prenesenie pôžitkov, ktoré boli doteraz úzko späté s exteriérom a s prítomnosťou akejkoľvek society do súkromného – intímneho priestoru, interiéru (domova) bez pocitu straty pôžitku, sa stalo hnacím motorom môjho kreatívneho myslenia.

3.2 Rešerše

Mojou snahou bolo prepojiť intuitívne zmýšľanie o pôžitkoch ku konkrétnejším veciam ako sú formy, materiál a druh produktu. Zámerom bolo nechať produkt vzniknúť z dát, farieb a tvároslovia vytvoreného v moodboardoch. Od začiatku bola definovaná štruktúra kolekcie, že pôjde o dva typy obuvi a tri doplnky, avšak to necháva stále priestor voľby. Pomenovávala som rôzne pôžitky a skúšala prísť na to, ktorý z nich najlepšie sprostredkuje posolstvo. Radosť z toho, keď veci do seba zapadajú, keď sa kotúľa guľička po drážke, keď padajú domino kocky, keď sa rozčeri vodná hladina... Zvažovala som, či si vybrať konkrétny jeden, ako napríklad pôžitok z pitia kávy a spraviť celú kolekciu v tej téme. Napokon som paralelne s rešeršami a moodboardami vytvárala rozličné experimenty a skúšala ako na mňa pôsobia a ako by som zvýšila a zlepšila ich pôžitkový moment. Uvedomila som si tiež, že jedným z mojich najdôležitejších pôžitkov je pocit slobody, keď si nemusím niečo odopierať a keď skúšam nové veci. Z toho dôvodu som zahrнула do kreatívneho procesu slová ako: **experimentovanie**, **spontánnosť**, **zvedavosť**. Nasledovala som teda vnútorné pocity a rozhodnutia boli poháňané tým, aby mi v konečnom dôsledku spravili čo najväčšiu radosť a priniesli pôžitok. Boli to spontánne myšlienky, úvahy, nápady, v tom zmysle, prichádzali nečakane, no pokiaľ zapadli do môjho plánu, bez väčšieho zaváhania sa stali jeho súčasťou. Prvým a kľúčovým impulzom bola ateliérová stáž na odeve, kde som intuitívne navrhla pyžamo, ktoré sa stalo prvým zdefinovaným produktom a výrazným prvkom kolekcie. Okolo neho sa neskôr vystavali ostatné produkty a inšpiroval svojim materiálom a formou návrhy ďalších produktov.

3.2.1 Materiálová rešerš

Pri voľbe materiálov som sprvu inklinovala k mäkkým tvarovateľným druhom, ktoré by pripomínali antistresové loptičky. Veľmi lákavé však bolo sklo a kovy, ktoré prebúdza iný typ pôžitku z dokonale hladkého povrchu a lesklých plôch. Najviac vynikli pri neopracovanom materiáli, čo ma viedlo k myšlienkam, či by práve prítomnosť nepríjemného materiálu neznásobila „pôžitkovosť“ iného.

Podobne ako Lu Yang nachádza slobodu v miešaní vzorov a farieb, ja som si tiež vždy túžila „popustiť uzdu“ a nakombinovať si vzory bez výčítiek a ohľadu na názor ostatných. Namiesto hľadania konkrétneho materiálu a vzoru som si nechala poslať rôzne látky zo súkromných zásob starých rodičov. Možnosti sa teda zúžili podľa sortimentu, ktorý mali k dispozícii. Pre účely pyžama bol rozhodujúci **vzor a farebnosť látok** a na základe dvoch zvolených (vzorovanej khaki a čiernotyryksovej) som našla v galantérii ešte dve doplnujúce textílie (svetlo modrú a tmavožltú leopardiu). Overall, ktorý sa nosí počas noci je z príjemnej viskózy, zatiaľ čo košeľa má vrstvu polyesteru, ktorá ju robí teplejšiu. Počas výroby sa ukázalo, že viskóza nie je úplne poddajný materiál, pri výrobe sa sa naťahuje a šmýka. Zhotovovanie pyžama teda zabralo neskúsenej šičke oveľa viac času ako bolo v pláne. V konečnom dôsledku výroba pyžama pôžitkom nebola, no materiál vo výsledku spĺňa všetky predom stanovené požiadavky na pyžamo.



Obr. 7 Skúška tvaru rámu a vzorky materiálov

Roh a sklo sú dekoratívnymi prvkami kolekcie vďaka ich unikátnym vlastnostiam. Sú nosičmi myšlienky chvíľkového spontánneho pôžitku, ktorý ale zanechá dlhodobú stopu na jedincovi. To je dosiahnuté cez ich schopnosť prenikania svetla. Tá dodáva pocit, že materiál je neuchopiteľný a premenlivý. Objekt tak získava vzdušnosť a priamo interaguje so svojím okolím. Akoby sa sám materiál adaptoval na svoje okolie, rovnako ako to robí človek pri prežívaní pôžitkov. Ich úprava je v prípade rámov z rohu vyleštená, čím sa odbúrava akákoľvek pôvodná spojitosť so surovým kravským rohom, ktorý pôsobí ako úplný protipól k myšlienke kolekcie „Truffle“. Na niektorých miestach (straničkách okuliarov) však kontrast opracovaného a neopracovaného rohu lichoť celkovému vzhládu lešteného povrchu a ešte viac ho zdôrazňuje (hypotéza, ktorú sme už predtým rozoberali o tom, že kontext pôžitku je kľúčový- ako keď v surovej drsnej mušli nájdeme žiarivú perlu).

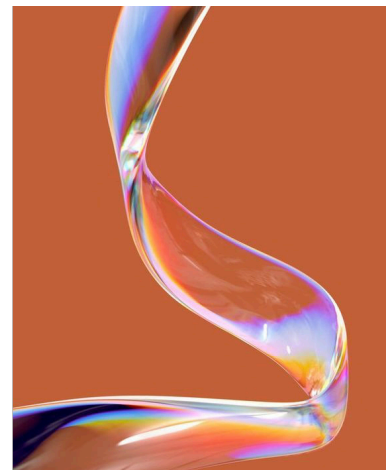
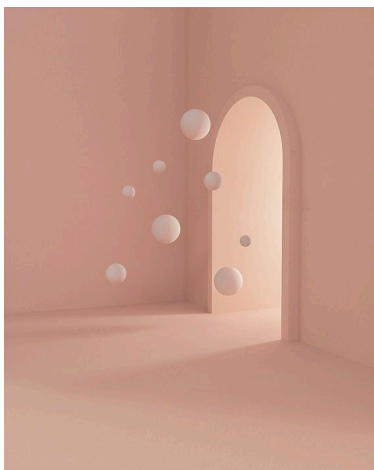
Komponenty zo skla sú malé fúkané guľičky s dúhovou úpravou, ktorá vyzerá ako bublina. Majú pripomínať samotné bubliny, ktorých charakteristické znaky- voľnosť, ľahkosť- v sebe skrývajú prepojenie s pôžitkami. Podnetom na zamyslenie je to, ako rýchlo bubliny zmiznú v porovnaní s tým akú radosť nám spravia. Účel bublín z bublifuku je na moment vytvoriť niečo krásne, krehké a pominuteľné a tým nás premiestniť v čase a rozveseliť na duchu. Preto netreba podceňovať pozitívny efekt aj tých najnepodstatnejších situácií, na náš denný chod.

Čo sa týka úrovne pôžitku z práce s týmito materiálmi je rozhodne výsledný produkt tým najväčším pôžitkom. Opracovávanie rohu je prašná záležitosť, hoci v tejto práci sa rám laseroval. Pálenie tohto prírodného materiálu výrazne zapácha. Pri fáze leštenia bolo príjemné pozorovať premenu povrchu, keďže v je roh má ideálnu mäkkosť a leštením nabera na priesvitnosti.

Sklenené guľičky ako polotovary vyžadovali bezpečné skladovanie a po zlepení UV lepidlom opatrné zaobchádzanie kvôli krehkosti spoju. Tým pádom bolo pôžitkom doručenie balíku a odbaľovanie, s čím sa snáď stotožňuje väčšina populácia. Hlavne v období pandémie, kedy boli možnosti osobného nakupovania výrazne obmedzené sa zvýšilo množstvo online nákupov a ľudia si tak zaistovali tento konkrétny pôžitok.

3.2.2 Farebná rešerš

Inšpirovaná odevom, farby vyvolávajúce spomienky, príjemné farebné odtiene, ktoré sa nachádzajú a vo farebnosti bublín.



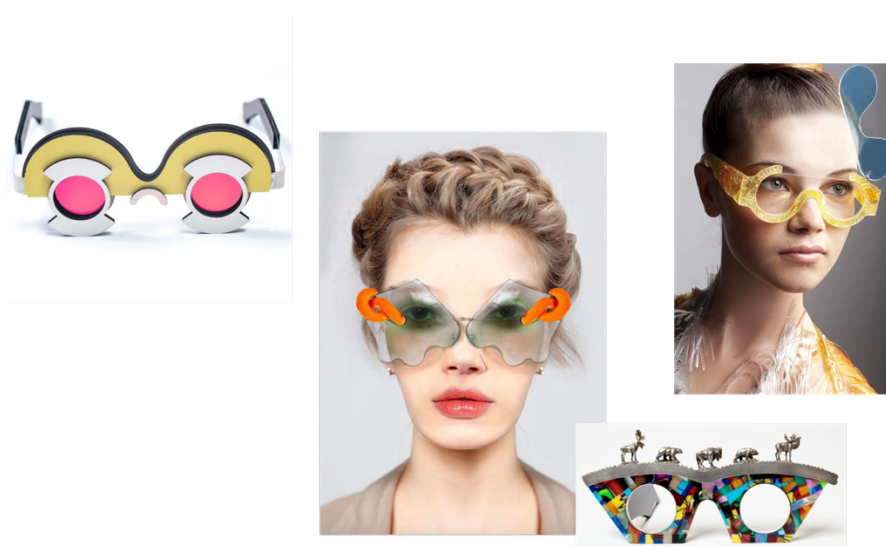
Obr. 8 Rešerš materiálov, farieb a tvarov

3.2.3 Tvarová rešerš

V rešeršiach sa najskôr nachádzali príjemné oblé tvary v rôznych mäkkostiach. Vo výsledku sú využité tvary, ktoré vedú oči diváka - buď vychádzajú z bublín alebo zo vzoru na látke využitej na pyžame. Ďalej sa využíva väčší objem, voľnosť, otvory a rôzne prierezy, ktoré podporujú spontánnosť pôžitku.

3.2.4 Produktová rešerš

Pri výbere typov produktov som sa zameriavala na to, aby boli v harmónii s témou a podporili ju. Okuliare reprezentujú náš pohľad na svet a zdôrazňujú subjektivitu nazerania na pôžitky. Každý jednotlivec má svoj názor a prežíva pôžitky osobným spôsobom. Pri predošlých úvahách išlo o produkty, ktoré by podporili už jestvujúci pôžitok, ako napríklad obal na reproduktor, pokiaľ je pre jedinca hudba pôžitkom, alebo osobný privesok na zavesenie na sandálu.



Obr. 9 Produktová rešerš na okuliare

3.2.5 Dotazník

Súčasťou mojej rešerše bolo vytvorenie dotazníka s otvorenými otázkami na získanie prehľadu ľudí o tejto téme. Keďže ide o niečo ťažko definovateľné, bol dotazník veľmi prínosným a mnoho odpovedí smerovalo k prekvapivým názorom. Naopak veľa odpovedí sa zhodovalo čo znamená, že predsa zmysľáme o tejto téme podobne. Odpovedalo mi 83 respondentov zo Slovenska a Čiech a 22 z medzinárodného prostredia. Primárne ma zaujímali rozvité odpovede, preto množstvo nebolo dôležité, skôr kvalita odpovedí. Považujem ho za úspešný, nakoľko sa viacerí respondenti nebránili podeliť o ich úprimné pôžitky v živote a tým podporili moju rešerš na túto tému. Touto formou som mala možnosť nahliadnuť ako interpretujú pojem pôžitok iní ľudia a ktoré veci si pod ním predstavujú.

Jednou z mojich hypotéz bola, že muži budú menej prežívať pocity pôžitku, menej sa nad nimi zamýšľať a tak mať možno prvoplánové odpovede bez náznaku predošlého zamyslenia. Vzorka mužských respondentov bola síce menšia, našli sa tam však rovnako (aj viac) premyslené odpovede ako u žien. Podporuje to teda teóriu, že pôžitky sú mienené pre prežívateľa, nie preto aby okolie vnímalo že ho práve prežívate. Teda ak sa zdá, že muži nedávajú tak často najavo, že žijú pôžitkársky ako ženy, neznamená to, že ich pôžitky nemôžu byť ešte početnejšie ako u žien. Z dotazníku českej a slovenskej vzorky vyplýva, že až takmer 64% sa považuje za pôžitkára, zatiaľ čo ďalší to tak jednoznačne tvrdiť nevedeli. Mali mnoho dôvodov, ako napríklad, že si pôžitok nevedia privodiť, musí sa im diať sám a preto si nemyslia, že pôžitkármi sú. Ďalší zase porovnávali svoje prežívanie s ostatnými a keďže si nevedia užiť to čo iní, nemyslia si, že spadajú do kategórie pôžitkárov. Je zaujímavé skúšať si nájsť nejaké kritériá a určiť podľa čoho by sa asi hodnotili pôžitkársky žijúci ľudia. Ďalším zaujímavým bodom bola myšlienka, že si človek nemyslím, že si zaslúži pôžitok a preto sa mu neoddáva. V tomto prípade je otázne ako funguje takýto spôsob života, a či sa človek odopierajúci si pôžitky dokáže naplno uvoľniť a prežiť moment šťastia. Pravdepodobné je tiež to, že si pod pôžitkom predstavia fyzickú odmenu a tým by sa tieto obavy stali irelevantnými. Nie je to však úplne vylúčiteľné, lebo v ďalšej otázke či človek môže žiť bez pôžitku veľká vzorka spomenula psychické problémy a viacerí popísali stavy depresie. Značí to osobnú skúsenosť jednotlivcov s týmito stavmi a tým aj definuje našu spoločnosť v dnešnej dobe. Vyše 80% respondentov si najviac spája pôžitok s chuťou a pre 70% vie byť ich práca pôžitkom. Takmer 64% z nich preferuje spontánny pôžitok pred naplánovaným. Pre 40% je pocit finančnej istoty v prežívaní pôžitkov veľmi dôležitý. Myslím, že to je spôsobené rozmaznávaním sa a sebaobšťastňovaním. Pokiaľ nie sme zrovna v kondícii a potrebujeme si zlepšiť náladu, je najrýchlejšou pomocou kúpiť si niečo na upokojenie negatívnej emócie. Alebo ak sa cítime šťastný, máme chuť osláviť to, teda máme tendencie nakupovať si pôžitky, ktoré zlepšia kvalitu nášho života.

3.3 Moodboard

Po zhotovení prvých moodboardov vyšli najavo dva diametrálne odlišné typy. V jednom sa nachádzali obrázky jasných farieb v odtieňoch západu slnka zachytené v snových prostrediach a aranžovaných objektoch v nereálnych scenériách.



Obr. 10 Moodboard

Tie druhé zachytávali konkrétny moment zo života, často krátky alebo pominuteľný, či naopak dlhý ako čítanie alebo spánok. Jasne v týchto bolo badať atmosféru, a osobne som sa vedela vcítiť do tej situácie a prežiť ten pokoj či radosť z činnosti. Prvým dôležitým poznatkom z moodboardovej časti procesu teda bolo, že je potrebné odlíšiť to, ako činnosť, ktorá je pre nás pôžitkom vyzerá navonok, a čo sa pri jej vykonávaní odohráva v našom vnútri.



Obr. 11 Emočný moodboard

3.4 Persóna a cieľový zákazník

Charakter mojej kolekcie je človek, ktorý si rád dopraje veci čo mu spôsobujú radosť. Pôžitkár, ktorý sa nechá občas ovládnuť svojimi pudmi a rozhoduje sa impulzívne a spontánne. Nemá potrebu vždy odôvodňovať každý svoj krok a žije pre moment, lebo si uvedomuje jeho vzácnosť. Keďže moja kolekcia má vzbudzovať v nositeľovi tieto pocity, je ťažké konkretizovať cieľového zákazníka. Môže to byť jedinec zo všetkých odvetví, lebo ide o to v akej životnej situácii sa práve nachádza. Napriek tomu je kolekcia prioritne cieleňá na ženy, finančne zabezpečené, ktoré si rady oživia šatník aj vtedy, keď to nie je nutné. Nekupujú si oblečenie až keď sa zničí, alebo sú ochotné investovať aj väčší obnos financií do niečoho dekoratívneho, nie funkčného. Neznamená to, že cieľový zákazník musí byť márnотratný, skôr by mal mať cit pre rozpoznanie výnimočných záležitostí v živote.

4 PREPOJENIE KOLEKCIE „TRUFFLE“

Hlavným bodom bolo aby kolekcia vznikala v súlade s pocitom slobody, pôžitku z experimentovania a skúšania niečoho nového. Splňa podmienky komfortu, pocitu bezpečia a slobody.

Jednotlivé časti a komponenty majú podobné farebné tóny v iných odtieňoch či intenzite. Hlavným spojovacím elementom je žiarivá žltá okrúhla pruženka v kombinácii s priesvitnou plastovou brzdičkou alebo sklenenou fúkanou guľičkou (vid' Obr. 9) prítomná na každom produkte podľa požiadaviek funkčnosti a dizajnu.



Obr. 12 Komponenty v kolekci

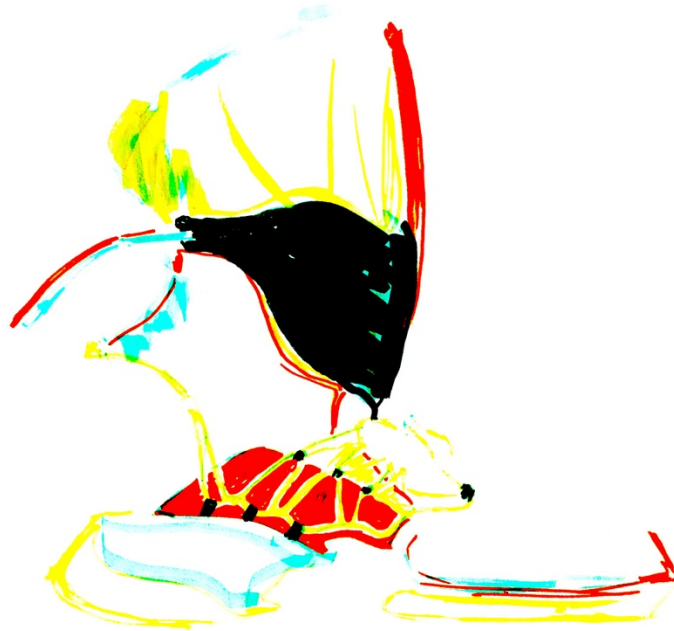
4.1.1 Riešenia

Pyžamo „2 Truffles“ je overal na zaväzovacie ramienka a s okrúhlou gumičkou v páse s priesvitnou brzdičkou. Je ušitý na stredový šev a má krátke nohavice. Je pohodlný a príjemný na spanie. Má na sebe kombináciu troch látok, ktoré sa ďalej objavujú v kolekci. Je voľné a splývavé takže korešponduje s nastolenou témou. Takisto neobmedzuje človeka v pohybe počas noci a umožňuje aj pózy v jóge.



Obr.13 Koláž textílií použitých na pyžame

Košel'a s kapucňou „3 Truffles“ je doplnkom ku pyžamu. Vychádza to zo skúsenosti z chladných rán, kedy je pre človeka najväčším pôžitkom ostať v teplej posteli. Košel'a by mala udržať jedinca v teple hneď po vstaní a zároveň mu poskytnúť pocit bezpečia ako pod perinou vďaka objemnej kapucni. Má padavý oversized strih pánskej košele a skrátené rukávy pre lepšie manévrovanie pri rannom fungovaní (príprava raňajok, čaju apod.). Je taktiež z viacerých materiálov a spĺňa tak požiadavku na zachytenie voľnosti a pokoja v kolekcii.



Obr. 14 Návrh sandály

Kopyto je veľkosti 41 má výrazne oblú špicu čím podporuje myšlienku veľkorysosti pôžitkov. Nemá konvenčnú veľkosť pre dámsku kolekciu a tým vyvoláva otázky a podnecuje k úvahám o tejto téme.

Vyššia sandálová obuv „4 Truffles“ s plnou špicou na podpätku je určená pre krátke prechádzky, vynášanie smetí či rýchle vyzdvihnutie jedla. Je voľná a v holeňovej časti má padavý dielec bez funkcie, ktorý dodáva objem a voľnosť, pri pohybe sa voľne pohojdáva. Jednotlivé časti sú inšpirované tvároslovím z látky na overali prelínajú sa. Základnou farbou je jemná nubuková useň betónového až nosorožcového odtieňu, ktorá pôsobí veľmi pokojne ako podklad pre ostatné odtiene. Tými sú už odvážnejšie tóny metalickej tmavej koralovej, ktorá evokuje radosť a entuziazmus, tmavej modrozelenej s povrchom hebkým na dotyk, ktorá pripomína niečo exotické, no stále pôsobí upokojujúco a je príjemná na pohľad. Podšívka je z veľmi jemného odtieňu až neónovej žltej a tá prúdi energiu do celku sandály. V tom istom tóne celú kolekciu obopína pruženka. Nositeľ má tak stále pohľad vedený a celkový dojem by mal pôsobiť vyvážene a stimulujúco. Zvlášť dobre pôsobí v kontraste

s tmavozelenou na holeňovej časti. Podošva je zložená z častí a vychádza zo vzorov látky na pyžame. Zapínanie a sťahovanie je vyriešené brzdičkami a pruženkou.

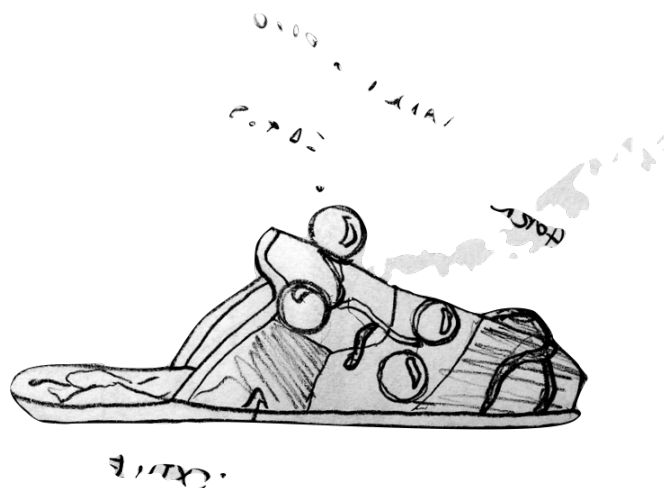


Obr. 15 Skice a návrhy podošvy

Dizajn podošvy na sandálu aj na papuču vychádza zo vzoru, ktorý je na zeleno-bielom textile. Podobne ako vzor na textile vytvára členité plochy aj podošva sa skladá z dvoch častí, podrážky a podpätku nepravidelných tvarov. Je pripravená na výrobu 3D tlačou.



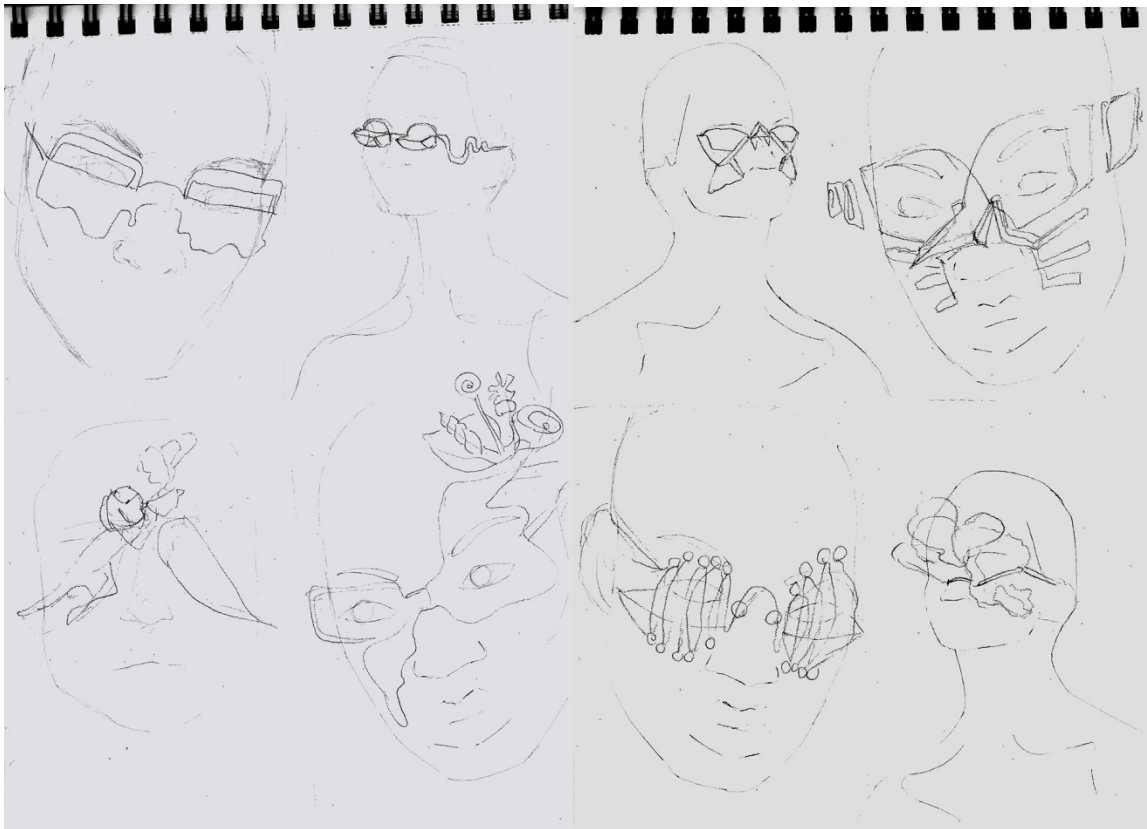
Obr. 16 Brainstorming farebnosti a podošvy



Obr. 17 Návrh papuče

Papuče „1 *Hluzovka*“ sú objemné a s mäkkou podošvou pre zvýšené pohodlie. Sú produktom, ktorý kombinuje predošlé materiály, kedy je zvršok zložený z textilu z pyžama a usňovej podšívky. Dizajnovovo vychádza zo sandály a je ušitá na stredový šev ako pyžama. Cieľom bolo, aby pôsobila veľmi lákavo a človek mal nutkanie sa do nej obuť pre jej mäkký vzhľad. Na náрте má prúžok pruženky s navlečenými sklenenými „bublinami“ zakončené pruženkou na prípadne prispôsobenie veľkosti.

Umelecké okuliare „6 *Truffles*“ sú najväčším stelesnením pôžitku v tejto kolekcii. Zachytávajú moment interpretovateľný mnohými spôsobmi, a to bubliny. Môžu prezentovať penu, vo vani či v pive, bubliny vo vírivke, vo vode, sprchu či bublifuk, varenie a bublanie vody v kanvici, spomienku na detstvo. Element guľičky a skla sa objavovala v dizajnovom procese opakovane, a preto sa stal základným ozdobným prvkom. Pri tomto produkte sú pospájané bubliny do nepravidelného zoskupenia a zasadené v polovičnom ráme kopírujúcom ich okraj. Výsledok pôsobí ako šperk, ktorý je málo nositeľný, ale zachytáva luxusný pocit jedinečnosti a krehkosti pôžitkového momentu.



Obr. 18 Návrhy okuliarov

Asymetrické okuliare „5 Truffles“ sú o niečo nositeľnejší a vychádza z tvaru prvého, no prináša asymetrickosť. Je neuzavretý a sklá plynule prechádzajú do priestoru mimo rám. Sú inšpirované novým trendom, ktorý prepukol z dôvodu intenzívnejšieho využívania elektroniky s obrazovkami, ktoré vyžarujú modré svetlo. Ľudia si začali kupovať okuliare na blokovanie tohto nezdravého svetla aby si nepoškodzovali zrak. Sklá majú jemný modrastý odtieň a pripomínajú slzy idúce dohora a dolu.

ZÁVER

Pôžitky životu dodávajú nový rozmer, robia ho pestrofarebným, diverzifikujú ľudské vnímanie. Ich uvedomovanie si môže meniť hĺbku a intenzitu prežívania bežných aj výnimočných momentov, čo som sa snažila akcentovať aj v tejto práci. Adaptácia procesu prežívania pôžitku do kreatívneho procesu priniesla výsledok v podobe mojej kolekcie. Táto syntéza myslenia, prežívania, vytvárania a uvedomovania si vzájomného pôsobenia všetkých aspektov bola pre mňa skutočnou dobrodružnou cestou za poznáním. Počas nej som objavila dizajn, ktorý uspokojuje náročného konzumenta, zároveň nie je agresívny, skôr priateľský – vzbudzujúci radostné reakcie, doplnený istou mierou luxusu a pohodlia, stimulujúci pôžitky na rôznych úrovniach. Pri pôžitkoch sa naozaj často sklzáva k materiálnosti a malichernosti. Potrebovala som konkrétny typ zafarbenia sklenenej guľičky hneď ako som zistila, že existuje. A síce bolo náročnejšie ho zohnať a stála viac, zakaždým, keď som s ňou narábala sa mi rozžiarili oči od jej vzhl'adu. Nemyslím si, že robiť takéto rozhodnutia a dopriať si pôžitok tohoto typu každý deň je správne, no nepovažujem to za prejav povrchných hodnôt. Je pravda, že ak niekto uprednostňuje pôžitok pred splnením povinnosti, stáva sa nezodpovedným. Pokiaľ ale splnenie povinnosti hraničí s udrzaním si dobrého psychického zdravia, je pre mňa jednoznačne prioritnejší zdravotný stav ako povinnosť.

Často sa staršie generácie nevedia stotožniť so životným štýlom pôžitkárov a považujú to za sebecké a egoistické správanie. Žiadna generácia však nemôže naplno pochopiť inú, a podmienky v akých sa formovali osobnosti v nej. V dnešnej rýchlej dobe sa pravidlá a podmienky menia z hodiny na hodinu a strácajú sa istoty v živote. Výsledkom toho sa ťažko robia plány do budúcnosti, keďže s najväčšou pravdepodobnosťou v čase ich realizácie už bude všetko inak. Jedinou istotou je siahnuť po veci vtedy, keď je nablízku a neriskovať, že ten moment navždy pominie a už ju nikdy nezažijeme.

Pozerať sa na svet okom pôžitkára mi prinieslo veľa benefitov, najmä v tejto náročnej dobe. Rozvinul sa mi tým zmysel pre vnímanie detailov nielen v kvalitatívnej rovine, ale najmä v rovine pocitov a nálad, krátkych momentov, či pominuteľných okamihov. Izolácia vytvorila dostatočný priestor na sebaopoznanie a rôzne myšlienkové reflexie. Pôžitkár nemusí byť márnotrtník, povrchný človek. Môže to byť človek hľadajúci cestu tam, kde by ju iní nehl'adali, človek citlivo vnímajúci svet okolo seba.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[1] LIPOVETSKY, Gilles a Sébastien CHARLES. Hypermoderní doba: od požitku k úzkosti. Praha: Prostor, 2013. s. 139. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-283-4.

[5] LIPOVETSKY, Gilles. Éra prázdnoty: úvahy o současném individualismu. V českém jazyce vyd. 4. Přeložil Helena BEGUIVINOVÁ. Praha: Prostor, 2008. s. 96. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-190-5.

[6] LIPOVETSKY, Gilles. *Paradoxní štěstí: esej o hyperkonzumní společnosti*. Praha: Prostor, 2007. s. 342. Střed (Prostor). ISBN 9788072601844.

[12] NIETZSCHE, Friedrich. *Lidské, příliš lidské: kniha pro svobodné duchy*. Přeložil Věra KOUBOVÁ. Praha: OIKOYMENH, 2010-. s. 127. Knihovna novověké tradice a současnosti. ISBN 9788072984046.

WEB

[8] YANG, Lu. The Delusional World. In: GASKIN, Sam. *Ocula Magazine*[online]. Melbourne, 2020, 2020 [cit. 2021-01-25]. Dostupné z: <https://ocula.com/magazine/art-news/lu-yang-destroys-self-through-motion-capture/>. Motion capture performance (still).

[13] ARNOLD, Kristin. The Definition of a Panel Discussion. *Powerful panels with Kristin Arnold*[online]. (2014- 03 -15), 1 [cit. 2021-01-24]. Dostupné z: <https://powerfulpanels.com/definition-panel-discussion/>

[18] *Design Thinking for Libraries: A toolkit for patron-centered design* [online]. 1.. IDEO, 2015 [cit. 2021-01-23]. Dostupné z: <http://designthinkingforlibraries.com>

[19] DIETZ, Doug. GE Adventure series. In: *Medical Expo by VirtualExpo Group* [online]. USA [cit. 2021-01-25]. Dostupné z: <https://pdf.medicalexpo.com/pdf/ge-healthcare/ge-adventure-series/70717-208833.html>. MRI machines redesign.

[21] VERMEEREN, Arnold P.O.S., Virpi ROTO a Kaisa VÄÄNÄNEN. Design-inclusive UX research: design as a part of doing user experience research. *Behaviour and Information Technology* [online]. 2016, 1.(35), 21-37 [cit. 2021-01-23]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0144929X.2015.1081292>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Príklad neočakávaného abstraktného pôžitku	15
<i>Koláž cudzia mačka v okne pohľad z ulice a vlastná mačka doma v okne</i> [autorovo osobné úložisko]. In: . Kolding a Banská Bystrica, 2020, 2017 [cit. 2021-01-25].	
Obrázek 2 Príklad znásobenia pôžitku prítomnosťou obľúbenej osoby	16
<i>Čakanie na letisku: Príklad znásobenia pôžitkového momentu prítomnosťou obľúbenej osoby</i> [autorovo osobné úložisko]. In: . Budapešť letisko, 2018, 2018-06-06 a 2018-06-27 [cit. 2021-01-25].	
Obrázek 3 Príklad fyzického dlhodobého zmyslového pôžitku osamote.....	17
<i>Dotyk domáceho zvieratka: Príklad zmyslového dlhodobého fyzického pôžitku</i> [autorovo osobné úložisko]. In: . Zvolen, 2018, 2018-04-05 [cit. 2021-01-25].	
Obrázek 4 Lu Yang, The Delusional World (2020)	22
YANG, Lu. The Delusional World. In: GASKIN, Sam. <i>Ocula Magazine</i> [online]. Melbourne, 2020, 2020 [cit. 2021-01-25]. Dostupné z: https://ocula.com/magazine/art-news/lu-yang-destroys-self-through-motion-capture/ . Motion capture performance (still).	
Obrázek 5 Príklad modelu verejného prezentovania designu na sociálnych sieťach.....	25
Designskolen Kolding. In: <i>Facebook</i> [online]. Dánsko, 2020 [cit. 2021-01-24]. Dostupné z: https://www.facebook.com/DesignskolenKolding	
Obrázek 6 Doug Dietz, Redizajn MRI strojov	28
DIETZ, Doug. GE Adventure series. In: <i>Medical Expo by VirtualExpo Group</i> [online]. USA [cit. 2021-01-25]. Dostupné z: https://pdf.medicalexpo.com/pdf/ge-healthcare/ge-adventure-series/70717-208833.html . MRI machines redesign.	
Obrázek 7 Skúška tvaru rámu a vzorky materiálov	36
Obrázek 8 Rešerš materiálov, farieb a tvarov	38
Obrázek 9 Produktová rešerš na okuliare	39
Obrázek 10 Moodboard.....	41
Obrázek 11 Emočný moodboard.....	42
Obrázek 12 Komponenty v kolekcii.....	43
Obrázek 13 Koláž textílií použitých na pyžame	44
Obrázek 14 Návrh sandály	45
Obrázek 15 Skice a návrhy podošvy	46
Obrázek 16 Brainstorming farebnosti a podošvy	46
Obrázek 17 Návrh papuče	47
Obrázek 18 Návrhy okuliarí	48

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P 1: Dotazník

Příloha P 2: Strihy košel'a s kapucnou „3 Truffles“

Příloha P 3: Strihy pyžamový overal „2 Truffles“

Příloha P 4: Šablóny papuča „1 hl'uzovka“

Příloha P 5: Šablóny sandála „4 Truffles“

Příloha P 6: Šablóny sandála podšívky „4 Truffles“

Příloha P 7: Šablóny okuliare „5 Truffles“ a „6 Truffles“

Příloha P 8: Sandála „4 Truffles“

Příloha P 9: Papuča „1 hl'uzovka“

Příloha P 10: Okuliare „5 Truffles“

Příloha P 11: Okuliare „6 Truffles“

Příloha P 12: Pyžamo

Příloha P 13: Košel'a s kapucnou „3 Truffles“

Příloha P 14: Overal „2 Truffles“

Příloha P 15: Podošva sandála

Příloha P 16: Skica pyžamo









Příloha P 17: Brainstorming skice okuliare

Příloha P 18: Brainstorming skice podošvy

PŘÍLOHA P 1: DOTAZNÍK

Ludské pôžitky - Formuláre Google

10/08/2021, 01:20

 Ludské pôžitky      Odoslať  

Otázky Odpovede 83


Ludské pôžitky


Ďakujem, že ste sa sem prekliklí! Vážim si Váš čas a Vašu ochotu.

Zaujímá ma Váš úprimný a osobný názor na tému ľudských pôžitkov -----> Čím viac sa zamyslíte a rozpíšete, tým hodnotnejšie to pre mňa bude.

Každá otázka s odpoveďou Áno/Nie má preto začiarkavacie odpovede s možnosťou zakliknúť zároveň "Iné", kde môžete písať akékoľvek ďalšie poznámky, názory či vysvetlenia k odpovedi.

Anonymné
K Bakalárskej práci

Ako by ste definovali pôžitok? 



Text dlhej odpovede

Viete spoznať, keď vám niečo spôsobuje pôžitok? *

Áno

Nie

Iné...

Viete si predstaviť žiť bez pôžitkov? *

Áno

Nie

Iné...

Považujete sa za pôžitkára? *



- Áno
- Nie
- Iné...

S akými zmyslami sa vám najčastejšie spájajú pôžitky? *

- Čuch
- Zrak
- Chuť
- Hmat
- Sluch
- Iné...

Vie byť pre vás vaša práca pôžitkom? *

Áno

Nie

Iné...

Boli by ste ochotný/á vzdať sa nejakého pôžitku ak by vás to zbavilo vecí, ktorá vás dokáže frustrovať? (napríklad ak vás hnevá keď je zlé počasie a je pre vás pôžitkom sledovať západ slnka, tak by to znamenalo, že by už nikdy nebolo zlé počasie, ale nikdy by ste už nevideli západ slnka) Ak áno, do kolonky "Iné" zadajte o aký by išlo. *

Áno

Nie

Iné...

Myslíte si, že je možné nepocíťovať pôžitok vôbec z ničoho? *

Áno

Nie

Iné...

Je pre vás väčším pôžitkom pôžitok nečakaný alebo naplánovaný a pripravený? *



- Nečakaný (spontánny)
- Plánovaný (vopred pripravený)
- Iné...

Akú váhu má pre vás pocit finančnej istoty pri prežívaní pôžitkov? (napríklad či keď máme veľa peňazí je náš život naplnený viacerými pôžitkami, keďže si môžeme viac dopriať) *

	1	2	3	4	5	
Málo dôležité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Veľmi dôležité

Povedali by ste, že sa nechávate v živote ovládať vašimi pôžitkami? *

Áno

Nie

Iné...

Ako často smerujú pôžitky vaše rozhodnutia? *

Nikdy 1 2 3 4 5 Vždy

Povedali by ste, že prežívate momenty pôžitku každý deň? *

Áno

Nie

Iné...

Sú nejaké pôžitky, ktoré si vyvolávate pravidelne? Aké?



Text dlhej odpovede

Povedali by ste, že vaše pôžitky utvárajú vašu osobnosť? *

Áno

Nie

Iné...

Čo je pre vás najväčším pôžitkom?

Text dlhej odpovede

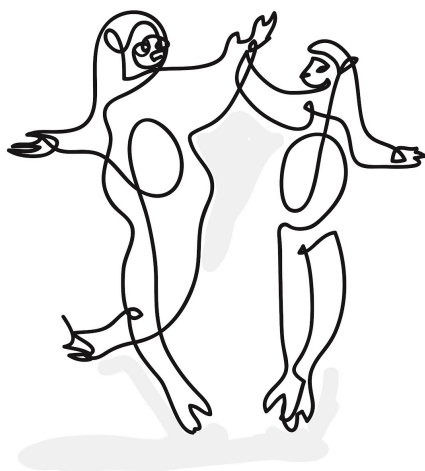
Ktorého pôžitku by ste boli ochotný/á sa vzdať keby ste museli? (možnosti berte iba ako návrhy, *
práve pre vás to možno nie sú pôžitky, zadajte prosím vlastný)

- Jedlo
- Stretávať sa s priateľmi
- Chodiť do mesta, barov, reštaurácií
- Cestovať
- Športovať
- Počúvať hudbu
- Iné...

Na ktorý pôžitok si spomínate ako na najstarší, ktorý je s vami asi najdlhšie?

Text dlhej odpovede

Sú nejaké spomienky, na ktoré spomínate s radosťou a spôsobujú vám zakaždým pôžitok? Aké?



Text dlhej odpovede

Prosím opíšte akýkoľvek pôžitok, ktorý prežívate vo svojom živote. (Čím osobnejší, originálnejší, nepravdepodobnejší, tým lepší. Môžete stručne, rozpísať sa, skrz príbeh, vysvetliť či ide o pravidelný alebo ho akoukoľvek formou zdieľať, budem veľmi rada. Alebo kľudne napíšte akýkoľvek postreh, názor, úvahu, či komentár, ktorý máte k tejto téme).

Text dlhej odpovede

Prežívate pôžitky ako: *

Muž

Žena

Iné...

Ste: *

Študent/ka

Pracujúci/ca

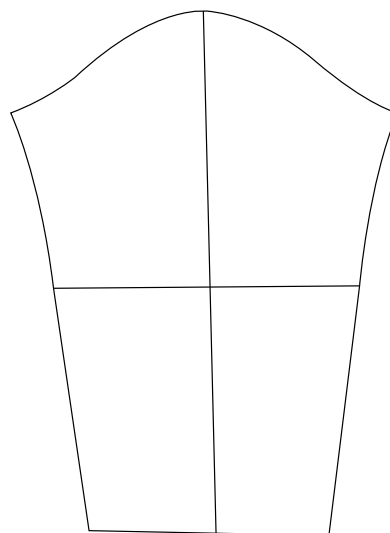
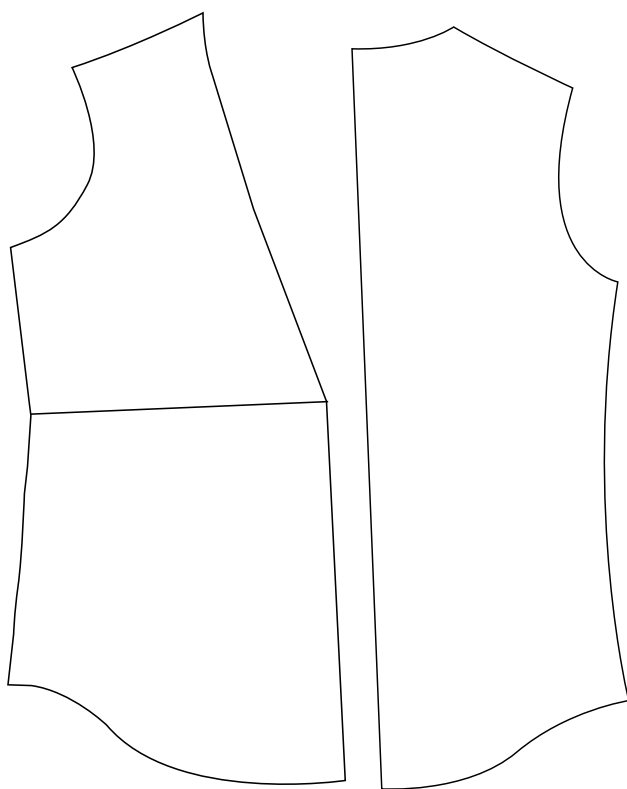
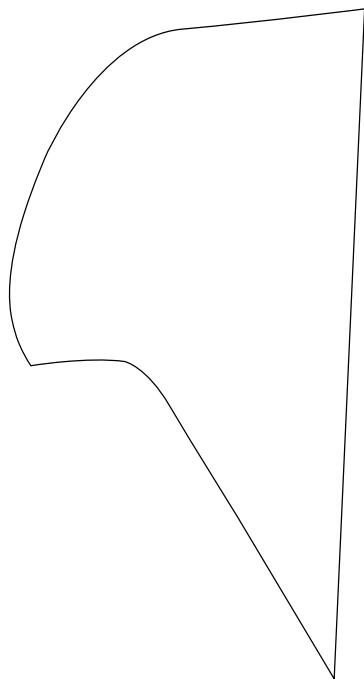
Nepracujúci/ca

Na dôchodku

Iné...

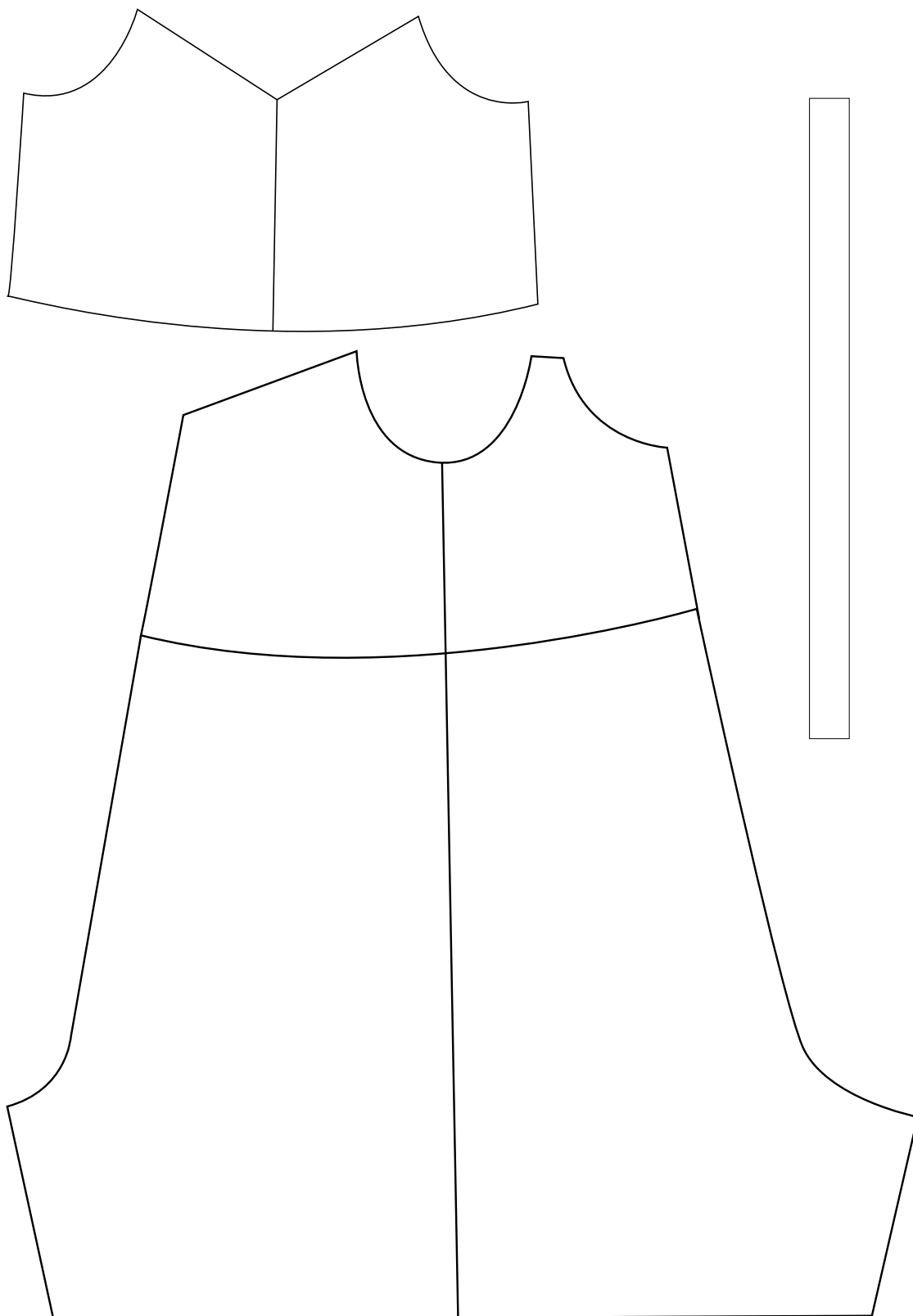
PŘÍLOHA P 2: STRIHY KOŠEĽA S KAPUCŇOU „3 TRUFFLES“

Obojstraná košeľa s kapucňou, šitá, vyvrátená, okraje zahnuté, okrúhla pruženka s brzdičkou v kapucni v tunelíku, bez zapínania



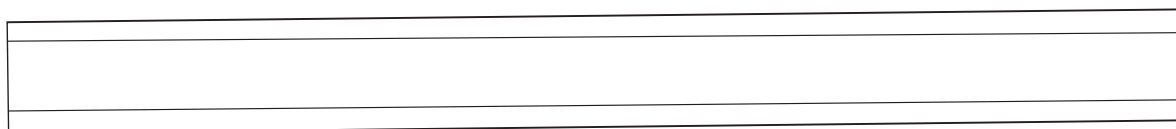
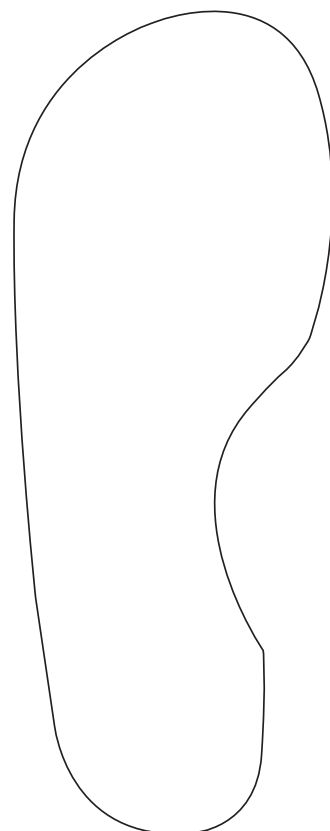
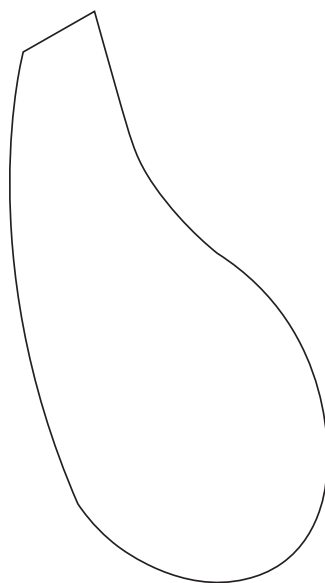
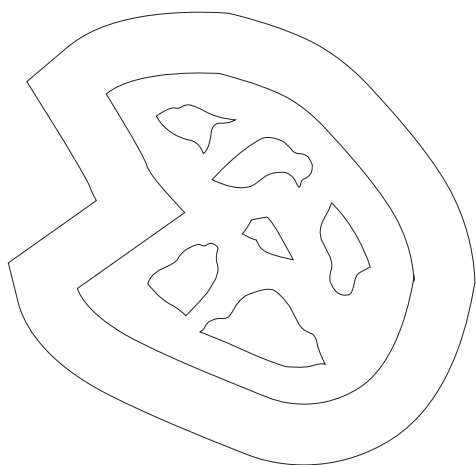
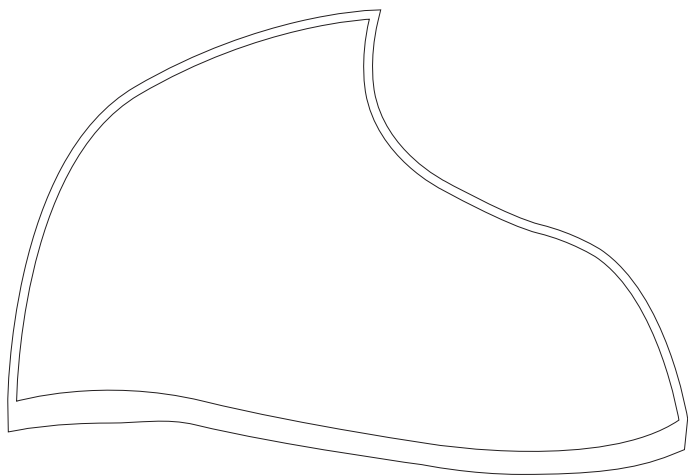
PŘÍLOHA P 3: STRIHY PYŽAMOVÝ OVERAL „2 TRUFFLES“

Šitý na středový šev, top je vcelku podšitý vo výstrihu a páse, vytvárá tunelík pre okrúhlu pruženku v páse s brzdičkou, ramienka zaväzovacie



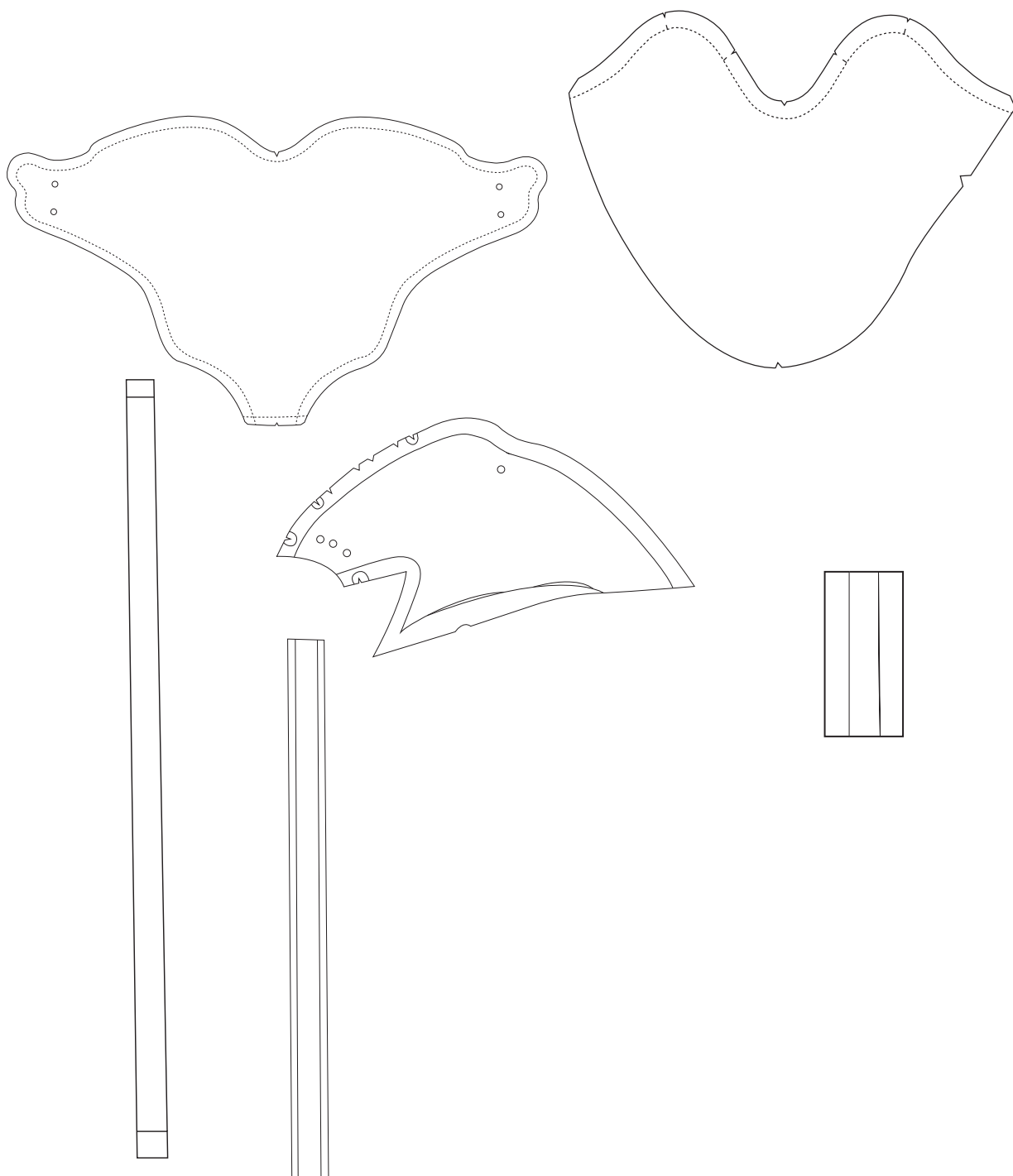
PŘÍLOHA P 4: ŠABLÓNY PAPUČA „1 HLUZOVKA“

Lepená, evaková brúsená podošva, šité na obrátku, usňová obchádzka na podošvi, obalovaná podošva

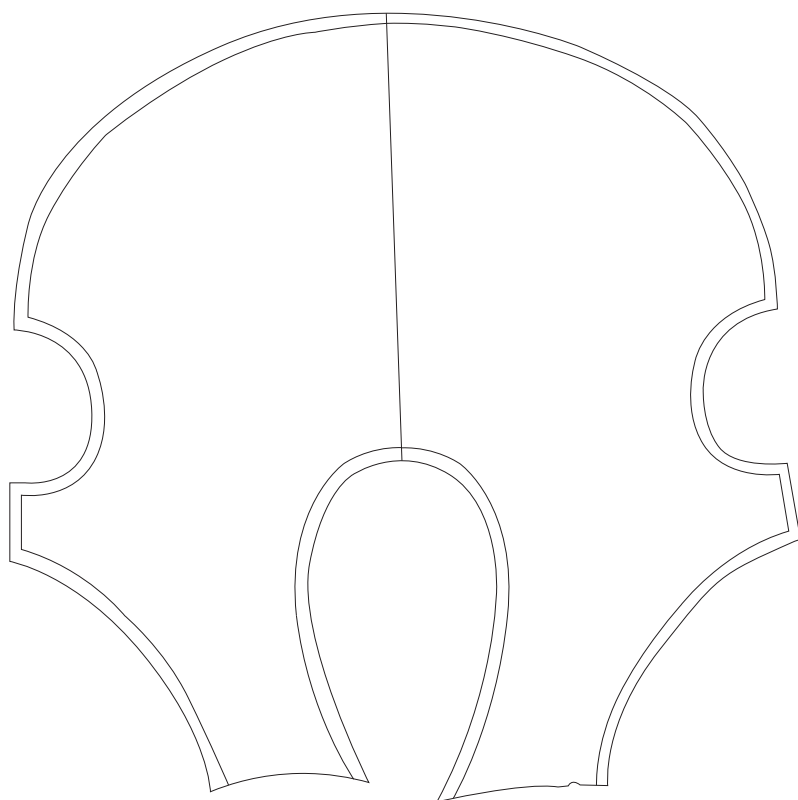
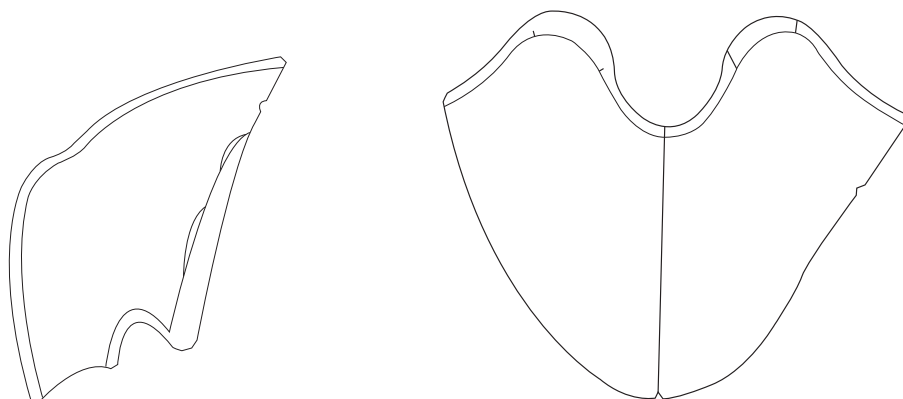


PŘÍLOHA P 5: ŠABLÓNY SANDÁLA „4 TRUFFLES“

Lepená, zaklepávané okraje, šité 2,5 mm od okraje, 1 rezaný nevypodšívkový pásik, usňou obalená okružla pruženka, ozdobné okružle pruženky 35 cm, zapínanie v päte- okružla pruženka s plastovou priesvitnou brzdičkou

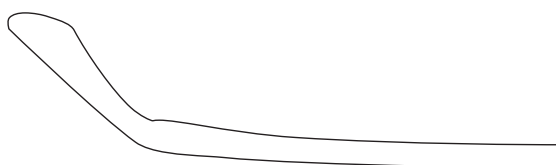
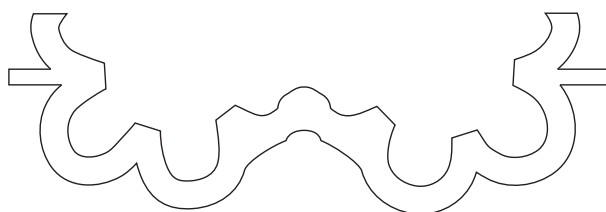
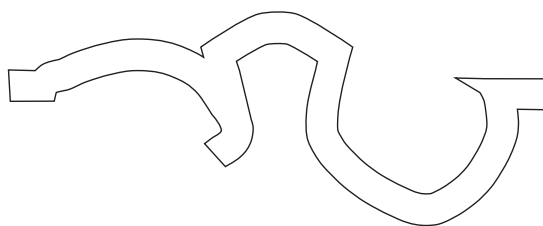


PŘÍLOHA P 6: ŠABLÓNY SANDÁLA PODŠÍVKY „4 TRUFFLES“

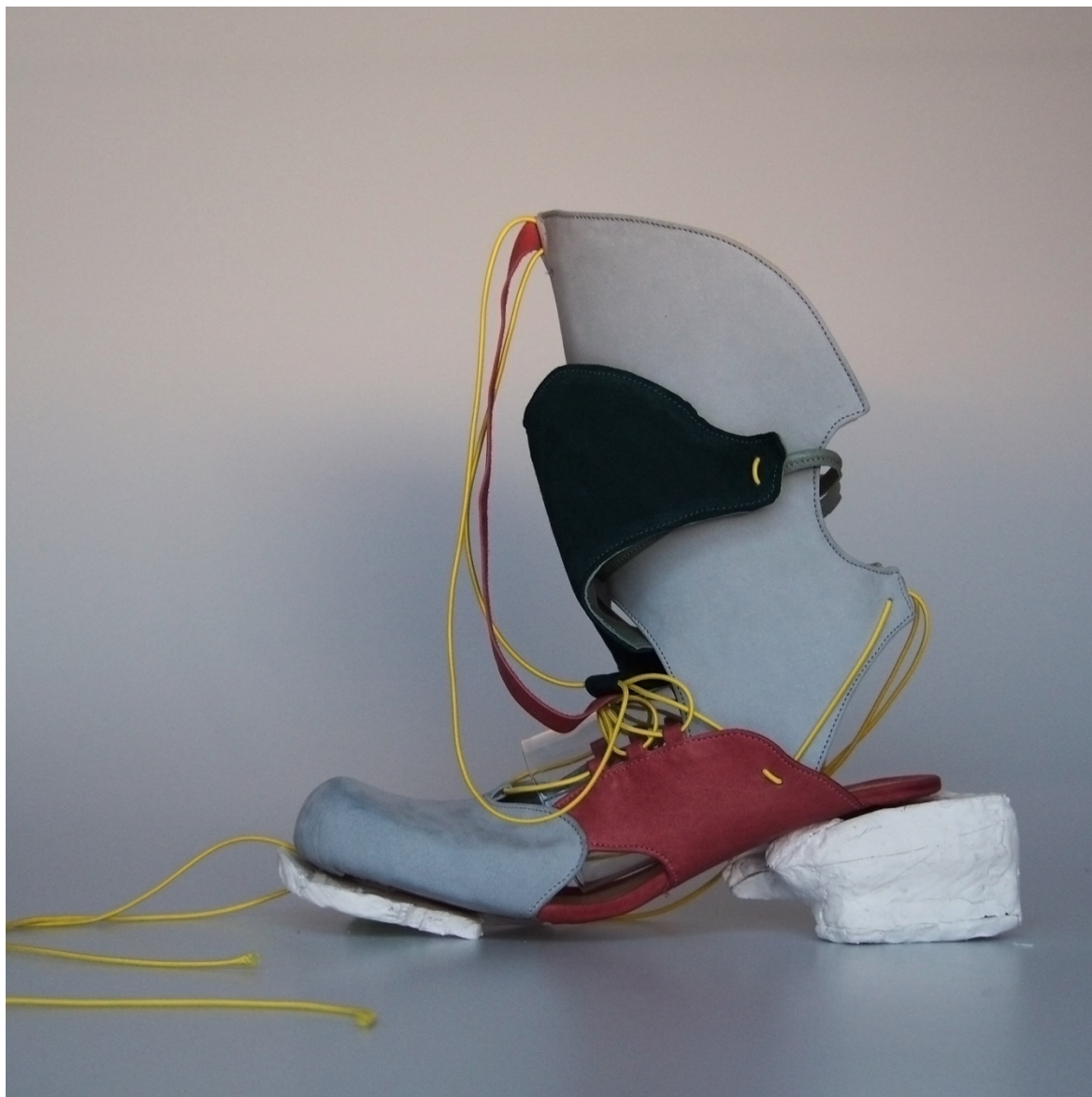


PŘÍLOHA P 7: ŠABLÓNY OKULIARE „5 TRUFFLES“ A „6 TRUFFLES“

Laserom vyrezaný tvar, materiál- roh, sklíčka ručně brúsené z plastu a lepené fúkané sklenené guľičky



PŘÍLOHA P 8: SANDÁLA „4 TRUFFLES“



PŘÍLOHA P 9: PAPUČA „1 HEUZOVKA“



PŘÍLOHA P 10: OKULIARE „5 TRUFFLES“



PŘÍLOHA P 11: OKULIARE „6 TRUFFLES“



PŘÍLOHA P 12: PYŽAMO

PŘÍLOHA P i: pyžamo



PŘÍLOHA P 13: KOŠELA S KAPUCNOU „3 TRUFFLES“

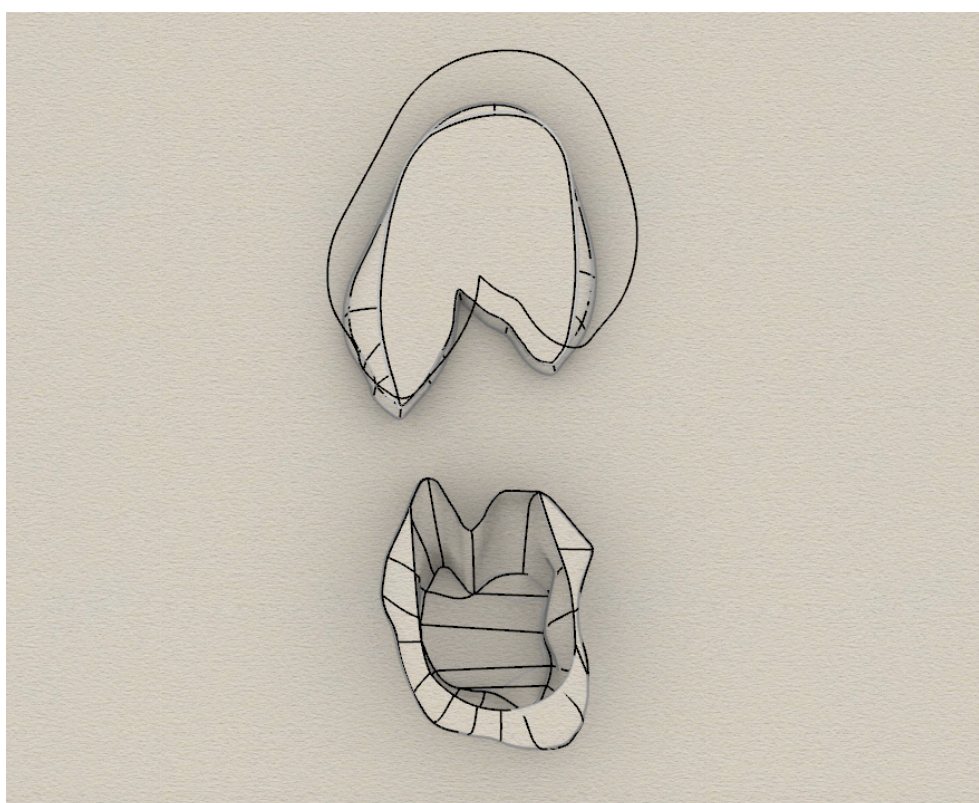
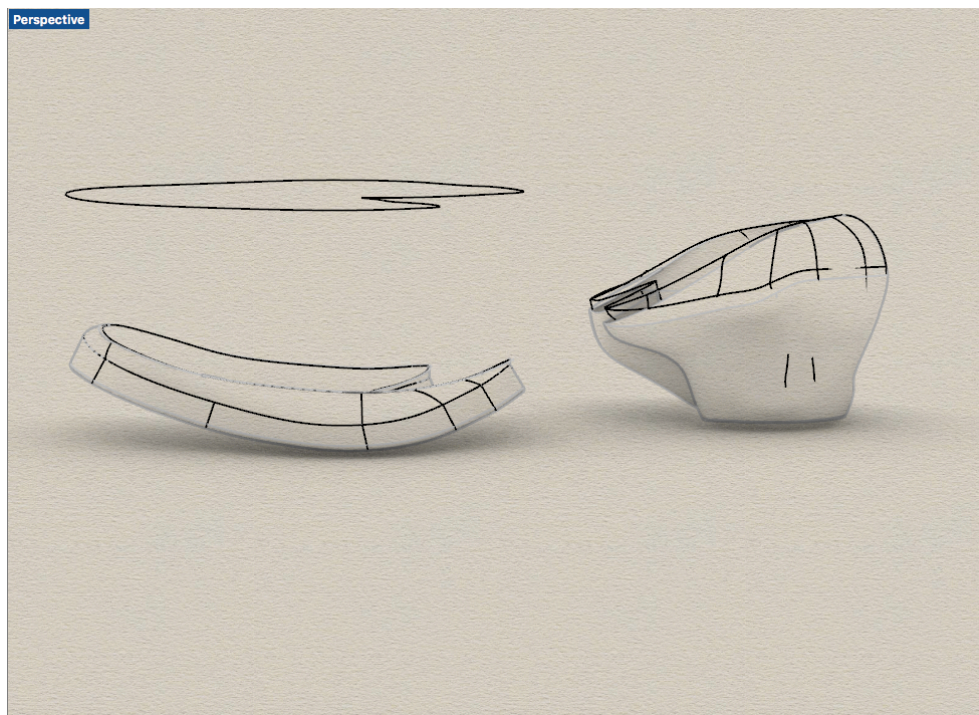


PŘÍLOHA P 14: OVERAL „2 TRUFFLES“



PŘÍLOHA P 15: PODOŠVA SANDÁLA

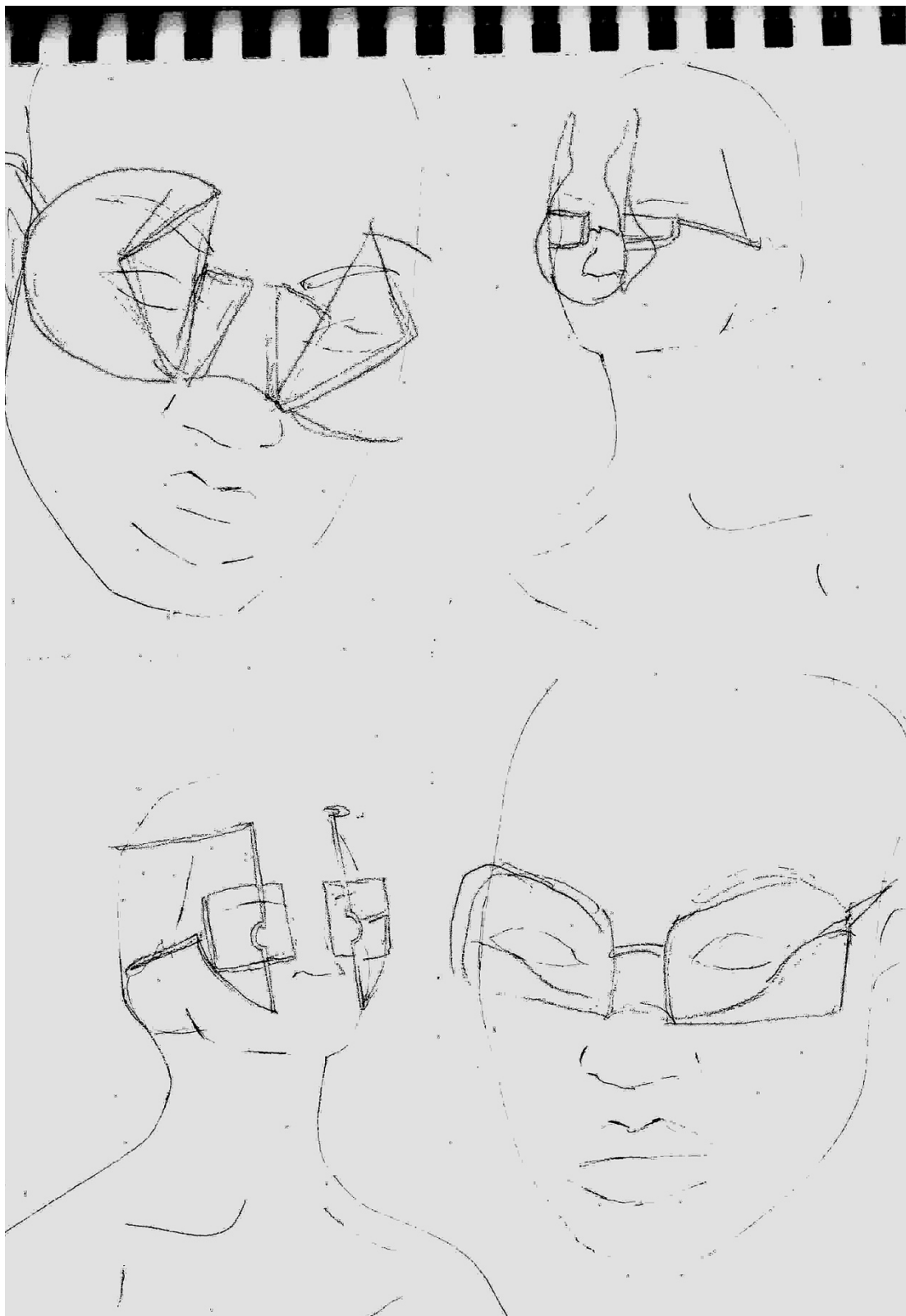
3D tlačený model, 2 části: podrážka + podpatok, výška podpatku 6,5 cm



PŘÍLOHA P 16: SKICE PYŽAMO

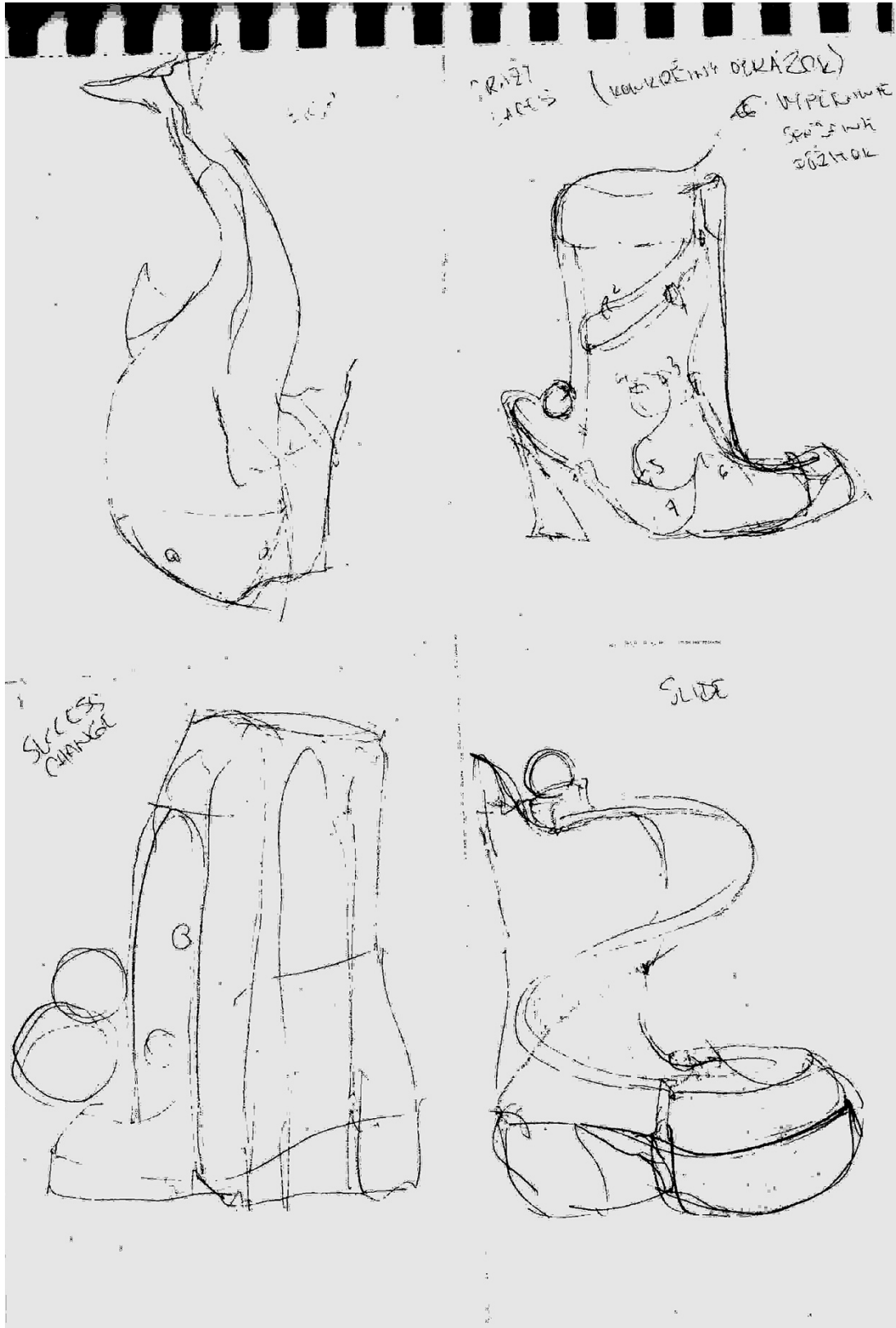


PŘÍLOHA P 17: BRAINSTORMING SKICE OKULIARE





PŘÍLOHA P 18: BRAINSTORMING SKICE PODOŠVA





POOL STICK



GOOFY



COFFEE TIME



НАПУКОВАНА
(НАПУКОВАНА
БОГА? ☺)



KUMEN

