

DOKUMENTACE ZÁVĚREČNÉ PRÁCE



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA VÝTVARNÝCH UMĚNÍ

FACULTY OF FINE ARTS

ATELIÉR TĚLOVÉHO DESIGNU

STUDIO OF BODY DESIGN

NO HARD FEELINGS

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

ADÉLE VENTUROVÁ

doc. Mgr.A LENKA KLODOVÁ, Ph.D.

BRNO 2018

OBSAH:

TEXTOVÁ ČÁST	s. 5 - 6
OBRAZOVÁ ČÁST	s. 7 - 9

TEXTOVÁ ČÁST

Ve své práci se zabírám problematikou fast fashion řetězců. Módou, která je dostupná masám a taky je zásadně ovlivňuje: v jejich vkusu, v pohledu na tělo vlastní i cizí, stejně tak v pohledu na identitu. Módou, která klade takový důraz na rychlost a výdělek, že opomíjí kvalitu nad kvantitou, lidskost nad cenou výroby a životní prostředí nad spotřebou.

Podobnými tématy jsem se zabývala již dříve, kdy mě zajímal vztah potisku trička k pracovním podmínkám ve výrobě. Často zde totiž vzniká obrovské pnutí, mezi východními zeměmi a těmi západními, čili mezi prostředím výroby a mezi prostředím nákupu a hlavního zisku z prodeje. Také mě zajímalo téma identity, takové, která se dá koupit, ale zároveň se vtíravě podbízí. Svoji práci i postojem mě inspirovala například švédská umělkyně Ninna Berger. Její statement zní: „Kupujte jen second hand. Protože v second handu se setkáte s ohromným množstvím stylů a musíte se více zamýšlet nad tím, kdo jste a co vlastně chcete. Je to mnohem kreativnější než jít do obchodu a zařadit se do jednoho z hotových neosobních looků.“ Tématem text na tričku a jeho vztah k místu vzniku jsem se zabývala ve své poslední klauzurní práci. Především tedy feministickými texty na tričkách a jejich vztahem k pracovním podmínkám ve výrobě. Jinak řečeno velké módní řetězce nám nabízejí oblečení s feministickými hesly, vyrobené způsobem, který je v rozporu se základními myšlenkami feminismu. K tomu jsem se vyjádřila ve své poslední klauzurní práci pomocí akce, ke které jsem přizvala další studenty školy a společně jsme vytvořili textilní objekt s nápisem Girls support girls, který pocházel z trička z H & M. Tato akce kritizovala vztah nápisu k pracovním podmínkám zaměstnankyň sweatshopu a zároveň byla oslavou na spolupráci a podporu mezi námi studenty. Jako problematiku jsem u ní, ale sledovala to, že proběhla na půdě školy a byla zde i vystavena. Tudíž se její poselství dostalo jen k malému okruhu lidí z umělecké sféry, o kterých jsem přesvědčena, že si jsou této problematiky plně vědomi. A tak jsem se rozhodla pro intervenci přímo na místě, kde dochází k tomu nejdůležitějšímu, tedy k zisku z prodeje. Protože v prodejně panují určitá přísná pravidla, vybrala jsem si prostor zkušebních kabin. Který je sice součástí prodejny, zároveň je ale taky specifickým prostorem, který není a ani nemůže být střežen. Je to tajné místo za oponou, které ačkoli je intimní, je primárně určené pro svlékání a oblékání v zájmu zisku korporátu. Co se stane, když se zde bude dít něco jiného? A jak dlouho bude trvat, než to někdo zjistí? Jak moc všímaví budou návštěvníci prodejny? A je možné ovlivnit jejich pohled na nákupy v těchto řetězcích?

Tyto otázky jsem chtěla zodpovědět akcí a intervencí v prodejně. Akce spočívala v tom, že jsem ve zkušební kabině jednoho módního řetězce ručně ušila svoji vlastní kolekci. Jako materiál jsem použila jen vyřazené oblečení nebo oblečení ze second handu. Tato performance měla být kontrastem k realitě. Způsob výroby ručním šitím je extrémně pomalý oproti výrobě oblečení v prodejně. Materiál je extrémně ekologický, protože se vlastně jedná o recyklaci a zároveň je každý kus jedinečným originálem. Ušité kusy jsem pak označila červenými visačkami, vizuálně podobným těm, které řetězec používá pro označení a nacenění zlevněného zboží. Jako cenu jsem uvedla číslo nula. Tyto kousky jsem pak zanesla na stojan ke zlevněnému oblečení, kde jsem je ponechala.

Cílem tedy nebylo vytvoření samotné kolekce, ale vytvoření kontrastní paralely k rychlosti, k způsobu výroby a k množství, tím mám na mysli originalitu jednotlivých kusů. Stručněji

řečeno jsem usilovala o vytvoření kontrastu mezi sériovou rychlou výrobou a zdlouhavým ručním šitím. Výstupem pro vystavení je instalace složená z posbíraných záznamů z akce: fotografie ušitých modelů, video doplněné o zvukový záznam (hudba, která v prodejně hrála, žádosti zákaznic o uvolnění dlouho obsazené kabinky, útržky diskuzí...apod.). Tento záznam mi měl původně sloužit jen jako časomíra pro dobu strávenou v kabině. Nakonec se v něm, ale objevují i různé reakce zákazníků, ať už na právě podezřele dlouho obsazenou kabinku anebo na mnou ušité ne úplně konvenční oblečení. A tím se nahrávka stala důležitou součástí práce, protože je zároveň záznamem reakce diváků-zákazníků, na které jsem cílila. Instalace pracuje s typickou vizualitou velkého módního řetězce. Tzn. jednoduchý světlý design, ke kterému jsou fotografie modelů svojí D.I.Y. estetikou opět v kontrastu. Jako materiál využívá již vyrobené předměty a využívá je poměrně obvyklým způsobem. Jedná se o stojan a ramínka na oblečení, na kterých jsou umístěné fotografie a další záznamy. Instalaci vnímám, ale jen jako dokumentaci k tomu podstatnému, k akci, která probíhala v prodejně a jejímu vlivu na diváky. Například když zákazníci zahlédli pod závěsem kabinky stříhání trička nebo přešívání zipu apod. anebo když pak objevili mezi běžným sortimentem kusy, které do nabídky na první pohled nepatří, což bylo zřejmé, protože jsem na oblečení záměrně ponechala cedulky s původní značkou.

S ohledem na svoji předchozí akci, ve které jsem řešila podobnou tematiku, bych svoji nynější práci zhodnotila kladně. Podařilo se mi totiž dílo umístit do prostoru, kterého se daná problematika týká. Do prostoru, který navštěvují lidé, kteří si neuvědomují anebo nepřipouštějí právě to sdělení, které má intervence předávat. Zároveň si nejsem jistá, zda může být takovýto divák dostatečně pozorný a zda je výrazový prostředek vzhledem k těmto okolnostem zvolen vhodně. Zda by intervence neměla být ve svém sdělení jasnější a ve vizuální stránce výraznější a odlišnější od ostatního oblečení. Na druhou stranu by se ji pak pravděpodobně nepodařilo umístit mezi běžný sortiment anebo jen na krátkou dobu. I tak se mi ale podařilo získat, pomocí zvukové nahrávky zpětnou vazbu tudíž práci považuji za zdařilou a cíl práce za splněný. Zároveň mě téma ale stále zajímá a považuji ji ho za důležité a aktuální a tak bych se mu ráda věnovala i nadále.

OBRAZOVÁ ČÁST



No hard feelings , fotografie pořízená při akci, 14. 5. 2018, kabinka prodejny H&M, Česká 1/3, Brno



No hard feelings ,artefakt vzniklý při akci, 14. 5. 2018, kabinka prodejny H&M, Česká 1/3, Brno



No hard feelings ,artefakt vzniklý při akci, 15. 5. 2018, kabinka prodejny H&M, Česká 1/3, Brno



No hard feelings ,artefakt vzniklý při akci, 12. 5. 2018, kabinka prodejny H&M, Česká 1/3, Brno



No hard feelings ,vizualizace jedné z možných podob instalace, fotografie, obrazovka, kovová konstrukce, plast, 150 x 111 x 51 cm