

Obsah

designum5



2	Editoriál	Zuzana Šidlíková
AKTUÁLNE		ŠKOLY
4	Tri z troch – Katedra textilnej tvorby VŠVU	Jana Švantnerová
14	Práca s textilom na ŠÚV Josefa Vydru	Ľubica Pavlovičová
		AKTIVITY
18	Premeny na slovenskej módnjej scéne	Dana Lapšanská
24	Slovak Fashion Council – ako ďalej	Zuzana Šidlíková
		PODNIKANIE DOMA
28	Mladý odevný dizajn na Slovensku	redakcia
34	MERINA – AUDOV	Zuzana Šebeková
39	Justplay: Jana Bačinská	Zuzana Šidlíková
42	Ozeta Neo a Zekon: pánska konfekcia na Slovensku	Mária Gmitrová
48	MAKYTA – spolupráca s Borisom Hanečkom	Zuzana Šidlíková
50	Nová krv: absolventi Ateliéru odevného dizajnu VŠVU	redakcia
		V ZAHRANIČÍ
54	Petra Langerová: dizajn, to sú čísla	Zuzana Šidlíková
58	Juraj Straka – úspešný slovenský textilný dizajnér	Erika Trnková
61	Antverpské výzvy	Mária Štranecková
RETROSPEKTÍVNE		HISTÓRIA
66	Pánska móda a Slovensko	Miroslava Ferklová
69	Najvýznamnejšie múzeá módy v Európe	Eva Hasalová
TEORETICKY A PRAKTICKY		
76	EKO-textil	Zuzana Šidlíková
78	Stredné odborné školy textilné	Žaneta Páleníková
79	INFOBOX	
81	SUMMARY	Ľubica Kachničová

Editoriál

Držite v ruke ďalšie monotematické číslo, ktoré je tentoraz venované odevnému a textilnému dizajnu. Ako to vnímam z pozície redaktorky časopisu, jeho príprava sa zdá byť nekončiacim procesom. Na jednej strane sa stále vynárajú zaujímavé projekty a osobnosti, ktoré by sa „patrilo“ osloviť, na strane druhej je to sústavné „naháňanie“ autorov a dizajnérov – textov, fotiek, popisiek, riešení autorských práv a pod. Časopis je skrátka vždy pokusom o kompromis: konceptu dvoch redakcií, prezentovaných dizajnérov, „nárokov“ čitateľskej obce, dostupnosťou autorov, predstavy grafika o vizuálnom spracovaní informácií, a to všetko pod tlakom časového limitu. Teda opäť sa potvrdzuje, že časopis je len taký, akí sme my sami, aká je ochota podieľať sa na jeho príprave. Napriek tomu, že z oslovených slovenských odevných dizajnérov na našu ponuku prezentovať svoju značku v tomto čísle reagovala aj po urgenciách len približne polovica (!), podarilo sa nám, aspoň v to dúfame, toto číslo naplniť zaujímavými rozhovormi a úvahami nad aktuálnymi otázkami odboru.

V prvej časti predstavujeme informácie týkajúce sa vzdelávania. Vedúce troch ateliérov na Katedre textilnej tvorby na VŠVU charakterizujú pedagogické vízie a možnosti uplatnenia absolventov. Rozhovor s Annou Bohatovou približuje štúdium textilu na Škole úžitkového výtvarníctva Josefa Vydru v Bratislave. V závere môžete nájsť i krátke informácie o ďalších stredných odevných a textilných školách na Slovensku.

V nasledujúcich blokoch sú príspevky o podnikaní v domácich podmienkach a tiež niekoľko príbehov slovenských dizajnérov, ktorí sa uplatnili na zaujímavých pracovných pozíciách v zahraničí. Domáci odevný a textilný biznis zastupujú krátke charakteristiky mladých odevných značiek, ale i priemyselných podnikov, ako



Audov (malá prevádzka, ktorá vznikla zo zrušenej Meriny), odevné firmy Ozeta Neo, Zekon, Makyta, alebo mladšia značka Justplay. Nový pohľad na prácu v dizajnerskej pozícii v zahraničí prinášajú Petra Langerová a Juraj Straka. Pre niekoľkých našich študentov sa stalo zaujímavým i kreatívne prostredie Antwerp.

Úvaha Dany Lapšanskej veľmi vhodne zhrnie niekoľko významných fenoménov módnjej branže na Slovensku v posledných rokoch. Tým, ktorí boli zvedaví na aktivity Slovak Fashion Councilu, dostanú aktuálnu odpoveď o jeho činnosti od Dany Kleinert. Na záver nechýbajú texty o histórii: pánska móda a Slovensko, a ak sa chystáte na cesty, nevynechajte ani podrobný prehľad najvýznamnejších múzeí módy v Európe. Aktuálnym fenoménom, hoci sa mu dodnes venovalo len málo teoretických štúdií, je otázka ekologických stratégií textilného priemyslu v minulosti a súčasnosti.

Aké možnosti má teda na Slovensku odevný a textilný dizajn? I toto číslo len potvrdilo, že pozícia *textilného* či *odevného dizajnéra* nemá v žiadnom prípade jednotnú charakteristiku. Úlohy dizajnéra ovplyvňuje typ firmy, resp. výrobný systém, ktorému sa podriaďuje. Obdobie posledných rokov prialo skôr rozvoju menších značiek a samostatným podnikateľským víziám absolventov odevného dizajnu, menej však už priemyslu (odevnému a najmä textilnému). Mnohé firmy boli pod tlakom zahraničného importu zlikvidované. Nesmierne sa vždy poteším, ak sa v množstve značiek objaví slovenský investor, alebo dokonca dizajnerský tím. Na mnohé zaujímavé domáce podniky už v časopise nezostal priestor: napr. na športové značky Treksport, NorthFinder, voľnočasové odevy GATE atď. Málokto vie, že aj značka Zahoni, ktorá má obchod na Laurinskej ulici v Bratislave, nie je u nás žiadnym nováčikom, kolekcie sa navrhujú a dokonca i šijú v Nitre. Verím, že takýchto prekvapení bude stále viac, a keďže podnikanie v tomto biznise nie je na našom trhu vôbec jednoduché, tento fakt hádam raz docením aj širšia verejnosť.

Rovnako potešia aj ďalšie úspechy: spolupráca Ľubice Humeníkovej a Lenky Tatárovej s firmou Slovenka, minuloročný projekt Borisa Hanečku s Makytou, víťazstvo Miroslava Saba v kategórii najlepšia zahraničná kolekcia na pražskom Designbloku 2012, nové obchody značky Ozeta, prehliadky Lenky Sršňovej s jej energiou a schopnosťou pritiahnúť na podujatie stovku módnych nadšencov (alebo hoci i laikov, ktorí sa tam v sprievode priateľov ocitnú náhodou...) a mnohé ďalšie radosti, ktoré prajú to-

muto odboru a vzájomne si (hoci nevedomo) vylepšujú podmienky a „vychovávajú“ tak komunitu... možno i svojich budúcich klientov.

Nové domáce značky s odevnou konfekciou sa väčšinou neprezentujú ako slovenské, orientácia hlavne na export musí osloviť zákazníka bez lokálnych obmedzení. V zásade platí, že v kategórii konfekcie je stále najsilnejším kritériom tlak na nízku cenu. V prípade odevu na mieru, alebo exkluzívneho kusu z kolekcie dizajnéra, kupujete originál, ktorý treba primerane zaplatiť. Aj u nás sa stále častejšie objavuje koncept založený na kompromise: malé série od dizajnérov za prijateľné ceny.

Možnosti odevného dizajnu sú široké. Napokon, toto heslo som počula pred mnohými rokmi počas štúdia odevného dizajnu v Hamburgu: „Nie je zlý dizajn, je len neschopnosť nájsť svojho cieľového zákazníka“. A stále častejšie si túto myšlienku pripomínam, hoci sa odevnému dizajnu momentálne nevenujem. Vidím však na študentoch a absolventoch, že len kreativita nestačí, talent musí mať v tejto súvislosti podstatne širší rozmer. Takže verme tomu. Každý sa predsa chce a vlastne i musí obliekať. To je sľubný priestor na kreatívne podnikanie. Skúsme zamiešať karty, z kvantít tovaru a množstva značiek si vyberme to, čo neodložíme v ďalšej sezóne, to, čo vystihuje našu individualitu... a možno i podporí výrobu na Slovensku.



JANA ŠVANTNEROVÁ

ARCHÍV AUTORI

Tri z troch

KATEDRA TEXTILNEJ
TVORBY VŠVU

Henrieta Kurčíková:
Kolekcia čepcov
Status, 2012. IDE
O KOLEKCIU ČEPCOV
INŠPIROVANÝCH
SLOVENSKÝMI
SVADOBNÝMI
PARTAMI A ČEPCAMI.
AUTORKA TÚTO
PRVOPOČÍATOČNÚ
IDEU PRETVORILA
POSTUPNOU
ŠTYLIZÁCIOU DO
VEĽMI SÚČASNEJ
PODOBY, PRIČOM
PRACOVALA AJ
S NETEXTILNÝMI
MATERIÁLMI, KTORÉ
SA VYUŽÍVAJÚ
V STAVEBNÍCTVE.
FOTO: JAKUB ČAJKO.

Ľubomíra Abrahámová:
Stará láska nehrdzavie,
 bakalárska práca, 2010. Táto
 práca bola inšpirovaná
 ľudovým umením, konkrétne
 trnavským krojom.
 Inšpiráciu študentka
 pretransformovala do
 kovu, pracovala s kovovou
 výšivkou, ale aj s technikou
 rezania laserom. Skĺbila tak
 tradičné techniky s novými.
 Ocenená na súťaži Talente
 2011. Foto: Matúš Cepka.



Textil sa na VŠVU dostal začiatkom šesťdesiatych rokov, vtedy sa vyučoval v rámci Oddelenia monumentálnej maľby a gobelínu pod vedením Petra Matejku. V roku 1976 vzniklo samostatné Oddelenie textilu pod hlavičkou Katedry úžitkového umenia. V jeho čele sa vystriedali Eugénia Lehotská a Elvíra Antalová. Z tejto „materskej bunky“ sa postupne oddelili špecializovaním sa tri svojbytné ateliéry. V roku 1990 sa vyprofiloval Ateliér voľnej textilnej tvorby pod vedením Evy Cisárovej-Minárikovej a Ateliér textilného dizajnu pod taktovkou Jozefa Bajusa. Následne v roku 1992 založil Josef Ľaptúch Ateliér odevného dizajnu. Samostatná Katedra textilnej tvorby s tromi ateliérmi vznikla až v roku 1995. Od jej vzniku ju vedie Júlia Sabová.

Vo vedení Ateliéru (I) textilného priestoru (predtým Ateliér voľnej textilnej tvorby) vystriedala v roku 2009 Ľubicu Sajkalovú Blanka Cepková. Študentky a študentov vedie k vnímaniu textilu ako mnohotvárneho média. Vďaka spoznávaní tradičných aj najnovších techník a technológií spracovania a pretvárania textilného materiálu sa im otvárajú možnosti jeho následného využitia v tvorbe autonómneho výtvarného objektu. Súčasťou bakalárskeho štúdia je aj kurz reštaurovania textilu, vďaka ktorému môžu jeho absolventi pokračovať v magisterskom štúdiu v Ateliéri reštaurovania textilu pod vedením Sylvie Birkušovej.

Po vzniku Ateliéru (II) odevného dizajnu v roku 1992 ho dva roky viedol Josef Ľaptúch, ktorého vo vedení nahradila Júlia Sabová. Jej koncepcia výučby je založená na chápaní odevu ako média s vlastnou výpovednou hodnotou a nielen trendom podliehajúceho predmetu. Cieľom takto koncipovaného odevu je komunikovať prostredníctvom svojho tvorcu a nositeľa. Popri riešení odevu dáva ateliérová tvorba priestor aj vytváraniu módnych doplnkov, šperkov či obuvi.

Vo vedení Ateliéru (III) textilného dizajnu sa od jeho založenia vystriedali viacerí textilní výtvarníci: Jozef Bajus, Ildikó Dobešová, Silvia Fedorová. Od roku 2004 ho vedie Mária Fulková. Študenti sú v rámci výučby vedení k návrhom na dekoratívne a úžitkové textílie, ako aj nábytku či doplnkov. Ateliér je aktívnym organizmom, ktorý vďaka dlhodobej medzinárodnej spolupráci umožňuje svojim študentom aktívnu spoluúčasť na trhu s textilným dizajnom už počas štúdia. Študenti tak majú možnosť spoznať okrem tradičných technológií aj tie najprogresívnejšie, využívané priemyselne. Pozoruhodné výsledky dosiahol ateliér v rozvíjaní možnosti tradičnej slovenskej techniky, textilnej modrotlač.

ATELIÉR TEXTILNÉHO PRIESTORU (VEDÚCA ATELIÉRU BLANKA CEPKOVÁ)

**Koľko voľnosti sa zmestí do Ate-
liéru textilného priestoru?** B. C.: Ateliéru textilné-
ho priestoru má veľmi špecifické postavenie v rámci
Katedry textilnej tvorby. Katedru rozširuje o ponuku
voľného umenia. Nie je zameraný na dizajn a tak vo
svojej práci nie je limitovaný obmedzeniami priemyslu.
Konceptia ateliéru sa opiera o súčasnú tvorbu *fibre
art* – voľného umenia v textilnom materiáli. Zameraný
je na autorskú tvorbu, prácu s osobnými konceptmi.
Študentov vedieme k individuálnemu umeleckému vý-
razu, vnímaniu svojej práce v rámci širšieho kontextu,
či už historického, spoločenského alebo priestorového.
Formujeme u študentov kreatívne a kritické myslenie.
Využívame bohatú textilnú tradíciu, pracujeme so širo-
kou škálou textilných techník od tkania, cez vyšívanie,
paličkovanú čipku až po háčkovanie. Ateliérové zadania
poskytujú priestor na tvorbu textilnej miniatúry, veľ-
koplošných textílií, mäkkej plastiky, až po práce určené
do konkrétneho priestoru – interiéru alebo exteriéru.
Ale pracujeme aj na zadaniach, ktoré sú zamerané na
autorský dizajn s dôrazom na jeho koncept, ako je na-
príklad textilný doplnok alebo šperk. Cieľom výučby
je pochopenie vlastností textilného materiálu, jeho
limitov a využitie jeho vizuálnych i haptických mož-
ností. Ceníme si kreatívny prístup a inovatívne postupy
v realizáciách.

**Rovnako ako iné ateliéry VŠVU, aj vy určite
pripravujete rôzne spoločné projekty.** B. C.: Áno,
mali sme napríklad workshop zameraný na papier, ktorý
viedla Miroslava Podmanická z Katedry sochy. V sú-
časnosti realizujeme workshop s katedrou vizuálnej
komunikácie a v spolupráci s Kristýnou Španihelovou
z ateliéru kovu a šperku pripravujeme ďalší workshop
zameraný na využitie kože. Úzko spolupracujeme aj
s Technickou univerzitou v Liberci, s Akadémiou krás-
ných umení Władysława Strzemińskiego v Lodži, s Tele-
mark University College v Nórsku. Naši študenti sa radi
zúčastňujú stáží a výmenných pobytov v Škandinávii,
najmä vo Fínsku a Nórsku.

Darí sa vašim absolventom uplatniť? B. C.: Nie
je to ľahké. Neustále pracujeme na rozšírení možností
ich uplatnenia po absolvovaní. Tomuto zámeru prispô-
sobujeme aj náš študijný program. Podarilo sa nám
vytvoriť v spolupráci s katedrou reštaurovania magis-
terské štúdium reštaurovania textilu, nadviazali sme tak
na tradíciu predmetov reštaurovania textilu na našej
katedre. Rozšírili a skvalitnili sme aj ponuku výučby
historických textilných techník. Meníme program tex-
tilného kurzu, ktorý chceme špecializovať na výšivku

Blanka Cepková



Katarína Orolínová:
Objekt Mimikry,
2011. OBJEKT
JE VYTVORENÝ
OBTÁČANÍM
LYKOVÉHO
ZÁKLADU, DO
KONKRÉTNÉHO
PRÍRODNÉHO
PROSTREDIA.
FOTO: AUTORKA.





Ján Jánoš: *Spoved' 7 hriechov, bakalárska práca, 2012. IDE O CYKLUS PORTRÉTOV REALIZOVANÝCH PRENOSOM LASEROVEJ TLAČE NA PLÁTNO. V PRÁCI VYUŽÍVA AJ TEXT, KTORÝ REFLEKTUJE JEHO OSOBNÝ ŽIVOT. FOTO: BLANKA CEPKOVÁ.*



Klaudia Bulantová:
Paličkovaný šperk, 2011.
FOTO: AUTORKA.

a jej presahy do voľnej tvorby a dizajnu. Je to svojbytný a veľmi obsiahly druh textilnej tvorby. Rozsah výučby bude sprístupňovať techniky výšivky od historických až po súčasné, digitálne strojové vyšívanie. Reagujeme aj na nové technológie a nové materiálové možnosti. Plánujeme rozšíriť výučbu predmetov zameraných na digitálne navrhovanie. Vylepšujeme technické zázemie ateliérov a našich dielní. Výskumy prinášajú nové poznatky o nových materiáloch a inteligentných textíliách, to sú tiež zaujímavé podnety k tvorbe umeleckých diel s novými vlastnosťami. Plánujeme sa zamerať na prácu s materiálmi, ako nanovlákná, rozpustné vlákna, papierové špagáty, alebo metalicko-plastové nite. Rozširujeme možnosti technologického a materiálového zázemia tak, aby naši absolventi vedeli tvorivo pracovať v rôznych oblastiach textilnej tvorby. Možnosti ich uplatnenia nevidíme len v profesii samostatne tvoriaceho umelca, ale aj v oblasti vzdelávania a kultúry. Veľmi atraktívne je aj štúdium reštaurovania textilu, s možnosťou reštaurovania muzeálnych zbierok.

Najvýznamnejšie ocenenia vašich študentov?

B. C.: Najvýraznejším úspechom bolo ocenenie študentky Ľubomíry Abrahámovej na medzinárodnej prehliadke Talente 2011 v Mníchove. Uspela s prácou *Stará láska nehrdzavie*, ktorá bola inšpirovaná ľudovým umením, konkrétnejšie trnavským krojom. Inšpiráciu študentka pretransformovala do kovu, pracovala s kovovou výšivkou, ale aj s technikou rezania laserom. Skĺbila tak tradičné techniky s novými. Študentka Jana Krčmárová získala ocenenie v súťaži Young Contract Creations Award 2012: Upholstery prezentovanej na Heimtextile vo Frankfurt. Henrieta Kurčíková sa prezentovala v Londýne v Slovenskom dome počas olympijských hier kolekciou autorského dizajnu Status. Ide o kolekciu čepcov inšpirovaných slovenskými svadobnými partami a čepcami. Túto prvopočiatočnú ideu postupnou stylizáciou pretvorila do veľmi súčasnej podoby. Pracovala pri tom aj s netextilnými materiálmi, ktoré sa využívajú v stavebníctve. Súťaže sú veľmi dobrou príležitosťou na prezentáciu študentov, môže to znamenať pre nich veľmi dobrý kariérny štart do budúcnosti, upozorniť na seba, na svoju prácu, po prípade úspešne predat dielo. V zahraničí je vzťah k umeleckej tvorbe a ručnej práci na inej úrovni, a preto sú tam tieto šance vyššie.

Ako funguje prezentácia ateliéru navonok?

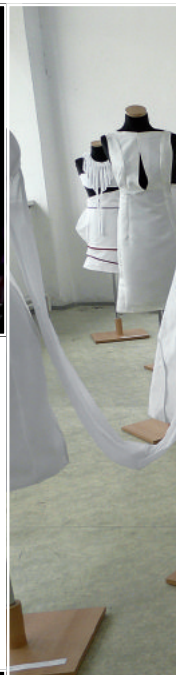
B. C.: Ateliér sa prezentuje každoročne výstavou študentských prác buď na Slovensku alebo v zahraničí. Popritom prezentujeme tvorivú prácu v ateliéri aj skupinám odborníkov, pedagógov a zberateľov zo zahraničia z Nemecka, Belgicka, Japonska, Španielska... Uverejňujeme články o našom ateliéri a študentských prácach aj v časopise *Textile Forum Magazine*, *European Textile Network* alebo v belgickom časopise zameranom na

textil a čipku Kant. Pravidelne o našom ateliéri píše aj slovenský časopis RUD. Popritom sa študenti individuálne zúčastňujú na prehliadkach textilného umenia, ako je textilná miniatúra, trienále textilu, kde prezentujú aj svoju ateliérovú tvorbu. Najbližší plánovaný projekt je v spolupráci s katedrou textilného umenia Akademie Sztuk Pięknych v Lodži, od ktorej sme dostali pozvanie na podujatie The Young Textile Art Triennial, Lodž 2013. Ide o sprievodnú akciu k Trienále textilu, čo je najvýznamnejšia svetová prehliadka textilného umenia.

V čom vidíte zlepšenie za posledné roky, prípadne na akých vylepšeniach práve pracujete?

B. C.: Naša katedra spolupracuje s katedrou dizajnu a katedrou vizuálnej komunikácie na projekte Digitalizácia technologických procesov v dizajne. Je to grant financovaný zo štrukturálnych fondov v Operačnom programe výskum a vývoj. Sú vytvorené výskumné tímy, ktoré sprostredkujú vďaka novej technologickej podpore úplne nový pohľad na spôsob tvorby umeleckého textilného diela a dizajnu. Chceme viac laborovať s materiálmi a zamerať sa na vývoj nových tkanín a na nové cesty spracovania týchto textílií až po finálne objekty. Umožní nám to podstatné rozšírenie technologického zázemia katedry. Nový pletací digitálny stroj s viacfarebnými možnosťami vzorovania, digitálne žakárové krosná, vynovujeme pracovisko digitálnej tlače, chceme zaviesť technológiu taftingu – tvorbu vlasových kobercov. Táto technologická podpora nám pomôže zaradiť sa medzi vzdelávacie umelecké inštitúcie, ktoré stoja na špičke kreatívnej tvorby.

*Maja Božović:
Start-Up, 1. miesto,
Prague Fashion
Week, 2012.*



*Libor Komosný:
Erki-Moe show,
Tallinn, Estónsko,
2011.*



*Veronika Kostková:
Re-Act Fashion Show,
2.miesto, Lodž,
Poľsko, 2012.*





Júlia Sabová

Ateliér odevného dizajnu:
Téma Malé biele, 2012.



ATELIÉR ODEVNÉHO DIZAJNU (VEDÚCA ATELIÉRU JÚLIA SABOVÁ)

Ako by ste charakterizovali základnú líniu výučby vo vašom ateliéri? J. S.: Krédom môjho pedagogického pôsobenia je predovšetkým viesť študentov, aby sa otvorili. Hľadať cesty a odkrývať horizonty, akými by mali dospieť k tvorbe odevu ako k excelentnému artefaktu, ktorý sa dá rôzne kreovať, od konkrétneho objektu až po tvorbu ucelených kolekcií. Ide mi hlavne o podporu a o individuálny prístup vo vyjadrovaní každého študenta, jeho špecifických intelektuálnych, výtvarných a invenčných schopností. Odev tu totiž nechápeme len ako produkt, ale ako médium s vlastnou výpovednou hodnotou.

Ako vediete študentky a študentov k dosiahnutiu takéhoto cieľa? J. S.: Výučba je založená na experimente s materiálom, formou, strihom a technológiou. Tieto experimenty sú podporené jednak znalosťami z dejín odievania, remeselnou zručnosťou, krajčírskou tradíciou, textilnými technikami a cieľne volenými zadaniami tém. Študentov vediem ku kreativite a individualite s vysokým profesionálnym štandardom. K tomu prispievajú aj odborné prednášky a informácie o aktuálnom dianí vo svete módy a módnych trendoch. Je pre mňa dôležité naučiť ich s týmito informáciami pracovať, ale okrem toho si musia hľadať vlastné inšpiračné zdroje a impulzy, vkladať autentický autorský rukopis, skratku alebo tvaroslovie.

V rámci VŠVU funguje tvorivá spolupráca rôznych katedier. Existuje aj za hranicami VŠVU? J. S.: Tieto tvorivé spolupráce a workshopy zohrávajú v profilovaní ateliéru dôležitú úlohu. V rámci VŠVU ich realizujeme s ateliérom kovu a šperku, s ateliérom transport dizajnu a ateliérom industriálneho dizajnu. Aktívnu spoluprácu máme rozbehnutú tiež so zahraničnými školami, v poslednom čase boli našimi partnermi napríklad Univerzita Tomáša Baťu v Zlíne, Univerzita Jana Evangelistu Purkyně v Ústí nad Labem a State University v Buffale (USA). Výstupy takejto kooperácie vždy verejne prezentujeme na výstavách a módnych prehliadkach.

Študentov teda vediete aj k aktívnej a zmysluplnej sebareprezentácii. J. S.: Samozrejme, postprodukcía, čiže tvorba portfólia je nevyhnutnou súčasťou každého semestrálneho zadania. Obsahuje inšpiračné zdroje prezentované v podobe tzv. mood board, kľúčové slová, skice návrhov odevov, pracovné postupy zadania a nakoniec zdokumentovanie kolekcie. Ale platí to aj pri menších zadaniach a cvičeniach. V poslednom čase sa nám darí spolupráca so študentmi z katedry fotogra-

fie a nových médií alebo kooperácia s profesionálnymi fotografmi. Takto spracované portfóliá môžu poslúžiť ako inšpiračné zdroje pre ďalšiu tvorbu, prípadne sa stanú študentovou vizitkou v rámci postupu do súťaže či pri získavaní stáže.

Takže stáže a zahraničné študijné pobyty sú u vás už zabehnutou súčasťou štúdia. J. S.: Od

začiatku môjho pôsobenia na katedre som tieto pracovné stáže iniciovala. Študenti sa tak stretávajú s realitou, na rozdiel od ateliéru, kde je predsa viac „inkubátorové“ prostredie. Dá sa nám aj vďaka vlastnej iniciatíve študentov absolvovať pracovné stáže vo významných svetových módných a dizajnerských štúdiách. Napríklad u Alexandra McQueen a Sophie Kokosalaki v Londýne, v Štúdiu Lucy Orta a Jeana Castelbajaca v Paríži a minulý rok vo firme A. F. Vandevorst v Antverpách v Belgicku. Spolupracovali sme aj s francúzskou firmou Recycle, ktorá prevádzkovala a zásobovala sieť second-handov na Slovensku. Študenti pripravovali projekty a prototypy na druhotné výtvarné spracovanie odevov a textílií. Niektorí absolvovali prax priamo v Paríži a ich návrhy boli zaradené aj do výroby. Firma Recycle je etablovaná na parížskom veľtrhu *Première Vision* v sekcii *Ethic Design*, kde sme viackrát prezentovali naše projekty pre túto značku. Študenti navštevujú aj textilné dizajnerské ateliéry *Colour and Trim* v automobilkách, ako je *Volkswagen*, *Audi*, *Ford* a *Škoda*. Robia dobré meno našej školy, a tým otvárajú cestu aj svojim nástupcom. Veľmi pozitívne vnímam to, že študenti chodia na stáže už aj k našim bývalým absolventom, ktorí sú etablovaní na slovenskej módnjej scéne. Vzniká tak určitá kontinuita, ktorá je prospešná pre obidve strany.

Kredibilitu ateliéru zvyšuje aj účasť a časté ocenenia vašich študentov na domácich a zahraničných súťažiach. Spomeňme napríklad Kruhy na vode, Brilliance Fashion Talent, Bratislavské módne dni, Prague Fashion Week a Slovak Fashion Night v New Yorku. Ktoré z ich nedávnych úspechov by ste vyzdvihli?

J. S.: Posledná, veľmi úspešná a aj medializovaná prezentácia študentov bola na tohtoročnej olympiáde v Londýne v Slovenskom olympijskom dome. Tohto roku získala Maja Božovič 1. miesto na *Start-Up Prague Fashion Week* a Monika Nováková nás reprezentovala na *Erki-Moe show* v estónskom Tallinne. Som rada, že sa naši študenti začali zapájať aj do súťaže mladých módných dizajnérov s tematikou ekologickej módy a *slow fashion Re-Act Fashion Show* v poľskej Lodži. Minulý rok tam 1. miesto získala naša *Andrea Pojezdálová*. Filozofia etickej módy, „*redesign* a *slow-fashion*“ je totiž v súčasnosti vo svete veľmi aktuálna. V rámci ateliérových semestrálnych zadaní preto často riešime práve tieto témy. Nie všetci študenti sa však vedía

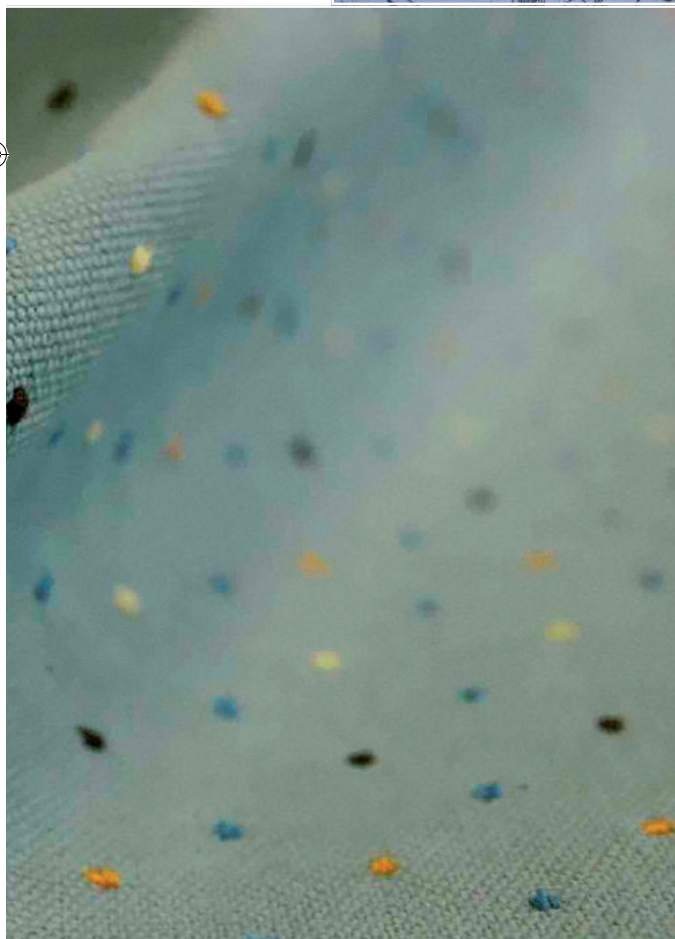


Viktoria Vittori:
Freshdesign, 1. miesto,
Prague Fashion Week,
2011.



Anna Kasanová: *Dezén*
pre firmu *Novesta*,
výšivka, 2012.

Andrea Ševčíková:
Kolekcia dezénov,
sublimačná tlač,
2012.



s touto problematikou stotožniť, niektorým je veľmi blízka, ale niektorí si potrebujú ešte „užiť“ veľkú módu. Vôbec im to nezazlievam, ale dúfam, že v tomto smere dospejú, lebo je to jedna z ciest a možná perspektíva uplatnenia sa na módnej scéne.

Mohli by ste spomenúť aj nejaké plánované projekty?

J. S.: Momentálne sa traja študenti zúčastňujú na odevnom workshope organizovanom Západočeskou univerzitou v Plzni a štyria študenti sa zúčastnia na už spomínanej súťaži Re-Act Fashion Show 2012.

ATELIÉR TEXTILNÉHO DIZAJNU (VEDÚCA ATELIÉRU MÁRJA FULKOVÁ)

Ako si predstavujete ideálnu absolventku/absolventa vášho ateliéru?

M. F.: Cieľom nášho ateliéru je vychovať textilného dizajnéra, ktorý je intelektuálne a výtvarne pripravený na svoju profesiu. Mal by to byť človek vnímavý, kreatívny a originálny. Zároveň aj pokorný v zmysle akceptovania požiadaviek a obmedzení, ktoré so sebou dizajn vždy prináša. Určite musí byť aj komunikatívny, keďže dizajnér nie je sólista a je nútený vždy spolupracovať. Musí pamätať na to, že na konci je užívateľ. Mal by so záujmom sledovať dianie v odbore, doma aj vo svete.

Čím sa nechávate inšpirovať pri koncipovaní nových úloh v rámci ateliéru?

M. F.: Inšpirujú ma napríklad aktuálne potreby súčasnej spoločnosti či nové technológie. Niekedy zadávam študentom zadania priamo súvisiace s témou vyhlásenou súťažou alebo konkrétnou požiadavkou prichádzajúcou z priemyslu. Inokedy zadania reagujú na potreby a požiadavky študentov. V neposlednom rade je zadávanie úloh ovplyvnené technickými a technologickými možnosťami našej katedry. Samozrejme, že pri návštevách zahraničných škôl vidíme markantné rozdiely medzi našim a ich technickým a materiálnym zázemím. Ale devízou našich študentov je ich nesporný kreatívny potenciál. V posledných rokoch sme si vybudovali pevnú pozíciu medzi európskymi textilnými vysokými školami. Inšpiráciou je pre nás aj spolupráca s inými katedrami VŠVU. Tradičnými sa stali workshopy s katedrou vizuálnej komunikácie, konkrétne s ateliérom Pavla Chomu. Workshopy skvelo vedú naši mladí dynamickí asistenti Eja Devečková a Marcel Benčík. Pravidelne tiež spolupracujeme s jediným textilným múzeom v Čechách UPM – Múzeom riaditeľom Vlastimilom Havlíkom, ktorý je v oblasti histórie textilu odborníkom na slovo vzatým. V tomto múzeu a jeho archíve sú naši študenti vždy veľmi srdečne privítaní. Nadštandardné kontakty udržiavame s českými školami,

ako VŠUP v Prahe, Technickou univerzitou v Liberci a aj s poľskou Akadémiou krásnych umení v Lodži, slovin-skou Univerzitou v Maribore a najnovšie aj s nórskou Telemark University Rauland.

Čo považujete v procese výučby za kľúčové?

M. F.: Bazírujeme na živorodej spolupráci s priemys- lom. A hoci reálna spolupráca asi nikdy nenaplní naše ideálne predstavy, snažíme sa, aby si každý študent spoluprácu s priemyslom v priebehu štúdia vyskúšal. Dará na nám to aj vďaka tomu, že sme súčasťou eu- rópskej siete »Rooms for free«, ktorá združuje vysoké školy s textilným zameraním. V rámci tejto iniciatívy sa každoročne zúčastňujeme sa medzinárodných projek- toch, sympóziách, workshopoch, výstavách a súťažiach. Zároveň to otvára študentom možnosti realizovania zahraničných stáží. Na veľtrhoch môžu študenti sami osloviť firmy, v ktorých by radi praxovali. Dôležité je tiež pravidelne prezentovať výsledky ateliéru na nejakom veľtrhu, či už doma, alebo v zahraničí. Najčastejšie sa zúčastňujeme na svetovom textilnom veľtrhu Heim- textil vo Frankfurtu a na Mobitexe v Brne, doma na Fóre dizajnu v Nitre. Spomedzi sympózií textilných škôl spomeniem Slovinsko 2012, Francúzsko 2012, Nórsko 2010, Nemecko 2008, 2006 a Poľsko 2007. Tento rok pripravujeme už tretiu výstavu. Po Nitrianskej galérii a Galérii N v Jablonci nad Nisou budeme vystavovať v novembri v Galérii mesta Topolčany.

Spomínali ste spoluprácu s priemyslom. S kto- rými firmami máte najlepšie skúsenosti?

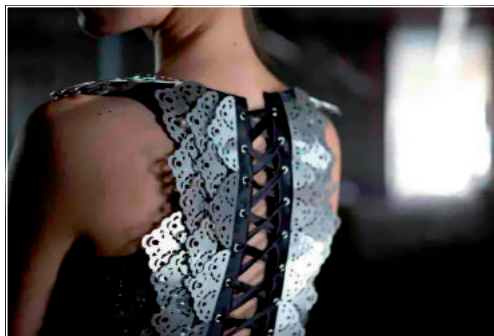
M. F.: Naši študenti si v rámci realizácií svojich diplo- mových prác mohli vyskúšať spoluprácu napríklad so slovenským výrobcom obuvi NOVESTA, a. s., Partizán- ske, či nábytku BRIK, a. s. V Čechách sme nadviazali spoluprácu s manufaktúrou na modrotlač MODROTISK Danzinger, Olešnice, výrobcom gumových člnov a va- kov GUMOTEX, a. s., Břeclav, výrobcom poťahových látok do áut FEZKO – THIERRY, a. s., Strakonice a aj so spoločnosťou KOLOVRAT, ČM, s. r. o., Chýnov, ktorá sa špecializuje na žakárové tkaniny a MM INTERIÉR Luha- čovice, ktorá sa orientuje na nábytok. Ďalšími našimi partnermi boli napríklad nemecká porcelánka Villeroy & Boch a BUCOL Lyon, kde pred rokmi zamestnali nášho študenta ako riadneho dizajnéra pre luxusné žakárové tkaniny. Momentálne máme jednu študentku na trojme- sačnej stáži v podniku Škoda Auto, a. s., Mladá Boleslav, kde bude realizovať aj svoju diplomovú prácu.

Spomeňte niektoré z posledných ocenení štu- dentov vášho ateliéru.

M. F.: Na minuloročnom Dizajnvíkende v Bratislave sa stal víťazom v kategórii Najlepší výrobok študent 6. ročníka Martin Šmahovský. Spomedzi ostatných ocenení za rok 2011 spomeniem čestné uznanie ateliéru textilného dizajnu v rámci by-



Obhajoby diplomových prác Ateliéru textilného dizajnu, 2009.



Radka Dudášová:
Korzety, diplomová
práca, kov, textil,
2012.

tového veľtrhu Mobitex v Brne. Zuzana Šišovská získala Cenu profesora Jindřicha Halabalu a Kristína Sekerová bola finalistkou LDZIGN International Design Festival v poľskej Lodži. Na súťaži Create Your Own Crush organizovanou nemeckou Textile Academy Network nás reprezentovali Margaréta Drugdová a Radka Dudášová. V roku 2010 obsadila 1. miesto v kategórii tašky pre mužov na čínskej Design-A-Bag competition v Hongkongu Zuzana Šišovská. V tom istom roku získala 1. cenu na Contract Creation Award 2010 Wall vo Frankfurte nad Mohanom Radka Dudášová a Ľubica Humeníková získala 2. cenu. V súťaži Rexona Fashion 2010 zvíťazila Andrea Ganozyová. Výhodou takýchto úspechov je, že víťaz/víťazka obyčajne dostane okrem finančnej odmeny aj možnosť stáže.

Čo vás najbližšie čaká? M. F.: V termíne 14. až 21. októbra 2012 sa 4 študenti a 2 pedagógovia zúčastnia na medzinárodnom sympóziu Winter school – Design Week 2012 v slovinskom Maribore, bude to týždeň prednášok, exkurzií a workshopov zameraných na textilný dizajn. Na jar sa chystáme na svetové Trienále textilu do Lodže, kde sa zúčastníme na výstave a súťaži. V tomto akademickom roku by som tiež chcela zrealizovať prednášky a workshopy vedené hosťujúcimi pedagógmi z Čiech, Nórska, Estónska a Poľska.

*Adrián Sill: Sedačka,
diplomová práca,
koženka, 2010.*



Práca s textilom na ŠÚV Josefa Vydru

ROZHOVOR S ANNOU
BOHATOVOU

Veronika Meszárosová: *Paličkovaný golier, konský vlas, 2010. UZNANIE V SÚŤAŽI KRUIH NA VODE 2010, SEKCIA B – ŠTUDENTI STREDNÝCH ŠKÔL, KATEGÓRIA TEXTIL.*



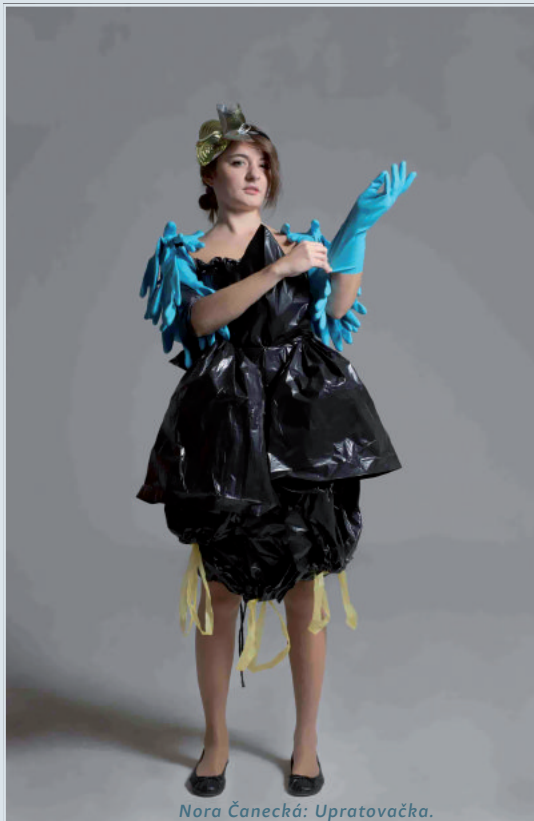
Stredné školy so zameraním na výučbu základov odevnej a textilnej tvorby existovali v minulosti na Slovensku najmä v mestách, v ktorých bol sústredený odevný a textilný priemysel. Hoci súčasná výroba napríklad v Trenčíne alebo Ružomberku hlboko zaostáva za svojou slávnou minulosťou, školy s vyučovaním odborov tohto typu tu fungujú dodnes.¹

Na ŠÚV Josefa Vydru v Bratislave je výučba výtvarných disciplín súvisiacich so spracovaním textilu už od jej založenia v roku 1928 a existuje až do súčasnosti.² Vtedy nevznikla však iba z potreby dodávať kvalifikovaných odborníkov pre miestny bratislavský, resp. vznikajúci slovenský priemysel, textilný odbor ako taký patril do štruktúry umeleckopriemyselnej školy moderného typu. Zmysel jeho existencie bol potvrdený aj napĺňaním praktickejších potrieb Bratislavčanov. Iva Mojžišová píše: „...absencia módných salónov a sociálna situácia mestskej spoločnosti bola odkázaná najmä na súkromné krajčírky na Malého a Galandovom oddelení módy a textilu.“³ Oddelenie však samozrejme malo vyššie ambície: napríklad v školskom roku 1936/1937 sa okrem odborného kreslenia a navrhovania šiat (F. Malý), módného kreslenia (M. Galanda), strihu a šití šiat (M. Tóthová-Záhradníková), technológie vyšívania (M. Lukešová), textilných dielní (F. Malý, M. Westernitzká), predmetu doplnky a aranžovanie šiat (O. Fischerová), prednášala aj náuka o slohu a súčasnom vkuse (F. Tróster) a náuka o reklame (Z. Rossmann).⁴

Po nútenej prestávke v rokoch 1939 – 1955 vznikol na vtedajšej Škole umeleckého priemyslu, ktorú viedol

Zuzana Dúbravová: *Lekárka. UKÁŽKY SPOLUPRÁCE ŠÚV JOSEFA VYDRU NA PROJEKTE KARIERA.SK S EKONOMICKOU UNIVERZITOU V BRATISLAVE, TÉMA POVOLANIE, 2011.*





Nora Čanecká: Upratovačka.

UKÁŽKY SPOLUPRÁCE ŠŮV JOSEFA
VYDRU NA PROJEKTE KARIERA.
SK S EKONOMICKOU UNIVERZITOU
V BRATISLAVE, TÉMA POVOLANIE,
2011.

Katarína Sidorová: Pokrývka hlavy
Swimming Punk, 2012. 2. Miesto
v súťaži DOTEKY MÓDY PROSTĚJOV,
KATEGÓRIA MÓDNÝCH DOPLNKOV.



Jozef Chovan, odbor Ručné výtvarné spracúvanie textílií, ktoré pod týmto názvom existuje aj v súčasnosti.⁵ Za takmer 60 rokov, ktoré odvtedy uplynuli, sa na čele oddelenia vystriedalo 6 vedúcich pedagógov a odbor absolvovalo niekoľko sto študentov. Učebné osnovy sa v rámci možností a podľa zamerania jednotlivých vyučujúcich postupne prispôbovali požiadavkám doby. Napríklad Ján Berger, vedúci oddelenia v rokoch 1980 – 1987 spomína: „Nadviazal som na koncepciu pani Chmeliarovej, ktorá prebudovala textilné oddelenie po pani Štepánikovej. Tá uviedla do práce určitú zákonitosť, takže sa oddelenie vyrovnalo ostatným. Prvé dva roky boli venované všeobecnej a technickej príprave. Uviedla tapisérie, zariadila farbiareň. Na toto som nadviazal a prišli roky, keď textil mal veľký rozmach, najmä rozvoj tapisérie, pletenina sochárska, priestorová. ...Doviedol som aj Karola Pichlera, lebo som nechcel byť nekonečným neodborníkom na odbornom mieste...“⁶ Okrem Karola Pichlera v nasledujúcom období začínajú na škole pôsobiť aj ďalší absolventi vysokých umeleckých škôl so špecializáciou na textil: Anna Bohatová, Júlia Sabová, Daniela Schredlová alebo Ildikó Dobešová. Anna Bohatová, ktorá na škole vyučuje od roku 1987, stojí na čele oddelenia od roku 1988:

Ako by si charakterizovala význam tohto študijného odboru pre súčasnosť? Líšite sa v niečom od škôl podobného typu, v čom je vaša škola výnimočná? A. B.: Myslím si, že sme špecifickí najmä v šírke vyučovaných textilných techník od tradičných až po najsúčasnejšie. Som absolventkou textilného odboru na SŠUP, moji profesori sa stali mojimi kolegami a preto kontinuita bola pre mňa spočiatku prirodzenou súčasťou. S kolegom Karolom Pichlerom sme utriedili jednotlivé textilné techniky – do 1. ročníka z okruhu výšiviek, do 2. ročníka šitú a paličkovanú čipku, tkanie na krosnách, do 3. ročníka batikú, malbu na textil, ručné tkanie na ráme... Vo 4. ročníku sa otvoril priestor na inovatívne postupy a experiment, ktorý často môže prekročiť aj rámec klasického textilu. Väčší priestor dostal aj výtvarný odev a postupne aj práca s počítačovou grafikou. V predmete výtvarná príprava si študenti osvojujú základy výtvarného jazyka, v predmete navrhovanie vedieme študentov k syntéze nadobudnutých remeselných zručností a výtvarných poznatkov. O neustály vývoj učebných osnov nás „žiadajú“ nielen dynamické zmeny v spoločnosti, ale aj nové trendy v textilnom a odevnom dizajne. V posledných štyroch rokoch škola a jej študijné odbory prešli zmenou v zmysle schválenej reformy ministerstva školstva. Paradoxne nám reforma nepomohla, pretože sme museli redukovať aj učebné osnovy odborných predmetov. Špecifika umeleckého výchovného procesu sú však v obsahu a individuálnom prístupe k žiakom. Potreba citlivo zvažovať a pomáhať rozvíjať individuálne nadanie



*Tereza Krnáčová:
Krištál, šperk,
2012.*

žiakov je nadradená všeobecným podmienkam, kde nejde len o naplnenie určitého učebného programu, ale o stále spoluvytváranie – tvorenie učiteľa so žiakom, o stály vývoj učebnej metódy.

Je štúdium prepojené s výrobou, praxou?

A. B.: V štruktúre výučby idú paralelne odborná a všeobecná časť stredoškolského štúdia. Odborné vyučovanie sa skladá z výtvarnej prípravy, navrhovania, figurálneho kreslenia, praxe, technológie, konštrukcie strihov, počítačovej grafiky. V 1. a 2. ročníku sa na hodinách výtvarnej prípravy a figurálneho kreslenia žiaci učia o vlastnostiach farby, kresbe, rytme, linke, proporciách, abstrahovaní a štylizáčnom procese, kreslia podľa živého modelu, najprv jednoduché detaily, neskôr celú postavu, venujú sa módnemu kresbe a prvým návrhom úžitkových textílií. Prax je určená na vybudovanie remeselnej zručnosti. Na konci 1. a 2. ročníka sa realizujú koncoročné práce – úžitkové predmety z prebratých textilných techník. Pri práci na zadaných témach sa oboznáma s problematikou komplexného riešenia interiérového textilu (koberec, záves, deka, vankúš...), textilnej hračky, šperku, výtvarného odevu, módného doplnku. V poslednom ročníku sa výučba zameriava aj na experiment, prehodnotenie tradičných textilných prejavov a oboznámenie sa s novými médiami, ako sú papier, plast, kov. Študenti vyrábajú ručný papier, tvoria textilné miniatúry, textilné objekty. Prvý a druhý polrok tretieho a prvý polrok štvrtého ročníka sú záverečné klauzúrnou prácou. Zadanie tém reflektuje spoločenskú objednávku alebo je podmienené účasťou na konkrétnej výstave, pričom je dôležité správne aplikovanie použitej textilnej technológie. Štúdium sa končí odbornou maturitnou prácou sumarizujúcou všetky nadobudnuté vedomosti z oblasti textilného a odevného dizajnu. Naši absolventi sú tak pripravení nielen na ďalšie štúdium, ale aj pre prax.



*Tereza Cútová: Recyklovaný
šperk, 2012. 3. MIESTO
V SÚŤAŽI KRUGY NA VODE
2012, SEKCIA B – ŠTUDENTI
ŠKÔL S UMELECKÝM
ZAMERANÍM.*



*Veronika Uhráková:
Výtvarný odev, 2012.
FINÁLE SÚŤAŽE KRUGY
NA VODE 2012.*

- 1 Napríklad Stredná umelecká škola v Trenčíne existuje ako priame pokračovanie Strednej priemyselnej školy odevnej od roku 2006 a nadviazala tak na jej takmer 50-ročnú históriu. Škola úžitkového výtvarníctva v Ružomberku vznikla v roku 2000 a pokračuje v činnosti Strednej priemyselnej školy textilnej, ktorá existovala 60 rokov a vo svojom programe mala zaradené aj výtvarné študijné odbory zamerané na textil (25 rokov) a odevníctvo (8 rokov).
- 2 S výnimkou rokov 1939 – 1955 nepretržite.
- 3 Mojžišová, I. Škola ako stredobod myslenia a tvorby, časť VII., Didaktické metódy. In: *Designum*, 2011, č. 3, s. 64.
- 4 Štruktúra oddelení ŠUR 1928 – 1939. In: *Artschool : ŠUR+ŠUP+ŠÚV=75: história najstaršej výtvarnej školy na Slovensku* [ed. Igor Peter Meluzin... et. al.]. Bratislava : Škola úžitkového výtvarníctva, 2007, s. 84.
- 5 Do oddelenia boli prijaté Božena Mancová, Oľga Štepániková-Bujnáková (vedúca oddelenia 1955 – 1971) a Lujza Zlámalová, neskôr tu pedagogicky pôsobili Marián Čunderlík, Mária Nemčeková-Chmeliarová (vedúca oddelenia 1971 – 1978), Jaroslava Fabriciová (vedúca oddelenia 1978 – 1980), Ján Berger (vedúci oddelenia 1980 – 1987), Eva Absolónová (vedúca oddelenia 1987 – 1988), Eva Klepáčová, Karol Pichler, Anna Bohatová, Eliška Madáňová, Blažena Muchová, Oľga Mózsiová, Iveta Miháliková (vyučuje dodnes), Iveta Rolincová, Júlia Sabová, Karol Špaček, Barbara Remiášová, Daniela Schredlová, Ildikó Dobešová (vyučuje dodnes) a ďalší.
- 6 Jankovičová, S. Rozhovory s absolventmi a pedagógmi školy. In: *Artschool : ŠUR+ŠUP+ŠÚV=75: história najstaršej výtvarnej školy na Slovensku* [ed. Igor Peter Meluzin... et. al.]. Bratislava : Škola úžitkového výtvarníctva, 2007, s. 138.
- 7 Študenti sa postupne naučia techniku vyšívania z okruhu hladkovanie, krížiková vyšivka, ažúrky, biele vyšívania, šitie na stroji... V druhom ročníku realizujú vzorníky zo šitej a paličkovanej čipky, techniku makramé, háčkovanie, pletenie, tkanie na krosnách.
- 8 Obsadili sme 2. miesto v kategórii módnych doplnkov. Ocenená bola Katarína Sidorová s experimentálnou pokrývkou hlavy Swimming punk.
- 9 Ocenenie na za experimentálne doplnky z molitanu získala Anna Gregušová.
- 10 Tereza Cútová obsadila 3. miesto v študentskej kategórii za recyklovaný šperk, Veronika Uhráková dostala čestné uznanie za výtvarný odev.



Anna Gregušová:
Z kolekcie
Molitan ozdobou,
šperk, 2012.
CENA POROTY
V ŠTUDENTSKEJ
KATEGÓRII
14. VÝSTAVY
TEXTILNEJ
MINIATÚRY
S MEDZINÁRODNOU
ÚČASŤOU BANALITA
A NOBLESA.

Ako sa váš odbor prezentuje na verejnosti, s akými výsledkami a čo plánujete v najbližšej budúcnosti?

A. B.: Pravidelne sa zúčastňujeme na workshopoch, profesijných výstavách a prezentáciách, organizujeme módne prehliadky... V minulosti to boli celoslovenské výstavy Intermóda (2001 – 2004), Moddom (2008 – 2011), kde sme sa predstavili aj módnymi prehliadkami. V roku 2011 sme spolupracovali na projekte Kariera.sk s Ekonomickou univerzitou v Bratislave. Vytvorili sme kolekciu výtvarných odevov z papiera, starých CD, archívnych filmových pásov, plastov a iných materiálov na tému rôznych povolání. V apríli 2012 sme boli na súťaži Doteky módy v Prostějove, kde sme sa zúčastnili s vybranými odevmi a módnymi doplnkami.⁸ Študentky Anna Gregušová, Zuzana Martinusová a Terézia Krnáčová vystavovali na výberovej výstave združenia TxT s názvom Banalita a noblesa⁹. V spolupráci so Slovenským národným múzeom sme sa zapojili do celoslovenskej akcie Noc múzeí a galérií, počas ktorej sme s niekoľkými študentkami prezentovali študijný odbor predvádzaním textilných techník. Pravidelne sa zúčastňujeme súťaže Kruhy na vode, ktorú vyhlasuje ÚĽUV. Aj v tomto roku sa dostalo do užšieho výberu niekoľko prác našich študentov.¹⁰ S ÚĽUV-om sme spolupracovali aj na tohtoročnom podujatí Dni majstrov (Vykroj sa z davu), počas ktorého sme predvádzali tradičné techniky. Na medzinárodnom Trienále textilu bez hraníc 2012 – 2013 vystavujú naše študentky Petra Rybanská, Izabela Lovišková, Veronika Galašová, Erika Mészárosová, Terézia Krnáčová, Zuzana Martinusová. V najbližšom období plánujeme v spolupráci s Etnografickým múzeom účasť na výstave o ľanovom a konopnom vlákne. Pre nás je to inšpiratívna téma, ku ktorej pripravujeme módne doplnky, výtvarné odevy a interiérové textílie.

Dni majstrov ÚĽUV, 2012.



Slovenská móda sa po spoločenských zmenách v roku 1989 začala meniť v podmienkach skutočne priaznivých. Celosvetový boom módy, prekvitajúci svetový modeling, do ktorého sa úspešne bezprostredne po revolúcii zaradili aj slovenské dievčatá, vznik nových módnych značiek. Móda prežívala svoju zlatú éru a Slovensko tomuto celosvetovému mód-
nemu ošiaľu podľahlo.

☰ DANA LAPŠANSKÁ

📷 ZDENKO HANOUT, ARCHÍV BRATISLAVA FASHION WEEKEND 2012

Premeny na slovenskej módnej scéne



PODNIKATEĽSKÁ EUFÓRIA, VS. TALENT

V tejto skutočne priaznivej atmosfére plnej módného optimizmu sa hneď bezprostredne po revolúcii zrodili aj prvé podnikateľské pokusy s módou a vznikli prvé súkromné slovenské módné značky. Vznikali ako jedna z možností súkromného podnikania s cieľom uspieť na trhu s módnym oblečením, no už menej s ambíciou prispieť k formovaniu slovenskej módnej scény. Táto porevolučná vlna slovenskej módy nemala dostatočný dizajnérsky potenciál. Ten bol v tom čase sčasti ešte ukrytý v modelových dielňach sprivatizovaných veľkých odevných firiem, no aj ten sa v priebehu deväťdesiatych rokov rozplynul, rovnako ako sa o trochu neskôr rozplynuli, resp. zanikli mnohé zo slovenských odevných gigantov. Nepodarilo sa im reštrukturalizovať výrobu a nastaviť ju na potreby novej módnej reality a nedokázali zachytiť ani technologický vývoj v rámci módnej produkcie. Na začiatku sa zdalo, že sa to niektorým podarí, cestovali na svetové módné veľtrhy a získali zákazky od svetových renomovaných značiek, pre ktoré

*Marcel Holubec W.,
Bratislava Fashion
Weekend, 2012.*



bola v tom čase kvalifikovaná slovenská pracovná sila veľmi zaujímavá, no vlastnou módnou produkciou naše veľké odevné firmy nebodovali. Po čase sa objavila ešte lacnejšia pracovná sila smerom na východ od našich hraníc a koniec našich gigantov sa blížil. Dovtedy často bezmenní módni návrhári z našich odevných firiem sa vytratili úplne a nastúpila dravá a ambiciózna plejáda „garážových“ módných návrhárok bez talentu, odborného vzdelania a skúseností. Slovenský trh bol vtedy hladný po móde, naše veľké odevné firmy produkovali umiernenú odevnú klasiku a zahraničné firmy len mapovali svoje možnosti ako sa na náš trh dostať. A tak práve tieto amatérske návrhárske pokusy spojené s podnikateľskými ambíciami načas slávili úspech, no v rámci formovania novej slovenskej módnjej scény zostalo po nich prázdno. Niektorým sa síce podarilo nájsť si svoju lokálnu klientelu, no ich tvorivý potenciál ako aj technologické zázemie nestačili na to, aby vybudovali modernú módnú značku s dostatočným tvorivým potenciálom. Žiaľ, podnikateľský entuziazmus sa v tom čase nestretol so skutočným tvorivým potenciálom.

PRVÉ DIZAJNÉRSKE POKUSY

Vedľa týchto dnes už často zabudnutých pokusov samozvaných módných návrhárov – podnikateľov z rôznych kútov Slovenska si svoj priestor na slovenskej módnjej scéne našli aj dizajnéri, ktorí svoje menšie autorské kolekcie tvorili s viditeľným tvorivým potenciálom a obrovským nasadením. Tým sa po prvý raz otvorili aj možnosti odprezentovať svoj talent za našimi hranicami. Na svetovom módnom veľtrhu Igdo Düsseldorf vtedy po prvý raz predviedli svoje kolekcie Lea Fekete i Monika Laceková, no tento ich pokus slovenskou módou preraziť v európskom kontexte zostal bez odozvy.

V druhej polovici deväťdesiatych rokov sa však už objavovali aj nové mená, za ktorými bolo cítiť vlastný módný rukopis, no ešte to nebol taký silný nástup, aby bol prelomový. Stále to boli len veľmi ojedinelé pokusy, ktoré naznačovali, že istý tvorivý módný potenciál tu je. Lujza Flejšar Faška, Fero Mikloško, Hana Převrátilová, Jana Liesková svojou autorskou módnou tvorbou vytvorili štartovaciu plochu pre nástup ďalších v prvej dekáde 21. storočia.

ATELIÉR ODEVNÉHO DIZAJNU

Prelomovým bodom na ceste za novou slovenskou módnou generáciou je zaiste otvorenie Ateliéru odevného dizajnu na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave. Práve tu sa od druhej polovice deväťdesiatych rokov akumuloval mladý módný potenciál a od samého začiatku bolo jasné, že práve táto generácia bude tou, ktorá dostane šancu a azda bude mať aj silu zaplniť slovenskú módnú scénu skutočným módnym talentom. Hneď prvé ročníky naplňali všetkých okolo

módy optimizmom a očakávaní boli vskutku veľké. Za viac ako pätnásť rokov svojej existencie a desať rokov po tom, čo vstúpili do slovenského módného priestoru jej prví absolventi možno konštatovať, že pomer tých, ktorí sa venujú samotnej módnej tvorbe k celkovému počtu absolventov je relatívne vysoký a to je dobre. V súvislosti so štúdiom všetkých umeleckých odborov, nielen odevného dizajnu, sa vždy ráta s tým, že väčšia časť absolventov sa po nástupe do praxe samotnej tvorbe nevenuje, no uplatnia sa na pozíciách, ktoré umenie a prirodzene aj odevný dizajn nejakým spôsobom reflektuje, posúva ďalej, či manažuje. V každom prípade príchod práve tejto generácie na slovenskú módnú scénu je skutočne zásadným prelomovým momentom, od ktorého môžeme hovoriť o formovaní moderného slovenského módného dizajnu.

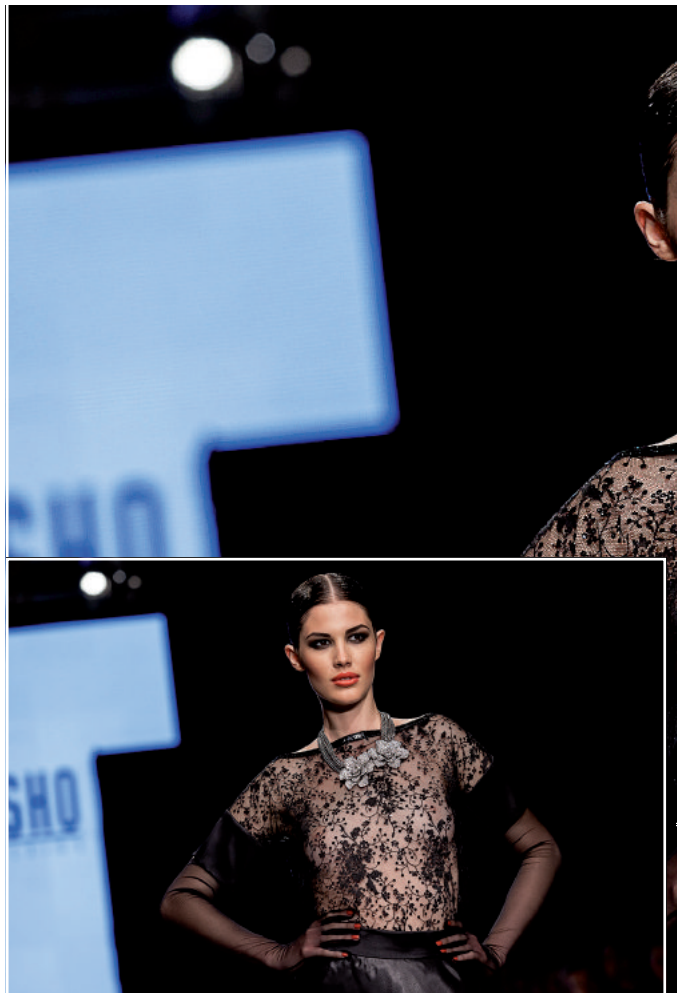
NOVÉ STOROČIE A NOVÉ PODMIENKY

Nová dizajnárska generácia však nemala na svojom štarte také priaznivé podmienky, aké boli v deväťdesiatych rokoch, keď všetko okolo módy bolo nanajvýš prajné. Rok 2001 a útok na newyorské Svetové obchodné centrum paralyzoval módný biznis i modeling a móda sa len veľmi ťažko opätovne dostávala do tempa, na ktoré bola zvyknutá koncom 20. storočia. O niekoľko rokov prišla hypotekárna a finančná kríza, z ktorej sme vlastne doposiaľ nevyšli a tak sa móda od začiatku nového storočia pokúša nájsť recept na tento stav. Celá prvá dekáda nového storočia bola tak sústredená na hľadanie nových postupov.

MASSKLUSIVITY

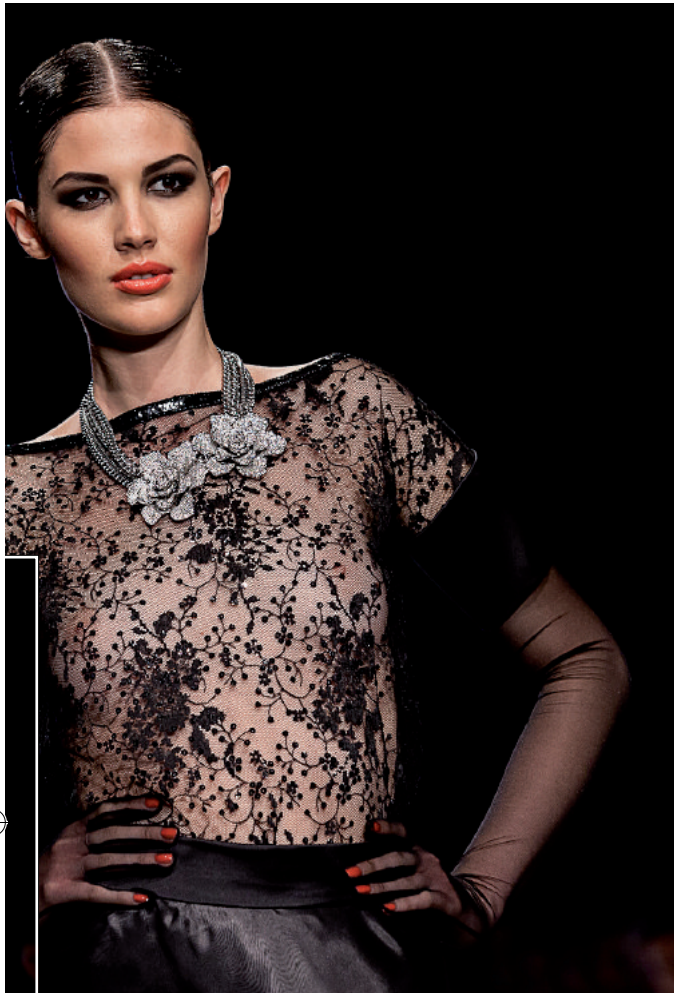
Silná liberalizačná vlna módy, ktorá zasiahla celý svet, mala byť jedným z receptov na krízu a zároveň bola aj ďalším stupňom, resp. ukončením procesu demokratizácie, ktorý je prítomný v histórii módy v celej druhej polovici 20. storočia. Móda bola zrazu všade, pre všetkých a v rôznych cenových reláciách. Tejto novej situácii sa museli prispôsobiť aj tí najväčší v rámci svetovej módy, pretože sa nemohli nečinne prizerať ako kópie ich modelov z módných mól v priebehu niekoľkých týždňov predávajú za smiešne sumy iní, teda veľké nadnárodné módné reťazce. Mnohé zo svetových značiek začali vytvárať lacnejšie línie a veľké mená svetovej módy – Karl Lagerfeld, Stella McCartney, Donatella Versace, Mathiew Williamson, Alber Elbaz, Nathalie Rykiel a ďalší začali spolupracovať najskôr so športovými značkami a neskôr aj s nadnárodnými módnymi reťazcami, aby ponúkli dobre informovanému a módychtivému publiku dizajnérске kúsky za prijateľné ceny.

Táto exkluzivita pre masu, „massklusivity“, sa stala novým fenoménom na svetovej módnej scéne a dotkla sa aj slovenských módných značiek. Veľké módné reťazce s lacnou módou sa začali udomáčňovať na našom



*Fero Mikloško:
Bratislava Fashion
Weekend, 2012.*





trhu, nákupné centrá ponúkali množstvo zahraničného módného tovaru a naše módné firmy, ktoré v deväťdesiatych rokoch veľmi rýchlo expandovali, začali mať problémy. Nestačili držať tempo s veľkými zahraničnými masovými značkami s vypracovaným marketingom a distribúciou a už vôbec nevládali držať krok s ich cenovou politikou. Mnohé z nich túto konkurenciu nezvládli a svoje predajne predovšetkým vo veľkých nákupných centrách postupne zatvárali. Masívny nástup nadnárodných módných značiek na náš trh na istý čas čiastočne pozdržal aj nástup novej generácie návrhárov na slovenskú módnú scénu. Módné editoriály v našich časopisoch prezentovali len zahraničné značky – od tých najlacnejších až po tie najdrahšie – a na módných prehliadkach sa len sporadicky predvádzali modely slovenských návrhárov.

„DEMI COUTURE“

Na svetovej módnjej scéne sa objavila aj nová „couture“. Vedľa tradičnej „haute couture“, ktorá sa rok čo rok scvrkáva, objavila sa aj polovičná couture, tzv. demi couture, čo sú modely, ktoré už nie sú šité na mieru konkrétnemu klientovi v módných domoch, ale naopak visia na ramienkach v obchodoch, dokonca aj s cenovkou, no svojím obmedzeným počtom a výpravou – autorský dizajn, drahé materiály a istý podiel ručnej práce – si našli svoju novú náročnejšiu klientelu po celom svete. Takáto klientela sa etablovala aj u nás, a tak sa mnohí naši začínajúci módni tvorcovia vybrali práve touto cestou. Ich modely, ktoré predvádzajú v rámci módných prehliadok, majú znaky tejto polovičnej couture, no žiaľ chýbajú im možnosti priameho predaja. Svoje miesto by si určite našli v rámci nejakého obchodného priestoru, ktorého cieľovou skupinou by boli zákazníci, čo vyhľadávajú originálny dizajn. Pokusy tu už boli, no všetky vyzneli akosi do prázdna. Predajne typu „concept store“, kde sa stretáva dizajn s modernými technológiami a ktoré majú veľký ohlas v zahraničí, by mali určite aj na Slovensku koho osloviť. Bola by to jedna z ciest, ako dostať slovenský módný dizajn k zákazníkovi, keďže na vznik slovenskej módnjej značky s autorským dizajnom so všetkým, čo k tomu patrí – teda výroba, distribúcia, sieť obchodov a marketing – nie sú dnes práve najideálnejšie podmienky. Podnikateľský entuziazmus z deväťdesiatych rokov už nestačí a investori sa do módy na Slovensku nehrnú.

NOVÉ MENÁ

Napriek novej krízovej realite, druhá polovica prvej dekády 21. storočia priniesla nové mená a spolu s nimi aj oveľa väčší záujem o slovenskú pôvodnú módnú tvorbu. Tými novými menami sú Boris Hanečka, Lukáš Kimlička, Marcel Holubec W., Izabela Komjati, Petra Poórová, Michaela Ľuptáková, Mária Štraneková, Lenka Sršňová – všetko absolventi Ateliéru

odevného dizajnu na Vysokej škole výtvarných umení, ktorí prešli rôznymi súťažami. Ich modely sa objavili na módnych prehliadkach, ale aj na výstavách a postupne našu módnú scénu začali naplňovať skutočným tvorivým potenciálom. Škoda len, že spolu s touto talentovanou generáciou sa neobjavili investori, ktorí by slovenskú módu naakumulovali potrebným kapitálom. Niektorí z dizajnérov si vyskúšali aj spoluprácu so slovenskými odevnými firmami a značkami, no ani v jednom prípade nešlo o dlhšie trvajúcu spoluprácu, čo je na škodu obidvoch strán.

MÓDNE PREHLIADKY

Priestor na prezentáciu, okrem rôznych súťaží, mali návrhári najmä na módnych prehliadkach, ktoré boli viac spoločenskou ako módnou záležitosťou alebo to boli módne prehliadky limitované jasným zadáním. Všetky tieto obmedzenia móde uberajú na sile a často ju posúvajú viac k zábave než k prezentácii výsledkov tvorivej činnosti. O tom svedčia aj niektoré pokusy o pravidelné sezónne prezentácie módy (Bratislavské módne dni), ktoré sú však len zmeskou prehliadok obmedzeného počtu a diskutabilného výberu slovenských módnych návrhárov, zahraničných hostí veľmi rozdielnej úrovne a komerčných svetových značiek, ktoré na móle predvádzajú rôzne známe tváre a šoubiznisové postavičky. Nemajú žiadnu spätnú väzbu, okrem výstupov v bulvárnej tlači a reláciách, kde ani neodzní meno návrhára. Táto bulvarizácia našej módy v posledných rokoch škodí asi najviac.

SLOVENSKÁ MÓDNA FOTOGRAFIA

Určite najväčší pozitívny posun nastal počas druhej polovice prvej dekády 21. storočia v slovenskej módnjej fotografii a pri prezentácii slovenskej módy v módnych časopisoch. Mnohí z absolventov odevného dizajnu našli svoje pracovné uplatnenie ako štylisti alebo redaktori v módnych časopisoch, resp. spolu so silnou nastupujúcou generáciou módnych fotografov vytvorili kreatívne tímy a svojimi výstupmi veľmi výrazne zasiahli do novej módnjej atmosféry Slovenska. Po období, keď boli módne editoriály v našich módnych časopisoch plné modelov svetových značiek, ktoré sa udomáčňovali v našom priestore, nastal obrat a opäť sme mohli vidieť v popiskách k modelom odkazy na našich módnych tvorcov. Táto nová situácia v našich módnych časopisoch je určite veľkým príslubom do budúcnosti, pretože bez mediálnej prezentácie móda nemôže existovať a napredovať. Módne editoriály fotografov Jakuba Klíma, Braňa Šimončíka, Jana Horáka, Matúša Tótha, ktorí pracujú aj pre zahraničných klientov a našli si svoje miesto aj v rámci zahraničných edícií svetových módnych magazínov, vytvorili pre slovenskú módnú scénu veľmi potrebnú tvorivú a súťaživú atmosféru.



Michaela Ľuptáková,
Bratislava Fashion
Weekend, 2012.



V súvislosti s módnymi časopismi a módnymi fotografmi treba aj pripomenúť, že na Slovensku máme dnes dobre zavedené dva pôvodné módné časopisy *Evu* a *Emmu* a dve ďalšie periodiká, kde má móda svoje miesto – *La Femme* a *Woman*, čo je oproti Českej republike, s trhom raz takým veľkým, no bez relevantného pôvodného českého módného časopisu, skutočne povzbudivou správou pre slovenskú módu. Táto situácia v rámci slovenského mediálneho priestoru vytvára nadštandardné podmienky a záleží len na samotných tvorcach ako tento mediálny priestor využijú, a aj na módných žurnalistoch a vydavateľoch, aký veľký priestor dajú pôvodnej slovenskej módnjej tvorbe. Kríza v posledných rokoch mnohé vydavateľstvá prinútila kupovať lacnejšie módné editoriály zo zahraničia, pretože produkcia pôvodných je oveľa drahšia, no prehliadať a nevyužiť tvorivý potenciál okolo módy, ktorý tu dnes máme, by bolo veľkou chybou.

BRATISLAVA FASHION WEEKEND

Už pred rokom, v septembri 2011, sa po prvý raz v Bratislave konal Fashion Weekend. V spolupráci s nákupným centrom Eurovea ho pripravila agentúra Czechoslovak Models a po dlhom čase išlo v Bratislave o rýdzo módnú udalosť. V rámci tohtoročného septembrového Bratislava Fashion Weekendu sme už mohli sledovať módné prehliadky v priestoroch tzv. fashion stanu a tak po veľmi dlhom čase móda na Slovensku opustila hotelové sály a všetky nevhodné priestory a konečne sa predvádzala na dlhom, skvele nasvietenom móle, kde každý divák v kaskádovitom hľadisku videl celé mólo a fotografi na jeho konci mali ideálne podmienky urobiť tie správne fotky. Opäť jeden veľký krok dopredu, ktorý si nová generácia našich módných dizajnérov po rokoch prehliadkových improvizácií skutočne zaslúžila.

KROK ZA KROKOM

Zdá sa, že slovenskej móde pomaly začína svitať na lepšie časy. Máme módné časopisy a výborných módných fotografov, už máme aj fashion weekend, zatiaľ len s ročnou periodicitou, no pri všetkých tých krízových strašiakoch aj to je niečo. A tak možno povedať, že podmienky sa pre módu na Slovensku za dvadsať rokov výrazne vylepšili a sprofesionalizovali. Samotná slovenská módna scéna sa dostatočne zaľudnila skutočným tvorivým potenciálom, a tak aj napriek istej finančnej poddimenzovanosti a z toho vyplývajúcej zlej nálade je na mieste konštatovanie, že móda prvej dekády 21. storočia na Slovensku urobila zreteľný krok dopredu a naša módna scéna má dnes už aj svoje stálice, ktorých tvorba postupne prispieva k formovaniu našej módnjej identity.

O nápadе založiť inštitúciu, ktorá bude zastrešovať dizajnérov a výrobné firmy z oblasti odevného a textilného priemyslu, sa hovorilo už veľmi dávno. Pamätám si na podobné úvahy ešte z čias štúdia, teda niekedy po roku 2000. Bolo to v období, keď priemysel fungoval na Slovensku čoraz ťažšie a dizajnérska obec, značne nejednotná, len veľmi pomaly začínala vstupovať po skončení špecializovaných škôl na domáci trh. Nebolo však nikoho, kto by sa do toho pustil. Úlohy takéhoto združenia sme tušili len veľmi hmlisto. Navyše, na otázku, čo by mala takáto inštitúcia zabezpečovať, sa neodpovedá ľahko, keď sa aj pravidlá domáceho podnikania pod tlakom podmienok rýchlo menia. V roku 2011, približne pred rokom, sa do takéhoto projektu pustila Dana Kleinert. Čo ju k tomu viedlo a ako sa vyvíjajú plány združenia?

*Are You Ready
V DESIGN FACTORY,
APRÍL 2012.*

☰ ZUZANA ŠIDLÍKOVÁ
📷 ARCHÍV SFC

Slovak Fashion Council

— AKO ĎALEJ



Hoci si už svoju motiváciu založiť združenie na verejnosti deklarovala, ako by si stručne zhodnotila ten úplne základný motor, prečo si išla do toho? Od roku 2000, keď som absolvovala VŠVU v Bratislave a začala som pôsobiť v textilnom a odevnom priemysle som cítila, že sa jednoducho nemám profesionálne o čo oprieť, nemám odkiaľ získať informácie, nemám ako ani navigovať zahraničných partnerov, aby si vedeli zistiť stav v slovenskej móde, jednoducho mi chýbala odborná platforma. Aj v zahraničí, aj doma. Zároveň som zo zahraničného pôsobenia vedela, že naši absolventi sú síce pripravení byť umelcami, ale na druhej strane sú absolútne nepripravení do módného sveta tak, ako reálne funguje. No a definitívnym spúšťačom bola výhra YCE 2011 (Young Creative Entrepreneur) vyhlásená British Councilom. Odmenou mi bol odborný týždňový pobyt v Londýne, kde som sa stretla s výhercami z iných krajín. Pri vzájomných

SLOVAK FASHION COUNCIL

Absolventi módy,
VÝSTAVA V SATELITE,
OKTÓBER 2012.



rozhovoroch, nastolovaní a riešení partikulárnych problémov som vedela, že projekt Slovak Fashion Council už nesmie na seba nechať dlhšie čakať, že môže byť pre nás, dizajnérov, výrobcov či predajcov, iba prínosom.

Ako je uvedené na webovej stránke: „Cieľom združenia je podpora slovenských módnych a textilných dizajnérov, ako aj firiem so súvisiacou činnosťou pri prenikaní na lokálny, ale najmä na zahraničný trh. S tým súvisí podpora prieniku do výrobného segmentu, vytváranie materiálnych a technických podmienok pre profesionálny rozvoj a propagácia slovenskej textilnej a módnej tvorby a slovenských dizajnérov na Slovensku aj vo svete. Združenie má súčasne záujem vytvoriť platformu na organizovanie podujatí a udeľovanie ocenení v oblasti módnej tvorby s cieľom zvyšovať záujem o slovenskú kreatívnu scénu, a tiež vytvoriť profesionálnu základňu na zabezpečovanie lokálnej aj medzinárodnej spolupráce na poli módneho dizajnu.“ Ambície sú veľké, ako by sa dalo bilancovať po prvom roku fungovania? Aké projekty má zatiaľ SFC za sebou? Ambície sú samozrejme veľké, ale my nevrrdíme, že sa dá všetko vyriešiť okamžite. Pri aktuálnej celospoločenskej, ekonomickej, ale aj odbornej situácii by bolo nereálne myslieť si to. My však máme konkrétnu víziu a cieľ a rozhodli sme sa ísť radšej pomalšími, ale o to profesionálnejšími krokmi. SFC má totiž ambíciu byť tu aj o desiatky rokov. Máme za sebou projekty, ktoré robíme v úzkej spolupráci s organizáciami ako British Council, Slovenské centrum dizajnu, Vysoká škola výtvarných umení, design factory a podobne. Spojenie s takýmito organizáciami našim budúcim klientom dáva najavo transparentnosť a profesionalitu.

Projekty:

1 Slovak Fashion Day BEIJING v Číne (február 2012) – prezentovali sme tvorbu vybraných dizajnérov a značiek (Mária Štranecková, Puojd, Lubi_Hany, Petra Poórová, Petra Toth, Katie's Bag, Dana Kleinert). Osobitnou kapitolou bola aj prezentácia značky Donna Rosi, ktorá celý projekt iniciovala a oslovila SFC na spoluprácu. Konkrétnym úspechom (okrem nadviazania kontaktov do budúcnosti) je fotografický editoriál v čínskom Harper's Bazaar, kde uverejnili kabelku značky Katie's bag.

2 Are You Ready: Móda ako biznis – podujatie o fashion biznise s britskou lektorkou Sally Denton. Dali sme priestor ôsmim dizajnérom, aby mali možnosť prezentovať svoju značku pred takouto osobnosťou a aby dostali od nej profesionálny názor na svoju tvorbu. Prezentovali sme tu projekt YCE, verejnosti sme tiež predstavili novú knižku Zuzany Šidlíkovej *Móda na Slovensku v medzivojnovom období*, ktorú sme aj v rámci vernisáže výstavy odevnej tvorby pokrstili. A pokrstila

ju reprezentantka krajiny, ktorá v podpore kreatívneho biznisu vedie: Susannah Montgomery, veľvyslankyňa Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska na Slovensku.

3 Výstava v Satelite – **Absolventi módy 2012** (október 2012) – dali sme priestor prezentácii čerstvým absolventom textilného i odevného dizajnu. Výstava však nekončila iba vizuálnou prezentáciou, jej súčasťou bola séria prednášok odborníkov zo strany fashion marketingu a podobných odborov, ako aj predstavovanie jednotlivých autorov zástupcom priemyslu, aby sme vytvorili platformu na vzájomnú profesijnú spoluprácu. Bola súčasťou BLAF-u, čo jej zabezpečilo aj množstvo návštevníkov.

4 BLAF – **Móda: Inšpirácie k úspechu** – prednášku mal Stefan Siegel z portálu www.notjustalabel.com (NJAL), predstavili sme projekt a výzvu na hľadanie koreňov v móde, či módnej ilustrácii a otvorili sme sériu neformálnych diskusií o špecifikách a úskaliach slovenskej módnjej scény.

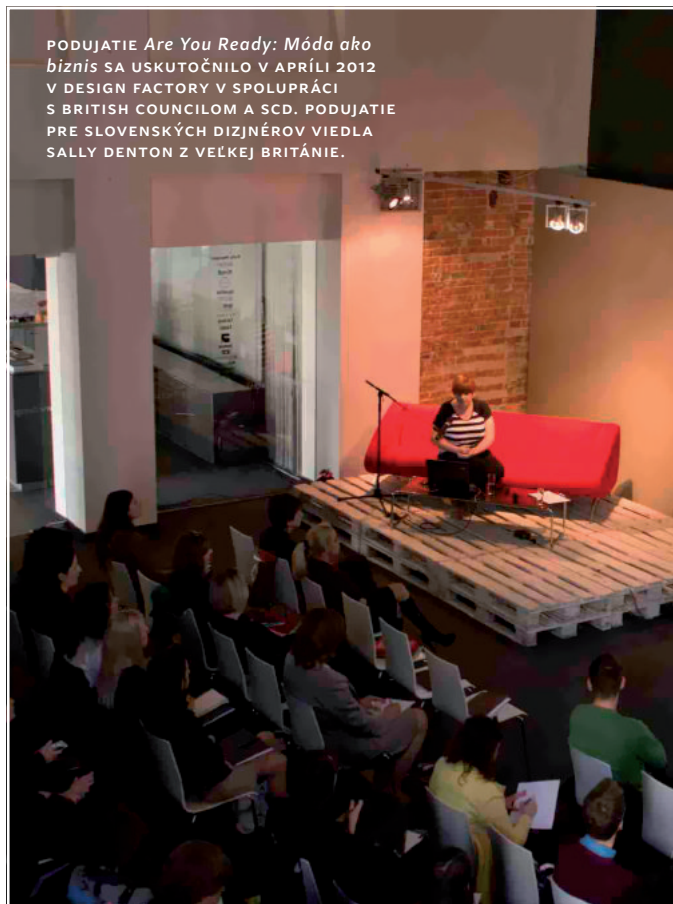
5 V blízkej budúcnosti pripravujeme veľký projekt, ktorý riešime v medzinárodnom meradle, a tu už komunikujeme aj s Ministerstvom kultúry SR, ako aj príslušnými ambasádami.

Ešte by som chcela podotknúť, že ak máme zahraničných lektorov, ich prednášky zásadne neprekladáme a vedíme ich v angličtine, keďže tento jazyk v oblasti módy pokladáme za kľúčový prvok presadenia sa vo svete.

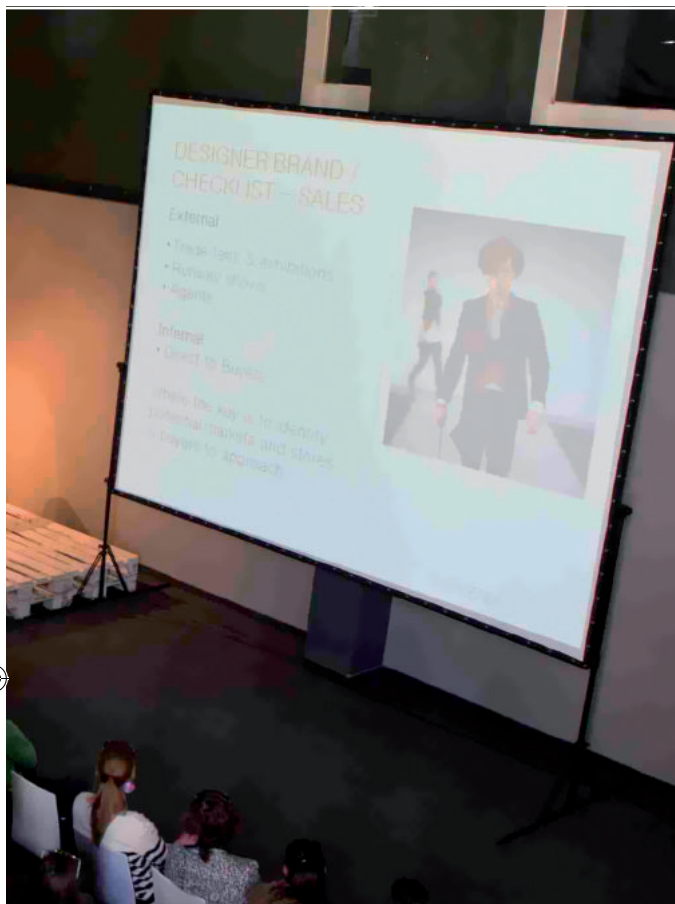
Ukazujú sa technické či organizačné problémy s napĺňaním týchto cieľov? Organizačne nemáme veľké problémy, aj keď vždy je priestor na zlepšovanie, technickým problémom sú u nás jednoznačne financie. SFC však už ukázalo za uplynulý rok kvalitu svojich podujatí, a preto veríme v možnosť získania grantov či inej podpory súkromných subjektov.

Na tlačovej konferencii a pri prvých neoficiálnych stretnutiach sa riešila otázka členstva v SFC. Ako sa ďalej posunula táto záležitosť, je jasné kto je, resp. kto sa môže stať členom SFC? V úvodnom roku sme sa primárne venovali organizácii podujatí, aby sme ukázali, že vieme poskytnúť kvalitné služby a servis a popritom sme riešili možnosti a spôsoby členstva. Vyriešenie týchto „balíkov služieb“ je našou nastávajúcou úlohou.

Si aktívna ako dizajnérka, čo už samo prináša množstvo práce. Nemala si strach pušťiť sa do projektu, kde ti bude možno vyčítané, že organizácia prináša úžitok hlavne tebe samej? Hoci osobne si myslím, že len ten, kto si na vlastnej koži odžil podmienky systému, môže



SFC PRIPRAVIL AKO SÚČASŤ TOHTOROČNÉHO FESTIVALU BLAF SEMINÁR SO STEFANOM SIEGELOM O KREATÍVNO M PODNIKÁNÍ *Not Just a Label*.



začať budovať pravidlá takejto organizácie. Je však možné obe aktivity zvládať, aby nebola jedna na úkor druhej? Je to veľký časový problém a stres. A musím povedať, že bez nastavenia ochotnej spolupráce spomínaných organizácií, ako aj kolegov by to určite nešlo v takých intenciách ako to je dnes. Nestážujem sa však, stále vidím v SFC veľký potenciál, máme ešte veľa zaujímavých a na Slovensku nikdy neriešených projektov pred sebou. Mojim snom však je, že SFC „vypileme“ na základe našich skúseností a neskôr už jeho riadenie prevezme profesionálny manažér, ktorý sa mu bude môcť naplno venovať. Ak sa taký niekde v našich kruhoch nachádza už teraz, je viac ako vítaný (!). To, či sa niekto zaoberá témami o tom, čo to môže priniesť mne samej, neriešim. Ale ak s tým niekto mal zásadný problém, pozývam ho, nech si to príde vyskúšať robiť. Myslím si však, že spolupráca s už spomínanými organizáciami hovorí o transparentnosti a snahe o profesionalitu.

Čo by malo byť ďalším krokom, programom na nasledujúci rok? Neuvažujete o verejnej debате s dizajnérmi? To sa už stalo v rámci BLAF-u, hneď po skončení prednášky so Stefanom Siegelom z NJAL, ktorého sme do diskusie tiež prizvali a on sa jej rád zúčastnil. Účasť bola nad očakávanie – mali sme študentov, predajcov, výrobcov i zástupcov tlače. Chýbalo nám však väčšie množstvo dizajnérov, ktorých účasť by bola hlavne pre nich samých reálnym prínosom. V diskusii sme sa dotkli každej témy, ale sme iba na začiatku cesty.



Aký je slovenský odevný dizajn? Pripravili sme pre vás krátky prehľad dizajnérs-
ských značiek – od zaujímavých začínajúcich
tvorcov až po známe mená, ktoré sa v krea-
tívnom domácom podnikaní objavujú už nie-
koľko rokov.

REDAKCIA

ARCHÍV DIZAJNÉROV

FOTO: RASTISLAV
BREZOVSKÝ, 2011.

Mladý odevný dizajn na Slovensku



FOTO: PETRA
BOŠANSKÁ,
2012.

DANA KLEINERT

Charakteristika značky: Módu robia premyslene, s vtipom a láskou ku detailu a kvalitnému technickému vypracovaniu. S autorským úpletom tvoria už od samého začiatku procesu. Množstvo stylingových variácií sa pre DANA KLEINERT stalo typickou črtou. **Pôsobenie na trhu:** Na Slovensku od roku 2000, kamenný obchod v centre Bratislavy (Panská 17) od roku 2005. Ich modely nájdete aj v Japonsku, vo Veľkej Británii, v Saudskej Arábii, v Holandsku, Rakúsku či Českej republike.

www.danakleinert.com

Kontakt:

info@danakleinert.com
00421 911 459 833
Design Studio DANA KLEINERT
Panská 17, Bratislava



ZLATICA HUJBERTOVÁ

Charakteristika značky: Módou vyjadruje to, čo nevie vysloviť slovom a opísať písmom. Svoje ja. **Pôsobenie na trhu:** Od roku 2004.

Kontakt:

zlatica.hujbertova@gmail.com
Ateliér – Štefánikova 20, Bratislava

FOTO:
MARTIN
VRABKO,
2011.



JANA KUZMOVÁ POD ZNAČKOU KUZMI

Charakteristika značky: Zameriava sa na ateliérovú tvorbu originálov. Charakterizuje ju vysoká precíznosť remeselného vyhotovenia, dôraz na jemnosť detailov a čistú líniu celku hraničiacu s minimalizmom. **Pôsobenie na trhu:** Od roku 2001.

www.kuzmi.sk

Kontakt:
janakuzma@gmail.com
00421903186248

FOTO: PETER UHRÍN, 2012.



IZABELA KOMJATI

Charakteristika značky: Originálne dizajnérske kúsky na mieru pre dámy aj pánov z kvalitných materiálov, ako Holland and Sherry, Tissavel, Dentles Mery. **Pôsobenie na trhu:** Od roku 2004.

www.izabelakomjati.com

Kontakt:
Výstavná miestnosť:
Torysská 5, OC Galéria Košice

FOTO:
PETER
FROLO,
2012.



ANDRĚA PALDAN

Charakteristika značky: Elegantný štýl, čisté línie, ženskosť a dôraz na detail sú prvkami typickými pre tvorbu Andrey Paldan. Jej portfólio siahá od koktailových šiat a biznis kostýmov cez svadobné a spoločenské šaty až ku golfovej móde pre európskeho lídra – nemeckú firmu Golfino, pre ktorú navrhla WL & BL Ladies kolekcie na sezónu jar/leto 2013.
Pôsobenie na trhu: Od roku 2008.

www.andreapaldan.com

Kontakt:

ap@andreapaldan.com
00421903 023 725

FOTO: VOJTECH
VEŠKRNA, 2012.



MÁRIA ŠTRANEKOVÁ POD ZNAČKOU MAYAMAY

Charakteristika značky: Svojou osobnosťou a tvorivým prístupom sa radí k skupine avantgardných návrhárov pôsobiacich na česko-slovenskej scéne. Odevy, ktoré vytvára sú nielen funkčné a vizuálne atraktívne, ale obsahujú aj hlbšie posolstvo – visačky s názvom Life care instruction.
Pôsobenie na trhu: Od roku 2007.

www.mayamay.sk

Kontakt:

mayamay.sk@gmail.com

FOTO: JAKUB KLIMO, 2012.



MARCEL HOLUBEC W.

Charakteristika značky: Každá kolekcia nesie v sebe silnú výpovednú hodnotu a je sebareflexiou autora a jeho vnútorného sveta, ktorý poodhaľuje prostredníctvom konceptu a jednotlivých modelov kolekcie. Móda je pre neho zrkadlom jeho duše. **Pôsobenie na trhu:** Od roku 2007.

www.marcelholubecw.com

Kontakt:

mhw@marcelholubecw.com
Marcel Holubec W
atelier de création
Tolstého 7, Bratislava



FOTO:
YOSHKO
PALENIK,
2012.

MICHAELA MAZALANOVÁ

Charakteristika značky: Pre tvorbu sú príznačné vrstvenia, asymetrické strihové riešenia, ako aj časté rozkladanie a následné skladanie prvkov prevzatých z pánskej nadčasovej elegancie a vojenských uniforiem, s ktorými pracuje v línii dámskych odevov. V tomto roku prichádza na trh s pánskou kolekciou určenou pre všednú každodennosť, pracujúc na rovnakom eklektickom princípe. Tematizuje nadčasovú eleganciu, nepodliehajúc prchavým módnym trendom. **Pôsobenie na trhu:** Od roku 2008.

www.michaela-mazalanova.com

Kontakt:

michasa@gmail.com
00421911 8 444 66

FOTO: KATARÍNA
BELL, 2011.



FOTO: PETER
SPURNÝ, 2012



WE ARE NOT SISTERS

Charakteristika značky: Prienikom produktového dizajnu a fashion dizajnu vytvára We Are Not Sisters unikátne oblečenie (často multifunkčné) so zmyslom pre humor a silným dôrazom na detail. Značka ponúka ležérnu mestskú módu a v jej kolekcii nájdete nepreberné množstvo technických a štýlových novinek. **Pôsobenie na trhu:** Od roku 2010.

www.wearenotsisters.com

Kontakt:

wearenotsisters@gmail.com
00421 907 292479, 00421 908 372461
www.facebook.com/wearenotsisters
twitter.com/#!/WeAreNotSisters
vimeo.com/wearenotsisters

We Are Not Sisters SHOP:

Košice Visitor Center, Hlavná 59, 04001 Košice

MIROSLAVA FERKLOVÁ POD ZNAČKOU FERKLOVA

Charakteristika značky: Hlavným zámerom značky je obsiahnuť individuálne požiadavky zákazníka. Jej tvorba je často spájaná s technológiou a zameraná na „slovenské dedičstvo“. Nosným prvkom v kolekciiach je prírodný materiál, geometrické tvary, strohosť, konštrukcia. Venuje sa biznis móde. **Pôsobenie na trhu:** Absolventka VŠVU v roku 2012.

www.facebook.com/aboutFERKLOVA

Kontakt:

ferklova@gmail.com
00421 903 219 846

FOTO:
JURAJ
MOLČÁK,
2012.



ĽUĎKA ŽOLDÁKOVÁ POD ZNAČKOU LU:KA

Charakteristika značky: Ležérna romantika, urban folk a každodenná nezvyčajnosť. Inšpiruje sa slovanským folklórom, vidiekom, rozprávkami, hrá sa, hľadá vtip, ale i hĺbku vecí. Často pracuje s neopakovateľným – recykling a upcykling materiálmi, sú pre ňu spôsob ako odstrániť z módy povrchnosť; aj preto odmieta používať kožu, či kožušinu; naopak, do módy často vnáša otázky týkajúce sa zvierat, eko-správania, či antibrandingu. **Pôsobenie na trhu:** Od roku 2008.

www.lukamoda.com

Kontakt:
info@lukamoda.com

FOTO: BARBORA
TOMÍKOVÁ
A DOMINIKA
JACKULIAČIKOVÁ,
2012.



ĽUBICA HUMENÍKOVÁ (TEXTILNÝ DIZAJN) A LENKA TATÁROVÁ (ODEVNÝ DIZAJN)

Charakteristika značky: Pilotný projekt, odevná kolekcia PAPERFLAKE vznikla v spolupráci s odevným priemyslom, firmou Slovenka – Silver, s. r. o. Kolekcia je v limitovanom počte a jej nosným prvkom sú autorské vzory tlačene ručnou sieťotlačou, ktorá je aplikovaná na originálnych strihoch. Základom je nositeľnosť a pohodlnosť s miernym nádychom extravagancie. **Pôsobenie na trhu:** Absolventky VŠVU v roku 2012.

Kontakt:
lubica.humenikova@yahoo.com
lenka.tatarova@gmail.com

Podľa dostupných informácií posledným výrobcom tkanín na Slovensku, nositeľom autentického domáceho know-how a skúseností vo výrobe odevných i špeciálnych tkanín je firma AUDOV, spol. s r. o., z Trenčína. Prinášame rozhovor s Jánom Bočákom, riaditeľom firmy.

📄 ZUZANA ŠEBEKOVÁ

📷 ARCHÍV AUDOV A ZUZANA ŠEBEKOVÁ

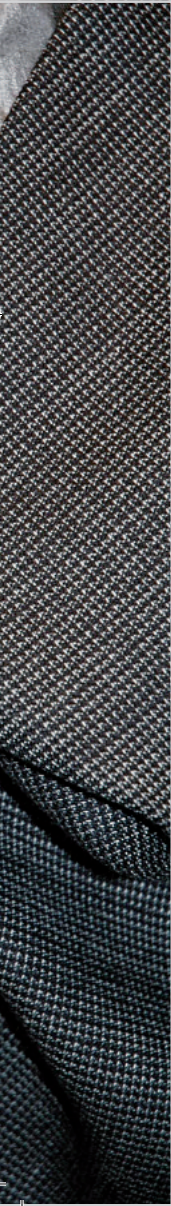
MERINA – AUDOV

Na pozadí etablovanej, často viac než storočnej tradície priemyselnej textilnej výroby v Európe, dochádza už od osemdesiatych rokov 20. storočia k postupnému zániku alebo výraznej redukcii produkčných kapacít, ako aj rozmanitosti výrobných programov textilného odvetvia. Vzhľadom na geopolitický vývoj v našom regióne (fixácia na porovnateľne veľký a takpovediac stabilný trh krajín RVHP), domáce firmy tento trend výraznejšie zasiahol až nástupom nového tisícročia. Výrobné podniky ešte donedávna profitovali z dobre etablovaných dodávateľských štruktúr zabezpečujúcich všetky suroviny a procesy výroby, ako aj zo skúseností a vysokej profesionality svojich zamestnancov. Po roku 1989 nastupujúca všeobecná transformácia výrobných procesov a kapacít zasiahla aj toto odvetvie. Firma AUDOV, s. r. o., je posledným výrobcom tkanín na Slovensku a vznikla z osobnej motivácie a dlhoročných skúseností jej zakladateľov a zamestnancov:

Vzhľadom na to, že laičká i značná časť odbornej verejnosti nepozná vašu firmu a jej produktové portfólio, mohli by ste na úvod ozrejmiť jej históriu (kontext jej vzniku) a súčasnosť?

Spoločnosť AUDOV, spol. s r. o., so sídlom v Trenčíne čiastočne pokračuje vo výrobe módneho tkaného textilu, čím nadviazala na mnohoročné skúsenosti a tradíciu





KOLEKCIA OBLEKOVÝCH
A KOSTÝMOVÝCH TKANÍN
(100% VLNÁ). MERINA/
AUDOV, 2007. FOTO:
UZUANA ŠEBEKOVÁ.

Meriny, a. s., ktorá túto výrobu ukončila v roku 2009. Vývoj situácie na trhu textilného a odevného priemyslu nás však nútil zamyslieť sa nad určitou diverzifikáciou a v súčasnosti má firma pestré portfólio produktov: módne tkaniny v rôznom materiálovom zložení a farebnosti, tkaniny určené pre verejný sektor (uniformy pre vodičov, policajtov, vojakov, železničiarov, poštárov a pod.), liturgické tkaniny, tkaniny pre taláre, biliardové plátna, bavlnené tkaniny, tkaniny na rôzne možnosti využitia v automobilovom priemysle, tkaniny na špeciálne použitie (nehorľavé, vode odpudivé a p.), vrecia požadovaných rozmerov (protipovodňové, na účely zachytávania ropných a iných podobných produktov...), tkanie špeciálnych materiálov (čadič, polypropylén s kovovou mriežkou)...

Výroba tkanín v Trenčíne má za sebou približne 105-ročnú tradíciu (prvá spoločnosť niesla názov Tiberghien). Do akej miery to determinovalo vaše rozhodnutie podnikat v tejto, v súčasnosti dosť zložitej oblasti? Akú dôležitú úlohu zohrala regionálna dostupnosť odborných pracovníkov (farbiar, technolog, tkáčsky majster, pradiar a pod.)? Kvalifikácia, odborné znalosti, mnohoročné skúsenosti sú významným faktorom, ktorý ovplyvnil naše rozhodnutie pokračovať v tomto odbore, resp. odvetví. Boli to všetko bývalí zamestnanci Meriny, a. s., ktorí dokázali zabezpečiť činnosti od vývoja produktu, cez procesy súvisiace so zásobovaním, technológiou, výrobou, kvalitou, predajom a expedíciou. Výroba tkaniny je skutočne zložitá a výsledok ovplyvňuje tisíc maličkostí, ktoré nemôžete podceňiť, lebo aj drobné zaváhania môže spôsobiť škodu veľkého rozsahu. Sme malá firma (cca 15 zamestnancov), ktorá začína nákupom priadzí a pokračuje týmito operáciami: snovanie, navliekanie, tkanie, vyšívania, úprava a adjustácia hotových tkanín. Pri zabezpečovaní našej činnosti využívame aj kooperáciu, najmä v oblasti úpravy tkanín.

Považujete tradíciu textilnej výroby v regióne skôr za svoju výhodu alebo nevýhodu? Napríklad znalosť tradičných výrobných postupov môže pre stratégiu budúceho vývoja podniku predstavovať výhodu. Na druhej strane ho môže v očiach možných investorov či bánk znevýhodňovať všeobecná znalosť aktuálnej situácie v odbore – t. j. útlm európskej výroby a jej presun do ázijských krajín. Ako plynie čas a súčasne sa vyvíja situácia na trhu textilného a odevného priemyslu musíme konštatovať, že sme na Slovensku asi jediná spoločnosť s takýmto predmetom činnosti.

O tom, že na Slovensku nie je podporovaný textilný priemysel, sme sa skutočne presvedčili pri svojich začiatkoch. Výroba textilu je totiž investične náročná a návratnosť vložených prostriedkov je 8 – 10 rokov.

Nestačí teda len odvaha, skúsenosti a vedomosti, ale sú potrebné aj finančné prostriedky. Nepomohli banky, lízingové spoločnosti, ani agentúry regionálneho rozvoja so zameraním na podporu malého a stredného podnikania – podmienky a kritériá sú totiž postavené tak, že začínajúci subjekt nemá šancu. Stále častejšie sa však presviedčame o tom, že sú zákazníci, ktorí uprednostnia „európsku výrobu“ pred tou ázijskou. Rozhodujúcimi faktormi pre týchto odberateľov sú najmä záruka kvality, variabilita objemov odberu, vysoká flexibilita a takisto často aj osobné kontakty a dobrá skúsenosť. Existuje určitý predpoklad, že v dlhodobom časovom horizonte tu takáto výroba bude udržateľná. Poteší nás samozrejme záujem veľkých i malých odberateľov o naše produkty, i keď väčšina produkcie skončí mimo územia Slovenskej republiky.

Na aký trh, prípadne segment je v súčasnosti zameraná vaša výroba? Takmer 90 % našej produkcie skončí v zahraničí – našimi najväčšími odberateľmi sú zákazníci v Maďarsku, Slovinsku, Chorvátsku, Švédsku, menej v Nemecku, Poľsku. Na Slovensku sú našimi odberateľmi BQM Prešov, OZETA NEO. Materiálové vstupy zabezpečujeme rovnako nákupom zo zahraničia: priadze z Nemecka, Anglicka, Bulharska, Poľska, ale i Českej republiky.

V oblasti techniky a technológií pri výrobe používame snovací stroj Benninger, štyri nitelnicové tkacie stavy Sulzer G 6500 a šesť tkacích stavov Sulzer G 6200.

Tvorí základ výroba a predaj firemnej t. j. autorskej kolekcie, alebo ide prevažne o výrobu na základe požiadaviek zákazníka/odberateľa?

Výrobný program je možné rozdeliť do dvoch skupín: prvú tvoria výrobky na objednávku zákazníka – v tomto prípade ide o väčšie objemy – a druhú tvoria dezény, ktoré sú trvalo k dispozícii malým konfekčným spracovateľom, ako sú módné salóny alebo krajčírske dielne.

Nakoľko je pre takýto spôsob výroby dôležitý dizajnér/technológ? Aké jeho schopnosti sú pre podnik vášho zamerania najviac dôležité, resp. prínosné?

Význam dobrého dizajnéra/technológa pre textilnú výrobu je nespochybniteľný. Jeho návrh často rozhoduje nielen o úspechu, predajnosti tkaniny, ale aj o efektívnosti jej výroby. Textilná výroba je svojím poňatím rôznorodá a vzhľad tkaniny ovplyvňuje celý rad faktorov: zloženie materiálu, jemnosť priadze, väzba, druh úpravy. Sú to faktory, ktoré v konečnom dôsledku ovplyvňujú pridanú hodnotu tej-ktorej tkaniny. Naša spoločnosť má to šťastie, že takého dizajnéra má – je flexibilný, do určitej miery umelec s obrovskou mierou poznania svojho budúceho návrhu.

Vašou konkurenčnou výhodou je okrem profesionality, odbornosti a kvality práve flexibilita



KOLEKCIA OBLEKOVÝCH A KOSTÝMOVÝCH
TKANÍN (100% VLNA). MERINA/AUDOV, 2007.
FOTO: ZUZANA ŠEBEKOVÁ.





výroby. Do povedomia však prenikáte len postupne, keďže sa málo vie, že pokračujete v tradícii výroby tkaných textílií v Trenčíne, respektíve na Slovensku. Módnym salónom, krajčírskym dielňam a módnym dizajnérom viete ponúknuť široký sortiment špičkových tkanín. Od takpovediac klasických čisto vlnených tkanín, cez štandardné zmesi (na koštyl či pracovný odev) až po špeciality v zmesi s bavlnou, ľanom, viškózou či hodvábom pre pánsku i dámsku konfekciu. Aké je logistické zabezpečenie tohto druhu predaja – o akých minimálnych množstvách je tu reč? Spoločnosť má k dispozícii sklad (cca 80 dežénov, maximálne v množstve 50 m od dežénu), z ktorého je možné uspokojovať požiadavky takto vymedzeného okruhu zákazníkov v akýchkoľvek množstvách. Tento sklad dopĺňame podľa vývoja situácie a v závislosti od prania našich odberateľov. Dodací termín je jeden-dva dni od prijatia požiadavky (objednávky).

Pre odborné a vysoké školstvo by bolo veľmi prínosné rozvíjať spoluprácu s praxou. Deklarovaná podpora takýchto projektov zo strany štátu však nenachádza legislatívny rámec, v ktorom by bolo možné efektívne ju realizovať. Grantový systém pre podporu spolupráce a výskumných projektov medzi akademickými a podnikateľskými subjektmi predstavuje pre malé a stredné podniky veľkú mieru vlastného finančného vstupu, ktorú nie sú schopné z vlastných zdrojov bez pôžičky pokryť. Legislatíva im taktiež neumožňuje odpisovať takto vynaložené prostriedky na vedu a výskum. Na druhej strane školy často záujem o takéto spolupráce majú, chýbajú im však taktiež potrebné finančné zdroje. Odhliadnuc od spomínaných komplikácií, mali by ste potenciálny záujem o spoluprácu so študentmi či absolventmi odborov textilného dizajnu či techniky v prípade, že by takéto štáže či spolupráce bolo možné financovať z grantových či iných schém? Na túto otázku je asi dosť problematické odpovedať vzhľadom na to, že odborov s týmto zameraním je dosť málo (nevím, či vôbec ešte nejaké sú). Nie tak dávno nás kontaktovala študentka reštaurovania v otázke zhotovenia repliky historickej textílie na kópiu empírových šiat zo začiatku 19. storočia. Išlo o unikátny kus odevu, takmer jedinečný svojho druhu v slovenských muzeálnych zbierkach. Keďže objekt je postavený hlavne na materiáli, ktorý by bolo veľmi ťažké až nemožné niekde hotový zakúpiť, obrátila sa na nás, či by sme sa chceli podieľať na tomto projekte. Išlo o bavlnený materiál tkaný v kombinácii plátrovej a keprovej väzby so zatkávanou striebornou lamelou v jemnom zelenkavom

odtieni. Na túto požiadavku sme veľmi radi reagovali, náš dizajnér predložil svoju predstavu o realizácii a v súčasnosti čakáme na ďalšie informácie a vývoj situácie. Keďže však ide o štátnu inštitúciu, musí byť vyhlásená nejaká forma verejnej súťaže. Logisticky i profesijne sme schopní pokryť aj náročnejšie projekty a špeciálne požiadavky. Za predpokladu finančného zabezpečenia projektu uvítame takéto a podobné iniciatívy.

Môj nemecký profesor sa počas celého akademickeho pôsobenia snažil upozorniť na potrebu flexibilnej domácej textilnej malovýroby. Na pozadí transformácie nemeckého textilného priemyslu osemdesiatych a deväťdesiatych rokov 20. storočia to pravdepodobne vyznievalo podobne absurdne ako u nás tu a teraz – dáвате perspektívu tejto oblasti produkcie v našom regióne? Ak áno, v akom časovom horizonte?

Vznik novej textilnej fabriky je v súčasnosti prakticky nemožný – problémom je investičná náročnosť a vysoká miera nestability tohto odvetvia. Bez podpory vlády, resp. možnosti získania nenávratných finančných prostriedkov je problematické uvažovať o perspektívnosti rozvoja textilnej výroby na Slovensku, a teda i v našom regióne.

NITEĽNICOVÝ
TKACÍ STROJ
SULZER G6500.
AUDOV, 2012.

FOTO: AUDOV.

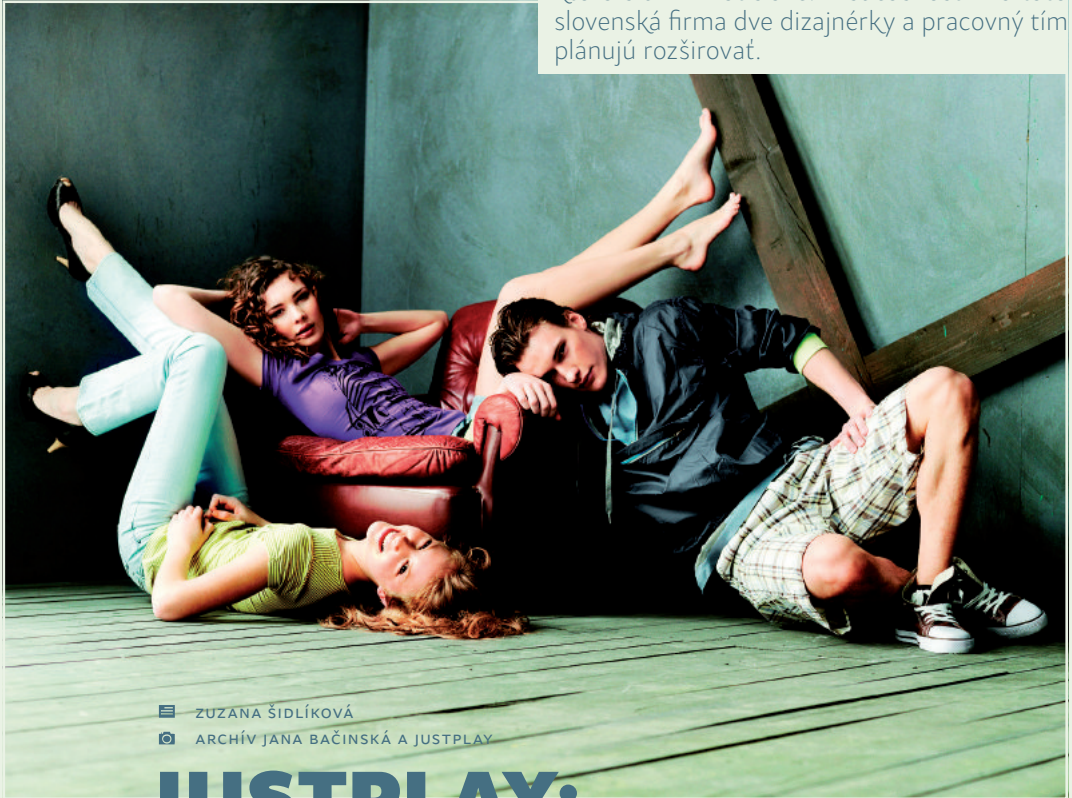


AUDOV, spol. s r. o., Trenčín,
M.R.Štefánika 19 – areál Merina, a. s.
woolmer@woolmer.sk



PÁNSKE SPOLOČENSKÉ A SVADOBNÉ TKANINY (ČISTÁ VLNA, ZMESY S KAŠMÍROM, HODVÁBOM, ĽANOM...). AUDOV, 2012. FOTO: AUDOV.

Skúsenosť s reálnym odevným priemyslom má v súčasnosti málo dizajnérov. Jana Bačinská, absolventka Ateliéru odevného dizajnu na VŠVU, sa po práci pre firmu Lifeline ocitla v dizajnerskom tíme značky Justplay, ktorá sídli v Bratislave. V súčasnosti má táto slovenská firma dve dizajnérky a pracovný tím plánujú rozširovať.



☒ ZUZANA ŠIDLÍKOVÁ

📷 ARCHÍV JANA BAČINSKÁ A JUSTPLAY

JUSTPLAY: JANA BAČINSKÁ

Kolekcia S/S 2009.
FOTO: JAKUB KLIMO.

Pracuješ ako dizajnérka a nákupca štvrtý rok pre firmu Justplay. Ako by si charakterizovala túto značku? Naša firma pôsobí na slovenskom aj maďarskom a poľskom trhu ako dovozca oblečenia vlastnej značky JUSTPLAY od roku 2002. Profikuje sa ako značka pre mladých, aktívnych ľudí, ktorým ponúka cenovo dostupné, ale pritom atraktívne oblečenie na voľný čas.

Do tejto odevnej spoločnosti si prišla po niekoľkoročnej praxi v odevnom priemysle, kde si pracovala pre značku Lifeline. Boli na začiatku nejaké zásadné rozdiely vo fungovaní týchto dvoch podnikov, ktoré ťa prekvapili? Zásadným rozdielom je samotný charakter firmy. Značka Lifeline sa predávala vo vlastnej maloobchodnej sieti, kým Justplay je veľkoobchodná značka. Našími zákazníkmi

sú majitelia maloobchodných predajní. Tí si vyberajú nielen z nášho širokého sortimentu (niekedy aj vyše 1 000 druhov tovaru), ale aj zo sortimentu konkurenčných veľkoobchodov. Náš zákazník si v podstate sám tvorí koncept kolekcie, čo z nášho tovaru bude predávať a ako to odprezentuje vo svojich predajniach. V Lifeline bol koncept prvoradý a na jeho vizuálnu prezentáciu v predajni sme kladli veľký dôraz. Často niektorý model a farba vyznie len v kontexte celej kolekcie a v tomto majú značky s maloobchodnou sieťou veľkú výhodu. V Justplay je prioritou ponúknuť čo najširší sortiment oblečenia, aby si naši zákazníci mali z čoho vyberať.

Kolekcia A/W 2012.
FOTO: JAKUB GULYÁS.

Nie je veľa dizajnérov, ktorí sa na Slovensku po skončení školy učytia v priemysle. Ako je to z tvojho pohľadu, prečo sa tak ťažko vytvárajú podmienky domácejmu odevnému priemyslu?

Momentálne je trh s oblečením, hlavne v tých väčších mestách, presýtený. V posledných rokoch prišlo na Slovensko množstvo svetovo etablovaných zahraničných značiek, ktorým konkurovať nie je jednoduché. Väčšina z nich vyrába *offshore*. Teda s cieľom znížiť výrobné náklady preložili produkciu do krajín, kde je cena práce a surovín nižšia ako v domácej krajine a pri množstvách aké odoberajú, dokážu zákazníkovi ponúknuť trendovú módu za bezkonkurenčne nízke ceny. Realitou je, že v našich podmienkach nedokážeme vyrobiť konfekciu, ktorá by cenou dokázala konkurovať výrobe z Ázie. Množstvo ľudí na Slovensku pociťuje existenčné problémy a jednoducho im na oblečenie veľa peňazí neostáva. Nakupujú menej a uprednostňujú cenu nad inými atribútmi, nie sú ochotní zaplatiť viac za domácu produkciu. Kvalita, originalita či miesto výroby sú až na druhom mieste. Je to aj vec kultúry. Slovákom chýba národná hrdosť. Je väčšou prestížou obliecť si svetovú značku, než tú menej známu domácu. V takýchto podmienkach môže len ťažko domáci priemysel prekvitať, a preto je aj pre dizajnérov málo pracovných príležitostí. Ani zo strany existujúcich odevných firiem nie je veľký záujem vychovávať si budúcich dizajnérov a poskytovať študentom prax už počas štúdia. Druhou stranou mince je, že ani školy dostatočne nepripravujú svojich študentov na pozície komerčných dizajnérov. Chýbajú znalosti grafických programov, technickej kresby, orientácia v módných trendoch a farbách... V každom prípade, z vlastných skúseností môžem potvrdiť, že sa nám osvedčilo aj v časoch krízy investovať energiu do originálneho dizajnu, ktorý nás jednoznačne odlíši od konkurencie. V tejto súvislosti by som chcela dať do pozornosti, že momentálne rozširujeme náš dizajnérsky tím o nových odevných návrhárov a o grafika.

PRACOVNÝ STÔL DIZAJNÉROK, BRATISLAVA.



Kolekcia A/W 2012.
FOTO: JAKUB GULYÁS.



DIZAJNÉRSKY TÍM NA VEĽTRHU BREAD AND BUTTER
V BERLÍNE, 2011: (ZĽAVA) JANA BAČINSKÁ, SILVIA
LUCE (V SÚČASNOSTI VO FIRME UŽ NEPRACUJE),
JANA KVOČIKOVÁ.

Ceštujete často do Číny, aký charakter majú tieto vaše cesty? Čo je v tvojej náplni, v tvojej pracovnej kompetencii? Ako dnes vnímaš výhody a nevýhody čínskej produkcie, s odstupom niekoľkých rokov? V Číne vyrába celý svet už dlhé roky. Výroba sa už tak zdokonalila, že snáď ani neexistuje niečo, čo by sa tam nedalo vyrobiť, a v akejkoľvek kvalite. Ide len o to, čo chce zákazník a koľko je ochotný za to zaplatiť. Mať k dispozícii také rozmanité technologické možnosti je naozaj úžasné. Ako najväčšiu nevýhodu výroby v Číne pociťujem obrovskú vzdialenosť a anonymitu pri práci. Chýba mi možnosť sadnúť si s tímom konštruktérov nad návrhy a prediskutovať si technologické možnosti alebo možné komplikácie. Technický návrh musí byť spracovaný čo najdetailnejšie a najzrozumiteľnejšie, aby zamestnanci v čínskej fabrike čo najlepšie pochopili dizajnérsky zámer. Okrem vzdialenosti je tam aj kultúrna a jazyková bariéra. Najistejšie je všetko detailne rozkresliť, ale aj napriek tomu sa človek niekedy nevyhne nemilým prekvapeniam. Služobné cesty do Číny minimálne 2 – 3-krát do roka sú nevyhnutnosťou. Je potrebné skontrolovať výrobu a okomentovať pripravované vzorky novej kolekcie, navštíviť odevný veľtrh v Kantone aj výstavy našich dodávateľov a nakúpiť chýbajúce druhy do kolekcie.

Čo práve u vás vzniká, aká bude pripravovaná kolekcia? Výroba kolekcie na jar / leto 2013 je už v plnom prúde. Bude hýriť žiarivými farbami, nabije vás pozitívnu letnú energiou... V súčasnosti už pracujeme na zimnej kolekcii 2013.

Ako sa vyvinul marketing v súvislosti s predajnými miestami značky Justplay? Kde možno nájsť vaše kolekcie? Marketingové aktivity súvisia s veľkoobchodným charakterom firmy. Momentálne sa hlavne snažíme robiť podporu našim priamym zákazníkom – majiteľom maloobchodných predajní. Do budúcnosti je naším cieľom značku viac zviditeľniť a sprístupniť konečnému spotrebiteľovi. Značku Justplay už čoskoro ľahšie nájdete v partnerských maloobchodných predajniach i na internete.



Ozeta Neo a Zekon:

PÁNSKA KONFEKCIA
NA SLOVENSKU



Odevnou produkciou určenou na export sa na Slovensku zaoberá značný počet spoločností. Len málo z nich však ponúka domácemu zákazníkovi vlastné módné kolekcie. Po skúsenostiach z minulého obdobia, keď množstvo slovenských odevných firiem zaniklo kvôli neschopnosti konkurovať lacnému oblečeniu z ázijských krajín, sa ako východisko ukázal postup tých výrobcov, ktorí vývoj kolekcií postavili na začiatok svojej produkcie a v rámci nej zdôrazňujú kvalitu výrobkov. Príkladom spoločností, ktoré na tvorbu vlastných kolekcií nezabúdajú, je Ozeta Neo a Zekon, akciová spoločnosť Michalovce, obe sa zameriavajúce prevažne na tvorbu pánskej konfekcie.

Ozeta Neo je najväčším výrobcom pánskej konfekcie na Slovensku a pokračuje tak v tradícii značky pánskych odevov, pôvodne vyrábaných spoločnosťou Ozeta, odevné závody, a. s., v Trenčíne. V súčasnosti sa výroba realizuje v závode v Topolčanoch, ktorý zamestnáva približne 400 pracovníkov, s dennou produkciou 500 oblekov. Väčšina produkcie tohto závodu (až 85 %) ide na export a 15 % je určených domácomu trhu. Vlastné kolekcie sa tvoria pre slovenský a škandinávsky trh. Ozeta Neo je stopercentným vlastníkom siete obchodných predajní spoločnosti Ozeta, s. r. o. a zároveň matkou spoločnosti Del Rey, so sieťou predajní Otto Berg.



ZEKON

P Á N S K Á K O N F E K C I A

Výrobou primárne pánskej konfekcie sa zaoberá aj **Zekon**, akciová spoločnosť Michalovce. V rámci svojej produkcie ponúka pánske obleky, saká, kabáty, džínsové oblečenie, ale aj špeciálnu výrobu pre armádu. Časť sortimentu je určená aj pre dámy. História spoločnosti siaha do polovice minulého storočia. Za toto obdobie prešla spoločnosť výraznou zmenou výrobného programu. Vzhľadom na ekonomickú situáciu v textilnom priemysle bolo nevyhnutné, aby sa zároveň pretransformovala na výrobo-obchodnú. Zekon, akciová spoločnosť, má v súčasnosti 210 zamestnancov, ktorí sa podieľajú na dennej produkcii 175 ks sák, 200 ks klasických a 250 ks voľnočasových / džínsových nohavíc.

Otázky spojené s produkciou pánskej konfekcie na Slovensku sme položili marketingovej riaditeľke Ozeta, s. r. o., Miroslave Krausovej a vedúcemu obchodného úseku Zekon, akciová spoločnosť Michalovce, Michalovi Kandalovi.

Nadviazali ste na činnosť dlhoročne pôsobiacej trenčianskej Ozety, v čom sa nová a stará éra tejto značky líši a v ktorých oblastiach na seba nadväzujú?

M. KR.: Svet „ozetáckej“ módy má silné korene v dávnej minulosti (1939). Naši otcovia a dedovia OZETU vnímali a stále vnímajú ako poctivú kvalitnú slovenskú značku. Na tomto poslanstve stavia aj nová generácia značky, ktorá v súčasnosti prichádza so štýlom typickým pre elegantnú módu dneška, pričom dbá na kvalitu materiálov a použitie značkových tkanín v moderných dizajnoch. Novú éru sme začali v marci tohto roka s cieľom dostať Ozetu na vyššiu úroveň, etablovať ju na trhu a skĺbiť výrobný závod Ozeta Neo, a. s., s predajnou sieťou Ozeta, s. r. o. Za tento krátky čas sa Ozeta stala najväčšou maloobchodnou sieťou tohto typu na Slovensku, do ktorej bolo investovaných zatiaľ vyše milióna eur. Okrem siete vlastných značkových predajní, získavame nové predajne aj formou franšízových licencií, čo je jednou z najrýchlejších a najefektívnejších ciest rozširovania pôsobnosti značky na tuzemskom i zahraničnom trhu. V dohľadnom čase by sme tak chceli mať na Slovensku 50 predajní a v Česku dokonca 70, keďže po páde výrobného závodu OP Prostějov kvalitný tovar pánskej konfekcie chýba. Teda rozdiel je rozhodne v nasadení. V poslednom období Ozeta značne posilnila aj komunikáciu so zákazníkmi prostredníctvom rôznych marketingových nástrojov. Značnou zmenou prešli aj naše predajne. Tie pôvodne postupne prechádzajú *rebrandingom*, a tie, ktoré otvárame ako nové, sú už v kompletne novom, jednotnom dizajne. Ten plne prenechávame v rukách dvojici slovenských architektov, manželom Zlámalovcov z ateliéru ZZVArchitekti. S novým dizajnom boli otvorené predajne v Bratislave na Obchodnej, i v Košiciach na Hlavnej. Ale inšpiráciu hľadáme aj sami. Nedávno ma napríklad oslovili nádherné lampy Jeeves na madeindesign.co.uk alebo nábytok architektov skupiny Bauer Polla, vytváraný spájaním rôznorodých starých a nových elementov.

Ako vznikajú nové kolekcie? Spolupracujete na ich vývoji s externými dizajnérmi alebo máte k dispozícii vlastný tím návrhárov?

M. KR.: Máme k dispozícii vlastný tím ľudí, ktorý sa stará o zostavovanie nových kolekcií. Každý z nich je úplne iná osobnosť, s absolútne odlišným videním sveta. Teda každý návrh je predmetom búrlivej diskusie. Rôznorodosť ich názorov je v konečnom dôsledku veľkým pozitívom, pretože odráža rôznorodosť požiadaviek trhu. Tím je zmesou kreatívne sa provokujúcich ľudí, z ktorých jedni berú inšpiráciu zo svetových módných trendov, či od extrovertných blogerov, druhí naopak trvajú na nadčasovej elegancii. Inšpiráciou je, samozrejme, aj vyše 70-ročná archívna zbierka modelov z dielne výrobného závodu Ozeta Neo, z ktorej občas vyskočí vzor, čo sa dá krásne resuscitovať. Musím podot-



OZETA NEO, PÁNSKA KOLEKCIA 2012.

SÚŤAŽ MÓDNY
NÁVRHÁR 2012.

VÝROBNÉ PRIESTORY SPOLOČNOSTI.



VIZUALIZÁCIA PREDAJNÍ.



knúť, že tento tím ľudí sa zaoberá „nielen“ zostavením novej kolekcie, ale aj testovaním vyrobených vzoriek a prototypov. Niekedy je až komické sledovať, akými spôsobmi sa snažia „zničiť“ kus odevu. Výsledkom tohto procesu je odev spĺňajúci požiadavky zákazníka na maximálne pohodlie pri nosení, precíznosť zhotovenia i minimálne požiadavky na údržbu.

Nedávno ste podporili súťaž Mladý návrhár 2012. Plánujete vyvíjať spoluprácu aj so začínajúcimi dizajnérmi?

M. KR.: Budúcnosť tvorí mladá generácia, a to sa týka aj textilného priemyslu. Tým, že mladých dizajnérov podporíme a dáme im priestor, môžeme sa naučiť hovoriť jazykom mladých, čo so sebou prináša ďalšie príležitosti. Značka Ozeta podporuje generáciu mladých módných tvorcov napríklad aj ako hlavný sponzor spomínanej celoslovenskej súťaže Módný návrhár 2012, ktorej súčasťou boli prehliadky víťazných kolekcií mladých návrhárov. V tejto podpore chceme pokračovať aj naďalej. Spolupracujeme s Katedrou priemyselného dizajnu v Ružomberku, kde máme rozpracovaných niekoľko projektov. Sme otvorení aj ďalším zaujímavým ponukám. Slovensko je malá krajina, bohatá na talentovaných ľudí, ktorí módu cítia. Za všetkých môžem spomenúť niekoľko mien, ktoré ma nedávno zaujali: Maja Božovič, Emma Korpová, Lena Rypáková, Mária Molnárová, Barbora Doláková, David Mucha, Libor Komosný, Martin Hrča a mnohí ďalší.

Vytvárate konfekciu a šijete aj na mieru; v akom pomere majú zákazníci záujem o tieto služby? Čo si zákazníci nájdu vo vašej ponuke?

M. KR.: Ponuka značky Ozeta bola dlhodobo orientovaná primárne na pánov, ktorí sa u nás mohli obliecť od hlavy až k päte – keďže sme nedávno rozšírili svoju ponuku aj o kolekciu kožených pánskych topánok. V súčasnosti dávame väčší priestor aj dámam, momentálne sa nám v dielňach došívajú novinky, ktoré čoskoro uvedieme na trh. Či ide o pánsku alebo dámsku konfekciu, v oboch prípadoch sa snažíme jednotlivé kolekcie pripravovať v súlade s módnymi trendmi a osloviť tak aj mladú generáciu zákazníkov. Čo sa týka porovnania konfekcie a šitia na mieru, záujem o konfekciu je, samozrejme, oveľa väčší. Preto je u nás na prvom mieste. Ale pre náročnú skupinu klientov ponúkame aj exkluzívnu službu šitia na mieru. Stavili sme na kvalitných krajčíroch s dlhoročnými skúsenosťami, ktorých odbornosť a profesionálny prístup sú zárukou, že klient odchádza spokojný s modelom ušitým presne na mieru a podľa jeho predstáv. O túto službu je značný záujem už od jej spustenia. Využívajú ju klienti, ktorí si potrpia na exkluzívnosť, ako aj klienti s neštandardnou konfekčnou veľkosťou. Výnimočnosť tejto služby podčiarkuje aj prístup krajčíra, ktorý za klientom prichádza na dohodnuté miesto a konzultuje s ním strih, výber materiálu, farebnosť a detaily modelu.

ZEKON, AKCIOVÁ SPOLOČNOSŤ MICHALOVCE

Zameriavate sa na produkciu pánskej konfekcie pre slovenský aj zahraničný trh. V akom pomere exportujete svoju produkciu a líši sa od tej, ktorú ponúkate na Slovensku?

M. KA.: Export našich výrobkov mimo Slovenska momentálne predstavuje 55 % z celkovej produkcie. Najvýznamnejším exportným trhom je pre nás Česká republika. Našu produkciu by sme mohli skôr rozdeliť podľa troch skupín zákazníkov. Po prvé je to oblasť produkcie výrobkov pre zákazníkov, ktorí majú vybudované vlastné siete predajní, t. j. vlastnú značku. Konkrétny výrobok je výsledkom predchádzajúceho vývoja a spolupráce. Na tvorbe kolekcie sa často pracuje aj s ročným predstihom, s prihladením na požiadavky a pripomienky jednotlivých zákazníkov. Tie spracúva naše vývojovo-konštrukčné oddelenie. Za finálny výber modelov a materiálov je zodpovedný partner. Druhou oblasťou je produkcia pod našimi vlastnými značkami. Pre klasickú konfekciu máme zavedenú značku MIKĀ RAUTA, pre džínsovú a športovú produkciu značku AERONAUTIC a pre voľnočasové odevy značku BLUE BULLS. Tieto výrobky predávame v našich značkových predajniach v Michalovciach a Humennom a zmluvných predajniach rozmiestnených na celom Slovensku a v Čechách. Kolekcia výrobkov pre konkrétnu sezónu je vždy značne široká, keďže by mala odrážať potreby zákazníka v Prahe, v Sládkovičove a aj v Michalovciach. V princípe však jednotlivé kolekcie predstavujú určitý mix nového a klasického. Tak aby vždy dokázali zaujať niečím novým, ale zároveň si v nej naši zákazníci našli aj overené výrobky. Tretím typom produkcie je výroba v mzde. To znamená, že partner dodá všetky komponenty, naša spoločnosť dodáva len pracovnú silu, resp. spolupracuje pri vývoji strihových podkladov.

Ako vytvárate nové kolekcie, spolupracujete na ich vývoji s externými dizajnérmi?

M. KA.: V súčasnosti naša spoločnosť nespôlpracuje s konkrétnym dizajnérom. Naším dizajnérom je náš zákazník. Snažíme sa jednak predvídať jeho požiadavky, jednak plniť jeho prania vychádzajúce z aktuálnej spolupráce. Oblasť pánskej konfekcie v princípe nepodlieha takým výrazným zmenám módných trendov. Pri úspešných fazónových riešeniach dokážeme malými úpravami predĺžiť životný cyklus jednotlivých fazón aj na 4-5 rokov. Práve unikátnosť a vyváženosť našich strihov je spolu s vysokou flexibilitou našich výrobných kapacít našou silnou stránkou. Potrebnú inšpiráciu pri vývoji nových modelov čerpáme na módných výstavách v zahraničí a takisto zo sledovania módných trendov v odborných, módných a life-stylových časopisoch.



PÁNSKA
KOLEKCIA
ZEKON,
2012.



POHĽAD DO PREDAJNÍ ZEKON.

MIKÄ RAUTA – ZNAČKA
KLASICKEJ KONFEKcie
FIRMY ZEKON.

MIKÄ RAUTA
TRADEMARK OF QUALITY

Aký je váš zákazník? Ponúkate konfekciu aj šitie na mieru; v akom pomere majú zákazníci záujem o tieto služby?

M. KA.: Portfólio našich zákazníkov je naozaj široké. Ak by sme pohľad zúžili na zákazníkov, ktorí si kupujú výrobky v našich značkových predajniach, resp. v našich zmluvných predajniach, tak by sme mohli povedať, že neexistuje prototyp nášho zákazníka. Tieto rozdiely sa prejavujú v rozdielnych preferenciách modelov, strihov, materiálov... Sú však určité spoločné rysy. Pri oblekoch sme pred pár rokmi zachytili trend mierneho zužovania takmer všetkých strihov, takže v súčasnosti produkcia Slim FIT oblekov predstavuje takmer 95 % zo všetkých oblekov. Ďalším výrazným faktorom je skutočnosť, že drvivá väčšina oblekov je kupovaná na slávnostné, resp. spoločenské udalosti. Priemerný zákazník si kúpe oblek s úmyslom univerzálneho použitia a väčšinou siahne po čiernom materiáli. Preto pri produkcii oblekov dominujú v našej ponuke vlnené materiály v čiernej farbe s jemným plastickým, reliéfny, prípadne kontrastným vzorom. V roku 2011 sa našej spoločnosti po viac ako ročnej príprave podarilo úspešne rozbehnúť výrobu oblekov na mieru – Individual Tailoring. Na Slovensku sa nám na tento program podarilo získať exkluzívneho partnera, s ktorým sa v súčasnosti snažíme naše skúsenosti preniesť aj do unikátnej výroby športových (praných) sák a voľnočasových nohavíc a džínsov. Tieto programy ponúkame aj v našich značkových predajniach. Hlavným motívom zavedenia tejto náročnej produkcie bola snaha o maximálne uspokojenie zákazníka. Vzhľadom na množstvo ponúkaných úprav strihu vieme obliecť takmer úplne každý typ postavy a vďaka širokej ponuke modelov a materiálov dokážeme uspokojiť jeho najrôznejšie požiadavky, či už ide o komfort, módnosť alebo unikátnosť.



Hoci o niektorých značkách s dlhoročnou tradíciou nepočuť tak často ako pred niekoľkými rokmi či desaťročiami, poteší každá zmienka o ich fungovaní a aktivitách. V roku 2011 v spolupráci so značkou Makyta realizoval kolekciu Boris Hanečka. Aká je aktuálna produkcia značky Makyta a aká bola spolupráca s dizajnérom, sa dozvieme na nasledujúcich riadkoch. Zároveň sme sa na spoločný projekt pýtali aj Borisa Hanečku.

☰ ZUZANA ŠIDLÍKOVÁ

📷 ARCHÍV MAKYTA

MAKYTA

SPOLUPRÁCA S BORISOM HANEČKOM



Obchody Makyty boli v priebehu posledných rokov rušené. Aká je momentálna obchodná stratégia spoločnosti, koľko predajných miest na Slovensku funguje, kde si môže zákazník kúpiť odevy tejto značky? Na webovej stránke je možné nájsť informáciu, že Makyta pripravuje aj e-shop. Kedy sa plánuje spustiť? Makyta: Nie je pravdou, že Makyta, a. s., Púchov v priebehu posledného obdobia iba zatvárala svoje predajné jednotky. Došlo nielen k zatváraníu, ale boli aj otvorené nové prevádzky, ako napr. v Poprade, Skalici atď. Stratégiou našej firmy je vybudovanie stabilnej a samozrejme ekonomicky rentabilnej siete predajných jednotiek. Momentálne má Makyta, a. s., Púchov 10 predajných jednotiek, ktoré naši zákazníci nájdu nielen v Púchove, ale aj Žiline, Poprade, Liptovskom Mikuláši, Nitre, Zlatých Moravciach, Trenčíne, Prievidzi a Skalici.

V akom pomere funguje práca pre zahraničné firmy a produkcia pod vlastnou značkou? Makyta: Pomer práce pre zahraničné firmy a tuzemský trh je 90 % ku 10 %.





Aký typ produktov momentálne ponúkate (pánska/dámska konfekcia, alebo prevaha niektorých typov – povedzme kabáty, menšie odevné časti, spoločenské šaty a pod.)?

Makyt: Vzhľadom na to, že momentálne nastala sezóna jeseň – zima 2012, našim hlavným výrobným artiklom sú dámske vlnené plášte a paletá. Okrem toho samozrejme vyrábame celý sortiment dámskej konfekcie, tzn. dámske saká, sukne, šaty, nohavice, blúzky. Pánska konfekcia tvorí veľmi malé percento našej produkcie, keďže naše zameranie, ako aj technické a technologické vybavenie je orientované na dámsku konfekciu. Z pánskej konfekcie vyrábame pánske vlnené paletá, bundy, plášte.

Ako prebieha vo vašom prípade spojenie dizajnéra a firmy s dlhoročnou tradíciou? Aké výhody či ťažkosti vyplývajú z tejto spolupráce? Konkrétne napríklad z projektu, ktorý realizoval pre Makytu Boris Hanečka.

Makyt: Spolupráca s módnymi návrhármi je samozrejme pre každú firmu prínosná. Každý módný návrhár vnesie do pomerne zabehnutých koláží veľkej firmy takpovediac nový vietor, má iné postrehy, iné názory, iné skúsenosti. Je vždy potrebné nájsť ten správny kompromis medzi ním a firmou a vytvoriť projekt, ktorý bude úspešný a prínosný pre obidve strany.



Boris, ako prebiehala spolupráca dizajnéra a firmy s dlhoročnou tradíciou? Aké výhody či ťažkosti kladie toto spojenie na dizajnéra pri vzniku kolekcie?

B. H.: Na začiatku spolupráce som predstavil tému a rozkreslil siluety. Následne som modelárov oboznámil so strihmi a realizovalo sa tzv. kaliko, čo je prvý model z pomocnej látky. Po tom, čo sa tento model odsúhlasil, sme ho vyhotovili už v krajčírskej dielni z ušľachtileho finálneho materiálu. Nasledovali minimálne tri skúšky s manekýnkou a po nich sme realizovali detailné časti, ako výšivky a aplikácie. Najzaujímavejší bol pre mňa prienik do dielni, proces výroby, možnosť vidieť stroje a materiály. Veľmi príjemne ma prekvapilo otvorené a prirodzené prijatie od ľudí, z ktorých som cítil skutočný záujem a ochotu spolupracovať. Keďže na modeloch pracovali niekoľkí ľudia naraz, zaujímavá pre mňa bola aj rýchlosť, akou sa modely rodili.

**BORIS HANEČKA
PRE MAKYTU, 2011.**

REDAKCIA

JAKUB ČAJKO, PAVOL GEMEINER

Nová krv:

ABSOLVENTI ATELIÉRU ODEVNÉHO DIZAJNU VŠVU

V júni v bratislavskom Divadle Meteorit svoje kolekcie odprezentovalo desať študentov Ateliéru odevného dizajnu VŠVU, ktorí pracovali pod vedením Júlie Sabovej. Absolventská módna prehliadka začala prehliadkou kolekcií štyroch bakalárov, medzi ktorými boli Maja Božovič, Lena Rypáková, Andrea Ganoczy a Emma Korpová. Na prehliadke sa zúčastnila aj jedna študentka z Ateliéru textilného priestoru – Henrieta Kurčíková.

Z magisterských kolekcií sme mohli vidieť pánsku kolekciu pre moderných biznismenov – slovenských džentlmenov od Miroslavy Ferklovej, na ktorej spolupracovala s textilnou dizajnérkou Zuzanou Zmatekovou. Libor Komosný sa predstavil dámskou kolekciou inšpirovanou architektúrou v odtieňoch bielej. V nej postupuje od geometricky tvarovaných línií až po organický odev s dôrazom na detail. Martin Hrča vo svojej kolekcii uchoпил prirodzený tieň v odevoch a aplikoval ho na siluety inšpirované obdobiami slovenskej histórie. Kolekcia Lucie Královej bola ovplyvnená sochou, predovšetkým dielom sochára Olbrama Zoubka. Veronika Kostková predstavila genderovo čistú kolekciu It, ktorá vrstvením a ovíjaním maskovala primárne telesné krivky. Lenka Tatórová odprezentovala svoju módnú reakciu na Audi A1, ktorá pôsobila jednoducho a zároveň žensky. Nosnými prvkami kolekcie boli obdĺžnik, štvorec a trojuholník, s využitím neutrálnych odtieňov.

Prehliadku organizovala Lenka Bónová, moderátorský akciu sprevádzal Bruno Ciberej. Finančnú podporu poskytla Nadácia Tatra banky.

Zostáva zaželať absolventom úspešný štart z akademického prostredia do reálneho biznisu.

Martin Hrča, FOTO: JAKUB ČAJKO.



Andrea Ganoczy,
FOTO: JAKUB ČAJKO.



Lena Rypáková,
FOTO: JAKUB ČAJKO.



Libor Komosný,
FOTO: PAVOL GEMEINER.





Miroslava Ferklová,
FOTO: PAVOL GEMEINER.



Veronika Kostková,
FOTO: JAKUB ČAJKO.



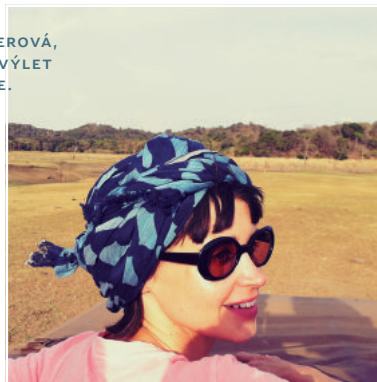
Lucie Králová,
FOTO: PAVOL GEMEINER.



Lenka Tatárová,
FOTO: PAVOL
GEMEINER.

Petra Langerová študovala na bratislavskej Škole úžitkového výtvarníctva aranžérstvo u Rudolfa Filu, po maturite si na VŠVU zvolila odbor architektúry. Jej mama vyučovala keramiku a sestra – dvojča – navštevovala na ŠÚV odbor textilu. Po troch ročníkoch architektúry, keď sa paralelne venovala aj tvorbe kostýmov pre divadlo GUNAGU, získala ročné štipendium na štúdium scénografie a kostýmu v Južnej Karolíne v USA. Ako cesta zavedie Slovenku až k práci vo firmách ako Narciso Rodriguez, J. Crew, Tommy Hilfiger či GAP?

PETRA LANGEROVÁ,
PRODUKČNÝ VÝLET
NA SRÍ LANKE.



☰ ZUZANA ŠIDLÍKOVÁ
📷 ARCHÍV PETRA LANGEROVÁ

Petra Langerová:

DIZAJN, TO SÚ ČÍSLA

Z OBDOBIA PRVEJ KAMPANE OBAMOVCOV,
POČAS KTOREJ MICHELLE NOSILA
VIACERO AUTORKINÝCH NÁVRHOV
PRE J. CREW. FOTO: ANNIE LEIBOVITZ.



Kedy a za akých okolností ste sa dostali do Ameriky? Získala som ročné štipendium na štúdium scénografie a kostýmu na College of Charleston, po jeho skončení som sa ocitla v New Yorku, a tu sa to zvrátilo. Podarilo sa mi dostať štipendium na Parson School of Design, renomovanú školu so zameraním na odevný dizajn. V roku 2002 som školu absolvovala. Ešte počas štúdia som pracovala pre Narcisa Rodrigueza a po skončení školy som mala šťastie, nastúpila som do jeho pracovného tímu. Škola bola veľká drezúra, naozaj to bolo dosť príšerné. Naučili sme sa síce veľa, vedela som robiť strihy, šiť. Skúsenosti som mala v práci pre firmu, kde treba vyrobiť jeden kus odevu. Na to som bola pripravená, ale nebola som pripravená pracovať v priemysle.

Prvé zamestnanie bolo pre mňa relatívne jednoduché. Bolo nás päť zamestnancov v malej súkromnej dizajnerskej firme, odevy sa realizovali v malých sériách. Jediný stres boli prehliadky, práca pre tlač. Dizajnér tu má kompletnú kontrolu nad tým, čo má vyprodukovať. Rodriguez to chcel mať také butikové, odmietol záťaž veľkej produkcie. Tu, ako asistentka, som zažila najviac kreatívny rozlet. Pragmatické záležitosti napokon rozhodli, že som odtiaľ odišla.

Po práci pre niekoľko ďalších značiek ste momentálne dizajnérkou pre GAP. Akú štruktúru má táto firma a aká je v nej vaša pozícia?

Pracujem tu ako *design director*. GAP, Inc. má päť značiek, ktoré fungujú pod jej hlavičkou – GAP, Banana republic, Old Navy, Piperlime, Athleta. Produkcia je rozdelená na kategórie: šport a spodná bielizeň, pánske oddelenie, dámske oddelenie, doplnky a tašky, každé z nich sa zodpovedá inému šéfovi. Ja mám na starosť tzv. *Global Fastrack*. Naša šéfka má v kompetencii sezónny koncept, pod ňou pracuje päť ďalších ľudí (nás, vedúcich oddelení). Len v New Yorku, kde pracujem, má dizajnerský tím okolo 30 – 40 ľudí, plus produkcia a technický dizajn do 300. Nákupná časť s ďalšou pobočkou je v San Franciscu, produkčný tím (*sourcing team*) je v Hongkongu, Indii, Kórei, každý má do 400 ľudí. Najskôr som viedla oddelenie dizajnu pre medzinárodný a európsky trh, teraz robím najmä analýzu trendov z finančnej a estetickej perspektívy pre všetky trhy vrátane Severnej Ameriky, ktorá má stále najväčšiu obchodnú sieť. Moja práca je kombinácia dizajnu a produkcie, keďže s mojím tímom pracujeme na inej, oveľa rýchlejšej časovej línii ako zvyšok firmy. Namiesto produkčného tímu spolupracujeme s *in-country sourcing* tímami a priamo s fabrikami. Preto musím poznať výrobný zdroj a zariadiť, čo sa kde bude vyrábať, často cestujem a vyhľadávam nové zdroje inšpirácie, ako aj výrobcov. Moja práca je rýchla a časovo veľmi citlivá, vyžaduje sa odo mňa dynamický prístup.

Aké nároky kladie firma na svojich dizajnérov, čo je ich pracovnou náplňou? Teraz robím v tretej najväčšej firme na svete (po Zara a H&M). Ročný obrat GAP, Inc. je 14,5 miliárd amerických dolárov. Najväčší zisk má GAP brand so sieťou 3 250 obchodov v 46 krajinách a USA. Týždenne otvoríme vo svete okolo 40 obchodov. Len v Amerike máme vyše 1 300 predajných miest. Pre mňa nie je hlavnou otázkou, čo sa mi páči. Mojou úlohou je uspokojiť priemerného zákazníka. Keď sa niečo dizajnuje v malej sérii, je to úplne iné. My sa zaoberáme tým, ako predávať. Ako dizajnerka musím byť aj *business woman*, pretože sa delím o finančnú zodpovednosť za to, či sa môj produkt predá. Trochu mi chýba kreatívna práca, zaoberám sa príliš tým, koľko to bude stáť a kde to vyrobíme, čo často kompromituje estetickú stránku. U nás sa produkuje minimálne 2 000 kusov jedného produktu v jednej farbe. Je rozdiel, či sa vyrába pár sto kusov, alebo 1,5 milióna kusov, čo som tiež v našej produkcii zažila. Pri takejto práci musíte zvážiť aj 0,10-centový rozdiel na gombíku, či budeme dovážať látku do fabriky letecky alebo loďou, kde je aká dovozová daň... Toto všetko napokon zásadne mení rozpočet. Ide tu o milióny dolárov a ja musím spraviť to rozhodnutie a musím niesť jeho dôsledky a zároveň vytvoriť atraktívny a kvalitný produkt (oproti Zara a H&M má GAP neporovnateľne prísnejšie testy kvality, vyrábame veci, ktoré majú mať dlhšiu životnosť).

A konkrétny pracovný plán? Najskôr sa spraví analýza – pohľad na predchádzajúcu sezónu. Report, čo sa zarobilo v nohavičiach, sukniach. Netýka sa to však len predaja, ale aj toho, či sme mali dostatok tovaru a včas, z toho sa vyvodí finančný plán. Ten sa dá interným nákupcom, ktorí ho aplikujú na jednotlivé kategórie – nohavice, sukne, svetre, tričká... Určia, kde sa plánuje rast a čo sú slabé miesta. V pozícii nákupca a dizajnera je prirodzený rozpor. Kým dizajnér tlačí ako to posunúť, nákupcom záleží, aby bol z toho profit. Ide o vzájomný dialóg, ktorý je nekonečný. Čím menej je nastavený finančný limit, tým má dizajnér väčší rozlet. V zásade však ľudia, ktorí nakupujú, majú posledné slovo a rozhodnutie aj nad dizajnom. Dizajnér musí uspokojiť záujmy nákupcu, ktorý teoreticky reprezentuje nášho zákazníka, inak zostane dizajn v šuplíku.

Ja cestujem skoro každý mesiac, cesty majú buď inšpiratívny alebo produkčný charakter. Idem do fabrík v Ázii, alebo cestujem a inšpirujem sa obchodmi, ľuďmi, umením, architektúrou alebo miestnym trhom. Sedím v Paríži a pozerám sa, čo ľudia nosia. Ľudia nefungujú všade s trendom, každodenný život je úplne inde. Ja musím intuitívne zistiť, do čoho budú ľudia v priemere ochotní investovať, buď je to výrazne nový trend, alebo napríklad pokračovanie v proporciách z minulej sezóny v nových farbách. GAP reprezentuje určitý životný štýl a prístup k obliekaniu, ktorý je špecificky americký – je

jednoduchý, pohodlný, príjemný a zjednoduší život, má rád farebnosť a optimizmus.

Ako by ste charakterizovali značku GAP? GAP brand vznikol v roku 1969 s ideou prelomiť medzeru (gap) medzi generáciami. Jeho základným sortimentom sú doteraz texasky a tričky. Firma sa nezaobera rýchlou módou. Byť *fashion brand* a byť *fast fashion company* je rozdiel. Od GAP-u zákazník očakáva určitú spoľahlivosť – nájsť opäť to isté obľúbené tričko v tej istej kvalite, ktoré bude tak isto sedieť, alebo nové, ktoré budem môcť donekonečna prať a ťažko sa s ním lúčiť. Napríklad Zara, tých zaujíma dostať trend na trh rovnako s kolekciami za nízku cenu. Ide o rýchlosť, a preto ich identita je premenlivá. Často však majú problém napríklad s výrobnou etikou. V GAP tak ne-súperíme s trendom, a aj keď ceny bývajú vyššie, platí sa za kvalitu, za to, že naše výrobky sú testované a že máme striktný kód na pracovné podmienky v našich fabrikách. V Amerike je to firma, ktorú by málokto videl rád zaniknúť – vyrastal s ňou a počíta s ňou vo svojom každodennom šatníku. Keď potrebuje niekto kvalitné rifle a bielu košeľu, vie kde ich nájde a ak u nás nakupuje často, môže ich vziať z police bez skúšania. V zahraničí reprezentuje americký životný štýl a šaty, ktoré sa snažia vyhovieť zákazníčkovi a nie jeho okoliu. Je móda a je oblečenie. To je rozdiel. Neznamená to kreativitu jednotlivého kusu, ale štýl, ktorý v kombináciách základných prvkov oblečenia s doplnkami si už každý individuálne nakombinuje. Veľkou súčasťou identity našej firmy je GAP foundation – charitatívny, vzdelávací a komunitný program, ktorého fond ročne podporuje po celom svete programy miliónmi dolárov. Komunitný vplyv je taký rozsiahly, že vidno Clintona alebo Obamu na výročných mítingoch. V tomto duchu je aj tlak na zamestnancov, participovať v miestnych dobročinných organizáciách. Máme povinnosť stráviť niekoľko dní v roku službou v komunitách.

Robiť módu v takomto dynamickom priemysle, keď o všetkom rozhodujú čísla a všetko je fast, nie je to veľmi vyčerpávajúce? Ako vnímate globálne problémy tohto odvetvia, masovej produkcie, prácu v rozvojových krajinách a ekologické problémy viažuce sa s týmto biznisom? Ekologické problémy sa týkajú každého veľkého priemyslu, ako aj každého individuálne. Príklady v odevnom priemysle napríklad sú, že keď zaplaví Pakistan alebo Indiu, nebude bavlna, alebo bude drahá. Ovce z Nového Zélandu prestávajú mať vlnu. Toto musíme dať do nového plánu a treba na to nájsť riešenie. Kedy sa nakúpi a za akú cenu. Môže sa stať, že nebude čo nakúpiť, lebo v panike už celá zásielka materiálu leží na policiach vo fabrikách, preobjednaná inými firmami. Ale zákazník očakáva porovnateľné ceny, s akými je v na-



FABRIKY NA SRÍ LANKE, LÁTKY A STRIHY PRIPRAVENÉ NA STRIHANIE NA SEZÓNNU OBJEDNÁVKU.

S KOLEGOM – DIZAJNÉROM V GAPE.





Z KOLEKCIE GAP,
FALL / WINTER,
2010.



šej firme zvyknutý, inak pôjde k lacnejšej konkurencii. Dnes nie je už nič lacné, ani Čína. My máme produkciu v Ázii – Kórei, Číne, Indii, Bangladéši, Vietname, Srí Lanke a obchody v 46 krajinách. Napríklad Čína je zároveň miesto, kde plánujeme rast našich obchodov, čiže produkujeme lokálne. Američania majú radi všetko americké, ale z finančného hľadiska neprichádza do úvahy, aby sa produkcia robila tu. Nikto by nebol schopný zaplatiť násobnú cenu za podporu lokálnej výroby. Ľudia aj tu musia robiť finančné kompromisy každý deň. Čo sa týka malovýroby, je populárna „made in USA“, ale vo veľkom to nie je možné, teda pokiaľ zákazník nie je ochotný platiť aj násobné ceny za výrobok.

Sledujete situáciu v módnom biznise na Slovensku?

Domov necestujem veľmi často a domáca módna scéna nie je zaujímavá. Teda aspoň čo sa týka konfekcie. Je to veľmi homogénne, tak ako naša demografia. Stále sa mi zdá, že ľudia sa obliekajú nie pre seba, ale pre to, ako ich vidia druhí. Vo svete oceňujem individuálny prístup. Na ulici v iných mestách je zaujímavé sledovať ľudí, na Slovensku nemajú odvahu sa vyjadriť, nemajú štýl. Stále ide o to, či je to drahé, alebo značkové. Ľudia sú schopní vyhodiť šialené peniaze za kolekcie, čo sú 10 sezón pozadu. To je taký začiatok, rozvojový kapitalizmus. V USA nevie človek povedať, kto je miliónár. Ľudia sa radi vyjadrujú svojisky, kým na Slovensku je veľká stádovitosť. Pritom máme veľmi pekné dievčatá, ale to, ako sa obliekajú sa mi zdá smutné, obliekanie im nerobí radosť. V zahraničí platí, že čím neviditeľnejšie značky, tým lepšie. Predsa človek robí šaty, a nie naopak.

Plány a momentálne výzvy, ktoré vás zamestnávajú?

Dizajn je problém, ktorý musím riešiť, nie vyjadrenie môjho individuálneho estetického názoru. V elektronickom období globálneho sveta je dizajn v odevnom priemysle dosť abstraktný, často sa nechytím ani ceruzky, navrhuje sa v číslach. Chýba mi bezprostredná kreativita. Ale technológia inovovala pracovné prostredie dizajnu aj pozitívne. Nemeria sa už čas ako na výrobnom páske, ale výsledok. U nás vo firme je to tak od septembra, nie je otázkou kedy, koľko a ako sa pracuje, ísť do kina v pondelok ráno je akceptovateľné. Iné odbory týmto spôsobom fungujú už dlhšie a zopár firiem v USA už roky. Pre kreatívneho človeka je to veľmi oslobodzujúca zmena, sedieť v kancelárii predsa nezaručuje inšpiráciu. Plány do budúcnosti? Keď som vyšla školu, mala som veľa nápadov, ale málo predstáv o tom, ako ich realizovať a predáť. Dizajn ma láka, ale nie je to pre mňa len odevná móda, ale širšia oblasť produktov. Ak by som si založila firmu, nebol by to krok do neznáma. Otázne je, ktorý formát by vyhovoval môjmu životnému štýlu. Žijem v New Yorku viac ako 16 rokov a žiada sa mi rovnováha medzi životom a prácou.

Sám o sebe hovorí: „Čím viac tvorím, tým viac nápadov mám“. Už zopár rokov pracuje ako hlavný dizajnér tlačенých látok pre spoločnosť Bucol v Lyone. Látky, ktoré navrhuje, inšpirujú tvorcov prestížnych módných domov k tvorbe unikátnych odevov. Vždy nedočkavo čaká, čo vznikne z materiálu, v ktorom nechal kúsok svojej duše. Splnil si sen, má prácu, ktorá je jeho vášňou.

ERIKA TRNKOVÁ

ARCHÍV JURAJ STRAKA A BUCOL

Juraj Straka,
FOTO: MARIKA
MAJEROVÁ.

Juraj Straka

ÚSPEŠNÝ SLOVENSKÝ
TEXTILNÝ DIZAJNÉR



Na strednej škole ste študovali módné návrhárstvo, kým na vysokej škole ste sa rozhodli pre štúdium textilného dizajnu. Čo vás motivovalo k zmene svojho smerovania?

Na strednej škole som mal obrovské šťastie, že som sa dostal do ročníka, ktorý viedla výtvarníčka Michaela Klimanová Trizuljaková. Štúdium bolo zamerané nielen na samotné módné návrhárstvo, ale aj na jeho presahy do textilného dizajnu a voľnej textilnej tvorby.

Už vtedy som si uvedomil, že ma viac baví navrhovať samotné látky, ako z nich následne vymýšľať odevy. Keď sa nad tým zamyslíte, aj napriek rôznym strihom, nohavičiek vždy zostanú nohavice, šaty šatami. V konečnom dôsledku je to práve látka, jej dezén, farba, štruktúra a materiál, ktoré z týchto šiat urobia nový, jedinečný odev. Keď som sa po maturite rozhodol pre ďalšie štúdium, voľba v odbore textilného dizajnu na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave bola celkom prirodzená.

Ako sa začala vaša profesionálna kariéra textilného dizajnéra? Počas štúdia na VŠVU som sa zapojil do medzinárodnej súťaže textilného dizajnu v Lyone „La mode s'exprime, elle s'imprime,“ kde sme mali za úlohu navrhnuť dezén, a z neho následne odev. Piatim finalistom neskôr rôzne francúzske textilné firmy zrealizovali látku podľa ich návrhu. Ja som mal to šťastie, že moju látku tlačila firma Bucol HTH patriaca spoločnosti Hermès, ktorá ma niekoľko storočnú históriu v dejinách lyonského hodvábnictva. Tam vznikol môj prvý kontakt s ich kreatívnym tímom, a keď mi po skončení súťaže ponúkli trojmesačnú stáž, nemohol som odmietnuť.



Scanlan Theodore,
leto 2013.



Dries Van Noten, kolekcia leto 2011.

Polivia Palermo, odev značky Ports a Julianne Moore, odev Lanvin.



Napriek tomu, že som v tých časoch nevedel okrem „merci“ ani slovo po francúzsky, v Lyone som strávil tri úžasné mesiace. Po ich skončení som sa rozhodol, že urobím maximum pre to, aby som jedného dňa pracoval vo Francúzsku ako textilný dizajnér. Zároveň bol pre mňa pobyt mimo Slovenska momentom, keď som si uvedomil, že nestačí sedieť doma na zadku. Že treba čo najviac cestovať a spoznávať nové krajiny a ich kultúru. Po návrate som urobil všetko pre to, aby som nemusel sedieť na prednáškach v škole (smiech). Absolvoval som študentský výmenný program Erasmus vo Fínsku, pracovnú stáž v spoločnosti Volkswagen v Nemecku a ďalšiu, ročnú, stáž v lyonskej firme Bucol HTH. Po skončení štúdia sa mi splnil sen, o ktorom sníva asi každý študent umenia, dostal som pracovnú ponuku na obsadenie pozície textilného dizajnéra spoločnosti Holding textile Hermès v Lyone, kde pracujem dodnes.

Aká je vaša pozícia v spoločnosti, pre ktorú pracujete? Máte pri svojej práci kreatívnu slobodu? Nakoľko ste, ako dizajnér, obmedzovaný požiadavkami klienta a nakoľko dokážete presadiť vlastnú víziu pri navrhovaní dezénu?

V súčasnosti pracujem ako hlavný dizajnér tlačенých látok pre externých klientov, čo v praxi znamená, že dvakrát do roka navrhujem kolekciu látok, ktorá sa prezentuje na rôznych svetových textilných veľtrhoch, a zároveň navrhujem dezény „na mieru“ pre klientov, ako Lanvin, Rochas, Dries Van Noten, Versace, či Yves Saint Laurent. Pri navrhovaní kolekcie mám stopercentnú kreatívnu slobodu. Vtedy sa môžem skutočne tvorivo vybrať a kolekcia je mojou osobnou výpoveďou. Pri zákazkách pre konkrétnych klientov je každý projekt jedinečný a iný. Niektorí klienti prídu s fixnou, presnou predstavou dezénu, ale sú našťastie aj takí, ktorí zadajú iba zdroj inšpirácie, a potom je už na dizajnérovi aby im vytvoril dezén, čo ich osloví. Z tohto dôvodu treba dôkladne poznať tvorbu jednotlivých značiek, aby dizajnér približne vedel, aký štýl dezénu od neho očakávajú.

Čím sa najčastejšie inšpirujete pri návrhoch dezénov látok? Vo vašej tvorbe je citelný príklon k ručnej maľbe. Je to váš osobný štýl, rukopis, či len dočasný diktát módy?

Ako povedal Pablo Picasso: „Inšpirácia existuje, len vás musí nájsť pracujúceho“. V praxi to znamená, že čím človek viac tvorí, tým viac nápadov má. Inšpiráciou pritom môže byť naozaj čokoľvek. Môže to byť príroda, umenie, ale aj celkom obyčajná cesta autobusom, kde človek vníma mihajúce sa farby za oknom. Samozrejme, že prídu momenty, keď má človek blok a nedokáže vymyslieť nič. Vtedy je najlepšie vziať čistý papier a štetec, začať maľovať a o chvíľu sú nápady na svete. V mojom prípade vytváram 95 % dezénov ručne. Nepovažujem to však za rukopis, ale skôr techniku, ktorá mi vyhovuje najlepšie. Ručne

maľované dezény sú v súčasnosti stále veľmi žiadané, pretože na rozdiel od dezénov vytvorených počítačom majú „dušu“. Keď sa na ne pozriete, vidíte ťahy štetca, malé nedokonalosti, doslova môžete vidieť človeka, ako niekoľko hodín sedel nad jeho tvorbou a nechal v tom dezéne kúsok seba samého.

Opište v krátkosti našim čitateľom vznik textilného dizajnu. Základom je už spomínaný ručne maľovaný dezén. Techniky sú rôznorodé, od akvarelov, cez akryl až po koláže. Takto vytvorený originál sa následne naskenuje a ďalej spracúva v počítači. V tejto fáze sa najprv pracuje na raporte – spôsobe, akým sa motív v látke opakuje, a až celkom nakoniec sa definuje farebnosť. Na látku sa potom dezén prenáša technikou digitálnej tlače, ktorá sa v mnohom podobá klasickej digitálnej tlači na papier.

Neláka vás tvorba vlastných odevov z dezénov, ktoré ste navrhli? Priznám sa, že nie. Textilný dizajn a módné návrhárstvo sú pre mňa dva rôzne odbory. Vo všetkých veľkých módných domoch na kolekciách spolupracuje veľké množstvo ľudí. Každý zodpovedá len za istú časť tvorby. Jeden človek navrhuje siluety, iný rieši strihové detaily, ďalší farebnosť a potlač, skrátka každý robí to, v čom je najlepší. Výsledkom takejto spolupráce sú dokonalé, do posledného detailu premyslené odevy. Pre textilného dizajnéra je príjemným momentom prekvapenia, keď vidí, čo z ním navrhnutej látky návrhár vytvoril. Väčšinou sú to príjemné okamihy, no stáva sa aj to, že je dezén použitý hore hlavou, alebo celkom „zabýť“ strihom či zle zvolenou farebnou kombináciou. Našťastie, tých príjemných prekvapení je viac ako tých nepríjemných.

Sledujete dianie v módnom priemysle na Slovensku? Existujú u nás módni tvorcovia, s ktorými by ste radi spolupracovali? Snažím sa ho sledovať už len z akejsi profesijnej úcty voči mojim spolužiakom a kamarátom, ktorí sa v tomto odbore pohybujú. Nesmierne obdivujem mladých talentovaných ľudí, ako Marcela Holubca W., Michaelu Bednárovú či Lenku Sršňovú, ktorí pôsobia na Slovensku a bojujú s „veternými mlynmi“ a napriek ťažkej situácii a nízkej kúpnej sile pravidelne tvoria a prezentujú svoje kolekcie. S Lenkou Sršňovou sme začali spolupracovať na jej ostatnej kolekcií Magika fantastika, a dúfam, že postupne budem mať možnosť tvoriť aj pre ďalších slovenských návrhárov.

Aké sú vaše najbližšie pracovné plány? Plánujete návrat na Slovensko, alebo budete ďalej pracovať vo Francúzsku? Návrat na Slovensko zatiaľ neplánujem. Vo Francúzsku mám pred sebou ešte dlhú cestu, aby som si splnil všetky svoje sny. Slovensko však pre mňa naďalej zostáva dovoľenkovou destináciou číslo jedna...

*Rochas: kolekcia
jeseň / zima 2012 – 2013.*



*Yves Saint Laurent:
kolekcia jeseň 2009.*

Antverpské výzvy



Maja Božovič:
Multilayered nature, 2012.
FOTO: JAKUB ČAJKO.

Antverpy sú v módnom svete pojmom, najmä pre priaznivcov avantgardnej módy. Nielen preto, že sú kolískou známej Antverpskej šestky, absolventov prestížnej Royal Academy of Fine Arts in Antwerp – Kráľovskej Akadémie umení – ale tiež vďaka súčasnému pôsobeniu novej generácie dizajnérov a značiek. „The Antwerp Six,“ alebo „mladí divosi“ bolo označenie, ktoré prideliť novinári okolo roku 1985 zoskupeniu dizajnérov s ťažko zapamätateľnými menami, ako Dirk Van Saene, Dries Van Noten, Dirk Bikkembergs, Ann Demeulemeester a Marina Yee. Následne sa k nim na istý čas pripojil aj Martin Margiela. Antverpy som mala možnosť navštíviť dva razy. V roku 2007 počas výskumu spomínaných faktov v rámci dizertačnej práce, keď som navštívila obchody týchto slávnych mien, výstavy a tiež dni otvorených dverí na akadémii, kde som mala osobný záujem študovať. Druhý raz s odstupom času to bolo pri príležitosti fantastickej výstavy Waltera Van Beirendoncka v MOMU (Mode-museum) s názvom Dream the world awake. Van Beirendonck od roku 2000 vedie ateliér módy na spomínanej akadémii. V neposlednom rade som prišla za tu pôsobiacimi študentkami módy – Markétou Martiškovou a stážistkou v štúdiu A. F. Vandevorst Majou Božovič. Situácia v meste sa zmenila, obchody známych značiek som nenašla na pôvodnom mieste, na moje obrovské sklamanie ani projekt obchodu W. Van Beirendoncka. Svetová kríza urobila svoje aj tu, ale predsa mesto pulzovalo módou a umením na každom kroku. Poprosila som Markétu a Maju o krátky rozhovor a ich pohľad na školu či prax v Antverpách. A rovnako svoje pôsobenie na škole v minulých rokoch zhodnotila aj Tatiana Warenichová.

Medzi prvými zo Slovenska, ktorí mali možnosť vyštudovať na Kráľovskej akadémii výtvarných umení v Antverpách, je TATIANA WARENICHOVÁ. Je známa ako šperkárka, ale faktom je, že sa jej prvej podarilo dostať práve na módne návrhárstvo. Tu na Slovensku absolvovala Školu úžitkového výtvarníctva Josefa Vydru u profesora Karola Pičhlera. Tým chápem prirodzený záujem o módu. Ako si sa dozvedela o tejto možnosti, kedy to bolo, prečo potom zmena na šperk? T. W.: O Akadémii som ani

len netušila, dozvedela som sa o nej náhodou v zahraničí a tak v roku 2000 som fascinovaná flámskou kultúrou a ich „nezrozumiteľným“ jazykom odišla do Belgicka. Mladí väčšinou odchádzali do známejších miest, ja som chcela vyskúšať iné. Po absolvovaní prípravného ročníka na škole Dé Kunsthumaniora (obdobné prípravným kurzom v 1. ročníku na VŠVU) som následne v rokoch 2002 – 2006 študovala módné návrhárstvo. Mojimi profesorami boli Nellie Nooren, Patrick De Muynck, Yvonne Dekock, Chris Fransen, Chris Gillis, Natalie Van Laere, Katarina Van den Bossche, Walter Van Beirendonck. Boli to veľmi zaujímavé, ale zároveň náročné roky. Rozhodnutie prejsť na šperk sa mi zdalo byť najlepším riešením, pretože moja tvorba je charakteristická detailom, spontánnym prístupom k práci s papierom, záľubou v recyklácii a „snovými príbehmi“.

Áno to verím, štúdium v zahraničí je náročné, nielen čo sa týka obsahu, ale aj financií. Odhodlane odísť je obdivuhodným rozhodnutím. Mala si nejaké štipendium? Viem, že na štáž je to možné vďaka grantu Leonarda da Vinci, ale podporu komplexného štúdia nepoznám.

T. W.: Grant som nemala, žiadala som o štipendium na ministerstve školstva, ale bez úspechu, odbili ma konštatovaním „my umelcov nepodporujeme“. Pokúšala som sa ešte v Belgicku, no bol to príliš zložitý proces na samotnú realizáciu. Tak som sa to celé tie roky snažila financovať pomocou rôznych prác popri škole a najmä s pomocou rodiny. Rozdiely medzi „východom a západom“ boli citelné. Dva svety – dve reality. Domáci študenti mali výhody, neuveriteľné možnosti konfrontácie s reálnym umeleckým svetom už počas štúdia. Aj keď ešte nie sú úplne pripravení na obdobie ihneď „po škole“, sú aspoň v teórii dostatočne informovaní. Mne dalo štúdium množstvo skúseností, aj keď ich tu na Slovensku len ťažko uplatňujem v praxi. Momentálne sa snažím uživiť prácou v oblasti stylingu a tvorbou autorského šperku.



*Tatiana Warenichová:
kolekcia A. S. M. K., 2006.
ARCHÍV AUTORKA.*

MARKÉTA MARTIŠKOVÁ, pôvodom z Moravy, bola na VŠVU v ateliéri odevného dizajnu neprehliadnuteľná svojším prístupom k tvorbe. Študovala na SUPŠ v Uherském Hradišti, a už tam začala snívať o škole v Antverpách či Londýne na Central Saint Martins, no ani jej nenapadlo skúsiť ísť na prijímačky. Chýbala jej sebadôvera, ktorú čiastočne získala na praxi v zahraničí v automobilke Volkswagen. Neškôr som jej takmer nanútila podať si na školu prihlášku. Z návštevy školy som vedela, že v konkurencii bude mať šance práve svojou inakosťou, a tak ma veľmi potešil fakt,

Markéta Martišková:
kolekcia PROTEST, 2012.
FOTO: BOY KORTEKAAS.



že Markéta bola prijatá. Je už v treťom ročníku štúdia a jej tvorba predstavuje širšiemu publiku „fashion world“ v pravom zmysle slova.

Možno na úvod len praktická otázka. Ako je to s jazykom a dorozumením v Antverpách?

M. M.: Po prijatí na školu musí študent zvládnuť test z flámskeho jazyka, aj keď na odbore je hlavným jazykom angličtina. Sú tu študenti z 52 krajín, takže je len na tebe, akým jazykom chceš hovoriť. Po flámsky, anglicky, francúzsky a pri niektorých učiteľoch sa dá i po nemecky.

Od Tatiany viem o náročnosti prvých rokov štúdia a systému fungovania Kráľovskej akadémie, ktorý je iný ako sme zvyknutí u nás. 1. ročník je založený na troch hlavných predmetoch – odevný dizajn, grafika – ilustrácia a konštrukcie strihov. Okrem týchto hlavných aj dva špecifické predmety – historický odev a textilné prognózy. Študenti by mali byť veľmi dobrí kresliči a preukazovať vysokú mieru originality vo svojich návrhoch. Ako si špomínaš na prvé projekty?

M. M.: Na prvý ročník nezapudnem snáď nikdy. Bola som totálne mimo reality. Nič iné ako škola neexistovalo. Po roku som poriadne nepoznala mesto, a viem, že väčšina má podobné skúsenosti. Nikoho nezaujímam, aké znalosti o odbore mal človek predtým. Teraz si tu a začínaš od nuly. Študenti sú vo veku od 18 do 28. Je to premiešané a každý prispieva niečím iným. Prvý polrok sme dostali na vypracovanie súčasne asi 8 projektov, každý z iného predmetu. Hlavne veľa kreslenia a permanentne práca na domácich úlohách. Stále dokola, ochorieť, a tým vypadnúť von bolo nemožné. Učíš sa ako hľadať inšpirácie na návrhy, farby, materiály, je to veľmi kreatívny proces. Pedagógovia ťa podporujú v osobnom výraze, nehovoria ti presne, čo robiť, dostaneš informácie, čo projekt musí obsahovať a potom je len na tebe ako ho spracuješ. Ale musí to byť dokonalé. Inak nepostúpiš ďalej. Na zadaniach sa pracuje aj cez prázdniny. V druhom ročníku som riešila historický kostým a všetky informácie techniky, strihy k tomu. Až potom sa tvoria kolekcie.

Zaregistrovala som tvoj nemalý úspech. Tento rok tvoj model – biely kabát potlačený písmom – vybral Walter Van Beirendonck na plagát absolventskej prehliadky. Reprezentoval tvorbu školy a bol umiestnený na jej webe. Gratulujem, ale určite to nebol jediný úspech.

M. M.: Áno, je to prezentácia celej školy práve cez môj model. Dojalo ma pracovať v tíme na príprave spotu, vidieť plagáty všade v meste a nakoniec až vo veľkosti 3 m. No prvý úspech bol, keď prišiel do našej triedy Walter s ľuďmi z Hermès už v prvom ročníku. Profesorka vzala môj skicár a ukázala im ho. Musím však dodať,

že predtým bola na mňa veľmi prísna, pretože som si kreslila stále svoju karikatúrnu módnú kresbu a nechcela som ju opustiť. Bol to boj, ale nakoniec sa skice páčili Walterovi, tak aj ona uznala môj štýl.

Walter tvorí experimentálne, pohybuje sa hlavne vo výtvarnej polohe, ktorá prostredníctvom módy vytvára vlastnú autorскую výpoveď, reflektuje otázky sociálneho aspektu, filozofického diskurzu, politiky, či globálnych problémov. Je zaradený k dizajnérom „na hrane“. Je poštmoderným umelcom, keďže si prirodzene privlastňuje jazyk poštmoderného umenia a vytvára koncepty, objekty, happeniny, inštalácie. Mala som možnosť naštudovať tvorbu Van Beirendoncka z kníh, videla som i jeho extravagantnú výstavu, dokonca mala šancu stretnúť ho osobne, prekvapilo ma, že v skutočnosti je iný ako sa prezentuje v médiách. Ako ho vnímaš ty, z vlastnej skúsenosti ako pedagóga?

M. M.: Walter je silná osobnosť plná informácií a skúseností. Stojí si za svojím a presvedčene nosí svoje odevy z kolekcií. Povedala by som, že pôsobí rovnako ako na fotografiách, ale aj priateľsky. Nie je typ, čo dokáže podkopávať nohy, ale vie čo chce a ak sa pre niečo rozhodne, nič mu nestojí v ceste. Je výborný poslucháč a reaguje na moje myšlienky a snaží sa pomôcť. Takže po dvojročnom čakaní som sa konečne dostala do jeho triedy, je to pre mňa výzva dostať zo seba maximum!

Na čom teda aktuálne pracuješ? M. M.: Momentálne riešim etnický kostým z Peru a výstavu v rámci projektu cestovnej galérie PPPP (protestpartyprotest) s Flórou Mirandou Seierlovou z Rakúska. Tento rok bude dôležitý, neviem kam ma vietor zavanie. Každopádne som pripravená na výzvu ísť za svojím snom.

V tom ti veľmi držím palce.

Po prvom stretnutí s MAJOU BOŽOVIĆ som tušila, že jej oči hltajú všetko nové z oblasti módy a diania v nej. Maja, pôvodom zo Srbska, je veľmi talentovaná a hlavne usilovná. Na odbornú štáž u A. F. Vandevorsta, ktorú som odporučila študentom VŠVU, sa dostala vo veľkej konkurencii na základe portfólia a interview. Mala jedinečnú možnosť absolvovať celý proces tvorby kolekcie A/W 2012/2013 od návrhu až po prezentáciu na Paris Fashion Weeku. Prax v štúdiu ju pozitívne ovplyvnila, čoho dôkazom je aj výhra jej bakalárskej kolekcie Multilayered Nature v súťaži

Markéta Martišková:
Plagát od Ronald Stoops,
SHOW 2012.





Start-Up Praha. Môžeš priblížiť tvoje pôsobenie v štúdiu, čo bolo pre teba najzaujímavejšie?

M. B.: Hneď prvý deň som dostala zadanie navrhnuť a zároveň vytvoriť prototyp šatky, potom som pracovala na novej kolekcii. Každodenné zadania sa týkali navrhovania topánok a doplnkov (kabelky, pančuchy, ponožky, opasky), ale aj dezénov. Na začiatku vývoja kolekcie som robila technické kresby a prototypy, ktoré museli byť perfektné. Moje obľúbené zadania sa týkali kreatívnych vecí a bolo ich veľa. Asistovala som tiež pri fotení kolekcie. Zúčastnila som sa na prehliadkach v Paríži a dvakrát v Antverpách. *Paris Fashion Week* bol jeden z najlepších zážitkov. Samotné mesto počas *fashion weeku* malo neopakovateľnú atmosféru. Módnej prehliadke predchádzala dôkladná príprava každého z tímu Vandevorst a bola na vysokej profesionálnej úrovni. V zákulisí sa pohyboval veľmi známy dizajnér Steven Jones, ktorý pre Vandevorst v rámci spolupráce navrhoval klobúky.

Dizajnérská dvojica A. F. Vandevorst bola vo svojej prvej kolekcii inšpirovaná osobnosťou a kreativitou umelca Josepha Beuysa. V tomto projekte pokračujú, tvoria jedinečné inštalácie s názvom Guerilla Aktion Store I. II. atď. A. F. Vandevorst i iní návrhári konceptuálnej povahy transformujú myšlienky či príbehy do autorských kolekcií, zároveň sú aj komerčne zaujímaví. Je to úspešná a veľmi kreatívna poloha „módy na hrane“. Ja osobne ich tvorbu obdivujem, ako na teba pôsobili? M. B.: An Vandevorst a Filip Arickx boli a stále sú mojím ideálom. Pracujú a dokonale sa dopĺňajú spolu viac než 20 rokov v profesionálnej branži. Stále majú úžasné nápady, kreativitu a energiu. Ja som viac pracovala s An než s Filipom, on v rámci dua riešil styling, rovnako potrebný v rámci módy ako tvorba odevu. An so mnou priamo vyberala a konzultovala všetky moje návrhy.

Tvoja bakalárska kolekcia Multilayered Nature bola iná ako doterajšia tvorba. Cítiť v nej vplyv štúdia, v ktorom si pôsobila, hlavne vyzretý styling. Je veľmi zaujímavá drsným štýlom štvárnenia, ale zároveň dušou. Pozitívnym dôkazom je aj výhra v špominanej súťaži, už vieš, čo ťa čaká ďalej? M. B.: Momentálne sa prezentujem spomínanou kolekciou, ale zároveň už pracujem na novej. Snívam o pôsobení v Paríži a verím, že jedného dňa to dosiahnem.

Pánska móda a Slovensko

ŠTÝL SLOVENSKÝCH OSOBNOSTÍ NA PRÍKLADE MESTA MARTIN

Cieľom štúdie je upriamiť pozornosť na pánsku módu a v krátkosti poukázať na vývoj odevnej kultúry v tzv. národnom duchu.

Druhá polovica 19. storočia bola obdobím, keď na Slovensku vzrastala vzdelanosť, do popredia sa dostávali profesie ako učitelia, lekári, právnici atď. Nová vrstva inteligencie tak sprostredkovávala prvky moderného životného štýlu, ktoré získali pri štúdiách v zahraničí, pri pracovnom styku s rôznymi spoločenskými vrstvami, čítaním cudzojazyčnej literatúry a podobne.

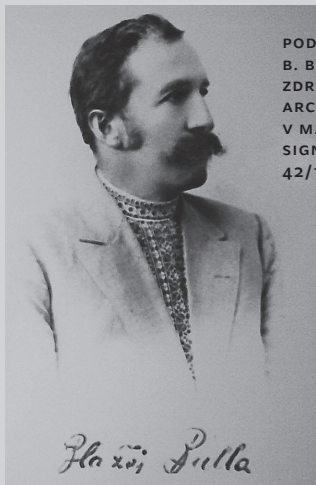
Rakúsko-uhorské vyrovnanie roku 1867 ťažko doľahlo na iné národnosti Uhorska. Maďarské vládnuce triedy získali týmto vyrovnaním hegemoniu nad celým Uhorskom. Uhorské zákonodarstvo neuznalo Slovákov za svojbytný národ a pod vládou polofeudálneho režimu sa vyrovnaním začalo pre slovenský národ obdobie národného útlaku. Maďarská vláda zrušila a zatvorila v roku 1875 Maticu slovenskú, rok predtým slovenské gymnáziá v Revúcej, Martine a Kláštore pod Znievom.

Mesto Martin zohralo významnú úlohu v dejinách Slovákov, a to aj vo vývine slovenskej kultúry a jazyka a národného povedomia. Z malého remeselníckeho mestečka sa postupne v druhej polovici 19. storočia stalo centrum národno-kultúrneho a politického života. V roku 1869 tu bol založený spolok slovenských žien Živena, ešte predtým, v roku 1864 vznikol Slovenský spevokol. Pre tieto spolky bol v roku 1888 vybudovaný Národný dom s divadelnou dvoranou, kasínom a muzeálnymi miestnosťami. V roku 1893 bola zásluhou Andreja Kmeťa založená Muzeálna slovenská spoločnosť, ako jediná celoslovenská vedecko-kultúrna ustanovizeň.

Zmena v pánskej móde nastala v období, keď sa v Turčianskom Svätom Martine v roku 1861 konalo Memorandum národa slovenského. Magdaléna Zubercová v publikácii *Tisícročie módy* poukázala na to, že to boli práve okolnosti okolo organizovania a prípravy Memoranda národa slovenského, ktoré podnietili zmeny v názoroch na pánsky odev. „K tomuto obdobiu sa viaže i pokus o vznik mužského slovenského národného



„SLOVENSKÉ NOSIVO –
HALIENKA“ INZEROVANÁ
BRATISLAVSKÝM KRAJČÍROM
ŠTEFANOM HORNÍKOM
V ČASOPISE SOKOL, ROČ. I,
1862. ZDROJ: ZUBERCOVÁ, M.:
TISÍCROČIE MÓDY. Z DEJÍN
ODIEVANIA NA SLOVENSKU.
BRATISLAVA: OSVETA,
1988, S. 193.



PODOBIZEŇ
B. BULLU.
ZDROJ:
ARCHÍV SNK
V MARTINE,
SIGN.: SB
42/1.



DUŠAN SAMO JURKOVIČ
V SLOVENSKEJ KOŠELI.
ZDROJ: WWW.JURKOVIC.CZ/
ZIVOTOPIS.HTM



nosiva; príslušníci inteligencie mali ním vyjadrovať svoju spätosť s ľudom. Najvýraznejšou súčasťou nosiva bol kabát – halienka, šitá z bieleho súkna s červenou podšívkou a modrým šnurovaním, a nízka okrúhla kožušinová čiapka. (...) Tento odev šili krajčír i v Martine, Bratislave i v Pešti.¹ Tieto nové národnoobrodenecké snahy viedli k tomu, že slovenská inteligencia začala šíriť osvetu nosením slovenských košiel. Bolo to obdobie, keď sa odevy zhotovovali doma alebo na zákazku vo vtedajších krajčírskych salónoch.

Živeniarky každý rok organizovali augustové slávnosti, ktoré sa stali propagáciou slovenského ľudového a najmä textilného umenia. V tieto dni si slovenskí národovci a ich rodinní príslušníci obliekali kroj ako demonštratívny prostriedok vtedajších národných snažení.² V roku 1887 bola v Martine usporiadaná výstava slovenských ľudových výšiviek. Vzbudila veľkú pozornosť nielen na Slovensku, ale i v zahraničí. Ženy v martinskom prostredí si začali obstarávať ľudové kroje najmä na národné a iné spoločenské účely. Ako príklad zmeny v pánskej móde môžeme uviesť nosenie slovenských kožuchoch a košiel. Na kožuchoch a kožušinových doplnkoch nosených v mestách sa začali uplatňovať detaily, ktoré sa používali pri práci v rurálnom prostredí. Turčianski remeselníci svojím odevom, jeho výzdobou, hlavne výšivkou, upúťali pozornosť martinských národovcov.

Dôležitou súčasťou pánskeho obleku bola košeľa. Prikladala sa jej veľká pozornosť, hlavne čo sa týka správneho výberu k spoločenskej udalosti. Tzv. slovenská košeľa je charakteristická rôznorodým spracovaním strihu, detailov i výšiviek. Týmto módnym hitom sa vtedy pýšili páni z vyšších aj stredných vrstiev, umelci, alebo páni zaangažovaní v politike, ktorí sa snažili podporiť slovenské tradície. „Medzi príslušníkmi inteligencie i remeselníkmi sa začali nosiť „slovenské“ košele s výšivou náprsenkou, golierom a manžetami. Boli prejavom národného cítenia v čase vrcholiaceho maďarizačného útlaku. Výšivky na nich mali geometrické vzory vyšívane

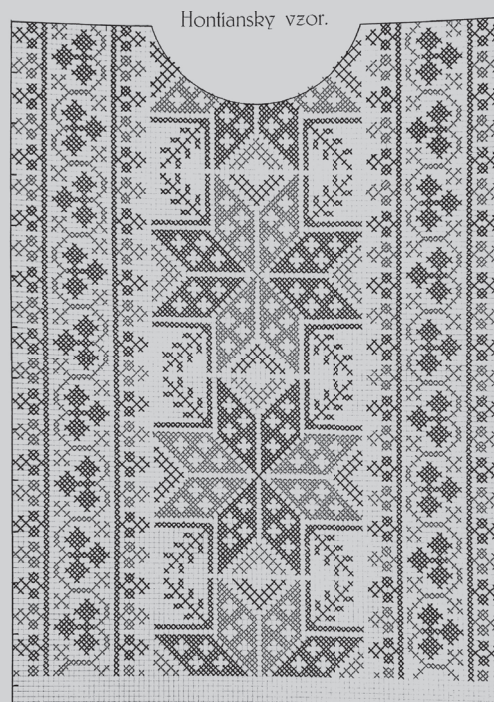
krížikovým stehom zo stredného Slovenska alebo rastlinný ornament vyšitý plným a stonkovým stehom zo západného Slovenska. Oblúbené farby boli biela, modrá, červená, čierna, menej ich kombinácie.“³ Nosili sa i ďalšie vzory z ostatných regiónov Slovenska. Najobľúbenejšou výšivkou bol krížikový vzor, ktorý bol najrýchlejšie zhotoviteľný. Slovenská košeľa sa nosila ako súčasť pánskeho odevu od prelomu 19. a 20. storočia až do medzivojnového obdobia. Snúbenica ju vyšíla ako dar lásky, nosila sa najmä na sobáš. Nebola však len sobášnou košeľou, patrila aj na ostatné slávnostné príležitosti vo všetkých centrách kultúrno-spoločenského života na Slovensku.

V meste Martine vtedy žilo niekoľko významných osobností, ktoré ovplyvňovali jeho dianie. Inšpiratívnu osobnosťou bol napríklad Blažej Bulla, ktorý bol martinským architektom. Študoval v Prahe, kde získal stavitelský diplom, účinkoval v spolku Detvan. V Martine si otvoril stavitelskú kanceláriu. Ako prvý u nás čerpal z ľudovej architektúry, keď pri príležitosti výstavy slovenských výšiviek 1887 v Martine postavil v záhrade pri dome Viliama Paulinyho-Tótha, kde bola výstava inštalovaná, drevenú vstupnú bránu (tzv. Slovenskú bránu) podľa vzoru ľudových zvoníc. Tým ovplyvnil aj mladého architekta Dušana Jurkoviča, ktorý bol vtedy u neho na prázdninovej praxi. Projektoval a v roku 1888 aj postavil Národný dom v Martine, viacúčelovú budovu.⁴ Jeho práca vychádzala z inšpirácie národných prvkov.

Patril k hrdým nositeľom slovenskej košeľa. Obľieval si ju aj do obleku, z ktorého bolo vidieť len typickú náprsenku týchto košiel. Blažej Bulla bol slovenským švihákom, dokázal slovenskú košeľu nosiť s mimoriadnym šarmom, ako to dokazuje dobová fotografia.

Ďalšou osobnosťou bol Ivan Daxner, riaditeľ slovenského peňažného ústavu Tatra banky. Ján Hrušovský vo svojej knihe spomienok o starom Martine uvádza príchod rodiny Daxnerovcov do Martina takto: „Mužskí členovia rodiny predstavovali akýsi svetácko-drsný a pritom veľkorysý, mužného i dobrého srdca typ, iste dedičstvo po veľkom memorandovom Daxnerovi, ktorému ostatne celým svojím zovňajškom akoby boli z oka vypadli. Aký úctivý rozruch vyvolal napríklad nový pán riaditeľ Tatra banky Ivan Daxner, keď sa objavil na martinských uliciach už vo svojej hodnosti a s celým svojím zvláštnym osobným čarom. Iste sa ešte každý pamätá na jeho vysokú mužnú, vojensky vzpriamenú postavu a jeho výraznú, hustou čiernou bradou zdobenú hlavu.“⁴ O I. Daxnerovi ďalej Hrušovský píše: „A vždy chodil imponujúci, vojensky odmeraným krokom, s palicou pri pleci, akoby nosil tasený meč, čo sa tak zapáčilo viacerým martinským pánom, že ho začali nevdojak napodobňovať, pritom však nikdy nedosiahli prirodzenú daxnerovskú eleganciu.“⁵

NÁVRHY NA SLOVENSKÉ KOŠELE. ZDROJ: ARCHÍV SNM V MARTINE. IN.: KRIŽKO-KARDOSSOVÁ, D.: SLOVENSKÉ LUDOVÉ VZORY ZO ŠTYROCH KRAJOV SLOVENSKA. VYDAL KRIŽKO-KARDOSSOVÁ D., VLASTNÝM NÁKLADOM, 1929.



- 1 ZUBEROVÁ, M.: Tisícročie módy. Osveta : Bratislava, 1988, s. 193.
- 2 POLONEC, A.: Augustové národné slávnosti v Martine a slovenské vyšívane košeľa. In: Zborník Slovenského národného múzea: Etnografia 9, ročník LXII, 1968, s. 69 – 76.
- 3 ZUBEROVÁ, M.: Tisícročie módy. Osveta : Bratislava, 1988, s. 225.
- 4 Spracované podľa: Slovenský biografický slovník (od roku 833 do roku 1990). Martin : Matica slovenská, 1986, s. 347 – 348.
- 5 HRUŠOVSKÝ, J.: Obrázky starého Martina. Vydavateľstvo Matice slovenskej, s. r. o., 2010, s. 98 – 99.

☰ EVA HASALOVÁ
📷 ARCHÍV AUTORKA

Najvýznamnejšie múzeá módy v Európe

Tento príspevok možno označiť za sprievodcu dôležitými európskymi múzeami, ktoré sa svojimi zbierkami špecializujú na odevy a odevné doplnky. Podrobnejšie sa venuje najvýznamnejším múzeám módy v Európe, ktoré sú vnímané ako najväčšie z hľadiska početnosti zbierkových fondov, najprogresívnejšie v oblasti ochrany a sprístupňovania artefaktov verejnosti a stali sa autoritami pre ostatné špecializované múzeá, pre odborníkov a záujemcov o históriu odevu a módy.

Zbieranie odevov, ktoré začalo sústreďovať už v 19. storočí, malo za cieľ dokumentovať nie vývoj módy, ale najmä vývoj textílií. Móda bola dlho podceňovanou oblasťou záujmu kurátorov múzeí a historikov. Skutočný zlom nastal až v šesťdesiatych rokoch 20. storočia. V súčasnosti sú všetky veľké múzeá, ktoré sa profilujú na módu a odev, veľkoryso predstavované, modernizované, podporované v preventívnej ochrane a reštaurovaní. Treba dodať, že textílie patria k najkrehkejšim múzejným materiálom. Ich ochrana a uskladnenie si vyžadujú oproti iným materiálom špecifickejšie podmienky. Manipulácia s nimi je náročná na čas, najmä z hľadiska konsolidácie ich fyzického stavu, ale i z dôvodu zabezpečenia podmienok na ich vystavovanie.

FRANCÚZSKO

Musée de la mode et du costume alebo **Musée de la Mode de la Ville de Paris** so sídlom na 10 avenue Pierre 1er de Serbie v 16. parížskom obvode, v paláci Galliera, je jedným z najbohatších múzeí na svete špecializovaných na dejiny odievania. Jeho história sa začala v roku 1920, keď Maurice Lelior, prezident a zakladateľ Spoločnosti histórie kostýmu (autor doteraz jediného obsiahleho francúzskeho slovníka dejín kostýmu) daroval Múzeu Carnavalet (Múzeum mesta Paríža) 2 000 zbierkových predmetov. V roku 1954, keď bola verejnosti predstavená výstava kostýmov z 18. storočia, sa predstavitelia mesta Paríž rozhodli založiť múzeum špecializované na dejiny odevu, Musée du Costume de la Ville de Paris, avšak stále na pôde Múzea Carnavalet. V roku 1977 mesto presťahovalo múzeum do paláca Galliera. V súčasnosti múzeum spravuje viac ako 100 000 kusov



VÝSTAVA COMMES DES GARÇONS – WHITE DRAMA, KOLEKCIA PRÊT-À-PORTER 2012. MUSÉE DE LA MODE DE LA VILLE DE PARIS V DOCKS-CITÉ DE LA MODE ET DU DESIGN. FOTO: ARCHÍV AUTORKA.

zbierkových predmetov, ktoré dokladajú vývoj odievania a módy vo Francúzsku od 18. storočia po súčasnosť. Donátori z radov francúzskej šľachty a buržoázie, ale aj *haute couture* i a známe módné domy veľkoryso obohacovali a naďalej rozširujú múzejný fond.

Kolekcia je rozčlenená na odevy 18., 19. a 20. storočia. Cennými artefaktmi z 18. storočia sú napríklad typy rokokových šiat „robe à la française“, pánske reprezentatívne komplety l'habit z tridsiatych – štyridsiatych rokov 18. storočia, korzet Márie Antoinetty a z 19. storočia odevy cisároviene Jozefíny a Márie-Luisy. Veľkolepý štýl v odievaní predstavujú odevy vyhotovené v známych módných domoch 19. storočia, ako Doucet, Félix, Pingat, Worth atď. Zastúpené sú odevy z kolekcií všetkých známych návrhárov 20. storočia, ktorí vytvorili svoje značky haute couture alebo prêt-à-porter, ako aj odevy tvárnikov, ktorí navrhovali textil a odev (napr. maliarka Sonia Delaunay, maliar, scénograf, kostýmový návrhár Mariano Fortuny). Súčasťou fondu sú nielen vrcholné diela odevnej tvorby, ale aj konfekčné odevy. Odevy 20. storočia sú všetky identifikovateľné vďaka etiketám. V roku 1987 vzniklo oddelenie „Création contemporaine“ (súčasnej tvorby), ktoré programovo vytvára fond odevov popredných tvorcov od šesťdesiatych rokov 20. storočia do súčasnosti. Popri odevoch sústreďuje aj doplnkové materiály, ako videá z prehliadok a výstav, módné kresby, fotografie z kolekcií a podobne. Ďalšími samostatnými oddeleniami sú: Oddelenie pánov, Oddelenie spodnej bielizne, Oddelenie doplnkov, Oddelenie čipiek a Oddelenie bábik. Najpočetnejšia je zbierka doplnkov, ktorá obsahuje okolo 40 000 kusov predmetov (5 000 klobúkov, 5 000 topánok, 2 500 vejárov, 600 palíc a slnečníkov, 500 kabeliek atď.).

Samostatné Oddelenie grafík a fotografií, vytvorené v roku 1984, zahŕňa dvojrozmerné dokumenty, ako fotografie couturiérov, kresby návrhov, módné

grafické listy, módné reklamy, reklamy firiem, dossiers de presse z módných prehliadok systematicky zhromažďované podľa maison de couture od roku 1985 atď. Návštevník múzea môže okrem výstav navštíviť aj centrum dokumentácie a knižnicu, ktoré sú neoceniteľnou službou pre odbornú verejnosť. V rámci zbierky je samostatným celkom fond Henryho Clarkea, amerického fotografa, ktorý pracoval pre módné časopisy ako Harper's Bazaar, Fémina, L'Album Du Figaro a vytváral portréty mnohých slávnych osobností.

Múzeum rešpektuje krehkosť textilného materiálu, preto v múzeu nie je stála expozícia. V priemere trikrát do roka múzeum predstaví novú výstavu. Dramaturgia prináša nielen historické, ale aj aktuálne témy, prípadne môžeme vidieť výstavy založené na konfrontácii historických foriem odevu so súčasnou tvorbou alebo s tvorbou návrhárov. Z dejín módy boli na pôde paláca Galliera realizované napríklad výstavy *Costumes à la cour de Vienne, 1815 – 1918; Japonisme et mode; Europe 1910 – 1939: quand l'art habillait le vêtement; De la Mode et des jardins au Musée Galliera; Cachemires parisiens, 1810 – 1880, à l'école de l'Asie; Souvenirs moscovites, 1860 – 1930; Sous l'Empire des crinolines, 1852 – 1870; Les années folles (1919 – 1929); Marlene Dietrich, création d'un mythe; Henry Clarke, photographe de mode*. Súčasnej móde boli venované napríklad výstavy *Mutations// Mode, 1960 – 2000; Gallierock par JC de Castelbajac; Modes à suivre*. V súčasnosti je kvôli rekonštrukcii priestorov sídlo múzea pre verejnosť uzavreté, ale do 20. januára sa prezentuje svojimi zbierkami na výstave *Móda a impresionizmus*, ktorú možno navštíviť v parížskom Musée d'Orsay. V poslednom čase prebehli výstavy „Cristóbal Balenciaga, collectionneur de modes“, ktorá priblížila tvorcu v kontexte jeho zberateľskej vášne. Menšou výstavou bola „Comme des Garçons, White Drama“, predstavujúca poslednú

prehliadku módného domu „Comme des Garçons“. Prezentovaná je ako inštalácia súčasného umenia formou statických objektov.

Okrem Musée de la Mode de la Ville de Paris sa nachádza v Paríži rovnako zaujímavé a rešpektované špecializované múzeum – **Musée de la Mode et du Textil**. Sídlo múzea sa nachádza v jednom krídle paláca Louvre, v pavilóne Marsan a je súčasťou Musée des Arts Décoratifs. Aj toto parížske múzeum ponúka výstavy cyklicky, bez stálej expozície. V roku 1948 vznikla Union Française des Arts du Costume (UFAC) vytvorená významným historikom odevu Françoisom Boucherom (jeho kniha *Dejiny kostýmu od starých čias po súčasnosť* je základnou učebnicou tohto odboru a dočkala sa viacerých reedícií v mnohých jazykoch), ktorý sa zasadzoval za vznik samostatného múzea odevu a textilu. Reálne múzeum so sídlom v Louvri vzniklo až v roku 1986. Dovtedy zbierala artefakty tohto druhu UFAc.

V súčasnosti vlastní okolo 86 000 predmetov, ktoré dokumentujú dejiny odevného a textilného umenia v Európe od 14. storočia do súčasnosti. Výstavná politika múzea je založená na sprístupňovaní starých aj nových artefaktov. Prezentované boli napríklad výstavy, ktoré komplexne rekapitulovali význam jednotlivých couturierov: *Hussein Chalayan, récits de mode; Madeleine Vionnet, puriste de la mode Sonia Rykiel- Exhibition; Louis Vuitton – Marc Jacobs*. Návštevníkom boli ponúknuté aj výstavy založené na porovnávanom pohľade dejín a súčasnosti: *L'Homme paré; Garde-robres; Touches d'exotisme, XVIe – XXe siècles*. Múzeum taktiež prináša výstavy orientované na dejiny textilného umenia a textilnej výroby: *Jouer la lumière* (výstava o textíliách v móde). Najbližšia výstava *Fashioning fashion : deux siècles de mode européenne, 1700 – 1915* potrvá od 13. decembra 2012 do 14. apríla 2013.

Rovnako ako v Múzeu módy mesta Paríža, aj v tomto múzeu sa nachádza dokumentačné a výskumné centrum, kde možno študovať jeho bohaté zdroje. Múzeum usporadúva každoročne medzinárodné konferencie, kolokviá a študijné dni na rôzne témy, napr. *Reštaurovanie a konzervovanie haute couture: príklad Madeleine Vionnet; Hračky v múzeu. Konzervovanie, reštaurovanie a vystavovanie kolekcie*. V parteri múzea sa nachádza predajňa, kde je možné zakúpiť odbornú literatúru k rôznym druhom umeleckého remesla a diela súčasných dizajnérov.

V Paríži sa nachádzajú aj iné múzeá, ktoré vlastnia a vystavujú odevy: **Musée Cluny – Musée national du Moyen Age, Musée du Louvre** (napr. bohatá zbierka koptských odevov), **Musée de l'Homme** (zbierky odevov a textílií tradičných národov sveta), **Musée Guimet** (odev a textil ázijských národov), **Musée national des Arts d'Afrique et d'Océanie**.

VEĽKÁ BRITÁNIA

Ďalším špecializovaným múzeom, ktorého výstavy a edičná činnosť presahujú hranice krajiny, je **Victoria and Albert Museum** v Londýne – britské národné múzeum umeleckého remesla a úžitkového umenia. Vzniklo v roku 1852, rok po svetovej výstave v Londýne. Zisky zo svetovej výstavy boli použité na založenie Museum of Manufactures (čo bol prvý názov múzea). V roku 1857 bolo múzeum premenované na South Kensington Museum a presťahované na dnešné miesto, avšak súčasná budova pochádza z roku 1899, vtedy jej základný kameň položila kráľovná Viktória a celá inštitúcia dostala názov, ktorý má do súčasnosti. Budovanie textilnej zbierky patrilo od začiatku múzea k prioritám, dokonca jej časť pochádza ešte z roku 1842. Celé 19. storočie mali v akvizíciách prioritu predmety starších období, ale aj tu boli odevy nadobúdané najmä ako textilné artefakty, nie ako doklady vývoja módy. Móda nebola predmetom sústredenejšieho záujmu, až od roku 1957 existoval samostatný kurátor na históriu módy. Od šesťdesiatych rokov sa v múzeu systematicky buduje kolekcia módy 20. storočia a v sedemdesiatych rokoch sa začalo s akvizíciami súčasnej odevnej produkcie.

Zbierka textilu a odevu obsahuje 53 000 kusov, z toho približne 38 000 kusov tvorí textil a zvyšných 15 000 kusov odev. Textilná zbierka je unikátna tým, že zahŕňa obdobie od 5. storočia pred Kristom (fragmenty gréckych výšiviek), ale jej ťažisko je v období od 3. storočia nášho letopočtu až po súčasnosť. V zbierke sa nachádzajú aj cenné kolekcie britských výrobcov textilu.

Odevná zbierka dokumentuje európsky odev, najmä britský a francúzsky a z novších akvizícií aj americkú a japonskú módu. Zahŕňa časové obdobie od roku 1600 do súčasnosti.

Momentálne sú časti stálej expozície venované textilu a odevu uzavreté (od februára 2011 do októbra 2013). Dôvodom je dobudovanie nových priestorov slúžiacich na prezentáciu zbierok a aj na múzejné zázemie. Založené je Clothworker's Centre for Textiles and Fashion Study and Conservation so sídlom v Blythe House in Kensington Olympia, ktoré vzniká za výraznej pomoci nadácie Clothworker. Múzeum tak získa nové prezentačné priestory, nové depozitáre a konzervátorsko-reštaurátorské ateliéry. Súčasťou nového sídla bude aj verejné študijné centrum a seminárna miestnosť. Základnou ambíciou týchto veľkolepých zmien je lepšie sprístupňovanie fondov, vzdelávanie širokej verejnosti a inšpirovanie dizajnérov. Návštevníci múzea majú k dispozícii okrem špecializovaných výstav aj stálu expozíciu, v rámci výstavných priestorov, dokumentárne filmy k dejinám rôznych techník výroby, múzeum vyvíja mimoriadne bohatú edičnú činnosť. Aj virtuálni návštevníci majú nadštandardné študijné možnosti.

V čase prípravy nových priestorov pre oddelenie textilu a odevu Victoria and Albert Museum naďalej ponúka dočasné výstavy. Výstavný plán vzhľadom na rôznorodosť zbierok prináša výstavy zamerané na dejiny odevu a textilu (*Style and Splendour*), ale približuje aj tvorbu couturierov alebo prináša najnovšie trendy mladých tvorcov (*Britain Creates 2012: Fashion + Art Collision, Radical Fashion*). Prezентuje aj exotické odevné štýly (*Fashioning Kimono*). Múzeum prináša výstavy aj z iných múzeí a ako jedno z mála múzeí odevu exportuje svoje výstavy aj za hranice Británie.

Odbornej verejnosti a študentom ponúka Victoria and Albert Museum bohatú knižnicu. Tiež ponúka prostredníctvom internetu svoj TV kanál, kde je možné zhladnúť spoty z inštalovania a vernisáží výstav, záznamy z módnych prehliadok, krátke dokumentárne filmy o reštaurovaní jednotlivých predmetov atď. Cez internet je prístupný aj magazín, ktorý múzeum pravidelne vydáva a umožňuje tak virtuálnou formou sledovať aktuálne dianie v múzeu. Vo využívaní moderných komunikačných prostriedkov môže byť Victoria and Albert Museum príkladom aj pre spomínané francúzske a iné európske múzeá. Aktuálna výstava odevu *Ballgowns: british glamour since 1950* je sprístupnená do januára 2013.

Ďalším špecializovaným londýnskym múzeom je **Fashion and Textile Museum**, založené známou britskou návrhárkou Zandrou Rhodesovou. Sústreďuje sa na zbieranie a prezentovanie módy, textilu a šperkov od roku 1947 po súčasnosť. Múzeum sídli v módnej londýnskej štvrti na 83 Bermondsey Street, v modernej budove mexického architekta Ricarda Legorreta. Tri až štyri výstavy do roka prinášajú záujemcom rôznorodé témy najmä z britského prostredia: *Horrockses Fashions: Off the Peg Style in the 40s and 50s*; *Tommy Nutter: Rebel on the Row*; *Designing Women: Post-War British Textiles*. V súčasnosti prebieha výstava **POP! DESIGN • CULTURE • FASHION** a po nej nasleduje *Hartnell to Amies: Couture By Royal Appointment* (od 16. novembra 2012 – do 23. februára 2013).

Aj toto múzeum podľa najnovších trendov aktívne a kreatívne pristupuje ku komunikácii s verejnosťou prostredníctvom internetu (možnosť virtuálnej prehliadky múzea, krátke videá na rôzne témy). Vydáva publikácie nielen k výstavám a intenzívne spolupracuje so školami. Ponúka lektorované prehliadky, prednášky, ale aj kurzy pre deti a dospelých.

V Londýne sa nachádzajú ešte dve významné inštitúcie, ktoré svojimi zbierkami oslovujú najmä záujemcov o staršie historické obdobia v odievaní: **Museum of London** (ktoré vydáva aj knihy k dejinám odevu) a **British Museum**. Dvorské toalety britskej kráľovskej rodiny možno vidieť v Kensingtonskom paláci.

Vo Francúzsku aj v Británii sa nachádzajú menšie múzeá, ktoré sa tiež špecializujú na dejiny módy (Mar-

seille, Calais, Manchester, Bath a iné). Vo Francúzsku sa nachádzajú aj múzeá zamerané výlučne na dejiny textilu a textilnej výroby (napr. Lyon, Mulhouse, Paríž, Caudry, Jouy-en-Josas), ale aj múzeum klobúkov v Chazelles-sur-Lyon, múzeum topánok v Romans-sur-Isère, alebo múzeum vejárov v Paríži.

BELGICKO

Za významné múzeum je považované aj **Musée de la Mode et du Dentelle (múzeum módy a čipky)** v Bruseli, so sídlom na Rue de la Violette, 12. Aktuálne (od 30. marca do 31. decembra 2012) v ňom prebieha výstava *Paniers, baleines et jabots. La mode au 18e siècle*. Toto múzeum bolo založené v roku 1977 a spravuje zaujímavú zbierku odevov a módnych doplnkov od 18. storočia po súčasnosť, ako aj cennú zbierku čipiek. V roku 2004 rozšírilo svoj záujem aj o súčasný vývoj v móde a textile, čo dosvedčujú nielen akvizície mladších období, ale aj výstavná dramaturgia, ktorá prináša už aj aktuálne témy.

ŠPANIELSKO

Múzeum orientované na dejiny módy a textilu sa nachádza aj v Španielsku, je ním **Museu Textil i d'Indumentaria v Barcelone (Múzeum textilu a odevu)**. Múzeum je súčasťou Disseny HUB (DHUB) Barcelona, ktoré zoskupuje viaceré múzeá úžitkového umenia. Sídlo múzea sa nachádza od roku 2008 v paláci Palau de Pedralbes, dovtedy bolo možné stálu expozíciu vidieť v stredovekom paláci v známej barcelonskej historickej štvrti Bari Gotic. Počiatky tohto múzea spadajú do roku 1883, keď radnica získala zaujímavú zbierku textílií a oblečenia a rozdelila ju do troch múzeí. V roku 1961 vzniklo samostatné múzeum textilu, ale odevy a textílie naďalej zbierali aj iné barcelonské múzeá. V roku 1982 boli sústredené do Múzea textilu a odevu. Múzeum vlastní odevy zo 16. storočia – ide o unikátne artefakty španielskej renesančnej módy – zbierka dokladá vývoj odevu v Španielsku až do súčasnosti. Medzi vzácne časti zbierky patria stredoveké textílie koptskej, španielskej a maurskej produkcie a textílie renesančného štýlu. V roku 1993 múzeum otvorilo stálu expozíciu vývoja módnych siluet v Španielsku od renesancie až po španielskych návrhárov 20. storočia. Aktuálne v tomto múzeu možno vidieť výstavu *The Dressed Body*.

Mladé múzeum kostýmu sa nachádza aj v Madride. **Museo del Traje** bolo založené v roku 2004. Jeho zbierky sa špecializujú na dejiny odevu, jeho doplnkov, na súčasný odev, ale aj na etnografické odevy.

TALIANSKO

Ďalším povšimnutiahodným múzeom zameraným na prezentáciu módy je **Galleria del costume**, nachádzajúca sa v priestoroch **Palazzo Pitti vo Florencii**. Galéria kostýmu sa sústreďuje na dejiny módy od 16. storočia po súčasnosť a je jediná svojho druhu v Taliansku. Svoje zbierkové predmety ponúka v cyklických dlhodobých výstavách a zároveň prináša aktuálnejšie témy prostredníctvom krátkodobých výstav.

RAKÚSKO

Najbližšiu bohatú zbierku odevov a jeho doplnkov pre nás predstavuje **Modesammlung des Wien Museums**, ktoré spadá pod Múzeum mesta Viedeň a možno ho navštíviť v priestoroch na Karlsplatz 8. Naposledy ponúklo výstavu *Mehr als Mode – die Sammlung Katarina Noever*. Módne výstavy sa prezentujú tiež v ďalších priestoroch múzea: v Hermesvilla v Lainzer Tiergarten.

NEMECKO

Modemuseum in Schloss Ludwigsburg patrí pod Landesmuseum Württemberg v Stuttgarte. Od roku 2004 je v zámku Ludwigsburg sprístupnená zbierka módy ako súčasť expozície baroka. Na ploche okolo 850 m² je prezentovaná európska móda, ktorá pozostáva z viac ako 600 exponátov z obdobia 1750 – 1970. Odevy predstavujú éru francúzskeho dvora v období absolutizmu, cez meštiansku módu 19. storočia až po modernu a staršiu, ale aj mladšiu tvorbu haute couture. Chronologický prehľad ponúka výstava cez kategórie dámskej, pánskej a detskej módy.

ZÁVER

Z hľadiska záujmu o dejiny odevu a módnych doplnkov sú v Európe dôležité aj iné múzeá, ktoré však majú iba špecializované oddelenia zbierok odevu, textilu a doplnkov. Takýmito múzeami sú vo Viedni **Museum für angewandte Kunst (MAK)**, v Poľsku **Muzeum Narodowe** vo Varšave a v Krakove, v Budapešti **Magyar Nemzeti Múzeum** a **Iparművészeti Múzeum** (múzeum úžitkového umenia), v Prahe **Umeleckopriemyselné múzeum**. Petrohradská **Ermitáž** je známa veľkolepou kolekciou dvorských odevov ruskej šľachty, ktorá bola skonfiškovaná v roku 1918 rodinám z radov vysokej aristokracie. V Ermitáži sa nachádza aj ďalšia unikátna zbierka – zbierka pánskych dvorských odevov z prvej tretiny 18. storočia. Tvorí ju 300 kusov a pripisuje sa Petrovi I. Ojedinelé je aj súbor vojenských odevov, dôstojníckych a generálskych uniforiem od 18. storočia do začiatku 20. storočia. Početne zastúpený je aj odev meštiansky, kupecký a odev pochádzajúci zo starších ruských období (z obdobia pred vládou Petra Veľkého). Mladšie akvizície sa sústreďovali aj na odev prvej polovice 20. storočia z produkcie zvučných parížskych a moskovských módnych domov.

Z odborného hľadiska sú podnetné všetky európske umelecko-priemyselné, historické alebo archeologické múzeá, či už celonárodného alebo regionálneho charakteru, ktoré zbierajú aj odevy a módne doplnky, prípadne iné artefakty dokumentujúce odievanie. V rámci Slovenska vlastní najväčšiu zbierku dobových odevov Historické múzeum SNM, Mestské múzeum v Bratislave a Východoslovenské múzeum v Košiciach. Nezanedbateľné artefakty dôležité pre výskum odievania a módy na Slovensku sa nachádzajú aj v regionálnych múzeách. Historické múzeum SNM ako jediné zamestnáva samostatného kustóda a kurátora pre odevnú a textilnú zbierku, okrem toho aj špecializovaných reštaurátorov na textílie.

ZÁBER NA INŠTALÁCIU
VÝSTAVY CRISTÓBAL
BALENCIAGA, ZBERATEĽ
MÓDY, MUSÉE DE LA
MODE DE LA VILLE DE
PARIS V DOCKS-CITÉ DE
LA MODE ET DU DESIGN.
FOTO: ARCHÍV AUTORKA.



EKO-textil

Uvažovanie nad aktuálnymi tendenciami v textile vás po futuristickom opojení nad novými technológiami skôr či neskôr privedie k témam ako eko-móda, alebo bio-textil. V oblasti poľnohospodárstva je prívlastok bio návratom k prírodným zdrojom a procesom, rovnako i v oblasti textilu a módy nie je tento pojem neznámy. Pojem eko by sme mohli chápať v širšom význame, ekologické tendencie vstupujú nielen do výrobných postupov, dotýkajú sa tiež pojmov ako recyklácia, stratégia trvalo udržateľného rozvoja, podpora lokálnej produkcie, *fair trade* – práca, ktorá garantuje férové pracovné podmienky atď.

Od deväťdesiatych rokov sa pod tlakom klimatických zmien prejavuje snaha o zmenu priemyselných výrobných procesov. Móda a etika sa pod spoločenským tlakom dostávajú čoraz viac do centra záujmu dizajnérov, dizajnérov i firiem. Katharine Hamnett je považovaná za prvú „zelenú kráľovnú“ odvtedy, čo v roku 1985 navrhla kolekciu Think Global pozostávajúcu z rôznych tričiek, ktorých súčasťou boli texty CHOOSE LIFE, WORLDWIDE NUCLEAR BAN NOW, PRESERVE THE RAINFORESTS, SAVE THE WORLD, EDUCATION NOT MISSILES. Začiatkom deväťdesiatych rokov sa začala zaoberať problémami pestovania bavlny za pomoci pesticídov. V roku 1991 vznikla jej kolekcia na jar / leto nazývaná Green Cotton by the Year 2000, reflektujúca nový environmentálny program ekologicky pestovanej bavlny. V roku 2003 sa Hamnett zúčastnila konferencie v africkom Mali, ktorá upozorňovala na kritickú situáciu tamajších poľnohospodárov. Tu sa stretla s farmármi a vládnymi úradníkmi. Následne sa vďaka nej nielen vo Veľkej Británii, ale aj po celom svete objavili fotografie a články o dôsledkoch intervencií západnej ekonomiky na pestovanie bavlny na africkom kontinente. Šokovaná tým, čo videla v Afrike sa rozhodla, že musí zvýšiť dopyt po bio-bavlně, a tým pomôcť miestnym poľnohospodárom. Zintenzívnila svoje kampane na podporu etickej a ekologickej výroby, pozornosť zameriavala tiež na informácie pre spotrebiteľov o danej problematike. V roku 2005 v manufaktúrach na organickú bavlnu nechala vyrobiť tričká s nápisom ORGANIC COTTON CAN MAKE POVERTY HISTORY FOR 1 000 000 FARMERS. V roku 2006 podpísala kontrakt so spoločnosťou TESCO na produkciu kolekcie pánskych, dámskych a detských odevov z organickej bavlny.

Textilný priemysel patrí vo všeobecnosti medzi odvetvia mimoriadne zaťažujúce životné prostredie. Pesticídy pri pestovaní bavlny, katastrofálne podmienky pri textilnej výrobe v krajinách tretieho sveta, nízka mzda, detská práca... Jednou vecou je výsledný produkt, ktorý

zodpovedá ekologickým kritériám, druhou aj samotný proces výroby. Počas priemyselného procesu sa využíva veľké množstvo chemikálií a farbív. Tieto látky majú nebezpečné vlastnosti: sú nielen toxické, karcinogénne alebo mutagénne, ale kvôli svojej rezistencii a schopnosti bioakumulácie v prírode pretrvávajú dlhé desaťročia a hromadia sa v potravinovom reťazci. Mnohé farbivá odevov vyvolávajú u užívateľov alergické reakcie a dokonca sa podieľajú aj na závažných ochoreniach. V odevoch sa nachádzajú napr. formaldehyd (ktorý fixuje farbu), insekticídy (na ničenie hmyzu), prostriedky ochraňujúce materiál pred rýchlym vznietením a pod. Chemikálie je možné z odevu odstrániť až po mnohých praniach, niektoré substancie sú však v odevě dlhodobo prítomné a môžu spôsobovať zdravotné problémy. Životné prostredie negatívne zasahuje predovšetkým rozsiahly čínsky textilný priemysel. Organizácia Greenpeace sa v posledných rokoch intenzívne zaoberá vzťahom medzi nebezpečnými chemikáliami v rietskach a textilnou priemyselnou výrobou. Vedie kampane proti znečisteniu riek toxickými chemikáliami, ktoré preukázateľne produkujú v Číne koncentrované výrobné továrne značiek ako Nike, Adidas, H&M, Puma a i. Ako pozitívny výsledok kampaní je možné uviesť, že práve tieto štyri značky sa zaviazali k spolupráci a odstráneniu nebezpečných chemických látok zo všetkých svojich dodávateľských reťazcov do roku 2020.

Označenie ekologickej produkcie v rámci krajín EÚ však nemá pevne stanovené kritériá, právne ošetrené sú len pojmy ako *kontrolované ekologicke poľnohospodárstvo*. Neexistuje zatiaľ žiadna jednotná certifikácia ekologického textilu, každá značka, ktorá je certifikáciou kvality, má rozdielne kritériá. Niektoré uprednostňujú zdravotné hľadisko, iné sociálne aspekty či eliminovanie záťaže na životné prostredie. Zdravotné kritérium zohľadňuje výsledný produkt a jeho vplyv na užívateľov, pri výrobe sú predovšetkým vylúčené niektoré chemické farbivá. Aspekt ochrany životného prostredia kladie dôraz na celkový proces výroby: od pestovania surovín cez výrobu vlákna až po tkaninu a výsledný produkt. S tým súvisí i zákaz používania pesticídov a čistenie odpadových vôd. Dôležitým sociálnym kritériom, ak hovoríme o robotníkoch na bavlnárskych plantážach, ale i v ďalších procesoch výroby, je vylúčenie detskej pracovnej sily a právne stanovená výška minimálnej mzdy.

V roku 1989 bola založená *International Association of Natural Textile Industry*, jej najdôležitejšou úlo-

hou bolo zaručovať kvalitu pre sériu produktov z prírodných textílií. Od roku 2000 vydávajú označenie kvality „NATURTEXTIL“, o rok neskôr začali vydávať i označenie garantujúce kvalitu kože a procesov jej výroby značkou „NATURLEDER“, hoci prvé produkty s týmto označením prišli na trh až o niekoľko rokov neskôr. Od roku 2002 je asociácia zakladajúcim členom a koordinátorom *International Working Group on Global Organic Textile Standard (IWG)* a dosiahla čiastočné zjednotenie štandardov pre výrobu textílií šetrných k životnému prostrediu. Pod IWG patria tiež organizácie ako *Soil Association* (Veľká Británia), *Organic Trade Association (USA)*, *Japan Organic Cotton Association* (Japonsko). *Global Organic Textile Standard (GOTS)* by mali konečne zaistiť celosvetovo konzistentnú a transparentnú ochranu spotrebiteľov a obmedzenie prekážok medzinárodného obchodu pre tento segment textilného priemyslu. Na trhu sú stále častejšie vidieť certifikáty odkazujúce na kvalitu produktov. Jedným z najrozšírenejších je tzv. *Öko-tex 100*. Je zameraný na testovanie emisií výrobkov vo všetkých fázach spracovania s cieľom znížiť zdravotné riziká. Značka *Öko-Tex* môže byť udelená na žiadosť rôznych textilných výrobcov – tkáčov, pletiarov i výrobcov priadze. Na jeho získanie existujú rôzne limitné hodnoty, napríklad zákaz azofarbív alebo farbív spôsobujúcich alergiu, limity pre formaldehyd, ťažké kovy a pesticídy. Ekologické a sociálne kritériá tu však nezohrávajú žiadnu rolu. Certifikovaných značiek kvality, ktoré sledujú rôzne kritériá, je na trhu viac. Podmienky upevňujúce sociálne postavenie farmárov a ochranu životného prostredia zastrešuje napr. značka *Lamu Lamu*. Značka *Green Cotton Organic* potvrdzuje dodržiavanie ekologických pravidiel od pestovania bavlny až po produkciu výsledného tovaru, ďalšou značkou so špecifickými meradlami ochrany výrobcov i spotrebiteľov je napríklad *Ecoproof*.

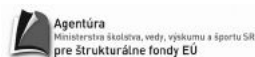
Od deväťdesiatych rokov sa móda a textilný priemysel stále intenzívnejšie zaoberajú témou *fair trade*. V roku 1998 založila spoločnosť *Fair Labor Association* kódex textilných podnikateľov. Viedlo to k zásadnému obratu vo vykorisťovaní pracovných síl. Média kritizovali značky ako Nike, Sean John a ďalšie za ich zverejnené previnenia, ktoré potvrdili vykorisťovanie zamestnancov v rozvojových krajinách. Mnohé prevádzky boli uzavreté. Značka *FAIRTRADE*, udeľovaná najmä producentom bavlny, garantuje sociálny štandard a férové ceny. V tomto prípade však *FAIRTRADE* výrobky nie sú automaticky aj biologicky produkované, na trhu sú dostupné bio a zároveň *FAIRTRADE* textílie. Produkty s touto značkou zabezpečujú plateným pracovníkom na plantážach pracovné podmienky, ktoré im dodávajú dôveru v budúcnosť. Platí tu samozrejme zákaz detskej práce a posilnenie bezpečnosti zamestnancov. *Clean Clothes Campaign*

(CCC) je aliancia, ktorá sídli v 15 európskych krajinách, venuje sa zlepšovaniu pracovných podmienok a podpore pracovníkov v odevnom priemysle. Od roku 1989 zabezpečuje dodržiavanie základných práv pre pracujúcich v tomto sektore. Vzdeláva a mobilizuje spotrebiteľa, bojuje za právo na lepšie pracovné podmienky. Medzi členov patria odbory a mimovládne organizácie, ktoré pokrývajú široké spektrum pohľadov a záujmov, ako sú práva žien, obhajoba spotrebiteľov a kampane na znižovanie chudoby.

Jednou z dôležitých tém, ktorá sa taktiež úzko dotýka ekológie, je recyklácia. Retro oblečenie z bazárov dostalo šik názov *vintage*. Nárast butikov ponúkajúcich *vintage*-módu je zrejmy, dopyt po týchto odevoch dokonca stále rastie. Znovuvyužitie starého šatstva znižuje odpad a z hospodárskeho hľadiska nie je vôbec zanedbateľné. V rokoch 2006 – 2008 sa v rámci programu EÚ Leonardo da Vinci rozbehol projekt partnerstva siedmich európskych krajín na podporu trhu so second-handovými odevmi. Tento obchodný sektor bol témou odborných seminárov a výskumných štúdií so zámerom rozbehnúť podnikanie a cezhraničnú spoluprácu, zabezpečujúci profesionalizáciu a jednotné štandardy kvality.

Rovnako významným fenoménom sa však recyklácia stáva v prípade postupu „zo starého nové“, čo sa stalo výzvou pre mnohých dizajnérov, dizajnérky či značky. Londýnska firma *Worn Again*, ale napríklad i Nike, pustili na trh tenisky z recyklovaných materiálov. Jednou z osobností módnjej branže, ktorá sa aktívne presadzuje za zodpovedný prístup k prírodným zdrojom je i Vivienne Westwood. Úplne v protiklade k rýchlo striedajúcim sa módnym trendom kladie dôraz na kvalitu pred kvantitou. Výzvou „urob si sám“ nabáda nositeľov k hľadaniu nových funkcií a foriem starších odevov. Svojimi modelmi upozorňuje na vážne problémy súvisiace s konzumnou spoločnosťou, na ekologických projektoch participuje i priamymi finančnými dotáciami.

Text vznikol ako súčasť štúdie pripravovanej v rámci projektu „Digitalizácia technologických procesov v dizajne“ (ITMS 26240220053), realizovaný VŠVU v Bratislave, ktorý je financovaný nenávratným finančným príspevkom prostredníctvom Operačného programu Výskum a vývoj v prioritnej osi 4 – Podpora výskumu a vývoja v Bratislavskom kraji, opatrenie 4.2 – Prenos poznatkov a technológií získaných výskumom a vývojom do praxe v Bratislavskom kraji.



➤ VYSOKÁ ŠKOLA
VÝTVARNÝCH UMENÍ
➤ UT
➤ ACADEMY OF FINE ARTS
➤ AND DESIGN

Podporujeme výskumné aktivity na Slovensku / Projekt je spolu-financovaný zo zdrojov EÚ.

Stredné odborné školy textilné

Každý mladý človek stojí pred rozhodnutím, akú strednú školu si má vybrať na ďalšie štúdium. Na určitých typoch škôl pritom žiakov ubúda, keďže mnohé špecializácie dnes už nie sú atraktívne. Musia sa zriaďovať nové odbory, ktoré odzrkadľujú dopyt trhu a zároveň zaujmú. Aj pre školy zamerané na textil a odev sa v posledných desaťročiach stratili odberatelia – veľké textilné a odevné firmy.

Stredné umelecké školy si neľahkú situáciu v textilnom priemysle dobre uvedomujú, a preto robia maximum, aby nielen prilákali žiakov základných škôl, ale poskytli im taký obsah a rozsah vedomostí, ktorý im zabezpečí dobré uplatnenie na trhu práce. Snažia sa inovovať obsah a štýl výučby a zabezpečovať kvalitné materiálo-technické vybavenie.

Oslovili sme zástupcov štyroch stredných odborných škôl: Strednej umeleckej školy Ladislava Bielika v Leviciach, Strednej umeleckej školy Trenčín, Školy úžitkového výtvarníctva Ružomberok a Spojenej školy s organizačnou zložkou – Strednú odbornú školu umeleckopriemyselnú v Bratislave. Odpovedali na naše otázky, ktoré ich mali charakterizovať a zároveň prezentovať dosiahnuté úspechy.

V čom sú osobitosti vašej školy, čím sa odlišuje od iných škôl podobného zamerania?

Stredná umelecká škola Ladislava Bielika v Leviciach: Naša škola je v porovnaní s inými umeleckými školami pomerne „mladá“. Máme však v učiteľskom zbore pedagógov – aktívnych umelcov – napr. ilustrátorku detských kníh a výtvarníčku Kláru Šmídovú, grafika Juraja Kovácsa, umeleckého fotografa Gabriela Kosmályho, výtvarníkov Vladimíra Balka, Jána Miškoviča a mladých pedagógov, ktorí sa venujú výtvarnej činnosti, svoje diela vystavujú a zúčastňujú sa súťaží doma i v zahraničí. Skúsenosti zo svojej umeleckej činnosti odovzdávajú študentom, dokážu ich pripraviť z teoretickej aj praktickej stránky na vysokoškolské štúdium, uplatnenie vo svojich profesiách a počas štúdia pripraviť na súťaže, kde obsadzujú popredné miesta.

Stredná umelecká škola Trenčín:

Naša škola vyniká medzi školami podobného zamerania najmä vďaka rýchlemu napredovaniu v hardvérovom a softvérovom vybavení. Máme k dispozícii viac ako 200 počítačov vrátane notebookov, a 45 tabletov. Každoročne tento počítačový park inovujeme. Škola má vybudované profesionálne zvukové štúdio na výučbu zvukovej tvorby. Zároveň rozširujeme softvérové vybavenie o nové grafické programy a licencie.

Škola úžitkového výtvarníctva Ružomberok:

V našej škole sme v študijnom odbore textilné výtvarníctvo v tomto školskom roku opäť otvorili jednu skupinu. Študenti tvoria autorské tkané, pletené a potláčané textilie, z ktorých sa zhotovujú úžitkové predmety (stolové prestierania, obrusy, deky, šatky – potlač, žiaci si navrhli a vyrobili textilie a z nich zhotovili „tulivaky“ a pod.)

Spojená škola s organizačnou zložkou Stredná odborná škola umeleckopriemyselná v Bratislave:

Sme škola zaoberajúca sa výučbou v oblasti umenia, reklamnej tvorby, módy, odievania, stylingu a marketingu. V odbore odevný dizajn chceme naučiť žiakov uvažovať od inšpirácie a navrhnutia odevu, cez technologické a konštrukčné riešenie, až po konečnú realizáciu odevov a divadelných kostýmov. Poskytujeme vzdelanie aj vo dvoch novootvorených moderných odboroch: styling a marketing, ktorý vychová odborníkov v oblasti marketingu, módného dizajnu a reklamy, reklamná tvorba, ktorý vychová odborníkov pre umelecké a reklamné agentúry, pre multimediálne a grafické štúdiá. Snažíme sa prispôbiť dopytu po vzdelaní a tomu neustále podliehajú naše aktivity v oblasti výchovno-vzdelávacieho procesu. Využívame personálne a materiálne kvality školy zaradením voliteľných a nepovinných predmetov, ktoré uspokojia aj záujmy žiakov so zameraním na umenie. V našej škole sú vytvorené všetky podmienky na

úspešnú prípravu žiakov pre ich budúce povolanie a pre štúdium na VŠ: odborné učebne spĺňajú najnáročnejšie kritériá. Všetky sú vybavené internetom, premietacou tabuľou a dataprojektormi, ktoré môžu vyučujúci napojiť na prenosné notebooky, sú zriadené ateliéry videotvorby a fotografie, výtvarných techník, laboratórií materiálov. Okrem toho je v škole aj niekoľko špecializovaných učební s video a DVD technikou, interaktívnou tabuľou a štyri kompletne zariadené učebne výpočtovej techniky, v ktorých sa však realizuje aj výučba akýchkoľvek učebných predmetov prostredníctvom aplikačných programov. Technika však nie je všetko, ide nám najmä o tvorivý prístup, vytvorenie príjemnej atmosféry a individuálny prístup k žiakom.

Do akých aktivít sa zapájate, ktoré považujete za najúspešnejšie?

Stredná umelecká škola Ladislava Bielika v Leviciach: Je to „Škola tvorivého vzdelávania“, projekt spolufinancovaný zo zdrojov EÚ, zameraný na inovácie vo vyučovacom procese. Škola získala materiálne-technické vybavenie, odbornú literatúru, pedagógovia vytvorili učebné texty, ale predovšetkým sme prostredníctvom projektu zapracovali do dokumentácie školy a reálne využívame na vyučovaní inovatívne vyučovacie metódy. Mnohé vyučovacie hodiny sa stali zaujímavejšie a atraktívnejšie pre žiakov i pedagógov.

Škola pravidelne organizuje výstavy v Tekovskom múzeu v Leviciach, v DK Družba v Leviciach a nepravidelne v regionálnych a krajských osvetových strediskách v Nitre, Žiari nad Hronom, v Komárňanskom múzeu, v NC Mlyny Nitra, NC MAX Nitra... Každoročne pripravujeme súťaž pre žiakov základných škôl „Mladý dizajnér“ a prezentačnú akciu pre širokú verejnosť „Umenie do ulíc“.

Žiaci sa zapájajú do rôznych súťaží okresných, krajských, celoštátnych i medzinárodných. Napr. v predchádzajúcich rokoch obsadili 1. miesto v medzinárodnej súťaži Prostějovská zlatá jehla, v minulom školskom roku naša žiačka získala 1. miesto v súťaži Slovenskej pošty na návrh poštovej známky, pričom známka bola vydaná.

Stredná umelecká škola Trenčín:

Naša škola sa zapája do množstva mimoškolských aktivít i súťaží v oblasti fashion dizajnu a scénického a historického kostýmu, módnych prehliadok, interiérového, priemyselného a produktového dizajnu, fotografického dizajnu, grafického dizajnu, súťaží v oblasti videotvorby a animovanej tvorby: Fashion Games Praha, Mladý obal Brno, Módná línia mladých Prešov, AMFO Trenčianskeho kraja, Kruhy na vode,

Ódy módy (módna šou pre verejnosť na Trenčianskom hrade), Zlatý rez (spoločná výstava štyroch umeleckých škôl na Oravskom hrade), Dotyky s ľudovou kultúrou – Hra a hračka (výstava v SNM Martin v kooperácii so ŠÚV Ružomberok), Súhry (každoročná výstava prác učiteľov a žiakov a predstavenie jednotlivých umeleckých študijných odborov, Mestská veža Trenčín). V mnohých domácich i zahraničných súťažiach získavajú študenti popredné umiestnenia a ocenenia. Najvýznamnejším úspechom bolo ocenenie v súťaži o najlepšiu svetovú amatérsku fotografiu vo Vietname študenta 2. ročníka Mateja Melega v kategórii do 18 rokov.

Škola úžitkového výtvarníctva Ružomberok: Žiakov školy vedieme k prezentácii prác formou výstav, súťaží, návrhov a vyhotovení produktov pre škôlky, zariadenia sociálnych služieb, základných škôl – radi tvoria pre konkrétneho „zákazníka“. Zo súťaží, na ktorých sa zúčastňujeme, spomenieme Etudy z dreva, Kruhy na vode, Módná línia mladých (celoslovenská súťaž, Prešov), Jarný salón (súťaž neprofesionálnych výtvarníkov), Fashion Games Praha (niekoľkokrát účasť vo finále), Mladý módný tvorca, REXONA CRYSTAL „Trúfni si na čiernu“ (účasť na finálovom večere). Mali sme najväčší počet postupujúcich prác z prihlásených škôl v súťaži Čas na hru prezentovanej v roku 2011 v Bologni, zúčastňujeme sa na súťaži Magická záhrada v Galérii P. M. Bohúňa v Liptovskom Mikuláši (tvorba svetelných objektov)... V januári 2010 sme nadviazali spoluprácu s mestom Stará Ľubovňa, pre ktoré sme vytvorili kolekciu historických kostýmov určenú pre expozíciu Múzea ľubovnianskeho meštana. Spolupracujeme so ZOO Bojnice na projekte Karpatský chodník (tvorba piktogramov, grafík, návrhov potlače tričiek a textilného pútača). Pravidelne sa zúčastňujeme aj na výstavách. V roku 2012 zorganizovala naša škola výstavu najlepších maturitných prác ŠÚV v Ružomberku, Košiciach a Bratislave, SUŠ v Trenčíne a SOŠ sklárskej v Lednických Rovniach. Výstava na Oravskom hrade trvala od polovice júna do konca augusta. V budúcnosti chceme vybudovať tradíciu týchto výstav a každý rok vystavovať v inom kraji. Počas letnej sezóny prezentujeme historické kostýmy a kostýmy inšpirované históriou, ktoré navrhli a zrealizovali naše žiačky na Oravskom hrade.

Spojená škola s organizačnou zložkou Stredná odborná škola umeleckopriemyselná v Bratislave: Sústreďujeme sa na to, aby sme žiakom poskytli už počas štúdia možnosť zažiť úspech, radosť z výsledkov vlastnej práce, a preto ich vedieme k tomu, aby sa vlastným pričinením podieľali na organizovaní výstav a súťaží. Škola pravidelne viackrát ročne organizuje podujatia pod názvom Premeny v Bratislave a v okolí, čím sa dostáva do povedomia verejnosti. Návštevníci



môžu vidieť zaujímavé kresby, fotografie, odevy nainštalované v priestore, módné doplnky, dizajnérske návrhy... Pravidelne organizujeme v mestských kultúrnych a spoločenských zariadeniach aj verejné módné absolventské prehliadky študentiek štvrtého ročníka odboru odevný dizajn, styling a marketing. Naši žiaci získali ocenenia na rôznych súťažiach, ako napr.: Medzinárodný festival mladých dizajnérov v Poľsku v Sieradzi, Styl Kabo Brno – hlavná cena pre Blaženu Ostrovskú, Andreu Kvasnicovú-Paldanovú, Zlatá Fatima Junior, Mladý módný tvorca, Módna línia mladých v Prešove, Fashion Games Praha, Brilliance Fashion Talent, Svet mojím fotookom, Zelený objektív, Výtvarné spektrum.

Aké úspechy dosahujú vaši absolventi odborov zameraných na odev a textil po ukončení školy?

Stredná umelecká škola Ladislava

Bielika v Leviciach: Absolventi odboru odevný dizajn podľa našich zistení predovšetkým pokračujú v štúdiu na vysokej škole, niektorí sú zamestnaní, venujú sa umeleckej tvorbe, ale sú aj absolventi, ktorí pracujú v úplne inom odbore ako vyštudovali. Za výraznejší úspech považujeme výber nášho absolventa Róberta Vrzalu na Bratislavské módné dni 2012, kde prezentoval svoju módnú kolekciu.

Stredná umelecká škola Trenčín:

Absolventi odboru Odevný dizajn sa prezentujú na verejnosti autorskými módnymi prehliadkami, zúčastňujú sa prestížnych módných súťaží, v ktorých už získali niekoľko významných ocenení, alebo majú vlastné módné štúdiá, či pracujú v módnom šoubiznise, televíznych štúdiách či kostymérskych dielňach. Absolventmi našej školy sú módni návrhári Beata Rajská a Jana Berg pôsobiace v Českej republike, Lukáš Kimlička, Marcel Holubec, Miriam Marcinek Lisová – Marco Mirelli, Monika Laceková – MOLA, Lenka Padyšáková (fashion designer v Londýne), Veronika Kostková, autorka návrhov nových uniforiem pre Železničnú spoločnosť SR, víťazka súťaže Bratislavské módné dni 2012, víťazka súťaže módných dizajnérov Re-Act 2012 v poľskej Lodži,

účastníčka súťaže Prag Fashion Week spolu s Petrou Pršovou, Kristína Křiváková, Petra Poárová, Veronika Lokajčíková, Mária Štraneková – vyučuje na katedre odevného dizajnu na Univerzite Tomáše Bati v Zlíne, Lýdia Poul, Zuzana Bottková, Ina Budovská, Jana Sedláčková Zaujecová, Barbora Buranová – Reebok Designer (predtým Adidas Originals Designer) pôsobí v Barcelone a mnoho ďalších módných dizajnérov, na ktorých je naša škola primerane hrdá.

Škola úžitkového výtvarníctva

Ružomberok: Absolventmi našej školy sú napr. úspešné módné návrhárky Lenka Sršňová, Slávka Vlasová, Miroslava Podmanická, Lenka Rypáková, Lenka Tatárová, Mirka Ferklová a módný návrhár Martin Hrča. Ich úspechy začínali na súťažiach, ako bola kedysi súťaž Mladý módný tvorca v Trenčíne, pokračovali na Brilliance Fashion Talent Bratislava. Všetci sú absolventi VŠVU. (Martin Hrča vyštudoval u nás propagačné výtvarníctvo.) Naše absolventky prijímajú na vysoké školy na katedry odevného dizajnu a scénickej tvorby – VŠVU Bratislava, Univerzita Tomáše Bati Zlín, VŠ Liberec – detašované pracovisko Jihlava.

Spojená škola s organizačnou zložkou

Stredná odborná škola umeleckopriemyselná v Bratislave: Absolventi našej školy študujú na vysokých školách umeleckého zamerania (VŠVU, VŠ Liberec, UMB), zúčastňujú sa prestížnych odevných súťaží nielen doma, ale aj v zahraničí, majú vlastné úspešné módné salóny a štúdiá, venujú sa autorskej tvorbe, kostýmovej tvorbe pre divadlo, obliekajú množstvo celebrit, z mnohých úspešných absolventov spomenieme napr. autorskú tvorbu Jany Gavalcovej, Vlada Morávka, Lucie Štefankovej, Blaženy Ostrovskej, Moniky Vontszemuovej, Andrey Paldanovej, Viktórie Victori, Kataríny Rimarčíkovej a i. Medzi najnovšie úspechy môžeme zaradiť cenu víťazky v internetovom hlasovaní v súťaži Brilliance Fashion Talent pre našu minuloročnú absolventku Kristínu Mišechovú.

Ďakujem za spoluprácu jednotlivým pedagógom a riaditeľom škôl, ktorí ochotne odpovedali na moje otázky. Konkrétne Lívi Jančokovej, riaditeľke Strednej umeleckej školy Ladislava Bielika v Leviciach, Ivanovi Štefkovi, manažérovi pre výtvarno-pedagogickú činnosť na Strednej umeleckej škole Trenčín, Danici Školníkovej, riaditeľke Školy úžitkového výtvarníctva Ružomberok, Zuzane Pozdechovej, učiteľke výtvarných predmetov a Marianne Rybajlákovej, zástupkyňi riaditeľa školy na Spojenej škole Bratislava.



INFOBOX



MICHAELA MAZALANOVÁ VÍTAŽKOU SCHWARZKOPF FASHION TALENT 2012

Téma tohtoročnej súťaže mladých odevných dizajnérov Schwarzkopf Fashion Talent znela Štyri podoby mestských anjelov – Schwarzkopf Looks. O výhru v tejto výrazne medializovanej súťaži po výbere odbornej poroty z takmer sto prihlásených zabojovala finálová desiatka dizajnérov zo Slovenska a Čiech: Andrea Sološová, Bronislava Brůčková, Michaela Mazalanová, Kristína Mišechová, Lucia Cabanová, Lucie Kordačová, Mária Pobočková, Martina Laňková, Monika Přikrylová a Vlasta Žáková.

Absolútnou víťazkou sa s kolekciou Pouličný bojovník stala 28-ročná absolventka VŠVU Michaela Mazalanová, ktorá sa ako jediná prezentovala pánskou módnou kolekciou. Michaela študovala grafiku, nové médiá, maľbu, v rámci stáže sa venovala textilnému dizajnu a titul

magistra získala v odbore intermédiá a multimédiá. Rôznorodosť jej študijných záujmov neuvádzame náhodne, k víťazkinej mimoriadne silnej stránke patrí jej kresbový prejav. Už v roku 2010 sa stala finalistkou súťaže Brilliance Fashion Talent 2010, vypísanej na tému Konštrukcia, rekonštrukcia, dekonštrukcia, zaujala aj na jesenných Bratislavských módných dňoch. Víťazná kolekcia, inšpirovaná „mestskými anjeli“ podľa jej vlastných slov predstavovala „post-apokalyptickú, sci-fi, excentrickú partičku...“ a vznikla kombinovaním prevažne sivých odevov s rôznymi nekonvenčnými doplnkami.

Cenu divákov, Auparku, ako aj hlásujúcich divákov na portáli súťaže, získala za kolekciu zosobňujúcu anjela „Dobrodružného svetobežníka“ Kristína

Mišechová, na portáli www.feminity.sk, zvíťazila Andrea Sološová.

O finalistoch, ako aj o samotnej víťazke rozhodovala odborná porota v zložení: Stanislav Stankoci, Milan Čorba, Katarína Hubová, Milota Havránková, Liběna Rochová, Boris Kudlička a Mária Štranecková.

www.schwarzkopffashiontalent.sk

HĽADANIE STRATENÝCH CIEST

OSOBNÁ DOPRAVA
A TURISTIKA ZA 1. ČSR



VÝSTAVA ZO ZBIEROK PÁNOV
JOZEFA JANIŠA A MAROŠA SCHMIDTA

KURÁTOR VÝSTAVY: MAROŠ SCHMIDT

OTVORENIE VÝSTAVY:
7. 12. 2012, 18:00 VO VIB SATELIT

DOBROVIČOVA 3, BRATISLAVA, VSTUP VOĽNÝ
OTVORENÉ DENNE OKREM PONDELKA OD 13:00 DO 18:00
VÝSTAVA POTRVÁ DO 6. JANUÁRA 2013

ZUZANA ŠIDLÍKOVÁ

TRANSLATION: ĽUBICA KACHNÍČOVÁ

Editorial



A new copy of Designum is in your hands, another one from the series of monothematic issues, this time devoted to clothing and textile design. As I see it from the editor's point of view, preparation of such an issue seems to be a never-ending process. On the one hand, interesting projects and individuals worth addressing keep emerging, on the other hand, it is persistent „chasing“ of authors and designers – texts, pictures, legends, dealing with copyrights and so on. In brief, a magazine is always an attempt to compromise: of concepts of two women editors, of introduced designers, of readership's „demands“, of authors accessibility, of a graphic designer's idea on visual processing of information; and all that under the pressure of a time limit. It has been proven again that the magazine is only as good as we are ourselves, as the willingness to cooperate in its preparation is. In spite of the fact that out of the addressed Slovak clothing designers, who got our offer to present their brand mark in this issue, only a half of them (!) responded even after repeated attempts to reach them, we were lucky, or at least we hope so, to fill this issue with interesting interviews and contemplations over topical questions of the branch.

The first part introduces information concerning education. Women-leaders of three studies at the Department of Textile Creation, Academy of Fine Arts and Design (VŠVU) characterize their pedagogic visions and chances of graduates to get a job. The interview with Anna Bohatová explains textile studies at Josef Vydra School of Applied Graphic Arts in Bratislava. At the end, you can find short information on other clothing and textile high schools in Slovakia.

In following blocs you can read contributions about business in domestic conditions, as well as several stories of Slovak designers, who got interesting working positions abroad. Domestic clothing and textile business is represented by short characteristics of young clothing brands but also of industrial enterprises as e.g. Audov (small plant, which arose from the liquidated Merina), Ozeta Neo, Zekon and Makyta clothing companies, or a younger brand of Justplay. Petra Langerová and Juraj

Straka bring a new look at a designer's work abroad. Some of our students are enjoying an interesting and creative atmosphere of Antwerp.

Dana Lapšanská's contemplation is going to summarize several important phenomena of fashion branch in Slovakia of the last period. Those, who wanted to learn about Slovak Fashion Council activities, will receive the relevant answer from Dana Kleinert. Finally, texts about fashion history are not missing: Men's Fashion and Slovakia; and if you are going to travel, do not miss a detailed outline of the most prominent fashion museums of Europe. The question of ecological strategies of textile industry in the past and present is a topical phenomenon, although there have not been enough theoretical studies devoted to it so far.

What chances are there for clothing and textile design in Slovakia then? Even this issue has only confirmed that the job of *textile* or *clothing designer* does not in any case have a unique character. Designer's tasks are influenced by the type of a company or the production system he is submitted to. Last years' period was favourable more often to the development of smaller brands and independent entrepreneurial visions of clothing design graduates, less favourable however to industries (clothing and mainly textile one). Many companies have been closed down under the pressure of foreign imports. However, I feel enormously happy when finding a Slovak investor, or even a designer team, among those many brands. There has not been any space left for various interesting domestic plants: e.g. sportswear brands of Treksport, NorthFinder, free-time clothing of GATE etc. Hardly anybody knows that Zahoni brand, whose shop you can find in Laurinská Street in Bratislava, is not new here, collections have been designed and even tailored in Nitra. I believe that there is going to be more such surprises, and since business in this branch on our market is not simple at all, this fact might once be appreciated also by a wider public. We are delighted to hear about other achievements: cooperation of Ľubica Humeníková and Lenka Tatárová with Slovenka Company, last-year's project of Boris Hanečka and Makyta, Miroslav Sabo's victory in the category of the best foreign collection in Designblok Prague 2012, new shops of Ozeta, Lenka Sršňová's shows with all her energy and ability to attract a hundred of fashion fans to the event (or they might even be laymen, who just happen to come with their friends...) and many other joys favourable to the branch and mutually (yet unconsciously) improving conditions, „bringing up" the community... of perhaps their own future clients. Majority of new domestic ready-made clothes brands are not introduced as Slovak ones, finally, the orientation mainly towards export should appeal a customer

with no local limits. In general, it is pressure for a low price that is the strongest criterion in ready-made clothes. In case you are buying a tailored item of clothing or an exclusive piece from the designer's collection, you are buying an original, which should be adequately paid for. Even in our country, there is a more frequent concept based on a compromise: small designer for reasonable prices.

Chances of clothing design are wide. Finally, I heard this motto many years ago, during my clothing design studies in Hamburg: „There is no bad design, there only is inability to find your target customer". And I am reminding myself of the idea more and more often, although I am not engaging myself in clothing design today. Creativity itself is not enough, I can see it in students and graduates, talent should be significantly broader in this context. Let us believe in it. Anyway, everyone wishes and has to wear clothes. That is a promising space for creative business. Let us try to shuffle cards, let us select from the quantity of goods and from the number of brands the item we will not stop wearing in the next season, the item, which gives a true picture of our individuality...and which may support production in Slovakia.

After social changes of 1989 Slovak fashion started to change under really favourable conditions. Global fashion boom, flourishing world modelling industry, which immediately after the Revolution Slovak girls entered successfully, emergence of new fashion brand names. Fashion lived its golden age and Slovakia fell prey to this global fashion frenzy.

☰ DANA LAPŠANSKÁ

📷 ZDENKO HANOUT, ARCHIVES OF BRATISLAVA FASHION WEEKEND 2012

Changes at Slovak Fashion Scene

*Marcel
Holubec W.*



ENTREPRENEURIAL EUPHORIA VS TALENT

In this truly favourable atmosphere full of fashionable optimism, immediately after the Revolution, first entrepreneurial attempts with fashion emerged and first private Slovak fashion brand names occurred. They occurred as one of private business possibilities, with the aim to succeed on the modern clothing market, not so much with the ambition to contribute to forming of the Slovak fashion scene. This after-revolution wave of Slovak fashion did not have sufficient designer potential. It was still partially hidden in design workshops of privatized big clothing companies at that time, however, it also melted away during the nineties, in the same way as many of Slovak clothing giants melted away or ceased to exist a little later. They did not manage to re-structuralize production and adjust it to the needs of new fashion reality, and they did not even manage to catch up with the technological development of fashion production. It looked like some of them would manage in the beginning; they were travelling to see world fashion fairs and received orders from renowned world brands, which found qualified Slovak workforce very interesting at that time, but our big clothing companies did not score with their own fashion production. After some time, even cheaper workforce occurred to the east of our border and the end of our giants was approaching. By then, very often nameless fashion designers disappeared from these fashion companies completely, but rapacious and ambitious wide range of „garage“ fashion designers – women – with no talents, skills or experience appeared. Slovak market was hungry for fashion then, our big clothing companies producing restrained clothing classic and foreign companies only surveying their possibilities of how to get to our market, and thus, exactly these amateur designer attempts associated with entrepreneurial ambitions were successful for a very short time, however, concerning the forming of the new Slovak fashion scene, they left an empty room behind. Some of them managed to find their local clientele, but their creative potential as well as their technological background was not sufficient to build up a modern fashion brand name with satisfactory creative potential. Unfortunately, entrepreneurial enthusiasm did not meet true creative potential.

FIRST DESIGNER ATTEMPTS

Beside these often forgotten attempts of so called self-appointed fashion designers – businessmen from different regions of Slovakia, designers who created their smaller authorial collections with apparent creative potential and immense drive also found their space on the Slovak fashion scene. Thus chances to present their own talent abroad were real



for the first time. Lea Fekete and Monika Laceková presented their collections at Igedo Fashion Fair Düsseldorf for the first time, but their attempt to win recognition with Slovak fashion in European context went unnoticed.

In late 90s however, new names were emerging, with their own fashion designer handwriting, but still, it was not such a powerful start to be called a break-through. They still were only too isolated attempts, which suggested that there is a certain creative designer potential. Lujza Flejšar Fafka, Fero Mikloško, Hana Převrátilová, Jana Lieskovská, by means of their authorial fashion creation, built a starting area for others to come in the first decade of the 21st century.

CLOTHING DESIGN STUDY

A breakpoint on the way to new Slovak fashion designer generation certainly is opening of the Clothing Design Study at Academy of Fine Arts and Design in Bratislava. This is the place, where since the second half of the 90s young fashion potential has been accumulating, and it was clear from the very beginning that exactly this generation would be the one to get the chance and might have the power to fill the Slovak fashion scene with real fashion talents. The very first years have filled all people engaged in fashion with optimism and their expectations have been really big. It has been fifteen years since then and ten years since the first graduates have entered Slovak fashion space, and we can say that the ratio of those engaged in fashion creation itself compared to the total number of graduates is relatively high, which is good. Regarding the studies of all artistic specializations, not only clothing design, it has always been taken into account that the bigger part of the graduates do not engage in the creation itself after they start working, nevertheless, they would assert themselves at posts reflecting, pushing forward or managing arts and naturally also fashion design. In any case, the arrival of this very generation at Slovak fashion is really the essential break-through moment, starting with which we can talk about forming of modern Slovak fashion design.

NEW CENTURY AND NEW CONDITIONS

However, the new designer generation did not have such favourable starting conditions as there were in the nineties, when everything around fashion was so very auspicious. The year 2001 and the attack at the World Trade Center in New York paralyzed fashion business and modelling, and fashion only with difficulties got into gear again,

as it was used to at the end of the 20th century. A few years later a hypothecary and financial crisis arrived and it has still been there, so fashion has been trying to find a recipe for the situation since the beginning of the millennium. All first decade of the new century has been focused on searching for new approaches.

„MASSCLUSIVITY“

Strong liberalization fashion wave, which struck the entire world, should have been one of the recipes for the crisis and at the same time it also was the next step or rather the end of democratization process, which is present in the history of fashion throughout the entire half of the 20th century. Suddenly, fashion was everywhere, for everybody and in different price levels. This new situation made even the biggest ones in world fashion to adapt, since they could not inactively watch copies of their models of fashion catwalks being sold for ridiculous prices by others, i.e. big supranational fashion chain stores, within several weeks. Many of the world brands started creating cheaper lines and big names of world fashion – Karl Lagerfeld, Stella Mc Cartney, Donatella Versace, Mathiew Williamson, Alber Elbaz, Nathalie Rykiel and others started their cooperation first with sports brands and later with supranational fashion chain stores, to be able to offer designer items for reasonable prices to well-informed and fashion-eager public.

This exclusivity for masses, „massclusivity“, have become a new phenomenon on the world fashion scene and it has also hit Slovak fashion brands. Big fashion chain stores with cheap designs started to naturalize on our market, shopping malls offered lots of foreign fashion goods, and our companies, which expanded very fast in the nineties, started to be in trouble. They did not manage to keep pace with the big foreign mass brands with advanced marketing and distribution and absolutely could not keep pace with their pricing policy. Many of them did not stand the competition and they were closing their shops, most of all in big shopping malls. This massive onset of supranational fashion brands on our market has partially delayed the arrival of new designer generation to Slovak fashion scene. Fashion editorials in our magazines were introducing only foreign brands – from the cheapest to the most expensive ones – and catwalks could only sporadically see models of Slovak fashion designers.

„DEMI COUTURE“

New “couture” appeared at the world fashion scene. Besides the traditional „haute couture“, which is growing smaller year by year, a half couture, so called demi couture has appeared, consisting of models, which are no more tailored to a concrete

client's needs in fashion houses, on the contrary, they can be seen on hangers in shops, even with price tags, however, with their limited number and exclusiveness – authorial design, costly materials and a certain share of handicraft – they have found their new, more demanding clientele all over the world. Such clientele has also entrenched in our country, and that is why a lot of our new fashion creators have chosen this very way. Their models, introduced at fashion shows, show signs of this half couture, unfortunately, they miss possibilities of direct sale. They could certainly find their place in some shopping spaces, the target group of which would be formed by customers seeking for original design. There have already been some attempts, but they have all fallen flat. The kind of „concept store“ shops, where design meets modern technologies and which gain acceptance abroad, might also find some supporters in Slovakia. It might be one of the ways, how to get Slovak fashion design closer to customers, since for the development of a Slovak fashion brand with authorial design and everything that belongs to it – e.g. production, distribution, network of shops and marketing – there are not the most ideal conditions nowadays. Entrepreneurial enthusiasm of the nineties is not enough and investors do not flock to fashion in Slovakia.

NEW NAMES

In spite of the new crisis reality, the second half of the 21st century's first decade brought new names and at the same time much bigger interest in original Slovak fashion design. The new names are Boris Hanečka, Lukáš Kimlička, Marcel Holubec W., Izabela Komjati, Petra Poórová, Michaela Ľuptáková, Mária Štraneková, Lenka Sršňová – all graduates of the Clothing Design Study at Academy of Fine Arts and Design, Bratislava, who have participated in various competitions. Their models appeared at fashion shows and also at exhibitions, and gradually, our fashion scene started to be filled with true and creative potential. Unfortunately, no investors emerged alongside with this talented generation, who could accumulate Slovak fashion with necessary capital. Some members of this generation have also tried cooperation with Slovak clothing companies and brands, not in a single case it was a longer cooperation, which was a shame for both parties.

FASHION SHOWS

Apart from different competitions, these fashion designers had space for their presentation in particular at fashion shows, which were more a social than a fashionable business, or they were fashion shows limited with clear assignment. All these limitations decrease fashion's strength, and frequently,

they push it more towards entertainment than to presentation of creative work results. It has also been proven by some attempts to arrange regular seasonal fashion presentations (Bratislavské módné dni – Bratislava Fashion Days), which are just a mix of shows with limited number and debatable choice of Slovak fashion designers, foreign guests of a very different level and commercial world brands, presented on the catwalk by various famous faces and showbiz figures. They have no feedback, except from appearances in tabloids, radio and TV shows, where not even the designer's name is heard. This tabloidization is doing the biggest harm to our fashion in last years.

SLOVAK FASHION PHOTOGRAPHY

Definitely the largest positive shift appeared in Slovak fashion photography and in presentation of Slovak fashion in fashion magazines during the second half of the 21st century's first decade. Many of clothing design graduates found work as stylists and editors in fashion magazines, or together with the strong succeeding generation of fashion photographers they formed creative teams and through their performances very significantly affected new fashion atmosphere in Slovakia. After the time, when fashion editorials of our fashion magazines were full of world brands models, which had naturalized in our space, a change has come and we could again see references to our fashion designers in legends under model photographs. This new situation in our fashion magazines is definitely a big promise for the future, since fashion cannot exist and go forward without media presentation. Fashion editorials of such photographers as Jakub Klimó, Braňo Šimončík, Jano Horák or Matúš Tóth, who have also worked for foreign clients and found their place in foreign editions of world fashion magazines, have formed a very necessary, creative and competitive atmosphere for the Slovak fashion scene.

Regarding fashion and fashion photography, it is necessary to say that there are two well-established original fashion magazines in Slovakia - Eva and Emma - and two other periodicals, where fashion has its place – La Femme and Woman, which is really an encouraging message for Slovak fashion, compared to the Czech Republic, with its market twice as large, but with no relevant original Czech fashion magazine. This situation within Slovak media space creates extra conditions for Slovak fashion, and it only depends on creators themselves, how they will use this media space, and also on fashion journalists and publishers, how large is the space

*Michaela
Luptáková*



they will give to original Slovak fashion design. The crisis of recent years made a number of publishing houses buy cheaper fashion editorials from abroad, because production of original ones is much more expensive, however, it would be a big fault to overlook and not make use of this creative fashion potential we have here now.

BRATISLAVA FASHION WEEKEND

A year ago, in September 2011, Fashion Weekend was held in Bratislava for the first time. It was prepared by Czechoslovak Models agency in cooperation with Eurovea shopping mall, and after a long time, it was purely a fashion event in Bratislava. During September Bratislava Fashion Weekend of this year we could watch fashion shows in a so called fashion tent, and thus after a very long time Slovak fashion abandoned hotel ballrooms and all unsuitable spaces and eventually was shown on a long, wonderfully illuminated catwalk, each spectator in the cascade auditorium seeing the

whole catwalk, and photographers at its end having ideal conditions to take the right photos. Again a big step forward, which the new generation of our fashion designers really deserved after all those years of improvised fashion shows.

STEP BY STEP

It looks like a change for the better in Slovak fashion. There are fashion magazines and excellent fashion photographers, there is already the Fashion Weekend, with an annual periodicity so far, nevertheless, considering all those crisis spectres, it is something, and we can say that conditions have significantly improved and professionalized for Slovak fashion during those twenty years. Slovak fashion scene itself got full of true creative potential, and even despite of certain financial under-dimensioning and subsequent bad mood, we can say that fashion of the first decade of the 21st century in Slovakia has made a very significant step forward, our fashion scene has its fixed stars today, and it is exactly their creation that contributes to the development of our fashion identity.

Designum

časopis o dizajne / design magazine
vychádza 6-krát ročne / a bimonthly
číslo / number: 05
rok / year: 2012
ročník / volume: XVIII
cena / price: 2,16 €

vydáva / published by

Slovenské centrum dizajnu
/ Slovak Design Centre

vedúca redaktorka / editor in chief

Ľubica Pavlovičová / lubica.pavlovicova@scd.sk

zodpovedná redaktorka

/ executive and contributing editor

Zuzana Šidliková / zuzana.sidlikova@scd.sk

jazyková redakcia / proof reader

Jitka Madarásová

jazykový preklad / translation

Ľubica Kachničová

marketing

designum@scd.sk

redakčný kruh / editorial cooperators

Mária Rišková, Marián Laššák, Sylvia Jokelová,
Ján M. Bahna, Zdeno Kolesár, Palo Bálik, Martin
Struss, Sabina Jankovičová, Maroš Schmidt

grafická úprava, zalomenie

/ graphic design and layout

Martin Mistrík (www.zelenaluka.sk)

písmo / typeface

SamoSans Pro (www.carnoky.com)

tlač / printing

Dolis, Bratislava

sídlo redakcie / headquarter

SCD – Designum, Jakubovo nám. 12
814 99 Bratislava, Slovak Republic
T +421 2 204 77 319 / F +421 2 204 77 310
E scd@scd.sk / www.scd.sk

predplatné a inzercia / subscription

SCD – Designum, Jakubovo nám. 12
P.O.BOX 131, 814 99 Bratislava
Slovak republic
T +421 2 204 77 314 / F +421 2 204 77 310
E natalia.galbava@scd.sk / designum@scd.sk
www.predplatne.net

voľný predaj

v stánkoch distribučnej spoločnosti
Mediaprint Kapa

v kníhkupectvách a galériách v Bratislave

Satelit SCD, Artforum, Prospero, Knižnica SCD,
Art Books (STU), Galéria Medium, SNG Bratislava

v kníhkupectvách a galériách mimo Bratislavu

Artforum v Banskej Bystrici, Žiline, Košiciach
a Trnave, Stanica Žilina-Záriečie, Dům umění
města Brna

distribúcia / distribution

L.K. Permanent, s.r.o., P.O. Box 4, 834 14 Bratislava
T +421 2 4445 3711 / F +421 2 4437 3311
E lkpermanent@lkpermanent.sk

Redakcia nezodpovedá za obsah inzerátov.
Preberanie materiálov je možné len s písomným
povolením vydavateľa. Jednotlivé články
vyjadrujú názory autorov a nemusia byť vždy
totožné so stanoviskom vydavateľa a redakcie.
Pri používaní obrázkov vydavateľ rešpektuje práva
dotknutých osôb. V prípade, že neúmyselne dôjde
k omylu pri ich identifikácii, uvítame dodatočné
informácie o majiteľoch autorských práv. Vopred
nevyžiadané príspevky redakcia nevracia.

OBÁLKA: ZÁBER Z BRATISLAVSKEJ
CVERNOVEJ TOVÁRNE. FOTO: ARCHÍV
BAVLNA (WWW.VBAVLNE.COM).

