

Tajomná reč módy.

Prof. Milan Čorba

Človek má rád tajomstvá, rád ovláda svoje okolie a býva rád, ak môže ísť príkladom iným. Vonkajší dojem, ktorým pôsobíme v styku na ľudí je rovnako dôležitý ako dojem vnútorný. Vytvára vizitku našej osobnosti a dotvára celkový dojem.

Čo je to správny odev, štýl, klasické a neformálne oblečenie, čo to znamená byť dobre oblečený?

Je rozdiel medzi vecnou praktickosťou a exkluzivitou t.j. výnimočnosťou, modernosťou a luxusom. Zladiť jednotlivé prvky oblečenia a jeho doplnky do harmonického a zaujímavého celku vyžaduje znalosť čohosi z jeho histórie, pravidiel spoločenského správania a duše človeka. Z týchto znalostí vznikajú za pomoci intuície a náhody, samozrejme predovšetkým tvorivosti, nové kombinácie, de- zény látok, tvary, strihy a siluety, ktoré menia módu a módnosť.

Človeka bez šiat stretneme len málokedy. Cisárovi nové šaty je rozprávka o zmysle oblečenia, o jeho nositeľovi a jeho okolí. Rozprávka je veľmi veselá, lebo aj kráľ, aj krajčíri, aj ľud si prídu na svoje. Dôvera v to, čo len hlupák nevidí, túžba po ilúzií vlastnej dokonalosti, obdiv k sebe samému, pýcha a samoľúbosť sú tak mocné, že zaslepia aj kráľa.

Odev nosíme aby sme sa chránili pred vplyvom počasia, aby sme predišli prirodzenej hanbe za nahotu, aby sme zapôsobili na okolie, lebo odev je súčasťou spoločenskej aktivity a styku.

Odev súvisí s anatómiou tela. Raz telo oslobodzuje, inokedy spútava. Príklad z renesancie: ranná talianska renesancia odev chápala ako čosi pohodlné, zdôrazňujúce prirodzenosť a anatómiu tela, milovala všetko prospešné a úžitkové. Naopak neskorá španielska renesancia telo spúťavala do geometrizujúcich súčastí obleku, z ktorého napriek nádhere a kráse trčala hlava, ruky a nohy. Odev pripomínal krásnu nepohodlnú schránku tela.

Odev prijíma vo svojom vývoji v čase nové prvky a iné naproti tomu zamietá a zatracuje až do tej miery, že sa nám zdajú smiešne. Odev jednoducho starne nielen fyzicky, ale aj duchom.

Na odev a jeho módu vplýva rovnako čas hojnosti a mieru ako aj vojna, najmä uniformy vojakov, ich mužnosť, výraznosť, praktickosť, pohodlnosť a trvanlivosť. (Príklad – dnešný armádný štýl, mužský ľudový odev 18.st, montgomerák po 2. svetovej vojne).

Mušská a ženská silueta odevu, mužský a ženský strih rešpektujú danosti pohlaví.

Odev je súčasťou kultúry a podlieha estetickým pravidlám t.j. pravidlám krásy, vkusu, náhľadu, tvorivosti. Vyvíja sa spolu s civilizáciou, podlieha technickému a technologickému vzostupu, a duchovnej vyspelosti.

Odev sa šije z tkaniny, a tá sa zhotovuje z prírodných tkanín: bavlny, vlny, hodvábu a ľanu, resp. umelého vlákna. Rafinovanosť tkaniny a jej kvalita má korene v Perzii, Číne, Indii, Egypte.

Zásterka, sukňa, nohavice sú základné časti odevu, ktoré tvoria podstatu histórie odievania a módy. Nohavice, pre zaujímavosť, prišli z Perzie. Slovo móda prvýkrát použila kniha španielskeho autora Rukoväť módy v 16. st.

Móda je štýl a úprava spotrebných predmetov príznačných pre určité obdobie. Týka sa rovnako odevu ako auta, domu, jedla, športu, voľného času a iných radovánok. Móda je zároveň hodnotový rebríček.

Keď pokušenie býva veľké, podliehame mocnej ruke módy. Vyjadrujeme ňou obvykle svoju: serióznosť, tvorivosť, príťažlivosť, charakter. Niekedy sa stáva, že chceme šatami čosi vyjadriť, ale opak sa stane pravdou. Môžu sa vytvoriť mylné dojmy. Móda obsahuje akcenty, impulzy, fantáziu, diktuje pravidlá a rýchlo starne. Najmä módnosť, ktorá sa vyjadruje jemnými odchýlkami, ktoré z módy odchádzajú prvé.

Móda pôsobí aj na spoločenské hodnoty. Dnešná móda má kozmopolitný štýl, lebo aj kultúra našich civilizácií má dnes kozmopolitný štýl, chcem tým povedať, že komunikácia dnešnej civilizácie je tak skĺbená a previazaná, že móda jednoducho diktuje prakticky celej planéte Zem.

Často počujeme výraz **vkus**. Vkus je súbor racionálnych a citových poznatkov spojených s ich danosťami, ich súlad a harmonizácia. Opakom vkusu je nevkus, ktorý neharmonizuje, nekultivuje, nezosúladuje. V súvislosti s odevom používame slovo gýč, povrchné a len komerčne zameraný, bezcenný odev, ktorý nespĺňa kritéria všeobecného vkusu. Súčasťou nášho vkusu sú naše danosti. Niektoré dedíme, rodíme sa s nimi (intuíciu – inštinktívne poznanie a vrozený či mimovoľný pocit, fyzické danosti), a čosi získavame, odchádzame s nimi zo sveta (vek, skúsenosti, vedomosti a znalosti). Naše osobné vlastnosti uprednostňujú vkus alebo nevkus. Zladíme to, čo chceme a čo môžeme, skrátka to, čím vládžeme (vek, postava, príležitosť, peniaze, znalosti, vedomosti). Poznatky a vedomosti získavame výchovou, prostredím, vzdelaním, tradíciami, zdieľanou kultúrou, vysokou kultúrou a populárnou kultúrou. „Zdieľaná kultúra“ je kultúra pospolitosti, entity, spoločenskej skupiny (kroj, ľudové zvyky). Jej korene sú predovšetkým na vidieku. „Vysoká kultúra“ je kultúra formulujúca našu rozhladenosť, jazyk, spoločenské vedomie, morálku a vzdelanosť, cit pre estetickosť. Jej korene sú v umení. „Populárna kultúra“ je kultúra oddychu, uvoľnenia, rozptýlenia, jej korene sú v meste.

Vkus je podľa pôvodu vrozený a získaný. Osobný a spoločenský. Tvorivý a netvorivý (kreatívny a konzumentský).

Čo poradiť?

„Dobrý vkus spočíva v jednoduchosti. Špatný vkus spočíva v nepochopení jednoduchosti.“, radí jeden z couturiérov.

Zásada je, naučiť sa módnemu inštinktu, ktorým si vytvoríme štýlové prvky: čo z nás uchovať, čo zdôrazniť, čo zmeniť. Jednoducho povedané, vytvoriť si vlastný osobný štýl.

História

Základom šiat je tkanina, látka. Tkanina sa v počiatkoch histórie odevu na telo prikladá a aranžuje, neskôr sa zošívá a oblieka.

Povedali sme, že odev rozpútava (oslobodzuje), spútava (uväzňuje). Tento fakt sa v histórii striedavo opakuje. Zrejme to súvisí aj s rozpútavaním a spútaním ducha človeka.

Doplňky vždy tvorili celok odevu: účes, obuv, šperky, remene, šerpy, rukavice, klobúky, plášte. Jednotlivé historické obdobia sú veľmi zaujímavé, ale pre krátkosť času povieme: je to cesta cca 6 tisíc rokov trvajúca, nekončiaca, zaujímavá, veselá a poučná. Začína Sumérmami a končí dnešným dňom. Pokračuje zajtrajškom a rozhodne neskončí Sumérmami.

Styk s ľuďmi poznáme verbálny a neverbálny. Oblečenie je neverbálny styk. Forma verbálneho a neverbálneho styku sa uskutočňuje správaním, vystupovaním, zovňajškom, a tým je oblečenie a jeho celková úprava. Styk s ľuďmi podlieha pravidlám spoločenského správania a chovania formulované etiketou a protokolom. Jednoducho povedané, čo máme vtedy a vtedy na sebe, čo máme hovoriť a koľko, ako sa správať k okoliu, ako jesť, ako komunikovať slovné a bez slov.

Čo hovoríme oblečením?

Existuje výrok : šaty robia človeka, čo znamená, že náš vlastný osobný štýl pôsobí na naše okolie, a okolie nás prijíma, alebo neprijíma. Čím je prostredie náročnejšie, tým viac narastajú nároky na naše oblečenie. Okolie nás prijíma ak vidí, že náš osobný štýl zodpovedá náročnému očakávaniu. Náročné očakávanie sa týka najmä určitej dokonalosti obliekania, bezchybnosti a noblesnosti. Bezchybný musí byť výsledok ako celok. Vlasy, nechty, vôňa, doplnky, iskrový pohľad očí. Pozor, mimoriadny perfekcionizmus sa nesmie preháňať! Určovať módu znamená určovať zároveň morálne kvality. Kultivovanosť odevu predstavuje aj kultivovaného a vzdelaného ducha To je obsah, ktorý sa skrýva za anglickým výrazom „džentlmen a lady“.

Opakujem, osobný štýl je predovšetkým zladenie viacerých súčastí šiat a doplnkov, vrátane nášho vkusu, inštinktu a končiac hygienou a správaním.

Osobný štýl vytvárame rozumom – ráciom a citom – emóciou. Dobrý osobný štýl zároveň vytvára osobnú príťažlivosť – „kúzlo osobnosti“, po ktorom zväčša túži každý ctižiadostivec.

Oblečenie v sebe od nepamäti skrýva, alebo vyzývavo vyjadruje, erotizmus a sex appeal – príťažlivosť ženy a muža, orientovanú na zachovanie druhu a rodu. Ide o zmyselnosť odevu, kultivované, zjemnené, alebo nekultivované, hrubé vábenie ošatením.

Príklad zo života zvierat (páv, žaba, ryba).

Nezáujem o oblečenie vyplýva z určitých našich nedostatkov, ako napr. nedbalosť, nevšímavosť, nezdvorilosť, netaktnosť, necitlivosť. Nedostatky vyplývajúce z nekultúrnosti, ale aj z finančného nedostatku, osobnej krízy, nemoci, dlhodobého spoločenského neúspechu. Nezáujem môže vyplývať aj z toho, že človek s inými ľuďmi nekomunikuje, alebo komunikuje, ale okolie záujem o oblečenie nevyžaduje.

Každé oblečenie vysiela správu o svojom nositeľovi:

- a) ktorú zamýšľame,
- b) ktorú nezamýšľame.

Ako vidno, všetko máme vo svojich rukách, a výsledok závisí predovšetkým od nás.

Móda ako seba utváranie.

Existujú súvislosti medzi osobou a oblečením. Podľa voľby povedzme dĺžky a či šírky odevu môžeme usúdiť a dôjsť k určitému uzáveru, vyplývajúcemu zo skúseností a pozorovaní, skúmaní.

Príklad sveter.

Zdanlivo povrchné podnety prezrádzajú, že sveter:

- a) siahajúci k bokom z tenkej priadze vyjadruje vyspelý a zrelý dojem,
- b) po bedrá, tmavý so vzorom vyjadruje toleranciu a priateľstvo,
- c) hlboké V vo výstrihu z jemného úpletu vyjadruje romantickú, citlivú osobnosť,
- d) stredný objem vyjadruje logické myslenie a výkonného jedinca.

Temperament podľa dĺžky sukne:

- a) úzka dlhá sukňa vyjadruje uzavretosť, povýšenectvo, intelektuálnu vyzretosť,
- b) široká sukňa vyjadruje otvorenosť a priateľskosť,
- c) krátka sukňa vyjadruje mladistvosť a tvorivosť, bezstarostnosť.

Nemusí to byť pravda. Výnimka však potvrdzuje pravidlo.

Odevom nahliadneme do duše. Maľujeme ním autoportrét, prezrádzame o sebe aj intímnosti. Oblečenie býva aj signálom, správou a otvoreným znamením.

Odevom môžeme prekvapivo meniť dojem, nemal by byť falošným dojmom, ale zároveň ho môžeme šikovne využívať vo svoj prospech.

Každý z nás má o sebe mienku. Tá je obyčajne priaznivá, sebavedomá, alebo nepriaznivá, nesebavedomá. Ilúzie, teda nesprávne a falošné predstavy o sebe, nás môžu doviesť do nepríjemností. To, čo si o sebe myslíme, by sme mali občas konfrontovať, aby sme si neublížili, aby sme pochopili na čom vlastne sme. Rozhovory s blízkymi, prirodzený záujem o vec a zodpovednosť za naše činy sú dobrými partnermi. Nechajme si občas poradiť.

Finančné obmedzenie

Musíme vedieť, že obliekať sa nestojí len čas a námahu, ale aj peniaze. Investície do oblečenia nebývajú malé. Kto si kúpi perfektné topánky podrobí kritike svoj šatník. Proces trvá niekoľko rokov a tak nároky trvajú prakticky neustále. Šatník budujeme postupne tak ako byt. Je to veľmi osobná záležitosť, s ktorou sa musí človek vysporiadať sám a po svojom.

Finančné obmedzenie a jeho nedostatok neznamená stratu záujmu o obliekanie. Znamená len obmedzenie, nie úplné zamedzenie. Osobný štýl si môžete vytvoriť aj bez osobitnej finančnej priazne, priznávam, o to náročnejšie, ale vždy so čťou a možno aj pôsobivejšie.

Farba

Farba v oblečení je prvotnou a najmocnejšou komunikáciou. Je prejavom senzitivnosti (citlivosti) a emotivnosti (citovosti). Farbami vyjadrujeme nálady, povahu ale aj neistoty a neznalosti. Niektoré odtiene vyvolávajú univerzálne emócie.

Prostredníctvom farby vyjadrujeme otvorenosť, neutrálny postoj, vládnuť, priateľstvo a iné vlastnosti. Farba prepožičiava osobe autoritu, dokonca názor, môže ovplyvniť okolie. Vytvára moc, rafinovanosť, otvorenosť, spôsob myslenia. Využiť farbu vo svoj prospech je umením. Je zaujímavé, že napríklad až do konca 19. st. nesmel byť pánsky oblek farebný. Obrat nastal vďaka špinavým uliciam a veľkému množstvu znečisťujúcich komínov. Len vidiek kontrastoval s mestskou šedou, preto prvá farba sa dostala do odevu práve na vidieku, pri odpočinku, na honoch a v záhradách, neskôr z vidieka do mesta.

Aby sme farby využili naplno farby kombinujeme.

Príklad:

- a) čierna + ostrá ružová, broskyňová, citrónovo žltá, bledomodrá, tyrkysová,
- b) béžová + červená, broskyňová, biela, hnedá.

Ženy v mužskom oblečení

je chladná sebaistota. Vytvorila jedinečný erotizmus.

G. Sandová, emancipácia, funkčnosť (2. svetová vojna), filmové „stars“, Courrèges – nový kozmický vek, Armani (doplnky), Yves Saint Laurent (ženský smoking).

Rôzne okruhy významov, súťaž s mužským image, tajomná dvojznačnosť, sex appeal mužského vzhľadu.

Úspešné obliekanie

znamená poznať pravidlá a rovnováhu medzi začlenením a jedinečnosťou. Obvykle rešpektujeme formálne (spoločenské) a neformálne (kažualne, resp. ležérne, či niečo medzi...) oblečenie, oblečenie športové, príležitostné, t.j. určené pre príležitosti (šport, poľovačka, cestovanie, turistika).

Muži najčastejšie používajú tieto jednotlivé súčasti:

Košeľa, viazanka, pullover, oblek, športový štýl, nohavice – dlhé, krátke, blejzr, sako, drobnosti a doplnky, barbour (bunda), zvrchník, plášť, prádlo, nočné a pracovné blečenie.

Ženy:

Kostým, šaty, blúza, nohavice, sukňa, sako, bunda, zvrchník, plášť, doplnky, kabelka, prádlo, pančuchy, šport, twinset, pullover, pracovné a nočné oblečenie, nohavicové (pantsuit), kombinované.

Striedanie štýlu prezrádza určitú nerozhodnosť, nestálosť.

Dôležité je nebať sa experimentovať s myšlienkou.

Všeobecne platí: „Nejde o to, že by bola chyba v šatoch. Ide o to, že sú nosené v nepravú chvíľu či na nepravom mieste.“

Telo pokryté jednou vrstvou znamená zraniteľnosť, vrstvami – autoritatívnosť.

Medzi vhodným a nevhodným oblečením je len tenká vrstva. Nápadné oblečenie môže nezapôsobiť, môže sa zdať, že ide o človeka, ktorý neberie svoju prácu vážne.

Obet' módy.

Najnovšie trendy predstavujú diktát módy. Diktát módy bol, je a bude aktuálny vždy, len závisí na okolnostiach a na nás ako sa s ním vyrovnávať. Pozor na karikatúru! Jeden z omylov je, predviesť všetko čo máme a čoho sme schopní.

Je dobrou zásadou: prijať svoje telo namiesto snahy dosiahnuť nedosažiteľnú vidinu.

Závisť, konfliktosť, neistota, nízka sebadôvera vždy doprevádzali tých neúspešných.

Nedôveru k vlastným inštinktom treba odstraňovať osobným záujmom, cudzou radou a často nekoenečnou vytrvalosťou.

Byť obdivovaný je príjemné, preto sa venujme sami sebe, ale nepreháňajme.

Adolescencia je vek dozrievania. Je normálne usilovať sa o súhlas priateľov a snažiť sa zapadnúť do partie. Aj príklady priťahujú.

Ešte nerozvinutá osobnosť a kontakt s vrstovníkmi posilňuje sebavedomie, a to je dobre.

Nepatričné obliekanie býva aj na úkor pohodlia, prirodzenosti a príjemného vzhľadu.

Príklad:

Rodinný piknik – spoločenské šaty.

Pohreb – pestré šaty.

Svadba – biele šaty.

Posúdenie vlastných možností a potrieb je vždy na mieste.

Kladme si otázky:

- Ktorú časť tela rád (a) ukazujem, čo najradšej skrývam?
- Ako to na nás pôsobí?
- Chcem byť samým sebou, alebo túžim byť „šlágrom“?
- Je pre mňa rozhodujúca značka?

Každá značka niečo znamená a má svoj príbeh. Logo nás dokáže vzrušiť. Reklama a médiá útočia. Ako zvládnuť tento fenomén? To je téma samostatnej prednášky.

Vojst' do novej identity nás často láka

Zábava, mimikry (ochranné prispôsobovanie, sfarbenie), mimetizmus (napodobňovanie), hra. To sú prít'azlivé a nástožčivé zábavky. Nemusíme sa ničím viazať, môžeme sa venovať len sebe, svojim chůtkam a predstavám. Kultúra mladosti je fenoménom dneška.

Teenager – niečo medzi detstvom a dospelosťou. Chce vyzerat' staršie. Hormóny a emócie pracujú. Vyjadrujeme sa obliekaním a preferovaním, uprednost'ovaním našich primárnych záľub. Dochádza ku kyvadlovému pohybu štýlov. Príklady: ulica, médiá, idol, autorita, MTV.

Nedočkavosť, kedy budeme mať make up. Každý chce vyzerat' na 20, nech mu je 10 alebo 60. Médiá tvrdia, že hodnota veku je 20-25. Ideál, ktorý vyhovuje každému.

„Dospelý teenager“ okolo 40 až 50 túži poprieť starnutie. Mladistvé štýly pre starších sú k dispozícii.

Kontakty s minulosťou a retro môžu veci napraviť aj pokaziť.

„Boli sme mladí a naše najobľúbenejšie, najúspešnejšie bolo nosiť módu á la Mary Quant, Beatles, Robert Redford“. Pozor však na smiešnosť!

Dnešné kritériá sú : driek (bederné nohavice), prsia (dobré padnúca Wonderbra), ploché bruško (najlepšie odhalené).

Účes

O účese sa hovorí ako o „alkoholizme“ v móde – mnohé normálne stránky života ustupujú do pozadia. Nevyriešené problémy v pozadí.

Kritériá: driek, prsia, ploché bruško.

Majme na pamäti: Zlatá stredná cesta

- a) Práca na sebe, osobný vkus, štýl, vedieť čo, prečo a ako,
- b) Starostlivosť a pozornosť, čistota a poriadok v skrini sú rovnako prejavom a vizitkou našej osoby.

Štýly dneška

Detstvo a adolescencia – tanečnica, nezbedné dieťa, dievčatko, školáčka, gymnazistka, uličník, nástup erotiky, dospelávajúci rebel.

Mladistvé štýly – auto a motorka, etnická móda, ulica, bohéma, robotnícky šmrnc, hippie, cigánka, Punk a Rock, Country, armi, rapper, western, námorník, šport.

Tieto štýly sú základom tvorby couturiérov a dizajnérov, dobrých a spoľahlivých značiek.

Obuv

Topánky dotvárajú šaty – pozor však na chyby!

Obrat za topánky v USA bol nedávno 7 miliárd USD za rok.

Obuv vyjadruje jemné náznaky postavenia, osobnosti, a sexuality. Skrytý, či otvorený erotizmus.

Obuv sa šije, resp. lepí z rôznych druhov kože a umeliny.

8 základných skupín obuvi je buď praktických, alebo zvodných:

Praktické sú : poltopánky, dreváky, mokašiny, baletky, sandále, čižmy.

Zvodné sú: mníšky, lodičky, črievce, sandále, čižmy.

Praktická obuv predstavuje rozumný a realistický účel, drží človeka pri zemi.

„Oxford“ predstavuje ukázněné a realistické myslenie.

Mokašiny majú 6 tis. rokov.

Baletky sú stavané na plochej podrážke, sú pohodlné a praktické.

Dreváky pochádzajú z vidieka, v minulosti ich nosili robotníci.

Platformy, t.j. výška podošvy a podpätku sú pre obuv rovnako určujúce. Príklady z histórie, dejín prostitúcie, nedostatku vyplývajúceho z ťažkých rokov vojen sú na porúdzi.

Silueta mužskej i ženskej nohy predstavuje:

Vojenská – varovanie.

Turistická – martenky, timberlandky, Desert Clarke – znak vzdoru.

Moto – odmietanie kultúrneho obmedzovania.

Kovbojky – smelosť, chlapskosť, odvaha.

Pracovné – túlavosť, príroda.

Športové – všetko, čo sme menovali a navyše vašeň. (Addidas, Puma, Nike ...).

Účes, klobúk, Make up.

Kadernícke štýly sú v histórii rovnako pestré a zaujímavé ako krajčírské.

Znakom pre účes je: dĺžka, farba, hustota, kód, dotvorenie hlavy doplnkom.

Oči sú bránou do duše, preto myslíme na ne pri tvorbe účesu.

Veľkoleposť, štylizácia, praktickosť, spoločenské hodnoty, protokol, moc, sloboda, škandál, to všetko sprevádza účesy.

„Správny vzhľad“, „dobrý vkus“ je dôležitý ako pre oblečenie, tak pre účes.

Štýly, ktoré nám pristanú, alebo nepristanú: krátky, dlhý, polodlhý, kaderený, naondulovaný, zastrihnutý, uhladený, roztopašný, stiahnutý, romantický, geometrický, extravagantný, mocenský, nafarbený a vyholený.

Pozor na dotyk, ten má byť vzrušujúci, príjemný a neopakovateľný.

Emancipácia a ženskosť, to sú dva zdanlivé protiklady, ktoré sa na účese prejavujú. Erotika a sex – narážky na vábenie a privolávanie sú rovnako dôležité ako vkusná a estetická úprava.

Na vlasoch a účesoch sa podpísali ideológia a moc. Deformované a partikulárne záujmy majú svoje účesy, rovnako tak tí, ktorí predstavujú vládu a pozície. Pozrime sa na vyholenú lebku, dlhé vlasy mužov, punk, ale aj účesy starého Egypta, národov sťahujúcich sa od 6. st. do Európy, gotické a renesančné účesy šľachty, parochne baroka a rokoka.

Zmena pôsobí ako podstatný psychologický krok, vlasy sú našou telesnou súčasťou. Každý nový účes, zdá sa, je nová osobná premena.

Klobúk.

Ochrana proti živlom, vyjadruje spoločenské postavenie, postoj.

Doplnok s vlastným obsahom a významom.

Klobúk zmení oblečenie a osobnosť. Klobúk je symbol toho, čo sa v hlave odohráva.

Šatky a závoje sú rovnako pokrývkou hlavy ako klobúk.

História a kultúrna nutnosť. Bez klobúka ani ranu.

Neúctivé klobúky, mocenské klobúky (koruna), extravagantné klobúky, pracovné klobúky.

Čapice – šport, práca

Vojsko.

Formálne a neformálne.

Giorgio Armani – harmónia noblesy

Coco Chanel – večnosť ženskosti

Dior – impérium a legenda

Yves Saint Laurent – umelec snu a reality

Valentino Garavani – couturiere kráľovien
Gianni Versace – dotyk medúzy
Emanuel Ungaro – neodolateľný zvodca
Louis Féraud – couturiere storočia
Karl Lagerfeld – duch času
Paco Rabanne – architekt a vizionár
André Courrége – planety a vesmír
Nino Cerruti – elegancia a prirodzenosť
Gianfranco Ferre – majster súzvuku
Claud Montana – formy ostré ako nôž
Miuccia Prada – mormónia mimo čas
Donna Karan – vrchol hory
Christian Lacroix – príbehy nostalgie
Calvin Klein – vo vzduchu je zmena
J.P. Gaultier – veľký clown
Thierry Mugler – snívajúci eskamotér
John Galliano – návraty k ušľachtilosti a javisku
Alexander McQueen – žiariaca hviezda
Vivien Westwood – sebavedomie ženy
Hiroko Koshino – harmónia tradícií a modernizmu
Kenzo Takada – príťažlivý Japonec
Yohji Yamamoto – minulosť a prítomnosť
Issey Miyaké - fenomén
Helmut Lang – hovorme polohlasom
Tom Ford – Guccio Gucci po americky, čistá línia a luxus

Do kráľovstva, kde mali samolúbeho kráľa, pricestovali traja krajčírí. Navštívili kráľovský dom a požiadali kráľa, aby vypočul ich ponuku. Kráľ keď počul, že mu ušijú šaty z najnádhernejších a najvzácnejších látok najkrajšie šaty na svete a okolí ...