

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut sociologických studií

**Markéta Podzimková**

**Oděv a jeho role v životě jedince**

*Bakalářská práce*

Praha 2012

Autor práce: **Markéta Podzimková**

Vedoucí práce: **Vendula Řezáčová Ph.D.**

Rok obhajoby: **2012**

## **Bibliografický záznam**

PODZIMKOVÁ, Markéta. *Oděv a jeho role v životě jedince*, Praha, 2012. 32 s. Bakalářská práce Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Vedoucí bakalářské práce Vendula Řezáčová Ph.D.

## **Abstrakt**

Bakalářská práce „Oděv a jeho role v životě jedince“ pojednává o roli a významu oděvu v postmoderní společnosti. Na oděv, jakožto na nedílnou součást každodenního života, je nahlíženo jako na důležitý prvek při tvorbě identity jedince. Oděv je součástí znakového systému a jedním z prostředků neverbální komunikace mezi jedinci a lze ho považovat za jeden z nejdůležitějších nástrojů, kterými může jedinec svému okolí dát najevo svou identitu a jasně tím vymezit příslušnost k určité skupině. To, jak je k identitě jedince přistupováno v dnešní společnosti je vztaženo k teorii Z. Baumana – Tekutá modernita.

Další důležitou rolí oděvu je jeho význam v rámci sociální interakce. Oděv je prostředek, jímž komunikujeme se světem, jehož prostřednictvím zjevujeme informace o sobě i o našich názorech na svět. Oděv je součástí znakového systému a jedním z prostředků neverbální komunikace mezi jedinci. Teoretický základ pro roli oděvu v rámci sociální interakce je čerpán z díla E. Goffmana – Všichni hrajeme divadlo.

Poslední část práce je věnována analýze dat získaných prostřednictvím kvalitativního výzkumu provedeného s respondenty čerpajícími inspiraci pro svůj styl odívání v tradičních afrických společnostech v oblasti černé Afriky.

## **Abstract**

Thesis "Clothing and its role in human life" deals with the role and importance of the clothing in a postmodern society. The clothes, as an integral part of everyday life, is seen as an important element in creating an individual identity. The clothing is a part of the sign system and one of the means of nonverbal communication between individuals and can be regarded as one of the most important tools, by which an individual can show to their surroundings their identity and clearly define the membership of a particular group. The issue is devoted to an individual's identity based on the work of Zygmunt Bauman, who dedicated to this issue in his work called Liquid Modernity.

Another important role of clothing is its importance to social interaction. The clothing

is one of the means, by which we communicate with the world, through which we reveal information about ourselves as well as our views on the world. The clothing is a part of the world system of signs and one from the non-verbal communication between individuals of the theoretical basis for the role of clothing in the context of social interaction is drawn from the work of Goffman E. – The presentation of Self in Everyday Life.

The last part is devoted to the analysis of data obtained through qualitative research, with respondents drawing on the inspiration for their style of clothing in traditional African societies in black Africa.

### **Klíčová slova**

Odívání, identita, symbol, sociální interakce, móda, Afrika, kvalitativní výzkum.

### **Keywords**

Clothing, identity, symbol, social interaction, fashion, Africa, qualitative research.

## Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Oděv a jeho role v životě jedince“ vypracovala samostatně, na základě vlastního výzkumu a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 15.5.2012

---

Markéta Podzimková

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala těm, kteří mě při psaní této práce podporovali. Můj dík patří především Vendule Řezáčové Ph.D. za vedení této práce, věcné rady a cenné připomínky. Dále pak děkuji mé rodině a kamarádům za duševní a věcnou podporu.

V Praze dne 15. 5. 2012

Markéta Podzimková: \_\_\_\_\_

## Projekt bakalářské práce

**Téma:** Oděv a jeho role v životě jedince

**Student:** Markéta Podzimková

**Obor:** Sociologie a sociální antropologie

**Konzultant:** Vendula Řezáčová Ph.D.

**Název:** Oděv a jeho role v životě jedince

### **Vymezení předmětu zkoumání a strukturace výzkumného tématu**

Oděv patří k základním lidským potřebám. Odívání je v různých podobách rozšířeno po celém světě a setkáváme se s ním tedy u všech typů společností. Kromě prvotní praktické funkce, kterou odívání mělo, se postupem času objevil i důraz na jeho estetickou a symbolickou stránku. Společně se změnou úlohy odívání ve společnosti se postupem času rozšířil i jeho vliv na každodenní život jedince. Oděv je součástí znakového systému a jedním z prostředků neverbální komunikace mezi jedinci a lze ho považovat za jeden z nejdůležitějších nástrojů, kterými může jedinec svému okolí dát najevo svou identitu a jasně tím vymezit příslušnost k určité skupině. Tématu identity jedince je věnováno na základě díla Z. Baumana, který se této problematice věnuje ve své práci Tekutá modernita.

Další důležitou rolí oděvu je jeho význam v rámci sociální interakce. Oděv je prostředek, jímž komunikujeme se světem, jehož prostřednictvím zjevujeme informace o sobě i o našich názorech na svět. Oděv je součástí znakového systému a jeden z prostředků neverbální komunikace mezi jedinci. Teoretický základ pro roli oděvu v rámci sociální interakce je čerpán z díla E. Goffmana – Všichni hrajeme divadlo.

### **Cíle bakalářské práce**

Ve své bakalářské práci si kladu dva hlavní cíle. Prvním cílem mé bakalářské práce je sepsat teoretický základ věnovaný roli oděvu v životě jedince. Zaměřím se na význam oděvu při tvorbě identity jedince a v rámci sociální interakce. Za druhý cíl jsem si zvolila provedení kvalitativního výzkumu s respondenty hledajícími inspiraci

pro svůj styl odívání v tradičních afrických kulturách a následné zpracování dat na základě metody zakotvené teorie.

## **Metody a prameny**

Data pro teoretickou část práce budu čerpat prostřednictvím literatury, periodik a elektronických zdrojů týkajících se daného tématu. V analytické části své práce budu získávat data prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů. Rozhovory budu provádět s respondenty zajímavými se o africké odívání.

## **Předpokládaná struktura práce**

- 1) Úvod
- 2) Teoretická východiska
- 3) Metody
- 4) Analytická část
- 5) Závěry

---

## **Orientační seznam literatury**

BAUMAN, Zygmunt. *Tekutá modernita*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2002, 343 s. ISBN 80-204-0966-1.

GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Vyd. 1. Praha: Argo, 1999, 595 s. ISBN 80-7203-124-4.

GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebeprezentace v každodenním životě*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1999, 247 s. ISBN 80-902482-4-1.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum : základní teorie, metody a aplikace*. Praha : Portál, 2008. 407 s. ISBN 978-80-7367-485-4.

JIROUŠKOVÁ, Jana. *Černá Afrika*. Praha: Lidové noviny, 2003. 165 s. ISBN 8071063673

KELLER, Jan. *Úvod do sociologie*. 4., rozšířené vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1997, 181 s. ISBN 80-85850-25-7.

KYBALOVÁ, Ludmila. *Dějiny odívání*. Praha: Lidové noviny, 1997. ISBN 80-7106-142

LIPOVETSKI, Gilles. *Říše pomíjivosti. Móda a její úděl v moderních společnostech*. Praha : Prostor, 2002. ISBN 80-7260-063

STRAUSS, A.; CORBINOVÁ, J. *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky zakotvené teorie*. 1. vydání. Brno: Nakladatelství Albert Boskovic, 1999. 201 str. ISBN 80-85834-60-X.



## Obsah

<b>PODĚKOVÁNÍ .....</b>	<b>6</b>
Obsah .....	9
<b>ÚVOD .....</b>	<b>10</b>
<b>CÍLE A STRUKTURA PRÁCE .....</b>	<b>11</b>
<b>1. JEDINEC A ODĚVY .....</b>	<b>12</b>
1.1. Funkce oděvu .....	13
1.2. Móda a její definice .....	14
1.3. Oděv jako tvůrce identity jedince .....	15
1.3.1. DIY .....	16
1.4. Role oděvu v rámci sociální interakce .....	17
1.4.1. Sociální interakce .....	18
<b>2. AFRICKÉ ODÍVÁNÍ.....</b>	<b>CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.3</b>
<b>3. METODOLOGIE.....</b>	<b>19</b>
3.1. Cíl výzkumu .....	19
3.2. Výzkumná otázka.....	19
3.3. Teoretická východiska.....	20
3.3.1. Kvalitativní výzkum .....	20
3.3.2. Zakotvená teorie.....	20
3.4. Použitá metoda .....	21
3.4.1. Rozhovory.....	21
3.4.2. Výběr respondentů.....	22
3.5. Zpracování nasbíraných dat .....	23
<b>ANALYTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>24</b>
Oděv jako tvůrce identity jedince.....	24
Oděv jako komunikační nástroj .....	26
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>27</b>
<b>POUŽITÉ ZDROJE.....</b>	<b>31</b>

## Úvod

Při vybírání tématu své bakalářské práce jsem si stanovila několik požadavků, týkajících se jejího obsahu, které jsem chtěla naplnit. V první řadě jsem věděla, že bych si chtěla zvolit téma zabývající se oděvem, jehož problematika mě vždy zajímala a jenž dle mého názoru patří k jedněm z nejzajímavějších jevů dnešní společnosti. Dále jsem věděla, že se nechci, na rozdíl od mnoha autorů přede mnou, zabývat problematikou oděvu jakožto pouhým projevem marnivosti, ale spíše jako touhou po jedinečnosti a nahlížet na oděv jakožto na důležitý faktor při sebeprezentaci a sebeidentifikaci jedince. A v neposlední řadě mě lákalo dát do obsahu své práce alespoň minimální antropologický nádech. Nalézt téma, ve kterém by se spojily všechny mé požadavky, byl úkol poměrně snadný a troufám si říci, že jsem při jeho plnění obstála. Vybrané téma správně uchopit a zajímavě zpracovat byl úkol již trochu komplikovanější a hodnocení jeho naplnění budiž přenecháno čtenáři.

Oděvu, jakožto nedílné součásti každodenního života, je v dnešní době připisována velmi důležitá role. Význam oděvu ve společnosti v průběhu dějin rostl, až nabyl takového rozměru, jaký má dnes, a kdy na něj lze pohlížet jako na jeden z velmi významných faktorů celého hospodářského systému. Nicméně však nelze říci, že úměrně s tím, jak rostl vliv odívání ve společnosti, rostla i četnost, s jakou se tomuto tématu věnovalo v sociálních vědách. Přestože se odívání a jevům s ním spojeným věnovala a stále věnuje celá řada oblastí studia a disciplín (například antropologie, psychologie, ekonomie, kulturologie a sociologie), jen zřídka kdy je k němu přistupováno jako ke klíčovému tématu dané sociálně vědní teorie. Lze říci, že otázka módy nevyvolává v intelektuálním světě rozruch a ponechává v klidu ty, jejichž povoláním je objasňovat hybné momenty a fungování moderních společností (Lipovetsky 2002, 9). Z klasických teoretiků sociálních věd se oděvem přímo nezabýval žádný. Zaměříme-li se na autory patřící k pozdější generaci, nalezneme práce, které se oblastí odívání a oděvu zabývají především z pohledu oděvu jakožto součásti módního fenoménu. Mezi tyto autory patří například George Simmel (1957, 1971) nebo Gilles Lipovetsky (2002).

Již Umberto Eco kdysi napsal myšlenku: „hovořím svým oblečením“ (1973), která dnes platí snad více než kdy dříve. Potkáme-li na ulici jedince, který je oblečen jinak, než jeho okolí, okamžitě, a zcela automaticky, si o něm většina z nás utvoří nějakou představu. Při pohledu na ženu oblečenou ve slavnostních šatech nás pravděpodobně napadne, že se jedná

o seriózní ženu, která jde do společnosti. Při setkání s člověkem s ušpiněným oděvem si pomyslíme, že se jedná o jedince, který příliš nedbá o svůj zevnějšek a je mu jedno, jak působí na své okolí. A při setkání se skupinkou jedinců oblečených do fotbalových dresů je automaticky považujeme za sportovní fanoušky, kteří míří na zápas svého oblíbeného týmu. Co nás však napadne při pohledu na člověka oblečeného do oděvu typického pro tradiční africké společnosti? Co vede tyto jedince k tomuto stylu oblékání? Co tím chtějí svému okolí říci a jaká mohou být moje očekávání v případech, kdy se s takovými lidmi setkávám? Jde pouze o otázku osobního vkusu či estetického cítění nebo za tím hledat „něco více“? Toto jsou otázky, které bych, jak na teoretické tak praktické úrovni, chtěla zodpovědět v této práci.

## **Cíle a struktura práce**

Ve své bakalářské práci jsem si vymezila dva hlavní cíle. Zaprvé bych chtěla zpracovat teoretické koncepty, ve kterých se objevuje oděv jakožto důležitý faktor při vytváření identity jedince a zaměřit se na roli oděvu v rámci sociální interakce. Jako zdroj informací pro problematiku vytváření identity jedince jsem si zvolila dílo Z. Baumana - *Tekutá modernita*, ze kterého čerpám celý teoretický základ pro tuto kapitolu. Teoretický základ pro kapitolu věnovanou roli oděvu v rámci sociální interakce jsem čerpala z díla E. Goffmana – *Všichni hrajeme divadlo*. Do teoretické části práce jsem dále zahrнула kapitolu, ve které se stručně věnuji tradičnímu africkému odívání a to zejména jeho podobě a funkci. Tuto kapitolu jsem do své práce zahrнула především proto, že dle mého názoru doplňuje potřebné informace pro jasné pochopení práce jako celku a nenásilně propojuje část čistě teoretickou a část výzkumnou.

Jako druhý cíl své bakalářské práce jsem si zvolila provedení výzkumu s respondenty, kteří do svého oděvního stylu nějakým způsobem zapojují prvky inspirované tradičním africkým způsobem odívání. Výzkum proběhl metodou polostrukturovaných rozhovorů, které jsem následně analyzovala za pomoci teorie z díla J. Hendla – *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Hlavním cílem výzkumu je ukázat, jaký význam respondenti svému oděvu připisují, jakou roli v jejich životě hraje a do jaké míry jej ovlivňuje.

Cílem a snahou této práce není zmapovat veškeré teoretické přístupy zabývající se odíváním ani vytvořit přehledovou studii o odívání v tradičních afrických společnostech, ale spíše se zamyslet nad tím, jaký význam může mít oděv v životě jedince a jaký význam mu může být připisován v konkrétní situaci. Pokusím se na konkrétním příkladu ukázat

situaci, ve které móda není chápána jako fenomén, součást konzumní společnosti či důsledek působení reklamy, ale jako gesto individua vůči bezprostřednímu okolí.

S ohledem na jednotlivé cíle jsem zvolila i strukturu a uspořádání práce, která tedy obsahuje tři hlavní kapitoly. V první kapitole se zaměřím na teoretické zakotvení tématu, přičemž čerpám z teoretických konceptů, z jejichž základu vycházím, a které se snažím uplatnit při analýze rozhovorů. Teoretické koncepty se snažím aplikovat na oděv a jeho roli, jež v problematice identity jedince a sociální interakce hraje nebo může hrát. Zároveň se zamýšlím nad funkcí oděvu v lidském životě a zamýšlím se nad vlivem fenoménu mody na odívání celkově.

Druhou teoretickou kapitolu nesoucí název odívání v tradičních afrických společnostech, jsem do této práce zařadila zejména proto, že ji považuji za vhodné doplnění obou hlavních částí, části teoretické a části praktické. V této kapitole také definuji některé pojmy, které se následně objevují v části analytické.

Třetí stěžejní část práce je část analytická, ve které jsem se pokusila o shrnutí nejzajímavějších a dle mého názoru nejpřínosnějších poznatků, které z mého výzkumu vyplynuly. Cílem této části není hledání objektivních skutečností a následné zobecnění na zvolenou sociální skupinu, nýbrž zamyšlení nad osobními zkušenostmi jednotlivců. Do této části práce jsem zahrнула i kapitolu věnovanou metodologii, ve které uvádím výzkumnou otázku, cíl výzkumu, použitou metodu a hodnotím průběh výzkumu. Při samotné analýze rozhovorů jsem si k podrobnějšímu rozpracování vybrala dvě témata. První téma je oděv jakožto tvůrce identity jedince a druhé téma je oděv jakožto komunikační nástroj.

Poslední částí práce je závěr, ve kterém shrnuji výsledky výzkumu a zhodnocuji dosažení stanovených cílů.

## **1. Jedinec a oděvy**

V problematice vztahu jedince a oděvu dodnes existuje celá řada otázek, v odpovědích na něž se badatelé stále neshodli. Jeden z těchto sporů je veden i kolem otázky, co lidi vedlo k tomu, aby se začali zahalovat oděvem a jak se v průběhu vývoje lidstva tyto důvody změnily. Mezi nejpravděpodobnější teorie o důvodech vzniku prvního oděvu bezesporu patří ta, která vnímá oděv jako nástroj ochrany před nepřízní počasí, hmyzem a dalšími vnějšími podněty. Další teorie, kterou můžeme nalézt i v Bibli, staví na rozvoji lidského mozku a vzniku pocitu

studu a tedy potřebě zahalit a ukryt nahé tělo. Poslední z významných teorií přistupuje k oděvu jakožto k nástroji, který je umístěn mezi nahé lidské tělo a okolní svět. Lze tedy říci, že rozšiřuje první teorii, zahrnující fyzické faktory, o faktory psychické. Mezi ty lze zahrnout například přízeň bohů, úctu okolí a různé symbolické významy. Přestože je dnes oděv užíván pro všechny důvody, které výše zmíněné teorie předkládají jako klíčové pro jeho vznik, jsou to právě ony psychické faktory, kterým je připisován největší význam, a které udávají dynamiku systému odívání.

### 1.1. Funkce oděvu

Oděv patří k základním lidským potřebám. Odívání je v různých podobách rozšířeno po celém světě a setkáváme se s ním tedy u všech typů společností. Oblečení, které pravděpodobně, jak zmiňuji výše, vzniklo v pravěku z praktických důvodů, postupem času dostalo i mnoho dalších funkcí. Kromě prvotní praktické funkce, kterou odívání mělo, se postupem času objevil i důraz na jeho estetickou, společenskou, náboženskou a symbolickou stránku. Není zcela jednoznačné, kdy u oděvu převládla marnivost nad funkčností, ale je zcela nezpochybnitelné, že dnes na oděv už téměř nikdo nenahlíží jako na pokrývku těla či specifické roucho vyrobené z textilií (Sproles, 1979).

S tím, jak se zvyšoval počet funkcí oděvu ve společnosti, rostlo i pole působnosti, do kterého oděv zasahoval. Lze obrazně říci, že oděv pomalu, ale jistě stoupal na pomyslném společenském žebříčku, až se dostal tam, kde je dnes. To, jakou funkci pro nás oděv v určité situaci má, je ovlivněno celou řadou faktorů. Jdeme-li pracovat na zahradu, bude volba našeho oděvu pravděpodobně ovlivněna pouze faktorem počasí a pohodlností oděvu, funkce oděvu bude tedy především praktická. Jdeme-li však sportovat s přáteli, přibude kromě funkce praktické ještě funkce estetická a společenská. Nejen že svůj oděv zvolíme s ohledem na počasí a funkčnost, ale také s ohledem na celou řadu estetických a sociálních faktorů. Mezi takovéto faktory lze zařadit věk, vkus, náladu, předpokládaný oděv ostatních účastníků a mnohé další. Má-li oděv splnit všechny požadované funkce a zároveň zapadnout do našeho stylu odívání, je nesporné, že se jeho volba stává úkolem, nad kterým je třeba se zamyslet. Má-li oděv navíc splňovat požadavky na vkus, které na nás klade naše bezprostřední okolí, a které zcela podléhají módě, stává se z jeho volby pro mnohé z nás úkol velmi nesnadný.

## 1.2. Móda a její definice

Výběr a nákup oděvu patří k obvyklým starostem každého z nás, přičemž pro mnohé z nás se stal jednou ze starostí hlavních. Hlavní hybnou silou, která jedince neustále nutí obměňovat šatník je bezesporu móda. Móda jednoduše neustále zrychluje své prchavé zákony, proniká do nových oblastí a uvádí do své sféry vlivu všechny společenské vrstvy a věkové skupiny (Lipovetsky 2002,9).

Slovo móda vzniklo z latinského „modus“ - vzhled, způsob, předpis, pravidlo. Jde o obecně upřednostňovaný způsob jak jednat nebo jak vypadat. To, co je zrovna v kurzu, je módní nebo moderní, překonané se nazývá staromódní. Definovat módu není zcela jistě jednoduché, o čemž svědčí i fakt, že jejich definic existuje obrovské množství, přičemž se některé z nich diametrálně odlišují. K obtížnosti definování přispívá i skutečnost, že se společenský názor na modu v průběhu posledního století nesčítelněkrát změnil a tím se značně pozměnily i její možné definice. Mezi základní definice mody patří ta, která říká, že móda *„je aktuálně (s trvalostí dnů až roků) upřednostňovaný způsob, jak se některé věci dělají nebo používají. Tento způsob použití nebo řešení není trvalý, ale v čase se mění. Změna módy tak znamená změnu způsobu užití nebo řešení“* (www.wikipedie.cz).

Jiná definice říká, že *„móda je dočasný, obecně přijatý a obecně závazný názor na vnější kulturní formy, jehož dočasnost implikuje potřebu změny, a jehož kořeny netkví vždy v racionálním přístupu“* (Kybalová 1973,11). Definicí, která dle mého názoru nejvíce odpovídá tomu, jak je na modu nahlíženo dnes, je ta, která říká že *„Móda je dynamický sociální proces, kterým se vytváří nové styly, představené konzumní veřejnosti, a akceptované veřejností* (Sproles, 1979, 5).

Snad každého z nás napadne při setkání s pojmem móda oblečení či oděv. Skutečnost, že se móda netýká pouze oděvu, ale také architektury, interiérů, účesů, automobilů, způsobu vyjadřování, názorů a mnohého dalšího, bývá dnes často opomíjena. V určitém smyslu se oděv a móda stávají dokonce synonymy. Skutečnost, že jsou dnes pojmy móda a módní téměř výhradně spojovány s oděvem, lze vysvětlit tím, že oděvní průmysl patří mezi módou nejsilněji ovlivňované oblasti a rychlost jeho obměny značně přesahuje rychlost změny módních stylu v dalších odvětvích.

Jako problematičtější se mi však jeví fakt, že pojem módní bývá používán pouze ve chvíli, kdy je diskutováno o stavu a změnách týkajících se širokých mas populace a

takzvaného hlavního proudu. Na módu lze zcela jistě nahlížet jako na *dočasný, obecně přijatý a obecně závazný názor na vnější kulturní formy, jehož dočasnost implikuje potřebu změny a jehož kořeny netkví vždy v racionálním přístupu...*<sup>2</sup> Nicméně považuji za podstatné, ve chvíli, kdy hovoříme o soudobé společnosti, která je diferencována, tak jako v historii doposud nikdy, zmínit skutečnost, že to, co je obecně přijatý a obecně závazný názor pro určitou společenskou skupinu, je zpravidla neuznáváno a popíráno jinou společenskou skupinou.

Móda jako pojem má nepřehledné množství konotací, lze ji zkoumat mnoha různými způsoby a z nejrůznějších úhlů. Bývá vnímána jako součást vizuální kultury a zkoumána nejen z hlediska sociologicko-kulturního, ale také historického, ekonomického, estetického, etického či filosofického. Přesto je na ni, stejně jako na problematiku odívání, nahlíženo jako na doplňkové téma v rámci ostatních studijních disciplín. Móda se do pozice autonomního oboru, který se módou zabývá jako primárním objektem zájmu, přesouvá jen velmi pomalu. To, jak je na modu nahlíženo, přesně vystihl ve svém díle Lipovetsky (2002), když ji označil za ontologicky a společensky druhořadou oblast, která nezasluhuje hlubšího zkoumání a je považována za povrchní otázku nevyzývající ke konceptuálnímu přístupu. Taktéž je nesporné, že móda spíše podněcuje ke kritické reflexi než objektivnímu studiu.

### 1.3. Oděv jako tvůrce identity jedince

Problematika týkající se hledání identity jedince patří v dnešní době mezi velmi aktuální témata. Vědomí určité identity a pocit sounáležitosti s určitou sociální skupinou patří mezi základní lidské potřeby. Oděv jakožto součást znakového systému a jeden z prostředků neverbální komunikace mezi jedinci lze bezesporu považovat za jeden z nástrojů, kterými může jedinec svému okolí vyjádřit svou identitu a jasně tím vymezit příslušnost k určité skupině.

Identita sociálních aktérů v druhotně moderní společnosti není něčím daným, ale je na ni pohlíženo jako na úkol individua. Na úkol, který musí sami jedinci splnit, kterým se budou zaobírat po celý život, a za jehož vykonání se stávají zodpovědnými. Každý z nás se tedy stává zodpovědným za to, kým je. Zatímco v tradiční společnosti, ve které panovala raná modernita, byla základem identifikace jedince příslušnost ke třídám (na rozdíl od zděděné příslušnosti ke stavům), která byla založena na aktivním přizpůsobování se určitým typům a vzorcům chování, v současné fázi modernity ztrácejí identity jedinců pevnější zakotvení. Dle

Barmana „dnešní společnost nahrazuje heteronomní určení sociálního postavení povinným a závazným sebeurčením.“ (Bauman 2002, 58) Volba identity tedy není omezena žádnými fixními charakteristikami připsanými a determinovanými narozením. Řečeno ve zkratce: v moderní společnosti se lidská identita mění z čehosi daného v úkol jedince a jedinec si tedy může vybrat způsob své realizace a podle toho také zvolit způsob svého života a svůj životní styl (Bauman 2002).

Dnešní svět lze tedy označit jako svět svobodně si vybírajících jedinců, přičemž možnosti jejich volby stále rostou. Jedinec si může zvolit své vzdělání, zaměstnání, partnera, způsob života a mnohé další. Způsob odívání, které dnes znamená více, než pouhý kus látky zahalující tělo, bezesporu patří k základním volbám, které má jedinec k dispozici. Protože záleží jen na jedinci, jaké příležitosti volby využije, a protože důsledky svého rozhodnutí si ponese sám, je pro něj podstatné, jak si s podobnými problémy radí druzí – hledá ty, kteří by mu mohli poradit, či ze kterých by si mohl vzít příklad a jejichž volbou by se mohl inspirovat.

To, že se dnes jedinci snaží vyjádřit svou identitu prostřednictvím oděvu a dát tak na první pohled najevo, že jsou součástí určité komunity, lze rovněž „připsat na účet“ charakteru soudobé společnosti. Reakcí na růst nejistoty a křehkosti lidských vazeb je snaha hledat bezpečí v uniformitě komunity založené na společné, zpravidla etnické, identitě. Komunita je založena na zdůrazňování vzájemné podobnosti a zdůrazňování odlišností vůči jiným a jejich odmítání (Bauman, 2002).

### 1.3.1. DIY

Jedním ze znaků současné společnosti je skutečnost, že se jedinci do svých identit nerodí, ale musí si vytvořit své vlastní já a svou identitu si „najít“. Tvorbou vlastního já se ve svém díle zabývá například Beck (2002), podle kterého se z tvorby já stává projekt „udělej si sám“. Udělej si sám, neboli do-it-yourself project, představuje jakýsi projekt, ve kterém jedinec tvoří svou vlastní identitu. Úkol utvořit si svou vlastní identitu pro jedince přináší dva typy důsledků. Prvním důsledkem, na který je dnes nahlíženo jako na pozitivum, je skutečnost, že je jedinec zbaven veškerých vazeb a pout, které ho svazovaly v tradiční společnosti. To, že se jedinec nerodí s příslušností k určitému stavu, mu umožňuje seberealizaci, zvolení životního stylu a mnohé další. Důsledek druhý, který lze považovat za negativum, vyplývá z faktu, že jedinec přebírá plnou odpovědnost za vykonání a naplnění projektu DIY. Tato odpovědnost s sebou jedinci přináší nelehký úkol, jehož naplňování bývá zdrojem neklidu a úzkosti z nezdaru. Jedinec si je vědom oslabení tradičních zdrojů identity, kterými byly například



rodina, náboženství a identita, a zároveň se neumí orientovat ve stále se rozšiřujícím množství voleb. Já je viděno jako reflexivní projekt, za který je jedinec zodpovědný. Nejsme tím, kým jsme, ale tím, koho ze sebe uděláme“(Giddens 1991,75).

#### 1.4. Role oděvu v rámci sociální interakce

Snad každý z nás již někdy slyšel rčení „šaty dělají člověka“, které zcela jistě patří k základům lidové slovesnosti. S tím, jak si jedince se kterými přijdeme do styku identifikujeme a jaký si na ně uděláme názor, nám šaty skutečně napomáhají a zároveň jimi předáváme informace o nás samých a slouží nám tedy jako důležitý komunikační prostředek. Oděv je tedy prostředek, jímž komunikujeme se světem, jehož prostřednictvím zjevujeme informace o sobě i o našich názorech na svět.

Hlavním faktorem, který rozhodně, jak si ony zmiňované šaty zařadíme, jakou představu si o jejich nositeli vytvoříme, však nejsou samotné šaty, ale význam, který jim jakožto symbolu připisujeme. Symbolická hodnota, kterou šaty nesou a význam, který jí, ať už jako pozorovatel, či aktér, připisujeme, však není ničím daným a neměnným. Naše reakce a odpověď na konání jiného člověka, kterého vnímáme jako celek, tedy i s jeho oděvem, je založena na tom, jaký význam konkrétnímu konání přikládáme. Tento předpoklad, na kterém stavím tuto část práce, vychází z teorie symbolického interakcionismu, kterým se ve svém díle zabývali například Herbert Blumer a Erving Goffman. Dle teorie symbolického interakcionismu lze tedy říci, že význam oděvu je sociální konstrukt. Jinými slovy: *„svět, který nás obklopuje, je závislý na našem přístupu k němu. Lidé jsou aktivní bytosti, které při svých setkáváních navzájem vyjednávají podobu reality. Lidský svět je v tomto smyslu výtvorem těch, kdo v něm žijí“*(Keller 2010,75). Abychom mohli mluvit o symbolickém interakcionismu je potřeba, abychom vycházeli z následujících premis: *„1) Lidské bytosti jednají na základě významů, které přikládají všem věcem, jež je obklopují. 2) Tyto významy nejsou vlastností samotných věcí, jsou produktem sociální interakce probíhající mezičleny společnosti. 3) Tyto významy nejsou stabilní, mohou být neustále pozměňovány a redefinovány v průběhu nových interakcí“*(Keller 2010,75).

### 1.4.1. Sociální interakce

Sociální interakce je proces, který spočívá v působení jedince nebo skupiny na jiného jedince nebo skupinu. Tento proces může mít podobu verbální i neverbální. Jde o jakoukoli formu setkání mezi jedinci či skupinami. Toto působení vyvolává reakci. Převzato do poněkud konkrétnějších termínů můžeme říci, že sociální interakce je jakýmsi vzájemným ovlivňováním jednání všech aktérů, kteří se konkrétní sociální interakce účastní (www.wikipedia.cz). Jedním z významných klasiků, kteří se sociální interakcí zabývali je Goffman. Goffmanův přístup k sociálním interakcím lze nazvat přístupem dramaturgickým (Giddens 1999). Nejen z toho důvodu, že užívá divadelnické, respektive obecněji dramaturgické metafory a pojmy, pomocí nichž popisuje sociální realitu, ale především proto, že pojímá sociální aktéry jako herce, kteří před svým okolím inscenují představení, jehož prostřednictvím záměrně vyvolávají v přihlízejících určitý dojem. Tento dojem je pak oním stimulem, který podněcuje jednání druhého aktéra vůči prvnímu a tím se uzavírá určitý kruh vzájemného ovlivňování (Šmíd 2010).

V průběhu sociální interakce působí celá řada faktorů. Při přímé sociální interakci hraje hlavní roli řeč a obsah jedincova sdělení. Důležitá je však i neverbální komunikace, tedy mimika, gesta a vzhled. Při nepřímé sociální interakci již máme k dispozici pouze komunikaci neverbální a na vzhled jedince se tedy zaměřujeme výrazně podstatněji. Důležitou skutečností hrající roli v průběhu neverbální komunikace je to, že se z velké části jedná o komunikaci neuvědomělou a tudíž nezamýšlenou. Dalším důležitým poznatkem je, že aktéři při sociální interakci jednají záměrně určitým způsobem, snaží se zvolit takový způsob, kterým ve svém okolí vyvolají žádanou reakci.

Úloha oděvu může být, dle mého názoru, v sociální interakci jak komunikací nezamýšlenou, tak komunikací záměrnou. To zda náš oděv bude hrát takovou úlohu, jakou si zrovna přejeme, není tedy jen otázkou toho, jak oděv zvolíme, ale také toho, jaký význam mu přiřadí jedinci, s kterými přijdeme do styku. Ukažme si to na příkladu. Obleče-li si žena u příležitosti večere v restauraci krátké šaty s odhaleným dekoltem, zcela jistě tak udělá proto, aby zapůsobila na svůj doprovod a jednoduše se zalíbila. Její partner si její oděv přečte jako symbol, řekněme symbol krásy a ženskosti, a zareaguje tak, jak si žena přála. Sednou-li si však ke stolu vedle postaršího páru, může si přihlízející pár pomyslet, že má žena nevhodné šaty, které příliš odhalují a jsou pro danou příležitost neodpovídající, popřípadě můžou šaty zapůsobit nevhodně pouze na přihlízející ženu, která při pohledu pocítí žárlivost. Stejně tak by se mohli posadit vedle páru jiné národnosti a tedy i jiných kulturních zvyků, pro které by míra

odhalenosti byla nezvyklá a tedy poněkud rušivá. Příkladů, kde by si každý aktér sociální interakce vyložil symboliku oděvu jiným způsobem, by šlo vymyslet nepočítaně. Hlavním poznatkem, který z příkladu vidíme, je, že má každý jedinec svůj kódovací systém, pomocí kterého vnímá znaky vysílané jedinci ve svém okolí. To jaký kódovací systém používáme, je ovlivněno celou řadou faktorů, mezi které patří národnost, víra, věk, pohlaví, vzdělání, zkrátka vše co utváří naší osobnost a co na nás působilo v průběhu socializace. Lze předpokládat, že příslušníci jedné kultury budou kódovat významy symbolů podobněji než jedinci z odlišného kulturního prostředí. Stejně tak mladí lidé přisuzují oděvu jiné významy než jejich prarodiče. Na tuto problematiku se pokusím zaměřit ve své výzkumu prostřednictvím toho, jak respondenti vnímají reakce okolí na jejich oděv a naopak jaký význam mu přiřazují oni sami.

## 2. Metodologie

Cílem této kapitoly je popis zvolené metodiky, tedy nastínění toho, jaké metody jsem pro zpracování výzkumného problému použila a objasnit, proč jsem zvolila právě tyto metody.

### 2.1. Cíl výzkumu

Téma své práce, jak jsem již zmínila v úvodu, jsem si zvolila čistě na základě svého zájmu o problematiku odívání a stejně tak jsem si zvolila i téma výzkumu. Hlavním cílem výzkumu je ukázat, jaký význam respondenti svému oděvu připisují, jakou roli v jejich životě hraje a do jaké míry je ovlivňuje. Dále bych se chtěla zaměřit na to, jakým způsobem jedinci žijící v postmoderní společnosti, přistupují k vyjadřování své identity prostřednictvím stylu svého odívání a proč zvolili právě takovýto styl. Zajímalo mě, jestli si respondenti uvědomují význam svého oděvu jakožto součásti své identity a zda na něj nahlízejí jako na společenský komunikátor ovlivňující jejich vztahy s okolím. V neposlední řadě se věnuji konkrétnímu oděvu respondentů, který mi prezentovali, jakožto typický pro svůj styl, a tomu, jaký význam pro ně má a proč se rozhodli právě pro něj.

### 2.2. Výzkumná otázka

Důležitou součástí vyhodnocení kvalitativního výzkumu je výzkumná otázka. „Výzkumnou otázkou je ve výzkumu podle zakotvené teorie výrok, který identifikuje zkoumaný jev. Tento

výrok říká, na co přesně se chceme zaměřit, a co chceme o daném předmětu vědět.“ [Strauss, Corbinova 1999:24] Vzhledem k rozsáhlému množství dat, které jsem díky rozhovorům měla k dispozici, mi položení výzkumné otázky jasně vymezilo, jakou oblastí problematiky se budu zabývat a jaká data z rozhovorů jsou pro mě podstatná. „Taková otázka pomůže badateli začít s výzkumem a zároveň mu v průběhu výzkumu usnadní zůstat zaměřený na jeho předmět.“ [Strauss, Corbinova 1999:25] Hlavní otázky, na které se ve své práci pokouším nalézt odpovědi, jsou: Jakou roli hraje v životě respondentů oděv, a jakou důležitost a význam mu připisují? Do jaké role se jeho prostřednictvím stylizují a přikládají-li mu nějaký hlubší význam nebo se jedná pouze o estetickou či módní záležitost? Co chtějí respondenti svým stylem oblékání sdělit svému okolí a s jakými reakcemi se setkávají? Vnímají respondenti í svůj oděv jako nástroj přibližující je s určitou skupinou lidí, či naopak jako na nástroj odlišení, který stanovuje hranice mezi nimi a zbytkem společnosti?

### 2.3. Teoretická východiska

#### 2.3.1. Kvalitativní výzkum

„Termínem kvalitativní výzkum rozumíme jakýkoliv výzkum, jehož výsledků se nedosahuje pomocí statistických procedur nebo jiných způsobů kvantifikace.“ [Strauss, Corbinova 1999:10] A právě tak, jako ke kvantitativnímu výzkumu patří statistické procedury, tak i v případě kvalitativního výzkumu existují různé analytické a interpretační postupy. Za pomoci těchto analytických postupů lze o zkoumaném jevu získat detailní informace, které se kvantitativními metodami získat nedají. To je hlavním důvodem, proč jsem si metodu kvalitativního výzkumu zvolila jako klíčovou pro získání dat.

Dle Strausse a Corbinové jsou dovednosti potřebné pro provozování kvalitativního výzkumu následující: dovednost odstoupit a kriticky analyzovat situaci, rozeznat a vyhnout se zkreslení, získat platné a spolehlivé údaje a schopnost abstraktního myšlení. Dále badatel potřebuje teoretickou a sociální vnímavost, schopnost udržet si analytický odstup atd. [Strauss, Corbinová 1999:10]

#### 2.3.2. Zakotvená teorie

Obecná definice zakotvené teorie dle Strausse a Corbinové zní: „Zakotvená teorie je teorie induktivně odvozená ze zkoumání jevu, který reprezentuje. To znamená, že je odhalena,

vytvořena a prozatímně ověřena systematickým shromažďováním údajů o zkoumaném jevu a analýzou těchto údajů. Proto se shromažďování údajů, jejich analýza a teorie vzájemně doplňují. Nezačínáme teorií, kterou bychom následně ověřovali. Spíše začínáme zkoumanou oblastí a necháváme, ať se vynoří to, co je v této oblasti významné“ [Strauss, Corbinová 1999:14]. Metodu zakotvené teorie jsem tedy zvolila zejména proto, že žádná ze stávajících teorií přesně neodpovídá mnou zkoumané oblasti a nelze je tedy v plné míře aplikovat.

## 2.4. Použitá metoda

### 2.4.1. Rozhovory

Jako hlavní výzkumnou metodu jsem zvolila metodu polostrukturovaných rozhovorů. Polostrukturovaný rozhovor je částečně řízený rozhovor, kdy jsou předem připravené dané soubory otázek, které musí odeznít, avšak jejich pořadí se může měnit. Tazatel může znění otázek pozměnit na základě znalostí respondenta, může také pokládat doplňující otázky. Při této variantě je zpracování získaných informací jednodušší než u volného rozhovoru (Reichel 2009,111). Tato metoda mi přišla vhodná zejména proto, že jsem neměla před provedením rozhovorů ucelenou představu o tom, jakým směrem se rozhovory budou ubírat.

Před stanovením struktury rozhovorů jsem se nejprve seznámila s dostupnými informacemi o daném tématu a snažila se v problematice, kterou se výzkum zabývá, zorientovat, jak je pro metodu polostrukturovaných rozhovorů typické. Před provedením prvního rozhovoru jsem si tedy vytvořila strukturu rozhovoru, ve které jsem se pomocí široce formulovaných otázek snažila obsáhnout okruhy témat, které směřují k poznání problému, a které by dle mého názoru mohly odhalit zajímavé skutečnosti.

Při výběru otázek jsem nejprve zvolila otázky týkající se popisu situace a mající spíše širší záběr. Pomocí těchto otázek jsem chtěla zjistit základní údaje o respondentovi a vytvořit si přehled o respondentově životní situaci. Další otázky jsem volila především tak, abych odpověďmi respondentů obsáhla všechny oblasti, na které jsem se chtěla zaměřit. Mezi tyto oblasti patří:

- Respondentův zájem o africké odívání (vznik, motiv, přetrvávání atd.)
- Význam oděvu a připisované funkce (hlubší smysl, míra „modernosti“ oděvu atd.)
- Respondentova představa o africkém odívání (slučující se s realitou, přílišná exotizace africké společnosti...)

- Vliv respondentova odívání na každodenní život (pohled okolí, příslušnost k určité skupině lidí, postoj partnera/rodiny...)
- Pořizování oděvu a jeho volba (kde respondenti oděvy pořizují, kam a jak často je nosí...)

Většina rozhovorů proběhla u respondentů doma, nebo na jimi vybraném místě, nejčastěji v kavárně či čajovně. Myslím, že volba místa rozhovoru přispěla k dosažení uvolněnějšího prostředí a zabránila případné nervozitě respondentů. V průběhu rozhovorů jsem usilovala o maximální nezajatost a dodržení základních pravidel vedení rozhovorů, tak jak je uvádí Hendl (2008). Mohu říci, že všechny rozhovory proběhly bez vážnějších obtíží a zcela splnily požadavky, které jsem od nich očekávala. Nejpozitivněji hodnotím skutečnosti, že rozhovory v průměru trvaly více jak 90 minut a respondenti v jejich průběhu hovořili velmi otevřeně. Za hlavní důvod, proč respondenti o svém odívání hovořili s tak velkým zaujetím, považuji to, že pro ně oděv není pouze funkční záležitostí, ale považují ho za jednu ze svých zálib a podstatnou část své osobnosti, jak dále potvrzují v analytické části. Všechny respondenty jsem informovala o cíli a plánovaném použití mého výzkumu a ujistila je, že nahrávky rozhovorů a z nich získaná data nebudou použita k jiným účelům

#### 2.4.2. Výběr respondentů

S počátečním přístupem k respondentům mi před prvním rozhovorem pomohla má dlouholetá známá, která se pohybuje ve společnosti jedinců zabývajících se hrou na africké bubny. S touto subkulturou byla více či méně asociována většina mých respondentů. Po uskutečnění prvního rozhovoru jsem dotazovaného respondenta požádala o doporučení „někoho dalšího“ s kým bych mohla rozhovor provést. Tuto metodu výběru bych tedy označila jako lavinový výběr, neboli snowball technique. Podstata lavinového výběru spočívá v tom, že jednotliví respondenti zprostředkovávají kontakt výzkumníka s dalšími respondenty. Velmi dobře se hodí pro těžko dostupné populace s vnitřní strukturou (sekty, party, klany). Je-li proveden přesně podle daných pravidel, zaručuje u malých/skrytých populací velmi dobrou míru reprezentativnosti. (Ježek, Vaculík, Wortner, 2011). Skutečnost, že skupina respondentů, získaná touto metodou výběru je značně uzavřená, v tomto případě nepovažuji za negativum, a to zejména z důvodu, že mým cílem není vytvořit teorii zobecnitelnou na celou populaci. Celkový počet respondentů, kteří se zúčastnili mého výzkumu, byl 10. Z toho 7 žen a tři muži. Věkové rozmezí respondentů bylo 24 – 41 let. Vzhledem k tomu, že jsem požadavky na respon-

denty, a tedy i jejich zdroj, několikrát změnila, a vytvořila si tedy představu o možných zdrojích respondentů, si myslím, že se mi nakonec podařilo sehnat skupinu respondentů v rámci možností zajímavou a rozmanitou.

## 2.5. Zpracování nasbíraných dat

V této části práce podrobněji popíši postup, jakým jsem s nasbíranými daty pracovala, a pokusím se stručně vystihnout hlavní kroky přípravy dat pro následnou analýzu. Provedené rozhovory jsem si v rámci přípravy dat pro analýzu nejprve důkladně poslechla a následně převedla do textové podoby. V rámci transkripce jsem rozhovory nepřepisovala celé, ale pouze ty pasáže, které se týkaly témat, které jsem si vybrala k podrobnějšímu zpracování. Následně jsem provedla redukci dat prvního řádu, jejímž cílem je učinit přepis plynulejším a usnadnit analytickou práci s ním. Redukcí prvního řádu rozumíme proces transformace plné (doslovné) transkripce záznamu interview nebo ohniskových skupin do plynulejší podoby, vhodnější pro další analytickou práci (Miovský 2006). Tímto krokem jsem z dat odstranila všechny části, které nenesly žádnou podstatnou informaci, a které nebyly použitelné pro cíle mého výzkumu, čímž jsem provedla výraznou redukci dat.

Rozhovory převedené do textové podoby jsem si několikrát přečetla, a poté jsem zvolila metodu kódování tak, aby byla v souladu se zvolenou metodou zakotvené teorie. *„Analýza neboli kódování představuje operace, pomocí nichž jsou údaje rozebrány, konceptualizovány a opět složeny novými způsoby. Je to ústřední proces tvorby teorie z údajů.“* [Strauss, Corbinova 1999:39] Existují tři hlavní typy kódování (otevřené, axiální a selektivní), které společně tvoří podstatu analýzy dat. Hranice mezi jednotlivými typy kódování jsou uměle vytvořené, a proto je od sebe nelze jednoznačně oddělovat.

V rozhovorech jsem si tedy vyznačila pasáže, ve kterých jsem objevila údaje týkající se mnou zvolených témat, a pokusila jsem se o výběr a označení ústředních poznatků. Informace týkající se jednotlivých témat, které jsem si barevně označila, jsem si vypisovala a snažila se mezi nimi najít určité spojitosti a vytvořit kategorie, které se relevantně vztahují ke zkoumaným tématům. Dále jsem mezi jednotlivými jevy hledala souvislosti a pokusila se o zobecnění jednotlivých jevů a zkonstruování obecných výpovědí. Při konstruování obecných výpovědí jsem se snažila zohlednit skutečnost, že odpovědi na otázky jsou relativní, nikoliv absolutní (odehrávají se v určitém kulturním, společenském, aj. kontextu, který musí tazatel znát a uvědomovat si ho).

## **Analytická část**

Smyslem této kapitoly je předložit čtenáři výsledky analýzy rozhovorů, které jsem získala v rámci provedeného výzkumu. Navzdory skutečnosti, že jsem během svého výzkumu nasbírala velké množství dat, která zahrnovala nejrůznější oblasti výzkumné problematiky, jsem se s ohledem na rozsah této práce rozhodla prezentovat pouze ty výsledky, které považuji za nejzajímavější, a ke kterým se mi podařilo nalézt relevantní teoretický základ. Doufám, že se tímto zúžením oblasti prezentovaných výsledků vyhnu jejich přílišné povrchnosti a všeobecnosti, a naopak se mi podaří vystihnout několik zajímavých poznatků, které nejsou při pouhém zamyšlení nad problematikou zjevné.

K podrobnějšímu rozpracování jsem si vybrala dvě témata, což jsem zohlednila i ve struktuře kapitoly, která je rozdělena na dvě části. První téma je oděv jakožto tvůrce identity jedince, druhé téma je oděv jakožto komunikační nástroj a třetí pojednává o konkrétní podobě oděvu respondentů. Kapitolu jsem koncipovala tak, abych u jednotlivých částí uvedla výsledky své studie, dokumentovala je na příslušných ukázkách z rozhovorů a popřípadě doplnila o komentář některého z autorů, z jejichž teorie čerpám. V části zabývající se významem oděvu jakožto identifikačního nástroje a tvůrce identity jedince se věnuji tomu, jakou důležitost a význam respondenti svému oděvu připisují. Do jaké role se jeho prostřednictvím stylizují a přikládají-li mu nějaký hlubší význam nebo jedná-li se pouze o estetickou či módní záležitost. V druhé části věnované oděvu jako komunikačnímu prostředku a nástroji sociální interakce se zaměřuji na to, co chtějí respondenti svým stylem oblékání sdělit svému okolí a zda respondenti vnímají svůj oděv jako nástroj sbližující je s určitou skupinou lidí, či naopak jako nástroj odlišení, který stanovuje hranice mezi nimi a zbytkem společnosti.

### **Oděv jako tvůrce identity jedince**

V této části analýzy se zabývám otázkami: Jakou roli hraje v životě respondentů oděv a jakou důležitost a význam mu připisují? Do jaké role se jeho prostřednictvím stylizují a přikládají-li mu nějaký hlubší význam nebo se jedná pouze o estetickou či módní záležitost?

Dle Baumana (2002) není identita sociálních aktérů v druhotně moderní společnosti něčím daným, ale je na ni pohlíženo jako na úkol individua. Tuto skutečnost si uvědomují i



respondenti a přiznávají, že je pro ně oděv nedílnou součástí jejich identity, což dokazují i následující úryvky z rozhovorů.

*Daniela: (...)“ myslí, že si každé z nás někdy hledal místo, kam patří, kde se cítí dobře a co mu jednoduše sedí. A já jsem si to našla v tomhle stylu a jsem spokojená. Vím, kdo jsem a co od života chci a jsem spokojená“.(...)*

*Zuzana: (...) „většina lidí kolem mě má svůj styl. Nemyslím tím jen oblečení, ale je to spojený s hudbou, společností, koníčky a životem celkově. A to jim ukazuje jakousi cestu, kterou se ubírat. A to jo dneska podle mě opravdu důležitý. Někdo se hledá a hledá, bojí se zkusit něco nového, odlišit se a třeba se kvůli tomu ani nikdy nenajde“.(...)*

Z těchto úryvků vidíme, že si respondenti uvědomují, že je jejich styl odívání spojen s jejich identitou a že jim dokonce pomohl si svou identitu najít. Postoj respondentů v této otázce bych se nebála připodobnit k teoretickému základu, který zmiňuje Bauman (2002,35), když se zamýšlí nad výhodami a nevýhodami svobody v rámci emancipace a když vyjadřuje lítost nad „ubohými lidmi“, kteří jsou obelháváni, klamáni a sváděni, aby se vzdali vši naděje na svobodu a rozhořčení nad „tupou masou“, která není ochotná nést riziko a odpovědnost, jež jdou ruku v ruce se skutečnou nezávislostí a seberealizací. Dle mého názoru si respondenti na svém stylu odívání zakládají zejména z důvodu, že jim poskytuje pocit originality, nezávislosti a určité formy svobody.

Všichni respondenti odpověděli, že pro ně má oděv hlubší význam než pouze estetický. Pokud zmiňovali vizuální pozitiva svého stylu, jednalo se vždy o ženy. Hlavním významem oděvu v životě respondentů je dle jejich odpovědí vyjádření jejich životního stylu a předmětu jejich zájmu – příslušnosti k určité subkultuře.

*Daniela:(...)“No samozřejmě se neoblíkám, tak jak se oblíkám, jen proto, že mám ráda barvy a pohodlí. Je to součást toho, kdo jsem.(...) Ostatní stránky mojí osoby nejsou na první pohled patrné, nemám napsáno na čele, že preferuju fair trade, že hraju v kapele ani nic jiného a tím oděvem ukazuji to, kam patřím.“*

Dále mi jako zajímavé přijde zjištění, že několik z respondentů, aniž bych na toto téma zavedla v rozhovoru řeč, zmínilo finanční stránku pořizování oděvu, kterou považují za velmi

negativní. Je nesporné, že se většina respondentů snaží odlišit od mainstreamu a tak trochu se distancovat od zbytku populace, ale zároveň se staví do role „pohodářů“, kterým je vše jedno. Z tohoto důvodu mi přišlo překvapující, jak intenzivně se jedinci o svůj vzhled zajímají a starají.

*Jirka: (...)máme s přítelkyní vybrané obchody, ve kterých nakupujeme. Většina z nich je na internetu, protože kamenných obchodů u nás moc není a v těch co jsou, se toho moc pořádit nedá. Další kritérium je cena. Je jasný, že to není nejlevnější záležitost, což nás kolikrát docela odrazuje.“*

Tato skutečnost mě do jisté míry překvapila. Od respondentů jsem vzhledem k jejich životnímu stylu a zejména vzhledem k tomu, jak během rozhovorů působily větší míru

### **Oděv jako komunikační nástroj**

V této části analýzy se pokusím nalézt odpověď na otázky: Co chtějí respondenti svým stylem oblékání sdělit svému okolí a s jakými reakcemi se setkávají? Vnímají respondenti i svůj oděv jako nástroj přibližující k určité skupině lidí, či naopak jako nástroj odlišení, který stanovuje hranice mezi nimi a zbytkem společnosti?

Lidem ve svém okolí vysíláme svým oblečením určité informace. Sdělujeme, kdo jsme, kam ve společnosti zapadáme a tedy i jak by se k nám měli chovat a jednat s námi. Tuto skutečnost si uvědomují i všichni respondenti a to, že si jejich okolí vytváří představu o jejich osobě na základě jejich vzhledu, v některých případech vyloženě očekávají.

*Monika: (...)Tak samozřejmě si uvědomuju, že tím, jak jsem oblečená, působím na lidi kolem sebe. Ten můj styl není úplně běžný, nevidí se to tak často a tak to moje okolí zaujme ještě víc, než normální oblečení.*

Dalo by se tedy říci, že nám oděv slouží jako komunikační prostředek. Stejně signály, které vysíláme tím, co máme na sobě, také zároveň přijímáme od jiných lidí.

Respondenti se ve svém okolí setkávají s velkým množstvím reakcí na svůj zevnějšek, přičemž většina z nich je pozitivní. Což je do určité míry důsledkem toho, že ve svém okolí mají lidi s podobným životním stylem a názory.

*Petra: (...),,abych řekla pravdu, tak se stane docela často, že se na mě na ulici někdo usměje, že mě někdo pochválí. Většinou to bývají ženy a téměř vždy mojí generace, což se mi*

*na tom líbí nejvíc. Těší mě vidět, že nemusím nosit minisukně, podpatky a utrácet za to peníze, aby se moje oblečení někomu líbilo.“*

Z odpovědí respondentů je tedy vidět, že si účastníci sociální interakce vykládají symboliku oděvu rozdílně. To, jak kdo symboliku oděvu vnímá, je zcela jistě ovlivněno věkem, pohlavím, prostředím a situací účastníků sociální interakce. Jak vidíme v předchozí ukázce, tak pozitivní reakce dostávají respondenti od příslušníků své věkové kategorie, což by dle mého názoru bylo zajímavé téma k výzkumu.

Většina respondentů se však setkala i s určitou formou negativní reakce. Dojde-li k negativní reakci okolí, připisují respondenti tomu, že jedinci z jejichž strany vzejde, mají jiný životní styl a jiné hodnoty.

*Zuzana: (,,) To, že se na mě někdy někdo divně dívá bych nenazvala negativní reakcí. Je normální, že někdo pro něco nemá pochopení, že mu to nesedí...určitě i existují situace, ve kterých by ta reakce okolí byla hodně negativní, ale těm já se vyhýbám. tak já vím, že kdybych šla do opery, tak se na mě budou lidi dívat divně a asi bych si i poslechla nějaký poznámky, ale já tam nechodím a chodit nechci.“*

Názory respondentů se velmi rozcházejí v tom, zda oni sami hodnotí jedince podle toho, jak se oblékají a zda na to nějak reagují.

*Jirka: (...) Já se nedívám, co má kdo na sobě a určitě to nijak nehodnotím a nikoho podle toho nesoudím, myslím, že to není podstatné a dneska už bych takovejhle přístup očekával od všech. Nechápu, proč někdo řeší, co nosím já (...)To, že nikoho nehodnotím podle toho, co má na sobě neznamena, že to úplně ignoruju. Spíš to myslím tak, že nikoho neodsuzuju. Když uvidím holku, která je hezky oblečená, tak to určitě vnímat budu (smích)(...):*

Nicméně si uvědomují, že ačkoli oděv ostatních nehodnotí, vnímají signály oděvem vysílané, stejně jako všichni ostatní.

## **Závěr**

Při pohledu na jakékoliv časové období lidských dějin lze pozorovat určité módní tendence a jim podléhající změny v mnoha odvětvích lidské kultury, a to jak kultury materiální, tak duchovní. Módním tendencím podléhá nejen oděv, architektura a umění, ale i výklad světa, uspořádání společnosti a v neposlední řadě i lidské chování a názory. To, že móda podléhá času, je nesporné, nicméně lze v dnešní, vysoce diferenciované společnosti nalézt zastoupení všech stylů a směrů. Ve své práci jsem se pokusila na fenomén mody

nahlédnout tak, jak k němu ve svém díle přistupuje Lipovetsky (2002) a k odívání jsem nepřistupovala jako k nezávislému jevu ale spíše jako sociálně zkonstruovanému produktu vycházejícímu z konkrétního kulturně-sociálního prostředí.

Kromě teoretické části přináší tato bakalářská práce výsledky kvalitativního výzkumu, který jsem provedla prostřednictvím rozhovorů s deseti respondenty. Cílem výzkumu bylo nalézt odpověď na mnou stanovené výzkumné otázky. Jakou roli hraje v životě respondentů oděv, a jakou důležitost a význam mu připisují? Do jaké role se jeho prostřednictvím stylizují a přikládají-li mu nějaký hlubší význam nebo se jedná pouze o estetickou či módní záležitost? Co chtějí respondenti svým stylem oblékání sdělit svému okolí a s jakými reakcemi se setkávají? Vnímají respondenti i svůj oděv jako nástroj přibližující je s určitou skupinou lidí, či naopak jako na nástroj odlišení, který stanovuje hranice mezi nimi a zbytkem společnosti?.

Mohu říci, že na všechny zvolené výzkumné otázky, jejichž zodpovězení bylo jedním z hlavních cílů této práce, se mi podařilo nalézt odpovědi. Analyzováním odpovědí respondentů se ukázalo, že oděv pro respondenty není pouze otázkou estetického vyjádření, ale snaží se jeho prostřednictvím vyjádřit svou osobnost a poukázat na to, jaké místo ve společnosti zaujímají. Oděv pro ně tedy hraje roli komunikačního nástroje, jehož prostřednictvím komunikují a jsou dle něj posuzováni. Respondenti si uvědomují, že je jejich okolí vnímá na základě toho, jak jsou oblečeni, a i k nim tak přistupuje. Do značné míry to od svého okolí dokonce očekávají, což bych u některých respondentů neváhala označit za exhibicionismus. Všichni respondenti mají k africké kultuře hlubší vztah a zajímají se i o jiné kulturní oblasti než je odívání. Odívání berou jako prostředek, kterým mohou svůj životní styl a oblast svého zájmu sdělit svému okolí.

Specificita oděvního stylu respondentů je tak výrazná, že bylo možné očekávat časté reakce jejich okolí. Všichni respondenti uvedli příklad pozitivní reakce svého okolí a podotýkali, že se s pozitivními reakcemi setkávají velmi často. Tyto reakce pocházejí jak od jedinců z jejich bezprostředního okolí, tak od zcela náhodných jedinců. Vzhledem k této skutečnosti lze říci, že oděvnímu stylu respondentů bývá jakožto symbolu v rámci symbolického interakcionismu připisován pozitivní význam. Zhruba polovina respondentů uvedla, že se setkali i s vyloženě negativní reakcí, přičemž lze říci, že tato reakce vždy vzešla z rozdílnosti kulturních a životních hodnot.

Odpovědi respondentů se velmi rozcházelí v tom, zda oděv vnímají jako nástroj přibližující je s určitou společenskou skupinou, či naopak jako na nástroj odlišení, který stanovuje hranice mezi nimi a zbytkem společnosti. Přestože někteří z respondentů přímo neuvedli, že by se svým oděvem úmyslně přibližovali určité společenské skupině je diskutabilní, do jaké míry si svůj styl odívání vytvořili působením dané skupiny. Vzhledem k tomu, že jsou všichni respondenti členy jedné subkultury, a je očividné, že na ně tato subkultura má určitý vliv, je zajímavé, že si tento vliv někteří z nich nepřiznávají. Respondenti se spíše klaní k názoru, že si svou identitu vytvořili sami, a že je s jejich subkulturou pojí pouze společné zájmy a názory.

Tyto a další závěry uvedené v části práce věnované analýze rozhovorů, nám ukazují, že ačkoliv jedinci, kteří inspirují svůj oděv africkým prostředím, mohou zanechávat dojem, že jim na jejich vzhledu nezáleží a že se jich problematika odívání nedotýká, připisují svému oděvu stejnou důležitost jako lidé, sledující hlavní módní proud. S ohledem na podobu oděvu respondentů, lze jejich styl odívání označit za natolik specifický, že se s jeho pořizováním a každodenním nošením pojí řada komplikací. Tato skutečnost nám rovněž potvrzuje fakt, že oděv pro respondenty hraje významnou roli a vyžaduje z jejich strany určité úsilí.

Co se týká zhodnocení volby použité výzkumné metody, tedy polostrukturovaných rozhovorů, myslím, že jsem zvolila nejlepší možné řešení. Vzhledem k povaze výzkumných otázek a poznatků, které jsem chtěla získat, hodnotím kvalitativní dokonce jako jediný adekvátní postup. Bezesporu by bylo zajímavé i zhodnotit stav výskytu „obdivovatelů“ afrického odívání v naší společnosti, nicméně si myslím, že vzorek respondentů by nebyl dostatečně reprezentativní a výsledky, které by přinesl, by pravděpodobně nešli zobecnit na celou populaci. Stejně kladně bych hodnotila i volbu dotazovaných respondentů, řadu zajímavých jedinců s originálním pohledem na svět a s neméně originálním přístupem k odívání.

Jako poslední bych ráda podotkla, že při vyhledávání zdrojů relevantních k vypracování této práce jsem narazila na celou řadu prací zabývajících se historií a vývojem odívání, podobou oděvu v nejrůznějších dobách a místech, symbolikou, kterou oděv značí či vlivem módního průmyslu na hospodářské systémy, a nijak zvlášť mě tato skutečnost nepřekvapila. Tento fakt ve svém díle zmiňuje i Lipovetsky (2002): „*Jistě, tomuto tématu se již věnovala četná díla. Máme skvostná líčení historické podoby oděvů, nechybějí nám precizní monografie o módních oborech a tvůrcích, statistické údaje o výrobě a spotřebě ani historické a sociologické studie o proměnách vkusu a stylů.*“ Z tohoto můžeme usoudit, že odívání a

fenomén módy vzbuzují v dnešní společnosti zájem a v řadu z nás nutí k hlubšímu zamyšlení nad problematikou s těmito tématy spojenou. Stejně tak i volba oděvu pro mnohé z nás znamená více než jen pohled z okna a zhodnocení počasí. Je to činnost značně promyšlená, činnost každodenní a v mnohých situacích činnost důležitá. Doufám tedy, že poznatky, které jsem v této práci shrnula a stejně tak i závěry, které jsem vyvodila ze svého výzkumu, budou pro kohokoliv jakýmkoliv způsobem přínosné a inspirativní.

## Použité zdroje

### Literatura:

BAUMAN, Zygmunt. *Tekutá modernost*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2002, 343 s. ISBN 80-204-0966-1.

BECK, Ulrich a Elisabeth BECK-GERNSHEIM. *Individualization: institutionalized individualism and its social and political consequences*. London: SAGE, 2002, xxv, 221 p.

ECO, U. 1973. Social Life as a Sign System. In. D. Robey (ed.) *Structuralism: The Wolfson College Lectures 1972*, Cape.

GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Vyd. 1. Praha: Argo, 1999, 595 s. ISBN 80-7203-124-4.

GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebezprezentace v každodenním životě*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1999, 247 s. ISBN 80-902482-4-1.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum : základní teorie, metody a aplikace*. Praha : Portál, 2008. 407 s. ISBN 978-80-7367-485-4.

JIROUŠKOVÁ, Jana. *Černá Afrika*. Praha: Lidové noviny, 2003. 165 s. ISBN 8071063673

KELLER, Jan. *Úvod do sociologie*. 4., rozšířené vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1997, 181 s. ISBN 80-85850-25-7.

KYBALOVÁ, Ludmila a kol. *Obrazová encyklopedie módy*. Praha : Artia, 1973. ISBN 80-7632-1665-0

KYBALOVÁ, Ludmila. *Dějiny odívání*. Praha: Lidové noviny, 1997. ISBN 80-7106-142

LIPOVETSKI, Gilles. *Říše pomíjivosti. Móda a její úděl v moderních společnostech*. Praha : Prostor, 2002. ISBN 80-7260-063

MIOVSKÝ, Michal. VI. ročník konference o kvalitativním přístupu a metodách v Olomouci. *Biograf*. 40-412006179-182, s. 179-182.

REICHEL, Jiří. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Vyd. 1. Praha : Grada, 2009. 184 s. ISBN 9788024730066.

STRAUSS, A.; CORBINOVÁ, J. *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky zakotvené teorie*. 1. vydání. Brno: Nakladatelství Albert Boskovic, 1999. 201 str. ISBN 80-85834-60-X.

SPROLES, George B. *Fashion: Consumer behavior toward dress*. Minneapolis: Burgess Pub. Co., 1979. ISBN 0808735357.

ŠMÍD, Marek. *Oděv v perspektivě symbolického interakcionismu*, 2011. FSS MU – Katedra sociologie

Internetové zdroje:

JEŽEK, S., VACULÍK M., WORTNER W.: *Základní pojmy z metodologie psychologie: Definice a vysvětlení*. Fakulta sociálních studií MU - Katedra psychologie . Dostupné z [http://is.muni.cz/do/1499/el/estud/fss/ps06/psy112/Vaculik\\_M.\\_Jezek\\_S.\\_Wortner\\_V.\\_2006\\_-\\_Zakladni\\_pojmy\\_z\\_metodologie.pdf](http://is.muni.cz/do/1499/el/estud/fss/ps06/psy112/Vaculik_M._Jezek_S._Wortner_V._2006_-_Zakladni_pojmy_z_metodologie.pdf)

*Wikipedie: Otevřená encyklopedie: Móda* [online]. c2012 [citováno 13. 05. 2012]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=M%C3%B3da&oldid=7972803>>

*Wikipedie: Otevřená encyklopedie: Subsaharská Afrika* [online]. c2012 [citováno 18. 05. 2012]. Dostupný z WWW: <[http://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Subsaharsk%C3%A1\\_Afrika&oldid=8327453](http://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Subsaharsk%C3%A1_Afrika&oldid=8327453)>