

**Akademia Sztuk Pięknych im. Wł. Strzemińskiego  
w Łodzi**

**„Transformacja klasycznych form ubioru we współczesnej modzie  
męskiej. Rola nowej generacji tkanin i technologii jako narzędzi  
wspomagających kreowanie wizerunku współczesnego mężczyzny”**

Praca pisana pod kierunkiem  
dr hab. Dorota Sak prof. nadzwyczajny

Andrzej Foder

01.09.2016

## Spis treści

Wstęp.....	2
Rozdział 1	
Zarys historii powstania męskiego ubioru klasycznego .....	6
1.1	
Historia męskiego ubioru klasycznego w XVII – XIX wieku.....	6
1.2	
Klasyczny ubiór męski w XX wieku, wpływ na ubiór niektórych subkultur tworzących się po 1945 roku .....	17
Rozdział 2	
Artystyczne i praktyczne znaczenie innowacyjnych technologii stosowanych w ubiorze i w modzie.....	39
Rozdział 3	
Analiza procesu badawczego w oparciu o wyniki ankiet przeprowadzonych na różnych, męskich grupach docelowych .....	81
Rozdział 4	
Przegląd polskich i zagranicznych stylizacji męskich, obrazujących kondycję współczesnego ubioru męskiego.....	101
Rozdział 5	
Opis kolekcji własnej, zaprojektowanej w oparciu o pozyskaną wiedzę projektanta ubioru męskiego .....	133
Rozdział 6	
Podsumowanie i wnioski .....	180
Załącznik	
Ankieta procesu badawczego( portalu Suervy Monkey) przeznaczona dla mężczyzn .....	185
Bibliografia.....	234
Źródła internetowe.....	235
Spis źródeł ilustracji .....	238
Oświadczenie autora pracy .....	244

## Wstęp

**„Strój mężczyzny powinien być wykwintny w każdym szczególe, a jednocześnie tak spokojny i tak dobrze leżący, by człowiek ten wyglądał dystygownie bez zwracania uwagi swym strojem”**

**George Bryan Brummell<sup>1</sup>**

Motto słynnego, angielskiego dziewiętnastowiecznego arbitra elegancji i dandysa, twórcy pierwowzoru męskiego stylu klasycznego w sposób idealny określa filozofię eleganckiego ubioru męskiego zarówno klasycznego jak i każdego innego.

Przytoczona definicja pozostaje aktualna. W sposób bezpośredni i obiektywny odnosi się do kwestii dobrego smaku i minimalistycznych działań w sztuce ubioru, w oparciu o zasadę - mniej często znaczy więcej.

Moda męska i męski ubiór, szczególnie ten kierowany do młodszego pokolenia stały się w ostatnich dziesięcioleciach niezwykle interesujące. Przekształciły się w specyficzne zjawisko, które z jednej strony podkreśla męską zmysłowość, zasila samczy egocentryzm, zaś z drugiej strony pretenduje do formy sztuki, ale nade wszystko wpisuje się w powszechny konsumpcjonizm. Zjawisko to wytwarza nowe pola dla dystrybucji dóbr związanych z ubiorem, a to generuje ogromne zyski na produktach adresowanych do mężczyzn w różnym wieku.

Na tę nową rzeczywistość złożyło się wiele czynników. Dominującym jest tradycja ubioru męskiego, której fundamenty na dobre scementowały się w Imperium Brytyjskim w połowie XIX wieku, podczas wielkiej rewolucji przemysłowej, oraz w wieku XX, gdy ubiór klasyczny ukształtował się do form obecnie funkcjonujących. Kolejnym czynnikiem jest zmiana w warunkach społecznych, rozkwit mody oraz eksplozja subkultur pojawiających się po II Wojnie Światowej. Aktualnie silnie działającym czynnikiem jest kwestia indywidualnego podejścia do własnego ubioru, gdzie każdy dla siebie może być i projektantem i stylistą. Obecnie wszyscy mamy możliwość wyrażenie swojej osobowości, swoich emocji poprzez własne stylizacje ubrań.

Nigdy jeszcze moda nie była tak demokratyczna, tak zwodnicza i jednocześnie tak bezwzględna. W pogoni globalnych koncernów za zyskiem, nieoczekiwanie męskie ciało stało się medium dla rozwijającej się mody i przemysłu kosmetycznego, które poszukują nowych dróg egzystencji. Branża ta rozwija się na polu eksperymentów, socjologii i psychologii mas. Obraz młodego chłopaka czy mężczyzny nie dbającego o wygląd generalnie uległ zmianie. Młodzi mężczyźni odkrywają atrakcyjność swojego ciała oraz fakt, że muskularna sylwetka, dobra aparycja i prezencja mogą być towarem lub kartą przetargową, ułatwiającą w szerokich kontaktach międzyludzkich karierę, jak i osiągnięcie zamierzonego celu. Ubiór jest w tym przypadku nie bez znaczenia, gdyż celowo uwodzi

---

<sup>1</sup>Roman Zaczkiewicz, Szarman, W smokingu na zylecie, URL: <http://www.szarmant.pl/w-smokingu-na-zylecie> [10.02.2016]

stworzonym obrazem. To syndrom maski.

W podążaniu za zmianami i nieustannym generowaniem zysków wielkich marek w ostatnich latach, męski wizerunek zmieniał się sinusoidalnie od wymuskanych elegantów po brodatych drwali i hipsterów.

Trzy najważniejsze w ostatnich latach i niezwykle popularne style w modzie męskiej: metroseksualizm, hipster style, lumberseksualizm, są stylami teoretycznie różniącymi się od siebie. Jednak w przypadku każdego z nich mężczyzna musi poświęcić wiele czasu i środków by wykreować wybrany przez siebie wizerunek. Bunt hipstera, naturalizm drwala są więc preparowane na potrzeby wyróżnienia się jednostki jak również na potrzeby akceptacji wybranej grupy. Paradoksalnie, pomimo afirmacji wizerunku prawdziwego mężczyzny i skojarzeń z naturą, są chyba bardziej sztuczne niż wymuskany metroseksualizm. Mamy tu do czynienia z formą kostiumu teatralnego funkcjonującego w wielkomiejskiej przestrzeni.

Tradycyjny obraz mężczyzny w garniturze nie jest już pożądanym standardem, ani niczym wyjątkowym. Siła garniturów pozostaje generalnie w przestrzeni biurowej, w świecie biznesu i formalnych spotkań okazjonalnych. Choć nieustannie garnitur jest symbolem męskiego ubioru, po pracy mężczyźni wybierają komfort, luz i wygodę.

Myśląc o garniturze koniecznie podkreślić trzeba zmianę jakiej uległ w sposobie kroju, noszenia i funkcjonowania. Współczesny garnitur powinien być spersonalizowany i dobrze określony w proporcjach, tak by jego właściciel wyglądał optymalnie atrakcyjnie.

Mężczyzna bowiem z racji swoich historycznych uwarunkowań ubiorem informuje otoczenie o swojej pozycji, statusie, funkcji jaką pełni, oraz o swoim sukcesie finansowym. Tradycyjny ubiór taki jak garnitur, komplety smart casual czy typowo sportowe zestawy dobrze wpisywać się będą w tę filozofię.

Z własnego doświadczenia projektanta ubioru widzę, że sukcesywnie z roku na rok następują pozytywne zmiany w postrzeganiu ubioru przez mężczyzn. Są oczywiście liczne przeszkody i szufladkowanie zjawisk stereotypami, ale bardzo trudno w krótkim czasie zmienić styl myślenia i ocenę zjawisk nie mając wsparcia w domowym wychowaniu i w długoletniej tradycji.

Pracując od dwudziestu pięciu lat w przemyśle i projektując kolekcje dla standardowego mężczyzny, jestem w stanie z bardzo dużym prawdopodobieństwem przewidzieć reakcje mężczyzn na dany kolor czy formę. Stosując podczas projektowania wypracowane szablony odnoszące się do percepcji i zachowań, mogę minimalizować ilość nietrafionych projektów, proponując takie rozwiązania, dzięki którym projekty sprzedawać się będą w krótkim czasie (1-2 miesiące) w ilości ok. 70 - 75%.

Jednocześnie widzę, że wymagania standardowego mężczyzny bardzo się zmieniają. Zalew łatwo dostępnej informacji internetowej szybko edukuje, powodując wzrost świadomości i wymagań.

Inspiracjami do napisania mojej pracy są, kwestia klasycznego ubioru męskiego przy projektowaniu którego od wielu lat uczestniczę oraz poszukiwanie zmian jakie zachodzą

w sposobie myślenia polskich mężczyzn o ich własnym ubiorze, o jego znaczeniu w życiu codziennym i zawodowym. Chcę dowiedzieć się jak duży jest tu postęp. Czy są większe szanse na szybszą akceptację trendów mody, by kierowane do sklepów kolekcje odzieży mogły stać się bliższe tym z Europy Zachodniej.

Zmiany w percepcji mężczyzn są już odczuwalne i widoczne, choć różnica jakościowa nadal jest dość znaczna, szczególnie gdy porównamy męskie stylizacje z polskich ulic, z męskimi stylizacjami z ulic Europy Zachodniej.

Świadomość znaczenia ubioru klasycznego u polskich mężczyzn jakkolwiek ewoluuje nie jest w dalszym ciągu w pełni zadowalająca. Dlatego też opracowałem ankietę, którą w moim procesie badawczym skierowałem do kilku grup mężczyzn, by zbadać ich opinie na tematy związane z modą męską. Chciałbym poprzez tę ankietę udowodnić, iż zmiana w poważnym traktowaniu ubioru przez polskich mężczyzn jest optymistyczna, silna i realna. Wnioski wysnute z odpowiedzi na ponad trzydzieści pytań ankiety będą bardzo pomocne dla moich dalszych działań jako projektanta i wykładowcy projektowania ubioru męskiego.

Bardzo ważnym punktem w pracy jest także opisanie nowoczesnych technologii stosowanych w codziennym ubiorze męskim. Jednak jako praktyk i rzemieślnik szczególnie skupiam się na realnym zastosowaniu nowych technologii w tkaninach, niciach, technologii wearable, gdyż dzięki temu właśnie można zainteresować ubiorem przeciętnej mężczyznę. A jest on bardzo często dużym dzieckiem i gadżeciarzem. Dzięki racjonalnemu jak i nienachlanemu stosowaniu pożytecznych technologii zwiększamy znacznie szanse na zainteresowanie i poważne traktowanie przez standardowych mężczyzn tematu ubioru i uwrażliwianie ich pośrednio na kwestie estetyki.

Moim życzeniem byłoby wypracowanie takiej postawy u standardowych, polskich mężczyzn, by temat własnego ubioru traktowali na równi z miłością do własnych samochodów z których są dumni i którymi tak lubią się popisywać.

Pracę podzieliłem na kilka rozdziałów.

W pierwszym opisuję genezę męskiego uniformu jakim jest klasyczny, ciemny garnitur z koszulą i krawatem, obiektywny i uniwersalny, wyznacznik ponadczasowej elegancji, pasujący każdemu bez względu na wiek, status społeczny, charakter pracy.

W podpunkcie do tego rozdziału przedstawię ukształtowany już kanon ubioru oraz wpływ niektórych subkultur na zachowania i decyzje podejmowane przez mężczyzn w sprawie ich własnych ubrań.

Rozdział drugi to ważny dla mnie temat, traktujący o nowych technologiach z zakresu artystycznej mody oraz z zakresu mody użytkowej.

W rozdziale trzecim skupiam się na porównywaniu ubiorów - stylizacji polskich mężczyzn z ubiorami mężczyzn Europy Zachodniej. Dzięki temu obrazowi jestem w stanie określić u polskich mężczyzn kondycję, design oraz świadomości ubioru jako takiego i jego jakości.

Rozdział czwarty poświęcam procesowi badawczemu. Analizuję odpowiedzi na ankietę zawierającą ponad trzydzieści pytań. Skierowane zostały one do czterech grup mężczyzn:

licealistów i studentów, mężczyzn w wieku 25-60 lat skupiających pracowników umysłowych i fizycznych, mężczyzn homoseksualnych, projektantów ubioru męskiego. W rozdziale piątym prezentuję kolekcję własną, która jest po części odpowiedzią na wyniki ankiety, a po części wypowiedzią własną na temat dyskretnych modyfikacji ubioru klasycznego.

W szóstym rozdziale przedstawiam podsumowanie i wnioski jakie nasuwają się zarówno z procesu badawczego, jak również z mojego doświadczenia jako projektanta ubioru i wykładowcy projektowania ubioru męskiego.

## **Rozdział 1**

### **Zarys historii powstania męskiego ubioru klasycznego.**

#### **1.1**

##### **Historia męskiego ubioru klasycznego w XVII-XIX wieku.**

Historię uniwersalnego i ponadczasowego męskiego ubioru formalnego jakim jest garnitur z kamizelką, koszulą i krawatem można wywieść wprost z europejskiego ubioru dworskiego, szczególnie z francuskiego, a w okresie późniejszym na przełomie XIX i XX wieku także z angielskiego ubioru wojskowego.

Ubiór męski jaki znamy obecnie i jakiego formy są powszechnie przyjęte na wszystkich kontynentach i we wszystkich kulturach pełni od ponad stu lat funkcję uniwersalnego dress code. Uniwersalizm form kształtować się zaczął w Holandii oraz na dworach Ludwika XIII i Ludwika XIV. Początkowo, za panowania Ludwika XIII męski ubiór pełen różnych kształtów i ozdób był zdecydowanie bardziej efektowny niż ubiór damski. Sylwetkę zdominowały między innymi rozcinane rękawy kaftana, duża baskina, pumpiaste spodnie zdobione koronkowymi mankietami, buty z wywijanymi cholewami, rękawice z okazałymi mankietami obszytymi koronką oraz kapelusze z dużym rondem i strusimi piórami. Jedwabne tkaniny i złota pasmanteria łączona z klejnotami potęgowały wrażenie dostojności i przepychu.

Z modą dworu francuskiego silnie kontrastował ubiór holenderski oparty na kostycznym zestawieniu czarnej sylwetki z kontrastującymi panelami białych kołnierzy i mankietów. Nawiązywał swą prostotą i eleganckim monochromatyzmem do puryzmu protestanckiego wyznania.

W obu skrajnych stylach zauważyć można już było pojawiające się zaczątki silnej uniformizacji. Zarówno we Francji jak i w Holandii stylizacje bardzo efektownie podkreślały pozycję społeczną mężczyzny.

U schyłku panowania Ludwika XIII moda dworska staje się nieco spokojniejsza, a ozdoby pomału znikają. Do głosu dochodzi umiar i stonowanie. Jednak już dwadzieścia lat później, wraz z nastaniem pełnoletności Ludwika XIV, moda męska staje się pełna bufiastych, ekstrawaganckich form reprezentowanych przez krótkie spodnie - ruingrave ozdobiane niezliczoną ilością wstążek oraz krótkie kaftany z bufiastymi mankietami, które również pokrywają naszywane pęki wstążek. Sylwetkę okrywa nieduża peleryna z kosztownej tkaniny. Głowę ozdabia misterna fryzura długich włosów lub peruka z wpiętym klejnotem. Stopy okrywają pantofle na obcasie zdobione okazałą kokardą. Król słońce dyktuje światu swój własny, wymyślony styl. Jednak on sam unika silnych zestawień kolorystycznych. Znany jest z wyrafinowanej elegancji. Jak opisywał w swoich pamiętnikach Saint Simon, Ludwik XIV ubierał najczęściej ubiory w odcieniach brązowych, zdobione delikatnym haftem, często z czarnymi aksamitnymi wyłogami. Zawsze nosił kamizelkę z sukna lub atłasu w kolorach czerwonym lub niebieskim, bogato wyszywaną. Ludwik XIV nigdy nie nosił pierścieni ani klejnotów, z wyjątkiem sprzączek na butach lub w podwiązkach. Kapelusz króla zwykle ozdobiony był haftem i białym piórem. Wiemy także, iż bardzo cenił w swoim stroju pantofle z czerwonymi obcasami.

W okresie jego panowania pojawia się wcześniej stosowana przez wojskowych prosta forma okrycia wierzchniego – justaucorps. To długi do kolan i rozszerzony od pasa w dół kaftan, z rękawami, które zakończone są dużym mankietem.

Bliźniaczą formą również prostą i elegancką jest nieco luźniejszy habit.



1. Frans Hals, Portret mężczyzny  
Ubiór holenderski



2. Luis Francesco de la Creda,  
Portret księcia Medinacelli w justaucorps

Justaucorps noszono z dość długą kamizelą. Zbliżony formą habit noszono bez kamizeli.

W tym czasie zaczyna kształtować się praprzodek naszej marynarki. Wojskowe pochodzenie justaucorps, pewna sztywność, geometryzacja oraz efekt porządkujący sylwetkę wpiszą go w element ubioru idealnego do uniformizacji.



3. Habit, Francja 1680



4. Justaucorps z kamizelką, Francja 1684

Dodać tu należy, że w okresie znacznie późniejszym, w wieku XIX do kanonu mody męskiej wiele form zaczerpnięto właśnie z ubioru wojskowego.

Justaucorps początkowo noszono z bufiastymi spodniami, później z wąskimi, sięgającymi kolan spodniami cuilettes. Dawny kaftan spodni pourpoint, obcisły, z długimi rękawami (noszony od XIV wieku), przekształca się w formę kamizeli, której przód i rękawy szyto



z tkaniny droższej, tył z tkaniny tańszej. Z czasem kamizela ta stanie się elementem ubioru jaki znamy dziś. We współczesnej kamizelce plecy wykonane są także z tańszej, kontrastującej kolorem tkaniny(z podszewki).

W drugiej połowie XVII wieku formalny justaucorps szyty był z sukna, aksamitu lub jedwabiu. By trzymał nienaganną formę usztywniano mu poły, które dodatkowo pokrywano ozdobną pasmanterią. Niekiedy na froncie tego ubioru naszywano kieszenie z okazałymi patkami. Stosowano także w tyle wysokie rozcięcie, ułatwiające jazdę konną i dobrą prezentację sylwetki w czasie tej czynności.

Dla potęgowania wizerunku nieodłącznym dodatkiem ówczesnego ubioru były peruki, które osiągnęły w drugiej połowie XVII wieku monstrualne rozmiary, a perukarze je tworzący cieszyli się wielką europejską sławą.

Po roku 1650 pojawia się w męskiej garderobie krawat, początkowo jako wąska chustka prosto wisząca wokół szyi, niekiedy ozdobiana koronkami i wiązana w proste węzły, potem owijająca szyję z końcówką przełożoną przez szóstą dziurkę kaftana. Styl tego fantazyjnego wiązania zwano a la Steinkerque od bitwy w tej miejscowości w 1692 roku. Legenda głosi, iż obudzeni w nocy na sygnał do bitwy oficerowie nie zdążyli precyzyjnie wywiązać chustki i w pośpiechu niedbale owinęli chustkę wokół szyi, nadmiar tkaniny przeplatając przez szóstą dziurkę kaftana.

Rodowód krawata wiązany jest również z rokiem 1660, kiedy to odbył się w Paryżu przegląd regimentu najemników chorwackich należącego do Ludwika XIV.

Kolorowe, jedwabne chusty zwróciły uwagę króla słońce, który nadał regimentowi miano Royal Cravattes, a samą ozdobną chustę-krawat zaadoptował do swojej garderoby.

Warto wspomnieć także o fularze zdobiącym dworski ubiór, który szyto z drogiej tkaniny lub z koronki. Jego cena mogła być astronomiczna. Koronkowy fular noszony w 1660 roku przez króla Anglii Karola II kosztował 20 funtów 12 szylingów, co w tamtych czasach równało się dobremu wynagrodzeniu za dziesięć lat pracy!



5. Chorwacki węzeł z 1660 r.



6. Ludwik XIV, koronkowy fular



7. Wiązanie a la Steinkerque 1693

Wiek XVIII to w dalszym ciągu absolutna dominacja mody, sztuki i rękodzieła francuskiego.

W tym czasie niezmiennie ubiór męski składa się z ubioru wierzchniego ( justacourps), kamizelki( dawnego pourpoint) pod nim oraz spodni do kolan(culotte).

Z czasem, stopniowo ulegał uproszczeniu. To powodowane było promocją komfortu

i nowego stylu życia jaki pojawił się po 1720 roku wraz z narodzinami stylu Rococo. Nowy styl niósł ze sobą lekkość, finezję, swobodę seksualną oraz umiłowanie prywatności. W wyniku nadrzędnej potrzeby pojawiają się w bardziej wygodne ubrania, jak surdut oraz habit w stylu francuskim, będący odmianą lekkiego justacorps z niskim kołnierzem, otwartymi z przodu połami, cofniętymi nieco do tyłu. Dzięki temu sylwetka staje się optycznie lżejsza.

Sama forma wierzchniego ubioru zmienia się przybierając różne rozwiązania. Na początku XVIII w długość kaftana i kamizelki jest taka sama. Nieco później konstrukcja ulega zmianom, od pasa w dół przybędzie fałd a kamizelka zostanie odsłonięta i będzie już trochę krótsza. W drugiej połowie XVIII wieku fałdy znikają, a sam kaftan stanie się węższy i skromniejszy, rękawy węższe a mankiety mniejsze. W Anglii, preferującej skromny styl oraz we Włoszech pojawiają się kombinacje gdzie kaftan, spodnie i kamizelka szyte są z tego samego materiału, co było szalenie wykwintne i eleganckie. Sama kombinacja utrzymana w jednej gamie przypominała nieco w swoim założeniu znany nam obecnie garnitur.



8. Ubiór ślubny Gustawa III króla Szwecji



9. J Reynolds 1771, portret Richard Peers Symons

Kolejna zmiana w konstrukcji kaftana justacorps powodująca zwężenie rękawów, skutkowałą zmianami w konstrukcji kamizelki, która do tej pory wciąż miała rękawy. Zrezygnowano z nich, a to spowodowało powstaniem nowej formy kamizelki – gilet, znanej nam obecnie. Spodnie noszone do kaftana pozostają w dalszym ciągu wąskie, noszone wraz z jedwabnymi pończochami. Nieodłączne peruki zmniejszają się, stają się eleganckie i mają lepsze proporcje.

Krzykiem mody stają się fryzury z układanymi lokami i małym ogonkiem z tyłu głowy przewiązanym ciemną, jedwabną kokardą. Włosy podobnie jak i małe peruki pudrowano ryżowym pudrem lub kaolinową gliną na blado beżowo lub na biało. Permanentnie stosowano biały lub bardzo jasny makijaż. W szczytowym okresie rococo bardzo modne stały się czarne, aksamitne muszki przyklejane zarówno przez kobiety jak i przez mężczyzn w różnych miejscach na twarzy.

Ich rozmieszczenie było swoistym kodem informującym otoczenie o samopoczuciu

i intencjach damy lub kawalera. Często dochodziło do przesady w ich stosowaniu. Znana jest z pamiętników tamtych czasów rozmowa pomiędzy księżną Palatynką, a księżną de Berry, której ta pierwsza zarzuca, iż jej dwanaście muszek na twarzy jest bardziej stosowne dla taniej aktorki niż dla pierwszej damy Francji.

Uzupełnieniem garderoby stał się mały, trójrożny, płaski kapelusz noszony na czubku głowy, częściej zaś pod pachą ze względu na perukę i pudrowaną fryzurę. Ważnym dodatkiem były także pantofle na niezbyt wysokim obcasie, ozdobione biżuteryjną klamrą.

Rococo należy do okresu niezwykle wyrafinowanego, gdzie prym wiódł hedonizm i sceptycyzm do ogólnych praw powodowany rozwijającą się nauką. Był to prawdziwie dekadenski czas.

Tuż przed Rewolucją Francuską w okresie pierwszej fazy neoklasycyzmu pojawia się pierwowzór fraka. Był to obcisły kaftan z wąskimi rękawami, odsłaniający krótką sięgającą talii kamizelkę, łączony z obcisłymi, krótkimi do kolan spodniami, jedwabnymi pończochami i butami ozdobionymi klamrą.

W tym czasie kaftan i kamizelki haftowane są złotą lub srebrną nicią i bardzo często ozdabiane szlachetnymi kamieniami.

Ta sytuacja zmienia się wraz z nadejściem Wielkiej Rewolucji Francuskiej 1789 roku. Ten dynamiczny fakt ten wymusił zmianę w ubiorze męskim w kierunku uproszczonych form i ciemniejszej palety kolorystycznej. Doceniony zostaje wtedy w większej skali ubiór angielski, stonowany, elegancki i pozbawiony nachalnych ozdób.

Podczas gdy arystokracja pozostawała przy swoich przyzwyczajeniach i haftowanych złotem ubiorach, mieszczaństwo upodobało sobie ciemne barwy z czernią w roli głównej. W okresie rewolucji pojawiają się długie spodnie noszone do niedużych kurtek (karmaniola). Powszechnie używali je plebejusze, obywatele Francji których nie stać było na krótkie do kolan spodnie i jedwabne pończochy. Zwani byli sans-culotte, czyli nie noszący krótkich spodni. Stali się oni wynalazcami długich, prostych spodni jakie obecnie są noszone. Na krótko pojawiła się w tym czasie także forma rewolucyjnego stroju narodowego, który był wykorzystywany na demonstracjach. Składał się z długich wełnianych spodni z klapą, kurtki karmanioli, czerwonej czapki i sabotów.

Ciekawym zjawiskiem w okresie Dyktatoratu, które zakwalifikować można chyba do jednej z pierwszych subkultur byli Incroyables, młodzieńcy manifestujący dziwnym ubiorem sprzeciw wobec dyktatury i terroru. Zazwyczaj nosili habit z przesadnie długimi połami, duży węzeł krawata wywiązany na koszuli, szeroko wycięte pantofle, ledwie zakrywające stopy i kapelusz. Charakterystycznym elementem były długie włosy opadające wokół twarzy, spięte grzebieniami. Obowiązkowym dodatkiem stała się efektowna laska z masywną gałką.

Ich wygląd był niecodzienny stąd też ich przezwisko.



10, 11 Ubiór Incroyables

W końcu XVIII wieku ubiór męski przybrał nowe, bardziej eleganckie oblicze. Modny był gładki habit ze stojącym kołnierzem i wyłożonymi klapami, krótka kamizelka z szalowym kołnierzem zapinana na boku, sięgające poniżej kolan spodnie culotte, jedwabne pończochy i krótkie buty z cholewkami i spiczastymi czubkami. Wokół szyi owijano ciasno kilkakrotnie chustę krawat, który wiązano z przodu na mały pęk. Całość uzupełniała oryginalna fryzura z pękami włosów wiszącymi nad uszami.

Początek XIX wieku to rozkwit idei Romantyzmu i czas powszechnego zainteresowania modą angielską. Romantyzm rzutował w sposób oczywisty swoim klimatem na ubiór męski wpisując go niekiedy w przerysowany obraz nieszczęśliwego artysty, nieco niechlujnego z niedbale zapętlonym krawatem z rozpiętą koszulą i z potarganymi włosami.



12. Ok.1800, Portret kompozytora  
Francois Adrien Boieldieu

W tym czasie wpływ mody angielskiej we Francji był już ugruntowany za sprawą między innymi hrabiego d'Orsay, który lansował noszenie jasnych spodni do jazdy konnej, a ciemnych spodni na wieczór, zawsze jednak wąskich i obcisłych naciągniętych dodatkowo taśmą pod butami. Do spodni zakładano krótką kamizelkę zapinaną na guziki,

koszulę z ciasno i wysoko obwiązanym krawatem, gładki habit z otwartymi połami oraz obowiązkowo na głowie cylinder.

Wiek XIX to także coraz silniejsza pozycja burżuazji wywodzącej się z bogatego mieszczaństwa, sprzeciwiającego się archaicznym stosunkom społecznym ukształtowanym przez stulecia w czasach monarchii.

Burżuazja tworzy nową elitę, a jej styl życia znacznie wpływa na męską modę.

Pan burżua ubierał spodnie pantalony, frak, płaszcz redingot i cylinder.

Jednak początek wieku zdecydowanie jednak należał w kwestii ubioru do Georga Bryana Brumella, wielkiego arbitra elegancji, reformatora i twórcy kanonu mody męskiej.

Ten legendarny, niezwykle pedantyczny i wymagający Dandys głosił wyższość prostoty w ubiorze i był zdecydowanie przeciwny oscentacyjnym stylizacjom. Posiadając wyczucie piękna i tego co jest korzystne dla podkreślenia urody i sylwetki zrezygnował z błyszczących jedwabi i haftów na rzecz matowych ciemnych tkanin wełnianych.

Doceniał szczególnie przez co wszystkie jego ubrania były niezwykle precyzyjnie uszyte.

Jako pierwszy trendsetter nosił do granatowego fraka, jasno szare kamizelki, białe koszule i wąskie, obcisłe, czarne spodnie zapinane w kostce na guziki oraz wysoki kapelusz z bobrowego futra.



13, 14. Portret, George Bryan Brumell ok. 1825

Jako pierwszy uzmysłowił też szerszemu gronu, iż elegancja powinna być dyskretna, a odrobina kontrolowanej niedoskonałości podniesie walor nonszalancji i naturalnego wyrazu. Brumell był wielkim prekursorem, jego wizja ubioru męskiego miała ogromny wpływ na nowoczesną filozofię ubioru.

To dzięki niemu i jego krawcom perfekcjonizm oraz wyszukana prostota angielskiego stylu jest tak ceniona do dnia dzisiejszego.

Pomijając wyszukaną elegancję Brumella ważne miejsce w męskiej garderobie zajmuje w tym czasie dopasowany płaszcz redingot noszony po 1830 roku wyłącznie z długimi spodniami i z prosto ściętym z przodu frakiem. Rozróżniano w tym czasie dwa rodzaje długich spodni: wąskie i obcisłe zapinane na guziki w okolicy kostki, uważane za bardzo eleganckie, zwane smart, oraz luźniejsze spodnie z prostą nogawką, zwane trousers.



W latach 1830-1850 sylwetka męska stała się zdecydowanie manieryczna i cechowała ją silnie wcięta talia oraz duży kontrast kolorystyczny pomiędzy jasnymi wąskimi, wręcz obcisłymi spodniami a ciemnym frakiem lub płaszczem redingot. By utrzymać nienaganną linię spodni nadal wszywano w dół nogawki strzemiączko- taśmę podtrzymującą nogawkę pod butem.



15. Ubiór męski 1840, Frak, redingot

Okolo roku 1850 ubiór zostaje uproszczony, pojawia się wtedy forma marynarki. Noszono ją początkowo ze spodniami w kratę lub ze spodniami prążkowanymi. Zestaw taki uważano jednak za ubranie domowe lub „niedbałe”. Pierwszy garnitur podobny do tego jaki znamy dziś pojawił się w połowie XIX wieku w czasach Drugiego Cesarstwa. Różnił się znacznie od dzisiejszego luźniejszą formą. Był to już komplet uszyty z tego samego materiału. Strój ten nie zyskał uznania w oczach ówczesnych elegantów i do końca stulecia noszony był jako codzienny, zwykły ubiór poranny, dobry do podróży lub na pobyt na wsi. Eleganckim strojem noszonym na co dzień w mieście i na towarzyskie spotkania jest w dalszym ciągu frak i płaszcz redingot.

W połowie XIX wieku frak staje się ubiorem także wieczorowy (evening dress) noszonym z szapoklakiem – składanym cylindrem, który wchodzi do mody w 1823 roku. Początkowo frak szyty był z tkanin kolorowych, jednak w krótkim okresie szyty jest także z tkanin czarnych i noszony z długimi spodniami bardzo często we wzór kraty.

Okolo 1860 roku formy ubioru męskiego zbliżają się do znanych nam obecnie.

W latach sześćdziesiątych XIX wieku książę Walii przyszły Edward VII pojawił się publicznie w marynarce, spodniach i kamizelce uszytych z tej samej tkaniny wełnianej co stało się zapowiedzią późniejszych zmian. Jednak pomysł ten został chwilowo pominięty, gdyż siła przyzwyczajenia do wielokolorowych kombinacji zwyciężyła. Uważano wtedy za duże faux pas noszenie w mieście marynarki i spodni uszytych z tej samej tkaniny.

Edward VII był w pewnym sensie frontmanem męskiej mody, wyznaczał jej kierunki i miał spore dla niej zasługi. Kiedyś np. spiesząc się na spotkanie zapomniał zapiąć ostatni guzik w kamizelce, co natychmiast zostało zauważone i zaakceptowane w powszechnym użyciu.

Jest to dziś jest oznaką elegancji i tą właśnie odrobiną Brumellowskiej, kontrolowanej niedoskonałości. Innym razem Edward VII będąc na wyścigach konnych w Ascot miał wręczyć zwycięzcy puchar. Padał ulewny deszcz i ziemia stała się błotnista. Aby nie pobrudzić spodni błotem król podwinął dwukrotnie nogawki stając się mimowolnie twórcą mankietów. Od tej pory mankiety w spodniach stały się standardem w eleganckiej męskiej garderobie. Około 1860 roku zmieniono sposób noszenia fraka z długimi połami i zamiast białej ubierano do niego czarną kamizelkę, do tego krochmaloną białą koszulę i muchę zamiast krawata owijającego szyję.

Na szerszą skalę garnitury zaistniały w drugiej połowie XIX wieku w Anglii, w okresie zwanym potocznie wielką rewolucją przemysłową, gdzie w wyniku dynamicznego rozwoju przemysłu pojawiło się zapotrzebowanie na odpowiednie ubrania dla pierwszych pracowników umysłowych w nowych buchalteriach i biurach przyfabrycznych. Ponadto w ogromnym tempie zaczęły rozwijać się europejskie i amerykańskie metropolie przyjmując ogromne ilości ludzi z obszarów wiejskich, którzy zasilali rzesze robotników wielkich fabryk, tworząc nową klasę, klasę robotniczą. Z czasem mężczyźni robotnicy też będą potrzebować choć jednego garnituru jako odzienia odświętnego. Marynarka jaką znamy wchodzi do powszechnego użytku po 1870 roku, zaś garnitur trzyczęściowy składający się z marynarki, kamizelki, spodni uszytych z tej samej tkaniny pojawia się już na dobre po 1875 roku. Początkowo ze spodniami prostymi bez kantów, po 1895 roku spodnie garnituruowe zaprasowane są już obowiązkowo na kant.



16. Księżę Walii, „Bertie”,  
Przyszły Edward VII. Ok. 1870



17. Ubiór męski końca XIX wieku.

Strojami wizytowymi dziennymi były żakiet i redingot. Wieczorem obowiązywał frak. Warto dodać, iż okrycia wierzchnie eleganckie miały krótkie, dopasowane, taliowane formy, pomijając zimowe i wieczorowe pelisy. Długie mogły być jedynie płaszcze podróżne.

Około 1880 roku pojawia się w Monte Carlo nowa forma ubioru wieczorowego, to smoking ( dinner jacket). Używany był przez mężczyzn, którzy nie czuli się komfortowo noszeniem fraka przez cały wieczór lub noc. Nie było to bez znaczenia, bowiem dla

arystokracji i burżuazji dekadencji okres fin de siècle to ogromna ilość balów, rautów itp. uroczystości na których wygląd dżentelmena powinien być nieskazitelny.

Pomimo uroczystej formy smoking nie został początkowo uznany przez elity za ubiór doskonale elegancki. Nie był przez to odpowiednim strojem wieczorowym na ważne ceremonie. To zmieniło się dopiero przed wybuchem I Wojny Światowej.

W końcu XIX wieku ówczesny garnitur pomimo że podobny do współczesnego może przypominać raczej surdut lub wcześniejszy frak. Bardzo ważną stała się koszula oraz krawat. Odpowiednią do pracy była koszula biała w której pracownik okazywał szacunek klientowi, a także swoim współpracownikom. Niestety biała koszula była towarem luksusowym ze względu na bardzo wysokie koszty konserwacji, a jedna nie mogła dobrze spełnić swojej roli. Powinno ich być kilka, by można było nosić je na zmianę. W takim przypadku potrzebna stała się służba dbająca o odpowiedni stan garderoby. Mniej zamożni i ci biedni, by zaoszczędzić na wydatkach, a jednocześnie wyglądać odpowiednio w pracy zaopatrywali się w koszule z odpinanymi mankietami i kołnierzykami. Dokupując same białe kołnierze i mankiety mogli wymieniać je codziennie zaoszczędzając na praniu i krochmaleniu. Tak więc cały korpus i rękawy koszuli uszyte były przeważnie z tkaniny w drobne paski (by mniej się brudziła), a kołnierz i mankiety wykonane z białej tkaniny były dopinane. Styl ten przetrwał do dziś w postaci eleganckich koszul klasycznych z białymi kołnierzykami i mankietami używanymi powszechnie w bankach i korporacjach. Praktyka odpinanych kołnierzy kiedyś powodowana koniecznością, oszczędzania wydatków i ubóstwem stała się obecnie w zamożnych kręgach wyszukaną formą ubioru i ukłonem w stronę tradycji. Znani z posiadania koszul z odpinanymi kołnierzykami i mankietami są książę Karol i wielu brytyjskich arystokratów.

W końcu XIX wieku pojawia się także strój sportowy powodowany modą na wiejskie życie i uprawianie sportów takich jak jazda konna, tenis, krykieta, łowiectwo, jazda na rowerze. Klasy uprzywilejowane spędzały dużo czasu na takich rozrywkach, więc stosowny ubiór musiał się także pojawić. Tweedowe garnitury, spodnie, marynarki wchodziły do kanonu mody casualowej i są w niej do dnia dzisiejszego. Najstynniejszym ubiorem sportowym tamtych czasów była jednak myśliwska marynarka księcia Norfolk, przeznaczona do uprawiania strzelectwa. Uszyta z tweedu, zapinana na cztery guziki, miała pośrodku pasek i zaszewki ułatwiające swobodę ruchu, oraz dwie duże kieszenie na naboje i prowiant. Była ubiorem luksusowym. Zakładano do niej pumpyaste spodnie uszyte z innej wełnianej tkaniny, grube, wełniane skarpety chroniące przez wilgocią i zimnem oraz odpowiednie, skórzane obuwie na grubej żelówce. Marynarka księcia Norfolk stała się kanonem sportowego ubioru męskiego i w niezmienionej formie użytkowana była przez eleganckich mężczyzn do lat trzydziestych XX wieku.





18, 19. Marynarka księcia Norfolk

W ubiorze oficjalnym, na przełomie wieków jako nakrycie głowy stosowano u eleganckich mężczyzn cylinder oraz filcowy kapelusz homburg z wgnieceniem pośrodku główki, jedwabną taśmą i podwiniętym rondem. Często noszono także „niedbały” kapelusz za jaki uznawano melonik, który nie był jednak akceptowany podczas oficjalnych ceremonii. Około 1885 roku modne stały się kapelusze wykonane z miękkiego filcu zakładane rano lub do podróży. Latem mężczyźni nosili słomkowe kapelusze, a od początku XX wieku kapelusze Panama wykonane ze sprężystej rafii. Kapelusze te znane były z tego iż można je było zwinąć i nosić w kieszeni marynarki bez ryzyka ich uszkodzenia. Robotnicy i chłopci nosili popularne kaszkiety, które z czasem przyjęły się także w wyższych sferach jako nakrycia głowy na podróż, jak również podczas przebywania w wiejskich majątkach. Nieodzownym elementem eleganckiego ubioru mężczyzny był krawat i mucha, które noszono na zmianę. Krawat w tym czasie sprawiał sporo kłopotu, gdyż źle się układał, rozwiązywał i rwał. Wszystko przez złą konstrukcję i konfekcjonowanie. Dopiero w latach dwudziestych XX wieku zostały zmodyfikowane przez nowojorczyka Jesse Langsdorfa, który skonstruował krawat takim jakim go znamy dzisiaj. Do roku 1900 konfiguracja ubioru męskiego została w dużym stopniu już określona. W powszechnym użyciu zaadoptowane zostały marynarki solo, garnitury trzyczęściowe szyte z tej samej tkaniny, małe, dopasowane płaszcze w stylu Crombie, wieczorowy frak, popołudniowy smoking, długie spodnie zaprasowane na kant, krawat, mucha, koszula, a więc elementy męskiej garderoby jakie znamy obecnie. Warto w tym miejscu wspomnieć jeszcze o eleganckim zachowaniu dżentelmena, które dla kultury ubioru jest nieodzowne. Ważnym dla savoir vivre były gesty Ludwika XIV, który z najmniejszej, błażej wręcz czynności uczynił przykłady dobrego wychowania i eleganckiej postawy. Z pamiętników Saint Simona znamy relację z zachowań króla z jego ukłonów, podnoszenia kapelusza na powitanie, czy wstawania w obecności kobiet. Zachowanie Ludwika XIV z pewnością przyczyniło się do umocnienia kulturalnej postawy mężczyzn na co dzień.

## 1.2

### Klasyczny ubiór męski w XX wieku, wpływ na ubiór niektórych subkultur tworzących się po 1945 roku.



21-30. Fotograficzny skrót historii męskiego ubioru klasycznego w wieku XX.

Początek wieku XX to schyłek pewnej epoki, a wybuch I Wojny Światowej, zmienia ustalony porządek geopolityczny. Zmiany w sferze obyczajowej, nowa rola kobiet w społeczeństwie, rozwój techniki sprawiły, iż w życiu codziennym przeciętnego obywatela, nie tylko obywatela klas uprzywilejowanych nastąpiły znaczące zmiany. Ubiór i moda zaczynają się demokratyzować. Styl życia, dbałość o zdrowie i higienę wymuszają nowoczesne podejście do tej kwestii. Komfort, swoboda są priorytetami. Nadchodzi era motoryzacji, gry w golfa, pływania i opalania się. Pojawia się moda na zdrowy, sportowy wizerunek. W porównaniu z wiekiem XIX ubiór męski jest spokojny w formie i zakomponowany w zgaszonej paletce barw.

Na początku lat dziesiątych XX dominował styl proponowany przez ówczesnego arbitra elegancji króla Edwarda VII. Były to przeważnie ciemne garnitury trzyczęściowe z marynarką zapinaną na trzy guziki, prostymi spodniami bez mankietów, białą koszulą i krawatem, szyte z tkanin gładkich, niekiedy w paski łączone melonikiem którego Edward VII był silnym popularyzatorem.

Na ulicach dużych miast dominują dwie opcje formalnych, męskich stylizacji: spodnie z marynarką wykonane z dwóch różnych tkanin lub typowy garnitur cały odszyty z tej samej tkaniny. Opcja druga staje się ubiorem uniwersalnym całodziennym. Marynarka musi być zapięta, a do kompletu konieczna jest kamizelka. Wyznacznikiem dobrego stylu stają się długie, dopasowane do talii, jednorzędowe zapinane na dwa lub trzy guziki marynarki sięgające bioder z niezbyt szerokimi ramionami. Wąska pacha i rękaw dodatkowo wysmuklały sylwetkę. Nieduże i niezbyt szerokie klapy wpisują się dobrze w ogólne proporcje ubioru. Do kompletu zakładano wąskie spodnie i obowiązkowo gładką, białą koszulę z krawatem. Spodnie mogły mieć mankiety i być nieco przykrótkie tak, że widać było dużą część obuwia. By przykryć wolną przestrzeń nad butem stosowano filcowe nakładki zwane getrami. Popularne były buty gładkie z zaokrąglonymi czubkami. Ważnym elementem ubioru były koszule, niezmiennie w tym czasie traktowana jako bielizna. Przeważnie były białe, ale zdarzały się też różowe gładkie lub w paski. W owym czasie stosowano do koszul kilkadziesiąt rodzajów kołnierza. Najpopularniejsze były z łamanymi rogami jak również z zaokrąglonymi rogami zwanymi „Be be” z rogami lekko rozchylonymi i z klasycznie ostrymi. Stójka kołnierzy była znacznie wyższa niż obecnie, a sam kołnierzyk, jak i mankiety mocno usztywnione. To ważny szczegół nawiązujący do tradycji munduru i doskonałej, nieskazitelnej prezencji. Wykluczonym było, by mężczyzna wyszedł w garniturze bez kamizelki lub co gorsza zdjął marynarkę i pozostał w samej koszuli. Naturalnym dopełnieniem był krawat, który w zależności od rodzaju kołnierza koszuli miał większy lub mniejszy węzeł. Był jeden wyjątek, kołnierz BD-button down z rogami zapinanymi na guziki, który powstał na potrzeby gry w polo w 1896 roku. Dzięki amerykańskiej firmie Brooks Brothers zdobył międzynarodową sławę i uznanie jako idealny kołnierz o charakterze sportowym. Do dziś firma Brooks Brothers szczyli się najlepszym wykreśleniem konstrukcyjnym tego kołnierza. Kołnierz ten stanowi pewien wyjątek. Projektując koszulę z kołnierzem BD musimy pamiętać, że rękawy nie mogą mieć mankietów zapinanych na spinki. To jedyny taki precedens wśród koszul. BD to typ wybitnie sportowy i mankiety zapinane na spinki będą tu niestosowne. Po wybuchu I Wojny Światowej w ubiorze męskim pojawiają się militarne elementy, takie jak pasek w talii marynarki, nakładane kieszenie z patką i kontrafałdą. Spodnie nadal są wąskie, a marynarka dopasowana do talii. Można powiedzieć, że modny jest styl slim fit. Szczupła sylwetka obowiązuje też jest w szalonych latach dwudziestych, gdzie nowa jakość życia, jazz, sport i panujące Hollywood wyznaczały przykłady dla codziennego życia i mody. Dopasowane marynarki łączono z prostymi wąskimi spodniami lub w bardziej ekscentrycznych stylizacjach ze spodniami bardzo szerokimi. Oprócz standardowo dopasowanych garniturów najmodniejszym ubiorem dżentelmena jest frak, smoking oraz getry niezbędne do normalnego funkcjonowania dżentelmena w tym okresie. Lata trzydzieste to umiar, elegancja, szyk, luksus. Garnitur nabiera ostatecznego kształtu, staje się optymalny i ponadczasowy, wpisany w obowiązujący kanon eleganckiego ubioru męskiego. Następują odpowiednie korekty sylwetki. Marynarka jest dwurzędowa zapinana na 4,6 guzików z mocno zaznaczonymi ramionami, z szerokimi klapami w szpic.

Długość wyznaczono do bioder. W kieszeni piersiowej zwanej brustaszą elegancki mężczyzna zobowiązany był nosić poszetkę, natomiast w dziurce butonierki mógł wpinać kwiat np. biały goździk. Pod marynarkę zakładano przeważnie dwurzędowo zapinaną kamizelkę. Spodnie są szersze z zakładkami i bardzo często z mankietem. Do tego czarne lub brązowe buty w typie Oxford lub Derby. Oczywiście niezbędna jest koszula z muchą lub z krawatem. Ten przeważnie jest w prążki lub w groszki. Dla dopełnienia elegancji noszono rękawiczki jako symbol luksusu. Garnitury szyje się na ogół z ciemnych tkanin. Swoją czas przeżywa też ulubiona przez gangsterów tkanina w drobny prążek – tenis. Zwieńczeniem stylizacji jest kapelusz Borsalino z wywiniętym rondem, jedwabną taśmą i dołkiem na wysokiej główce, prawdziwa ikona epoki. To symbol absolutnego szyku. Mężczyzna i kapelusz są w tym czasie nierozłączni. Ubiór ten prezentuje się już nowocześnie.

Latem prawdziwy dżentelmen mieszkający w mieście nosił się sportowo i często wybierał ubrania w białym kolorze, spodnie marynarkę, koszulę łączono z cienkimi swetrami w romby. Popularne były spodnie pumpy wykorzystywane do uprawiania sportów lub na wyjazdy na wieś. Wieczorem do klubów i kawiarni chodzono w czarnych marynarkach, spodniach w prążek, czarnych butach i koniecznie w białej koszuli połączonej ze spokojnym w tonacji krawatem. Na wielkie gale noszono przede wszystkim frak, na mniejsze smoking.

W latach przedwojennych dla rozwoju mody męskiej duże zasługi poniosły gwiazdy Hollywood, słynni gangsterzy, artyści, arystokraci. Do grona wybitnych elegantów zaliczyć można takie osobowości Rudolf Valentino, Clark Gable, Duglas Fairbanks, James Stewart, Fred Astaire, Al Capone, Lucky Luciano czy Księżę Windsoru.

Fred Astaire np. z racji noszenia ulubionych przez siebie zestawów garniturowych z szarej flaneli nazywany był Pan szara flanela.



31. Księżę Winsoru(Edward VIII)



32. Fred Aster w szarej flaneli

Z kolei Księżę Windosru jako arbiter elegancji wprowadził kilka liczących się nowinek np. granatową marynarkę smokingową, uważając, iż ta wersja jest bardziej elegancka,

bo ciemno granatowy kolor ma w sztucznym oświetleniu głębszą barwę niż czarny. Księżę był zresztą dość awangardowego usposobienia. Mieszał kolory i wzory co w tym czasie było rzeczą niecodzienną. Potrafił nosić skarpetki w poziome paski do dwukolorowych butów. Łączył spodnie z kreszowanego lnu w paski z koszulą w kratę, wymyślił nowoczesną koszulę wieczorową konfekcjonowaną na miękko co zdecydowanie zwiększało komfort noszenia podczas oficjalnych wizyt. Znany też był z dość swobodnego zachowania, np. lubił zdejmować marynarkę pozostając w kamizelce lub w koszuli, której rękawy podwijał, co było pewną sensacją, gdyż koszula była niezmiennie uważana za bieliznę. To on spopularyzował tkaninę w tenis nosząc z takich tkanin garnitury. Był kreatywny i dzięki upodobaniu do komfortu zmieniał swój ubiór dla własnej wygody lub estetyki.

Pisząc o odzieży klasycznej nie sposób nie wspomnieć o okryciach wierzchnich czyli płaszczach i kurtkach, które w latach trzydziestych były już w większości ukształtowane do form nam znanych obecnie. Wiele nich pochodzi od ubiorów wojskowych wypróbowanych na polu walki.

Płaszcz typu **Crombie**, uznawany za bardzo elegancki klasyk. Charakteryzuje się długością przed kolana, krytym zapięciem, niedużym kołnierzem i klapami oraz lekko dopasowanym do talii krojem. Najlepiej prezentuje się w granatowym kolorze. Doskonale eksponuje koszulę i krawat nadając sylwetce bardzo eleganckiego wyglądu. Produkowany w Anglii od połowy XIX wieku przez jedną z najstarszych brytyjskich firm, Crombie, założoną w Szkocji w 1805 roku. Początkowo, szyty z dość grubej wełny Melton płaszcz przeznaczony był dla armii brytyjskiej. Po I Wojnie Światowej przyjęł się jako eleganckie okrycie wierzchnie brytyjskiego establishmentu. W końcu lat sześćdziesiątych XX wieku zaadoptowany został przez subkulturę Skinhead i zaakceptowany do powszechnego użytku jako uniwersalne okrycie wierzchnie.

Płaszcz **Cover Coat**, posiada arystokratyczne konotacje. Pierwotnie przeznaczony był do jazdy konnej i polowań, czego pozostałością jest duża wewnętrzna kieszeń na amunicję i prowiant. Ma fason z wyraźnie zaznaczoną talią, długość nad kolana, jednorzędowe, kryte zapięcie, niedużą klapą i aksamitny kołnierz. Charakterystyczne dla niego są trzecia kieszeń tzw. biletówka oraz kieszeń piersiowa-brustasza. Jest bardzo elegancki i formalny. Oryginalny, konfekcjonowany był z tkanin w jasnym brązie, w wersji współczesnej najlepiej wygląda w kolorze szarym i w granatowym. Idealnie eksponuje koszulę i krawat. Płaszcz **Chesterfield**, najbardziej elegancki ze wszystkich płaszczy, zwany niekiedy dyplomatką. Może być jedno lub dwurzędowy. Mocno taliowany, z klapami formalnymi o ostrym kształcie i często z aksamitnym, kontrastowym kołnierzem. Kojarzony z hrabią Chesterfieldem, który wpadł na pomysł takiego okrycia w latach trzydziestych XIX wieku. Doskonale prezentuje się w kolorze czarnym, granatowym i jasno beżowym.

Płaszcz **British Warm**, był na początku płaszczem wojskowym, wywodzącym się jeszcze z wojen napoleońskich. Dwurzędowe zapięcie, duże klapy i kołnierz, gruba wełna Melton, mankiety rękawów oraz wydłużone poły dawały ciepło i chroniły przed wiatrem. Pozostałością po militarnym charakterze są pagony na ramionach. Najlepiej prezentuje się

w kolorze oliwkowym lub czarnym. W czasie II Wojny Światowej był ulubionym płaszczem Winstona Churchila.

Płaszcz **Loden**, klasyczne okrycie, lubiane w ubiegłych dekadach przez dyplomatów. Ma prostą, niedopasowaną formę z długością do połowy łydki, zapinany pod szyją kołnierz i kryte zapięcie. Uszyty jest z szorstkiej wełny o dość długim, sztywnym, wyczesanym włosiu chroniącym przed wiatrem i deszczem. By zwiększyć jego odporność na działanie warunków atmosferycznych, wełna przed uszyciem jest prana co powoduje jej nieznaczne skurczenie i ścieśnienie konstrukcji tkaniny. Pierwotnie był to płaszcz noszony przez pasterzy owiec w Alpach. Obecnie nie jest już tak popularny ze względu na jego zabudowaną, lekko oldschoolową formę.

Płaszcz **Ulster** (Polo to amerykańska wersja tego płaszcza), bardzo komfortowy dwurzędowo zapinany, otulający sylwetkę, szyty z miękkiej i szlachetnej wielbłądziej wełny. Ma prosty szlafrokowy krój, długość za kolana, wywijane mankiety rękawów, okazały kołnierz, szerokie klapy, poprzeczny pas na plecach na wysokości pasa oraz dwie duże kieszenie z patkami. Noszony był już w czasach wiktoriańskich jako okrycie wizytowe. Edward VII uznawał ten model płaszcza za element oficjalnego ubioru. Początkowo jego forma wzbogacona była o małą pelerynkę sięgającą ramion.

Kurtka **Bosmanka**, krótka, zapinana dwurzędowo w ciemno granatowym kolorze używana w XIX wieku przez marynarzy Imperium Brytyjskiego. Szyta z grubej spilśnionej (gotowanej) wełny. Z czasem została przyswojona przez cywilów i stała się nieodłącznym elementem każdej zimowej męskiej kolekcji. Początkowo stosowana wyłącznie do stylizacji casualowych. Obecnie jej odbiór uległ zmodyfikowaniu. Została zaadoptowana, szczególnie przez mężczyzn z klasą średniej, jako odmładzające okrycie wierzchnie. Doskonale nadaje się do zestawów z garniturami biurowymi jako przykład nowej mody wielkomiejskiej.

Płaszcz **Budrysówka**, a właściwie długa kurtka szyta z ciepłej spilśnionej (gotowanej) wełny, z karczkiem na plecach, kapturem, dwiema ogromnymi kieszeniami i zapięciem na drewniane lub rogowe kołki. Jedną z wersji głosi iż inspiracją do jej powstania był „płaszcz polski” zapinany na kołki, popularny na początku XIX wieku. Również używana przez marynarzy Królewskiej Marynarki Wojennej. W czasie II Wojny Światowej marszałek Montgomery nosił taką kurtkę w kolorze jasno beżowym. Obecnie jest jednym z najbardziej popularnych i modnych okryć wierzchnich w Europie Zachodniej. Płaszcz - trencz **Burberry**, zanim stał się kultowym modnym ubiorem był płaszczem używanym podczas I Wojny Światowej przez brytyjskich oficerów. Posiada długą i ciekawą historię. Thomas Burberry w 1879 roku opatentował wodoodporną, wiatroszczelną i oddychającą gabardynę. Początkowo płaszczem uszycym z tej tkaniny zainteresowała się armia brytyjska i wykorzystwała go podczas wojen burskich. Okrycie doskonale sprawdziło się i kolejny test przeszło podczas I Wojny Światowej chroniąc przed wiatrem i deszczem oficerów brytyjskiej armii. Po II Wojnie Światowej trafiło na ulice do powszechnego obiegu stając się towarem luksusowym, symbolem najwyższej, nonszalanckiej elegancji.





33. Płaszcz Crombie



34. Płaszcz Cover



35. Płaszcz Chesterfield



36. Płaszcz British Warm



37. Płaszcz Loden



38. Płaszcz Polo



39. Kurtka Bosmanka-Peacoat



40. Kurtka Budrysówka-Duffle coat



41. Trench Burberry

Powracając do końca lat trzydziestych XX wieku należy wspomnieć o oryginalnym zjawisku będącym jedną z pierwszych form subkultury. Zoot Suit to w ocenie ówczesnej większości społeczeństwa totalne dziwactwo i przykład złego gustu. Prekursorami tego stylu byli Afroamerykanie związani z klimatem Harlemu i modnych klubów jazzowych. Ich niecodzienne stylizacje były pewnego rodzaju przejawem buntu przed dyskryminacyjnym traktowaniem ich przez białych obywateli. Pomimo wspólnych koncertów biali i czarni nie mogli się ze sobą kontaktować. Czarnych obywateli traktowano w klubach jak margines społeczny. Garnitur zoot suit stał się symbolem mniejszości lub braterstwa z emigrantami, gdyż nosili go także biali mężczyźni. Charakteryzował się na mocno przerysowaną sylwetką. Podstawą był luźny, amerykański garnitur. Marynarka posiadała dwukrotnie poszerzone ramiona i długość prawie do kolan. Spodnie zawieszane na szelkach, z bardzo podniesioną talią i niesamowicie szerokimi nogawkami, zwężającymi się na dole skracały całą sylwetkę. Do pasa przymocowany był długi łańcuch ze szczyrykiem, niezbędnym w ulicznych bójkach lub do walki z policją. Buty miały grubą podeszwę i przysłonięte były przez opadające spodnie. Dla wzmocnienia efektu stylizacji, włosy smarowano brylantyną i przykrywano je małym kapeluszem. Zoot Suit mógł być kolorowy z dużym krawatem lub muchą. Często zawieszano na nim łańcuch lub krzyż.

Tak ubrani biali i czarni zabawiali się tańcząc w klubach swinga. Zwolennicy zoot suit byli dość impulsywni i często popadali w konflikt z prawem za zbyt agresywne bójkę. Styl ten utrzymał się w USA przez lata czterdzieste i trafił także do Europy.



42, 43. Stylizacja Zoot Suit

Wybuch II Wojny Światowej drugi raz w tym stuleciu zachwiał globalnym porządkiem. Ubiór stał się praktyczną koniecznością, a rola mody zeszła na plan dalszy. Prostota ubiorów lat czterdziestych była wynikiem skrajnie odmiennej sytuacji. Brakowało tkanin. Nie było też okazji do celebrowania ważnych wydarzeń z życia codziennego.



Garnitury utrzymywały się w linii lat trzydziestych i szyte były raczej z grubszych stabilnych tkanin jak gabardyna i tweed. Obowiązywał dress code elegancko ubranego dżentelmena z białą koszulą, krawatem i koniecznie kapeluszem. Pomimo trudnych warunków i reglamentacji tkanin, spory wpływ na męski ubiór miał znany już zoot suit, który pojawił się w Paryżu w latach czterdziestych, czym ucieszył ekscentrycznych miłośników jazzu. Marynarki z szerokimi ramionami, obszerne spodnie i brylantyna na włosach to znak rozpoznawczy europejskich Zazou jak ich wtedy zwano. Charakterystycznym ich elementem był również czarny parasol który nosili ze sobą. Wraz z zakończeniem wojny mężczyźni znów zaczęli zwracać szczególną wagę na własny ubiór. W modzie światowej dzięki postaci Christiana Diora i jego New Look z 1947 powraca apetyt na wysmakowaną elegancję, luksus i styl. Moda męska z jednej strony w dalszym ciągu bazuje na dokonaniach z końca lat trzydziestych z drugiej pojawia się bunt przeciwko mieszczańskim standardom.

W opcji tradycyjnej najmodniejsze garnitury są w stylu „bold look” z marynarkami zapinanymi dwurzędowo lub na jeden guzik, z szerokimi ramionami. Spodnie są też szerokie, mają zakładki z przodu i zwężającą się ku dołowi nogawkę. Do białej koszuli zakładano ciemny krawat, a w brustaszy umieszczano białą poszetkę. Popularne, ozdobne wpinki do krawata dopełniały ogólną kompozycję. Jednak styl taki nie wystarcza młodzieży, która podekscytowana jazzem i swingiem chce wolności i szaleństwa. Nie akceptuje starego porządku. Dodatkowo wpływ kultury Stanów Zjednoczonych pobudza apetyt na nowe doznania. Czasy gdy syn przypomina ubiorem ojca pomatu odchodzą. Pojawiają się subkultury negujące stary porządek.

Pierwszą znaczącą subkulturą byli **Teddy Boys**, wywodzący się z klasy robotniczej, których ruch powstał w Wielkiej Brytanii ok. 1953 roku. Młodzi ludzie chcieli zademonstrować własną filozofię i poszukiwali dla siebie lepszego miejsca w życiu. Ubrania miały szokować starsze pokolenia a szczególnie rodziców. Mieszali fasony i epoki. Do ubioru włączono marszczone kurtki Edwardiańskie, marynarki z klapami lub kołnierzami obszytymi aksamitem, brokatowe kamizelki, zamshowe buty na grubej, gumowej podeszwie, wąskie rurki z długością nad kostkę, eleganckie koszule, krzykliwe krawaty lub skórzane rzemyki w stylu Billi Haleya. Popularnymi fryzurami były banan i kaczy kuper. Stylizacje te rozbudzały fantazję i dobrze komponowały się z erą swingu i rodzącego się rock and rolla. W Polsce w tym czasie popularni wśród offowej młodzieży są tzw. Bikinarze buntujący się przeciwko nowemu reżimowi i nakazowemu socrealizmowi. Nosili długie marynarki, kolorowe koszule, krawaty z nadrukowanymi dziewczynami, przykrótkie szerokie spodnie uwidoczniające kolorowe skarpetki( zwane swing- swing)

i buty na grubej zelówce. Słuchali jazzu i zafascynowani byli kulturą amerykańską. W 1956 roku, po zmianach politycznych w Polsce ruch ten zaniknął. Nie trzeba dodawać, że bikinarze nie byli mile widziani a ówczesna propaganda przykleiła im łąkę darmozjadów, złodziei oraz wrogów socjalistycznej ojczyzny. Tymczasem w Wielkiej Brytanii powstaje kolejna subkultura londyńczyków preferujących własny styl i własną filozofię życia.

**Mods**, bo tak się nazywali, również wywodzą się z robotniczego środowiska, jednocześnie odcinając się od niego. Ich priorytetem jest elegancki wygląd, dobrze skrojone garnitury z marynarkami zapinanymi na trzy guziki, wąskimi klapami i wąskimi spodniami bez zaszewek. Noszą markowe ubrania angielskich firm. Byli zadbani i wręcz perfekcyjnie dbali o swój wizerunek. Znakiem rozpoznawczym jest wojskowa, zielona parka, zakładana także na garnitur co w pewnym sensie wyprzedziło obecne stylizacje o pięćdziesiąt lat. Mods lubili także kolorowe swetry i koszule. Nosili staranne fryzury z przedziałkiem lub byli ostrzyżeni krótko, na studenta. Swój wygląd inspirowali kinem francuskim i słynnym Dolce Vita. Lubili zabawy w klubach, używali narkotyków, byli zwolennikami rewolucji seksualnej. Kojarzą się również ze słynnymi skuterami Vespa na których jeździli. Do męskiej mody wprowadzili sylwetkę slim fit, prostotę i wyrafinowanie. Mods mieli także swoich odpowiedników w Polsce, gdzie ich styl był o wiele bardziej do zniesienia niż styl kolorowych bikiniarzy.

Nowym, znaczącym zjawiskiem lat czterdziestych i pięćdziesiątych była fala popularyzacji i wpływu kultury Stanów Zjednoczonych na Europę. Wiąże się to z nadejściem ery pop kultury, a jednym z jej elementów był ubiór džinsowy, który zawładną wkrótce całym światem. Wyrazem pop kultury jest także wykształcenie się ubioru casualowego jako ubioru całodziennego. Tym samym rola garnituru i typowo klasycznej odzieży zmniejsza się i jest głównie przeznaczona na formalne okoliczności jak praca w biurze czy towarzyskie spotkania.

Na początku lat pięćdziesiątych w Stanach Zjednoczonych pojawia się społeczny wyraz buntu, którego symbolem stał się film „Dziki” z Marlonem Brando w roli zbuntowanego szefa gangu młodych mężczyzn spędzających większość czasu jeżdżąc na motorach. W filmie Marlon Brando nosi dzinsy i czarną, skórzaną kurtkę ramoneskę założoną na biały T-shirt. Podwinięte do kostek spodnie odsłaniają buty do jazdy na motorze. Ta stylizacja staje się kanonem dla wielu pokoleń i znakiem rozpoznawczym subkultury rokersów.

Kolejną postacią, która wyznaczyła ponadczasową wartość w modzie męskiej był James Dean, który w 1955 roku zagrał w filmie „Buntownik bez powodu”. Proste, dopasowane dzinsy, obcisły biały t-shirt, krótka dzinsowa kurtka, zaczesana do góry i do tyłu fryzura wpisują się w historię mody i ponadczasowy przykład dobrej, męskiej stylizacji. Nade wszystko jednak muzyka rock and roll zmieniła odczuwanie i jak huragan wniosła powiew świeżości, prawdziwy triumf radości życia. Bill Haley i Elvis Presley stają się bogami estrady i przykładem współczesnego mężczyzny dla całego młodego pokolenia. „That,s all right mama” I „Rock around the clock” zmieniają świat.

Do muzyki Billa Haleya tańczono w luźnych garniturach i spodniach z głębokimi zaszewkami ułatwiającymi liczne rokendrolowe akrobacje. Sam Bill zmienił tradycyjny garnitur na marynarkę z aksamitnym kołnierzem, szerokie spodnie łączył z białą koszulą, zamiast krawata zakładał muszkę lub rzemyk z metalową zsuwką. Było to jednocześnie eleganckie i awangardowe.



44. Marlon Brando



46. Elvis Presley



47. Bill Haley



48. James Dean

Miało przyciągnąć młodzież, ale też nie odstraszać starszych.

Elvis Presley dzięki radom Liberace wyróżnia się na scenie dzięki kolorowym, błyszczącym garniturom lub dwukolorowym kompletom złożonych z obszernych marynarek i szerokich spodni. Różowe marynarki, żółte garnitury wzbudzały sensację, a obsceniczne ruchy biodrami Elvise na scenie wywoływały skandal i skutkowały zakazem emisji całej sylwetki piosenkarza podczas występów w TV.

W końcu lat pięćdziesiątych pojawia się nowa grupa zbuntowanej młodzieży także negująca dotychczasowe wartości, szukająca miejsca dla siebie a będąca przeciwieństwem modsów. Nazwę zaczerpnęli z rock and rolla muzyki powszechnie nieakceptowanej. **Rokersi** ze swoim bohaterem Marlonem Brando z filmu „Dziki” pogardzali wymuszaną elegancją i inteligenckim stylem. Odrzucali pościg za karierą i stabilizacją. Żyli z dnia na dzień. Wyznawali kategorię nieustannej walki, zasadę: silniejszy i bardziej cyniczny zwycięża. Nosili zmierzwiłone, dłuższe włosy z bakobrodami, podarte dżinsy, skórzane kurtki ramoneski, wysoko sznurowane buty, jeździli na motorach. Swoim obdartym wizerunkiem, sposobem poruszania się w grupach oraz agresywną dynamiką wzbudzali strach u przeciętnego obywatela. Zwalczali subkulturę modsów, których uważali za zdemoralizowanych hedonistów. Do kanonu mody męskiej jak i damskiej przeszły ich skórzane ramoneski, które od kilku sezonów są prawdziwym must have wielu kolekcji. Rockersi byli podłożem takich subkultur jak harleyowcy czy punki. Lata sześćdziesiąte XX wieku to niezwykle barwna i pełna sprzeczności epoka w kulturze współczesnej. Dekada zaczyna się od grzecznego twistu, a kończy na flower power i wojnie w Wietnamie. Awangardowy, literacko kulturowy ruch beat generation propagujący idee anarchistyczne, indywidualizmu i swobody twórczej przyczynił się bezpośrednio do powstania wielu zjawiska takim była rewolucja hippisowska. Termin oznaczający „pobite pokolenie” którego przedstawiciele nie przykładali wagi do ubioru, a interesowali się filozofią, poszukiwaniem nowych wartości i sensu w życiu na stałe wpisał się w światową kulturę. Kultowe powieści Kacka Kerouaca „W drodze”, „Skowyt” Allena Ginsberga, „Nagi lunch” Williama S. Burroughsa wywierają ogromne wrażenie na wielu młodych artystach. David Bowie, Andy Warhol, The Doors, The Beatles, Rolling Stons a nawet Yves Saint Lauren znajdują tu pożywkę dla swojej twórczości.

Rzutuje to także w sposób pośredni na męską modę, która rozwija różne style. Pierre Cardin projektuje dla The Beatles awangardowe garnitury bez klap i bez kołnierza z wąskimi krótkimi spodniami z lekko błyszczącej tkaniny, dodając do kompletu płytkie sztyblety. Te nowatorskie, wąskie garnitury rozpowszechniły się i były kopiowane na światową skalę. Inny projektant Paco Rabanne lansuje ubiory z metalu osadzone w mieszance klimatu surrealistycznego z science fiction.

The Rolling Stons kultowy obecnie zespół także w tych czasach prezentował charakterystyczne stylizacje z których wiele przeszło do kanonu i dziś uznane są za standardowe. Początkowo preferowali wąskie spodnie, ciemne golfy, zamszowe kurtki i w półbuty z nosami w szpic, co dziś wydaje się eleganckim zestawem. Jednak na początku lat sześćdziesiątych taki styl był obrazą dla konserwatywnie myślących przedstawicieli bogatego społeczeństwa. Długie włosy muzyków także burzyły przyjęte normy. W odróżnieniu od The Beatles, Rolling Stons nie występowało w garniturach promując własny, eklektyczny styl. W pierwszych latach dekady modne są obcisłe spodnie i krótkie fryzury ze słynną grzywką Beatlesów na czele, wymyślone przez młodego Vidal Sassoon. W modzie męskiej dominuje szczupła sylwetka z taliowaną marynarką zapinaną na trzy guziki, małymi klapkami, koszulą z małym kołnierzykiem, wąskim krawatem zwanym popularnie śledziem i obowiązkowo z wąskimi i nieco przykrótkimi spodniami. Do tego niezbędne stały się słynne rolingstonki - półbuty w szpic. W dekadzie tej swój renesans przeżywa także krawiectwo na miarę. Ulica Savile Row w Londynie na której znajdują się najszynniejsze zakłady krawieckie staje się światową legendą i wyznacznikiem statusu społecznego. Symbolem elegancko ubranych mężczyzn tej epoki byli słynni aktorzy tacy jak Alain Delon, Marcello Mastroiani, Jean Paul- Belmondo.

Ikonami mody w zupełnie innym stylu, pogardzającymi miarowym krawiectwem stali się popularni muzycy Mick Jagger, Jimi Morrison, Roger Daltrey z The Who. Duży wpływ na ich wygląd miały projekty Barbary Hulanicki twórczyni stylu biba. Koszule z żabotami, aksamitne garnitury, boa ze strusich piór a także takie ubrania jak kamizelki z frędzlami, obcisłe skórzane spodnie biodrówki w połączeniu z nierealną muzyką nastrajały erotycznie i doprowadzały fanów do szału na koncertach.

W 1965 roku w Stanach Zjednoczonych dochodzi do manifestacji przeciwko wojnie w Wietnamie. Rodzi się ogromny sprzeciw i bunt społeczny. Ruchy pacyfistyczne prowadzą po powstania nowej formacji społecznej. Młodzież buntuje się przeciwko establishmentowi, odnajduje nową drogę do własnej egzystencji bez konsumpcjonizmu i powszechnych nakazów. W 1967 następuje prawdziwy przełom i narodziny jednej z najważniejszych subkultur w naszej kulturze ruch **Hippie**. Nowa ideologia ogarnia cały świat zachodni. Większość wybiera dla siebie tylko atrybuty zewnętrzne w postaci mody i muzyki. Flower power, długie włosy, luźny ubiór, funkcjonalny i zgodny z naturą, najlepiej uszyty własnoręcznie, wytarte dżinsy, spodnie z nogawkami w dzwony, kwieciste koszule, rzemienie, koraliki, apaszki, bandany, cygańskie spódnice, pacyfki wszystkie te szczegóły tworzyły wyjątkowy, kolorowy, do tej pory nie znany świat mody. Bitlesi przyswoili w tym czasie hinduskie formy ubioru w postaci długich bawełnianych spodni

na które noszono długie bawełniane koszule bez kołnierzyka, rozcięte po bokach. Koszule te ze stójką zapinaną na guzik zostały zaadoptowane zostały przez projektantów i już w wersji bardziej formalnej wprowadzone do awangardowych kolekcji. Jednak dla samego ubioru męskiego, klasycznego czas ten nie miał istotnego znaczenia, gdyż ruch hippisowski z natury odrzucał wszelkie konwenanse, konsumpcjonizm, pogoń za karierą jak i uporządkowany styl życia. Nie ingerował więc w ustalony kanon ubioru. On po prostu odrzucał. Można mówić jedynie o inspiracjach formami ubiorów hippie. Do mody lat nieco późniejszych przeszły garnitururowe spodnie z nogawkami w dzwon połączone z elegancką, wąską w talii marynarką.

Po latach eklektyzmu i estetycznego szaleństwa nastąpiły lata elegancji i wyrafinowania. O ironio w połowie kolejnej dekady pojawia się radykalnie odmienny od grzecznej estetyki ruch punk, który wyrzeze na ubiorze modzie ogromne piętno.

Garnitury lat siedemdziesiątych składają się z manierycznych w formie, dzwonowatych spodni z zaprasowanych w kant, taliowanej marynarki zakrywającej biodra z szerszymi ramionami, szerokimi klapami i z nakładanymi kieszeniami. Do marynarki zakładano dopasowaną koszulę z wydłużonym bardzo kołnierzem oraz z szerokim krawatem, muchę, często apaszkę. Taki krój podkreślał i wysmuklał męską sylwetkę. Dodać należy iż bardzo często w tym czasie obowiązującym dodatkiem była dzianinowa kamizelka. Fryzury tamtych lat preferują długie włosy, które przykrywały kark i szyję. Modne były także bakobrody. Buty miały nieco cięższą formę z kwadratowym nosem i wyższym obcasem. Całość mogła wyglądać w zależności od użytych tkanin szalenie elegancko bądź kiczowato. Doskonałym przykładem na elegancję lat siedemdziesiątych jest film „Płonący wieżowiec” z występującą ówczesną plejadą amerykańskich gwiazd, czy kultowe seriale „Aniołki Charliego” „Columbo” „Kojak”.

W obu produkcjach dominują efektowne sukienki i doskonale skrojone garnitury, wpisujące się w obraz dostatniego, amerykańskiego społeczeństwa.

Jednak w latach siedemdziesiątych ubiór nie zawsze zachwycał. Gdy stylizacja określona była w gładkich, jednobarwnych tkaninach prezentowała się wytwornie, gdy natomiast mieszano wzory, kolory inspirując się trwającym jeszcze stylem hippie, efekt był nieciekawym i całkowicie kiczowatym. Świetnym przedstawicielem stylu lat siedemdziesiątych łączącym kicz, sztukę i elegancję był słynny i ekscentryczny David Bowie preferujący bezkompromisowe rozwiązania na równi z nowoczesnym interpretowaniem klasycznego ubioru. Bowie jako rasowy Anglik doskonale prezentował się w garniturze niezależnie czy ubierał go jako formalny strój czy jako dopełnienie swoich autorskich stylizacji.

Był niezwykle kreatywną postacią, której wizje zmieniały poglądy na ubiór mężczyzn. Wprowadził do eleganckich garniturów kolor oraz eksperymentalne działania z tkaninami. Działał niekiedy jak Liberace szokując przesadzonymi formami lub obscenicznym wizerunkiem i wyzywającą mową ciała.



49. David Bowie



50. John Travolta w filmie „Gorączka sobotniej nocy”

Propagatorami spokojnej, estetycznej i radosnej sztuki kierowanej do zadowolonej z siebie klasy średniej byli Bee Gees, ABBA, kultowi przedstawiciele muzyki disco, pop kultury oraz eleganckiej frakcji scenicznej noszącej białe kostiumy i estradowe garnitury. Jednak najważniejszym ikonicznym wręcz przykładem dla mody męskiej tego okresu jest niezmiennie sylwetka Johna Travolta z „Gorączki Sobotniej Nocy”.

W białym garniturze, czarnej koszuli i włosach zaczesanych na brylantynę przeszedł do historii mody.

Innym obliczem estrady tego okresu jest już mniej grzeczne, a bardziej sexy, pełne cekinów, srebrnej lamy i brokatu kolorowe disco, którego najważniejsi muzycy błyszczeli na estradzie niczym lustrzane kule. Pajetowane, obcisłe koszule, kombinezony, wysokie buty, peleryny to znak rozpoznawczy takich gwiazd jak Boney M, Eruption, Donna Summer, Jackson Five, Grace Jones. Wykreowali oni multikolorowy i błyszczący styl glamur disco.

W połowie lat siedemdziesiątych mamy więc elegancję klasycznych garniturów, białych, atlasowych kostiumów i kolorowy świat disco. Ugruntowana jest już tych latych pozycja pret a porte. Gotowe do noszenia, dobrej jakości, modne kolekcje ubrań, dostępne były powszechnie dla coraz liczniejszej klasy średniej. Pomysł na tę odzież zapoczątkował jako pierwszy Pierre Cardin już w 1959 roku. Zaproponował w najstarszym paryskim domu handlowym Printemps doskonale odszyte, seryjne ubiory sygnowane własnym logo, czym wzbudził irytację swoich kolegów po fachu. W 1960 roku na Faubourg Saint Honore Pierre Cardin otworzył pierwszy butik pret a porte Eve. Niestety jego idea nie znajduje jeszcze uznania wśród wyrafinowanej francuskiej klienteli.

Dopiero w 1966 roku Yves Saint Laurent kolekcją Rive Gauche i świetnie przemyślaną akcją marketingową zdobywa światowy rynek, generując ogromne zyski.

W tym samym czasie co on, odzież pret a porte lansują także Ungaro i Courreges.

Pomysł na taką filozofię ubioru zapoczątkował prawdziwą rewolucję wśród projektantów. Zainicjował pauperyzującą świat wysokiej mody demokratyzację, stając się usprawiedliwieniem i odżywką dla działalności globalnych marek odzieżowych jak H&M. Kolejną wartością lat siedemdziesiątych, zapisującą się charakterystycznie w pamięci,

odznaczającą się w ubiorze tego okresu był džins. Bardzo popularne stały się całodzienne denimowe komplety składające się ze spodni dzwonów, krótkiej kurtki lub marynarki z zaokrąglonymi klapami oraz z małej kamizelki. Wykonane z ciemnej lub bardzo jasnej, spranej tkaniny, stębnowane były dwuigłowo i ozdabiane metalowymi guzikami. Była to absolutna nowość, ponieważ po raz pierwszy w modzie zaistniał na tak szeroką skalę tzw. denim look. Ubrania szyto przeważnie z gładkich tkanin, natomiast dla lepszego efektu młodzież pumeksem przecierała wybrane partie ubioru dla postarzenia tkaniny, uzyskania przetarć i efektu znoszenia. Bardzo modne stają się obcisłe džinsy. Jednak nie produkowano ich wtedy z domieszką lycry. By odpowiednio opiąć sylwetkę, mokre, przyciasne džinsy zakładano w pozycji leżącej. Wysychały na ciele, odpowiednio je kształtując.

Wspominając te lata koniecznie trzeba napisać o słynnym z ekscentrycznych imprez, eleganckich kreacji oraz najlepszego towarzystwa nowojorskim klubie Studio 54, gdzie szyk mieszał się z perwersją. Ikoną stylu w tych czasach jest także słynny Liberace, prowokujący oszałamiającymi strojami estradowymi, blichтром, kiczem z którego uczynił sztukę zapewniającą mu nieśmiertelność. Irracjonalne, monstrualnych rozmiarów futra, setki cekinowych, brokatowych garniturów w oszałamiających kolorach były znakiem rozpoznawczym jednego z największych w historii ekscentryków. Swoimi stylizacjami złamał wszelkie tabu męskiego ubioru wprowadzając go na irracjonalny, hedonistyczny obszar homoseksualnych wizji. Pomimo swojej orientacji cieszył się niezwykłą wręcz popularnością. Miał wpływ na wizerunek i muzykę największych artystów pop takich jak Michael Jackson, Prince, Madonna, Elton John.

Na przełomie lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych dla wykwintnej, mody męskiej płynie także ożywczy strumień z kina retro i filmów takich jak „Bonnie and Clyde” „Zmierzch Bogów” „Niewinne” „Żądło” „Kabaret” „Wielki Gatsby” „Ojciec Chrzestny”. Piękne kostiumy przywołują luksusową elegancję lat trzydziestych, promują stare krawiectwo i działają rewitalizująco na ówczesnych projektantów mody. Dla przeciętnego mężczyzny ikonami elegancji męskiej stają się Robert Retford, Paul Newman, Roger Moore, Warren Beaty.



51. Robert Retford, Wielki Gatsby, 1974

Paleta wartości dla męskiego ubioru w latach siedemdziesiątych jest przeogromna. To nie tylko kolor, błysk, zapach cygar, luksus, stylu retro, prowokujący denim,



to także mroczny klimat kontkultury **Punk**, gdzie zagubieni i zrezygnowani nędzną egzystencją i fatalną sytuacją kraju młodzi Brytyjczycy wyrażają swój bunt poprzez niezwykle charakterystyczny ubiór kojarzący się z drapieżną antymodą. Czarne, skórzane ramoneski nawiązujące do rockersów, czarne t-shirty z namalowanymi hasłami, agrafki, ćwieki, postrzępione i podziurawione dżinsy, metalowe zamki błyskawiczne i przede wszystkim surrealistyczne kolorowe fryzury postawione na cukier stały się znakiem rozpoznawczym zbuntowanej młodzieży. Przejaw negacji i rozpacz stały się także pożywką dla nowej estetyki, trafiającej szczególnie do zagubionych, mających trudności z definicją własnego ja młodych ludzi. Punk to Vivienne Westwood, Malcolm McLaren, Sex Pistols, Ramones, Blondie.

Moda punk utrzymuje się przez całe lata osiemdziesiąte i jest nadal obecna jako wyraz frustracji kolejnych pokoleń. Czysty punk został spauperyzowany przez znanych projektantów i wielokrotnie wykorzystany w ich kolekcjach autorskich i komercyjnych. Lata osiemdziesiąte wyróżniały się w stosunku do poprzedniej dekady determinacją indywidualnego wyrażania własnej osobowości i stanu własnej duszy poprzez ubiór. Pomimo istniejącego podobieństwa, były zdecydowanie różne od masowego stylu hippie. Nowe gwiazdy jak Madonna, Synda Lauper, Michael Jackson, Boy George, George Michael wskazywali kierunek dodając odwagi do eksperymentowania z własnymi stylizacjami. Mieszanie stylów na granicy ryzyka z kiczem było bardzo widoczne. Świetny przykład dają tu dwa popularne seriale „Dynastia” pokazująca życie bogatych sfer Ameryki oraz „Miami Vice” z kolorowymi stylizacjami dla mężczyzn. Okazało się, że prawdziwy mężczyzna może ubierać się w pastelowych barwach. To była nowość na miarę oryginalnych wizji Liberace.



52. Don Johnson w Miami Vice

Lata dziewięćdziesiąte to z jednej strony muzyka pop, nowe gwiazdy mające wpływ na tworzenie się estetyki ulicy z drugiej strony rzesza nowych dyktatorów mody, którzy wraz z modelkami wyrastają na nowe mega gwiazdy pop kultury. Nowi kreowali nową rzeczywistość i nowy styl luksusu. Jean Paul Gaultier, Karl Lagerfeld, Kenzo, Issey Miyake,



Jean Cacharel, Claude, Montana, Thierry Mugler, Ermenegildo Zegna, Gucci, Nino Cerutti, Giorgio Armani, Gianni Versace, Dolce&Gabbana, Moschino stanowili nową falę wielkich, utalentowanych wizjonerów mody mających nowe spojrzenie na ubiór.

Wielu z nich tworzy kolekcje w stylu pret a porte, widząc że haute couture przeżywa kryzys i nie wpisuje się we współczesny rytm demokratycznej mody bogatych społeczeństw Europy i Ameryki. Wśród nich było wielu Włochów których styl i estetyka są wyznacznikiem dobrego gustu od zawsze. W tym czasie garnitury stają się bardziej przyjazne i pozbywają się kamizelek. Modne są dwuczęściowe z zapięciem jednorzędowym. Bardzo wyróżniają się kolekcje Giorgio Armani który proponuje miękkie, otulające ciało marynarki bez podszewki i spodnie bez kantów. Ogólnie sylwetka jest inna niż w latach siedemdziesiątych, powiększa objętość, poszerza ramiona, spodnie stają się luźne, wręcz za duże. Jednocześnie kult urody, młodości wysportowanej sylwetki staje się priorytetem u osób pragnących wyróżnić się z tłumu. Jane Fonda propagatorka Fitness i aerobiku rewolucjonizuje myślenie o wieku i diecie. Tworzy modę fit. Wydaje książki i kasety Jane, s Fonda Workout Book promujące nową ideę ciała. W czasie zajęć aerobiku Jane ćwiczy w obcisłym kostiumie z lycry, która idealnie odwzoruje smukłe ciało. To nowość, która jest akceptowana i wchodzi na stałe do mody ulicznej. Styl sportowy to także, obszerne bawełniane bluzy z kapturem, spodnie, kombinezony, t-shirty często zdobione suwakami, stębnowaniami, ściągaczami. Pojawia się conceptualna estetyka w modzie, reprezentowana przez Sześciu z Antwerpii a także Martina Margielę, Rei Kawakubo i Yohji Yamamoto, którzy dekonstruuja modę, zmieniając jej punkt widzenia. Przywracają także czerń do świata mody. Bardzo znaczny staje się wpływ ubioru japońskiego, który przejawia się poprzez szlachetny minimalizm. Antyelegancka elegancja oraz propozycje „okaleczonych” ubiorów manifestują bunt przeciwko snobizmowi wytwornych ubrań będąc w pewnym sensie punkiem haute couture i pret a porte. Prowokacja i narodziny nowej mody wpisane są w historię mody lat osiemdziesiątych. W 1984 roku Jean Paul Gaultier prezentuje na wybiegu pierwsze spódnice dla mężczyzn, łączy ubiory o kontrastującym kroju, szerokie z obcisłymi, miesza wzory tkanin i ryzykownie je zestawia, tworząc niecodzienną paletę estetyczną. Bardzo ważnym faktem dla mody męskiej było umocnienie się dwóch legendarnych obecnie firm. Ralph Lauren zaczynający karierę w Stanach Zjednoczonych proponował mężczyznom stabilne, klasyczne, ale wyrafinowane kolekcje w optyce lat 30 utrzymane w czystej i świeżej kolorystyce z przewagą bieli, granatu z czerwonymi dodatkami. Dwurzędowe garnitury, białe koszule, a także kultowe już koszule z kołnierzami BD szyte z tkaniny baby oxford w pastelowych kolorach. Kolekcje skierowane były do zamożnej klasy średniej o nowoczesnych, ale także lekko zachowawczych poglądach. Drugim był Calvin Klein, który na reklamie dżinsów i męskiej bielizny wszedł do historii męskiej mody. Dzięki prowokacji, promocji sexu i pięknego męskiego ciała zarabia ogromne pieniądze i wywołuje skandal. Propaguje również w swoich kolekcjach dżinsowych nowy styl unisex, który z czasem staje się nowym kierunkiem w modzie.

Z przyczyn ekonomicznych i obyczajowych unisex stał się jednym z obowiązujących do dziś stylów. Estetyka Calvina Kleina uzmysławia wielkim koncernom kosmetycznym i odzieżowym, fakt że w męskiej grupie klientów istnieje ogromny sprzedażowy potencjał. Rozpoczyna się walka o względy mężczyzn. Kampanie reklamowe przekonują ich do kupna niezliczonej ilości towarów, dzięki którym będą piękni, sławni, pożądana, bogaci. Poprzez nieustanne reklamowanie opalonych męskich ciał w szerokiej przestrzeni publicznej, takiej jak metro, lotniska, ulice mimowolnie wyzwalana jest promocja męskiego ego, oraz rozbudzone zostają na nieświadomym poziomie upodobania homoseksualne. Końcówka lat osiemdziesiątych daje podwaliny pod dwie najważniejsze, ale różne od siebie maksymalnie subkultury - **Grunge i Metroseksualizm**.

Kolejna dekada to prawdziwa lawina zmian w politycznym układzie Europejskim. Kryzys ekonomiczny, rozwój komunikacji internetowej i szybki przepływ informacji przewartościują modę i stosunek do ubioru po raz kolejny. Modna staje się klasyka, minimalizm, monochromatyczne zestawy, ale także dekonstrukcyjne działania powołujące do życia nowe ubiory dzięki przeróbkom konstrukcyjnym na starych ubraniach z poprzednich dekad. To dekonstrukcjonizm wprowadzony do mody kilka lat wcześniej dzięki Rei Kawakubo i Martin Margiela. Pojawia się stylizacyjny trend miksowania elementów nowych ubiorów z ubraniami z second handów w stylu vintage. Jednak dla ogromnych rzesz młodych ludzi najważniejszy był grunge, wykorzystujący zjawiska antymody, będący jednocześnie abnegacki, kreatywny, wpisujący się nieco w style punk i hippie.

Legendarna grupa muzyczna Nirwana narzuciła wraz ze swoim liderem Kurtem Cobainem nową filozofię życiową młodym ludziom, wyzwalając nieznaną do tej pory estetykę w modzie. Niedbały, niechlujny wygląd mieszanie stylów rock, romantic, casual, korzystanie z ubrań z second hand dawały przebogatą kombinację wizualną. Tworzyły styl pełen swobody i indywidualnej wypowiedzi. Grunge jest obecny w umysłach wielu młodych ludzi do dziś i stanowi jeden z najważniejszych obecnie stylów streetwear. Pozwala na autentyczność wypowiedzi przy jednoczesnej kreatywności własnych wizji. Nie szufladkuje zbyt mocno, zostawiając spory margines na eksperymenty. Pozwala na nawiązywanie do innych subkultur.

Dla przeciwwagi „niechlujnych” outfitów grunge około 1992 roku wykreowany zostaje przez wielkich projektantów Karla Lagerfelda, Christiana Lacroix, Versace styl glamour wpisujący się w odmłodzony i uwspółcześiony rodzaj haute couture. To eleganckie, wyszukane kreacje przeznaczone do całodziennego użytku reklamowane przez ikony modelingu tamtych czasów Linde Ewangelistę, Noemi Campbell, Claudię Schiffer. Rozwój technologii tkanin i konfekcjonowania, a także zmiany w globalnej gospodarce powodujące narastające bezrobocie uwalniają kolejne, globalne trendy mody. To adaptacja ubioru sportowego jako ubioru całodziennego, oraz ekshibicjonistyczna ekspozycja bielizny jako osobnego ubioru wierzchniego. Bielizna uznana zostaje jako symbol komfortu i swobody obyczajowej ukierunkowanej na promocję seksualności. Jest nieustannie obecna na rynku reklamy dzięki działalności Calvina Kleina.

Białe bokserki, gorsety, stringi, stają się pożądanym elementem ubioru. Powstają szczególne modele dla mężczyzn z efektem push up lub z efektem pełnych przeźroczystości. Sprzedaż bielizny święci tryumfy. Masowe uprawianie sportu, kulturystyki a wcześniej aerobiku sprawiło, iż produkty firm takich jak Adidas, Nike, Puma zaczęto nosić poza salami gimnastycznymi. Wygodne bluzy, spodnie dresowe, kolarki, leginsy, t-shirty gwarantowały komfort jednocześnie podkreślając seksualność sylwetki. Trend ten szczególnie przyjął się wśród mężczyzn ceniących sobie wygodę a także pragnących pochwalić się idealną figurą. Styl ten podzielić można na dwa odłamy, sportowy burżua, zaadoptowany przez bogatsze warstwy społeczne oraz na styl city pochodzący z ubogich blokowisk miejskich. W tym drugim młodzież( w Polsce dresiarze) wykreowali subkulturę demonstrując braterstwo z ulubionym idolem sportowym z jednej strony z drugiej zaś demonstrując pełną buntu agresję wobec braku perspektyw i wobec ustalonego porządku społecznego. Doskonale łączy się to zachowanie z miejskimi subkulturami Hip hop, RAP, Grafitti, które mają niezmiennie ogromny wpływ na kształtowanie się współczesnego ubioru męskiego. Funkcjonują bowiem w podobnym środowisku wśród zbuntowanej lub zepchniętej na margines życia społecznego grupy. Moda **Hip hop** rodziła się wraz z rozwojem muzyki afro amerykańskiej w Stanach Zjednoczonych w Nowym Yorku , Los Angeles, Chicago. W pewnym sensie można odnaleźć tu zbieżność do sytuacji z lat trzydziestych narodzenia się subkultury zoot suit, która też była wyrazem buntu, posługiwała się agresją i mocno oversizowymi formami ubioru. W latach trzydziestych były to garnitury, w latach dziewięćdziesiątych luźne bluzy i obszerne spodnie. Dla hip hop ubiór męski stanowił dynamiczny mix obszernych form kurtek, kombinezonów, spodni, flanelowych koszul ,baseballowych czapek, butów Nike z mocną i ciężką biżuterią łańcuchów, pierścieni, krzyży. Formy te szybko trafiły do ulicznego ubioru czarnych Amerykanów, z czasem do poważnych sportowych kolekcji męskich. Po 2000 roku artyści hip hopowi kooperowali z takimi firmami jak Louis Vuitton czy Gucci. Lata dziewięćdziesiąte to także nowe zjawiska, zmieniające na stałe wiele kwestii związanych z ubiorem.

Rozwój globalnych sieciówek jak C&A, Zara, H&M z gigantyczną ilością proponowanej, szybkiej i taniej odzieży, jest katastrofą dla wielu mniejszych firm odzieżowych. Kupowanie tańszych tkanin produkowanych w Azji i przeniesienie produkcji ubrań do Chin, Maroka, Egiptu i Turcji rujnuje wiele fabryk produkujących tkaniny w Europie oraz doprowadza do likwidacji zakładów utrzymujących się z konfekcjonowania odzieży. Moda tym samym mocno się demokratyzuje. Teraz każdy może mieć tańszy, lepszy lub gorszy model ubrania zaprojektowanego przez słynnego projektanta. Nie pozostaje to bez wpływu na kształtowanie się także mody męskiej. Rzesze mężczyzn mogą bez trudu wizyty u krawca lub w drogim domu handlowym zaopatrywać się w całkiem niezłą konfekcję, którą co prawda uniformizuje gusta i wizerunek, ale również oswaja z modą i edukuje. Zjawisko to rozchodzi się na całym świecie jak fale rzuconego w wodę kamienia.

Moda męska końca XX wieku pełna jest sprzeczności i różnych stylów negujących rolę mody i ubioru klasycznego. Próby zerwania z konwencjonalnością nie powiodły się. Propozycje Pierra Cardin, Paco Rabane, Jean Paul Gaultier czy Terry Mugler pomimo iż wywarły na modę duży wpływ nie zostały zaakceptowane w codziennej garderobie. Futurystyczne wizje, feministyczne akcenty czy atletyczne sylwetki nie miały szans zastąpić sprawdzonych rozwiązań. Najwięcej optymalnych propozycji udało się wprowadzić do męskiej mody Gorgio Armani, którego wizja męskich garniturów, płaszczy i marynarek stała się najbardziej nowoczesna i uniwersalna. Z jednej strony projektant odnosi się z szacunkiem do klasycznej, nienachlanej elegancji z drugiej strony modyfikuje ją wprowadzając miękkie tkaniny, miękkie klejonki i sposób konfekcjonowania bliższy blezerom i swetrom niż tradycyjnym garniturom. Armani eksponuje także w męskiej garderobie nie tylko łagodną, odmładzającą linię, minimalizm formy, ale także piękne tkaniny, ich chwyt i ruch. To klucz do ogromnego sukcesu jego stylu. Można śmiało stwierdzić iż zrewolucjonizował współczesną, klasyczną męską garderobę.

Nawiązując do zmian w męskim ubiorze nie sposób nawiązać do kilku stylów ostatnich lat, które kształtują oblicze ulicy i wewnątrz szaf tych mężczyzn którzy się moda interesują. Od prawie dwudziestu lat metroseksualizm wpływa na kształtowanie się wizerunku mężczyzn. Termin został po raz pierwszy użyty przez felietonistę Marka Simsona który w 1994 roku użył takiego właśnie określenia do opisu zakochanego w sobie mężczyzny, mieszkańca wielkiego miasta, konsumenta mody i artykułów kosmetycznych. Samo słowo metroseksualny pochodzi od kompilacji dwóch słów metropolia i heteroseksualny. Ma oznaczać zjawisko panujące wśród młodych mężczyzn, których priorytetem jest skupienie się na własnej cielesności, doskonalenie jej poprzez uprawianie sportu, zabiegi kosmetyczne, modę. To przywiązanie do własnej atrakcyjności niektórzy traktują jako towar i inwestycję w organizowanie sobie lepszego startu w życiu. W dobie tak powszechnej komercjalizacji i kultu piękna idealny wizerunek jest bardzo pożądany. Często niestety stanowi on jedyną wartość mężczyzny. Metroseksualizm można kojarzyć również z postawą empatyczną, otwartą na zmiany, przyjacielską oraz z zainteresowaniami humanistycznymi jak sztuka, literatura. Najczęściej jednak metroseksualni są zbyt skupieni na swoim zewnątrz by poświęcić czas na sprawy ducha. W ogromnym procencie mężczyźni metroseksualni są produktami ekspansywnych, powszechnych kampanii reklamowych globalnych koncernów farmaceutycznych i odzieżowych. Te uwrażliwiają swoimi przekazami mężczyzn na potrzebę doskonalenia piękna ciała. Styl ten jest niezwykle istotny dla mody i ubioru. Pomimo wady jaką jest propagowanie egocentryzmu zainicjował i utrwalił wśród męskiej populacji dbałość o higienę i wrażliwość na estetykę. By sprostać potrzebom metroseksualizmu krój męskich ubiorów poddany został znacznej korekcie w postaci takiego dopasowania by linią slim podkreślić atrakcyjny kształt ciała. Słynnymi metroseksualnymi są David Beccam, Brad Pitt, Ronaldo i wielu sportowców, szczególnie futbolistów.

Przeciwieństwem metroseksualnego mężczyzny jest mężczyzna mucho, aktualnie reprezentowany przez styl **Lumberseksualny**, inaczej drwaloseksualny. Nazwa ta pojawiła

się od angielskich słów *lumber* (rupiecie) oraz *lumberjack* (drwal) w połączeniu ze słowem *sexual*. Trend ten obrazuje mężczyzn których wizerunek dzięki gęstej brodzie, niedbałej fryzurze, flanelowym koszulom, dżinsom określony jest jako surowy wynikający z pomijania zainteresowania modą. Ponadto mężczyzna taki powinien być zaradny, opiekuńczy, odpowiedzialny, przygotowany na przygody w dzikich ostępach. dodatkowo powinien posiadać talent tzw. złotej rączki naprawiającej domowe usterki. Mężczyzna ten nie musi być zaniedbany, wręcz przeciwnie. To forma maski w pewnym sensie metro seksualnej. By wyglądać drwaloseksualnie trzeba ponieść spory wysiłek i dodatkowo wykazać się cierpliwością. Pielęgnacja brody wymaga specjalistycznych kosmetyków, czasu i sporych nakładów finansowych. Odpowiednie koszule, spodnie, sportowe buty też nie należą do najtańszych. Do nowej stylówki trzeba więc się solidnie przygotować. Tak więc wizerunek pozornie niedbającego o wygląd, higienę, 100% mężczyzny z gęstą brodą i włosami pod pachą jest nieco fałszywy. Sądząc po wykreowanej powierzchowności to kolejna komercyjna kalkulacja wpisująca się w aktualny miejski life style, mająca pobudzić rynek sprzedaży i ukierunkować go na kolejne gadżety umożliwiające akceptację otoczenia.

Trzecim silnym trendem kreującym wizerunek jest subkultura **Hipster**. Jedną z najbardziej autentycznych z dodanym walorem intelektualnym. Etymologia znaczenia terminu *hipster* wywodzi się z lat ,40 i kojarzona jest z białymi Amerykanami słuchaczami czarnego jazzu związanymi z bebopem. Samo określenie wywodzi się od afrykańskiego ludu *Wolf*, gdzie „hip” oznacza oświeconego, tego który ma oczy otwarte. Powiązanie ruchu z szeroką akceptacją czarnych obywateli inicjuje obraz oświeconego Amerykanina, przeciwnika elit i ustalonych podziałów społecznych. Kontynuatorami tego ruchu byli organizujący się w latach pięćdziesiątych *beatnik*, którzy utworzyli nieformalny ruch literacko kulturalny. Kierowali się własną oceną świata, promowali anarchistyczny indywidualizm, swobodę twórczą i autentyczny sprzeciw wobec panującej popkultury. Hipsterzy mają bardzo podobną filozofię, są przeciwnikami mainstreamu, wprowadzają własną ocenę wartości odnoszących się do porządku społecznego i sztuki. Są przeciwnikami konsumpcyjnego modelu życia, jednocześnie będąc jego elementem. Bardzo nie chcą być na świeczniku, jednocześnie mają pretensję gdy na nim nie są, co jest nieco pretensjonalne.

Przeciwstawiają się kulturze masowej, jednocześnie będąc jej częścią. Cenią sobie niezależność myślenia. Podzielają zainteresowanie zjawiskami sztuki, literatury, niezależnym filmem. Poczują się także do obiektywnej ich zdaniem oceny zjawisk, jak również do obnażania marnej kondycji produktów współczesnej kultury. Oryginalnym strojem i niszowymi zainteresowaniami pragną odciąć się od dominujących trendów. Ich ubiór jest eklektycznie wyrazisty i porównać go można do zdystansowanej, kontestującej odmiany *grungu* lub stylu *vintage*. Kraciaste koszule, skórzane kurtki, przyciasne marynareczki, kamizelki, sprane dżinsy, przykrótkie eleganckie spodnie, dzianinowe czapki, małe kapelusze, okulary, „niechlujne” fryzury, zarost to bardziej charakterystyczne elementy stylizacyjne hipstera. Ich wizerunek mocno wpłynął na zachowania młodzieży początku XXI wieku kontestującej współczesną rzeczywistość.

Jednym z ostatnich trendów odwołujących się do ubioru męskiego jest **Neodandyzm**, który pojawił się na większą skalę w ostatnich dziesięciu latach w Europie i w Stanach Zjednoczonych. Łączy on upodobanie do wzornictwa i do ubiorów z lat trzydziestych i czterdziestych oraz do prowadzenia codziennego życia w zrekonstruowanym otoczeniu z tego okresu. Jest to pewną nowością, bowiem kwestia ubioru nie jest tu najważniejsza. Wszystko podporządkowane musi zostać danej epoce i jej stylowi, od wystroju mieszkania do samochodu. To w pewnym sensie sentymentalna podróż do świata wypełnionego konkretną i autentyczną jakością. Zwolennicy neodandyzmu należą raczej do bogatszej klasy średniej. To młodzi ludzie, którzy wybrali stary rytm życia. Mając odpowiednie zaplecze finansowe, spełniają swoje marzenia. Szyją na miarę garnitury i koszule, jeżdżą oryginalnymi autami sprzed II wojny światowej, prowadzą życie oparte na dawnych wartościach. Jest to subkultura niszowa, która rozwija się dość dynamicznie. Wszystkie te style i subkultury miały znaczny pośredni lub bezpośredni wpływ na klasyczny ubiór męski. Oswajały standardowych i konserwatywnych mężczyzn z innością, dając im wybór spróbowania innych jakości. W wielu przypadkach w Europie Zachodniej pojawił się specyficzny dualizm zachowań, który można podzielić na oficjalne i prywatne stanowisko w kwestii wizerunku. Przed południem stosowano konieczny ubiór biurowy, po pracy, a szczególnie w weekendy świat się zmieniał i do życia powoływano ulubiony ubiór stylowy. W szerszym zakresie subkultury określały aktualne proporcje klasycznego ubioru, bardziej lub mniej dopasowany krój, kształt szczegółów takich jak kołnierz koszuli, kłapa marynarki, nogawka spodni. Niemniej sam pogląd na klasyczny ubiór i jego funkcję pozostawał na konserwatywnym poziomie i rozgraniczał formalne garnitury biurowe i biznesowe od projektów inspirowanych aktualną modą. Wydaje się że dopiero od około piętnastu lat silnie zmieniła się mentalność mężczyzn i ich stosunek do własnego wyglądu i ubioru. Rozwój technologii i polepszenie komfortu życia spowodowały przesunięcie wektora z pozycji reprezentacyjnej, formalnej na pozycję komfortową reprezentacyjną. Wpływ sportu na styl klasyczny jest ogromny co świetnie widać obecnie w kolekcjach Porsche Design, Lacoste, Trussardi, Hugo Boss. Wiek XXI otworzył przed modą męską kolejne drzwi.



53. Hipster



54. Neodandyzm



55. Lumberseksual



56. Metroseksual



57. Grunge

## Rozdział 2

### **Artystyczne i praktyczne znaczenie innowacyjnych technologii stosowanych w ubiorze i w modzie.**

Nowoczesne technologie są dla mody i dla ubioru bezcennym zjawiskiem, gdyż dzięki nim moda zmienia się pozyskując współczesny wizerunek. Moda nie jest już tylko pięknym ozdobnikiem stojącym trochę na uboczu współczesnego życia. Moda dzięki nowoczesnym technologiom jest pełnoprawnym i poważnym partnerem w rewolucyjnych działaniach na rzecz zwiększenia komfortu codziennego życia, wykorzystania technologii do ochrony zdrowia, podniesienia wydajności w pracy oraz do kształtowania nowego myślenia o ubiorze.

Innowacyjne technologie można teoretycznie podzielić na te artystyczne, które swoim przekazem i swoją estetyką są spektakularnymi działaniami rozbudzającymi wyobraźnię, wyprzedzającymi swoje czasy i te praktyczne, realne do wykorzystania tu i teraz.

Obie kategorie silnie działają na przyszłość ubioru inspirując fantazję projektantów, technologów i inżynierów.

Na początku odniosę się do artystycznych działań i podam kilka przykładów realizacji wielkich projektantów mody.

**Hussein Chalayan** wymieniam jako pierwszego ze względu na wyjątkowy walor jego dokonań. Dzięki połączeniu kreatywnej myśli, śmiałości w działaniu, techniki i elektroniki uzyskuje magiczne, surrealistyczne efekty, będące niezmiennie inspiracją dla wielu artystów.

W swoich kolekcjach – pokazach zespala w nierozłączną całość ciało, technologie, tkaniny. Projektant tureckiego pochodzenia studiował w Central St.Martins College of Art. Realizując dyplomową pracę już zapisał się w historii mody. „The Tangent Flows” była kolekcją wykonaną z jedwabiu, która po uszyciu została zakopana na kilka tygodni w ziemi. Efekt zbutwiełej odzieży był szokujący, turpistyczny i odznaczał się dużym walorem artystycznym.

W 2007 roku przedstawia za pomocą elektrycznie sterowanych sukni zmiany w modzie ostatniego stulecia. Dzięki miniaturowym silniczkom uzyskuje efekty rolowania i rozwijania się tkanin w sposób naturalny i jednoczesny, czym wywołuje spektakularny iluzjonistyczny efekt.

Inną, wyjątkową kolekcją była prezentacja sukni inspirowanych zmianami klimatycznymi ziemi oraz zmiennością pór roku. Sylwetki podzielono na cztery grupy odpowiadające porom roku. Wiosnę i lato prezentowały modele wykonane w technice led skonstruowane z ok.16 tysięcy lamp ledowych, które niezależnie od siebie emitowały kolorowe światła. Na te świecące konstrukcje nałożono białe tuniki pokryte kryształkami Swarovskiego, które silnie odbijały i rozpraszały kolorowe światło, dając mgławicę świetlną przypominającą gwiazdne konstelacje. Modele ukazujące zimę stanowiły proste suknie z efektownymi kaskami w środku których znajdowały się lampy emitujące światło. Dodatkowo projektant zaprezentował na jednej z sylwetek automatycznie zamykający się kaptur jako symbol zimowego snu.



Kolejną kolekcją zwracającą na siebie uwagę niezwykłym efektem, była inspirowana kultem słońca „Readings” gdzie suknie połączono z zawieszonymi na mini zawiasach laserami i kryształami Swarovskiego. Dzięki tej kombinacji podczas ruchu sylwetki emitujące podwójne światło laserów i kryształów Swarovskiego stawały się nierealnymi obiektami bez zaznaczonych w przestrzeni granic.

**Iris van Harpen** holenderska projektantka wsławiła się trójwymiarowymi futurystycznymi obiektami realizowanymi na drukarkach 3D. W 2010 roku prezentuje swą pierwszą kolekcję „3D Crystalization” zdobywając natychmiastowe uznanie. Dzieło powstało w kooperacji z Danielem Widrigem oraz firmą MGX by Materialise.

Technika 3D dzięki odpowiedniemu oprogramowaniu i promieniom lasera pozwala na skonstruowanie spersonalizowanych, skomplikowanych form metoda bezszwową.

Obecnie jest to jedna z najbardziej obiecujących technologii w służbie człowieka. Jej spektrum obejmuje nie tylko obszar mody, ale także medycynę, wojsko, przemysł spożywczy.

W 2013 roku Iris van Harpen zastosowała jako medium energię elektryczną pod wysokim napięciem w kolekcji którą wykonała wspólnie z nowozelandzkim artystą Carlosem Van Camp . Voltage Haute Couture była eksperymentem obrazującym reakcje ciała i tkaniny na światło i prąd elektryczny. Podczas pokazu projektantka otrzymała wyrafinowane efekty ożywiania materii przez przepływ prądu.

Pisząc o technice 3D nie sposób nie przywołać też nowatorskich projektów obuwia rzeźbionego tą techniką przez genialną architekt **Zaha Hadid**. Jej buty odznaczały się futurystycznymi formami silnie nawiązującymi do geometrycznych i organicznych brył jakie można spotkać w projektach architektonicznych Zahy.

**Issey Miyake** był jednym z pierwszych projektantów który myślał o stosowaniu oryginalnych technologii w modzie. Urodzony w 1939 roku w Hiroszynie projektant nawiązywał w swojej twórczości do sztuki Japonii. Na początku 1980 roku opracowuje nową technologię plisowania i marszczenia tkanin zwaną Twist. Polega ona na marszczeniu form ubioru wykonanego z poliestrowej tkaniny. By ubiór nadawał się do noszenia i był zdatny do użytkowania, wykrawano trzy razy większe jego formy niż standardowo. Następnie skręcano je bardzo ściśle i za pomocą obróbki termicznej uzyskiwano trwały efekt właściwego rozmiaru, na trwale zmarszczonego.

Tak wypreparowane ubiory stawały się unikatowymi kreacjami zwanymi „Pleats Please” Z czasem stały się znakiem rozpoznawczym Miyake.

W 1999 roku artysta prezentuje kolekcję „A-POC”( A Piece of Cloth), która miała być wynikiem wieloletnich badań zespołu Miyake na tkaninę przyszłości. Na wybiegu pojawiają się modelki połączone i ubrane jednym pasem czerwonej dzianiny. Cały zamysł projektanta polegał na wyprodukowaniu za pomocą maszyny sterowanej komputerowo dzianinowej tuby z której można wycinać różne ubiory za pomocą nożyczek, bez naruszenia struktury dzianiny. Dodatkowo można było formować lub skracać tak pozyskaną odzież. Pomysł projektanta był reakcją na problem rosnącej liczby ludności przy jednoczesnym zmniejszaniu się naturalnych zasobów.

W 2001 roku projektant wypuszcza na rynek komercyjny projekt „Me Issey Miyake” Projekt ekskluzywnych koszul dla mężczyzn w jednym rozmiarze, które dopasowują się do każdej sylwetki poprzez rozciąganie. Dla wyostrenia nowoczesnego design i myśli projektanta koszule pakowane były w awangardowych plastikowych tubach zwanych „kalafiora”

**Aleksander McQueen**, jeden z największych wizjonerów mody, który wykorzystywał nowoczesne technologie do kreowania nieznanych wcześniej w modzie zjawisk. W 1999 roku podczas pokazu sezonu wiosna lato oddaje robotom część własnej pracy projektanta. Na oczach widzów zaprogramowane odpowiednio maszyny malują suknię prezentowaną na żywej modelce. Podczas pokazu w 2006 zaskakuje publiczność prezentacją hologramu Kate Moss, umieszczonego wewnątrz piramidy. Fantom modelki poruszał się we wnętrzu piramidy w rytm muzyki stwarzając iluzję realnej obecności. W 2010 roku w czasie pokazu kolekcji „Plato,s Atlantis” inspirowanej dziełem Darwina o pochodzeniu gatunków zaprezentowano ubiory pokryte wysokiej jakości cyfrowym printem wzorów łusek, faktur owadzych pancerzy, skrzydeł motyli itp. Wysoka rozdzielczość druku zaowocowała efektem przestrzennym 3D widzianym z pewnej odległości co wraz z automatycznym, zmechanizowanym ruchem modelek dawało podczas pokazu niezwykle, plastyczny efekt pełen grozy i refleksji na przyszłością planety i jej mieszkańców.



58. Hussein Chalayan



59. Iris van Herpen



60. Zaha Hadid



61. Aleksander McQueen



62. Issey Miyake

Tych kilka przykładów w sposób symboliczny odnosi się do sztuki nowoczesnej kreatywnej myśli i spektrum sztuki.

Myśląc jednak o radykalnych zmianach w klasycznym ubiorze męskim dzięki zastosowaniu nowych technologii, tkanin i nowego na modę spojrzenia koniecznie trzeba nawiązać do lat sześćdziesiątych XX wieku, do twórczości Piere Cardin i Paco Rabane.

Ich futurologiczne wizje oparte na pomysłach zaczerpniętych z science fiction wprowadziły spore zamieszanie w myśleniu o męskim ubiorze. Dobrej jakości konfekcja oparta na tradycji już nie wystarczała. W 1968 roku Pierre Cardin prezentuje swoją kolekcję dla kobiet i mężczyzn opartą na wizji przyszłości i eksploracji przez człowieka kosmosu. „Kosmociąło - Cosmos Collection” to nie tylko forma ale także tkaniny niezwykle tkaniny: poliester, sztuczna skóra, metalowa folia.

Projektant nawiązuje tym samym do gorącego tematu ówczesnych lat, wypraw człowieka w kosmos i lotu na księżyc.



63, 64. Kosmociąło, kolekcja 1968r.

W prezentacji nie ma mowy o nudnych garniturach czy grzecznych blezerach dla burżua. Wszystko od nakryć głowy do butów szokuje i wprowadza zamęt. Nakrycia głowy dla kobiet przypominają kaski motocyklisty lub spawacza, buty, paski torebki wykonano z aluminium i połączone ze skórą. W ubraniach dominuje linia A. Mężczyźni ubrani są w obcisłe kombinezony lub dwuczęściowe komplety z wełnianego dżerseju z nisko umieszczonym paskiem, zapięciami na suwak i stójkę. Występują także w srebrnych, metalicznych kombinezonach. Dodatki jak buty, czapki kepi wykonane z łączenia surowców skóry, wełny z metaliczną folią dopełniają surrealistycznego wizerunku mężczyzny końca lat sześćdziesiątych według Cardina. Warto wspomnieć iż w 1968 roku Pierre Cardin opracowuje niemnącą się tkaninę, wykonaną ze ściśle splecionych włókien, dzięki czemu może ona zachowywać geometryczne kształty. Ten sam projektant kilka lat wcześniej projektuje kontrowersyjne garnitury dla zespołu The Beatles. To komplety składające się z marynarki - blezera bez klap i wyłogów, z prostych spodni oraz

ze sztybletów na płaskim obcasie. Ubiór robi furorę, a słynny zespół staje się ikoną stylu. Inny projektant o rewolucyjnym spojrzeniu na design to Paco Rabanne, który wprowadza metaliczne elementy do swoich kolekcji, używając prawdziwego metalu. Jego projekty są w dużej części idealnymi kostiumami do filmów science fiction. Wydaje się że wizja obu projektantów połączona jest pośrednio z obecnym także od lat sześćdziesiątych XX wieku trendem wprowadzania w szerokim rozumieniu nowych technologii do męskiego ubioru całodziennego. Przygoda z nowymi technologiami zaczęła się jednak dużo wcześniej bo w wieku XIX, kiedy to naturalnym kauczukiem eksportowanym z Brazylii powlekało wełniane i bawełniane tkaniny przeznaczone na męskie płaszcze, by z taką apreturą lepiej chroniły przed deszczem i porywistym wiatrem.

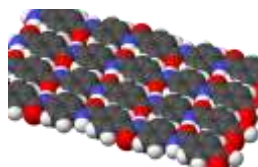
W końcu XIX wieku w roku 1884 francuski przemysłowiec Hilary Chardonnet wynajduje sztuczny jedwab. W tym samym czasie francuski chemik L Despaissis wynalazł metodę miedziową, a chemicy angielscy wynaleźli metodę wiskozową pozyskiwania sztucznego jedwabiu. Idąc tą drogą rozwój technologii prowadzi do stworzenia włókien syntetycznych wytwarzanych za pomocą polimeryzacji węgla i ropy naftowej oraz tkanin sztucznych powstałych z naturalnych surowców takich jak celuloza i kauczuk.

W roku 1935 dr .W.H. Carothers pracownik firmy Du Pont Company wynalazł nylon, pierwsze włókno syntetyczne. Początkowo produkowano z niego szczotki do zębów, namioty i czapki spadochronów, ale w roku 1940 firma podjęła produkcję w Stanach Zjednoczonych nylonowych pończoch, które zainicjowały prawdziwą rewolucję w codziennym ubiorze wprowadzając zaczął demokracji i szeroko pojętej funkcjonalności.

W 1946 roku Imperial Chemical Industries wprowadziło do globalnej produkcji poliester, który swój prawdziwy renesans przeżywał w konfekcjonowaniu odzieży na przełomie lat Sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku. W roku 1958 firma DuPont wynajduje lycrę, kolejne włókno dzięki któremu można czuć się komfortowo, a powierzchowność kobiet i mężczyzn może być bardziej seksualna. Wzbogacone lycrą tkaniny i dzianiny stają się niezwykle wygodne w użyciu i prawie niezniszczalne. Początkowo sztuczne tworzywa traktowano jednak jako surogaty drogich tkanin jedwabnych, ale w krótkim czasie przekonano się jak ogromny potencjał tkwi w wykorzystaniu tych surowców dla globalnego rynku odzieży. Dzięki zastosowaniu syntetycznych tkanin możliwa stała się szybka produkcja dla szerokich mas. Umożliwiło to również znaczne obniżenie ceny wyrobów konfekcyjnych. W ubiorze męskim na początku tej innowacyjnej drogi skupiono się na elementach całodziennych - koszulach, które szyto z delikatnych tkanin poliestrowych i reklamowano jako produkt nie wymagający prasowania. Miało to zachęcić opornych mężczyzn do zakupu i do noszenia koszul „non iron”. Przez dłuższy czas koszule te odnosiły prawdziwy rynkowy sukces, jednak wkrótce zorientowano się, iż to co jest zaletą jest także wadą. W poliestrowej koszuli trudno było utrzymać w upalne dni higienę, ponieważ łatwo dochodziło do przegrzania ciała i nadmiernego pocenia się. Tkanina po prostu nie oddychała. By zniwelować ten efekt starano się stosować pod koszulą bawełniany podkoszulek lub t-shirt przejmujące wilgoć z ciała.

Równoległe trwała także produkcja męskiej bielizny, którą reklamowano jako szybko schnącą i taką w której nie mogą rozwijać się bakterie. Na początku lat siedemdziesiątych XX wieku z tkanin poliestrowych sztyto niemal całą męską garderobę począwszy od bieliźnianych bokserek, poprzez koszule, garnitury a kończąc na płaszczach i kurtkach. Oczywiście nie wszyscy przyjmowali te nowości i spora grupa konserwatywnych mężczyzn pozostała wierna wysokiej jakości tkaninom naturalnym. Równoległe z rozwojem szybkiej produkcji odzieży klasycznej wdrażano technologiczne nowinki do odzieży sportowej, która była wdzięcznym polem do eksperymentów ze względu na funkcjonowanie w ekstremalnych warunkach. Poza tym dynamicznie zachodzące zmiany w sposobie życia, wymuszały znacznie większy popyt na sportową odzież. Bogate społeczeństwa Europy Zachodniej i Ameryki chciały funkcjonować zdrowo i higienicznie. Sport zaczął nobiletować, stał się modny i obowiązkowy dla każdego nowoczesnego mężczyzny. W latach osiemdziesiątych nastął odwrót od czystych tkanin poliestrowych. Powszechne stało się mieszanie lycry z wszystkimi możliwymi tkaninami, dzięki czemu maksymalnie zwiększano ich elastyczność i komfort użytkowania. Bardzo istotna dla przemysłu konfekcyjnego stały się mikrowłókna posiadające budowę pojedynczych włókien z dziesięciokrotnie mniejszą średnicą niż w standardowych tkaninach. Tkaniny z mikrowłókien były cienkie, jedwabiste w dotyku i nieprzemakalne. Idealne do produkcji strojów sportowych. Produkowane przez Japończyków jak również przez Koreańczyków weszły na dobre do segmentu popularnej, codziennej odzieży i do dziś używane są z dużym sukcesem. Inną ważną nowością zmieniającą oblicze mody był kevlar wynaleziony również w laboratorium DuPont w 1965 roku. To bardzo trwała i odporna na uszkodzenia mechaniczne tkanina stosowana w ubiorach armii, lotników, sportowców. Doskonale spisuje się w kamizelkach kuloodpornych. Swoją wytrzymałość zawdzięcza sposobowi przędzenia włókien i końcowej obróbce.

„Kevlar swoją wytrzymałość zawdzięcza głównie sposobowi przędzenia włókien. Włókna te wyciąga się z roztworu kevlaru w kwasie siarkowym, w którym powstaje faza ciekłokrystaliczna. Dzięki temu, wyciągane włókno wykazuje wysoki stopień organizacji cząsteczek, nieosiągalny w przypadku przędzenia włókien ze zwykłego poliamidu. Po usunięciu kwasu siarkowego uporządkowanie ciekłokrystaliczne jest "zamrażane" w stanie stałym dzięki występowaniu licznych wiązań wodorowych, które powstają w trakcie krzepnięcia włókien spontanicznie pomiędzy polarnymi grupami amidowymi (-CO-NH-)"<sup>2</sup>



65. Trójwymiarowa budowa cząsteczek Kevlaru

<sup>2</sup>Wikipedia, Kevlar, URL: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Kevlar>[20.04.2016]

Wynika stąd, że kevlar zawdzięcza swoją odporność wyjątkowo ściśle i symetrycznie uporządkowanym cząsteczkom.

W latach dziewięćdziesiątych do mody wchodzi szturm tkaniny techniczne, które odzwierciedlają ducha epoki i zmiany w stylu życia. Pojawiają się miękki i komfortowy polar oraz tkaniny zwane hologramem. Modne stają się tkaniny sztywne o technicznym chwycie, pozwalające na tworzenie surrealistycznych projektów. Poliamidy, poliestry, mieszanki z metalem, kokosem itp. kształtują awangardowe i komercyjne kolekcje. Z drugiej strony na topie są także tkaniny szlachetne jak wełna, jedwab, len, bawełna, które pozwalają na szycie kolekcji bardziej ekskluzywnych, przeznaczonych dla zamożnych klientów. Jednak najbardziej efektywną i efektowną technologią wspomagającą ubiór i produkcję specjalistycznych tkanin stanie się nanotechnologia.

Pojęcie to pojawiło się w 1959 roku i zastosowane zostało przez Richarda P. Feynmana amerykańskiego fizyka w jego pracy naukowej dotyczącej struktur, miniaturyzacji oraz możliwości tkwiących w wykorzystywaniu nanotechnologii operującej na poziomie nanometrycznym. Feynmana w swojej pracy mikro urządzenia nazwał nanorobotami. Nano oznacza coś miniatrowego, milionową część jakiejś jednostki. Nanotechnologia jest to sposób przygotowania rozmaitych struktur o rozmiarach nanometrycznych od 0,1 do 100 nanometrów. To nanostruktury. Nanotechnologia pozwala na ingerowanie we właściwości struktur na poziomie molekularnym, dzięki czemu można zmieniać parametry fizykochemiczne danej substancji i nadać jej nowe właściwości np. podwyższoną odporność termiczną, podwyższone właściwości wytrzymałościowe, właściwości optyczne, elektroprzewodzące, antibakteryjne i antywirusowe. By uzyskać pożądany efekt można stosować rozmaite działania do otrzymania owych udoskonalonych własności. To nanoproszki, kapsułki, muszelki, nanocząstki ceramiczne, fulereny, nanorurki. Nanotechnologia daje ogromne szanse na udoskonalenie tkanin z których szyjemy nie tylko odzież sportową, ale całodzienną i medyczną. Nanowłókna wytwarza się metodą elektroprzędzenia, podczas której otrzymujemy włókna ze stopionych polimerów lub ich roztworów z zastosowaniem wysokiego napięcia. Tak powstałe włókna posiadają średnicę od kilku nanometrów do 1 milimtera.

Wytwarza się także nanomodifikatory - nanocząstki funkcyjne, które można dodawać do tkanin lub je nimi powlekać. Inną metodą modyfikacji tkaniny jest metoda kapsułek przemiany fazowej, posiadające wewnątrz określone substancje, które uwalniane zostają pod wpływem temperatury i ruchu. Następną metodą nadającą tkaninom nowe właściwości jest powlekanie ich powierzchni nanowarstwami polimeru lub lakowanie tkanin wodnym roztworem polimeru. Takie zabiegi pozwalają na produkcje odzieży niemnącej, samoczyszczącej, odpornej na czynniki zewnętrzne.

Oprócz działania do wewnątrz i na struktury w procesie produkcyjnym, można także zakupić dostępne w specjalistycznych sklepach preparaty w sprayu i samemu zabezpieczyć dowolny ubiór powłoką nanocząstkową o właściwości np. przeciwbudzącej. W ten sposób zalakować można każdą najcieńszą nawet tkaninę, skórę, zamsz, plastik.

Obecnie naukowcy opracowali włókna do praktycznego wykorzystania w medycynie. Dzięki nanowłóknom połączonym ze specjalnymi substancjami aktywnymi można produkować maseczki higieniczne blokujące dostęp bakterii i wirusów, a nawet niszczące wirusy.

Innowacyjną metodą jest także produkcja antypalącej specjalnej chemicznej substancji puchnącej pod wpływem wysokiej temperatury. Warstwa nanopolimeru zawierającą substancję pokrywają tkaninę, a puchnąc w czasie pożaru blokuje dostęp tlenu do tkaniny co uniemożliwia jej palenie. Takie rozwiązanie jest idealne także w przemyśle wydobywczym, turystycznym, w hotelarstwie i oczywiście w przemyśle odzieżowym. Bardzo duży udział w kształtowaniu nanotechnologii i modyfikacji technologicznych tkanin używanych w przemyśle ciężkim i odzieżowym ma wspomniana już powyżej firma DuPont. Od ponad 200 lat specjalizująca się we wprowadzaniu innowacyjnych myśli naukowych i inżynierskich, dostarcza gotowych rozwiązań i produktów cennych dla rozwoju światowego przemysłu.

Jako najbardziej spektakularne produkty firmy można wymienić:

**DuPont Nomex** – chroniący przed działaniem płomienia.

Odzież wykonana z włókna Nomex jest trwale niepalna, lekka, oddychająca. Innowacyjne materiały rozpraszają pot w strukturze tkaniny czyniąc ją komfortową i suchą. Tkanina jest bardzo wytrzymała na działanie zewnętrznych warunków dzięki czemu po powleczeniu jej powierzchni specjalnym preparatem może być zaadoptowana w armii przed zagrożeniem chemicznym. Chroni przed ogniem, wysoką temperaturą i płomieniem, substancją chemiczną, odpryskami stopionego metalu, wyładowaniem elektrostatycznym. Nomex wykorzystywany jest również do produkcji kombinezonów dla kierowców rajdowych osiągających podczas zawodów prędkość 300km/h. Można wykonać z włókna Nomexu każdą część odzieży od bielizny po koszulę i kurtki.

**DuPont Kevlar** – chroniący przed działaniem wysokiej temperatury, przecięciem, ścieraniem – bez utraty komfortu użytkowania.

Włókno jest niezwykle trwałe i wytrzymałe na działanie wysokiej temperatury. Jest niepalne, nie topi się w przeciwieństwie do nylonu, poliestru i polietynu. Odzież wykonana z włókna kevlar może być używana w sportach motoryzacyjnych, w lotnictwie w przemyśle ciężkim.

**DuPont Tyvek** – dla ogólnej ochrony

Tyvek to idealne połączenie, ochrony, wytrzymałości i komfortu. Jest miękki, ma przyjemny papierowy chwyt. Można go prać w pralkach. Wykorzystywany jest w przemyśle farmaceutycznym, motoryzacyjnym, odzieżowym.

**DuPont Tychem** – do kompleksowej ochrony przed substancjami chemicznymi oraz ultradrobnyimi cząstkami stałymi.

Pomaga chronić pracowników służb medycznych oraz pracowników innych gałęzi przemysłu. Odzież wykonana z Tychem została przebadana pod kątem ochrony przed wieloma substancjami chemicznymi.

**DuPont ProShield** – do kontaktu ze środkami innymi niż niebezpieczne.

Kombinezony wykonane z włókna ProShield są miękkie, oddychające. Mają ochronić pracowników przed zachlapaniem cieczami i suchymi cząstkami stałymi innymi niż niebezpieczne. Przeznaczone np. dla personelu medycznego przebywającego w otoczeniu epidemiologicznym lub dla osób wykonujących czynności konserwacyjne w szpitalach. ProShield tworzy barierę przed niezaliczanymi do niebezpiecznych substancjami w postaci mgły, jak również nieszkodliwymi cząstkami stałymi o średnicy powyżej 3 mikronów. Warto dodać, iż lycra, kevlar, tyvek, nomex są obecne i stosowane w przemyśle odzieżowym. Na wyjątkowe brawa zasłużyła lycra, która zmieniła filozofię ubioru, pomogła wykreować wiele zjawisk w modzie i przysłużyć do wprowadzenia w odzież formalnej komfortu użytkownika.

Po 1945 roku ubiór niezmiennie nasycany jest innowacyjnymi technologiami.

Wiodącą rolę w modernizowaniu sportowej odzieży odgrywała brytyjska firma Henri Lloyd Intelligence Innovation, założona w Manchesterze przez byłego polskiego żołnierza II Korpusu we Włoszech, Henryka Strzeleckiego.



66. Logo firmy Henri Lloyd

67. Henryk Strzelecki

Priorytetem firmy od roku 1963 były badania nad konfekcjonowaniem i wdrażanie najnowszych technologii do ubioru żeglarskiego. Ważniejsze dokonania na tym polu to wdrożenie technologii włókien poliestrowych Bri Nylon, zastosowanie pierwszego niekorodującego zamka błyskawicznego wykonanego z nylonu, wprowadzenie Velcro – zamknięć wodoodpornych do żeglarskich ubrań, specjalnych szczelnych szwów, zamiast lakierowania oraz zastosowanie innowacyjnej tkaniny Gore Tex na globalną skalę. Henri Lloyd nieustannie stara się być w czołówce firm produkujących nowoczesną sportową odzież. Jest jedną z firm, które przewidziały rozwój technologii w służbie ubioru. Po roku 1960 dzięki szybkiemu rozwojowi techniki do światowego przemysłu odzieżowego wdrażane zostają innowacyjne technologie produkcji tkanin. W końcu lat osiemdziesiątych zdefiniowano termin tak zwanych inteligentnych wyrobów włókienniczych. Jak mówi definicja, mianem materiału inteligentnego nazywamy taki, który posiada cechy sensora, procesora i urządzenia wykonawczego. Na początku XXI wieku rozwój różnych form inteligentnej odzieży nabrał dynamicznego tempa dzięki nowoczesnym dziedzinom nauki jak nanotechnologia, bionika, tekstronika, wearable experiments, bio couture itp. Postawiono na innowacyjne wyroby typu high-tech o specjalnych właściwościach



i nowoczesnych zastosowaniach, funkcjonalne materiały włókiennicze, tekstylia inteligentne, biomateriały.

Wiele z nich znajduje już zastosowanie w konfekcjonowaniu męskiej garderoby klasycznej oraz sportowej. Także w wojsku, medycynie, w typowo konsumpcyjnych wyrobach.

Ważną kategorią mogącą kształtować przyszły ubiór jest intensywnie rozwijana od kilku lat Tekstronika - forma tekstyliów aktywnych. Jest to połączenie włókiennictwa, elektroniki i informatyki z wykorzystaniem wiedzy metrologii i automatyki. W pewien sposób wpisuje się ona także w technologię Wearable, o której piszę w dalszej części.

Tekstylia z jednej stron wykorzystują cechy sensoryczne, z drugiej pozwalają na budowanie włóknistych siłowników, co daje możliwość konstrukcji specjalnych układów automatycznej regulacji. Dobrym przykładem takiego rozwiązania będzie znany już od dawna Heartbeat Hoodie – kaptur z wbudowanym aparatem fotograficznym, który może zarejestrować najważniejsze wydarzenia dnia w najbardziej ekscytującym dla właściciela momencie. Aparat fotograficzny ma zamontowany czujnik pulsu serca, którym jest sterowany tzn. reaguje na wysoki stan emocji. Gdy serce szybko bije, wskazując na podekscytowanie właściciela, aparat samoczynnie wykonuje zdjęcia.

Inny przykład to kreatywne ubranie opracowane przez France Telekom. Łączy w sobie funkcje laptopa i smartfona. Dzięki wbudowanemu portowi Bluetooth dwie osoby znajdujące się blisko siebie ubrane w podobnie wykonane ubiory mogą automatycznie wymienić się danymi. W koszulkę wmontowano wyświetlacz który przyjmuje dane poprzez pilota.

Firma Morphogenese opracowała innowacyjną tkaninę przypominająca elastyczną plastikową siatkę, którą można tak formować, że zachowuje nadany jej kształt. Wystarczy ją jednak silnie pociągnąć by powróciła do pierwotnego kształtu. Jej właściwości chcą wykorzystać firmy komputerowe by produkować telefony komórkowe które będzie można w przyszłości dopasować do dłoni. Wiele jest przykładów, gdzie tkanina jest w pełni zintegrowana z elektroniką. Technologia ta polega na komponowaniu w splotach tkaniny mikroskopijnych chipów i sensorów, tak by w strukturze tkaniny stworzyć przewodniki prądu elektrycznego dzięki któremu można sterować urządzenia wbudowane w tkaninę. Zintegrowano dzięki temu wiele technologii jak Bluetooth, Gps, Gsm, układy RFID, sensory biometryczne. Wyprodukowano kombinacje ubiorów i technologii monitorujących puls, ilość spalonych kalorii itp. W firmie Philips wyprodukowano specjalne kimono potrafiące przeprowadzić masaż kręgosłupa dzięki, specjalnie dobranym elektrodom emitującym odpowiednie ładunki elektryczne. Innym przykładem jest specjalne kimono pas- system bezprzewodowych suchych elektrod monitorujące puls i ciśnienie. Pas taki można wmontować w standardową garderobę.

Jedną z pierwszych myślących o specjalistycznej ochronie zdrowia była firma Sensatex, która stworzyła tkaninę z włókien optycznych. Światłowody zostały wplecione w strukturę tkaniny i podłączone do magistrali danych. Zamontowane sensory biomedyczne zbierają dane i przesyłają do komputera lub bezpośrednio do gabinetu lekarskiego.

Większą specjalizację w ochronie zdrowia zapewnia specjalna siatka sensorów

i żelowej wkładki wmontowanej w marynarkę lub w koszulę w okolicy mostka. System monitoruje pracę serca wykonując EKG i dokonując pomiaru pulsu. Wyniki przesyłane są do komputera lub na smartfon dzięki specjalnej aplikacji. W skrajnym przypadku gdy dochodzi do zawału i życie jest zagrożone w żelowej wkładce następuje silne wyładowanie elektryczne porównywalne z działaniem defibrylatora. Tego rodzaju inteligentne rozwiązanie wkomponowane np. w marynarkę garnituru może być niezastąpione u mężczyzn prowadzących stresujący tryb życia.

Podobnie działająca kurtkę, wykorzystującą wyładowanie elektryczne, mająca chronić przed napastnikiem wyprodukowała amerykańska firma Institut of Technology z Massachussets. Powierzchnia kurtki emituje podczas niechcianego kontaktu silny impuls elektryczny, który na krótki czas unieruchamia napastnika.

Jednym z ostatnio opracowanych technologicznych udogodnień są inteligentne pieluchy. W przypadku defekacji niemowlaka w pieluchę, specjalne sensory elektroniczne potrafią odczytać temperaturę zawartości oraz przeprowadzić analizę poziomu pierwiastków i minerałów. Potrafią też zdiagnozować stan zapalny. W przypadku niezadawalającego odczytu, pielucha wysyła odpowiedni komunikat na smartfon matki lub ojca, informując o stanie zdrowia dziecka i zalecając ewentualnie wizytę u lekarza. Koszt takich pieluch nie został jednak ujawniony.

Dla osób uprawiających wyczynowo sport proponowane są specjalne buty Raven Shoes rozpoznające natężenie ruchu. Umieszczony w podeszwach komputer-sensor rozpoznaje tryb biegu, chodu, odpoczynku. W zależności od natężenia ruchu w biegu podeszwa jest lekko pompowana dzięki czemu but staje się bardziej miękki, gdy tempo zwalnia z poduszek uwalniane jest powietrze. Proces taki jest bardzo komfortowy dla stóp, odciąża stawy, poprawia amortyzację podczas styczności z podłożem.

By poznać preferencje zakupowe klientów Benetton wszywał w swoje kurtki mikroczipy które za pomocą fal radiowych łączą się ze specjalnym urządzeniem zbierającym dane. Rozwiązanie takie ułatwia także znalezienie w magazynie odpowiedniego rozmiaru i koloru garderoby.

Firma ALLTERRAIN oferuje kurtki, które dzięki uruchomieniu specjalnego przycisku przesyłają sygnał do specjalnie wmontowanej mini baterii, która w bardzo krótkim czasie potrafi wytworzyć ciepło w okolicy lędźwi, klatki piersiowej i szyi.

Podobnie działające produkty w postaci grzejących koszulek wytwarza firma WarmX. Ogrzewanie jest kontrolowane dzięki małej dwuwatowej baterii i może być silniejsze w chłodne dni. Po wyjęciu baterii i układu sterującego koszulkę można prać standardowo w pralce.

Ochrona zdrowia i komfort użytkowania to priorytety nowoczesnej odzieży wzbogaconej o najnowsze technologie. Koniecznie trzeba tu zaznaczyć niebagatelną rolę nanotechnologii udoskonalającej zarówno funkcję jak i estetykę naszych ubiorów. Pomaga ona wpłynąć dodatnio na takie funkcje ubioru by krążenie krwi, higiena, dobre samopoczucie. W dalszej części pracy wymienię kolejne przykłady z zakresu tekstroniki i nanotechnologii.

Przytoczę teraz kilka znanych i funkcjonujących rozwiązań technologicznych w ochronie zdrowia.

- Antybakteryjna bielizna z cząstkami srebra działającymi bakteriobójczo, zapobiegającymi infekcjom intymnym,
- Ujędrniające legginsy zawierające cząstki krzemu, zwalczające cellulit,
- Spodenki i legginsy wzbogacone mikrokapsułkami zawierającymi koenzym Q10 korygujące sylwetkę i wspomagające proces odchudzania,
- Antycelulitowe rajstopy uciskające, zawierające aktywne substancje ułatwiające lepszy przepływ limfy,
- Skarpety i wkładki antygrzybicze z silnymi preparatami antygrzybicznymi zamkniętymi w nanokapsułkach. Substancja uwalniana jest podczas noszenia i odporna na proces prania,
- Skarpety z lycrą i aloesem dla diabetyków,
- Termoaktywna bielizna dla reumatyków z zastosowaniem zmienno stałych kapsułek wplecionych we włókna tkaniny,
- Uciskające rajstopy o różnym stopniu kompensacji na obrzęki nóg i żyłaki,

Odnosząc się do zastosowania nowych technologii we współczesnym ubiorze męskim, śmiało można stwierdzić, iż każdy element męskiej garderoby może być modyfikowany technologicznie na etapie struktury tkanin i dzianin oraz poprzez odpowiednie konfekcjonowanie. Tak więc przy utrzymaniu klasycznych form wzbogacamy ubiór o wartości dodane przez najnowocześniejsze rozwiązania. Odzież taka będzie niestety droższa, co jest nie bez znaczenia w obecnych czasach i może nie spotkać się z entuzjastycznym przyjęciem przez wszystkich klientów, dla których cena jest wyznacznikiem atrakcyjności produktu.

W klasycznej odzieży męskiej udoskonalane mogą być jej wszystkie elementy. Tkaniny koszulowe, tkaniny garniturowe oraz komponenty nadające koszuli, marynarce, spodniom kształt. Mowa tu o flizelinach, wkładkach barkowych, taśmach klejących, niciach. Udoskonala się także sam proces technologiczny konfekcjonowania. Ubiór klasyczny przestaje być tylko sztywną wizytówką. Musi być lekki i komfortowy. Musi odpowiadać potrzebom mężczyzn i dobrze funkcjonować w codziennych sytuacjach. Nowe zdobycze technologiczne stały się wartością dodaną utwierdzającą współczesnego mężczyznę, iż zakupił produkt wyjątkowy, komfortowy, spersonalizowany i godny jego nowoczesnego wizerunku.

Biorąc pod uwagę to zjawisko, warto się przyjrzeć poszczególnym elementom ubioru by wyrobić sobie ocenę starań producentów męskiej konfekcji. Najlepszym przykładem będą koszule szyte z uszlachetnianych tkanin bawełnianych, tak modyfikowanych by dać mężczyźnie poczucie wygody i uczynić jego biurowy uniform jak najbardziej przyjaznym. Znana, austriacka firma GETZNER produkująca jedne z najlepszych na świecie tkanin koszulowych, oprócz doskonałego w swojej klasie, modnego wzornictwa, posiada

w sezonowych kolekcjach także unikatowe tkaniny przeznaczone na koszule korporacyjne. W ofercie standardowej - online dostępne są tkaniny gładkie w podstawowych kolorach: białym, błękitnym, różowym, szarym oraz tkaniny w dyskretne wzory pasków, krutek w pastelowych barwach na białym tle. Tkaniny te wpisane są w oryginalne programy i wyróżnione gamą specjalistycznych technologii użytych do ich produkcji. Wymienić tu można:

**Aloe Vera ,**



68. plansza z kolekcji Getzner z tkaninami koszulowymi Aloe Vera

W tkaninie włókna nasączone są podczas specjalistycznego procesu wykańczania specjalnym roztworem aloesu, który od wieków znany jest z dobroczynnych właściwości łagodzących podrażnienia skóry. Aloes pozostaje w tkaninie, która jest wolna od chemicznych substancji przez długi czas. Wytrzymuje kilkadziesiąt prai, a także tradycyjne prasowanie. Koszule uszyte z takiej tkaniny mogą być prane w normalnym procesie z innymi koszulami i suszone w bębnowych suszarkach. Aloe Vera gwarantuje mężczyznom pracującym w warunkach biurowych dodatkową ochronę skóry przed suchym powietrzem, łagodzenie podrażnień skóry w okolicy kołnierza oraz zabezpieczenie przed uczuleniem.

**FREGRANCE**



69. plansza z kolekcji Getzner z tkaninami koszulowymi Fragrance

Fragrance to tkanina w specjalnej procedurze nasączona jest substancją będącą nośnikiem mikrokapsułek wypełnionych zapachem, indywidualnie dobranym dla klienta i jego upodobań. Podczas naturalnego ruchu zapach jest stopniowo uwalniany z mikrokapsułek. Ważne jest że tkanina oddycha i jest bardzo przyjazna dla skóry. Pachnie, uspakaja zmysły, daje dodatkowe poczucie komfortu. Kompozycja zapachowa wytrzymuje piętnaście prąń oraz standardowy proces prasowania. Dla wyrafinowanego mężczyzny taki bonus w produkcie którego codziennie używa może być stymulujący dla dobrego samopoczucia. Niestety jest w tym pomysłe mała wada. Mężczyźni używający własnych wód toaletowych nie będą chcieli kupować takich produktów by nie tworzyć kakofonii zapachowej.

### Dry & Fly



70. plansza z kolekcji Getzner z tkaninami koszulowymi Aloe Vera

Program specjalnie zaprojektowany dla mężczyzn spędzających dużo czasu w pozycji siedzącej lub intensywnie podróżujących środkami komunikacji w tzw. biznesie. W programie Dry&Fly tkaniny w porównaniu ze standardowymi mają podwyższone parametry sprężystości i posiadają tzw. „pamięć kształtu” co jest niezwykle praktyczne. Podczas normalnego użytkowania i po każdym praniu tkanina wygładza się samodzielnie, a to dzięki specjalnemu splotowi. Pojedyncze włókna bawełny połączone są ze sobą za pomocą tzw. poprzecznych mostów, co w sumie pozwala im wrócić do pierwotnego kształtu bez większego wysiłku. Efekt pamięci tkaniny jest trwały i nie jest w stanie zakłócić go nawet intensywne pranie w automatycznych pralkach.

**Fresh active** - tkaniny w których mikrokapsuły napełnione substancją dezaktywującą nieprzyjemny zapach potu, papierosów,

**Extra fresh antibacterial** - program obejmujący tkaniny nasączone podczas procesów wykończeniowych cząstkami jonów srebra chroniącymi przed rozwojem bakterii, grzybów i mikrobów.

**Termoregulaiting program** - nowość ostatnich sezonów. Program wpisany w tkaniny skomponowane z mieszanki włókien bawełny, poliestru i lycry. Dzięki nanotechnologicznym rozwiązaniom mogą w mikrokapsułkach, którymi są napełnione

gromadzić nadmiar ciepła gdy temperatura rośnie i uwalniać je podczas spadku temperatury ciała. Dzięki temu komfort jest wyraźnie odczuwalny, szczególnie podczas stresujących zadań czy intensywnego trybu życia. Technologia ta zapożyczona jest z produkcji ubiorów sportowych, gdzie kwestia pochłaniania nadmiaru ciepła i regulacji optymalnej temperatury ciała jest opracowywana od kilku lat. Udoskonalenie to łącznie jest w standardzie lepszej jakości sportowej odzieży. W tkaninach garniturowych stosowane są podobne rozwiązania technologiczne będące wartością dodaną do produktu, które mają poprawić funkcjonalność garnituru i sprawić by stał się nowoczesnym produktem. Wiele europejskich, poważnych i prestiżowych firm tkaninowych oferuje specjalistyczne wykańczanie tkanin. Portugalska firma Paulo de Oliveira produkująca tkaniny garniturowe, myśląc perspektywicznie o jakości swoich produktów i o pozyskaniu nowych odbiorców wzbogaca swoją ofertę o programy tkaninowe, które mogą być zastosowane w każdej tkaninie na indywidualne życzenie klienta. W zamówieniu klient sam określa, które konkretnie wykończenie życzy sobie w tkaninach. W procesie konfekcjonowania gotowych wyrobów powstają w ten sposób garnitury, spodnie, marynarki o dodatkowych własnościach np. plamoodpornych, bakteriobójczych, chłodzących, niemnących, pamiętających własny kształt, niepalących się, antysresowych itd. To nowoczesne działanie kreuje nową filozofię ubioru biurowego, który nie tylko ma być proporcjonalny, wygodny, dobrze odsyty i utrzymany w aktualnych trendach mody, ale także powinien zapewniać komfort i ułatwiać funkcjonowanie w różnych, ekstremalnych warunkach otoczenia.

W ofercie Paulo de Oliveira Group możemy znaleźć następujące propozycje uszlachetnienia tkanin wełnianych oraz tkanin w mieszance wełny i poliestru.

**Coolpass Total Freshness** - przepustka do świeżości



71. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programem Coolpass Total Freshness

Tkanina gwarantuje dobre zarządzanie właściwościami hydrofilowymi (właściwości osuszające tkaniny) a co za tym idzie, szybsze wyschnięcie tkaniny w przypadku zamoczenia, utrzymywanie wilgoci z dala od skóry, dobrą filtrację powietrza, a także dobre właściwości antyelektrostatyczne. Udoskonalenia te są trwałe i odporne na pranie.

## Easy care & wear



71. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programem Easy care &wear

Propozycja tkaniny odpornej na zagniecenia i wyjątkowo łatwej do prasowania. Wykonana z krzyżujących się włókien, tworzących powierzchnie odporną na gniecenie się i szybko powracającą do pierwotnego kształtu po mechanicznym zagnieceniu. Wykończenie to jest odporne na pranie.

## Ecopoly – Ecofriendly Fabric



72. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programem Ecopoly-Ecofriendly Fabric

Eko tkaniny produkowane w specjalnym, przyjaznym dla środowiska procesie, przy wykorzystaniu plastikowych butelek a także starych lub używanych tkanin poliestrowych. Jakość i wydajność tak wyprodukowanych tkanin jest dokładnie taka sama jak w nowych tkaninach produkowanych z zastosowaniem tradycyjnych włókien i tradycyjnego procesu. To dobra propozycja dla mężczyzn interesujących się ochroną środowiska i promujących styl slow fashion.

## Flame retardant



73. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programem Flame retardant

Tkaniny o zmniejszonej palności poprzez zastosowanie nanoantypirenów. Odpowiednie dla ubiorów wykonanych dla pracowników korporacyjnych oraz w tkaninach

dekoracyjnych, a także przeznaczonych dla straży pożarnej. Charakteryzują się redukcją szybkości palenia jak również uniemożliwiają dalsze palenie się tkaniny. Efekt antypalny wytrzymuje jedynie delikatny proces prania.

### **Washable wool**



74. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programem Washable wool

Tkanina wełniana odpowiednia do prania wodnego w pralce automatycznej, bez efektu filcowania. Po praniu wszystkie właściwości takie jak miękki chwyt, spad, połysk, sprężystość, oddychalność, zostają zachowane. Ubrania po praniu nie kurczą się. Nie zalecane jest tu jednak pranie chemiczne

### **Nano technology**



75. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programami Nano technology

Najbardziej popularna technologia doskonalenia właściwości tkanin ostatnich lat polegająca na zastosowaniu technologii nanoskali. Każda cząsteczka molekuly nano jest milion razy mniejsza od ziarenka piasku. Dzięki temu podczas obróbki technologicznej można połączyć je z pojedynczymi włóknami tkaniny, wpasować w ich strukturę oraz dostarczyć za ich pomocą doskonałych właściwości użytkowych bez jakiegokolwiek szkody dla charakteru i wyglądu tkaniny.

**Anti stress** - tkaniny z nanopowłokami, które powodują, iż statycznie naładowane syntetyczne włókna są rozładowywane. Ochrona przed napięciem indukowanym elektrycznie jest aktywna.

**Protection** - tkaniny trwale odpychające wodę i kurz dzięki zmniejszeniu napięcia powierzchniowego tkaniny, dzięki wplatanym wokół włókien nanocząstek. Efekt został zaobserwowany w świecie roślin i przeniesiony do wymiaru praktycznego



## Stain protection



76. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programami Stain protection

**Advanced Teflon** - tkaniny wodo i tłuszczo odporne, chroniące przed plamami. Molekularna bariera teflonowa umocowana wokół włókien tkaniny zawiera komponenty, które mocniej wypychają cząstki plam do detergentów w czasie prania. Plamy bardzo łatwo się usuwają, a tkanina wygląda jak nowa.

**Teflon** - tkaniny z zastosowanym teflonem. Dzięki nanotechnologii teflon dostarcza bardzo dobrej bariery dla plam, powodując znaczny spadek napięcia powierzchniowego. Płyny rozlane na tkaninę rozbijają się na drobne krople i swobodnie spływają. Dotyczy to rozlanego wina, kawy, oleju a nawet gęstego keczupu i majonezu.

## Wellness



77. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programem Wellness

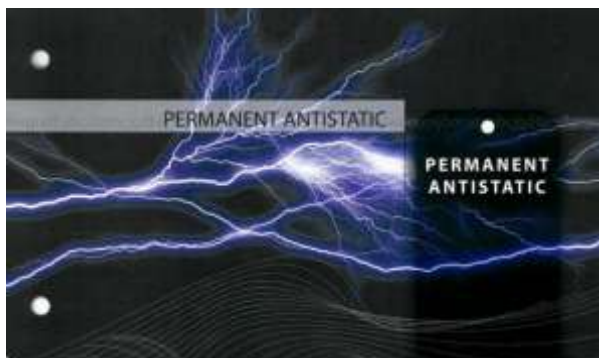
Tkaniny z efektem powodującym poprawę samopoczucia fizycznego i psychicznego:

**Vitamin** – to specjalne wykończenie z preparatem zawierającym witaminę E, znaną z dobroczynnego działania na samopoczucie i kondycję oraz na ochronę komórek przed uszkodzeniem.

**Aromatherapy** – to wykończenie ze specjalnym zapachem zamkniętym w małych muszelkach, mikrokapsułkach, które doczepione są do włókien tkaniny za pomocą specjalnej żywicy. W codziennym procesie użytkowania ubioru pod wpływem ruchu i ciepła małe muszelki otwierają się i uwalniają zapach który przedostaje się na naszą skórę i zaczyna być wyczuwalny.

**Menthol oil** – to specjalne, chłodzące wykończenie tkanin na sezon letni. Do włókien tkanin wprowadzone są kapsułki z olejkiem miętowym, który uwalniany jest w upalne dni dając uczucie relaksu i powiew chłodu. To szczególnie dobra propozycja dla mieszkańców Europy Południowej.

## Permanent antistatic



78. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programem Permanent antistatic

Tkaniny z zastosowanym trwałym wykończeniem antystatycznym dla przędz z włókien syntetycznych, które chroni przed powstawaniem statycznego naładowania tkaniny podczas prania i suszenia.

Efekt utrzymuje się po praniu i suszeniu. Ułatwia też prasowanie.

## Bioprotection



79. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programem Bioprotection

Tkaniny z ochroną przed bakteriami, drobnoustrojami, drożdżami, grzybami :

**Anti – bacteria** - modyfikacja, poprzez nasączenie preparatem chroniącym przed rozwojem, wzrostem, reprodukcją mikroorganizmów i bakterii powodujących brzydkie zapach, plamy, odbarwienia i tkaniny. Dzięki programowi anti – bacteria ubiór utrzymuje długo świeżość, zachowana jest higiena i maksymalny komfort użytkowania odzieży. Dodatkowo pranie jest zdecydowanie bardziej efektywne w krótszym czasie.

**Anti smell** - niepożądane zapachy są zamykane w klatce mikrokapsulek. Regenerowanie mikrokapsulek wychwytyjących brzydkie zapachy dokonuje się podczas prania. W sumie cząstki brzydkich zapachów są połykane przez micro kapsuły i następnie podczas prania z nich usuwane. Blokowany jest też rozwój zapachu potu, który wytwarzają bakterie. Utrzymana jest stała świeżość ubioru i higiena.

**Anti Mosquito** –specjalne wykończenie chroniące przed komarami oraz dodatkowo przed bakteriami, drożdżami, pleśniami. Do włókien tkaniny wprowadzony jest sprawdzony środek odstraszający insekty, który nie podrażnia skóry. Zapobiega ukąszeniom, odstrasza komary.

## Biothermic



80. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programem Biothermic

Tkaniny z włóknami z wplecionymi mikrokapsułkami regulującymi przepływ ciepła.

**Trzymające ciepło kiedy jest zimno.** PSM Phase Change Materials - zmienno fazowe materiały posiadające zdolności zmiany stanów w określonym zakresie temperatur w odpowiedzi na oscylacje temperatury otoczenia. Absorbują ciepło gdy temperatura otoczenia rośnie, utrzymując energię w środku i uwalniają ciepło gdy temperatura otoczenia spada, co daje optymalną temperaturę i zwiększa komfort użytkowania.

**Utrzymujące chłód gdy jest gorąco.**

Działanie Biothermic opiera się na wynalazkach NASA, które jako pierwsza zastosowało tę technologię w podboju kosmosu, gdzie należało utrzymać balans wnętrza skafandra kosmonauty pomiędzy ciepłym wnętrzem statku kosmicznego i zimną przestrzenią kosmosu. Ta rewolucyjna technologia daje znakomite efekty w tkaninach wełnianych oraz w mieszankach wełny z poliestrem. Można stosować tę technologię w innych tkaninach.

## Cool and soft touch



81. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programem Cool and soft touch

Tkaniny z trwałym, miękkim i chłodnym chwytem. Dzięki zastosowanej nanotechnologii i wprowadzeniu do włókien milionów mikrokapsułek zmienno fazowych tkanina w upalne dni zachowuje miękki chłodny dotyk, gwarantując tym samym wysoki komfort noszenia.

## Sun protection



82. Etykieta firmy Paulo di Oliviera z programem Sun protection

Wykończenie nadające tkaninom ochronę skóry przed działaniem promieni słonecznych. Tkanina zawiera bloker chroniący przed oparzeniem oraz przed szkodliwym działaniem promieni UV. Bloker ten daje najlepsze rezultaty w tkaninach wełnianych, nieco gorsze w tkaninach bawełnianych i w poliamidowych.

Jak widać powyżej, firma produkująca tradycyjne, wełniane tkaniny na klasyczne garnitury bardzo stara się i jest otwarta na techniczne nowinki, by uatrakcyjnić swoją ofertę. Wśród oferowanych technologii dominuje nanotechnologia, jako najbardziej praktyczna, mająca szerokie spektrum działania.

Jednak w praktyce okazuje się, iż niewiele firm szyjących odzież korzysta z tych udoskonaleń. Powodem nie jest bariera cenowa (choć na pewno też), ale niezrozumiała niechęć tradycyjnie myślących mężczyzn do tego rodzaju wynalazków. W tkaninach koszulowych wszelkie apretury zupełnie nie zdały egzaminu w globalnej skali.

Po krótkotrwałym zachwycie i zainteresowaniu nowymi propozycjami w końcu lat dziewięćdziesiątych i w latach dziesiątych XXI wieku, nastąpiła stagnacja, która doprowadziła do wycofania tych propozycji z oferty kolekcyjnej. Dotyczy to również firmy Getzner, gdzie tkaniny z programami Aloe czy Fragrance zamawiane są sporadycznie. Być może dystans do tego rodzaju propozycji bierze się ze stosunkowo krótkotrwałego efektu. Koszulę pierze się po każdym użyciu, co w przypadku wytrzymałości apretur do maksymalnie dwudziestu prań nie daje oszałamiającego wyniku. Tak więc w sumie na większości klientów oferta techno nie robi aż takiego wrażenia. Standardowi mężczyźni w tym przypadku nastawieni są raczej na dobrej jakości produkt w atrakcyjnej cenie aniżeli na produkty z myślą technologiczną, która wprowadza trochę zamieszania w ich percepcji.

Warto dodać że prace nad nanotechnologią trwają już od kilkudziesięciu lat. Dzięki nieustannemu doskonaleniu tej technologii mamy już wiele funkcjonujących produktów w przemyśle kosmetycznym, odzieżowym w profesjonalnej odzieży sportowej. Obecnie nanostruktury złożone z mikrocząstek poniżej 100nm np. nanocząski srebra lub tlenek cynku stosuje się w skarpetach, bandażach, tkaninach koszulowych w bieliźnie, dzięki czemu powstrzymuje się namnażanie bakterii i utrzymuje się higienę, np. dwutlenek tytanu stosowany jest do samoczyszczących tkanin.

Kontynuując wątek udoskonaleń tkanin, które można wdrażać do seryjnej produkcji warto przytoczyć jeszcze kilka innych przykładów. W roku 2008 naukowcy z Australii i Chin wyprodukowali samoczyszczące się odmiany wełny i jedwabiu. Tkaniny zostały powleczone specjalnym, trwałym impregnatem bazującym na bakteriobójczym dwutlenku tytanu, którego cząstki o wielkości 5nm rozkładają pod wpływem światła słonecznego związki organiczne. Dzięki tej właściwości ubiory będą łatwe do wyprania i nie będą przyjmowały brzydkich zapachów. Podczas doświadczenia zmodyfikowaną tkaninę polano czerwonym winem i wystawiono na działanie promieni słonecznych. Po około dwudziestu godzinach naświetlane plamy niemal zupełnie zniknęły.

Szerokie zastosowanie mają również włókna węglowe w postaci nanorurek, które zastosowane zostały w 2014 roku w kolekcji garniturów firmy Hugo Boss „The Hour Sharp 6” Dzięki temu eksperymentowi garnitur był odporny na zagniecenia i miał niezwykłą odporność na uszkodzenia mechaniczne.

Wykreowało to linie garniturów dla biznesmenów będących nieustannie w podróży. Po kilkugodzinnym locie garnitur, marynarka, spodnie wciąż są w dobrym stanie i nie mają zagnieceń.

Innym rozwiązaniem wykorzystywanym w odzieży casualowej i sportowej od kilku lat są poliamidowe tkaniny z efektem pamięci – shape memory. Ubranie uszyte z takiego surowca można spakować do plecaka lub zwinąć w kulkę. Po wyjęciu i energicznym strzepnięciu, ubiór wraca kształtem do pierwotnego kształtu bez jakichkolwiek zagnieceń. Firmą profesjonalnie zajmującą się nowymi technologiami użytecznymi w odzieży jest szwajcarska Schoeller tech.

Firma proponuje szereg inteligentnych, bardzo interesujących udogodnień, między innymi:

**Coldblack** – lepszy komfort w upalne dni



83. Etykieta Schoeller tech z technologią Coldblack.

To rewolucyjny efekt dającą w szczególności ciemnym tkaninom możliwość odbijania światła, redukcji pochłanianego ciepła oraz ochronę przed promieniami UV.

Łączy w sobie właściwości wchłaniania i odbijania.

Daje to świetne rezultaty latem lub np. w ciepłym klimacie Australii. Mężczyzna ubrany w garnitur z wykończeniem tkaniny Coldblack mniej poci się i ma lepsze ogólne samopoczucie. Technologia ta oferuje dla wszystkich kolorów tkanin UPF 30 bez wpływu na dotyk i wygląd tkaniny. Coldblack idealnie spisze się w odzieży sportowej, roboczej jak również w korporacyjnej. Jest odporny na pranie w pralkach i suszenie.



**3XDRY** – feelgood - dla lepszego komfortu i samopoczucia.



84. Etykieta Schoeller tech z technologią 3XDRY

3XDRY łączy w jednej tkaninie dwie technologie. Na zewnątrz włókno jest wodoodporne, natomiast wewnątrz tkanina wchłania pot. Wilgoć szybko jest rozpoznawana, wchłaniana i wypychana na zewnątrz. Dzięki temu tkanina szybko wysycha. Zapewnia to znakomity komfort noszenia, szczególnie koszul. Zapobiega powstawaniu plam potu a uczucie chłodu i suchości zdecydowanie poprawia komfort. Technologia ta zapożyczona została z technologii stosowanej w ubiorach sportowych, narciarskich, gdzie efekt taki jest bardzo pożądany.

**Nanosphere** – tkaniny z efektem samoczyszczenia.



85. Etykieta Schoeller tech z technologią Nanosphere.

Wykorzystując obserwację natury i liczne fakty, iż pomimo wiatrów, upałów, okresów kwitnienia, dreszczów liście drzew pozostają zawsze czyste opracowano adekwatne wykańczanie tkanin. W przyrodzie brud nie przylega mocno do brzdawkowatej powierzchni liści, a woda w czasie deszczu zmywa go łatwo. Podobnie w technologii Nanosphere z molekuł nanocząstek zbudowano pagórkowatą strukturę na tkaninie co powoduje, iż w przypadku zaplamienia płyn znajduje się na szczytach tych pagórków i kropelkowo spływa z tkaniny pozostawiając ją czystą. Idealne zastosowanie dla ubiorów do biura.

**Active silver** – ochrona przed bakteriami przy wykorzystaniu soli identycznych z solami srebra, które mogą być łączone z innymi technologiami wykańczania tkanin.



86. Etykieta Schoeller tech z technologią Active silver

Sole srebra nieustannie uwalniają jony naładowane dodatnio, które niszczą enzymy potrzebne dla metabolizmu bakterii. To zaś hamuje występowanie nieprzyjemnych zapachów, roztoczy, grzybów. Sole srebra są na stałe przymocowane do włókien tkaniny, dzięki czemu ta pozostaje długi czas świeża i higieniczna. Metoda ta ma zastosowanie szczególnie w bieliznie oraz w odzieży noszonej najbliżej ciała.

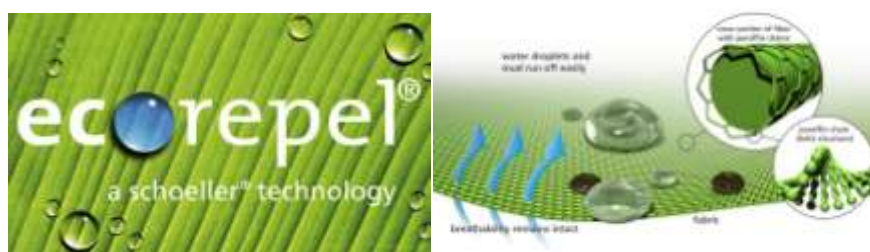
**Energear** – system odzyskiwania energii przez tekstylia.



87. Etykieta Schoeller tech z technologią Energear.

To specjalistyczne wykończenie tkanin, które powoduje, że wypromieniowana energia przez ciało jest zamieniana w głębokie promienie podczerwone i wysyłana z powrotem w głąb naszej tkanki. Ten dodatkowy strumień energii może wpłynąć pozytywnie na funkcjonowanie organizmu i samopoczucie. Ta wiedza posiada korzenie w medycynie azjatyckiej. Energear zbudowany jest ze specjalnej mineralnej matrycy tytanu. Tytan ma właściwości odbijające energię dalekiej poczerwieni. Dzięki takiej obróbce tkaniny pozytywna energia odbija się i wysyłana jest z powrotem do naszego ciała. Technologia ta jest odpowiednia dla wszystkich tkanin i może znacznie poprawić samopoczucie, wpłynąć na koncentrację, równowagę, przyspieszyć gojenie ran itp.

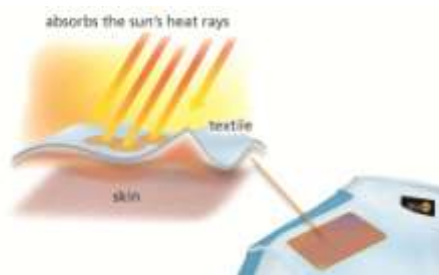
**Ecorepel** – naturalna, wodoodporna ochrona przed kurzem i brudem.



88. Etykieta Schoeller tech z technologią Ecorepel

Najnowsza przyjazna dla środowiska technologia zapewniająca maksymalne odpychanie wody i brudu, dzięki łańcuchom parafinowym owiniętym wokół pojedynczych włókien tkaniny. Zmniejszają one napięcie powierzchniowe powodując, że woda i brud o większym napięciu powierzchniowym oddalają się od nich. Można to stosować w każdym rodzaju odzieży, także w formach ubiorów klasycznych jak koszule czy marynarki. Technologia zaczerpnięta ze świata roślin, które pomimo dużego zanieczyszczenia pozostają czyste.

**Solar +** dla termicznego komfortu w mroźne i słoneczne dni.



89. Etykieta Schoeller tech z technologią Solar +

Technologia opracowana w oparciu o obserwację gadów, które w słoneczne dni wygrzewają się i absorbują energię by dobrze funkcjonować. To mieszanka polimerów która poprawia wchłanianie ciepła promieni słonecznych przez tkaniny. W zimne słoneczne dni działa najefektywniej i znacznie poprawia funkcjonowanie organizmu. To idealne rozwiązanie dla odzieży sportowej noszonej w słoneczne, ale w także w mroźne dni. Odzież z technologią Solar wytrzymuje do 30 prań w temperaturze 40stC. Jest idealna dla osób uprawiających sporty zimowe. Partnerami firmy Scholler tech korzystającymi z jej rozwiązań są między innymi firmy takie jak Pierre Cardin , Porsche Design, Adidas, Fila.

Inną nowością stosowaną w sportach zimowych jest Tecproof, materiał termoaktywny nowej generacji z właściwościami oddychającej membrany odpornej na wodę. Tkanina jest miękka i stosunkowo cienka. Membrana składa się z dwóch warstw polimerów. Warstwa zewnętrzna chroni przed deszczem i wiatrem. Warstwa spodnia –wewnętrzna posiada mikropory przez które usuwany jest na zewnątrz pot i wilgość powstające na skutek przegrzania organizmu podczas uprawiania sportu. Daje to nam optymalne poczucie komfortu termicznego.

Wymienione technologie stosowane w tkaninach są nieustannie doskonalone i łączone ze sobą, by otrzymać produkt maksymalnie funkcjonalny i zaawansowany.

Pisząc o tych rozwiązaniach trzeba wspomnieć o obowiązujących kodach, które oznaczają określoną użyteczność tkanin. Tabele z wykazem aktualnych kodów, które są nieustannie uzupełniane można otrzymać na najważniejszych targach tkaninowych Premiere Vision w Paryżu lub pobrać ze strony targów. Poniżej prezentuję rodzaje wykończeń tkanin oznaczonych kodem. To znaczna wartość dodana mogąca przyciągnąć i przekonać do kupna nowoczesnej odzieży mężczyzn wyedukowanych i wymagających.



# CODES PERFORMANCE

## PERFORMANCE CODES



Les 24 Codes Performance de Première Vision ont été créés pour mettre en valeur les propriétés ou les qualités spécifiques des tissus produits par les tisseurs exposants, qu'elles soient visibles ou non.

Les Codes Performance de Première Vision sont des marques déposées. Tous droits réservés dans le monde entier.



### mono-stretch

*mono-stretch*

Étoffe extensible en chaîne et en trame, qui reprend sa dimension initiale après étirement. Propriété obtenue par l'apport d'élasthanne, de fils texturés ou de fils à caractéristique élastique.  
*A fabric that stretches in the warp or the weft, and which regains its initial dimensions after stretching. This property is obtained through the use of elastane, textured yarns, or yarns of an elastic nature.*



### bi-stretch

*bi-stretch*

Étoffe extensible en chaîne et en trame, qui reprend sa dimension initiale après étirement. Propriété obtenue par l'apport d'élasthanne ou de fils texturés ou de fils à caractéristique élastique.  
*A fabric that stretches in the warp and the weft, and which regains its initial dimensions after stretching. This property is obtained through the use of elastane, textured yarns, or yarns of an elastic nature.*



### naturellement stretch

*naturally stretch*

Étoffe extensible en chaîne et/ou en trame, qui reprend sa dimension initiale après étirement. Propriété obtenue sans apport d'élasthanne, par une rétraction mécanique du fil ou par traitement chimique de la matière.  
*A fabric that stretches in the warp and/or the weft, which regains its initial dimensions after stretching. Property obtained without the use of elastane, by a mechanical retraction of the yarn, or by chemically treating the fabric.*



### easy-care

*easy-care*

Propriété d'une étoffe consistant à faciliter son entretien domestique.  
*Property of a fabric aimed at easing its domestic use.*



### séchage rapide

*fast drying fabric*

Propriété d'une étoffe permettant de sécher rapidement grâce à la spécificité de ses fibres et/ou de sa construction, et/ou à un traitement hydrophobe.  
*Property of a fabric permitting quick drying thanks to the specificity of its fibres and/or its structure, and/or a hydrophobic treatment.*



### respirant

*breathing*

Propriété d'une étoffe consistant à transférer l'humidité du corps vers l'extérieur grâce aux propriétés des fibres et/ou aux propriétés inhérentes à sa structure. Un micro climat sec peut ainsi être maintenu entre la peau et le vêtement.  
*Property of a fabric that consists of wicking humidity from the body to the exterior thanks to fibres properties and/or properties inherent in its structure. A dry micro-climate can thus be maintained between skin and clothing.*



### composite

*multi-layer*

Étoffe obtenue par thermocoilage de deux ou plusieurs matériaux aux performances distinctes.  
*Cloth obtained by a bonding process of two or more materials - each with its distinct properties.*



### double-face

*double-face*

Étoffe présentant deux faces différentes et conçue pour offrir une fonction adaptée à chaque face.  
*Cloth presenting two different sides; each with its specific function.*



### déperlant

*water-repellent*

Traitement de finition permettant à une étoffe de résister à la pénétration d'eau sous forme liquide et souvent à celle de l'huile et des salissures. Les liquides glissent sur le tissu sans le pénétrer.  
*Finishing process which enables a fabric to resist penetration by water in its liquid form, by oil or dirt. Liquids run off the fabric without penetrating it.*



### imperméable

*waterproof*

Propriété d'une étoffe consistant à bloquer le passage de l'eau.  
*Property of a fabric which stops water going through.*



### imper-respirant

*breathable-waterproof*

Propriété d'une étoffe consistant à la fois à bloquer le passage de l'eau à l'état liquide et à laisser passer la vapeur d'eau et l'air issus de la transpiration interne.  
*Property of a fabric which stops liquid water going through but allows perspiration to exit.*



### wind-proof

*wind-proof*

Propriété d'une étoffe consistant à bloquer le passage du vent, par tissage, imprégnation, ou membrane.  
*Property of a fabric that consists of blocking wind, through a weave, impregnation or membrane.*

The 24 Première Vision Performance Codes were created to highlight the specific properties or qualities of fabrics created by weaver exhibitors, whether these qualities are visible or not.

The Première Vision Performance Codes are registered trademarks. Worldwide rights reserved.



**membrane**  
*membrane*

Film synthétique très fin, imper-respirant, contrecollé à une autre étoffe, en insert libre ou en laminage, afin de lui apporter imperméabilité et effet coupe-vent, tout en conservant sa respirabilité.  
*Very thin synthetic film, bonded onto a fabric, either freely inserted or laminated, to give it water and wind proofing - whilst retaining breathability.*



**enduction**  
*coating*

Traitement de finition consistant à déposer une matière spécifique sur la surface d'une étoffe afin de lui conférer des caractéristiques particulières.  
*Finishing process which deposits a specific product on the surface of a fabric to give it special qualities.*



**climatique**  
*climatic*

Propriété d'une étoffe consistant à contrôler la température d'une matière afin de protéger le corps des conditions climatiques extérieures, chaudes ou froides.  
*Property of a fabric that controls the temperature of the fibres in order to protect the body from exterior climatic conditions - be they hot or cold.*



**thermique**  
*thermal*

Propriété d'une étoffe consistant à réguler la température d'une matière afin de conserver un microclimat sec et chaud entre la peau et le vêtement, et de prévenir ainsi le refroidissement du corps.  
*Property of a cloth which regulates the temperature of a fibre in order to retain a dry and warm micro-climate between skin and garment in order to avoid body chill.*



**anti-tache**  
*stain-resistance*

Traitement de finition destiné à empêcher les salissures de s'accrocher au cœur des fibres.  
*Finishing treatment intended to prevent dirt from attaching to fibres.*



**anti-UV**  
*anti-UV*

Fonction apportée à une étoffe par un traitement de la fibre ou du textile, bloquant les rayonnements ultraviolets dangereux pour la peau et offrant des indices de protection supérieurs à 30.  
*Function added to a fabric via a special treatment of the fibre and blocking the UV rays that are dangerous to the skin with a protection factor of over 30.*



**résistance au chlore**  
*chlorine resistant*

Propriété d'une étoffe à résister aux produits chlorés, pendant son cycle de production ou à l'usage, grâce à l'utilisation de fibres ou de colorants spécifiques (résistance à l'eau de piscine et aux taches d'eau chlorée, maîtrise du niveau de délavage).  
*Property of a fabric to resist chlorine products, either in the course of its production cycle or during use, thanks to the employment of specific fibres or dyes (resistance to pool water and to chlorine-water stains, control of the level of bleaching).*



**antibactérien**  
*antibacterial*

Traitement chimique apporté à une étoffe et consistant à empêcher les bactéries issues de la transpiration de se développer.  
*Chemical process applied to a cloth to stop the development of bacteria caused by perspiration.*



**maille polaire**  
*fleece*

Type de tricot bouclette double fonture, gratté de manière très dense sur une ou deux faces et présentant l'aspect d'un mouton.  
*Type of double-knit bouclette knit, intensely raised on one face or on both, producing a fleece effect.*



**production respectueuse**  
*responsible production*

Étoffe dont le procédé de fabrication est respectueux de l'environnement, et/ou intègre des échanges commerciaux équitables et le respect du travail humain.  
*Fabric whose manufacturing is environmentally responsible, and/or integrates fair trade principles and respect for human labour.*



**réfléchissant**  
*reflecting*

Propriété d'une étoffe consistant à réfléchir la lumière. Le terme regroupe les fluorescents, les phosphorescents et les rétro-réfléchissants.  
*Property of a cloth that reflects light. This term includes fluorescents, phosphorescents and retroreflective.*



**haute-résistance**  
*high-resistance*

Propriété d'une étoffe à résister à la déchirure et/ou à l'abrasion, grâce à l'utilisation de fibres haute ténacité.  
*Property of a fabric to resist tearing and/or abrasion, through the use of high tenacity fibres.*

W powyższych kodach mamy oznakowane następujące tkaniny i ich właściwości:



**MONO STRECH** – tkanina która rozciąga się po wążku lub po osnowie, która odzyskuje kształt po rozciągnięciu. Efekt uzyskujemy dzięki zastosowaniu przędzy włókna elastanu lub przędzy o naturalnych właściwościach elastycznych.



**BI STRECH** – tkanina rozciągająca się po wążku i po osnowie, która odzyskuje kształt po rozciągnięciu. Efekt uzyskujemy dzięki zastosowaniu przędzy włókna elastanu lub przędzy o naturalnych właściwościach elastycznych.



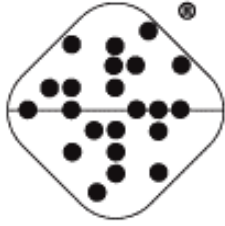
**NATURALLY STRECH** – tkanina rozciągająca się po wążku lub/i po osnowie. Efekt uzyskany jest bez włókna elastanu, ale dzięki mechanicznej reakcji, obróbce włókna – powrotowi włókna lub dzięki chemicznej obróbce włókna.



**EASY CARE** (łatwe w użytkowaniu) – tkaniny z mechanicznym lub chemicznym wykończeniem ułatwiającym prasowanie i zapobieganie gniotliwości.



**FAST DRYING FABRIC** - tkanina szybko schnąca dzięki specjalnej strukturze lub specjalnemu hydrofobowemu wykończeniu.  
(powoduje skraplanie się wody na powierzchni tkaniny)



**BREATHING**( oddychające)- tkania pochłaniająca wilgoć ciała i wypycha ją na zewnątrz dzięki właściwościom tkwiącym w strukturze włókien tkaniny.

Dzięki tkaninie można utrzymać suchy mikroklimat pomiędzy skórą i ubraniem.



**DUBLE FACE** – tkanina składająca się z dwóch różnych stron. Każda ma określone własności i funkcje.



**WATER REPELLENT** – tkanina z wykończeniem odpychającym wodę, olej, smar, brud. Dzięki osłabieniu napięcia powierzchniowego płyny skraplają się i spływają z tkaniny bez śladu.



**WATERPROOF** – tkanina z wykończeniem chroniącym przed wnikaniem wody do jej struktury.



**BREATHABLE-WATERPROOF** ( oddychające, wodoodporne) tkanina o właściwościach zatrzymujących wodę od zewnątrz, ale jednocześnie wypychająca wilgoć i pot ciała na zewnątrz.



**WIND PROOF** – tkanina wiatroodporna, blokująca wnikanie pędu powietrza, dzięki specjalnemu splotowi, membranom i impregnatom.



**MEMBRANE** – oznakowanie cienkiej syntetycznej warstwy umieszczonej na tkaninie, która nadaje tkaninie wiatro i wodoodporność przy jednoczesnym zachowaniu oddychalności tkaniny



**COATING** – oznaczenie specjalnego wykończenia tkaniny nadającego jej specjalnej jakości ochronnej dla odzieży wierzchniej.



**THERMAL** – tkanina kontrolująca temperaturę włókna, często zmienno stała. Chroni organizm przed gorącem lub przed zimnem.



**STAIN-RESISTANCE** ( plamoodporne) – tkanina z wykończeniem zapobiegającym klejeniu się brudu do włókien tkaniny.



**ANTI UV** – wykończenie uwzględniające ochronę skóry przed promieniowaniem UV ze współczynnikiem ochrony ponad 30. Wykorzystano tu nanotechnologię i specjalną obróbkę włókna.



**CHLORINE RESISTANT**- tkaniny i dzianiny z właściwościami chroniącymi przed wpływem chloru. Szczególnie przed chlorowaną wodą w basenie powodująca wybielanie lub powstawanie plam.



**ANTIBACTERIAL** – wykończenie chemiczne w połączeniu z nanotechnologią, zapobiegające rozwojowi bakterii w miejscach silnego pocenia się.



**RESPONSIBLE PRODUCTION** – tkanina, której produkcja była przyjazna dla środowiska i przy której produkcji zachowano szacunek i godność dla człowieka.



**REFLECTING** – tkanina z wykończeniem odbijającym światło.





**HIGH RESISTANCE** – tkanina z specjalistycznym wykończeniem włókien, które nabierają poprzez wysoką rozciągliwość odporności na rozdieranie, strzępienie, rwanie, ścieranie.



**ORGANIC** – tkaniny z certyfikatem organicznego pochodzenia lnu, bawełny, jedwabiu, wełny itp.



**RECYCLED** – tkaniny do których produkcji wykorzystano w przeważającej ilości włókna pochodzące z recyklingu naturalne lub syntetyczne.

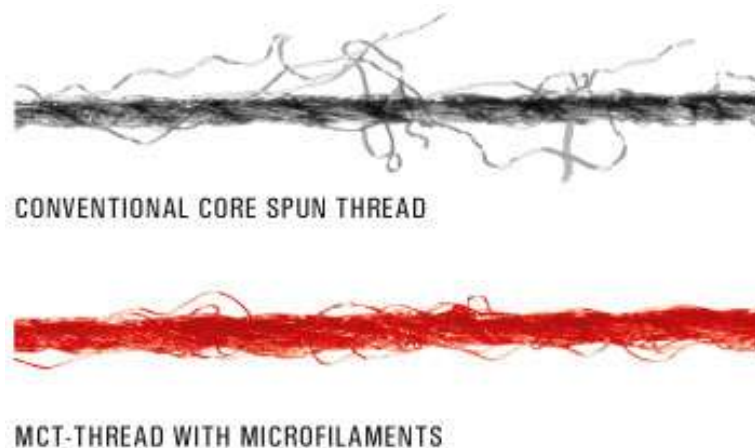


**ECO FRIENDLY FINISHING** – tkaniny przy których produkcji zastosowano najsurowsze standardy międzynarodowe dotyczące ochrony środowiska, redukcji zanieczyszczeń, prania, nie używania metali ciężkich,



**GARMENT WASHABLE** – tkaniny zaprojektowane przy użyciu nanotechnologii, tak by można było poddać je wymywaniu i myciu wodą( bez klasycznego prania)

Tkaniny to jednak zewnętrzna warstwa ubrania, najbardziej efektowna i widoczna. Wiele dobrego dla komfortu może dziać się w przestrzeni pomiędzy tkaniną a podszewką. Biura projektowe takich uznanych marek jak Gutermann, Freudenberg, Helsa nieustannie pracują nad udoskonalaniem technologii ich produktów, które w znaczący sposób mogą podnieść realną wartość użytkową ubrań. Klient nie musi sobie zdawać sprawy że takie elementy dodatków krawieckich jak flizeliny, wkłady barkowe czy nici są modyfikowane technologicznie i dzięki swoim właściwościom pracują dla komfortu użytkownika. Oto kilka przykładów innowacyjnych rozwiązań stosowanych także w konfekcji męskiej. **Nowoczesne nici MTC Micro Core Technology** – Gutermann, gwarantują nową jakość konfekcjonowania ubiorów co jest szczególnie użyteczne w ubiorach klasycznych takich jak marynarki, garnitury, spodnie gdzie precyzja wykończenia i tzw. igła ma pierwszorzędne znaczenie. Technologia MTC z zastosowaniem oplotu z mikrofilamentów - cienkich włókienek o średnicy 5-7nm, jest absolutnie nowatorska i nie da się porównać z żadną znaną do tej pory. Nici charakteryzują się lepszym chwytem, jednolitością, efektownym połyskiem a nade wszystko swoją oryginalną strukturą. Wytwarzane są z szlachetnego i rygorystycznie określonego surowca, ze specjalnie dobranych poliestrów z ultra delikatnym komponentem mikrofilamentu. Mają równy przekrój, co umożliwi szycie ze stałym naprężeniem, posiadają optymalne właściwości suwne i gwarantują absolutnie gładki i równomierny szew. Nie trzeba dodawać, że to ogromne ułatwienie w szyciu tak wymagających elementów ubioru męskiego jakimi są spodnie, marynarki, płaszcze, gdzie na długich odcinkach tkaniny często marszczy się szew. Tradycyjnie przędzone nici mają włochaty, postrzępiony wygląd, ponieważ ze splotu wystają małe końcówki włókien. W niciach MCT filamenty ciągną się bez żadnych przerw a powierzchnię zamiast końcówek włókien tworzą małe pętelki. Dzięki temu mamy jednolity i równomierny szew oraz jedwabisty połysk nici odbijającej światło w jednym kierunku. Brak wystających postrzępionych włókien dodatkowo eliminuje występowanie kurzu podczas szycia i zapewnia minimalną ścieralność, co procentuje najwyższą jakością szwu. Ten drobny efekt w sumie porządkuje szwy ubioru dając mu nieskazitelną, czystą wygląd i lekką igłę.



92. Konwencjonalne i nowoczesne MCT nici firmy Gutermann.





93. Idealnie wykonana dziurka nićmi MCT-Gutermann.

**Termiczna włóknina PCM Comfortemp – Freudenberg** – To inteligentne wypełnienie stosowane w eleganckiej konfekcji męskiej, dzięki któremu obszary ciała mężczyzny, podatne na duże zmiany temperatury wywołanej zewnętrznymi warunkami, gwałtownym ruchem lub stresem są utrzymywane w optymalnym komforcie.

W klasycznych marynarkach, płaszczach, kurtkach rejonu klatki piersiowej i pach mogą zabezpieczone zostać warstwą włókniny PCM umocowanej do wierzchniej tkaniny.

Podczas nagłego wzrostu temperatury ciała miliony mikrokapsułek którymi wypełnione są włókna włókniny zmieniają swoją konsystencję ze stałej na ciekłą przechwytyując ciepło i dając uczucie chłodu. Gdy temperatura ciała spada mikrokapsułki ze stanu ciekłego przechodzą ponownie w stan stały dzięki czemu zwalniają zmagazynowane ciepło do ciała. Tak dzieć się może np. w drodze z ogrzanego biura na parking lub po szybkim i krótkim biegu do metra czy autobusu. Dzięki temu inteligentnemu wychwytywaniu ciepła i jego zwracania organizm nie jest narażony na przegrzanie ciała i infekcje.

Kapsułki posiadają konstrukcję bardzo wytrzymałą i trwałą, utrzymują swoje działanie przez bardzo długi czas. Włókniny PCM mogą stosowane być z wieloma tkaninami, mogą być cięte, szyte, klejone. Posiadają wysoką oddychalność i są bardzo miękkie w dotyku. Jako ciekawostkę można dodać, iż chwyt włókniny PCM niezmiennie od temperatury otoczenia jest nieustannie chłodny i wilgotny.

Technologia ta świetnie spisać się może w tradycyjnych, klasycznych garniturach które wykorzystywane są jako ubiory całodzienne do biura lub na różne uroczystości okazjonalne gdzie bardzo często dochodzi do przegrzania organizmu.

Dzięki takiemu udogodnieniu mężczyzna może czuć się przez długi czas świeżo i komfortowo.

## Discover the new Dimension of Comfort

Comfortemp® Nonwovens contain millions of thermoregulating microcapsules - mPCM - which are embedded in a nonwoven material.

These mPCM are preset to a specific temperature range appropriate for the application and activate when the body and/or the ambient temperatures changes.



mPCM in Comfortemp Nonwovens.

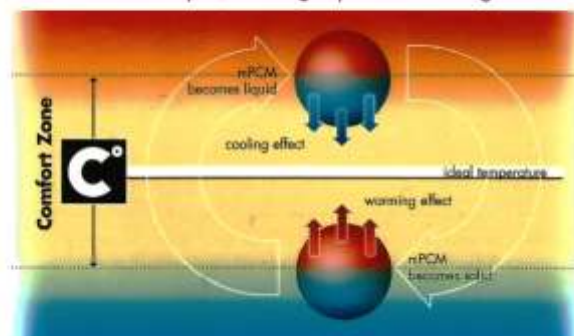
One microcapsule is more than 100 times smaller than a snowflake.



Comfortemp Nonwovens expand your personal comfort zone by keeping you warmer in cold weather and cooler in hot weather.

### Comfortemp – thermoregulating material

When the body and/or the ambient temperatures exceed the preset temperature, Comfortemp absorbs the excess heat and the mPCM turns liquid, creating a pleasant cooling effect.



When the body and/or the ambient temperatures fall below the preset temperature, the mPCM changes from a liquid to a solid state and releases the stored energy as heat, keeping the body comfortably warm in colder temperatures.

mPCM = microencapsulated Phase Change Material

© copyright Freudenberg

**Touch  
and See the Difference:**

olid-liquid-solid-liquid-solid-liquid

94. Skan etykiety PCM Freudenberg obrazująca działanie włókniny.

Nową dziedziną opartą o tę samą zasadę, tworzenia inteligentnej odzieży jest mody i będący ostatnio w prawdziwej awangardzie trend Wearable oznaczający w prostym tłumaczeniu, nowoczesną technologię do noszenia. Istnieją obecnie różne gadżety, będące miłymi zabawkami, które pomagające nam zdrowo żyć jak różnego rodzaju

smartbandy czy smartwatche mierzące puls czy ilość przemierzonych kroków, ale jest to dopiero początek dynamicznie rozwijającej się drogi.

Smartwatche to mix smartfona i zegarka. To bardzo popularne urządzenie, które współpracując ze smartfonem przekazuje nam za jego pośrednictwem informacje. Na informacje możemy także odpowiedzieć z poziomu smartwatcha. Na tarczy zegarka pojawia się masa informacji, jak powiadomienie o spotkaniach, urodzinach, prognozy pogody itp. Wszystko z pominięciem kontaktu z telefonem. Smartwatche mogą zapisywać nasze zdrowotne parametry jak puls, ilość kroków itp. co pomaga utrzymać na odpowiednim poziomie aktywność fizyczną. Bardzo popularne są smartwatche z systemem Android z funkcją Google Now, która pozwala na posiadanie elektronicznego asystenta. Za sprawą tej funkcji można personalizować np. powiadomienia o trudności w ruchu ulicznym, co jest bardzo pożyteczne np. w codziennej drodze do biura. To dzięki specjalnemu oprogramowaniu już po kilku dniach przyzwyczajają asystenta do naszych codziennych czynności. Przez to potrafi on np. określić drogę jaką się poruszamy, miejsce gdzie pracujemy i gdzie mieszkamy. Funkcja Google Now gwarantuje także rozbudowany system zarządzania czasem i powiadomień o spotkaniach i ważnych wydarzeniach. Smartwatch uczy się naszych zainteresowań i może wyświetlać nam różne informacje ze świata, które będą przydatne w pracy lub okażą się interesująca rozrywką. Wadą smartwatchy jest jednak krótka żywotność baterii.

Smartbandy to najczęściej formy silikonowych opasek, które wyglądają estetyczniej i są bardziej futurystyczne niż zegarki. Mają znacznie mniejsze ekrany, jednak dostatecznie duże by wyświetlały powiadomienia sms, szybkość pulsu serca, ilość przebytych kroków, ilość spalonych kalorii. Nowoczesne smart bandy także zachęcają użytkownika do uprawiania sportu jako specyficzny motywator. Po założeniu wibrują, emitują światło, dźwięki, wyświetlają powiadomienia. Gdy zbyt długo siedzimy lub zapominamy o aktywności fizycznej smart band-motywator zachęca nas do aktywności fizycznej emitując sygnały dźwiękowe lub świetlne powiadomienia. Urządzenie działa na naszą psychikę, wzbudza poczucie winy oraz uaktywnia naszą ambicję.



95. Smartwach



96. Smartband

Niestety nowoczesny design smartfonów i smartbandów nie odpowiada wszystkim mężczyznom. Dla nich właśnie polska firma z Warszawy uBirds opracowała innowacyjny projekt inteligentnego paska (Unique) przeznaczonego do klasycznego zegarka.

W eleganckiej skórzanej obudowie zamknięto wibracyjny silniczek i elektroniczne moduły. Jest to pomysł skierowany do tych mężczyzn, którzy nie chcą zastępować swojego ekskluzywnego zegarka „tanim” elektronicznym smartwatchem. Ubirds Unique pozwala cieszyć się tymi samymi funkcjami znanymi ze smartwatchy. Jest to idealne połączenie luksusu, klasycznej elegancji i elektroniki. W dniu dzisiejszym oferuje następujące funkcje: monitoring aktywności fizycznej, powiadomienia ze smartfona za pomocą światła diody i wibracji, odczytywanie gestów, pamięć wejściówki do biura, na siłownię oraz informację o zagubionym telefonie. W opracowaniach są funkcje płatności zbliżeniowej, automatyczne logowanie po zbliżeniu się do komputera i wylogowanie po oddaleniu się od komputera, a także wiele innych. Koszt inteligentnego paska do zegarka wraz z aplikacją to wynosi około 2tys.złp. Jak podaje właściciel firmy zainteresowanie tego rodzaju gadżetem jest duże szczególnie na Zachodzie Europy i w USA co jest sygnałem dopingującym do badań nad nowymi funkcjami organizującymi życie dobrze sytuowanym biznesmenom.



97. Inteligentny pasek do klasycznego zegarka, Ubirds Unique.

Technologie wearable można podzielić na czujniki ciała, czujniki ruchu, zegarki, urządzenia noszone przy oczach przy czym każda pozycja może obsługiwać kilka kategorii i tak np. urządzenia noszone przy oczach jak specjalne okulary można wykorzystać przy grach wideo, w kreowaniu wirtualnej rzeczywistości, w nawigacji, w oglądaniu filmów, w różnych formach rozrywki np. media społecznościowe.

Najlepszym przykładem będą tu okulary Google Diane von Furstenberg, które w limitowanej serii zaprezentowane zostały w 2013 roku. Dzięki zastosowanej technologii AR augmented reality znaczącej tyle co rozszerzona rzeczywistość bez użycia rąk, można wysłać emaila, smsy, łączyć się z Internetem i przeglądać strony, zapisywać zdjęcia oglądać video. AR pozwala na obraz rzeczywisty nakładać wygenerowane komputerowo obrazy, a to pozwala na bieżąco kontrolować wybrany segment życia.



98. Google Galss Diane von Furstenberg

Odpowiednio dobierając funkcje i aplikacje można kontrolować zdrowie i wyznaczyć optymalny, odpowiednio spersonalizowany rytm dnia.

Inną ciekawą współpracę Google nawiązało z firmą Levis w projekcie Google Project Jacquard. Wykorzystując strukturę tkaniny żakardowej można opracować ubiory reagujące na gest. Wszywając w strukturę żakardu sieć stopu metali, sensory, minikomputer, który bezprzewodowo łączyć się będzie z programem smartfona, możemy gestem uaktywnić określoną część garderoby. Przykładowo zakładając spodnie lub koszulę i dotykając wybranego fragmentu możemy odsłuchiwać muzyki, sterować ogrzewaniem w mieszkaniu itp. Zastosowanie takich interaktywnych tkanin wykonanych ze stopów metali z bawełną, lnem, poliestrem, jedwabiem jest nieograniczone, i daje ogromne możliwości dla przemysłu odzieżowego.

Zaawansowane technologie coraz śmielej wchodzą do świata biznesu i świata mody stając się konsekwentnie nieodłączną częścią nowej rzeczywistości.

W fazie projektów są już buty których kolor i deseń będzie można zmieniać za pomocą odpowiedniej aplikacji w smartfonie, bluzki i sukienki oznajmiające nam nastój właścicielki i wiele innych rozwiązań.

W sumie konsument może stać się więźniem przeróżnych gadżetów wmontowanych w różne części ubioru, bez których nie będzie mógł normalnie funkcjonować i od których się uzależni. Kwestią bliskiej przyszłości będzie sprzedaż inteligentnych ubiorów kontrolujących nasze funkcje życiowe i organizujących nam czas.

Jedną z pierwszych marek wykorzystującą inteligentne efekty w ubiorze jest CuteCircuit, która działa od 2001 roku, a jej założycielką jest była projektantka Valentino Franceska Rosella mająca na swym koncie eksperymenty ze święcącymi włóknami czy pomysł, by do torebki zamontować Gps informujący nas o położeniu skradzionego przedmiotu. Do jej portfolio zaliczyć można wiele interesujących ubiorów takich jak: sukienki zmieniające kolor „Galaxy Dress”, koszulki za pomocą których można przesłać uścisk „Hug Shift”, sukienki informujące, że dostaliśmy wiadomość na tweeterze, wreszcie suknię wykonaną z tysięcy światełek micro LED dla piosenkarki pop Katy Perry. Jednak twórczość tej projektantki traktowana jest jako ubocza ciekawostka mody.

Inną ciekawostką z dziedziny wearable jest pierścionek dzięki któremu można korzystać z wi-fi i z różnych aplikacji między innymi z takiej, dzięki której otworzymy drzwi własnego mieszkania. W ustawieniach niestandardowych można np. uaktywnić wi-fi poprzez machnięcie ręką. Pierścień jest wodoodporny i nie wymaga ładowania.



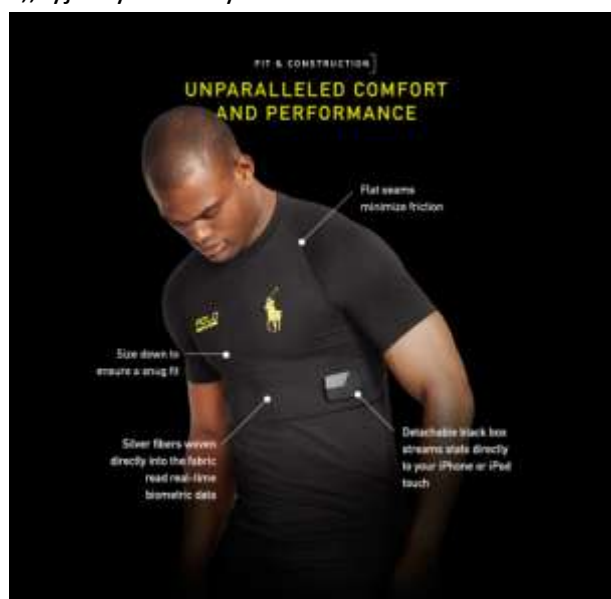
99. Inteligentny pierścionek

Z dziedziny eksperymentalnej mody bardzo znane są kolekcje Ying Gao, artystki która od 2007 roku tworzy stroje interaktywne, nawiązujące kontakt z widzami. Ubiory reagują na głos, świecą w ciemnościach lub są niemożliwe do sfotografowania.



100. Ying Gao, sukienka z metalowych szpilek reagujących na ruch.

Prezentowana na zdjęciu sukienka wykonana została z metalowych szpilek, które pod wpływem dźwięku wchodzą w stan płynnego ruchu dając zaskakujący efekt. To jednak eksperymenty i większa jest w nich wartość artystyczna niż użytkowa. Bardziej konkretnymi produktami są unowocześnione ubiory sportowe, w których najpełniej i najwyraźniej widać autentyczność wearable. W 2014 zawodnicy tenisowego turnieju US Open otrzymali od firmy Ralph Lauren biometryczną koszulkę nylonową naszpikowaną powlekanymi włóknami srebra działającymi jak czujniki przesyłające dane dotyczące tętna, stresu, spalonych kalorii, natężenia ruchu do specjalnego urządzenia zamontowanego na koszulce, które kumuluje dane i przesyła je do smartfona. To idealne rozwiązanie dla osób związanych z uprawianiem sportu, ale także dla pracowników biur poddanych dużemu natężeniu pracy i stresu. Koszulki takie można nabyć w salonach Ralphi Laurena za cenę ok. 300 dolarów. Projektant nawiązując do nowego ruchu Wearable stwierdził iż „żyjemy w naszych ubiorach”



101. Koszulka Ralph Lauren monitorująca m.in. pracę serca

Inną pożyteczną nowością są specjalistyczne wkładki do butów w firmie Digitsole. Śledzą one nie tylko przebyty dystans, tętno, spalone kalorie ale także mogą ogrzać stopy dzięki



specjalnej aplikacji jaką można pobrać na smartfon. Temperatura ciepła dochodzić może do 40stC, a każda stopa może być ogrzana oddzielnie. Niestety baterie wkładek ładowane przez port USB starczą tylko na siedem godzin. Koszt pary wkładek to ok. 200 dolarów.



102, 103. Wkładki do butów Digitsole.

Kolejnym nowoczesnym produktem dostępnym już w sklepach są skarpety rejestrujące czas, dystans, puls, rytm biegu. Posiadają trzy czujniki tekstylne które mierzą także ciśnienie w stopie podczas biegu. Dane rejestrowane są w spinaczu utrzymującym skarpety a następnie poprzez aplikację przekazywane np. do smartfona. Koszt skarpet 200 dolarów.



104, 105. Skarpety rejestrujące puls, dystans, rytm i czas biegu

Innowacyjną myślą, już funkcjonującą w realu i będącą doskonałym przykładem Wearable jest BPAY kurtka firmy Lyle and Scott. Kurtka posiada wmontowany w prawy mankiet procesor bezdotykowy taki sam jak w kartach debetowych, dzięki czemu można płacić za towary i usługi do 30 funtów bez konieczności posiadania kart, smartfona czy gotówki. Koszt okrycia to ok. 150 funtów. Pomimo ułatwienia w płaceniu, jest też niebezpieczeństwo związane z kradzieżą, zgubieniem, takiej odzieży i chyba dlatego projekt nie wydaje się zbyt rozsądny.



106. Samopłacząca kurtka Lyle and Scott.

Innowacją mogącą w przyszłości zmienić - usprawnić relacje międzyludzkie jest projekt opracowany przez holenderską projektantkę Anouk Wipprecht będący inteligentną sukienką informującą otoczenie o nastroju właścicielki. Model wykonany jest w technice 3D i naszpikowany bio czujnikami. Jeden z nich rejestruje bliskość innych osób. Jeżeli postronna osoba znajdzie się zbyt blisko, sukienka emituje silne białe światło o mocy 120 watt oznaczające naruszenie osobistej przestrzeni i prośbę o wycofanie się. Inne czujniki rejestrują napięcie lub rozluźnienie ciała i związane z tym emocje, co komunikowane jest poprzez wyświetlanie innego koloru światła. Na obecnym etapie ten wynalazek z pola inżynierii mody wydaje się nieco naiwny, jednak jest w jego zamyśle potencjał do wykorzystania także w wizerunku mężczyzny przyszłości.



107,108. Inteligentna sukienka Anouk Wipprecht

Jak widać z przytoczonych powyżej przykładów inteligentne ubrania dzięki tekstronice i zaawansowanym technologiom mogą obecnie mierzyć puls, tętno, określać ilość spalonych kalorii, samopoczucie, poziom stresu, dystans przemierzonych odległości, mogą używać GPS, mogą płacić za usługi i towary, łączyć się z lekarzem lub pomocą medyczną. W efekcie mogą nas uzależnić od wielu funkcji i paradoksalnie przekazywać nam nadmiar informacji do analizy, przez co mogą zabierać nam cenny czas. Już dziś mamy pierwsze ubiory jak koszulki polo, kurtki, szorty, dresy oraz pieluchy z wplecionymi mikrowłóknami będącymi nośnikami informacji przekazywanych do komputerów przenośnych. Mamy odzież z diodami led, okulary z wgranym GPS, pozwalające bez użycia rąk wysyłać



i dostawać wiadomości, nagrywać video, zapisywać zdjęcia. Mamy nowotechnologiczne słuchawki, biżuterię, inteligentne zegarki, opaski na nadgarstek, opaski na stopy, inteligentne buty z wyspecjalizowanymi w pozyskiwaniu danych wkładkami, tatuaże z mikrochipami, koszule kontrolujące pracę serca itd. Możemy, gdybyśmy tylko chcieli monitorować nieustannie swój stan zdrowia, kontrolować innych, kontrolować siebie...



109. Mapa możliwości technologii wearable

Jeżeli dodamy do tego zmodyfikowane tkaniny oraz komponenty ubiorów takie jak flizeliny, podszewki, nici, inne dodatki krawieckie, które także mogą zostać wyprodukowane z uwzględnieniem nowoczesnej technologii w służbie komfortu człowieka, to okaże się, że temat ubioru znajdzie się w zupełnie innej rzeczywistości. Jesteśmy świadkami powstawania nowego bytu. Odzież stanie się spersonalizowana w sposób maksymalny dla naszych potrzeb. Funkcja może zdominować formę lub wypowiedź artystyczną projektanta. A może nie, jednak ogrom dostępnych rozwiązań może zdecydowanie przytłaczać i paradoksalnie ograniczać nam osobiste poczucie wolności. Oczywiście nowe technologie mogą zostać wplecione w ubiór nie zmieniając jego wagi, parametrów użytkowych i samego designu. Z zewnątrz nic się niby nie zmieniło, ale wewnątrz funkcjonuje gęsta siatka czujników. Brzmi to trochę jak science fiction, ale taką będziemy mieli rzeczywistość. Wearable to początek drogi, a już odczuć można niebezpieczeństwo dominacji nachalnej elektroniki nad codziennym trybem życia. Miejmy nadzieję, że to od nas zależało będzie jakie funkcje uwzględnimy w ubiorach do pracy w biurze, a jakie w ubiorach na wakacyjny wyjazd.

Schodząc na ziemię i zawężając opinie do klasycznego ubioru męskiego, trzeba stwierdzić, że nowe technologie nie wpływają obecnie zasadniczo na design klasycznych form, a są raczej jego cennym i dyskretnym uzupełnieniem. Łatwo przewidzieć że spory procent współczesnych mężczyzn chętnie zaakceptuje takie dyskretnie rozwiązane połączone technologie w wearable w swoim codziennym ubiorze do pracy, pod warunkiem, że koszty nie będą zbyt wysokie, komfort zachowany, a użytkowanie nieskomplikowane. Jaka będzie przyszłość, zobaczymy.

## Rozdział 3

### **Analiza procesu badawczego w oparciu o wyniki ankiet przeprowadzonych na różnych, męskich grupach docelowych.**

By więcej dowiedzieć się o upodobaniach dotyczących ubioru i wychwytać zmiany w percepcji współczesnych, polskich mężczyzn przeprowadziłem wśród mężczyzn ankietę z podziałem na następujące grupy:

- 1 - mężczyźni w wieku 25-60 lat, grupa skupiająca pracowników umysłowych i fizycznych,
- 2 - licealiści i studenci w wieku 16-26 lat,
- 3 - mężczyźni homoseksualni w wieku 25 – 40 lat,
- 4 - projektanci ubioru męskiego w wieku 25-40 lat.

Ogółem w ankiecie wzięło udział 622 osoby, w tym 231 mężczyzn a wieku 25-60 lat, 325 licealistów i studentów, 53 – mężczyzn homoseksualnych oraz 10 mężczyzn, znanych polskich projektantów ubiorów męskich.

Całą ankietę dołączam na końcu mojej pracy w postaci załącznika, ze względu na jej obszerny format i czytelność przekazu.

Poniżej zamieszczam wszystkie skonfigurowane, trzydzieści sześć pytań.

Wymieniając je kolejno skupię się na analizie uzyskanych informacji, wykazaniu różnic w odpowiedziach u poszczególnych grup i wyciągnięciu z nich odpowiednich wniosków. W procesie badawczym najważniejsze są dla mnie informacje uzyskane od młodszej grupy ankietowanych( licealiści, studenci), gdyż to oni będą w bliskiej przyszłości kształtować rynek sprzedaży ubrań. To ich punkt widzenia i upodobania rzutować będą na dokonywane przez nich wybory, które z kolei w swojej pracy będą musieli uwzględniać projektanci tworzący męskie kolekcje.

Priorytetem jest poznanie myślenia mężczyzn o stylu klasycznym. Jak go oceniają, czy jest odpowiedni w dzisiejszych czasach, czy jego formy mogą się zmieniać, czy nadal jest uniwersalny?

Trzy grupy ankietowanych otrzymały te same pytania.

Natomist projektanci ubioru męskiego mają nieco odmienną formułę. Chcę poznać jakim systemem działają będąc jednocześnie konsumentami jak i osobami kreującymi rzeczywistość mody.

Pytanie pierwsze jest bardzo ważne, jeżeli nie najważniejsze. Pozwala uzyskać informacje o znaczeniu ubioru we współczesnym świecie i jego wartości dla współczesnych mężczyzn.

#### **1.) Czym dla mężczyzny jest ubranie?**

- wizytówką, którą przekazuje informacje o sobie i swoich upodobaniach?
- praktyczną koniecznością?
- przyjemnością i formą zabawy?

Odpowiedzi pozwalają ocenić świadomość dotyczącą kwestii ubioru jako takiego i jego znaczenia w komunikacji międzyludzkiej. Jest to szczególnie istotne obecnie, gdy życie osobiste i praca przenikają się wzajemnie kreując nowy sposób codziennego funkcjonowania.

Wszystkie grupy jednoznacznie i z przewagą ponad 60% stwierdziły, iż *ubranie jest wizytówką mężczyzny*, która przekazuje informacje o nim i jego upodobaniach. Najwięcej bo 100% takiej odpowiedzi udzielili projektanci ubioru, którzy jednocześnie podkreślili, iż ubranie jest również przyjemnością i formą zabawy, ale z pewnością nie jest w ocenie projektantów praktyczną koniecznością (0%), co moim zdaniem jest tu pewnym radykalnym poglądem graniczącym z pewną infantylnością. Nie można dyskwalifikować przymusu posiadania ubioru i jego praktycznego waloru.

Na tę kategorię( praktyczna konieczność) postawili natomiast mężczyźni a wieku 25-60 lat, bo aż w 38%. Widać tu w podtekście odniesienie grupy pracowników umysłowych do męczącego ich dress code.

Ogólnie należy uznać dużą świadomość mężczyzn funkcjonowania ubioru, którą wypracowali w praktyce lub na poziomie podświadomym. Może to oznaczać, iż mężczyźni posługują się także swoim ubiorem jak maską do celów koninktualnych. Pośrednio przedłada się to na rozwiniętą świadomość atrakcyjności własnego ciała i pewnej przewagi w kontaktach damsko męskich.

Pytanie drugie:

## **2.) Jaki styl preferujesz na co dzień?**

- elegancki klasyczny?
- elegancki sportowy?
- streetwear?
- awangardowy?
- indywidualny własny?
- będący częścią subkultury do której należysz?

U wszystkich grup najwyżej ocenione zostały dwie kategorie: *indywidualny własny* i *elegancki sportowy*( czytaj smart casual) . U projektantów ubioru, indywidualny własny zdobył aż 70% co jest łatwe do wytłumaczenia i nie wymaga komentarza.

Wysoko oceniono także styl elegancki klasyczny, a w następnej kolejności streetwear. Te zgoła kontrastowe style, z jednej strony sportowy elegancki, elegancki klasyczny a z drugiej strony indywidualny własny i streetwear świadczą o podążaniu poprzez ubiór do kontrolowanej swobody poddanej pewnym regułom elegancji. Nisko oceniono styl awangardowy w którym można pozwolić sobie na wiele, ale który wymaga konsekwencji w działaniu i przede wszystkim odwagi w jego prezentacji. Podobnie został potraktowany styl z elementami subkultury. Powyższe wyniki oznajmiają nam o niechęci mężczyzn do epatowania charakterystycznym ubiorem. Podkreślają swoją wypowiedzią racjonalne podejście do tej kwestii, skłonności do konserwatyzmu i braku pewności siebie.

Pytanie trzecie :

## **3.) Jaki ubiór dla młodego mężczyzny jest lepszy?**

- awangardowy, określony w nowoczesnych trendach?
- klasyczny, określony w nowoczesnych trendach?
- klasyczny standardowy?
- indywidualny?
- awangardowy własny?

Najwięcej odpowiedzi padło ze wszystkich grup na indywidualny ponad 50%, przy czym projektanci głosowali tu aż na 90%. Różnice pojawiły się w pojęciu klasyczny określony w nowoczesnych trendach, gdzie projektanci tej kategorii nie uwzględnili w ogóle, a pozostałe grupy dały tu 24-37%. Jako trzeci uplasował się awangardowy określony w nowoczesnych trendach, niemniej nie przekroczył 15%. Mamy tu jasny i w sumie logiczny komunikat, iż młodość ma swoje prawa, a młody mężczyzna może kreować swój własny styl, dzięki niemu zwiększać atrakcyjność i pobudzić otoczenie do zainteresowania swoją osobą jako oryginalną jednostką. Może też manifestować swoje ryczące wejście w dorosłość poprzez wybór stylu klasycznego określonego poprzez nowoczesne trendy mody. To zapewni mu jednocześnie zaufanie otoczenia oraz interesujący wygląd. Styl awangardowy własny ponosił tu porażkę, jako zbyt ekscentryczny i mało dojrzały.

#### **4.) Jaki ubiór dla mężczyzny w średnim wieku jest lepszy?**

- awangardowy, określony w nowoczesnych trendach?
- klasyczny, określony w nowoczesnych trendach?
- klasyczny standardowy?
- indywidualny?
- awangardowy indywidualny?

*Klasyczny określony w nowoczesnych trendach* – tak odpowiedziała większość ankietowanych z wynikiem prawie 50%, z wyjątkiem projektantów dających kategorii indywidualny 60% co uplasowało ją na drugim miejscu, ex aequo z ubiorem klasycznym standardowym. Ubiór awangardowy właściwie został pominięty.

Taki wynik jest optymistyczny, bo dopuszcza styl indywidualny dla mężczyzny w średnim wieku, dający użytkownikowi komfort i swobodę w decydowaniu o sobie. Kategoria ubiór klasyczny określony w nowoczesnych trendach oraz klasyczny standardowy są tu gwarancją poprawnego wyglądu i wynikiem nawiązującym do sprawdzonych już rozwiązań.

#### **5.) Jaki ubiór dla mężczyzny po 70 roku życia jest najlepszy?**

- awangardowy, określony w nowoczesnych trendach?
- klasyczny, określony w nowoczesnych trendach?
- klasyczny standardowy?
- indywidualny?
- awangardowy indywidualny?

Wyniki są tu interesujące. Trzy grupy, tradycyjnie już oprócz projektantów zgodziły się, iż najlepszym rozwiązaniem na ubiór dla starszego mężczyzny będzie ubiór *klasyczny standardowy* dając noty od 43% do 60%. Najwyżej bo 60% takich odpowiedzi padło w grupie licealistów i studentów, myślących niestety standardowo co jest spowodowane brakiem życiowego doświadczenia. Większym racjonalizmem i konstruktywną fantazją wykazali się projektanci głoszący za ubiorem klasycznym standardowym określonym w nowoczesnych trendach(50%), ubiorem indywidualnym(40%), ubiorem awangardowym indywidualnym (10%), pomijając zupełnie ubiór klasyczny standardowy(0%) W czasach gdy metryka przestaje mieć istotne znaczenia, a najważniejszy jest się młody wygląd, forma fizyczna i aktywność, odpowiedzi projektantów wydają się być najbardziej trafne

i znaczące do przyszłości. Nowoczesny mężczyzna, który chce tak myśleć o sobie i ma ambicje być tak postrzeganym, niezależnie od wieku powinien dbać o swój wizerunek. Oczywiście nie mówię tu o przesadnych działaniach, ale o utrzymaniu poprawnego, estetycznego standardu.

Kolejnym pytaniem dość kluczowym dla całego procesu badawczego jest:

#### **6.) Czy interesujesz się modą męską?**

- tak,

- nie,

Mężczyźni a wieku 25-60 lat w 51%- tak, licealiści i studenci w 41%, mężczyźni o orientacji homoseksualnej w 89%-tak. Grupa projektantów z racji wykonywanego zawodu nie brała udziału w tym pytaniu.

Jak widać jedynie mężczyźni homoseksualni wykazują znaczne zainteresowanie modą męską, co łatwo wytłumaczyć dążeniem do uzyskania jak najbardziej atrakcyjnego wyglądu i akceptacji w środowisku. Dość zaskakujący jest jednak wynik w grupie licealistów i studentów. Wydawałoby się iż w dobie totalnej komercjalizacji i anestetyki sztucznych światów, zainteresowanie modą powinno być tu znacznie większe. Wynik ten tłumaczyć można między innymi ambicjami młodzieży w uzyskaniu w nauce lepszych wyników, by zapewnić sobie dobrą przyszłość. Być może odbierają oni modę jako płytkie i nużące zjawisko z którego niewiele wynika i któremu nie warto poświęcać zbyt wiele czasu.

#### **7.) Czy moda i jej trendy są dla Ciebie ważne?**

- tak,

- nie,

Podobnie jak w powyższym pytaniu mężczyźni a wieku 25-60 na tak - 42%, licealiści i studenci na tak - 33%, mężczyźni o orientacji homoseksualnej na tak odpowiedzieli w 87%. Projektanci nie brali udziału w tym pytaniu.

Wynik jasno wskazuje, że jedynie dla mężczyzn homoseksualnych moda i trendy mają znaczącą wartość. Dla pracowników umysłowych jest to akceptowany, raczej egzotyczny dodatek do ogólnego lifestyle w którym tkwią na co dzień. Uczniowie nie traktują tego tematu poważnie, lecz trzeba sobie też powiedzieć, że pytanie zadane jest tu i teraz i właściwie należy już do przeszłości. Nie możemy wiedzieć, czy obecny licealista nie zmieni zdania o modzie wraz z wejściem w kolejne etapy życia, gdy będzie musiał zwrócić większą uwagę na wartość dodaną jaka jest ubiór, bez którego przecież nie będzie mógł osiągnąć wysokiego statusu we współczesnym społeczeństwie.

#### **8.) Czy moda to niemęskie zjawisko?**

- tak,

- nie,

Wszystkie grupy są tu zgodne, że *moda nie jest zjawiskiem niemęskim*. Poświadczą to ilość głosów w liczbie 75% - 80% odpowiedzi na nie. Paradoksalnie najwięcej odpowiedzi na tak 25% i najmniej na nie 75% udzielili mężczyźni homoseksualni, którzy być może obciążeni są niekiedy świadomością własnej orientacji.

### **9.) Czy ubiór daje wolność?**

- tak,

- nie,

To kolejne pytanie z kategorii świadomości siły ubioru. Wszystkie grupy odpowiedziały zgodnie na tak :

66% mężczyźni a wieku 25-60 lat,

72% licealiści i studenci,

94% mężczyźni homoseksualni,

100% projektanci.

Grupy żywo zainteresowane modą zdają sobie w najwyższym stopniu sprawę z kwestii wolności manifestowanej przez ubiór.

Wynika to również z faktu, iż w grupach tych znajduje się najwięcej jednostek egocentrycznych o oryginalnej osobowości. Mają oni dużą potrzebę manifestowania swoich estetycznych ( i nie tylko) poglądów poprzez takie medium jakim właśnie jest ubiór.

### **10.) Czy modnie ubrany mężczyzna jest bardziej atrakcyjny?**

- tak,

- nie,

To w pewnym sensie pytanie - pułapka, bowiem modnie nie znaczy dobrze, modnie nie znaczy też odpowiednio do miejsca, funkcji i czasu. Modny ubiór nie gwarantuje zwiększenia atrakcyjności danej osoby. Atrakcyjny wygląd gwarantuje raczej odpowiednio dobrany zestaw elementów ubioru, który zamaskuje niedostatki sylwetki, a podkreśli jej walory np. kolor oczu, figura itp. By korzystnie wyglądać w modnych ubraniach trzeba choć trochę znać się na modzie, na komponowaniu stylizacji, a przede wszystkim mieć obiektywny osąd własnej powierzchowności. Mała, taliowana marynarka nie zrobi nagle amanta z mężczyzny z piwnym brzuchem. Raczej określi jego sylwetką w sposób karykaturalny.

Wszystkie grupy włącznie z projektantami zgodnie odpowiedziały na tak w następujących proporcjach:

93% mężczyźni a wieku 25-60 lat,

78% licealiści i studenci,

96% mężczyźni homoseksualni,

80% projektanci( głosujący niekiedy na tak i na nie),

Najwięcej odpowiedzi na nie, a tym samym najwięcej wątpliwości w zbawienny marriage modnego ubioru dla atrakcyjnego wyglądu mężczyzny wykazali w 30% odpowiedzi właśnie projektanci oraz w 22% licealiści i studenci. Pierwsi jak się zdaje z racji uprawianego zawodu i znajomości prawideł jakim rządzi się ubiór, drudzy z racji dystansu do mody.

W sumie wyniki prezentują nam nieco infantylne przekonanie u wszystkich ankietowanych, że modnie znaczy atrakcyjnie.

### **11.) Czy klasycznie i modnie ubrany mężczyzna jest bardziej atrakcyjny**

- tak,

- nie,

Pytanie postawione wyłącznie projektantom, którzy na tak odpowiedzieli w 90%, na nie w 20% zaznaczając niekiedy obie odpowiedzi. Wynik jest zbliżony do wyniku z poprzedniego pytania, jednak ma 10% więcej odpowiedzi na tak, a to może świadczyć, iż projektanci są skłonni nadać *większą wartość współczesnemu stylowi klasycznemu*.

### **12.) Czy modnie ubrany mężczyzna łatwiej znajdzie pracę?**

- tak,

- nie,

Modnie nie musi oznaczać dobrze i odpowiednio do okoliczności. Starając się o pracę powinniśmy tak dobrać ubranie, by korelowało z pracą o którą się staramy, było schludne, w pewien sposób skromne i pozbawione nachalnych środków wyrazu, które w takiej sytuacji są jak najbardziej nie wskazane.

Pytanie postawione jest ogólnie i nie definiuje jakiegokolwiek stylu.

Na tak, odpowiedziały wszystkie grupy liczbami od 75% mężczyźni a wieku 25-60 lat, do 90% projektanci, dając tym samym wiarę w pozytywne działanie mody jako takiej.

Sceptycyzm wykazali równolegle projektanci głosujący w 40% na nie, (zaznaczając często obie odpowiedzi) oraz licealiści i studenci głosujący w 26% na nie.

Tak więc pomimo przeważającej liczby głosów na tak, modne ubranie nie gwarantuje pozytywnego rezultatu w poszukiwaniu pracy.

### **13.) Czy schludnie i klasycznie ubrany mężczyzna łatwiej znajdzie pracę ?**

- tak,

- nie,

W tej części moda pomijana jest celowo, a samo pytanie zawężone jest konkretnie do uniwersalnego ubioru klasycznego – w domyśle do standardowego garnituru, koszuli, krawata. Pod głosowanie poddany został ponadczasowy styl dla mężczyzn obowiązujący od wielu lat, który może trwać pomimo trendów mody, a który towarzyszy mężczyźnie w kluczowych momentach jego życia.

Tak, odpowiedziała przytłaczająca większość respondentów:

projektanci 100% ,

mężczyźni a wieku 25-60 lat 97%,

mężczyźni homoseksualni 94%,

licealiści i studenci 94%.

Porównując pytania 12 i 13 dość jasno widać zdecydowaną przewagę wartości tradycyjnego stylu klasycznego nad ubiorem modnym w sytuacjach, które wymagają od mężczyzny rygoru , powściągliwości i poważnej autoprezentacji.

Kolejne pytanie dotyczy skojarzeń z odmienną orientacją seksualną.

### **14.) Czy bycie modnym jest jednoznaczne z inną orientacją seksualną?**

- tak,

- nie,

To lekko podchwytliwe pytanie, mające zaszczerpić niepewność i zmusić respondentów do autooceny.



Zdecydowana większość odpowiada - nie.

projektanci 100%,

mężczyźni a wieku 25-60 lat 94%,

licealiści i studenci 88%,

mężczyźni homoseksualni 80%.

Trochę dziwny jest fakt, że spora grupa respondentów homoseksualnych odpowiadając na tak w 20%, łączy orientację seksualną z byciem modnym. Czyżby sfokusowani byli na własne środowisko, a może część z nich nie docenia heteroseksualnych modnych, eleganckich mężczyzn?

### **15.) Czy obecna moda dla mężczyzn jest mało męska?**

- tak,

- nie,

Kwestia ta odnosi się do dość częstych wystąpień i wypowiedzi homofobicznych łączących zadbanych, modnych i dobrze ubranych mężczyzn z homoseksualną orientacją. Niestety wynika to z kompleksów, fatalnej edukacji domowej, braku tradycji obejmującej dress code oraz szeroko pojętą kulturą osobistą.

Największe szkody w mentalności polskich mężczyzn poczyniły lata 1945-1989, które trwale spauperyzowały całe pokolenia i prawie zniosły tradycyjne wartości kulturowe funkcjonujące w społeczeństwie. Sytuacja ta zaowocowała także po 1990 roku utrzymaniem się w wielu polskich rodzinach przekonania, że prawdziwy mężczyzna nie musi dbać o higienę i wygląd. Wystarczy by po prostu był i zarabiał na rodzinę.

Wyniki uzyskane na pytania 15, wydają się w części potwierdzać te przemyślenia.

Nie - odpowiedziało 90% projektantów, 75% mężczyzn homoseksualnych, 57% mężczyzn w wieku 25-60 lat, 40% licealistów i studentów. Wynika z tego, że aż 60% licealistów i studentów oraz 43% pracowników umysłowych uważa obecną modę dla mężczyzn za mało męską. Jest to prawdopodobnie spowodowane ignorancją i niezajomością tematu niż stanem faktycznym. Zresztą te grupy respondentów mają do mody dystans i nie jest ona dla nich tak ważna, co zostało udokumentowane wynikami ankiety.

### **16.) Czy w ostatnich latach zauważyłeś zmiany w modzie męskiej?**

- tak,

- nie,

Wszystkie grupy zauważają zmiany w męskiej modzie odpowiadając na tak następująco:

88% mężczyźni a wieku 25-60 lat,

98% mężczyźni homoseksualni,

91% licealiści i studenci.

W badaniu tym udziału nie brali projektanci z o czywistych powodów. Wynik ma pozytywne przesłanie ponieważ dokumentuje wyostrzoną percepcję respondentów na zjawisko mody.

### **17.) Czy cenisz męski ubiór klasyczny?**

- tak,
- nie,

To pytanie o kanon męskiego ubioru i tradycję, którą zna każdy mężczyzna i z którą obcuje od dziecka.

Wyniki są pozytywnie przytłaczające i w odpowiedziach na tak kształtują się następująco:

92% mężczyźni a wieku 25-60 lat,

91% licealiści i studenci,

90% mężczyźni homoseksualni,

80% projektanci.

Niepokojący jest odestek 20% odpowiedzi na nie wśród projektantów ubioru męskiego.

Jak bowiem można projektować innowacyjne męskie kolekcje bez szacunku dla podstaw, dzięki znajomości których nawet wybitnie awngardowe kolekcje staną się autentyczne.

### **18.) Czy cenisz nowoczesny, męski ubiór awangardowy?**

- tak,
- nie,

mężczyźni a wieku 25-60 lat: tak 36%, nie 63%,

licealisci i studenci: tak 49%, nie 51%.

Wynik jasno daje do zrozumienia, że obie grupy mają tradycyjny pogląd na ubiór.

Poza faktem, że nie interesują się modą, a jej trendy nie są dla nich ważne, można wysnuć dodatkowy wniosek, iż nie chcą być kojarzeni z niepoważnym zjawiskiem jakim ich zdaniem jest ubiór awangardowy.

Pozostałe grupy odpowiedziały inaczej.

projektanci: tak w 100%,

mężczyźni homoseksualni: tak w 88%.

W grupach nastąpił rozdział na konserwatystów i reformatorów.

### **19.) Czy uważasz, że klasyczny ubiór męski ma większą wartość niż modny ubiór męski?**

- tak,
- nie,

To odwołanie do pytań 13 i 17 w których również oceniany jest ubiór klasyczny.

Wynik odpowiedzi na to pytanie jest trochę niekonsekwentny w stosunku do wcześniejszych wyników, bowiem poprzednio wszystkie grupy powiedziały się za większą wartością klasycznego ubioru.

W pytaniu 19 ubiór klasyczny najwyżej ocenili licealiści i studenci w 63% na tak, najniżej mężczyźni homoseksualni na tak w 44% . Mężczyźni a wieku 25-60 lat w 50% na tak, co przedstawia ten rezultat jak trochę dyskusyjny.

### **20.) Czy ubiór męski powinien być przede wszystkim klasyczny i podkreślać męski typ sylwetki?**

- tak,
- nie,

Tym prowokacyjnym pytaniem chciałem sprawdzić czujność i obiektywizm respondentów. Uzyskane odpowiedzi są niekonsekwentne, biorąc pod uwagę wiele wcześniejszych głosów oddanych za stylem indywidualnym. Respondenci opowiedzieli się w większości na

tak, co potwierdza nienaruszalną pozycję ubioru klasycznego, ale zaburza kwestię różnorodności i mody w ubiorze. Wyniki:

projektanci – 50%tak, 60% nie,  
mężczyźni a wieku 25-60 lat – 71% tak, 29% nie,  
mężczyźni homoseksualni – 63% tak, 37% nie,  
licealiści i studenci – 68%tak, 32% nie.

Czyżby oznaczało to że właściwie większość mężczyzn niezależnie od wieku, orientacji seksualnej i wykształcenia jest w zasadzie konserwatywna?

### **21.) Czy ubiór męski może być dowolny w formie i zależeć wyłącznie od upodobań estetycznych?**

- tak,  
- nie,

W myśl powyższych wyników odpowiedzi powinny być w znacznej większości na nie, gdyż przy poprzednim pytaniu i afirmacji klasycznego stylu nie ma zbyt wiele miejsca na dowolność formy i epatowanie własnym rodzajem estetyki.

Jednak odpowiedzi trochę zaskakują i są ilustracją powiedzenia mieć ciastko i zjeść ciastko.

Być może tak respondenci interpretują pytanie o styl indywidualny. Jedynie taka interpretacja poniższych wyników w stosunku do poprzedniego pytania staje się logiczna.

mężczyźni a wieku 25-60 lat w 69% - tak, 32% - nie,  
licealiści i studenci w 81% - tak, 19% - nie,  
mężczyźni homoseksualni w 75% - tak, 25% - nie,

Tak więc z jednej strony respondenci opowiadają się za stylem klasycznym jako obowiązującym, a z drugiej strony zaś strony za stylem indywidualnym...

### **22.) Czy podobają ci się ubiory minimalistyczne, awangardowe?**

- tak,  
- nie,

Najbardziej na tak są tu mężczyźni homoseksualni 79%, otwarci na modę i interesujący się modą. Licealiści i studenci są tu podzieleni w połowie na tak, a w połowie na nie, co potwierdza ich dystans do trendów mody. Najmniejsze zainteresowanie awangardowym ubiorem w minimalistycznym stylu wykazali mężczyźni a wieku 25-60 lat, dla których podobnie jak dla licealistów i studentów kwestia mody nie jest zbyt istotna. Wynik tych grup to 50% na tak, 50% na nie.

### **23.) Czy mężczyzna może nosić kolorowe spodnie?**

- tak,  
- nie,

Spodnie to bardzo ważny element ubioru, który w ostatnich latach często jest kolorowym dopełnieniem letnich, męskich stylizacji. Czerwone, kobaltowe, pomarańczowe, turkusowe wersje five pockets i chinos są prawdziwym must have w wiosennych kolekcjach. Są one już powszechnie używane i nie powinny budzić emocji czy skojarzeń z homoseksualną orientacją.

W ankiecie respondenci odpowiedzieli następująco:

88% na tak mężczyźni a wieku 25-60 lat,  
92% na tak mężczyźni homoseksualni,  
80% na tak licealiści i studenci. Ci ostatni zagłosowali w 20% na nie!

Jest to o tyle zaskakujące, że właśnie młodzi ludzie powinni kierować się fantazją i niesteoretykowym działaniem. Okazuje się jednak, iż jedna piąta młodych mężczyzn wchodzących w dorosłość ma dość konserwatywne poglądy i z obawy o skojarzenia z odmienną orientacją seksualną unika kolorowych form ubiorów.

#### **24.) Czy mężczyzna może nosić kolorowe i wzorzyste marynarki?**

- tak,
- nie,

Współcześnie, marynarka podobnie jak spodnie może stać się oryginalnym i charakterystycznym ubiorem, który nadaje stylizacji temperamentu. Można ją uszyć z tkanin gładkich lub wzorzystych, na całych podszewkach lub na półpodszewkach, z tkanin lnianych, bawełnianych lub z wełnianych. Możliwością jest wiele by ta forma ubioru męskiego stała się kluczem kompozycyjnym outfitu nowoczesnego mężczyzny. W pytaniu o kolorowe marynarki uzyskałem następujące wyniki:

92% na tak, mężczyźni homoseksualni,  
82% na tak, licealiści i studenci,  
81% mężczyźni a wieku 25-60 lat,

Zasadniczo wszystkie grupy zgadzają się na kolor wkomponowany w klasyczną formę.

#### **25.) Czy mężczyzna może nosić kolorowe i wzorzyste koszule?**

- tak,
- nie,

Otrzymujemy tu bardzo wysoki procent udzielonych odpowiedzi na tak. Właściwie wszystkie grupy odpowiedziały na tak w granicach 90%-92% co świadczy o wysokiej tolerancji dla noszenia kolorowych koszul.

Jest w tym myśleniu trochę asekuracji. Kolorową koszulę łatwo zakryć marynarką, kurtką, płaszczem. Z plamą kolorowych spodni, czy marynarki już nie jest tak łatwo.

Trzeba je obnosić, a to wiąże się z pewną formą odwagi i konfrontacji z ewentualnie niezyczliwym otoczeniem. I chyba dlatego kolorowe koszule mają akceptację w 92%, a kolorowe marynarki w 82%. Jakkolwiek w obu przypadkach jest to bardzo dobry wynik i optymistyczna wiadomość.

#### **26.) Czy mężczyzna może nosić męskie spódnice?**

- tak,
- nie,

To kolejne, lekko prowokacyjne pytanie. Odrzucając sam fakt istnienia męskiej spódnicy, w żaden sposób (moim zdaniem) nie jest usprawiedliwione, wymagane czy uzasadnione, by mężczyzna nosił spódnice. To wbrew tradycji, to nieeleganckie i pozbawione dobrego smaku.

Oczywiście nie mam nic przeciw temu by nosić taki element ubioru. On jest i można go użyć, ale ze względu na funkcję ubioru, estetykę i zdrowy rozsądek jestem na nie.

W badaniu tego zagadnienia otrzymałem następujące rezultaty:

mężczyźni homoseksualni - 62% na nie, 38% na tak,  
mężczyźni w wieku 25-60 lat - 75% na nie, 25% na tak,  
licealiści i studenci - 91% na nie, 18% na tak.

Widać, że wszyscy respondenci nie akceptują spódnic w męskiej garderobie. Największy sprzeciw zademonstrowali licealiści i studenci, którzy po raz kolejny wykazują swoisty dystans do mody i wszystkiego co może zagrozić ich kształtującemu się dopiero męskiemu wizerunkowi. Najbardziej liberalnych wypadli w badaniu mężczyźni w wieku 25-60 lat dla których to zagadnienie powinno być nieracjonalne z kategorii science fiction.

### **27.) Czy mężczyzna może nosić awangardowe ubiory z tkanin technicznych?**

- tak,

- nie,

**Wyniki:**

mężczyźni homoseksualni - 81% na tak, 19 % na nie,

licealiści i studenci - 60% na tak, 40% na nie,

mężczyźni w wieku 25-60 lat - 51% na nie, 49% na tak,

Uzyskana akceptacja dla takich ubiorów choć znaczna jest jednak mniejsza niż przy pytaniach o kolorowe spodnie, koszule, marynarki.

Mimo wszystko, biorąc pod uwagę wszystkie odpowiedzi większości respondentów, ich dystans do mody i rozbieżności w ocenach, mogę domniemywać, iż szybciej ubiorą oni bluzę z ortalionu niż marynarkę w czerwono granatową kratę.

Moim zdaniem przy obecnym pytaniu wyobraźnia, a może wiedza respondentów okazała się niewystarczająca dla prawidłowego przeanalizowania zagadnienia. Być może pytanie nie jest też dostatecznie jasne.

W kolejnych pytaniach chciałem dowiedzieć się, czy i w jakim stopniu mężczyźni są skłonni interesować się modą, śledzić kolekcje znanych projektantów.

Z góry jednak założyłem, że nie uzyskam tu prawdziwych odpowiedzi, a same pytania będą raczej przywoływać u respondentów nazwiska znanych projektantów mody niż ich kolekcje.

### **28.) Czy znasz kolekcje Rick Owens?**

- tak,

- nie,

94% na nie pracownicy umysłowi,

94% na nie licealiści i studenci,

70% na nie mężczyźni homoseksualni,

### **29.) Czy znasz Hugo Boss?**

- tak,

- nie,

81% na tak, 20% na nie mężczyźni homoseksualni,

59% na tak, 40% na nie licealiści i studenci,

44% na tak, 56% na nie pracownicy umysłowi,

### **30.) Czy znasz kolekcje Aleksander Wang?**

- tak,

- nie,

86% na nie pracownicy umysłowi,  
86% na nie licealiści i studenci,  
38% na nie, 62% na tak mężczyźni homoseksualni,

### **31.) Czy znasz kolekcje Ermenegildo Zegna?**

- tak,

- nie,

90% na nie licealiści i studenci,  
84% na nie pracownicy umysłowi,  
63% na nie, 37% na tak mężczyźni homoseksualni,

Zgodnie z moimi przewidywaniami i wg mojej opinii zdecydowana większość respondentów nie kojarzy, nie zna i nigdy nie widziała męskich kolekcji wyżej wymienionych projektantów.

Do powyższego badania dobrałem dwóch znanych projektantów, popularnych wśród młodego pokolenia interesującego się modą oraz dwie firmy znane z świetnych męskich klasycznych i smart casualowych kolekcji.

Z wyników wyłaniają się dwie grupy. Pierwszą grupę reprezentują mężczyźni homoseksualni zainteresowani modą, którzy znają firmę Hugo Boss( zapewne od dzieciństwa), Aleksandra Wang( być może z kolekcji dla H&M) jak również pozostałych projektantów w skali około 30%.

Drugą grupę reprezentują pozostali respondenci, przyznający się do znajomości kolekcji Hugo Boss, ale już nie Ermenegildo Zegna(którego garnitury nie dość że są na absolutnym topie to jeszcze mają znacznie większą renomę niż garnitury Hugo Boss).

Firma Hugo Boss jako wyznacznik doskonałej mody męskiej została dość mocno utrwalona w umysłach respondentów przez rodziców, media jak również przez plastikowe reklamówki z logo H Boss. Moim zdaniem niewielu widziało ubrania Hugo Boss, natomiast wszyscy kojarzą tę nazwę i to daje im przepustkę by konfabulować na temat domiemanej znajomości tych kolekcji. Ciekawe jak wielu respondentów wie lub rozróżnia poszczególne linie Hugo Boss?

Dla przeciętnego mężczyzny nie związanego z branżą odzieżową, kolekcje powyższych projektantów zapewne odbierane będą jako dziwne, nieinteresujące, podobne do siebie i oczywiście nie nadające się do noszenia.To dla nich obcy świat.

Jednak moim zdaniem polscy mężczyźni, gdy będzie zależała od tego ich zawodowa kariera potrafią rozbudzić w sobie na nieświadomym poziomie przymus wiedzy, pobudzić racjonalną intuicję i odpowiednio wykorzystać zdolność do eleganckiego stylizowania własnej sylwetki. To w pewnym sensie estetyczny potencjał uśpiony w rezerwach posiadania zdolności do komponowania stylizacji, który uruchamiany jest w momencie narodzenia się konkretnej potrzeby.

W tym przypadku praca w korporacji lub w kancelarii adwokackiej.

Kolejne pytanie powinno być testem dla oceny męskich ubiorów tworzonych przez polskich projektantów(mężczyzn). Okazuje się jednak, że jest to test na popularność i dobry PR.

### 32.) Którego polskiego projektanta kolekcje dla mężczyzn podobają ci się najbardziej?

Mariusz Przybylski,

Łukasz Jemioł,

Rafał Czapul,

Tomasz Ossoliński,

Jakub Pieczarkowski,

Robert Kupisz

Paprocki&Brzozowski

Nie znam żadnego z powyższych projektantów

Wyniki:

**mężczyźni w wieku 25-60 lat** – nie znam żadnego z projektantów 53% ,

Mariusz Przybylski-6%

Łukasz Jemioł- 14%

Rafał Czapul-5%

Tomasz Ossoliński-15%

Jakub Pieczarkowski-0,5%

Robert Kupisz-10%

Paprocki&Brzozowski-20%

**licealiści i studenci** – nie znam żadnego z projektantów 68%

Mariusz Przybylski-5%

Łukasz Jemioł-17%

Rafał Czapul-2,5%

Tomasz Ossoliński-7%

Jakub Pieczarkowski-1,2%

Robert Kupisz-6%

Paprocki&Brzozowski-16%

**mężczyźni homoseksualni** – nie znam żadnego z projektantów 7%

Mariusz Przybylski-25%

Łukasz Jemioł-25%

Rafał Czapul-10%

Tomasz Ossoliński-23%

Jakub Pieczarkowski-6%

Robert Kupisz-19%

Paprocki&Brzozowski-40%

Po podliczeniu głosów respondentów otrzymałem następujący wynik dla rozpoznawalności męskich kolekcji polskich projektantów (mężczyzn):

**Mariusz Przybylski-36%**

**Łukasz Jemioł-56%**

**Rafał Czapul-17,5%**

**Tomasz Ossoliński-45%**

**Jakub Pieczarkowski-7,7%**

**Robert Kupisz-35%**

**Paprocki&Brzozowski-76%**



Podobnie jak w przypadku pytania o zagranicznych projektantów rezultat badania rozpoznawalności męskich kolekcji polskich projektantów wypadł blado. Generalnie najbardziej znani okazali się nie ci którzy tworzą najlepsze męskie kolekcje, ale ci mający najlepszy PR, obecni w mediach i przez media promowani. Potwierdza to wynik 76% dla duetu P&B, których męskie sylwetki tylko nieznacznie uzupełniały kolekcje damskie i nigdy nie były spektakularne. 56% dla Łukasza Jemioła preferującego w twórczości męski casual, to również efekt doskonałego PR. Nieźle wypadł Tomasz Ossoliński z 45% promujący bardzo elegancki, lekko oldschoolowy styl klasyczny pełen kraciastych garniturów i nawiązań do snobistycznych ubiorów z Savile Row. Projektanci Mariusz Przybylski i Robert Kupisz starający się działać ożywczo na modę męską choć poprzez skrajnie różne style zostali rozpoznani na średnim poziomie 35%. Natomiast Rafał Czapul, któremu udało się wielokrotnie zaproponować ciekawe( choć przegadane) z doskonałych tkanin i w pełni europejskie projekty został przez respondentów właściwie zmarginalizowany. Dodać tu trzeba, że Czapul jako jedyna polska marka wystawiał swoje kolekcje przez trzy edycje na najważniejszych w Europie targach mody męskiej Pitti Uomo we Florencji, w jednym z bardziej prestiżowych pawilonów. Nie można tego nie doceniać, tym bardziej że samemu nie można we Florencji się zaprezentować. Konieczna jest selekcja i ocena projektów pod względem jakości produktu i wzornictwa.

Ogólne podsumowanie przeprowadzonego badania prowadzi do następujących wniosków:

Pomimo czterech grup respondentów najbardziej wiarygodne dla badania są odpowiedzi mężczyzn w wieku 25-60 lat( skupiających pracowników umysłowych i fizycznych) oraz licealistów i studentów. To dwie najliczniejsze grupy i jak się zdaje reprezentujący w optymalny sposób standardowego, polskiego mężczyznę. Respondenci homoseksualni z racji ich pogłębionych zainteresowań modą i ogólną większą wrażliwością są cenną awangardą dla polskiej mody. Grupa projektantów z racji wykonywanego zawodu w kwestii oceny własnego ubioru nie jest zbyt miarodajna, natomiast bardzo interesująca jest ich ocena własnych działań projektowych, prowadzących do zmian w ubiorze zwykłych mężczyzn.

Dodatkowe pytania ankiety dla projektantów zostaną załączone na kolejnych stronach tej pracy.

Wracając do grupy mężczyzn homoseksualnych należy podkreślić, iż bardzo często to oni są pierwszymi, testującymi nowości, narażając się początkowo na krytykę, lecz swoją postawą zaszczepiają w standardowych mężczyznach niepokój, ciekawość, która z czasem utrwala się wyzwalając w kolejnych sezonach chęć posiadania kontrowersyjnego wcześniej ubioru. Przeciętny mężczyzna nie reaguje na modę w sposób spontaniczny. Początkowo musi się oswoić z propozycjami projektantów, musi zobaczyć je na ulicy i ocenić jakie reakcje wywołują przede wszystkim u innych mężczyzn. W miarę upływu czasu, gdy nowość nie jest już tak charakterystyczna, a na ulicach można zauważyć mężczyzn noszących taki ubiór, w opornych do tej pory umysłach mężczyzn narasta

stopniowo chęć posiadania, sprawdzonej już nowości. Często upłynąć musi sezon lub więcej, by taki produkt przebił się przez konserwatywne umysły i został uznany jako ubiór, którym mężczyzna nie skompromituje się w oczach kolegów lub w oczach dziewczyny.

Z własnego doświadczenia mogę przytoczyć wiele przykładów, gdy nowości sezonowych kolekcji zaczynają sprzedawać się dynamicznie dopiero w kolejnym sezonie lub w kolejnym roku. Asekuracyjne zachowanie jest bardzo charakterystyczne dla naszego społeczeństwa, gdzie moda nie ma tradycji, a mężczyźni którzy się na interesją często są przedmiotem drwin i pobłażliwych uśmiechów.

Ankieta wychwyciła pewne zmiany i progres w rozumieniu funkcjonowania ubioru i mody. Została skierowana wyłącznie do mężczyzn by poznać ich osobiste zdanie. Zazwyczaj to kobiety dokunują zakupów odzieży dla swoich partnerów, którzy w tej sytuacji zazwyczaj niewiele mają do powiedzenia. Najczęściej mężczyźni specjalnie cedują na kobiety sprawę kupna odzieży, gdyż mają ogromne trudności z podjęciem odpowiedniej decyzji, boją się ośmieszyć zbyt śmiałym wyborem i generalnie nie chcą mieć na takie sprawy czasu.

Gdy pracowałem w Wólczance SA jako główny projektant uczestniczyłem w marketingowej akcji polegającej na doradzaniu znanym politykom i biznesmenom w wyborze super eleganckich koszul szytych na miarę. Mężczyźni ci tylko sporadycznie potrafili podejmować decyzje. Byli zagubieni i zdezorientowani. 90% prezesów, ministrów i ważnych w polityce postaci dzwoniła do żon z prośbą o poradę i akceptację ich wyborów. Było to niezwykle niezręczne i obnażało brak pewności oraz nieporadność wobec tak prozaicznego( choc ważnego) tematu jakim jest ubiór.

Wyniki ankiety nie zaskakują, ale dają pewną nadzieję na rozwój w poprawnym postrzeganiu przez mężczyzn kwestii ich własnego ubioru, co zdaje się znajdować potwierdzenie w poniższych faktach:

W pierwszym bardzo ważnym, choć prostym pytaniu zdecydowana większość respondentów odpowiedziała jak najbardziej prawidłowo podkreślając rolę ubioru jako wizytówki przekazującej informacje o nas i naszych upodobaniach. To jednocześnie ukazuje uświadomienie sobie roli maski jaką ubiór może być w przeróżnych okolicznościach. Daje to ogromne możliwości sterowania ludzkimi emocjami za pomocą odpowiednich stylizacji.

Duża ilość odpowiedzi określających ubiór jako formę przyjemności i zabawy jest także optymistyczna, gdyż zapala zielone światło dla poszukiwań i kreacji nowych rozwiązań w kwestii osobistych stylizacji. Wybór przez większość respondentów stylu indywidualnego i eleganckiego sportowego świadczy o procesach myślowych nastawionych na różnorodność, komfort i dostosowanie ubrań do własnych potrzeb. Podobnie z wyborem najlepszego stylu dla różnych grup wiekowych. Odpowiedzi udzielono w sposób racjonalny kierując się logiką a nie stereotypami. Dominował styl Indywidualny i klasyczny określony w modnych trendach, co świadczy o wychwytywaniu różnic w wizerunku i potrzebach. Świadczy też o nowoczesnym podejściu do ubioru klasycznego, który nie musi być nieproporcjonalnym mundurem.

Kolejnym optymistycznym przesłaniem wynikającym z ankiet jest zgodna opinia większości że ubiór daje wolność. To przejaw samodzielnego myślenia, podążanie ku indywidualizmowi i chęć w komunikowaniu się ze społeczeństwem za pomocą własnego stylu w ubiorze.

Opinia większości, że moda nie jest zjawiskiem niemęskim i nie powinna być kojarzona z inną orientacją seksualną, również należy do pozytywnych. Potwierdza akceptację dla kolorowych koszul, spodni i marynarek w męskiej garderobie. Oznacza to, że polski mężczyzna orientuje się w zmianach klasycznej i casualowej modzie męskiej i zmiany te akceptuje. Akceptacja zmian nie jest łatwa i często wymaga czasu, jednak w dobie gdy liczy się młody wygląd i doskonała kondycja fizyczna jest konieczna, by ogólny wizerunek mógł być czytany jako współczesny i nowoczesny. To jest priorytet i znak czasów. Chwalimy się sukcesem, zdrowiem, pozycją zawodową. Ubiór doskonale to podkreśla. Ważnym przekazem jest też zgodna opinia respondentów dotycząca wyższości klasycznego ubioru nad ubiorem modnym. Tak więc potwierdzona została świadomie wartość ponadczasowa, gwarantująca zawsze optymalny wygląd nad zmienną wartością reprezentowaną przez modę i jej trendy, często dziwne i preparowane na siłę dla uzyskania poklasu.

Pozytywów wynikających z odpowiedzi udzielonych w ankiecie jest wiele i dają dowód na dojrzałość w podejmowaniu decyzji o ubiorze i jego dostosowaniu do indywidualnych potrzeb. Niestety są też pewne negatywy, które można przypisać narodowemu charakterowi, brakom w wykształceniu, małej wiary w swoje możliwości, niedocenianiu estetyki oraz kompleksom wyniesionym z domowego wychowania.

Okazuje się np. że licealiści i studenci mają często zachowawczy sposób myślenia i asekurują się, by nie budzić skojarzeń z orientacją homoseksualną. I tak grupa która powinna korzystać z życia, mieć fantazję i pozytywny stosunek do zmian wdg. ankiety nie interesuje się modą, jej trendy nie są dla niej ważne, a obecny ubiór dla mężczyzn jest mało męski. Najliczniej zanegowała celowość użytkowania przez mężczyzn spodnic, co było prowokacyjnym pytaniem badającym współczynnik fantazji i abstrakcyjnego żartu. Takie zdystansowanie może świadczyć o lękach i niepewności młodych ludzi. To trochę niepokojące, bowiem licealiści i studenci powinni być grupą kreującą nowe wartości w ubiorze.

Trzeba też podkreślić iż grupa licealistów i mężczyzn w wieku 25-60 lat odpowiedzieli zgodnie i bardzo często w podobnej liczbie procentowej.

Wnioskami ogólnymi z przeprowadzonego badania są:

- **przekonanie wszystkich respondentów o większościowej wartości męskiego ubioru klasycznego nad ubiorem modnym,**
- **pozytywne zmiany w percepcji mężczyzn w postrzeganiu wartości ich własnego ubioru.**

Polscy mężczyźni stopniowo osvajają się z kolorem, z korektą proporcji w ubiorach klasycznych. Mają też świadomość mocy sprawczej jaką kryje w sobie ubiór, co można wykorzystać w pozytywny sposób w różnych sytuacjach.

Potwierdzają to również odpowiedzi uzyskane z ankiety przeprowadzonej wśród polskich projektantów mody męskiej( mężczyzn), którzy kształtują gust i oddziałują swoją twórczością na pojmowanie mody przez polskich mężczyzn. Sami projektanci też są potencjalnymi klientami salonów odzieżowych, są też osobami, których percepcja ewoluuje nieustannie. Nie można o nich powiedzieć, że są wyrocznią w dziedzinie ubioru, niemniej posiadają większą o nim wiedzę i teoretycznie nim zarządzają. Przekazują swoje artystyczne wizje dotyczące mody dla określonych grup społecznych.

Projektanci są rodzajem twórców, rzemieślników uwzględniających w swojej pracy aspekt artystyczny jak również ekonomiczny. Ich sukces mierzy się ilością sprzedanych projektów lub wpływem na konfigurację rynku odzieży. Projektanci nieustannie kalkulują w koninktualnej pogoni pomiędzy własną sztuką, a uznaniem mas lub elit. Mimo że niezwykli, nie są nieomylni.

Poniżej zamieszczam wyodrębnione z poprzedniej ankiety dodatkowe cztery pytania skierowane wyłącznie do mężczyzn projektantów ubioru.

### **1.) Jaki jesteś projektując ubiory dla mężczyzn?**

- metodyczny, obiektywnie uwzględniasz standardowego mężczyznę ?
- ekspansywnie kreatywny, narzucasz swój punkt widzenia?
- podporządkowany, zdominowany przez nadchodzące trendy?
- preferujący swój indywidualny styl?
- buntowniczy, skłonny do awangardowych rozwiązań?
- prowokujący innych swoją szaloną wizją?

Aż 80% opowiedziało się za promocją własnego stylu, a w dalszej kolejności 30% za stwierdzeniem - metodyczny, obiektywnie uwzględniasz standardowego mężczyznę.

Taka odpowiedź pokazuje pewną słabość i nieprofesjonalizm projektantów, którzy adresują swoje kolekcje do im podobnych i licząc na powiększenie kęgu klientów poprzez promocję własnego stylu w modzie męskiej.

Z drugiej strony jest też w tym pozytyw, ponieważ styl projektanta został już przez niego samego sprawdzony i zapewne został zaakceptowany przez sporą grupę fanów. W takiej sytuacji mamy już określony brand person i ułatwione zadanie.

Tylko 30% odpowiedziało, iż stara się w sposób obiektywny i racjonalny traktować projektowanie, by zapewnić jak najlepszy ubiór dla swoich klientów. Świadczy to o większym profesjonalizmie grupy 30% . Projektowanie ubrań to czynność zadaniowa, gdzie najważniejsze jest dobre rozpoznanie grupy docelowej, tak by jak najlepiej spełnić jej oczekiwania pod względem funkcjonalności, przy jednoczesnym zapewnieniu dobrej, nieprzerysowanej estetyki ubioru.

Trochę smutne jest, iż na pozostałe pytania odpowiedzi są w nikłym procencie.

Mówi to nam o wyrachowanym stosunku do zawodu, jednoczesnym braku pasji i artystycznego szaleństwa. Brak chęci do ponoszenia ryzyka jest oczywiście spowodowane czynnikami ekonomicznymi. W pogoni za pozyskiwaniem dóbr doczesnych w konsumpcjonistycznych społeczeństwach, nie ma miejsca na błąd. Wszystko musi być przewidziane i z góry obliczone. Mogę przytoczyć tu przykłady z własnego doświadczenia. Kilkanaście lat temu gdy przygotowywałem kolekcje w Wólczance, Próchniku czy

w Modeście nigdy tak restrykcyjnie nie myślałem o liczbie obiektywnie trafionych projektów. Opracowując sezonowe kolekcje zaczynałem od analizy trendów i przeglądu tkanin, którymi będę mógł operować. Po przedstawieniu rysunkowych projektów i uzyskaniu akceptacji działu handlowego, realizowałem je wszystkie w firmowej wzorcowni. Kolejnym etapem było spotkanie na którym odszyte modele po selekcji działu handlowego kierowano do produkcji. Bardzo często 20-30% odszytych projektów odpadało z różnych względów. Jednak wtedy nie stanowiło to problemu. Odrzucone modele trafiały do magazynu wzorcowni i po jakimś czasie były wyprzedawane. Obecnie sytuacja jest diametralnie różna. Ze względu na fakt, iż większość firm odzieżowych pozbyła się prawdziwych wzorcowni, pozostawiając jedynie ich namiastkę, nie ma możliwości odszywania większej liczby projektów niż to konieczne. To generuje dodatkowe koszty. Obecnie przygotowuję kolejną sezonową kolekcję w oparciu o dokładne wyliczenia działu sprzedaży i na konkretne zamówienia, co poprzedza analiza co i jak sprzedawało się w tym samym czasie w roku ubiegłym. W związku z taką procedurą projekt musi być tak przemyślany, by ryzyko jego nietrafienia w gust klienta było minimalne. Projektuję w proporcji 1:1 na konkretny miesiąc, dla określonej funkcji i dla konkretnego adresata. Każdy projekt musi wejść do produkcji i do sprzedaży, nie ma mowy o artystycznych eksperymentach. Biorąc taki system działania pod uwagę jestem w stanie zrozumieć asekuracyjną postawę naszych projektantów, którzy nie starają się szokować, w obawie o dobry wynik finansowy, który pozwala im na dalszą produkcję i działalność.

## **2.) Czym dla Ciebie jest projektowanie ubioru dla mężczyzn?**

- przyjemnością?
- wyzwaniem?
- koniecznością?
- bardziej interesującym procesem niż projektowanie dla kobiet?
- rutyną?

60% projektantów traktuje to jako wyzwanie, a 40% jako przyjemność,

Wynik poświadcza jak się zdaje zadaniowe podejście do projektowania, w celu uzyskania balansu pomiędzy funkcjonalnością a aspektem artystycznym. Praca projektanta jest nieustannym wyzwaniem, gdyż każda kolejna kolekcja musi się czymś charakterystycznym wyróżniać, a sam projektant poprzez swoje dzieło musi udowodnić własną kreatywność i świeżość umysłu. 40% przyjemności to jednocześnie mało i dużo. Niemniej wskazuje to na pewną dojrzałość naszych projektantów, którzy w pierwszej kolejności traktują na serio zadanie do zrealizowania odsuwając na bok nieskrępowaną radość tworzenia, często zwodniczą i wprawiającą w samozadowolenie.

## **3.) Czy męski ubiór musi być funkcjonalny i użytkowy?**

- tak?
- nie ?

80% na tak, 30% na nie.

Taka ocena świadczy o dojrzałości i zdrowym podejściu do zawodu. 30 % to przejaw artystycznej duszy, skrepowanej nakazem opłacalności, konfigurowaniem poprawnego targetu i biznes planu. W dobie masowej konkurencji funkcjonalność może być jedną

z wielu zalet jakie będzie posiadał ubiór. Tym bardziej, iż zmienia się pogląd na modę, obok rzeczy niefunkcjonalnych, pięknych, wypełnionych artystycznym duchem ceni się coraz częściej rzeczy funkcjonalne, łatwe w obsłudze. W bogatych społeczeństwach komfort, dobre samopoczucie i dystans do konwenansów są priorytetem w codziennym funkcjonowaniu. Człowiek nie jest już zdominowany wytycznymi mody, jest obecnie dysponentem jej walorów. Wydaje się, że im bardziej świadoma i inteligentna jest jednostka tym ma większą swobodę w określaniu własnej estetyki ubioru i wykazuje większy dystans do sztywnych trendów mody. Być może jest to duże uproszczenie, bo tak naprawdę wiele zależy od indywidualnego określenia sobie własnych potrzeb, ale taki sposób zachowania potwierdza sposób życia w wielkich aglomeracjach zamożnych państw.

#### **4.) Czy skrajnie awangardowy ubiór ma sens?**

- tak?

- nie?

60% na tak, 40% na nie

To pozytywna moim zdaniem odpowiedź, choć oscylująca na granicy 50%.

Skrajne i eksperymentalne projekty jeżeli będą powodowane autentycznym twórczym napięciem i będą zawierać konkretnie czytaną artystyczną wartość są bardzo potrzebne, ponieważ ich zaskakujące efekty otwierają kolejne drzwi poznania nowego designu.

To może przełożyć się na powstanie nowych kierunków i stylów w modzie,

a w perspektywie czasu takie wzornictwo może stać się standardem. Przykłady takie znane są w modzie od ponad pięćdziesięciu lat. Wartość użytkowa podporządkowana tu jest wartości poznawczej i edukacyjnej

40% odpowiedzi negujących potrzebę projektowania skrajnie awangardowych ubiorów, po raz kolejny świadczy o zmianach w procesie pracy projektantów, o ich bardziej racjonalnym podejściu do procesu tworzenia skierowanym przede wszystkim na spełnianiu oczekiwań klientów. Wszystko to potwierdza dominację praw ekonomii także w dziedzinach związanych ze sztuką.

Podsumowując odpowiedzi polskich projektantów ubioru męskiego( mężczyzn) zauważyć można kilka aspektów, po pierwsze dojrzałość i świadomość wykonywanego zawodu, po drugie rozagę w podejmowaniu decyzji na poziomie twórczym, po trzecie perspektywiczne myślenie o przyszłości.

Jeżeli dominującymi wartościami są funkcjonalność, propagowanie własnego stylu w ubiorze, praca jako wyzwanie oraz pomijanie potrzeby awangardowych działań w projektowaniu, oznacza to dużą świadomość wykonywanego zawodu i znajomość praw jakie się z tym wiążą.

W głównej ankiecie skierowanej do grup mężczyzn homoseksualnych, licealistów i studentów, mężczyzn w wieku 25-60 lat, także projektanci zgodzili się z pozostałymi potwierdzając tezy:

- ubiór jest dla mężczyzny wizytówką,

- najlepszymi stylem dla mężczyzn w różnych przedziałach wiekowych jest styl

indywidualny, elegancki sportowy lub klasyczny określony w nowoczesnych trendach,

potwierdzili wyższość oddziaływania ubioru klasycznego niż ubioru modnego w określonych sytuacjach.

Dzięki temu badaniu możemy mieć przekonanie, że projektanci ubioru nie są oderwani od rzeczywistości i działają na podstawie nowoczesnych, dominujących obecnie reguł.

Myślą o designie, własnym stylu, ale także o potrzebach klientów i przede wszystkim o sprzedaży.

Rachunek ekonomiczny jest podstawą do egzystencji, kontynuacji swojej pasji.

Czas idealistów projektujących wyłącznie sztukę dla sztuki odchodzi.



## Rozdział 4

### **Przegląd polskich i zagranicznych stylizacji męskich, obrazujących kondycję współczesnego ubioru męskiego.**

By zobrazować pośrednio wynik badań dołączam dokumentację fotograficzną w której można prześledzić różnice w stylu, wartości i charakterze męskich stylizacji pochodzących z London Fashion Week, New York Fashion Week, Paris Fashion Week, Pitti Uomo Florence w kontekście do podobnych stylizacji z ulic polskich miast i z Fashion Week Poland. Dołączam także przykłady outfitów współczesnych polskich mężczyzn, Adriana Grajcara, Rafała Maślaka osób bezpośrednio związanych z modnym ubiorem, których estetyka odzieży przekracza średnią krajową. Nie jest to jednak ubiór na wyjątkowe okazje. Plasuje się na dobrym, standardowym poziomie użytkowania i może być adresowany do każdego, przeciętnego Polaka mającego uświadomione potrzeby utrzymania określonego standardu w ubiorze. Wyjątek stanowią załączone także z Fashion Week Poland stylizacje Kamila Brzozowskiego.

Patrząc na zdjęcia wystylizowanych mężczyzn, zaczerpnięte z książki „Fashion People Colours”, autorstwa Doroty Wróblewskiej, w pierwszej chwili ulec możemy złudnemu zadowoleniu. Porównując je jednak ze stylizacjami z europejskich miast widzimy jak słabą stroną jest świadomość estetyki. Zdjęcia demaskują spore braki wrażliwości mężczyzn dotyczącej ubioru, znajomości tkanin, proporcji. Większość stylizacji pomimo że są kolorowe sprawia wrażenie nieautentyczności. Można to porównać do patrzenia, ale nie widzenia istoty rzeczy. Mężczyźni ewidentnie są zagubieni w swoich outfitach. Nie potrafią nad nimi zapanować, nie potrafią ich nosić. Koszule, marynarki, t-shirty sprawiają wrażenie wygniecionych. Spodnie mają liczne zagniecenia i powypychane kolana, co świadczy o ich niewyprasowaniu. Ogólna kondycja ubrań jest raczej słaba. Nasuwają się niekiedy wrażenia z second handem. Jedynie „ustawiane” zdjęcia ubranych z fantazją i kolorowo starszych panów(nawiązują do stylu włoskiego) bronią pomysłowości i potencjału polskich mężczyzn. Niestety tak ubranych na ulicach polskich miast jest niewiele, a gdy się już w ciekawych stylizacjach pojawiają, traktowani są niepoważnie i z nutą sensacji. Wiąże się to bezpośrednio z ogólnym brakiem tolerancji dla bardziej charakterystycznego ubioru w Polsce. Jak powszechnie wiadomo, ta została przerwana przez historyczne uwarunkowania po 1945 roku i dla ogółu spauperyzowana. Były w tym czasie oczywiście jednostki, które starały się kultywować formuły indywidualizmu, czasu, miejsca i funkcji w ubiorze, jednak prawie zawsze skazani byli na wrogość społeczeństwa, które traktowało ich jak przeciwników ludowej ojczyzny lub niespełna rozumu dziwaków. Choć w porównaniu ze stylizacjami z miast Europy Zachodniej polscy mężczyźni wypadają dość słabo, nie sposób niezauważyć jednak dużej pozytywnej wartości wynikającej z poniższych zdjęć. Wybija się tu na pierwszy plan chęć kreowania i manifestacji autorskich kompozycji, przeważnie osadzonych w kolorowej gamie kolorystycznej. To optymistyczny sygnał, ponieważ kolor jest jednym z kluczowych elementów w trendach mody męskiej klasycznej i casualowej.

Prawdziwie europejski i modny mężczyzna, myślący w nowoczesny sposób o ubiorze musi w swojej garderobie uwzględnić kolor. Nie jest to żadnym razie przymusem, ale zaleceniem mody, w myśl którego moda powinna sprawiać przyjemność i czynić nas lepszymi. Myśląc o standardowym polskim street style w męskim ubiorze można stwierdzić, iż zauważalny jest duży progres, widać chęć kreowania własnego stylu i chęć posługiwania się kolorem, zadowolenie z mody i docenianie jej waloru. Słabą stroną u wielu osób jest „ciężkie” noszenie ubrań i brak umiejętności nonszalanckiej demonstracji outfitów. Dużym niedostatkiem jest brak świadomości u wielu panów jak ważna jest prawidłowa konserwacja ich ubiorów. Odpowiednia i sumienna dbałość o kondycje ubrań tj. pranie i prasowanie gwarantuje znacznie lepszy ich wizualny efekt, a to jest przecież sprawą pierwszorzędną w profesjonalnym kreowaniu wizerunku.

### **Męskie stylizacje z polskich ulic.**

110 – 142. Skany fotografii polskich mężczyzn z książki Doroty Wróblewskiej „Fashion People Colours”











## Męskie stylizacje Fashion Week Poland

Jako członek Rady Programowej Fashion Week Poland FashionPhilosophy miałem okazję być na większości tych edycji FW będących wyznacznikiem i probierzem jakości polskiej mody.

Patrząc na zgromadzonych na pokazach, zauważyłem, że większość stanowiła młodzież z przeważającą ilością żądnych pokazania się nastolatków. Zainteresowanie światem mody wygenerowało u niektórych młodych ludzi formę snobizmu i zjawisko wartościowania innych poprzez modny, markowy ubiór. Sytuacja ta nie jest jednak do końca jednoznaczna ponieważ wyniki ankiety nie potwierdzają gremialnego zainteresowania modą licealistów i studentów, wręcz przeciwnie. Dla myślących w szerszej perspektywie o swojej przyszłości i dla wchodzących w wiek męski moda nie zawsze jest interesująca. Mężczyźni w wieku 18-26 lat są do niej w dużym stopniu zdystansowani. Kto więc interesuje się pokazami i fashion week. Wydaje się, że mogą to być jednostki nie mające pomysłu na siebie i nie posiadające konkretnie zarysowanej wizji przyszłości. Oczywiście to nie musi być regułą, niemniej przypatrując się publiczności można też taki wniosek wysnuć.

Podczas ostatniej edycji wykonałem fotografie najciekawszych moim zdaniem męskich stylizacji. W przytłaczającej większości są to typowe streetwear outfity składające się z bluzy, dżinsów bardziej lub mniej porwanych i t-shirtów. Ubrani w nie młodzi chłopcy nie robią szczególnego wrażenia swoim wizerunkiem. Nie wyróżniają się niczym szczególnym. Są tacy sami jakich wielu na ulicach każdego europejskiego miasta i każdej małej miejscowości. To z jednej strony dobrze, bo wpisują się w ogólnoeuropejski trend, z drugiej strony źle, bo niewielu ma indywidualny styl. W pewnym sensie prezentują podobne, pozbawione wyobraźni stylizacje, nadające im charakter no name. Wśród wykonanych zdjęć wyróżnić można zielony komplet-garnitur lub dwie czarne kompozycje oversiz utrzymane w stylu Ricka Owensa. Ciekawe wydawały się stylizacja z kolorową kurtką bomber i kapeluszem oraz stylizacja z białymi sportowymi butami Converse i camelowym klasycznym płaszczem w typie Crombie. Miały mocniejszy charakter, jak również wydawały się lepiej umocowane w aktualnych trendach mody. Wyjątkiem od standardu i przyjętej poprawności były outfity Kamila Brzozowskiego, który odróżniał się od innych osób, ekscentrycznym stylem. Porównując zdjęcia z Paris Fashion Week, London Fashion Week czy New York Fashion Week z przykrością należy zauważyć, iż polska edycja Fashion Week gromadzi przede wszystkim nastolatków i młodzież, co jest zjawiskiem różnym od eventów europejskich. We Florencji, czy Paryżu silnie rzuca się w oczy obecność świetnie i śmiało ubranych mężczyzn, dobrze zorientowanych w kwestii ubioru, prezentujących oryginalne, zróżnicowane kompozycje. Porównując obraz polskich imprez z eventami modowymi dużych europejskich metropolii widzimy dużą różnicę na niekorzyść polskich Fashion Week. Zachodnio europejskie traktowane są poważnie, bez prowincjonalnego i pretensjonalnego odium jaki często towarzyszy naszym imprezom modowym. Ten stan może odnosić się pośrednio do kondycji rynku ubioru w Polsce, a ta



nie jest najlepsza. Sprzedaż ubrań w Polsce umiejscowiona jest w kilku sektorach. Ten prawdziwie modowy związany z młodymi projektantami i firmami czerpiącymi z najnowszych trendów ma niezbyt wysoki procent sprzedaży. Polskim rynkiem odzieżowym steruje przymus okoliczności okazjonalnych. Duża jego część umiejscowiona jest w ubiorach na śluby, komunie itp. wydarzenia. Ten właśnie sektor generuje znacznie większe zyski niż propozycje modnych projektantów. Wracając do tematu stylizacji polskich mężczyzn na Fashion Week można odnieść wrażenie, że większość prezentuje dość nachalny obraz homoseksualnej estetyki ubioru co łatwo zauważyć poprzez mowę ciała oraz ubiór.

153 – 175. Fotografie stylizacji na Fashion Week Poland.











### Stylizacje Kamila Brzozowskiego podczas Fashion Week Poland

Poniżej załączone stylizacje należą do autorstwa Kamila Brzozowskiego. Kompozycje te znacznie wyróżniały się na tle innych „standard no name” stylizacji młodych polskich mężczyzn. Były niecodzienne, ekscentryczne i pretensjonalne zarazem. Formą i stylem nawiązywały się do ubiorów damskich. Patrząc na Kamila odnosiło się wrażenie, że nie widzimy mężczyznę, ale ubraną kobietę. Dodatkowo pełny makijaż pogłębiał to wrażenie. Dualizm płciowy prezentowany w ubiorze nie jest w Polsce zjawiskiem spotykanym, a podobne formy prezentacji budzą w pierwszej chwili zaskoczenie, uśmiech pobłażania, drwinę. Wymagają oswojenia i czasu by je zaakceptować. Podczas Fashion Week, Kamil Brzozowski przebierał się kilkakrotnie. Zawsze dodatkiem do ubiorów była torebka i buty na wysokim obcasie. Rozmawiałem z nim na temat jego myślenia o ubiorze i prezentowanych przez niego na FW stylizacjach. Przyznał że na ubiór reaguje emocjonalnie, w zależności od samopoczucia i tego czy czuje się w danym dniu kobietą czy mężczyzną stylizuje outfity o damskim lub męskim pierwiastku. To ciekawe i oryginalne, ale nie pozbawione egzaltacji i naiwności. Analizując zdjęcia trzeba przyznać, że nawet męskie stylizacje Kamila przepełnione były pierwiastkiem żeńskim. Najbardziej męski z prezentowanych outfitów składający się z brązowych sztruksów, czarnej ramoneski i białej koszuli, został dopełniony przez skórzaną, kopertową torebkę i półbuty na dość wysokim słupku. W kontekście z makijażem, fryzurą i mową ciała całość pomimo męskich elementów ubioru jest dziwna i nie daje się łatwo zakwalifikować. Pozostałe kreacje to biały komplet nawiązujący nieznacznie do sukni Toma Forda zaprojektowanej dla Gwyneth Paltrow na uroczystość rozdania Oskarów, połączony z różową bluzką a także kolejny biały garnitur z różową bluzką, błękitny garnitur z bluzką w granatowo białe pasy i sportowy komplet będący kombinacją kurtki bomber i szerokich dresowych spodni z lampasem. Uzupełniającymi i wystrzajającymi charakter dodatkami są pikowane kopertówki w stylu Chanel. Niestety osiągnięty efekt jest negatywny w odbiorze przez każdą konwencjonalnie myślącą osobę. Swoboda wypowiedzi i bezkompromisowe okazywanie indywidualnego stylu (w tym przypadku) nie zachęcają do naśladowania. Jakkolwiek jest to cenne zjawisko łamania stereotypów, nie ma szans na pozytywny oddźwięk dla męskiej mody. Prace Kamila Brzozowskiego to hybrydy na które patrząc widzimy pretensjonalnego, przebranego za kobietę mężczyznę.

176 – 183. Fotografie stylizacji Kamila Brzozowskiego





### Stylizacje Adriana Kamila Grajcara Warszawa

Outfity Kamila Grajcara zamieszczane w mediach społecznościowych odznaczają się silnym wpływem, bardzo modnego obecnie stylu smart casual, łączącego w sobie elementy stylu klasycznego z elementami typowo casualowymi.

W sumie mix ten pozwala na prezentację eleganckiej nonszalancji. Wykorzystanie klasyki jest podstawą do uzyskania tego efektu. Na poniższych zdjęciach połączono w udane stylizacje klasyczne elementy jak marynarka, koszula, slim tie, buty w typie oxford, derby, monk strap oraz elementy ubioru sportowego jak spodnie baweńniane chinos, t-shirt, wytarte dżinsy, kurtka ramoneska, mokasyny. Styl smart casual, będący obecnie priorytetem jest charakterystyczny dla europejskiego, inteligentnego wizerunku klasy średniej, mającej aspiracje i ambicje do podwyższenia swojego statusu społecznego. Popularny w Polsce wśród eleganckich mężczyzn zajmujących wysoką pozycję zawodową, oraz wśród mężczyzn pretensjonalnych, naśladujących bezkrytycznie włoski design. Na zdjęciach Adrian Grajcar prezentuje się naturalnie, bez afektacji, jak prawdziwy Europejczyk, mieszkaniec Wiednia lub Monachium. Świadczy o tym również jakość jego ubiorów, precyzja kroju, proporcje, zadbana fryzura i nieskazitelne w kondycji buty.

184-191. Stylizacje Adriana Kamila Grajcara.







### Stylizacje Rafała Maślaka Warszawa

Poprosiłem Rafała Maślaka, (Mister Polski 2015 r.) o przesłanie jego ulubionych stylizacji z którymi jako młody mężczyzna najchętniej się identyfikuje.

Rafał jest interesującym przykładem osoby pochodzącej z małej miejscowości, której własna determinacja w działaniu oraz koleje losu zorganizowały życie zawodowe w Warszawie. Stał się celebrytą. Jest przykładem mężczyzny, który traktuje ubiór jako maskę mającą ułatwić mu zawodowe kontakty, a jednocześnie zachować męski wizerunek i psychiczny komfort. W przesłanych stylizacjach dominują całkowicie style casual i streetwear, dające wiele swobody i gwarantujące wizerunek mężczyzny interesującego się sportem. W pewnym sensie jest to doskonały przykład najpopularniejszego w Polsce stylu wśród współczesnego mężczyzny. Można go zdefiniować jako bliżej nieokreślony, dobrze funkcjonujący zarówno w mieście jak i na wsi, zimą jak i latem. Łatwy do przewidzenia, oparty na dobrych stylizacyjnych schematach. Pomimo zadowalającego waloru estetycznego styl ten jest pozbawiony polotu, ale w zamian gwarantuje bezpieczną, atrakcyjną anonimowość opisaną przez dobrego, schludny wygląd.

192 – 204. Fotografie stylizacji Rafała Maślaka.







**Modne, męskie stylizacje z targów mody męskiej Pitti Uomo we Florencji.  
Wzorcowy przykład współczesnych stylizacji modyfikowanego ubioru klasycznego.**

Zamieszczone fotografie ukazują kreatywność, znajomość tradycji ubioru klasycznego, doskonałe dostosowanie ubioru do otoczenia i chwili oraz nieskrywaną radość czerpaną z komponowania własnych stylizacji. Na wszystkich zdjęciach prezentowani są zadowoleni, zadbani, świetnie wyglądający mężczyźni dla których ubiór jest jedną z najważniejszych spraw w życiu.

Dzięki niemu ich południowy temperament, a także tradycyjna filozofia życia jest w pełni wyrażona. Nie ma mowy o sugerowaniu tu innej orientacji seksualnej. Wręcz przeciwnie w południowo europejskiej kulturze wystrojony mężczyzna uwodzi kobiety swoim efektownym strojem, wzbudza zaufanie do swojej pozycji społecznej, okazuje osobisty i zawodowy sukces.

Targi Pitti Uomo we Florencji są wyjątkowym miejscem na mapie światowej mody męskiej. To najważniejsze w Europie i jedno z najważniejszych targów konfekcji męskiej na świecie. Prezentowane są tu wyłącznie kolekcje pret a porte.

Ubiory oglądać można w licznych pawilonach specjalnie zaadoptowanych do tej funkcji, w pasażach na zewnętrznych dziedzińcach, oraz na licznych, eleganckich mężczyznach. W styczniu i w czerwcu każdego roku do Florencji licznie przyjeżdżają trendsetterzy, którzy chcą popisać się własnymi stylizacjami. Są też modele wynajmowani przez światowe firmy odzieżowe, do prezentowania firmowych kolekcji jako żywe manekiny przechadzające się podczas targów pomiędzy gośćmi z całego świata. Najlepiej lub najciekawiej ubrani mężczyźni fotografowani są przez rzeszę fotografów z całego świata. Dzięki temu obrazy outfitów zostają utrwalone, a projektanci wytyczać będą mogli charakter kolejnych kolekcji. Pitti Uomo są bardzo charakterystyczne, eleganckie, ale także normalne. Promują wysoki standard męskich całodziennych ubiorów. Już na pierwszy rzut oka widać doskonałą jakość odzieży, szlachetne tkaniny, świetne konfekcjonowanie, odpowiedni dobór kroju do sylwetki, zabawę kolorem, dopracowanie każdego szczegółu stylizacji. To elementy, na które przeciętny polski mężczyzna nie zwraca uwagi, gdyż nie są mu znane i nie zdaje sobie sprawy z wagi ich znaczenia. W zasadzie porównanie stylizacji polskich i włoskich mężczyzn nie ma sensu, bo dzieli ich odmienna tradycja i filozofia życiowa. Nie można jednak negować postępu jaki w naszym kraju w kwestii odzieży męskiej ma miejsce. W oparciu o ostatnie dziesięciolecie można śmiało zauważyć, iż zakres świadomości znaczenia ubioru znacznie się w Polsce zwiększył, a polscy mężczyźni zaczynają naśladować styl włoski niekiedy z dużym wyczuciem własnych możliwości i z sukcesem. Ważne tylko by w naśladowaniu odnaleźć złoty środek i nie przesadzać z wybujałym efektem.



















## Modne męskie stylizacje z ulic Londynu

215 – 223. Fotografie stylizacji męskich z Londynu









## Modne męskie stylizacje z ulic Paryża podczas Paris Fashion Week

224-235. Fotografie męskich stylizacji z Paryża.







## Modne męskie stylizacje z ulic Nowego Yorku podczas New York Fashion Week

236 – 250. Fotografie stylizacji męskich z Nowego Yorku.









Oglądając męskie stylizacje z Europy, z Nowego Yorku oraz z ulic polskich miast i z Fashion Week Poland zauważyć można sporą różnicę w estetyce i jakości wizualnej. Stylizacje z poszczególnych krajów różnią się od siebie charakterem, temperamentem i charakterystycznym dla danego kraju wzornictwem. Nowojorskie np. są niesamowicie różnorodne. Nawiązują do wielu subkultur i potrafią zaadoptować w sposób naturalny niecodzienne zestawienia i rozwiązania. Nie ma tu ograniczeń w kreowaniu nowych wizerunków i zestawianiu elementów ubioru dla spektakularnego efektu. Stylizacje są wolne od jednego, dominującego stylu. Na pierwszy rzut oka daje się zauważyć, iż moda i ubiór są tu nie tylko wizytówką, ale także dobrą zabawą i uciechą jaką daje życie. Moda jest wypowiedzią i manifestacją charakteru, upodobań, własnej estetyki. I trzeba przyznać, że estetyka ta jest kreatywna, demokratyczna i niosąca duże wartości dla ogólnych doznań. Jest estetyką edukacyjną.

W oczy rzuca się upodobanie do koloru, niezwykle prowokacyjna elegancja Włochów, chłodna i zdystansowana elegancja Anglików czy streetowy kolaż wielu kultur Nowego Yorku.

Moim zdaniem jednak największe wrażenie wywierają outfity klasycznych ubiorów męskich prezentowane we Florencji. Smart casualowe oraz formalne stylizacje z Piiti Uomo porażają wręcz wyrafinowaną kompozycją i kaskadami kolorów, które jak się widać mocno ładują akumulatory estetyki ubioru włoskich mężczyzn.

W przywiązaniu do efektownych stylizacji, pielęgnowanej przez wieki nie ma mowy o sugerowaniu eleganckiemu i zadbanemu włoskiemu mężczyźnie orientacji homoseksualnej. Tradycja kulturowa Italii wręcz nakazuje popisywać się mężczyźnie własnym wizerunkiem, gdyż może on w ten sposób pochwalić się swoim statusem materialnym oraz osobistymi sukcesami. Włoch potrafi czerpać radość z życia, co dobitnie przejawia się w jego filozofii ubioru. Ten powinien być nie tylko nieskazitelnie elegancki, wyrafinowany ale także pięknie zakomponowany i oczywiście w doskonałej jakości. Prawdziwy, elegancki włoski mężczyzna nie chodzi na co dzień w dżinsach, a jeżeli już tak jest, dżinsy nie mogą mieć wypchniętych kolan i nie mogą być brudne. Standardem jest prasowanie dżinsów przed każdym użyciem, by nogawki nie były zdeformowane. Tak więc kolor, kompozycja, wyrafinowany smak, jakość oraz czerpanie radości z posługiwania się ubiorem są cechami charakterystycznymi wyróżniającymi włoski, klasyczny ubiór męski. Na przeciwległym brzegu możemy postawić męski styl angielski, który jest znacznie bardziej w klasycznej eleganckiej, zdystansowany, skromny. Nie oznacza to wcale że jest ubogi i odstający od standardu, wręcz przeciwnie, klasyczny męski ubiór angielski jest niezwykle wysmakowany. Stonowane barwy, prostota form, szlachetne tkaniny i puryzm przekazu są wyróżnikami jego stylu w stosunku do np. południowo europejskiego czy wschodnioeuropejskiego. Nie można też odmówić Anglikom kreatywnych wizji, bowiem to właśnie Londyn ogrywa dziś niebagatelną rolę w kształtowaniu światowej mody młodziżowej i mody jako takiej. Anglia jest przede wszystkim ostoją dla tradycyjnego klasycznego ubioru męskiego. Jego wzorzec kultywowany jest w prawdziwych świątyniach europejskich elegantów, w salony krawieckich na Savile Row.

Tam od przeszło 150 lat kreowany jest wzorzec męskiej elegancji.

Londyn od wielu lat uznawany za centrum światowej finansjery i biznesu. Jest metropolią, gdzie mix kultur spotykających się w światowym tyglu dając idealną pożywkę dla kreowania mody. Londyn ma też nieustannie wpływ na kształtowanie się klasycznego ubioru. Ogromne rzesze młodych kreatywnych ludzi z całego świata poszukujących pracy, liczących na lepszy los dają temu miastu kreatywną energię i w sposób naturalny wzmacniają puls serca mody.

Sytuacja ta jest nieco podobna do klimatu Nowego Yorku co można zobaczyć także na zamieszczonych fotografiach. Tu również oprócz wysublimowanego ubioru klasycznego, komponowanego z najwyższej jakości tkanin wełnianych, bawełnianych itp. zobaczyć można przeróżne konfiguracje ubiorów charakteryzujących indywidualny styl mężczyzn. Z jednej strony podziwiać można dwurzędowe jasne garnitury, płaszcze w typie Crombie szyte z wielbłądziej wełny w kolorze karmelu czy filcowe kapelusze z drugiej strony dynamiczne outfity zawierające techniczne tkaniny poliestrowe, drukowane bawełny czy oversizowe dzianiny. Parka, bomber jacket, ramoneska wpisane są w kolekcje większości projektantów a przez to obecne na ulicach wszystkich zachodnich miast niezależnie od szerokości geograficznej.

W sumie bogata paleta form, kolorów i różnorodnych tkanin nasycza percepcję dostatnim designem, typowym dla bogatych społeczeństw.

Niezwykła energia, nieskrępowana fantazja, dowcip, niewymuszony sposób noszenia ubrań, a przede wszystkim jakość odzieży zasadniczo odróżniają ubiory Europy Zachodniej od ubiorów polskich. Nie można nie wspomnieć tu o powszechnej tolerancji dla ubioru jaka jest obecna od zawsze na tzw. zachodzie. Tolerancja to jeden z podstawowych warunków dla rozwoju ubioru i mody. To zasadnicza kwestia, by mężczyźni mogli w sposób nieskrępowany dokonywać najlepszych dla ich upodobań wyborów, by mogli myśleć o stylu i własnym ubiorze. Obawa przed publicznym wyśmianiem, internetowym hejtem, jak również obawa przed agresywnymi reakcjami prowadzą do asekuracyjnych zachowań, blokady percepcji i wycofania. Naganna ocena wyróżniającego się stylu i zadbanego wyglądu jest niestety standardem w Polsce, co wiązać można z kompleksami, zaściankowością, historycznym kołtuństwem, zawiścią i niechęcią do wszystkiego co nie jest zgodne z uśrednionym, bezpiecznym standardem.

Takie stanowisko większości społeczeństwa szczególnie w mniejszych miastach i miejscowościach prowadzi w Polsce do ugruntowania konserwatywnej postawy wobec męskiego ubioru. Hamuje progresywne zachowania, pośrednio wpływa też na cały polski przemysł odzieżowy, który w obawie przed ekonomiczną porażką ogranicza się tylko do propozycji już sprawdzonych. Kolekcje tak wiodących firm jak Bytom czy Vistula zawierają prawdziwe modne newsy tzw. must have sezonu w niedużym procencie, w ograniczonej rozmiarówce, w zmniejszonej ilości. W przypadku standardowego garnituru, uszytego z gładkiej tkaniny wełnianej minimum produkcyjne to ok. 1-2 tys. sztuk, w przypadku garnituru uszytego z granatowej tkaniny wełnianej w wyraźną rysowaną kratę, który już z założenia jest na polskim rynku produktem awangardowym,

o ograniczonej zdolności sprzedażowej, minimum wynosić będzie 200-400 sztuk. Sama rozmiarówka także zostanie ograniczona do optymalnych rozmiarów 248 - 252, 348-352 obejmujących standardowe, szczupłe i raczej wysokie sylwetki. W przypadku wzorów zdecydowanie awangardowych, będących wyznacznikiem mody danego sezonu i „chwytaczem” modnej kolekcji ilość minimalna będzie jeszcze mniejsza.

By zminimalizować ryzyko sprzedażowe ilość modnego wzoru może zostać zredukowana do jednej rozmiarówki na salon. W ten sposób firmy pretendujące do prestiżowego wizerunku zapewniają kolekcji modny charakter.

Zabiegi takie są konieczne, gdyż minimalizują straty, co w przypadku walki o klienta na bardzo chwiejnym i wąskim rynku sprzedażowym jest istotne dla wyników, a często także dla przetrwania firmy. Z własnego doświadczenia przytoczyć mogę kilka przykładów kiedy to modny produkt tzw. must have sezonu jest nieakceptowany przez klientów, a niekiedy spotyka się z ironiczną opinią lub wręcz z wrogością.

Gdy kilka lat temu promowałem na firmowej stronie PAWO, bawełniane spodnie w kolorze karmelowym oraz koszulkę polo w kolorze miętowym jako modne produkty sezonu spotkałem się z wpisami klientów, iż prawdziwy mężczyzna w takim kolorze nie chodzi i z pewnością nie używa terminów karmelowy, miętowy, gdyż takie terminy są mu nieznanne. Dla prawdziwego mężczyzny istnieje w takim przypadku kolor brązowy i zielony.

Innym razem umieszczając zdjęcie Davida Beckhama w białej koszuli i letnim garniturze w kolorze kawy z mlekiem, odebrałem agresywne wpisy, że tak zadbany mężczyzna musi być homoseksualistą i nie ważne jest, iż jest on słynnym piłkarzem żonatym z piękną kobietą z którą ma kilkoro dzieci. Według opinii polskich internautów taki wizerunek jest nieodpowiedni dla heteroseksualnego mężczyzny. Dodać mogę jeszcze przykłady dwóch produktów z rodzaju must have sezonu, całkowicie odrzuconych przez klientów. Pierwszy to jasno różowa polówka z dzianiny pique w stylu klasycznej koszuli Polo Lacoste. Ani kolor ani rodzaj dzianiny (standardowej dla stylu Polo) nie znalazł jakiegokolwiek zainteresowania klientów. Bardzo podobna sytuacja była także z klasykiem smart casualu, eleganckimi, kolorowymi koszulami z tkanin babe Oxford z kołnierzem BD (styl Ralph Lauren)

Kolejny przykład to klasyczna koszula z zaokrąglonym, białym kołnierzem Bebe i z białymi mankietami. Produkt będący wyznacznikiem klasycznej męskiej elegancji w kolekcjach roku 2009 w polskiej rzeczywistości handlowej nie znalazł minimalnego nawet zainteresowania. Niestety w społeczeństwie zakotwiczona jest opinia, iż prawdziwy mężczyzna nie zważa na ubiór i unika zniewieściałego wizerunku. Prawdziwy mężczyzna nie powinien być przesadnie zadbany, bo to świadczy o jego słabości i inklinacjach homoseksualnych. Takich opinii i podobnych poglądów jest znacznie więcej.

Przy rozwiniętej komunikacji internetowej oddziałuje to na wielu podobnych i zatacza szersze kręgi kształtując w końcu opinie, uznawane przez społeczeństwo za powszechne. Tego rodzaju stanowisko dodatkowo stabilizuje konserwatywny pogląd i sankcjonuje zaniedbany wizerunek mężczyzny jako naturalny i wpisujący się w standard.



Daje przeciętnemu mężczyźnie wymówkę i bezpieczeństwo anonimowości. Niestety sporej grupie kobiet taki stan rzeczy odpowiada, gdyż nie muszą ponosić wysiłku dopilnowania, wspierania lub pomocy w organizowaniu estetycznej garderoby własnego mężczyzny. Brak potrzeby dążenia do światłej estetyki ubioru codziennego jest dla nich wygodny, gdyż w pewnym stopniu zapewnia stabilizację związku.

## Rozdział 5

### **Opis kolekcji własnej zaprojektowanej w oparciu o pozyskaną wiedzę projektanta ubioru męskiego.**

Podsumowując wyniki ankiet, historyczne oraz funkcyjne uwarunkowania męskiego ubioru klasycznego, a także swoje osobiste doświadczenie projektanta, zaprojektowałem kolekcję ubiorów dla mężczyzn w różnym wieku. Kolekcja z lekkim awangardowym klimatem, inspirowana jest elementami ubioru sportowego, militarnego, roboczego. To propozycja dla mężczyzn preferujących elegancję i nie nachalną oryginalność. Jak już pisałem wcześniej, w obecnych czasach w modzie najważniejszą rzeczą jest wizualne zahamowanie upływu czasu. Młody wgląd i indywidualny styl to priorytet. Nie znaczy to że ubiór musi odznaczać się w przestrzeni nadmierną, niezwykle oryginalną formą lub intensywnymi kolorami. Wręcz przeciwnie. W mojej filozofii ubioru efekt nie powinien być nachalny, a samo odniesienie do awangardy dyskretne. W kolekcji nie epatuję wielością form czy wymuszonymi zestawieniami modnych w sezonie kolorów. Ingeruję w krój i w formę spokojnie, zostawiając margines przestrzeni na kolejne działania, by kolekcja mogła rozwijać się o nowe sylwetki. W odzieży klasycznej pojęcie awangardy nie oznacza bowiem radykalnych działań zmieniających samą ideę lub design tego ubioru. W klasyce drobny szczegół może zmienić ubranie w odstające od przyjętej normy, a przez to już oryginalne. Gdy w klasycznym garniturze uszytym z granatowej, wełnianej tkaniny w myśl obowiązujących standardów zmienimy jedynie nici stębnowania lub nici do przyszycia guzików z klasycznych, granatowych na czerwone, obalimy tym aktem uniwersalny charakter garnituru na rzecz awangardowej wypowiedzi, niestosownej w garderobie prawdziwego dżentelmena. Podobnie można postąpić zamieniając szlachetne tkaniny wełniane na tkaniny techniczne, casualowe, drukowane lub pajątowane. Zamiast stonowanego, eleganckiego garnituru otrzymamy niecodzienny produkt odpowiedni dla ekscentryków z dużym potencjałem energetycznym i designerskim. Także niestandardowe działania w odniesieniu do wykończenia wnętrza marynarki lub spodni mogą radykalnie zmienić funkcję i charakter obu elementów tego ubioru. Jaskrawa podszewka, wypustki, ramki kieszonek, stębnowanie mogą zmienić styl produktu. Drobne zmiany w kroju podobnie. Trzeba bowiem pamiętać, iż ubiór męski klasyczny jest bardzo dokładnie określony, a o poprawności i doskonałości jego form świadczą proporcje, a w nich liczą się milimetry. One to sprawiają że możemy mówić o modnej i doskonałej linii kroju marynarki, spodni, koszuli. Już sam sposób stębnowania narzuca charakter marynarce czy garniturovi. Na przykład stębnowanie kołnierzy koszul na 0,1 cm (w krawędzi) kiedyś tak popularne jest obecnie archaiczne. Lepiej wygląda stębnowane na 0,5cm. Do każdej formy ubioru klasycznego, marynarki, spodni, płaszcza, koszuli są z góry określone standardy konfekcjonowania i odstępianie od tych prawideł natychmiast powoduje osłabienie klasycznego charakteru ubioru. Jeżdżąc regularnie na Pitti Uomo we Florencji, na najważniejsze targi odzieży męskiej w Europie widziałem sporo kolekcji męskich aspirujących jednocześnie do ekskluzywnego, klasycznego i oryginalnego zarazem charakteru.

Jedną zapamiętałem szczególnie ze względu na jej unikalny wyraz. Była to angielska propozycja skierowana dla ekscentryków ceniących klasykę z nieco szokującymi efektami. Na pierwszy rzut oka była to kolekcja typowo szarych angielskich garniturów niczym szczególnym się nie odznaczająca się, ot kilkanaście klasycznych form odszytych z wełen gładkich lub w tenis. Jednak z chwilą bliższego kontaktu wzrokowego oraz po dotknięciu tkaniny sprawa stała się jasna. Marynarki oraz spodnie były na całej swojej powierzchni pokryte bardzo precyzyjnie czterocentymetrowymi nacięciami. Poruszając ubiorem nacięcia rozchylały się ukazując żółtą, drukowaną w granatowe bratki podszewkę. Dzięki nagłemu zaskoczeniu efekt był bardzo silny, dzięki czemu fakt ten zapamiętałem. W tym przypadku kontrast zawarty pomiędzy funkcją a designem był spektakularny. Wymieniona kolekcja należała do drogich, koszt pojedynczego garnituru oscylował pomiędzy 1000 a 1500 funtów.

Innym przykładem ubioru klasycznego z niespodzianką była stylizacja jak się wydawało wiekowego i poważnego angielskiego gentlemana, właściciela firmy produkującej krawaty. Nienaganny, ciemny garnitur, błękitna koszula, uszyta z doskonałej tkaniny baby Oxford z mankietami na spinki i stonowany krawat połączone zostały w dziwnym kontraście z kolorowymi spinkami przedstawiającymi białe pudle. Było to zaskakujące biorąc pod uwagę wiek i stanowisko mężczyzny.

Wymieniając te dwa przykłady chciałem nawiązać do idei projektowania własnej kolekcji. Przede wszystkim chciałem uniknąć odniesień do dzianin oversiz i streetwear, tak popularnych obecnie, uniformizujących miliony osób odbierając im charakter wypowiedzi i pogrążając w chmurze no name. Obecnie są mi także spektakularne działania w obrębie formy. Z natury jestem pragmatykiem ceniącym prostotę i minimalizm. Do kolekcji wykorzystałem bardzo popularny ostatnio element ubioru sportowego – lampas stosowany szczególnie na szwie bocznym dresowych spodni, choć od ubiegłych sezonów także na rękawach. Dzięki pionowym liniom lampasów chciałem złamać formalne formy marynarek i spauperyzować ich charakter. Chciałem także wprowadzić dynamiczny aspekt wiecznego ruchu i kontinuum. Podkreślam to stosując pasy srebrnej sztucznej skóry. Elementy sportowe już od kilku sezonów pojawiają się w męskim ubiorze klasycznym ożywiając go, nadając lekkości i nowoczesnie go modyfikując. Równolegle elementy ubiorów klasycznych zmieniają styl ubiorów dotychczas typowo sportowych lub streetwearowych. Oba style sportowy i klasyczny przenikają się nawzajem, skutecznie tworząc nowe wartości i wzajemnie się regenerując. Na jednej z ostatnich edycji Pitti Uomo prawie wszystkie sportowe kolekcje, nawet te najbardziej związane ze stylem ulicy zawierały formy popularnych marynarek i krótkich płaszczy jednorzędowych. Niegdyś ubiory grzecznych kujonów stały się integralną częścią casualowych kolekcji z zacięciem grunge, adresowanych do młodzieży i aktywnych mężczyzn ceniących swobodę i łamanie konwenansów.

Idąc właśnie tym tropem stosuję lampasy z dresów jak również wszytą w dół nogawek spodni gumę, by zmienić i wyostrzyć formę spodni.

Występujące w kolekcji elementy militarne popularne są od kilku sezonów i jak myślę są dobrą propozycją dla każdego mężczyzny niezależnie od wieku i orientacji seksualnej. Kolekcje w militarnym stylu wprowadziło wiele znanych domów mody, między innymi Balmain. Militarny styl porusza wyobraźnię każdego mężczyzny, nawiązuje do archetypów walki. Jest jednocześnie efektowny, nowoczesny i nie narusza męskiego ego własnej płci. Tkaniny wpisane w kolekcję pozyskałem dzięki przychylności łódzkiego Instytutu Włókiennictwa od pani dr inż. Małgorzaty Cieślak.

Są to tkaniny przeznaczone dla wojska, z opracowanym przez Instytut Włókiennictwa z nowoczesnym wzorem pikselozy, dającym najbardziej skuteczny obecnie efekt maski. W kolorze zielonym tkanina przeznaczona jest do stosowania w porze letniej na obszarach zalesionych, natomiast w graficznym wzorze skonstrastowanym poprzez łączenie pikseli granatowych, białych i czarnych zawarta została funkcja maskująca na porę zimową w obszarze zabudowanym. Stosując obie tkaniny w klasycznych formach marynarek ( sylwetki nr1, 2) chciałem zmienić ich charakter, nadać im nowoczesnej wypowiedzi jak i w postużyć się symbolem przetrwania w codziennej gonitwie za sukcesem w miejskiej dżungli.

Zielony garnitur moro( sylwetka nr1) to propozycja efektowna i spokojna zarazem. Środki wyrazu nie są wyzywające, a sam wzór tkaniny zunifikowany. Jedynie fragment na boku nogawki z granatowym panelem i fragmentem srebrnego lampasa oraz wszyta w nogawki spodni guma burzą przewidywalność projektu. Forma jest tu silnie skonstrastowana z tkaniną moro, gdyż dwurzędowa marynarka z klapami w szpic jest absolutnym kanonem męskiej elegancji i jako taka właściwie nie podlega modyfikacji. Kłapa w szpic jest bardzo formalna i świadczy o powadze garnituru, który w takiej wersji przeznaczony jest na okazje najbardziej uroczyste. Podobne działanie zastosowałem także w spodniach, których garniturowa forma z zaprasowanymi kantami została zrujnowana poprzez zastosowaną tkaninę moro, gumowy ściągacz i granatowo srebrny panel. W sumie pomimo znanych kształtów klasyczny garnitur nabrał wybitnie militarnego i złowrogiego charakteru.

By podkreślić puryzm form nie stosuję w kolekcji zewnętrznego stębnowania, zapieć na guzik i dziurkę, zamieniając to rozwiązanie na zapieć na kryte napy. Dzięki temu zabiegowi zewnętrzna warstwa form zachowuje czystość, dystans, zostaje nienaruszona. Pomaga to lepiej eksponować tkaninę, cięcia i wyrazić surowość sylwetki.

Kolejna sylwetka( nr2) to garnitur składający się z jednorzędowej marynarki, wąskich spodni i koszuli. Wpisany został w militarną tkaninę także pozyskaną z Instytutu Włókiennictwa w Łodzi. Białe granatowo czarne piksele markują sylwetkę w zimowym pejzażu miejskim. Rozedrgane płaszczyzny równoważą granatowo srebrne elementy. Półokrągły karczek wykonany z granatowej tkaniny to symbol i fragment za razem standardowego, ponadczasowego garnituru, jako bazy ubioru męskiego. Lampasy w nogawkach i rękawach odnoszą się ubioru sportowego i wyznaczają dynamiczne pionowe kierunki, a srebrno granatowy pas na plecach jest symbolem zdystansowanej do aktualnej rzeczywistości postawy. Korespondują z tym pasy koszuli, granatowy pas na

froncie, bordowy na plecach. Cała sylwetka(nr.2) jest w zamyśle symbolem konceptualnej myśli początku i trwania poprzez kolejne, rozpoczynające się cykle w nieskończoności. Następnie( sylwetka nr3) dekompletuję garnitur i do marynarki z białą granatowo czarnej pikselozą dodaję bardzo szerokie spodnie o mocno obniżonym kroku i z szerokim pasem. Wprowadzam tym efekt nonszalancji i eleganckiej swobody nieznacznie zawiązując do manierycznych kombinacji zbuntowanego zoot suit. Jednocześnie dominująca przewaga elementów granatowej tkaniny dynamizuje sylwetkę.

W kolejnej propozycji( nr4), złożonej z koszuli i spodni zmieniam klasyczny charakter garniturowych, wąskich spodni stosując ponownie militarną pikselozę oraz granatowy panel umieszczony na lewym boku. Jest on szczytkowym elementem klasycznych spodni i kompozycyjną wartością dodaną do standardowej konstrukcji. Panel koresponduje z pionowym pasem plisy koszuli dzieląc sylwetkę i nadając jej wertykalny kierunek.

Ważna dla kolekcji jest propozycja klasycznego, jednorzędowego garnituru ( nr5)uszytego z doskonałej jakości wełny pochodzącej z portugalskiej firmy Paulo de Oliveira.

Tkaninę tą można na specjalne zamówienie klienta poddać przeróżnym, nowoczesnym procesom wykończeniowym, jak np. pokrycie teflonem uodparniającym na brud i wodę. Standardowa forma garnituru rozbita została poprzez zastosowanie kilku zewnętrznych elementów jak karczki w marynarce, symetryczne panele wszyte w przód spodni, dodatkowa kłapa wszyta w obłożenie prawej strony marynarki oraz pionowe paski naszyte za pomocą rygli na przodzie i na tyle marynarki. Te działania mogą być symbolami czasu i niespodziewanych zmian w życiu człowieka. Mają zagłuszyć nudny odbiór klasycznego stylu, nie zmieniając jednak eleganckiego charakteru ubioru.

Dodatkowo w wewnętrznych szwach rękawów zastosowałem srebrne lampasy, które dają dyskretny błysk światła jako symbol nadziei i mocnej osobowości.

Biała koszula z granatowym i bordowym pasem rozświetla i łączy się w spójną wypowiedź.

Dla podkreślenia czystego przekazu nie stosuję stębnowania zewnętrznego (poza ryglami )ani widocznych zapięć, co łagodnie wydobywa szczegóły.

Kolejna sylwetka(nr6) jest kombinacją sportowych elementów dresu, skórzanych elementów Rap i klasycznego garnituru jednorzędowego, który dzięki tym zabiegom został przekształcony w hybrydę eleganckiego garniturowego dresu z elementami kiczu.

Srebrna skóra efektem agresywnego błysku pauperyzuje doskonałą klasyczną formę wprowadzając intrygujący element taniego efektu, niepozbawionego jednak waloru estetycznego. Czarna, skórzana siatka w postaci karczkwów marynarki, czarne lampasy na rękawach i ramionach, a srebrne na nogawce spodni dopełniają surrealistycznie przewrotnego efektu. Równoważne dla ich działania są grzecznie trwające na swoim miejscu granatowe klapy, będące pozostałością klasycznego stylu.

Granatowa koszula z bordowym pasem plisy nasycza walor kolorystyczny stylizacji, jednocześnie nadając jej elegancji.

Kolejna kompozycja(nr7) to elegancka, prosta w formie, klasycznie zapinana pod szyją kurtka inspirowana przeciwdeszczowym płaszczem Mackintosh. Do modelu wszyto element marynarkowego kołnierza z formalną kłapą w szpic. Łączę tu w dużym kontraście



techniczną, fakturalną tkaninę pique ze szlachetną wełną w kratę stosowaną szczególnie do eleganckich garniturów dwurzędowych. Efekt użytej formy i tkaniny może być symbolicznie odbierany jako komunikowanie się z otoczeniem introwertyka lub jako walka z własnymi emocjami. Ogranicza nas bowiem zewnętrzna warstwa codziennych praw, a eksponowany w projekcie formalny element marynarki jakim jest kłapa w szpic, staje się przejawem łamania konwenansów. Tył kurtki posiada odszytą wyraźnie listwę karczka oraz workową kieszeń ozdobioną srebrną, wąską listewką. To odwołanie do awangardowego ubioru, gdzie tradycyjna funkcja użytkowa może być pominięta lub modyfikowana. Istotne uzupełnienie powyższego projektu stanowią szerokie, dość awangardowe spodnie z ogromnymi workowatymi kieszeniami i obniżonym krokiem. Obraz trzech dużych kieszeni w obrębie jednej sylwetki może symbolicznie odnosić się do introwertycznej natury człowieka. „Trzymać wszystko przy sobie”

Kolejnymi projektami są kombinezony - improwizacje(nr 8,9,10,11,12,13) na temat łączenia klasycznych elementów marynarki z elementami casualowymi lub z elementami zaczerpniętymi z odzieży roboczej. To bardzo mocny ostatnio trend, który symbolicznie chce uwolnić mężczyznę od jarzma klasyki dając mu indywidualną wypowiedź. Realizując projekty kombinezonów zastosowałem biało granatowo czarną tkaninę militarną, cienki ortalion przeznaczony na kurtki puchowe, poliestrową tkaninę z przeznaczeniem na zimowe okrycia, a także szlachetną wełnę z pięknym połyskiem z firmy Raymond. Kombinezony podzieliłem na mniej i bardziej formalne. W „formalnych”( nr 12,13) górą zastosowałem krój marynarki jednorzędowej oraz dwurzędowej. Uszyte są z poliestrowej tkaniny kurtkowej. Ciemno granatowy kolor w połączeniu ze srebrnymi lampasami na nogawkach i ramieniu oraz rozświetlająca sekcję twarzy biała koszula nadają im pomimo mocno casualowej formy eleganckiego charakteru. By oddalić skojarzenia z grzecznym charakterem ubioru mocno obniżam w kombinezonach sekcje kroku.

Eklektyczne(nr 8,9,10,11) to kombinacje elementów, których swobodny efekt podkreśla tkanina. I tak w jednym kombinezonie( nr10) połączyłem za pomocą bardzo cienkiego ortalionu fragmenty koszuli „Neru” ze spodniami dresowymi z gumą ściągającą nogawkę. Dla ogólnej dynamiki zastosowałem tu asymetrycznie umieszczone lampasy z czarnej skóry, które świetnie komponują się z ciemno granatowym ortalionem, dając dodatkowo całej sylwetce nowoczesny wizerunek w klimacie lat osiemdziesiątych.

W drugim eklektycznym kombinezonie(nr11) połączyłem kołnierz płaszczka Mackintosh, korpus klasycznej koszuli, szorty oraz klasyczne spodnie garniturowe. Dzięki zastosowaniu bardzo eleganckiej tkaniny wełnianej firmy Raymond, o lekkim satynowym połysku, otrzymałem mocno zabudowany, ale elegancki ubiór- hybrydę. Konotacje z ubiorem roboczym lat dwudziestych są tu dość wyraźnie widoczne. By wprowadzić do sylwetki nieco lekkości i awangardowego klimatu dodałem po prawej stronie wzdłuż szwów bocznych lampasy ze srebrnej sztucznej skóry. Podobnie jak w poprzednich projektach nie stosuje zewnętrznego stębnowania oraz widocznych zapięć. Puryzm i geometrię kolekcji uzupełnić chciałem poprzez projekt koszul, których w sumie jest osiem. Mają

tę samą formę, taliowany krój i tę samą zastosowaną zasadę pionowego pasa na plisie frontu skonstruowanego kolorystycznie z poziomym pasem na plecach w karczku. Wszystkie koszule mają ten sam kołnierz – kryty Button down odznaczający się wyrafinowaną formą, a będącą kombinacją kołnierzy, klasycznego Kent z casualowym Button down. Z jednej strony kołnierz jest bardzo elegancki i zachowuje czystą formę nieskalaną zewnętrzną stębnówką, z drugiej strony zachowuje elementy sportowe w postaci ukrytego pod rogami podpięcia na guziki. Ta znana kombinacja odnosi się do uporządkowania funkcji użytkowej z estetyczną. Zapinane w sposób niewidoczny, gwarantują czysty przekaz kompozycji bez zagnieceń tkaniny, odstających rogów itp. Do kolekcji włączyłem koszule w trzech kolorach, granatowym, bordowym i białym. To trzy kolory występujące w aktualnych trendach. Dwa są ponadczasowymi klasykami, które w odzieży całodziennej, formalnej mają priorytetowe zastosowanie. Bordo choć także jest klasycznym kolorem, nie jest stosowany popularnie w dużych płaszczynach w kolekcjach męskich, ze względu na niezbyt twarzowy efekt. To dodatek nasycający gamę. Obecnie jest jednym z najmodniejszych kolorów w męskim ubiorze. Zestaw bordowej koszuli( 14) z granatowym pasem na froncie i białym, poziomym na plecach w połączeniu z szerokimi spodniami w kolorze granatowym jest elegancki i intrygujący. Koszule dopełniają sylwetki, stanowiąc niekiedy tło dla wydobycia efektu. Przemienne stosowane kolorowe pasy na froncie i plecach wzmacniają graficzny walor, inicjując rytm i wprowadzając zamieszanie.

Kolejna propozycja kolekcji (nr15) to inspirowana szerokimi japońskimi formami kompozycja zmodyfikowanego klasycznego płaszcza przeciwdeszczowego Mackintosh oraz szerokich spodni z dużym mankietem w stylu lat, 30. Dodatkowe pionowe cięcia i warstwy na rękawach i korpusie płaszcza, oraz skośne karczki na ramionach zbudowały prostą i wielowarstwową bryłę. W zestawieniu z szerokimi spodniami zaprasowanymi na kant otrzymujemy manieryczną formę, dla której dystans i elegancja są priorytetem. Płaszcz uszyty został z technicznej tkaniny firmy Nino, z zastosowaną apreturą uodparniającą na wszelkie plamy. Spodnie uszyte ze szlachetnej wełny firmy Raymond, na którą można zastosować dowolną formę wykończenia zabezpieczającą tkaninę przed niekorzystnymi działaniami zewnętrznymi.

Przedostatnia sylwetka(nr16) inspirowana jest stylem lat trzydziestych. Jest kombinacją elementów klasycznego płaszcza Chesterfield, bordowej koszuli oraz bardzo szerokich spodni na wysokim stanie. Przedzielenie kroju płaszcza gładką techniczną tkaniną oraz strukturalną tkaniną pique a także zmiana kształtu formalnej kłapy w szpic zaowocowała elegancką asymetryczną kompozycją.

W połączeniu z bordową koszulą płaszcz przypomina nieco styl lansowany na początku lat osiemdziesiątych przez niemiecką grupę Kraftwerk.

Ostatnią sylwetką(nr17) jest krótki blezer z nałożonymi warstwami tkaniny. W zamyśle odnosi się do formy marynarki zaprojektowanej w 1962 roku przez Pierra Cardin dla zespołu The Beatles. Uszyty z technicznej tkaniny strukturalnej jest prosty i charakterystyczny zarazem. Towarzyszy mu biała koszula z granatowym pasem plisy

( zastępującym krawat), podkreślając sekcje twarzy i szyi. Nieduża forma blezera dobrze koresponduje z szerokimi spodniami z dodatkowym panelem tkaniny na prawej nogawce. Całość jest elegancka i awangardowa z wpisanim klimatem japońskich, obszernych form. Podsumowując opis kolekcji chciałbym wymienić najważniejsze dla niej aspekty.

1. Inspiracje będące wynikami ankiety oraz stylem klasycznym lat 30. 60. 80. XX wieku z delikatnym niemieckim i japońskim charakterem.
2. Estetyka wpisana w proste formy i ciemną kolorystykę, jako potencjalnie najlepszą dla mężczyzn w różnym wieku.
3. Tkaniny wełniane, bawełniane, techniczne z Instytutu Włókiennictwa w Łodzi, firm Getzner, Nino, Raymond, Paulu de Oliviera jako obraz współczesnego przemysłu odzieżowego
4. Nowe technologie zastosowane w konfekcjonowaniu. Najnowocześniejsze nici firmy Gutermann Micro Core Technology, zmienno postaciowe termiczne włókny PCM firmy Freudenberg zastosowane w wykończeniach wnętrza marynarek, spodni, kombinezonów, płaszczy.

Pisząc o wykończeniu w marynarkach stosuję kombinacje różnych podszewek związanych z tematem pracy. Są tam podszewki: drukowana w moro pikselozę, w drobne granatowo białe paski oraz podszewki granatowa i pomarańczowa. Pamiętać trzeba, iż w konfekcji męskiej sposób wykończenia wnętrza jest bardzo ważny. Świadczy bowiem o klasie i jakości ubioru. Jest istotny dla efektywności sprzedaży. Takie szczegóły jak kolorowe wypustki, ramki kieszonek, wewnętrzne stębnowanie itp. współcześnie muszą być uwzględnione w każdej kolekcji pretendującej do wyższej jakości. W proponowanych przez mnie ubiorach wszędzie zastosowałem szwy kryte lub lamowanie kontrastową podszewką. Widać to szczególnie w kombinezonach, gdzie całe wnętrze lamowane jest pomarańczową podszewką, wprowadzającą dodatkowy energetyczny motyw.

W płaszczach zaprojektowałem wnętrze na półpodszewce, gdzie również poszczególne elementy i szwy wylamowane są odpowiednią podszewką. Takie działania oprócz wizualnej precyzji dają estetyczne i eleganckie wnętrze.

Dodać chciałbym iż ważną rolę w stylizacji kolekcji pełnią skórzane, czarne rękawiczki, będące symbolem wysokiej autonomii, elegancji i władzy. Zakryte dłonie dodatkowo porządkują stylizację wprowadzając dystans wobec otoczenia.

251 – 306. Zdjęcia kolekcji autorskiej. Projekty Andrzej Foder, zdjęcia Marcin Witkowski.



Sylwetka nr 1



Sylwetka nr 1, detale





Sylwetka nr 2



Sylwetka nr 2, detale



Sylwetka nr 2, detale





Sylwetka nr 3



Sylwetka nr 4



Sylwetka nr 4, detale





Sylwetka nr 5, detale



Sylwetka nr 5



Sylwetka nr 5, detale



Sylwetka nr 6, detale



Sylwetka nr 6





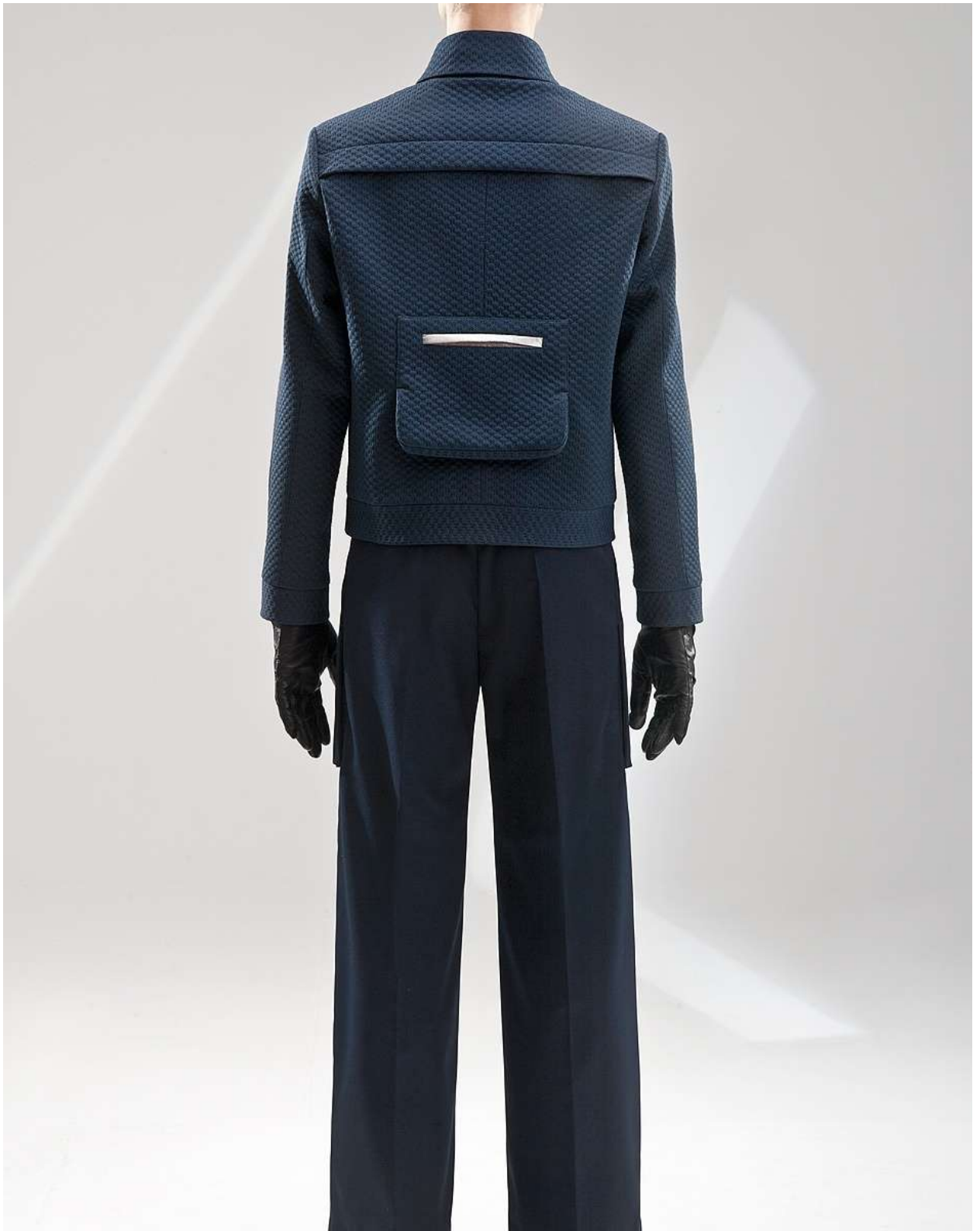
Sylwetka nr 6, detale



Sylwetka nr 7, detale



Sylwetka nr 7



Sylwetka nr 7, detale



Sylwetka nr 7, detale



Sylwetka nr 8





Sylwetka nr 8, detale



Sylwetka nr 9



Sylwetka nr 9, detale



Sylwetka nr 10



Sylwetka nr 10, detale



Sylwetka nr 11, detale





Sylwetka nr 11



Sylwetka nr 11, detale



Sylwetka nr 12



Sylwetka nr 12, detale



Sylwetka nr 13



Sylwetka nr 13, detale





Sylwetka nr 14



Sylwetka nr 15



Sylwetka nr 15, detale



Sylwetka nr 16



Sylwetka nr 16, detale



Sylwetka nr 17, detale





Sylwetka nr 17



Sylwetka nr 17, detale



Sylwetka nr 17, detale

## Rodział 6

### Podsumowanie i wnioski.

Współczesny mężczyzna polski pod względem myślenia o ubiorze jest w dalszym ciągu na początku długiej drogi do prawdziwie profesjonalnego i modnego wyglądu, ale mimo że do ideału męczyzny z Italii dzieli go spory dystans, już dziś wpisuje się stopniowo w europejski styl noszenia dobrego ubioru.

Podsumowując wnioski wynikające z kilku wątków opisanych w niniejszej pracy, jak stylizacje polskich mężczyzn, stylizacje mężczyzn z Europy Zachodniej, własne doświadczenie projektanta ubioru, zastosowanie innowacyjnych technologii w ubiorze i wreszcie proces badawczy oparty na odpowiedziach respondentów, należy stwierdzić że przyszłość ubioru męskiego klasycznego rysuje się w optymistycznej perspektywie. Odnosząc się do samej świadomości wagi ubioru, udowodnione zostało, iż zdecydowana większość ankietowanych polskich mężczyzn ma wiedzę na temat jego istotnego znaczenia dla relacji międzyludzkich. Około 90% zdaje sobie sprawę jak ważny jest wizerunek i odpowiednia stylizacja w sytuacji gdy chcemy pozyskać akceptację otoczenia i móc się z nim konstruktywnie i efektywnie porozumiewać. Pomimo nadprodukcji odzieży, wszelkich dóbr materialnych, ogromnej możliwości wyboru i masy informacji płynących z komunikatorów, stosunek do ubioru klasycznego nie został zanegowany jako archaiczny czy odstający od rzeczywistości. Wręcz przeciwnie. Pozycja klasycznego ubioru męskiego umocniła się.

### **SILNA POZYCJA UBIORU KLASYCZNEGO JAKO UBIORU MĘSKIEGO I UNIWERSALNEGO**

Odczuwane jest poszanowanie dla kanonu, który gwarantuje sprawdzone i bezpieczne rozwiązania. Wśród ankietowanych przytłaczająca większość niezależnie od orientacji seksualnej, wieku i wykształcenia potwierdziła uniwersalną wartość takiej odzieży. Szczególnie akceptowany jest ten fakt wśród młodych, licealistów i studentów, którzy pomimo poszukiwania własnego stylu doceniają ponadczasową wartość marynarki, spodni na kant, białej koszuli i krawata.

Można to tłumaczyć pojawiającym się wśród młodych osób formą konserwatyzmu budzącym w młodych umysłach obawę przed zaszeregowaniem do grupy homoseksualnej, presją rodziny i otoczenia zmuszającą młodzież do myślenia na serio o dorosłym życiu.

W pewnym sensie potwierdza tę myśl najniższy stopień akceptacji dla męskich spódnic. Większą tolerancję wykazali tu dorośli, pracownicy umysłowi, którzy będąc w średnim wieku nie mają problemu z akceptacją kolorowej odzieży. To można uznać za optymistyczne, gdyż udowadnia tezę, że grupa ta powinna być dobrym konsumentem mody i jej trendów. Chociaż sama chęć zakupu i noszenia kolorowej marynarki to jeszcze nie wszystko. Należy mieć świadomość jak i kiedy ją nosić, w jakich zestawach i z jakimi butami najlepiej będzie się prezentować. Z tym u polskich mężczyzn nie jest jeszcze najlepiej. Dzielą troskę o tworzenie stylizacji ze swoimi dziewczynami, żonami, matkami. Prawdę mówiąc w 80% rodzin polskich kobieta decyduje co i kiedy jej mężczyzna ubierze. W praktyce polski mężczyzna łączy ubiory przeważnie poprzez spójność kolorystyczną, ale

już nie poprzez spójność tkanin. Często robi błąd nadmiernego wystrojenia się lub fatalnego doboru dodatków. Porównując stylizacje mężczyzn polskich i zachodnio europejskich różnica w jakości wizerunku jest widoczna i niekorzystna niestety dla Polaków. Jednak sama już chęć noszenia ponadstandardowych stylizacji, akceptacja kolorów, czerpanie satysfakcji z posługiwania się ubiorem dobrze rokują na przyszłość. W dużych miastach coraz częściej na ulicach można spotkać oryginalnie i elegancko ubranych (przeważnie młodych) mężczyzn. Spory procent to korporacyjni garniturowcy lub pracownicy ogólnie pojętego biznesu. Wiele z tych stylizacji ocenić można z uznaniem. Szczególnie wśród młodych mężczyzn pracowników kancelarii adwokackich, korporacji, biur consultingowych jakość odzieży jest pierwszorzędną. Pomaga w tym oczywiście sytuacja materialna jak również funkcjonowanie w określonym środowisku, które wymusza pewien standard. Lepiej sytuowani mężczyźni mają większe potrzeby i doskonałą orientację w markowej odzieży, także tej szytej na miarę.

#### **ZAINTERESOWANIE PERSONALIZACJĄ I WYSOKĄ JAKOŚCIĄ UBIORU KLASYCZNEGO**

Wśród takich właśnie osób coraz liczniejsza grupa snobuje się pozytywnie na made to measure koszul, garniturów, marynarek, obuwia. Wiedzą czego chcą, doceniają najwyższą jakość, personalizację ubiorów. Potrafią doskonale komponować swoją garderobę zwracając uwagę na najdrobniejsze szczegóły. Niestety w kraju jest takich osób mniej niż 5% męskiej populacji. Oni będą pierwszymi klientami korzystającymi z innowacyjnych technologii stosowanych w ubiorze, choć jak pisałem, jestem dość sceptycznie do tego zjawiska ustosunkowany. Technologie dające w użytkowaniu realny pożytek na pewno zostaną zaakceptowane, jednak w umysłach wyrafinowanych mężczyzn jakość tkanin, sznyt i marka będą jak do tej pory sprawami priorytetowymi.

Przytoczę przykład, gdy jako projektant Wólczanki zamawiałem do kolekcji biznesowych koszul tkaniny z wykończeniem aloesowym – antyalergicznym, lub z jonami srebra bakteriobójczym. Pomimo odpowiednio atrakcyjnego obrendowania i czytelnej informacji, sprzedaż tych koszul nie przewyższała sprzedaży koszul standardowych. Oczywiście było to kilka lat temu i może takie nowinki nie robiły na mężczyznach odpowiedniego wrażenia. Technologie termo aktywne optymalizujące temperaturę, niedopuszczające do przegrzania ciała oraz technologie stosujące powłoki teflonowe zabezpieczające ubiór przed plamami, brudem i kurzem mają moim zdaniem największe szanse w regularnej produkcji garniturów. Potwierdza to również przedstawiciel wymienionej w pracy portugalskiej firmy Paolo di Oliveira produkującej tkaniny garniturowe. Spośród kilkunastu oferowanych wykończeń tkanin dzięki zastosowaniu najnowszych technologii, 90% zamawianych modyfikacji dotyczy powłok teflonowych.

#### **AKCEPTACJA WEARABLE I ZAINTERESOWANIE PRAKTYCZNYMI, INNOWACYJNYMI TECHNOLOGIAMI DOSKONALĄCYMI KLASYCZNĄ ODZIEŻ**

Inaczej sytuacja wygląda ze zjawiskiem wearable. Smartbandy i smartwatche są już w garderobie każdego mężczyzny prowadzącego zdrowy tryb życia. Oprogramowane krokomierze podobnie. W zdrowie warto inwestować. Gdyby z punktu ekonomicznego

i technologicznego możliwe było zastosowanie w długich seriach produkcyjnych garniturów z elektrochipami monitorującymi pracę serca byłby to z pewnością hit. Być może jest to kwestia najbliższej przyszłości. W dobie miniaturyzacji i rozwijającej się nanotechnologii jest to bardziej realne niż nam się zdaje i dziwne jest że do dziś żadna duża firma odzieżowa nie zaryzykowała podobnej produkcji. Na razie mamy tylko próby w odzieży sportowej i obuwiu, co opisałem w powyższej pracy. Wiemy już, że klasyczna odzież męska pozostaje na stabilnej pozycji z akceptacją u większości polskich mężczyzn niezależnie od wieku i wykształcenia. Co jednak z męską percepcją i myśleniem o samej formie i kolorze? Czy wraz z kolejnymi trendami zmieniającymi proporcje ubiorów formalnych, priorytetem młodego, sportowego wyglądu i rozwojem technologii zmieniło się także tradycyjne postrzeganie męskich ubrań?

Jako projektant pracujący od 1991 roku przy tworzeniu męskich kolekcji, mogę stwierdzić, iż fala akceptacji dla eksperymentów lub dla śmiałych trendów w męskiej modzie przebiega sinusoidalnie i jest uzależniona od wygenerowanych potrzeb i zewnętrznych warunków polityczno socjologicznych.

Gdy zaczynałem pracę w PRÓCHNIK SA, wówczas odzieżowym giance zatrudniającym w swoich zakładach ok. 2 tys pracowników, sprzedaliśmy do zerowego stanu magazynowego serie płaszczy męskich liczących w jednym modelu 60-100 tys sztuk. Większość w ryzykownych obecnie kolorach: popielato szarym, ceglastym, kamelowym, jasno niebieskim, bordowym, groszkowym. Były to czasy zmiany ustrojowej, gdzie większość społeczeństwa spragniona była odmiany i akceptowała nawet śmiałe kolory w męskiej odzieży. W tym czasie, na początku lat 90 najgorzej sprzedającym się kolorem w okryciach wierzchnich był kolor granatowy, dziś wyznacznik prawdziwej elegancji, wówczas symbol socjalistycznej gospodarki kojarzący się z atlasowym fartuchem woźnej z podstawówki.

Podobną akceptację jak mocny kolor zyskiwały nowoczesne tkaniny oraz modne wzornictwo oparte jeszcze na przesadzonych proporcjach nawiązujących do lat 80. XXw. Zaczynając pracę projektanta w 1991 roku byłem naiwny, bez jakiegokolwiek praktyki w przemyśle, a przez to pozbawiony stresu i zachamowań związanych z myśleniem prosprzedażowym. To skutkowało tym, że w sposób lekki i nieskrępowany wybierałem do produkcji nowości tkaninowe jakich jeszcze na polskim rynku nie było. Pomimo obaw o końcowy efekt ówczesna dyrekcja Próchnik SA pozwalała mi na takie eksperymenty i o dziwo okazywało się, że awangardowe, dwutonowo mniemiące się bawełniane tkaniny zielono czerwone ( z efektem change change), czy kolorowe lny przeznaczone na letnie marynarki sprawdziły się. Płaszcze i letnie garnitury sprzedały się bardzo dobrze. Pomimo odważnych działań w obrębie kroju, tkaniny i koloru nie było wtedy negatywnych komentarzy kojarzących taki ubiór z inną orientacją seksualną. Wywaczało się zdecydowanie dużą akceptację dla mody. Ten pozytywny stan utrzymywał się około piętnastu lat. Gdy pracując w Wólczance SA wprowadzałem na rynek odzieży męskiej linie koszul AVANGARD, LETTFIELD, LAMBERT koszule zostały przyjęte entuzjastycznie pomimo zerowej właściwie kampanii reklamowej.



AVANGARD była propocją dopasowanych do figury koszul szytych z wysokiej jakości tkanin włoskich w bardzo odważnych zestawach kolorystycznych. Różowo czerwone, błękitno kobaltowe kraty, multikolorowe żakardy, skośne granatowo białe pasy wyróżniały się w salonach na tle innych stonowanych kolorystycznie koszul. Sam krój też był inny niż zazwyczaj. Duże kołnierze ze stójkami zapinanymi na dwa guziki, dwie lub cztery zaszewki wyszczuplające na plecach, skrócona długość pozwalająca nosić koszulę na spodniach stanowiły o wyjątkowości produktu. Dodatkowo, by podtrzymać unikalny charakter koszula zapakowana była w małe, kwadratowe przezroczyste plastikowe pudełko. Całość sprawiała wrażenie mocno futurystyczne. Była to zupełna nowość na polskim rynku i pomimo obaw sprzedawała się znakomicie, znacznie przewyższając początkowe wyliczenia działu sprzedaży. Patrząc z perspektywy czasu sprzedaż takiej ilości, tak kolorowych koszul obecnie byłaby niemożliwa ze względu na zmianę percepcji mężczyzn jak również ze względu na rozwój radykalnych poglądów plasujących intensywny kolor jako oscentacyjny i charakterystyczny dla mężczyzn homoseksualnych. Podobnie wyglądało pojawienie się na polskim rynku pierwszej luksusowej koszuli o klasycznym wzornictwie LAMBERT.

Szalenie elegancka wzorowana na koszulach Ch Dior. Szyta z prawdziwej egipskiej bawełny, przeważnie z gładkich, bardzo drogich tkanin o świetlistej poświacie, w pastelowych barwach, luksusowo obrendowana rypsowymi etykietami żakardowymi, zapakowana w białą bibułę i białe kartonowe pudełko sprzedawała się w ilości dziesięciokrotnie większej niż zakładano! Świadczyło to o zainteresowaniu wysokiej jakości produktem całodziennym, klasycznym przeznaczonym do pracy w biurze i na biznesowe spotkania.

Jedynym sygnałem świadczącym o prowincjonalnych przyzwyczajeniach polskich mężczyzn były uwagi klientów oraz sygnały z działu sprzedaży, by w produkcji ograniczyć kolor różowy, który wnoszącym te sugestie jednoznacznie kojarzył się niemęsko. Dziś kolor różowy jest już w klasycznych koszulach akceptowany i traktowany prawie tak jak uniwersalny błękit, a kolor granatowy tak nie lubiany na początku lat 90 XX wieku wrócił na należne mu miejsce najbardziej eleganckiego koloru w ubiorze mężczyzny, idealnego w biznesowym dress code.

Ostatnie dziesięć lat udawadniają, że polscy mężczyźni zaczynają myśleć o swoim ubiorze jak Europejczycy, już nie jak o praktycznej konieczności, ale jak o wizytówce. Potwierdzają to wyniki ankiety, w której pytanie „czym dla mężczyzny jest ubranie?“, jest chyba najważniejsze.

## **NOWOCZESNE MYŚLENIE O UBIORZE JAKO O WŁASNEJ WIZYTÓWCE**

### **I NARZĘDZIU KOMUNIKACJI MIĘDZYLUDZKIEJ**

Świadomość znaczenia ubioru kształtuje także przychylność i akceptacja dla kolorowego ubioru, co również potwierdzają odpowiedzi ankiety jak również sprzedaż kolorowego asortymentu obejmującego przede wszystkim smart casual.

## **AKCEPTACJA KOLOROWYCH UBIORÓW SMART CASUAL**

W ofercie dobrych firm garniturowych znajdują się w linii casual i smart casual kolorowe marynarki, spodnie, koszule, polówki, muszki, poszetki, skarpety, które można wykorzystać do stylizowania modnych outfitów. Widoczny jest duży postęp w projektowaniu aktualnych kolekcji i ich duża zgodność z trendami mody. Włoski styl staje się coraz bardziej obecny na polskich ulicach i jest bardziej zrozumiały zarówno przez mężczyzn jak i przez kobiety.

### **ZMIANA W PERCEPCJI POLSKICH MĘŻCZYŹN, AKCEPTACJA WŁOSKIEGO STYLU, DAŻENIE DO ELEGANCJI**

Jednak bardzo ważne w jego popularyzowaniu jest umiejętne i nie przesadne prezentowanie właściwych dla polskich realiów stylizacji. Myślę o takim dostosowaniu włoskiej, czy angielskiej mody by nie zmuszać mężczyzn do dosłownego kopiowania. Polski mężczyzna nie może bezkrytycznie przyswajać południowo europejskiego stylu, by wyglądać dokładnie tak jak elegancki Włoch czy Portugalczyk. Nie sprzyja temu słowiańska uroda, klimat, otoczenie, tradycja, filozofia życia. Mniej znaczy więcej. Należy wypośredkować środki wyrazu i tak skomponować ubiór, by wizerunek był korzystny i nie nadmiernie efektowny. Mężczyzna powinien wyglądać atrakcyjnie, swobodnie i nowoczesnie, a ubiór musi być tej idei podporządkowany.

Kończąc chciałbym poruszyć jeszcze powszechnie obecny problem samodzielnego podejmowania decyzji w sprawie własnej garderoby, oraz złych przyzwyczajzeń wyniesionych z domu. Większość polskich mężczyzn zdaje się na gust kobiet, matki, dziewczyny, żony. To one decydują o tym co właściwe i co mężczyzna będzie nosił. Nie zawsze takie decyzje są trafne. Często spychają one potrzeby mężczyzny na drugi plan lub traktują to zadanie jako zło konieczne. By uzyskać wysoki poziom świadomości ubioru i elegancji, mężczyzna sam w oparciu o dostępną wiedzę oraz metodą prób i błędów powinien nauczyć się podejmować decyzje i optymalnie dostrajać własną garderobę. Prawie w każdym drzemie wrodzona zdolność właściwego doboru elementów ubioru. Jak już wcześniej pisałem przymus potrzeby wyzwala kreatywne działanie, które dotyczy także kwestii ubioru. Drugą sprawą, czyniącą wiele złego dla wizerunku mężczyzny i dla kultury ubioru jest wyniesione z domu przyzwyczajenie do bylejakości. Nie można generalizować tego zjawiska, ale jest ono dość silnie zakorzenione w polskim społeczeństwie.

Negatywnym przykładem jest podział na ubiór niedzielny, tygodniowy i ten po domu, do znoszenia. Idąc takim tropem mężczyzna nigdy nie osiągnie optymalnego, wyrównanego poziomu swojej garderoby, a tym samym nigdy nie będzie elegancki. Nie chodzi tu o jakieś nadmierne strojenie się, ale o utrzymanie dobrego standardu, którym dobrze zaświadczy o kulturze osobistej. Uogólniając i upraszczając jedyny podział jaki powinno się stosować to ten na ubiór całodzienny, przedpołudniowy, popołudniowy, wieczorowy, ( każdy w zależności od miejsca i okoliczności). Życie jest zbyt krótkie, by donaszać stare szmaty. Doceniając codzienną estetykę ubioru czynimy trochę lepszym świat i sprawiamy sobą innym przyjemność.

### **DOBRE UBRANY MĘŻCZYŹNA POWINIEN CZYNIĆ ŚWIAT LEPSZYM.**

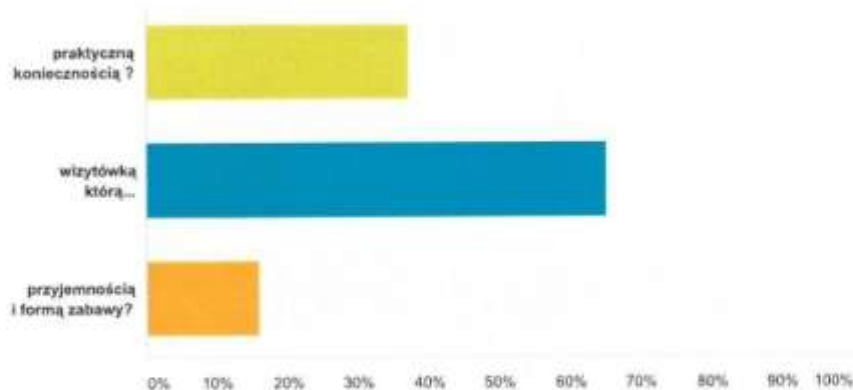
Tym przestaniem chciałbym zakończyć moją pracę.

## **ZAŁĄCZNIK**

**Ankieta procesu badawczego (portalu Suervy Monkey) przeznaczona dla mężczyzn.**

Q1 Czym dla mężczyzny jest ubranie?

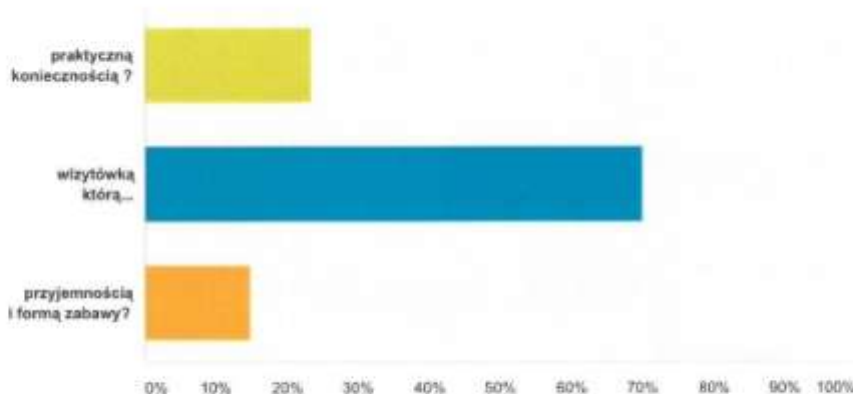
Answers: 232 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
praktyczną koniecznością ?	37.07% 86
wizytówką którą przekazuje informacje o sobie i o swoich upodobaniach ?	65.09% 151
przyjemnością i formą zabawy?	15.95% 37
Total Respondents: 232	

Q1 Czym dla mężczyzny jest ubranie?

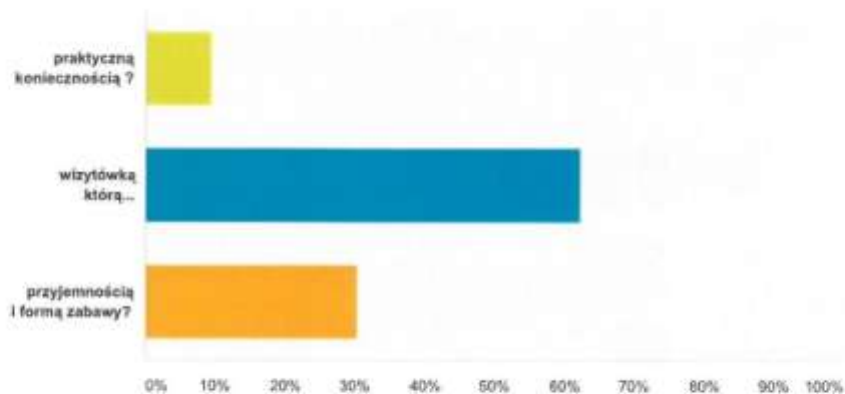
Answers: 322 Skipped: 4



Answer Choices	Responses
praktyczną koniecznością ?	23.29% 75
wizytówką którą przekazuje informacje o sobie i o swoich upodobaniach ?	69.88% 225
przyjemnością i formą zabawy?	14.91% 48
Total Respondents: 322	

Q1 Czym dla mężczyzny jest ubranie?

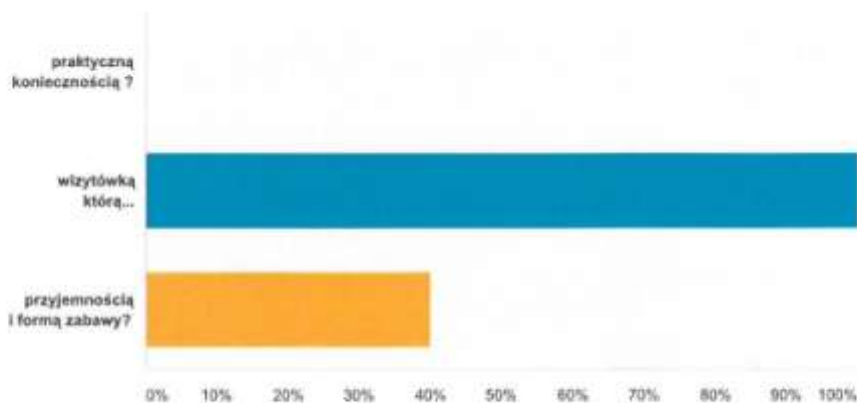
Answered: 53 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
praktyczną koniecznością ?	9.43% 5
wizytówką którą przekazuje informacje o sobie i o swoich upodobaniach ?	62.26% 33
przyjemnością i formą zabawy?	30.19% 16
Total Respondents: 53	

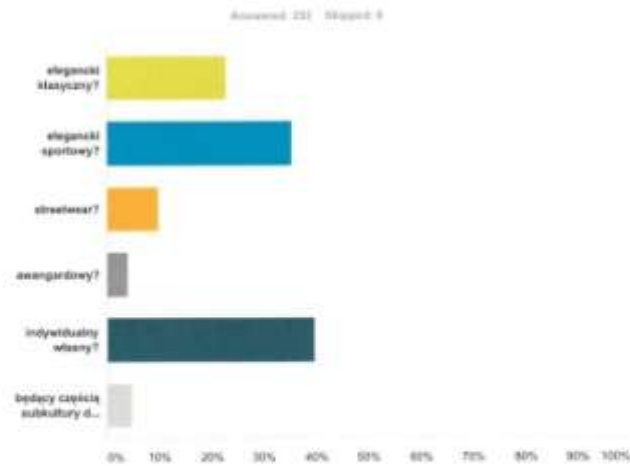
Q3 Czym dla mężczyzny jest ubranie?

Answered: 10 Skipped: 0



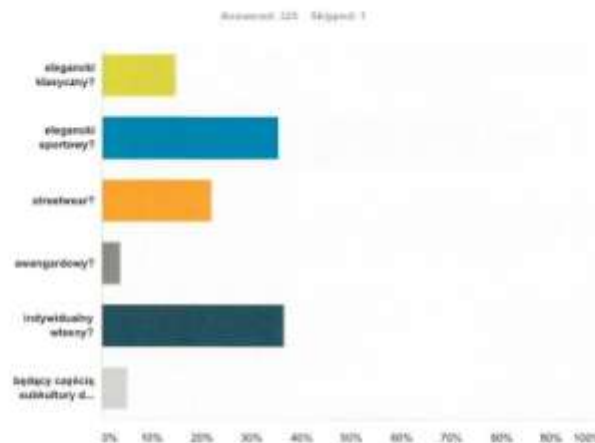
Answer Choices	Responses
praktyczną koniecznością ?	0.00% 0
wizytówką którą przekazuje informacje o sobie i o swoich upodobaniach ?	100.00% 10
przyjemnością i formą zabawy?	40.00% 4
Total Respondents: 10	

Q2 Jaki styl ubioru preferujesz na co dzień ?



Answer Choices	Responses
elegancki klasyczny?	22.84% 53
elegancki sportowy?	26.54% 62
streetwear?	9.81% 23
awangardowy?	3.88% 9
indywidualny własny?	38.68% 93
będący częścią subkultury do której należysz?	4.78% 11
Total Respondents: 132	

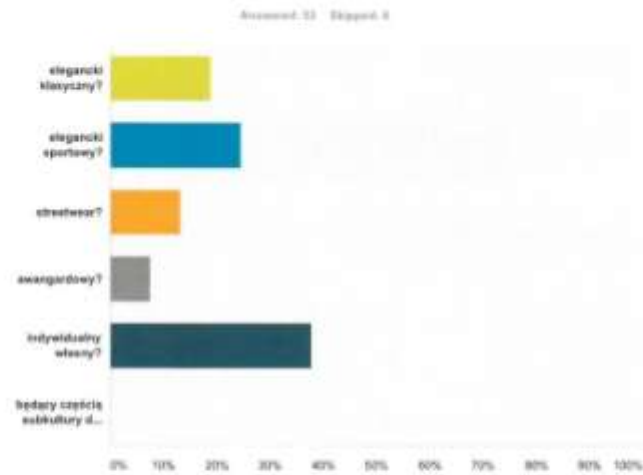
Q2 Jaki styl ubioru preferujesz na co dzień ?



Answer Choices	Responses
elegancki klasyczny?	14.77% 46
elegancki sportowy?	35.34% 113
streetwear?	21.65% 71
awangardowy?	3.89% 12
indywidualny własny?	36.62% 119
będący częścią subkultury do której należysz?	5.23% 17
Total Respondents: 125	



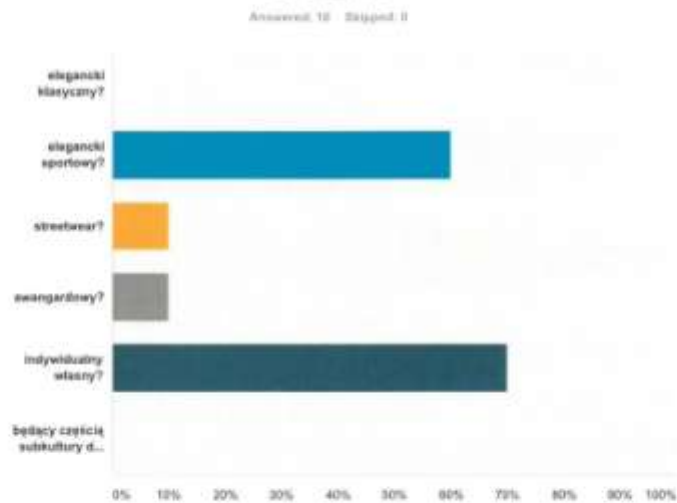
## Q2 Jaki styl ubioru preferujesz na co dzień ?



Answer Choices	Responses
elegancji klasyczny?	18.87% 10
elegancji sportowy?	24.83% 13
streetwear?	13.21% 7
awangardowy?	7.98% 4
indywidualny własny?	27.74% 20
będący częścią subkultury do której należysz?	0.00% 0
Total Respondents: 53	

## Ankieta dla mężczyzn - projektantów ubioru męskiego

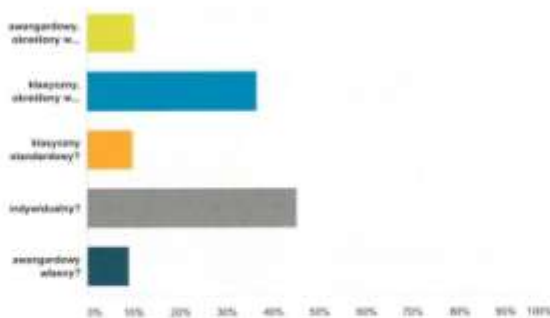
## Q4 Osobiście jaki styl ubioru preferujesz na co dzień ?



Answer Choices	Responses
elegancji klasyczny?	0.00% 0
elegancji sportowy?	60.00% 6
streetwear?	10.00% 1
awangardowy?	10.00% 1
indywidualny własny?	20.00% 2
będący częścią subkultury do której należysz?	0.00% 0
Total Respondents: 10	

Q3 Jaki ubiór dla młodego mężczyzny jest lepszy ?

Answered: 224 Skipped: 0

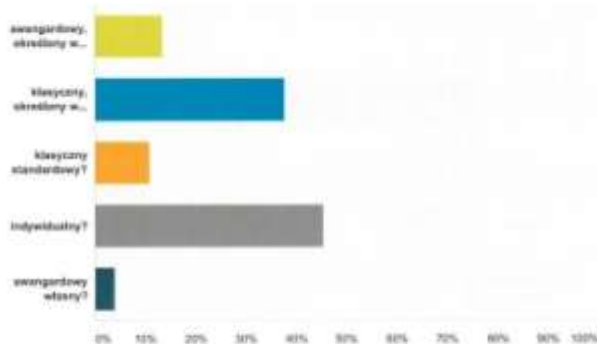


Answer Choices	Response
swobodny, skrojony w nowoczesnych trendach?	14.27% 23
klasyczny, skrojony w nowoczesnych trendach?	36.91% 61
klasyczny standardowy?	9.02% 15
indywidualny?	46.89% 81
swobodny własny?	3.02% 5
Total Respondents: 224	

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

Q3 Jaki ubiór dla młodego mężczyzny jest lepszy ?

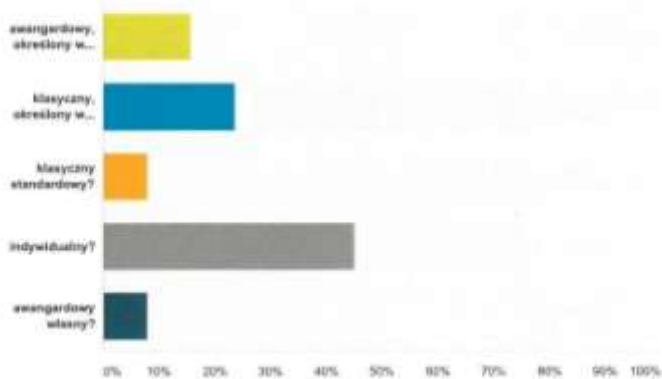
Answered: 222 Skipped: 0



Answer Choices	Response
swobodny, skrojony w nowoczesnych trendach?	13.51% 30
klasyczny, skrojony w nowoczesnych trendach?	37.88% 85
klasyczny standardowy?	16.67% 37
indywidualny?	45.24% 101
swobodny własny?	4.84% 11
Total Respondents: 222	

Q3 Jaki ubiór dla młodego mężczyzny jest lepszy ?

Answered: 51 Skipped: 3

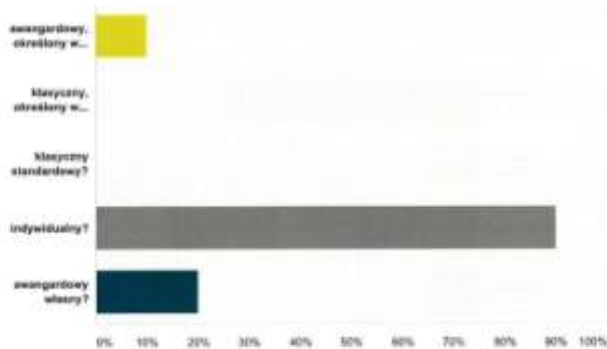


Answer Choices	Response
swobodowy, określony w nowoczesnych trendach?	15.69% 8
klasyczny, określony w nowoczesnych trendach?	25.53% 12
klasyczny standardowy?	7.84% 4
indywidualny?	45.19% 23
swobodowy własny?	7.84% 4
Total Respondents: 51	

Ankieta dla mężczyzn - projektantów ubioru męskiego

Q5 Jaki ubiór dla mężczyzn w wieku 18 - 28 lat jest lepszy ?

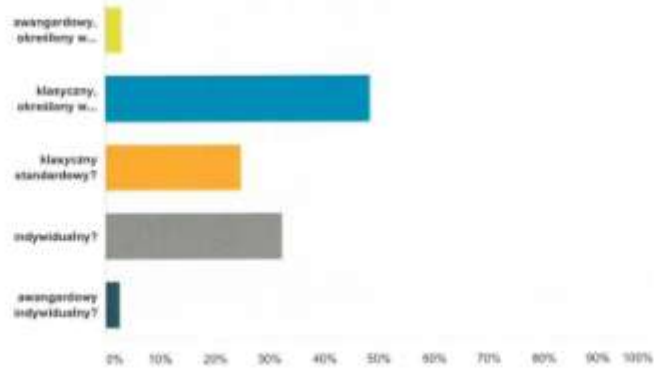
Answered: 18 Skipped: 0



Answer Choices	Response
swobodowy, określony w nowoczesnych trendach?	10.00% 1
klasyczny, określony w nowoczesnych trendach?	0.00% 0
klasyczny standardowy?	0.00% 0
indywidualny?	90.00% 9
swobodowy własny?	20.00% 2
Total Respondents: 18	

Q4 Jaki ubiór dla mężczyzny w średnim wieku jest lepszy ?

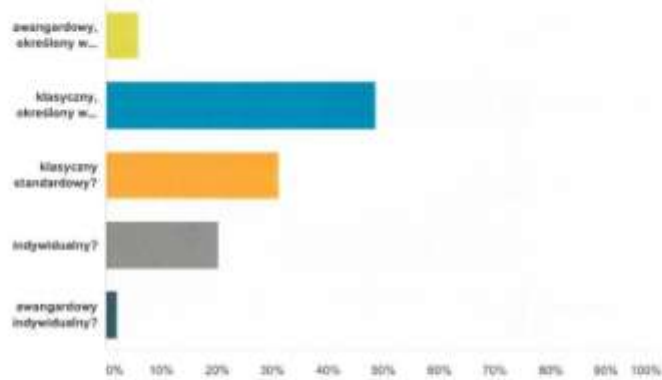
Answered: 229 Skipped: 3



Answer Choices	Responses
zwangardowy, określony w nowoczesnych trendach?	3.9% 7
klasyczny, określony w nowoczesnych trendach?	46.47% 111
klasyczny standardowy?	34.89% 87
indywidualny?	32.31% 78
zwangardowy indywidualny?	2.42% 6
Total Respondents: 229	

Q4 Jaki ubiór dla mężczyzny w średnim wieku jest lepszy ?

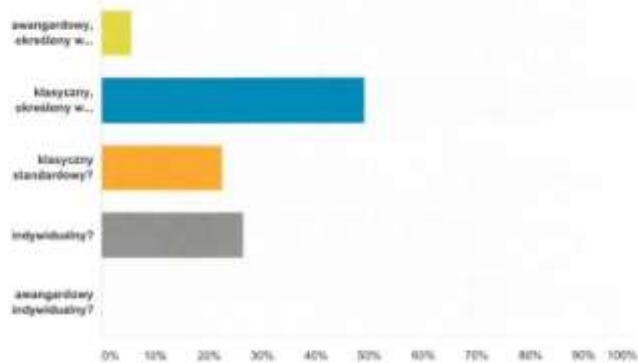
Answered: 322 Skipped: 4



Answer Choices	Responses
zwangardowy, określony w nowoczesnych trendach?	5.9% 19
klasyczny, określony w nowoczesnych trendach?	46.43% 150
klasyczny standardowy?	31.88% 103
indywidualny?	20.19% 65
zwangardowy indywidualny?	2.17% 7
Total Respondents: 322	

Q4 Jaki ubiór dla mężczyzny w średnim wieku jest lepszy ?

Answered: 53 Skipped: 0



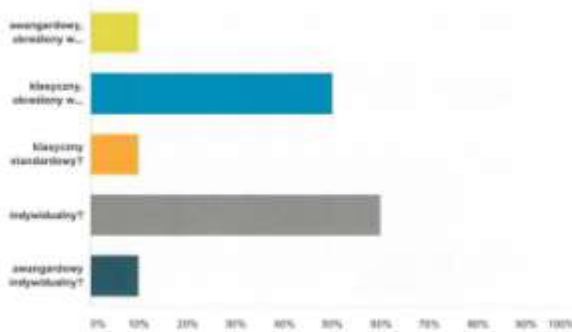
Answer Choices	Response
swobodny, okrojony w nowoczesnych trendach?	8.60% 1
klasyczny, okrojony w nowoczesnych trendach?	48.00% 26
klasyczny standardowy?	22.64% 12
indywidualny?	26.42% 14
swobodny indywidualny?	0.00% 0

Total Respondents: 53

Ankieta dla mężczyzn - projektantów ubioru męskiego

Q6 Jaki ubiór dla mężczyzny w wieku 35 - 60 lat jest lepszy ?

Answered: 10 Skipped: 0

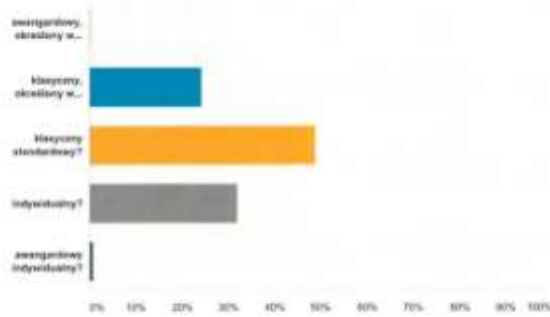


Answer Choices	Response
swobodny, okrojony w nowoczesnych trendach?	10.00% 1
klasyczny, okrojony w nowoczesnych trendach?	50.00% 5
klasyczny standardowy?	10.00% 1
indywidualny?	50.00% 5
swobodny indywidualny?	10.00% 1

Total Respondents: 10

Q5 Jaki ubiór dla mężczyzn po 70 roku życia jest najlepszy?

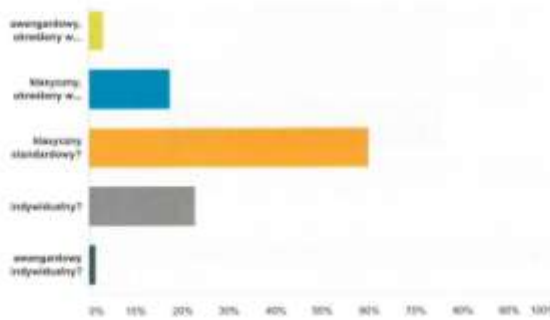
Answered: 231 Skipped: 0



Answer Choice	Response
awangardowy, okrojony w nowoczesnych trendach?	3.46% 1
Klasyca, okrojony w nowoczesnych trendach?	25.28% 58
Klasyca standardowy?	48.82% 112
indywidualny?	32.03% 74
awangardowy indywidualny?	0.37% 1
Total Respondents: 231	

Q5 Jaki ubiór dla mężczyzn po 70 roku życia jest najlepszy?

Answered: 122 Skipped: 4

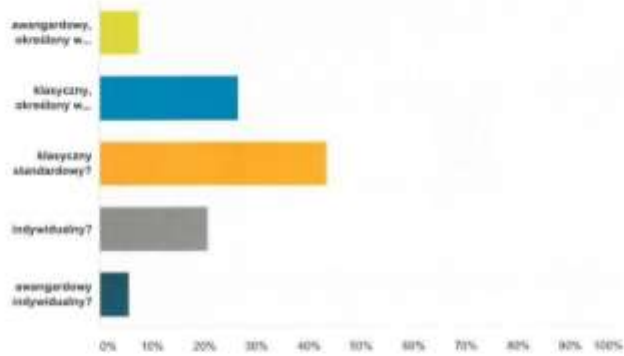


Answer Choice	Response
awangardowy, okrojony w nowoczesnych trendach?	3.11% 10
Klasyca, okrojony w nowoczesnych trendach?	17.38% 56
Klasyca standardowy?	59.94% 193
indywidualny?	32.47% 113
awangardowy indywidualny?	1.88% 6
Total Respondents: 122	



Q5 Jaki ubiór dla mężczyzn po 70 roku życia jest najlepszy?

Answered: 33 Skipped: 0

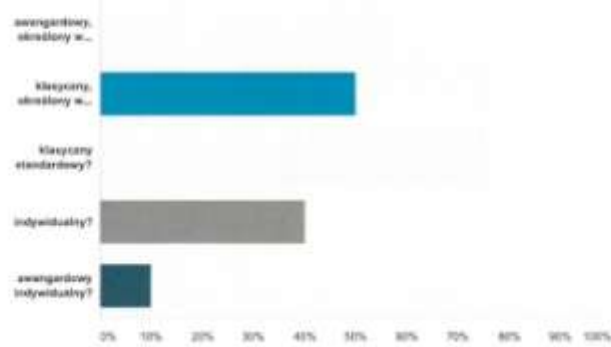


Answer Choices	Response
awangardowy, skrojony w nowoczesnych trendach?	7.58% 4
klasyczny, skrojony w nowoczesnych trendach?	26.42% 14
klasyczny standardowy?	43.45% 23
indywidualny?	20.72% 11
awangardowy indywidualny?	1.82% 1
Total Respondents: 33	

Ankieta dla mężczyzn - projektantów ubioru męskiego

Q7 Jaki ubiór dla mężczyzn po 70 roku życia jest lepszy ?

Answered: 10 Skipped: 0



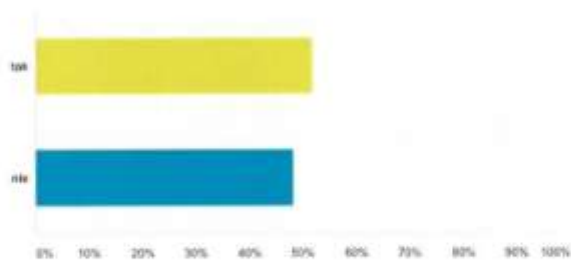
Answer Choices	Response
awangardowy, skrojony w nowoczesnych trendach?	0.00% 0
klasyczny, skrojony w nowoczesnych trendach?	50.00% 5
klasyczny standardowy?	0.00% 0
indywidualny?	40.00% 4
awangardowy indywidualny?	10.00% 1
Total Respondents: 10	

Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q6 Czy interesujesz się modą męską?

Answered: 232 Skipped: 0



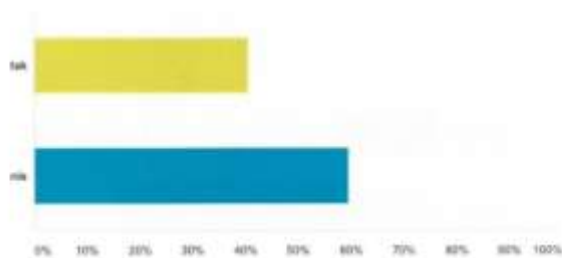
Answer Choices	Responses	Count
tak	51.72%	120
nie	48.28%	112
Total		232

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q6 Czy interesujesz się modą męską?

Answered: 323 Skipped: 0



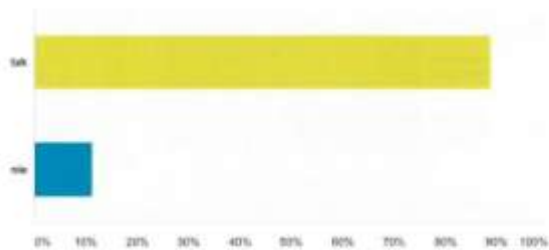
Answer Choices	Responses	Count
tak	40.56%	131
nie	59.44%	192
Total		323

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q6 Czy interesujesz się modą męską?

Answered: 53 Skipped: 0



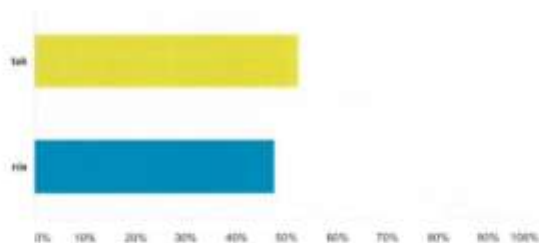
Answer Choices	Responses	Count
tak	86.60%	47
nie	11.32%	6
Total		53

Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q7 Czy moda i jej trendy są dla Ciebie ważne?

Answered: 229 Skipped: 0



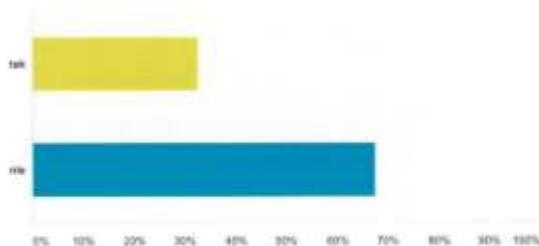
Answer Choices	Response	Count
tak	52.40%	120
nie	47.60%	109
Total		229

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q7 Czy moda i jej trendy są dla Ciebie ważne?

Answered: 323 Skipped: 0



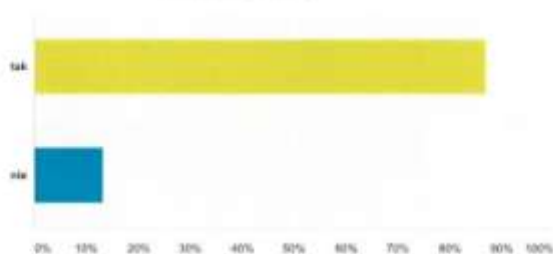
Answer Choices	Response	Count
tak	32.81%	106
nie	67.19%	217
Total		323

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q7 Czy moda i jej trendy są dla Ciebie ważne?

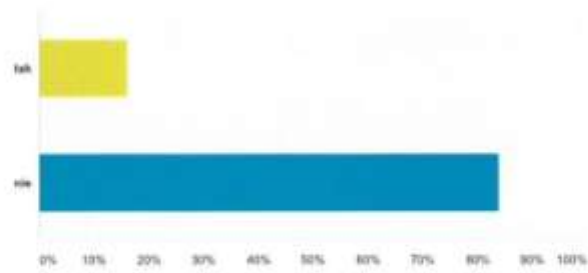
Answered: 43 Skipped: 0



Answer Choices	Response	Count
tak	86.7%	37
nie	13.2%	6
Total		43

Q8 Czy moda to niemęskie zjawisko?

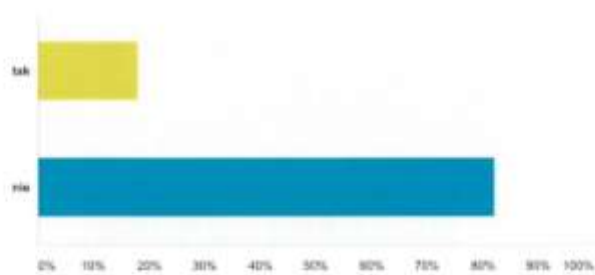
Answered: 231 Skipped: 1



Answer Choices	Responses	
tak	16.82%	37
nie	83.98%	194
Total		231

Q8 Czy moda to niemęskie zjawisko?

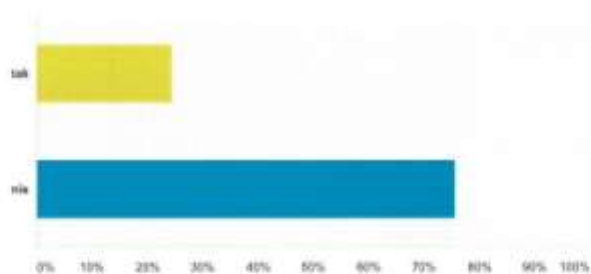
Answered: 323 Skipped: 3



Answer Choices	Responses	
tak	17.96%	58
nie	82.04%	265
Total		323

Q8 Czy moda to niemęskie zjawisko?

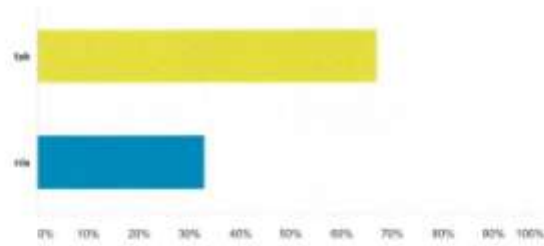
Answered: 53 Skipped: 9



Answer Choices	Responses	
tak	24.53%	13
nie	75.47%	40
Total		53

Q9 Czy ubiór daje wolność?

Answered: 238 Skipped: 0

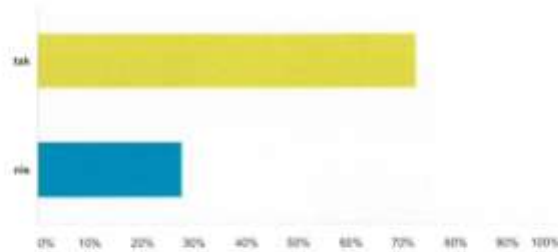


Answer Choices	Responses	Count
tak	65.96%	156
nie	34.04%	82
Total		238

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

Q9 Czy ubiór daje wolność?

Answered: 323 Skipped: 0

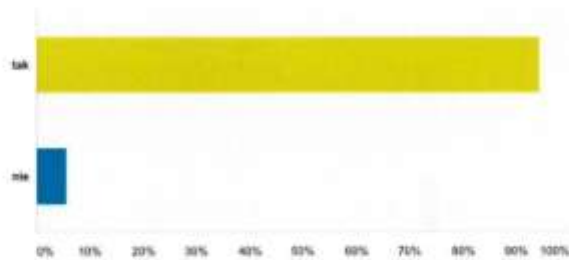


Answer Choices	Responses	Count
tak	72.44%	234
nie	27.56%	89
Total		323

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

Q9 Czy ubiór daje wolność?

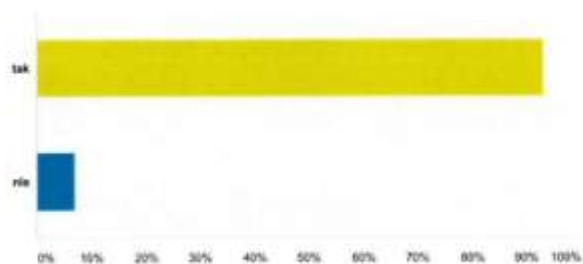
Answered: 53 Skipped: 0



Answer Choices	Responses	Count
tak	94.34%	50
nie	5.66%	3
Total		53

## Q10 Czy modnie ubrany mężczyzna jest bardziej atrakcyjny?

Answered: 231 Skipped: 1

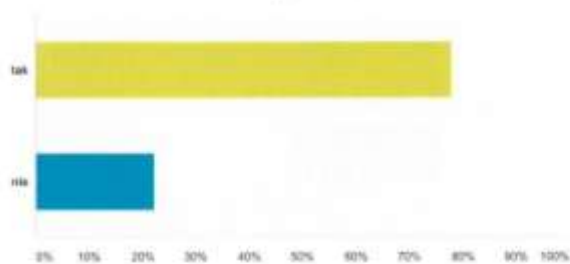


Answer Choices	Responses	Count
tak	93.87%	210
nie	6.93%	16
Total		231

## Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

## Q10 Czy modnie ubrany mężczyzna jest bardziej atrakcyjny?

Answered: 324 Skipped: 2

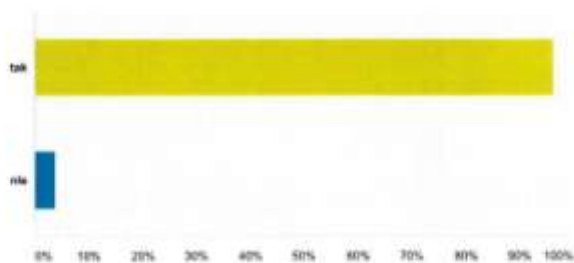


Answer Choices	Responses	Count
tak	77.78%	252
nie	22.22%	72
Total		324

## Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

## Q10 Czy modnie ubrany mężczyzna jest bardziej atrakcyjny?

Answered: 53 Skipped: 0

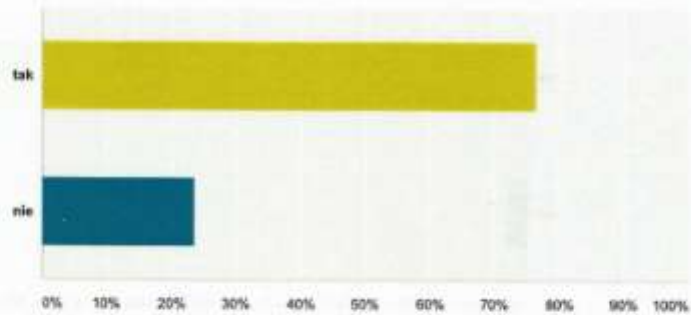


Answer Choices	Responses	Count
tak	96.23%	51
nie	3.77%	2
Total		53



### Q1 Czy modnie ubrany mężczyzna łatwiej znajdzie pracę?

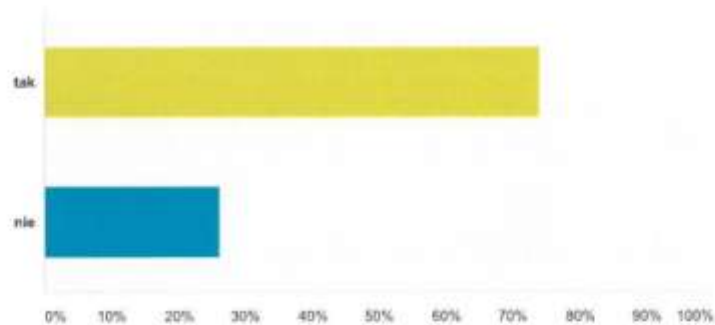
Answered: 229 Skipped: 2



Answer Choices	Responses	Count
tak	76.42%	175
nie	23.58%	54
Total		229

### Q1 Czy modnie ubrany mężczyzna łatwiej znajdzie pracę?

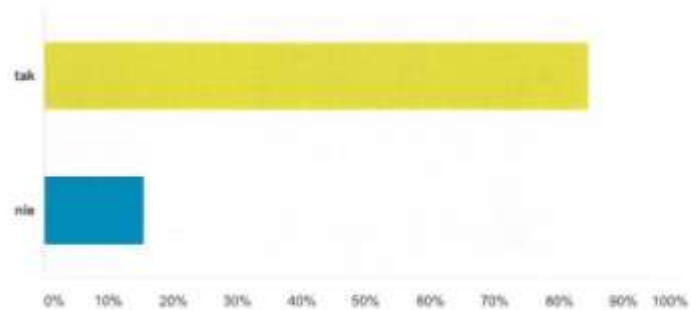
Answered: 325 Skipped: 3



Answer Choices	Responses	Count
tak	73.85%	240
nie	26.15%	85
Total		325

**Q1 Czy modnie ubrany mężczyzna łatwiej znajdzie pracę?**

Answered: 52 Skipped: 0

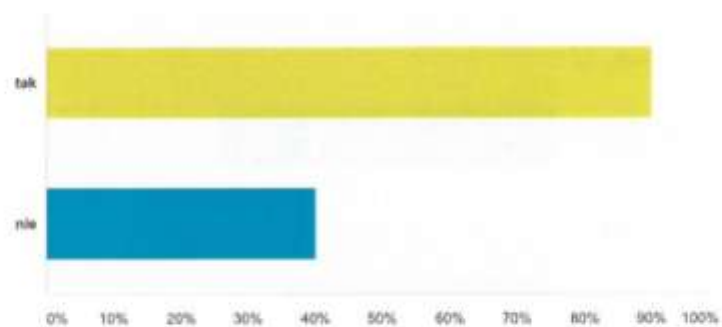


Answer Choices	Responses	Count
tak	84.62%	44
nie	15.38%	8
<b>Total</b>		<b>52</b>

**Ankieta dla mężczyzn - projektantów ubioru męskiego**

**Q8 Czy modnie - fantazyjnie ubrany mężczyzna łatwiej znajdzie pracę?**

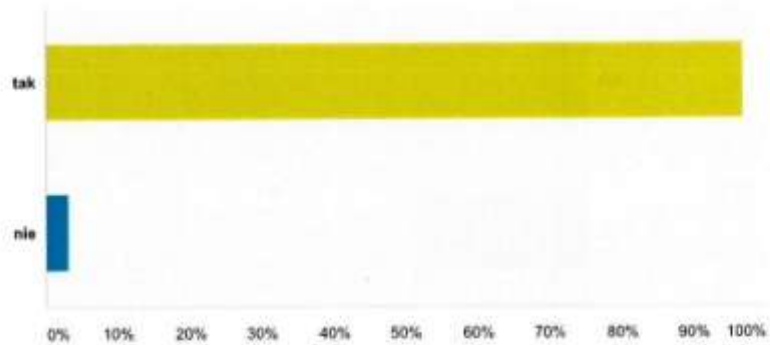
Answered: 10 Skipped: 0



Answer Choices	Responses	Count
tak	90.00%	9
nie	40.00%	4
<b>Total Respondents: 10</b>		

**Q2 Czy schludnie i klasycznie ubrany mężczyzna łatwiej znajdzie pracę?**

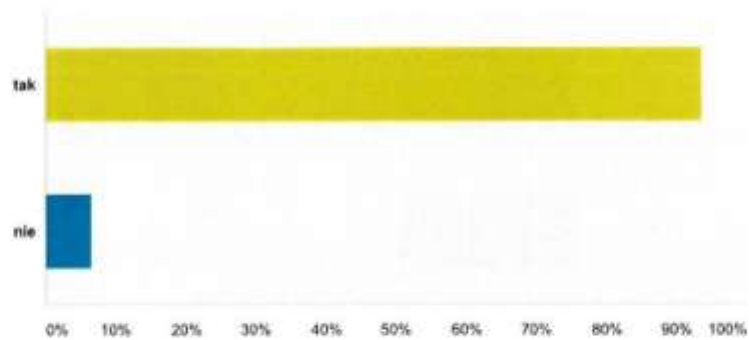
Answered: 231 Skipped: 0



Answer Choices	Responses	
tak	96.97%	22
nie	3.03%	
<b>Total</b>		<b>23</b>

**Q2 Czy schludnie i klasycznie ubrany mężczyzna łatwiej znajdzie pracę?**

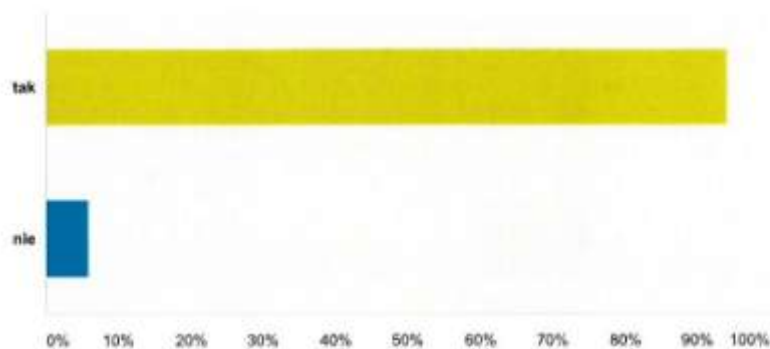
Answered: 323 Skipped: 5



Answer Choices	Responses	
tak	93.50%	302
nie	6.50%	21
<b>Total</b>		<b>323</b>

**Q2 Czy schludnie i klasycznie ubrany mężczyzna łatwiej znajdzie pracę?**

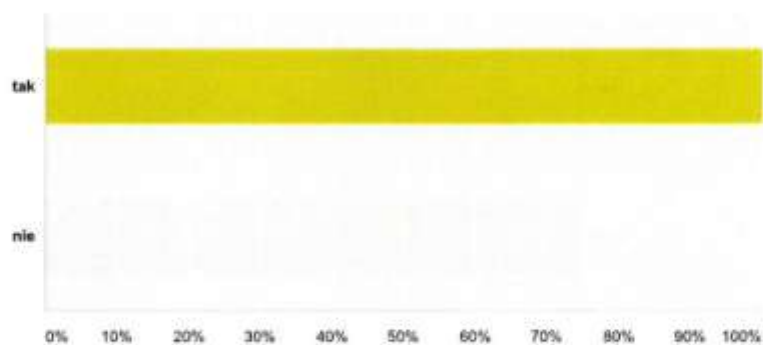
Answered: 52 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
tak	94.23%
nie	5.77%
Total	

**Q9 Czy schludnie i klasycznie ubrany mężczyzna łatwiej znajdzie pracę?**

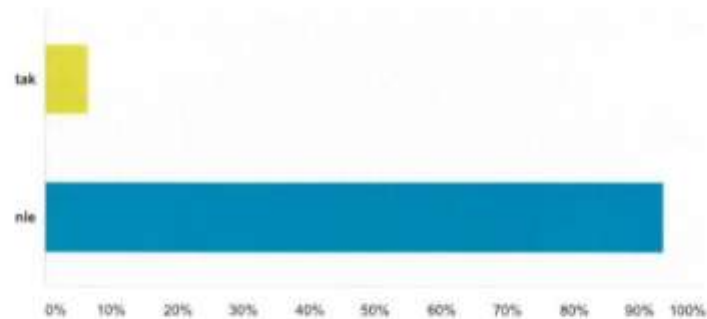
Answered: 10 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
tak	100.00%
nie	0.00%
Total Respondents: 10	

### Q3 Czy bycie modnym jest jednoznaczne z inną orientacją seksualną?

Answered: 231 Skipped: 0

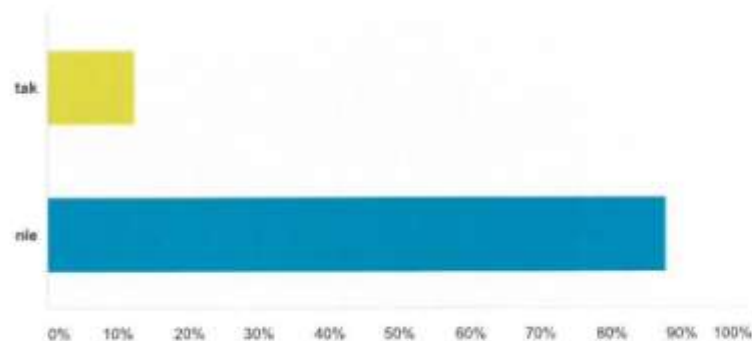


Answer Choices	Responses	Count
tak	6.49%	15
nie	93.51%	216
<b>Total</b>		<b>231</b>

### Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

### Q3 Czy bycie modnym jest jednoznaczne z inną orientacją seksualną?

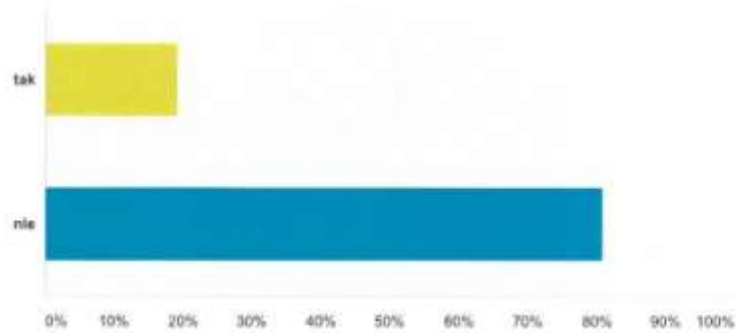
Answered: 325 Skipped: 3



Answer Choices	Responses	Count
tak	12.31%	40
nie	87.69%	285
<b>Total</b>		<b>325</b>

**Q3 Czy bycie modnym jest jednoznaczne z inną orientacją seksualną?**

Answered: 52 Skipped: 0

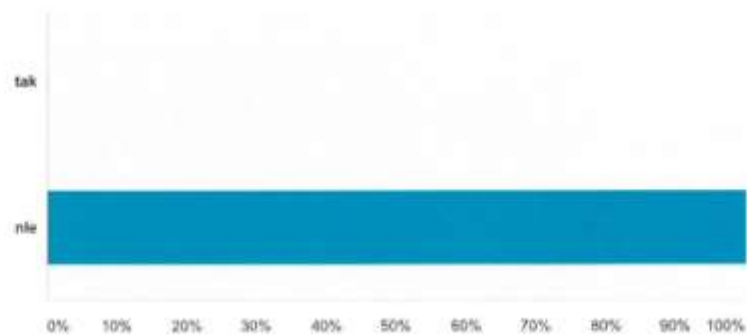


Answer Choices	Responses	Count
tak	19.23%	10
nie	80.77%	42
Total		52

**Ankieta dla mężczyzn - projektantów ubioru męskiego**

**Q10 Czy bycie modnym jest jednoznaczne z inną orientacją seksualną?**

Answered: 10 Skipped: 0

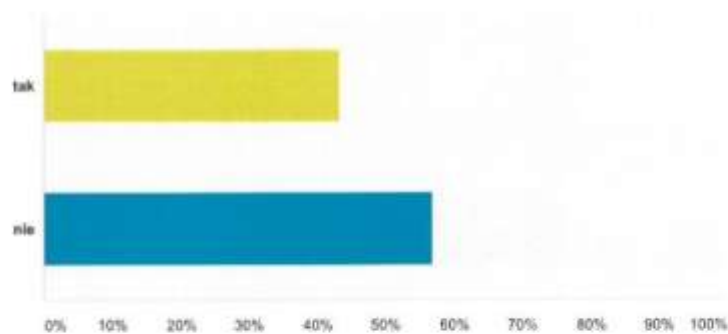


Answer Choices	Responses	Count
tak	0.00%	0
nie	100.00%	10
Total Respondents: 10		



#### Q4 Czy obecna moda dla mężczyzn jest mało męska?

Answered: 228 Skipped: 2

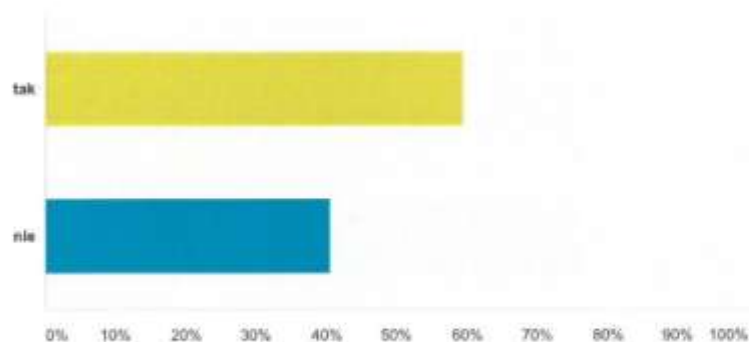


Answer Choices	Responses	Count
tak	43.23%	99
nie	56.77%	130
Total		229

#### Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

#### Q4 Czy obecna moda dla mężczyzn jest mało męska?

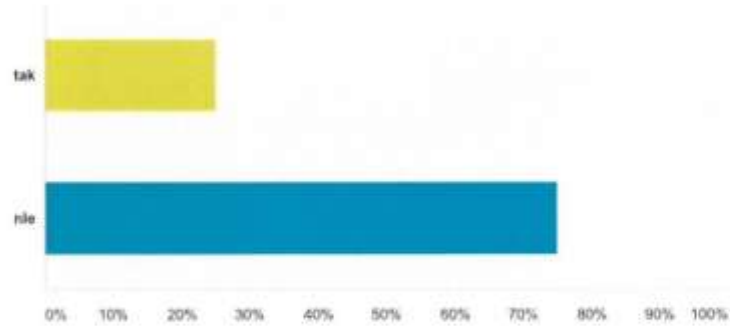
Answered: 324 Skipped: 4



Answer Choices	Responses	Count
tak	59.57%	193
nie	40.43%	131
Total		324

**Q4 Czy obecna moda dla mężczyzn jest mało męska?**

Answered: 52 Skipped: 0

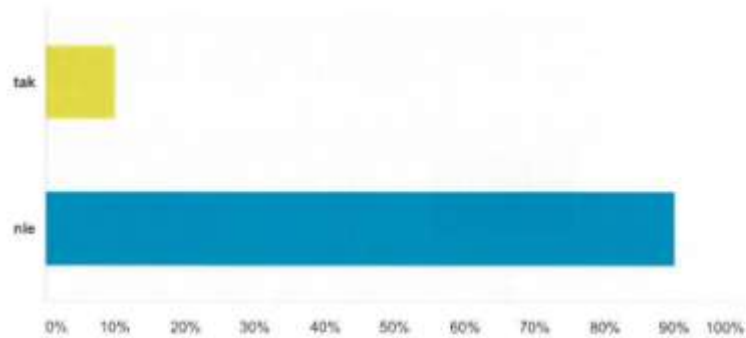


Answer Choices	Responses	Count
tak	25.00%	13
nie	75.00%	39
<b>Total</b>		<b>52</b>

**Ankieta dla mężczyzn - projektantów ubioru męskiego**

**Q11 Czy obecna moda dla mężczyzn jest mało męska?**

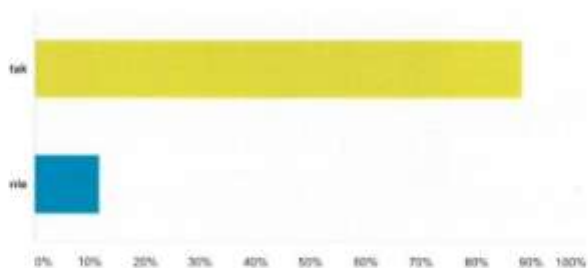
Answered: 10 Skipped: 0



Answer Choices	Responses	Count
tak	10.00%	1
nie	90.00%	9
<b>Total Respondents: 10</b>		

Q5 Czy w ciągu ostatnich lat zauważyłeś zmiany w modzie męskiej?

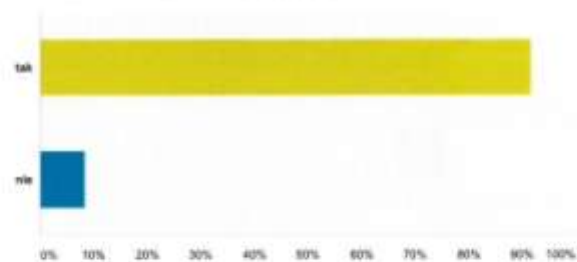
Answered: 229 Skipped: 2



Answer Choices	Responses
tak	88.21% 200
nie	11.79% 27
Total	229

Q5 Czy w ciągu ostatnich lat zauważyłeś zmiany w modzie męskiej?

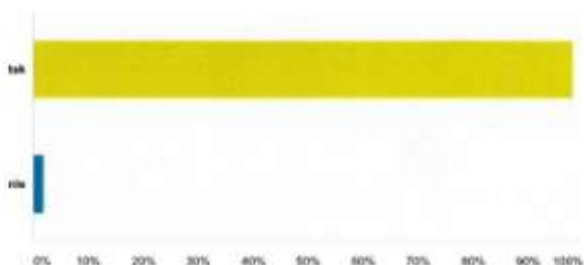
Answered: 328 Skipped: 2



Answer Choices	Responses
tak	91.72% 299
nie	8.28% 27
Total	328

Q5 Czy w ciągu ostatnich lat zauważyłeś zmiany w modzie męskiej?

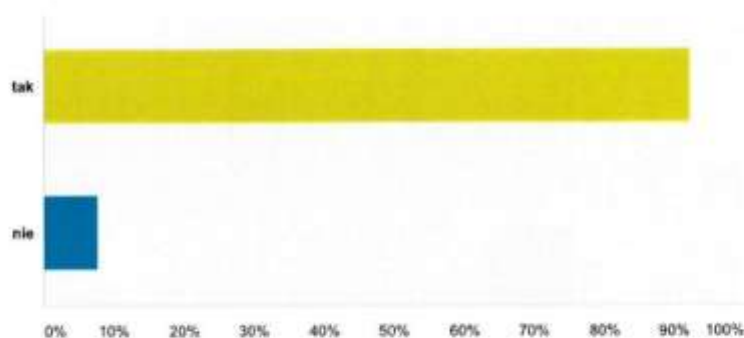
Answered: 52 Skipped: 3



Answer Choices	Responses
tak	98.08% 51
nie	1.92% 1
Total	52

## Q6 Czy cenisz męski ubiór klasyczny?

Answered: 231 Skipped: 0

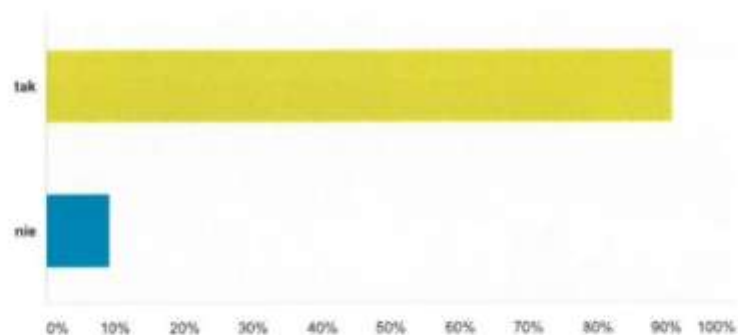


Answer Choices	Responses	
tak	92.21%	213
nie	7.79%	18
<b>Total</b>		<b>231</b>

## Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

## Q6 Czy cenisz męski ubiór klasyczny?

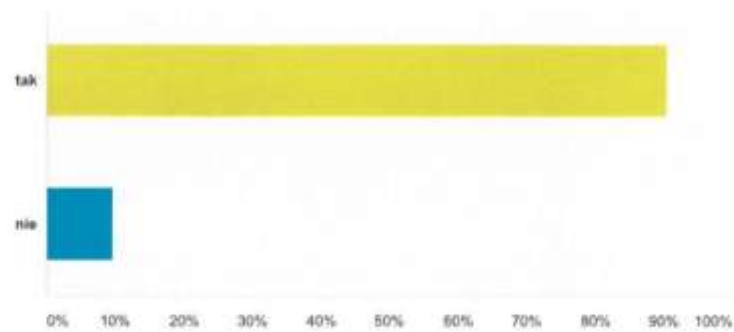
Answered: 327 Skipped: 1



Answer Choices	Responses	
tak	96.83%	297
nie	9.17%	30
<b>Total</b>		<b>327</b>

## Q6 Czy cenisz męski ubiór klasyczny?

Answered: 52 Skipped: 0

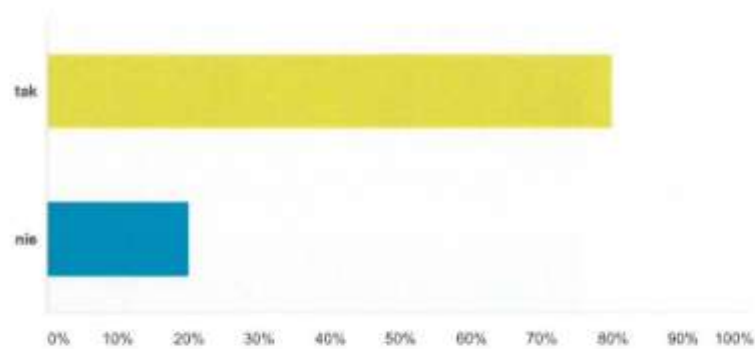


Answer Choices	Responses
tak	96.38% 47
nie	9.62% 5
Total	52

## Ankieta dla mężczyzn - projektantów ubioru męskiego

## Q12 Czy cenisz męski ubiór klasyczny?

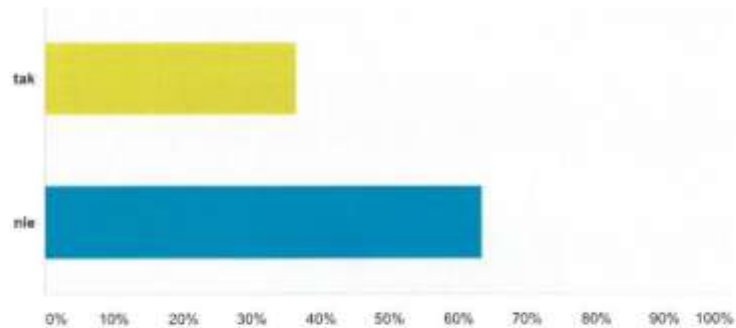
Answered: 10 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
tak	80.00% 8
nie	20.00% 2
Total Respondents: 10	

**Q7 Czy cenisz nowoczesny, męski ubiór awangardowy?**

Answered: 230 Skipped: 1

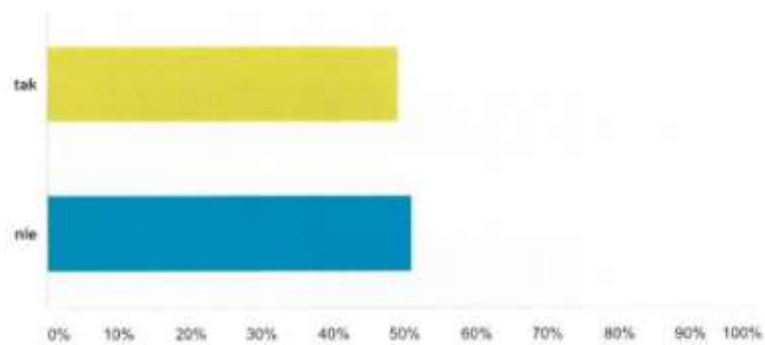


Answer Choices	Responses	Count
tak	36.52%	84
nie	63.48%	146
<b>Total</b>		<b>230</b>

**Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów**

**Q7 Czy cenisz nowoczesny, męski ubiór awangardowy?**

Answered: 326 Skipped: 2

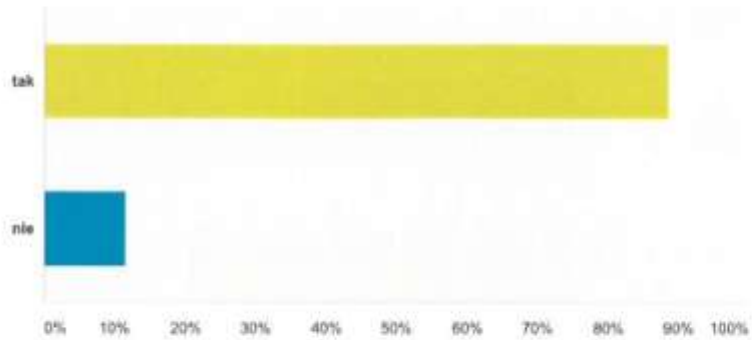


Answer Choices	Responses	Count
tak	49.08%	160
nie	50.92%	166
<b>Total</b>		<b>326</b>



**Q7 Czy cenisz nowoczesny, męski ubiór awangardowy?**

Answered: 52 Skipped: 0

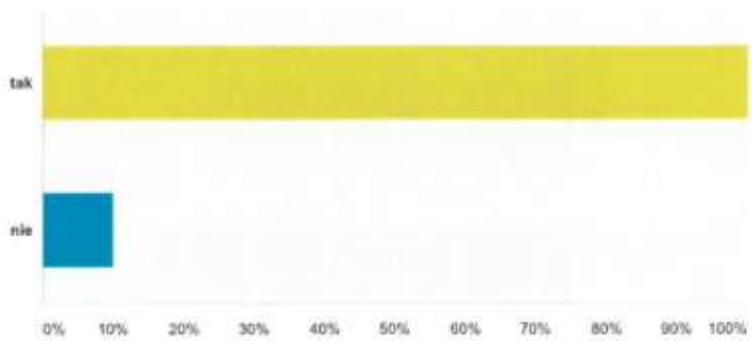


Answer Choices	Responses	Count
tak	88.46%	45
nie	11.54%	5
Total		52

**Ankieta dla mężczyzn - projektantów ubioru męskiego**

**Q13 Czy cenisz nowoczesny, męski ubiór awangardowy?**

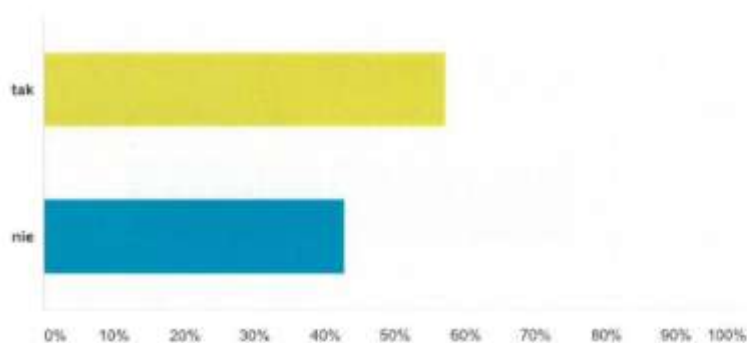
Answered: 10 Skipped: 0



Answer Choices	Responses	Count
tak	100.00%	10
nie	10.00%	1
Total Respondents: 10		

**Q8 Czy uważasz że klasyczny ubiór męski ma większą wartość niż modny ubiór męski?**

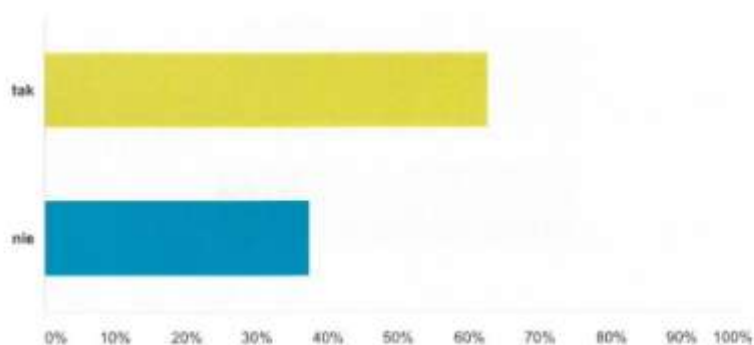
Answered: 231 Skipped: 0



Answer Choices	Responses	Count
tak	57.14%	132
nie	42.86%	99
<b>Total</b>		<b>231</b>

**Q8 Czy uważasz że klasyczny ubiór męski ma większą wartość niż modny ubiór męski?**

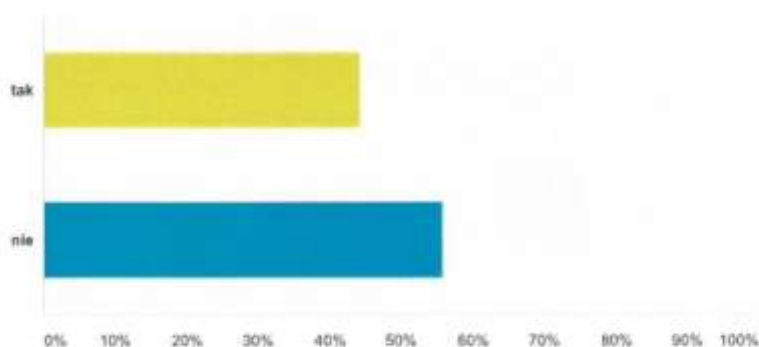
Answered: 327 Skipped: 1



Answer Choices	Responses	Count
tak	62.69%	205
nie	37.31%	122
<b>Total</b>		<b>327</b>

**Q8 Czy uważasz że klasyczny ubiór męski ma większą wartość niż modny ubiór męski?**

Answered: 52 Skipped: 0

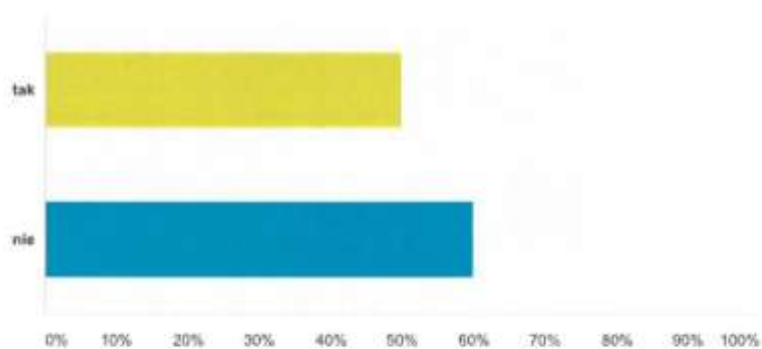


Answer Choices	Responses	Count
tak	44.23%	23
nie	55.77%	29
Total		52

**Ankieta dla mężczyzn - projektantów ubioru męskiego**

**Q14 Czy klasyczny ubiór męski ma większą wartość niż modny - fantasyjny ubiór męski?**

Answered: 10 Skipped: 0



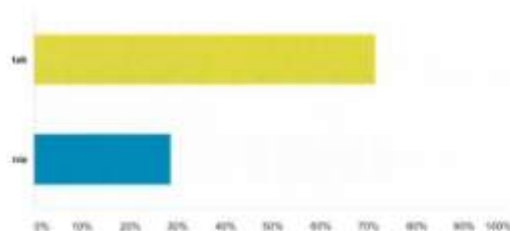
Answer Choices	Responses	Count
tak	50.00%	5
nie	60.00%	6
Total Respondents: 10		

Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q9 Czy ubiór męski powinien być przed wszystkim klasyczny i podkreślać męski typ sylwetki?

Answered: 217 Skipped: 0



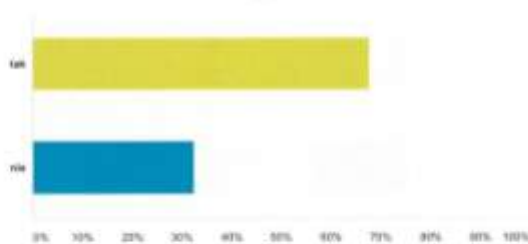
Answer Choice	Response	Count
Yes	71.43%	155
No	28.57%	61
Total		217

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q9 Czy ubiór męski powinien być przed wszystkim klasyczny i podkreślać męski typ sylwetki?

Answered: 225 Skipped: 0



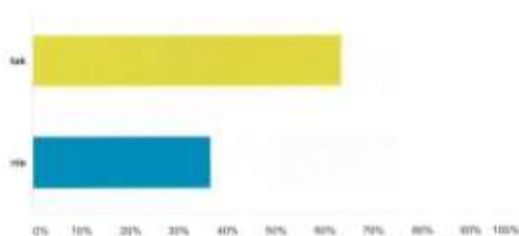
Answer Choice	Response	Count
Yes	67.56%	152
No	32.44%	73
Total		225

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q9 Czy ubiór męski powinien być przed wszystkim klasyczny i podkreślać męski typ sylwetki?

Answered: 52 Skipped: 0



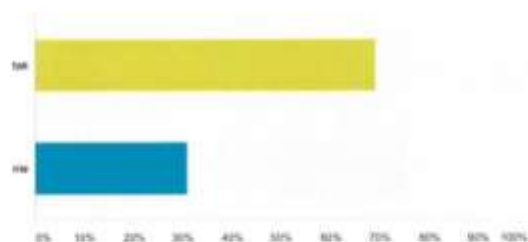
Answer Choice	Response	Count
Yes	63.46%	33
No	36.54%	19
Total		52

Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q10 Czy ubiór męski może być dowolny w formie i zależeć wyłącznie od upodobań estetycznych mężczyzny?

Answered: 238 Skipped: 1



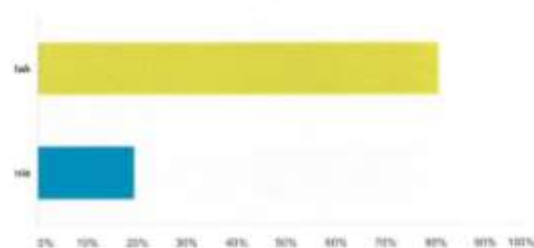
Answer Choices	Responses	Count
Tak	65.13%	156
Nie	34.87%	82
Total		238

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q10 Czy ubiór męski może być dowolny w formie i zależeć wyłącznie od upodobań estetycznych mężczyzny?

Answered: 224 Skipped: 3



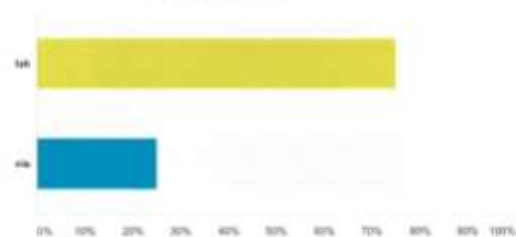
Answer Choices	Responses	Count
Tak	82.59%	185
Nie	17.41%	39
Total		224

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q10 Czy ubiór męski może być dowolny w formie i zależeć wyłącznie od upodobań estetycznych mężczyzny?

Answered: 33 Skipped: 1



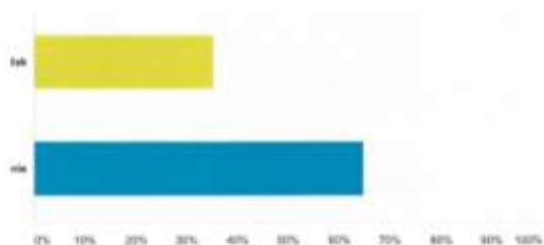
Answer Choices	Responses	Count
Tak	75.76%	25
Nie	24.24%	8
Total		33

Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q1 Czy podobają ci się ubiory minimalistyczne, awangardowe?

Answered: 236 Skipped: 1



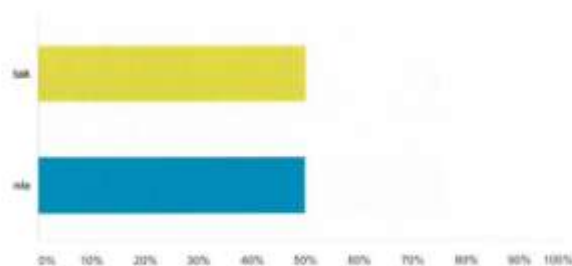
Answer Choices	Responses	Count
tak	33.22%	78
nie	64.79%	149
Total		236

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q1 Czy podobają ci się ubiory minimalistyczne, awangardowe?

Answered: 311 Skipped: 8



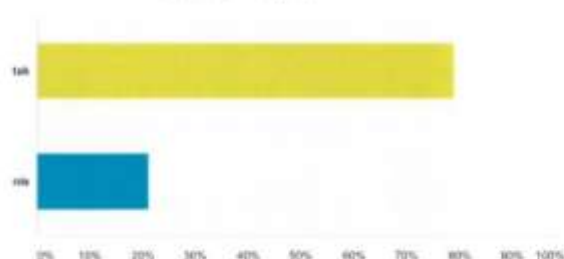
Answer Choices	Responses	Count
tak	50.16%	156
nie	49.84%	155
Total		311

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q1 Czy podobają ci się ubiory minimalistyczne, awangardowe?

Answered: 62 Skipped: 0

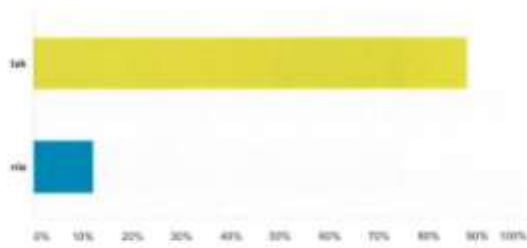


Answer Choices	Responses	Count
tak	76.61%	47
nie	21.15%	13
Total		62



Q2 Czy mężczyzna może nosić kolorowe spodnie?

Answered: 230 Skipped: 1

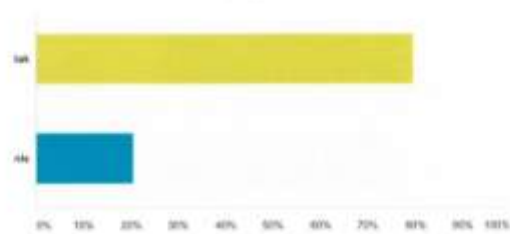


Answer Choice	Responses
Tak	87.83% 202
Nie	12.17% 28
Total	230

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

Q2 Czy mężczyzna może nosić kolorowe spodnie?

Answered: 112 Skipped: 7

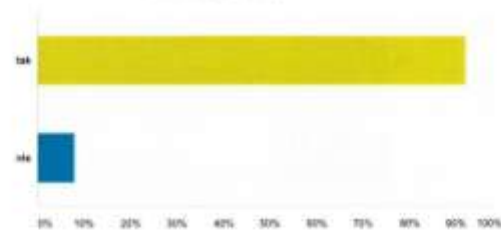


Answer Choice	Responses
Tak	75.49% 84
Nie	24.51% 28
Total	112

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

Q2 Czy mężczyzna może nosić kolorowe spodnie?

Answered: 50 Skipped: 2



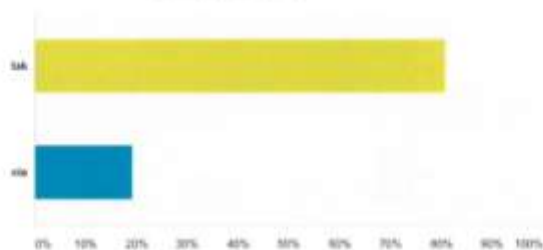
Answer Choice	Responses
Tak	92.00% 46
Nie	8.00% 4
Total	50

Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q3 Czy mężczyzna może nosić kolorowe i wzorzyste marynarki?

Answered: 230 Skipped: 1



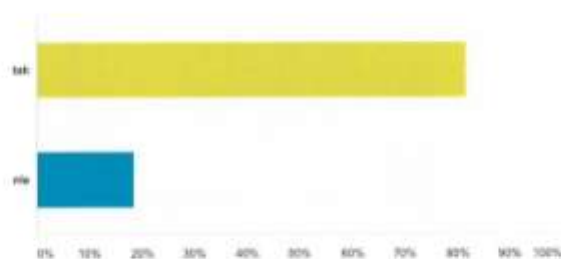
Answer Choices	Responses	
tak	86.87%	200
nie	13.13%	30
Total		230

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q3 Czy mężczyzna może nosić kolorowe i wzorzyste marynarki?

Answered: 318 Skipped: 1



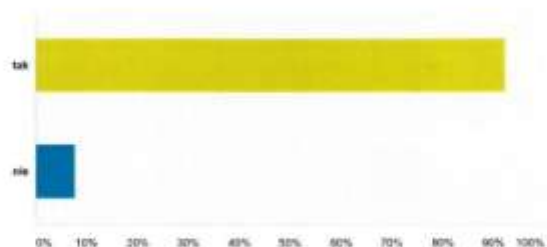
Answer Choices	Responses	
tak	81.48%	260
nie	18.52%	58
Total		318

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q3 Czy mężczyzna może nosić kolorowe i wzorzyste marynarki?

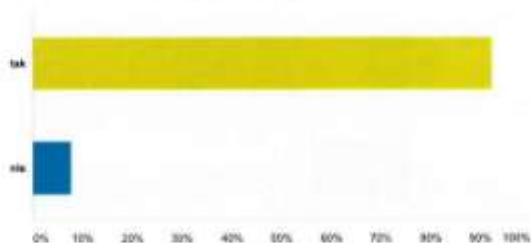
Answered: 52 Skipped: 0



Answer Choices	Responses	
tak	82.51%	43
nie	7.69%	4
Total		52

Q4 Czy mężczyzna może nosić kolorowe i wzorzyste koszule ?

Answered: 231 Skipped: 0

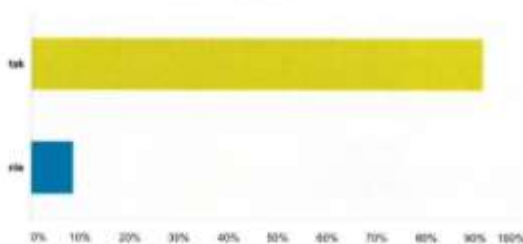


Answer Choice	Responses	Percentage
tak	213	92.21%
nie	18	7.79%
<b>Total</b>	<b>231</b>	

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

Q4 Czy mężczyzna może nosić kolorowe i wzorzyste koszule ?

Answered: 218 Skipped: 0

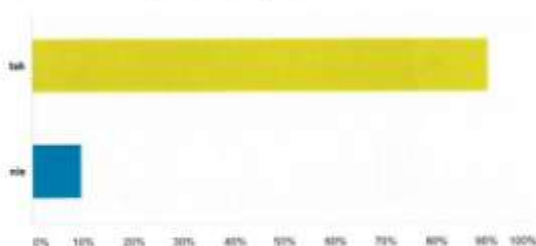


Answer Choice	Responses	Percentage
tak	200	91.46%
nie	18	8.54%
<b>Total</b>	<b>218</b>	

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

Q4 Czy mężczyzna może nosić kolorowe i wzorzyste koszule ?

Answered: 32 Skipped: 0



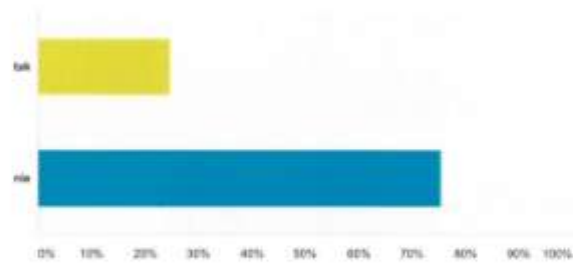
Answer Choice	Responses	Percentage
tak	29	90.38%
nie	3	9.62%
<b>Total</b>	<b>32</b>	

Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q5 Czy mężczyzna może nosić męskie spódnice?

Answered: 221 Skipped: 0



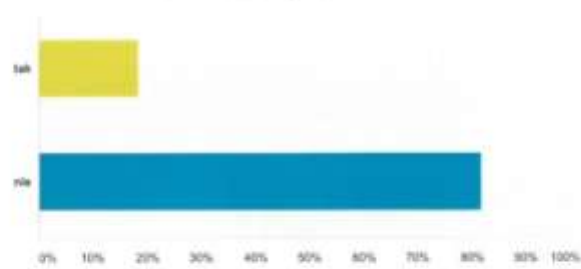
Answer Choices	Responses	
tak	24.48%	57
nie	75.52%	174
Total		221

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q5 Czy mężczyzna może nosić męskie spódnice?

Answered: 214 Skipped: 0



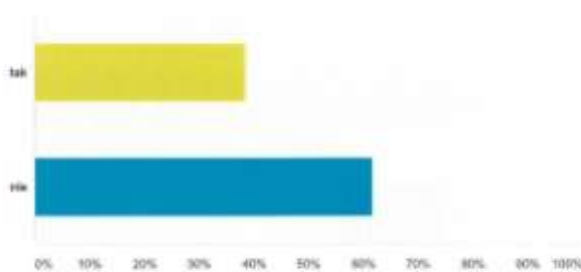
Answer Choices	Responses	
tak	16.47%	38
nie	83.53%	201
Total		214

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q5 Czy mężczyzna może nosić męskie spódnice?

Answered: 52 Skipped: 0



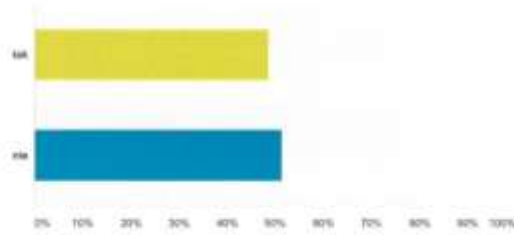
Answer Choices	Responses	
tak	28.46%	20
nie	71.54%	32
Total		52

Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q6 Czy mężczyzna może nosić awangardowe ubiory z tkanin technicznych?

Answers: 130 Skipped: 1



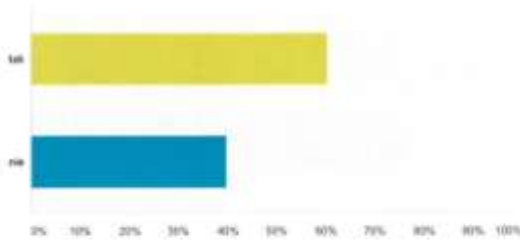
Answer Choices	Responses	Count
tak	48.5%	112
nie	51.5%	118
Total		230

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q6 Czy mężczyzna może nosić awangardowe ubiory z tkanin technicznych?

Answers: 111 Skipped: 4



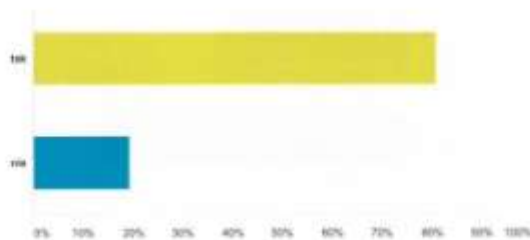
Answer Choices	Responses	Count
tak	65.8%	73
nie	34.2%	38
Total		111

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q6 Czy mężczyzna może nosić awangardowe ubiory z tkanin technicznych?

Answers: 57 Skipped: 3



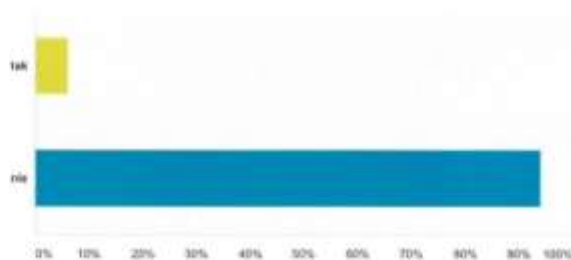
Answer Choices	Responses	Count
tak	85.7%	47
nie	14.3%	10
Total		57

Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q7 Czy znasz kolekcje Rick Owens?

Answered: 221 Skipped: 0



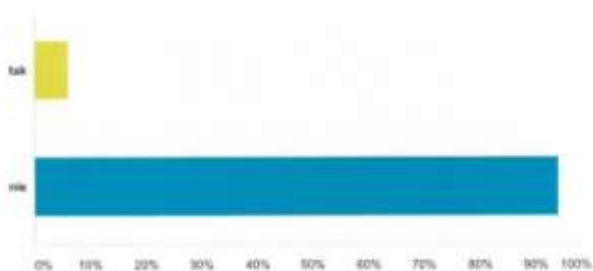
Answer Choices	Percentage	Count
tak	6.8%	15
nie	93.2%	217
Total		231

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q7 Czy znasz kolekcje Rick Owens?

Answered: 315 Skipped: 0



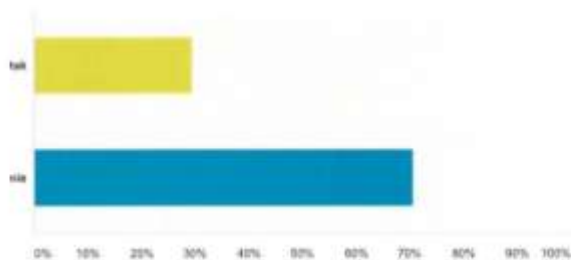
Answer Choices	Percentage	Count
tak	4.8%	15
nie	95.2%	290
Total		315

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q7 Czy znasz kolekcje Rick Owens?

Answered: 51 Skipped: 1



Answer Choices	Percentage	Count
tak	29.4%	15
nie	70.6%	36
Total		51

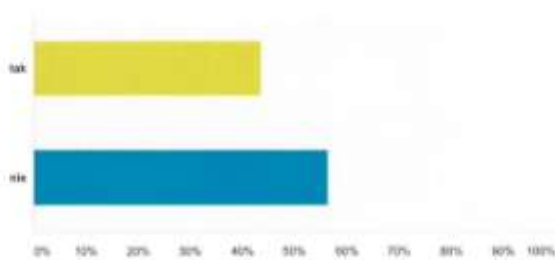


Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q8 Czy znasz kolekcje Hugo Boss?

Answered: 221 Skipped: 0



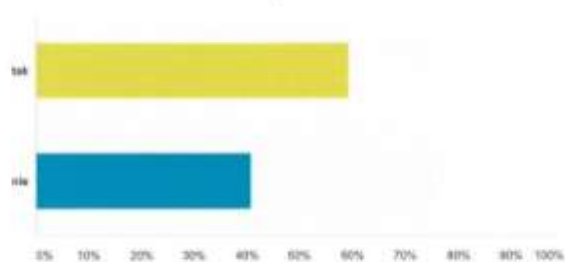
Answer Choice	Percentage	Count
tak	43.72%	97
nie	56.28%	124
<b>Total</b>		<b>221</b>

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q8 Czy znasz kolekcje Hugo Boss?

Answered: 217 Skipped: 2



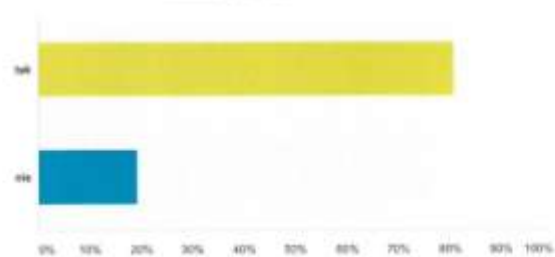
Answer Choice	Percentage	Count
tak	59.31%	129
nie	40.69%	88
<b>Total</b>		<b>217</b>

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q8 Czy znasz kolekcje Hugo Boss?

Answered: 52 Skipped: 0



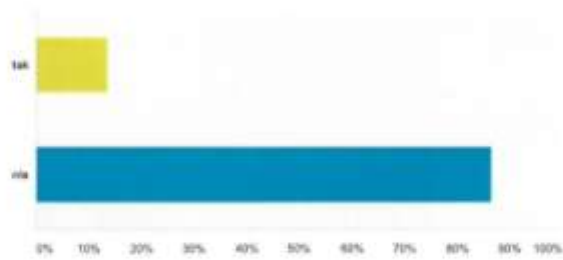
Answer Choice	Percentage	Count
tak	81.77%	43
nie	18.23%	10
<b>Total</b>		<b>52</b>

Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q9 Czy znasz kolekcje Aleksander Wang?

Answered: 230 Skipped: 1



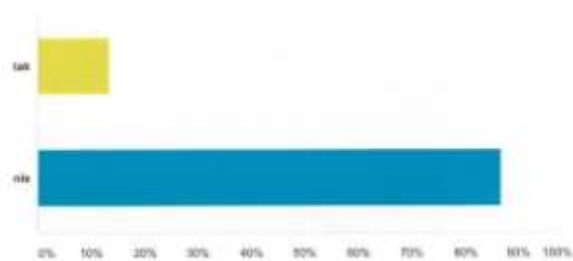
Answer Choices	Responses	Count
tak	13.48%	31
nie	86.52%	199
Total		230

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q9 Czy znasz kolekcje Aleksander Wang?

Answered: 316 Skipped: 3



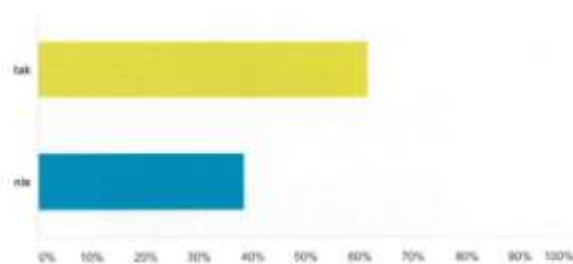
Answer Choices	Responses	Count
tak	13.29%	42
nie	86.71%	274
Total		316

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q9 Czy znasz kolekcje Aleksander Wang?

Answered: 52 Skipped: 8



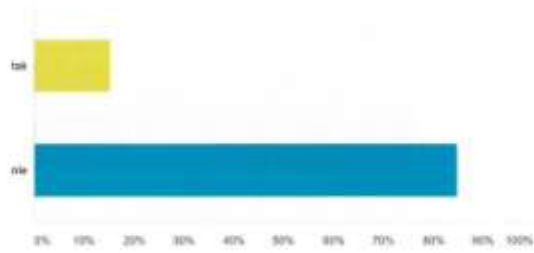
Answer Choices	Responses	Count
tak	61.54%	32
nie	38.46%	20
Total		52

Ankieta dla mężczyzn w wieku 25-60 lat

SurveyMonkey

Q10 Czy znasz kolekcje Ermenegildo Zegna?

Answered: 117 Skipped: 0



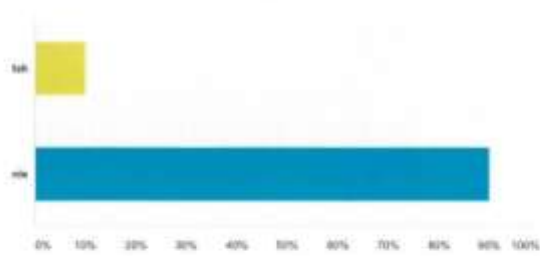
Answer Choice	Percentage	Count
tak	15.19%	25
nie	84.81%	146
<b>Total</b>		<b>171</b>

Ankieta dla mężczyzn - uczniów liceum i studentów

SurveyMonkey

Q10 Czy znasz kolekcje Ermenegildo Zegna?

Answered: 119 Skipped: 0



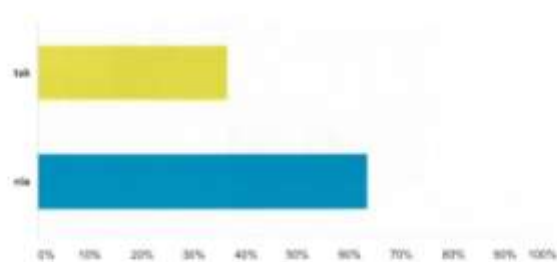
Answer Choice	Percentage	Count
tak	10.08%	12
nie	89.92%	107
<b>Total</b>		<b>119</b>

Ankieta dla mężczyzn o homoseksualnej orientacji

SurveyMonkey

Q10 Czy znasz kolekcje Ermenegildo Zegna?

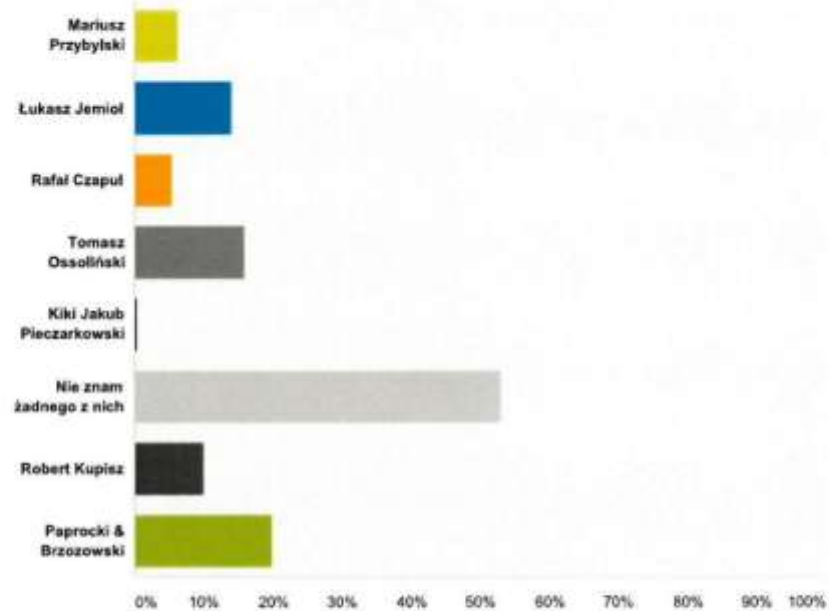
Answered: 52 Skipped: 0



Answer Choice	Percentage	Count
tak	36.54%	19
nie	63.46%	33
<b>Total</b>		<b>52</b>

### Q1 Którego polskiego projektanta Kolekcje dla mężczyzn podobają CI SIĘ najbardziej?

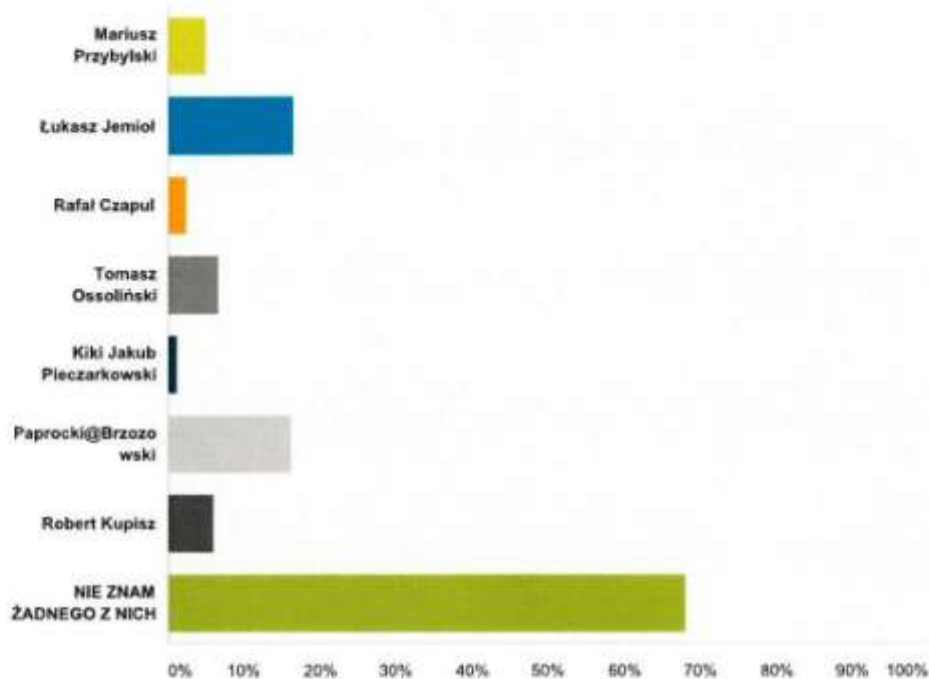
Answered: 221 Skipped: 10



Answer Choices	Responses	Count
Mariusz Przybylski	6.33%	14
Łukasz Jemioł	14.03%	31
Rafał Czapul	5.43%	12
Tomasz Ossoliński	15.84%	35
Kiki Jakub Pieczarkowski	0.45%	1
Nie znam żadnego z nich	52.94%	117
Robert Kupisz	9.95%	22
Paprocki & Brzozowski	19.91%	44
<b>Total Respondents: 221</b>		

### Q1 Którego polskiego projektanta kolekcje dla mężczyzn podobają ci się najbardziej?

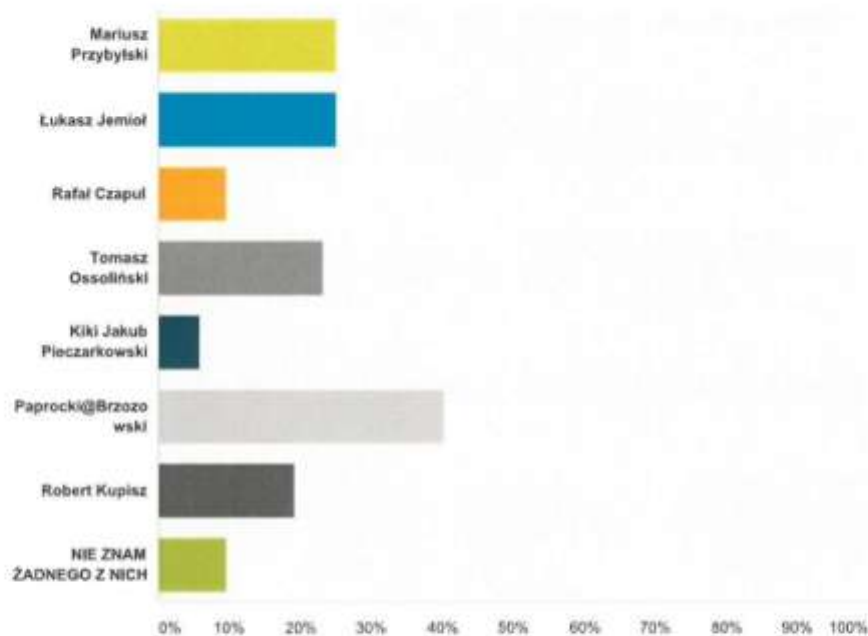
Answered: 314 Skipped: 5



Answer Choices	Responses	Count
Mariusz Przybyłki	5.10%	16
Łukasz Jemioł	16.56%	52
Rafał Czapul	2.55%	8
Tomasz Ossoliński	6.69%	21
Kiki Jakub Pleczarkowski	1.27%	4
Paprocki@Brzozowski	16.24%	51
Robert Kupisz	6.05%	19
NIE ZNAM ŻADNEGO Z NICH	68.15%	214
<b>Total Respondents: 314</b>		

### Q1 Którego polskiego projektanta kolekcje dla mężczyzn podobają ci się najbardziej?

Answered: 52 Skipped: 0

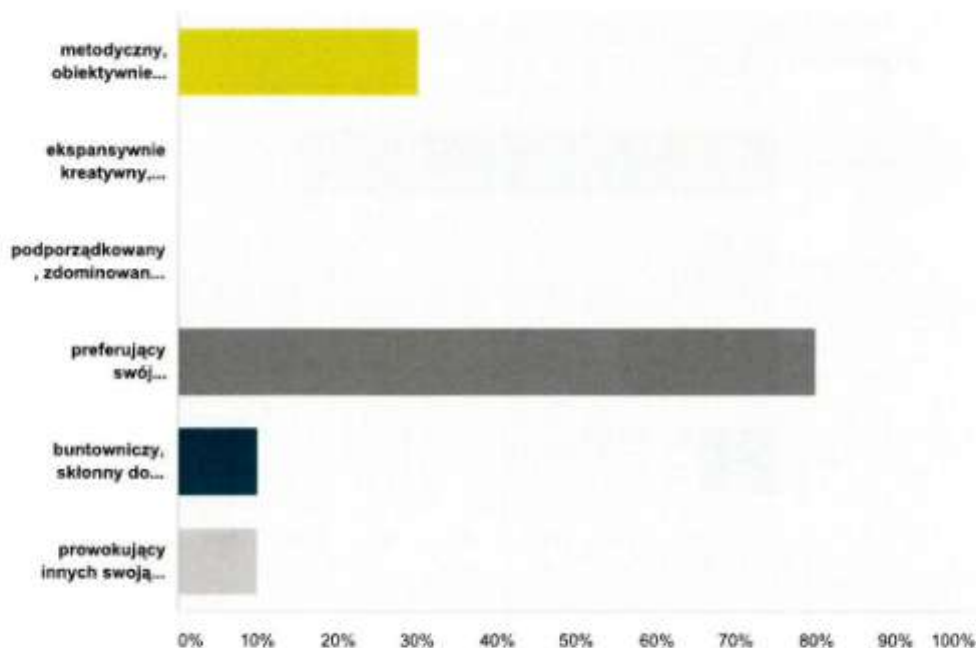


Answer Choices	Responses	Count
Mariusz Przybylski	25.00%	13
Łukasz Jemioł	25.00%	13
Rafał Czapul	9.62%	5
Tomasz Ossoliński	23.08%	12
Kiki Jakub Pieczarkowski	5.77%	3
Paprocki@Brzozowski	40.38%	21
Robert Kupisz	19.23%	10
NIE ZNAM ŻADNEGO Z NICH	9.62%	5
<b>Total Respondents:</b> 52		



### Q1 Jaki jesteś projektując ubiory dla mężczyzn?

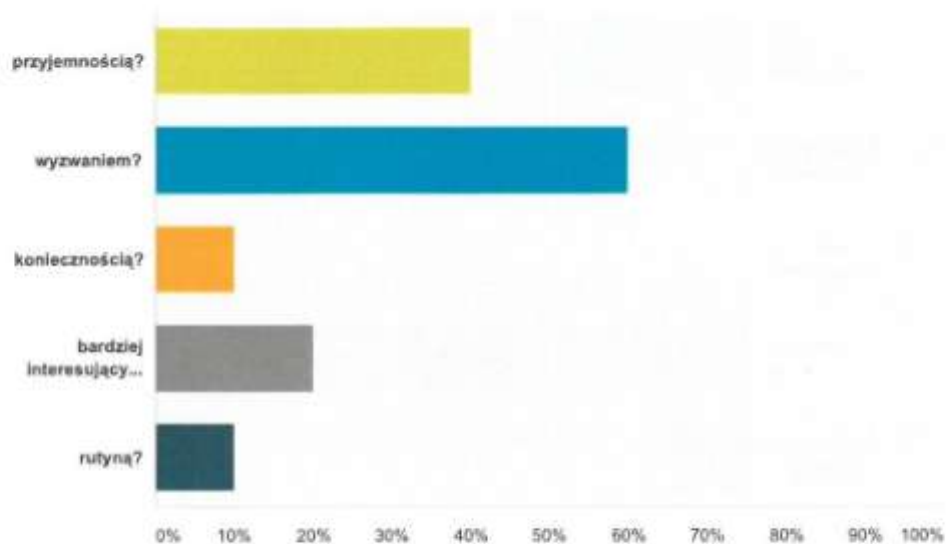
Answered: 10 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
metodyczny, obiektywnie uwzględniasz standardowego mężczyznę ?	30.00% 3
ekspansywnie kreatywny, narzucasz swój punkt widzenia?	0.00% 0
podporządkowany, zdominowany przez nadchodzące trendy?	0.00% 0
preferujący swój indywidualny styl?	80.00% 8
buntowniczy, skłonny do awangardowych rozwiązań?	10.00% 1
prowokujący innych swoją szaloną wizją?	10.00% 1
<b>Total Respondents: 10</b>	

Q2 Czym dla Ciebie jest projektowanie ubioru dla mężczyzn ?

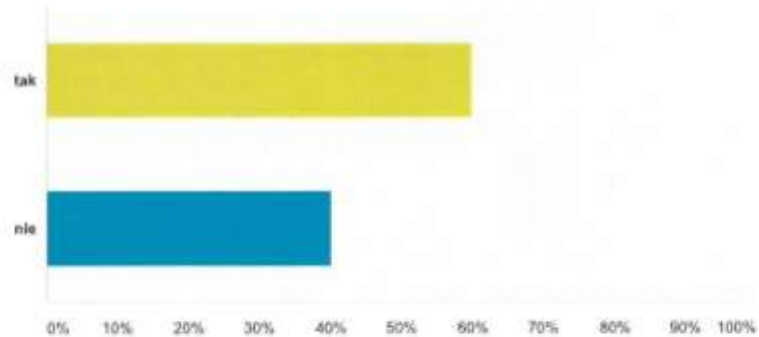
Answered: 10 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
przyjemnością?	40.00% 4
wyzwaniem?	60.00% 6
koniecznością?	10.00% 1
bardziej interesującym procesem niż projektowanie dla kobiet?	20.00% 2
rutyną?	10.00% 1
<b>Total Respondents: 10</b>	

## Q17 Czy skrajnie awangardowy ubiór męski ma sens?

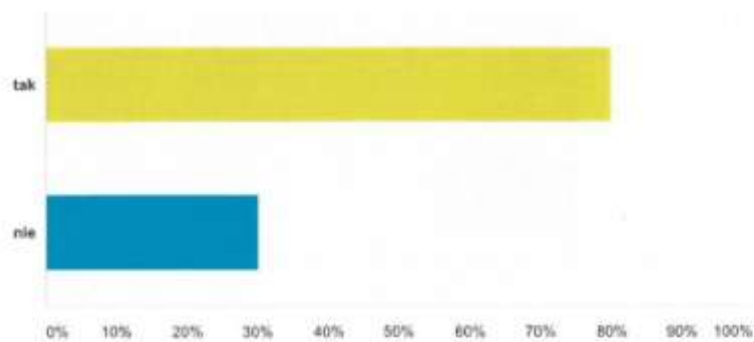
Answered: 10 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
tak	60.00% 6
nie	40.00% 4
Total Respondents: 10	

## Q15 Czy męski ubiór musi być funkcjonalny i użytkowy?

Answered: 10 Skipped: 0



Answer Choices	Responses
tak	80.00% 8
nie	20.00% 2
Total Respondents: 10	

## **Bibliografia**

1. Francois Boucher, *Historia Mody, Dzieje ubiorów od czasów prehistorycznych do końca XX wieku*, Arkady, Warszawa 2003, 2004
2. Krzysztof Łoszewski, *Od spódnicy do spodni, Historia Mody Męskiej*, BOSZ, Olszanica 2014
3. Eric Musgrave, *Sharp Suits, Foreword by Richard James*, PAVILION, London 2009
4. Bernhard Roetzel, *Gentleman, Moda Ponadczasowa*, Koneman 2006
5. Kim Johnson Gross and Jeff Stone, *Dress smart men, Wardrobes That Win In the New Workplace*, Warner Books, New York 2002
6. Instytut Ubioru w Kioto pod red Akiko Fukai, *Historia Mody XX wieku*, Taschen, Koln 2012
7. Anna Sieradzka, *Moda w przedwojennej Polsce*, PWN, Warszawa 2014
8. Dorota Wróblewska, *Fashion People Colours*, Media Sukces 2012
9. Saint Simon, *Pamiętniki*, w przekładzie Aleksandra i Maria Bocheńscy, PIW, Warszawa 1984
10. Françoise Bluche, *Życie codzienne we Francji w czasach Ludwika XIV*, w przekładzie Wiera Bieńkowska, PIW, Warszawa 1990
11. Marie-Dominique Lelievre, *Yves Saint Laurent, Niegrzeczny chłopiec*, w przekładzie Krystyny Szeżyńskiej-Maćkowiak, Wydawnictwo Dolnośląskie, 2014

## Źródła internetowe

1. <http://innpoland.pl/118625,spodnie-ktore-wypierzesz-swiatlem-oto-lodzka-specjalnosc-nanowlokna-jedyna-taka-technologie-na-swiecie>
2. <http://kopalniawiedzy.pl/bawelna-samoczyszczaca-tlenek-tytanuIV-jodek-srebra-swiatlo-widzialne-slonce-kompozyt-nanocząstki-Mingce-Long-Deyong-Wu,14718>
3. <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news,405518,nowa-generacja-tkanin-z-nanocząstkami.html>
4. <http://www.komputerswiat.pl/jak-to-dziala/2013/03/nowe-technologie-w-obuwii-i-odziezy-czy-zmienia-nasze-zycie.aspx>
5. <http://www.sophisti.pl/nowe-technologie/wearables-technologiczna-przyszlosc-swiata-mody/>
6. <http://www.narty.pl/tresc-artykulu/artykulu/male-vademecum-materialow-technicznych-w-ubiorach-narciarskich.html>
7. <http://electronicdesign.com/digital-ics/wearable-technologies-present-packaging-challenges>
8. [http://www.proakademia.eu/gfx/baza\\_wiedzy/101/walczak1.pdf](http://www.proakademia.eu/gfx/baza_wiedzy/101/walczak1.pdf)
9. <http://www.rislodzkie.lodz.pl/docs/d1/gniotek.pdf>
10. <http://smarthouse.blox.pl/2012/01/INTELGENTNE-UBRANIA.html>
11. <http://pe.org.pl/articles/2014/4/8.pdf>
12. <https://prezi.com/x6ejz1lmqm7g/nanotechnologia-w-przemysle-odzieżowym/>
13. [https://pl.wikipedia.org/wiki/Bionika#W\\_biznesie](https://pl.wikipedia.org/wiki/Bionika#W_biznesie)
14. <http://www.focus.pl/technika/zaloz-na-siebie-komputer-czyli-hi-tec-do-majtek-10685?strona=1>
15. [https://ec.europa.eu/research/industrial\\_technologies/pdf/nano-brochure/nano\\_brochure\\_pl.pdf](https://ec.europa.eu/research/industrial_technologies/pdf/nano-brochure/nano_brochure_pl.pdf)
16. <http://www.istshare.eu/w-sluzbie-zdrowia.html>
17. <http://antyweb.pl/google-glass-to-nowa-technologie-i-trend-w-modzie-jakie-jeszcze-trudnosci-czekaja-google/>
18. <http://modologiablog.pl/2013/07/21/bio-couture/>
19. <http://www.vam.ac.uk/content/articles/p/pierre-cardin/>
21. [http://www.paulo-oliveira.pt/en\\_base.htm](http://www.paulo-oliveira.pt/en_base.htm)
22. [http://www.comfortemp.com/htm\\_english/index2.htm](http://www.comfortemp.com/htm_english/index2.htm)
23. [https://www.freudenberg-pm.com/?usersource=Vilene/content/e132/e629/e633/index\\_ger.html](https://www.freudenberg-pm.com/?usersource=Vilene/content/e132/e629/e633/index_ger.html)
24. <http://www.executivestyle.com.au/how-technology-is-improving-menswear-11agwg>
25. <http://articlesofstyle.com/59824/technologies-that-are-changing-menswear/>
26. <http://www.wearable.com/smart-clothing/best-smart-clothing>
27. <http://www.schoeller-tech.com/en/textile-finishing-technologies/coldblack/#all>
28. <http://www.schoeller-tech.com/en/>

29.[http://www.ralphlauren.com/product/index.jsp?productId=69917696&ab=rd\\_men\\_features\\_thepolotechshirt&cp=64796626.65333296](http://www.ralphlauren.com/product/index.jsp?productId=69917696&ab=rd_men_features_thepolotechshirt&cp=64796626.65333296)

30.<http://tkaniny.com.pl/Wiadomo%C5%9Bci/Nanotechnologia-w-odzie%C5%BCy-14447.html>

31.<http://laboratoria.net/pl/artykul/Podstawy%20nanotechnologii;15958.html>

32.<http://www.logo24.pl/Logo24/56,85825,15538916,trencz,,1.html>

33.<http://www.magazyn-hamag.pl/artykul/technologie-je-st-w-modzie-1339.html>

34.[https://www.guetermann.com/medias/sys\\_master/8798518771742/MCT\\_brochure\\_GB\\_web.pdf](https://www.guetermann.com/medias/sys_master/8798518771742/MCT_brochure_GB_web.pdf)

35. <http://www.helsa.com/helsa-group-international/einstiegsseite.html>

36. <http://www.nytimes.com/2016/03/17/arts/design/when-fashion-meets-technology-you-can-wear-your-tweets.html?mwrs=Facebook&r=1>

37.[http://www.bryk.pl/wypracowania/fizyka/wszech%C5%9Bwiat\\_i\\_cia%C5%82a\\_niebieskie/13384-w\\_czym\\_kosmonauci\\_lataj%C4%85\\_w\\_kosmos.html](http://www.bryk.pl/wypracowania/fizyka/wszech%C5%9Bwiat_i_cia%C5%82a_niebieskie/13384-w_czym_kosmonauci_lataj%C4%85_w_kosmos.html)

38.<http://www.geekweek.pl/aktualnosci/18038/kombinezon-kosmiczny-przyszlosci>

39.<http://www.geekweek.pl/aktualnosci/17156/stroj-przerabiajacy-nasz-oddech-w-pokarm>

40.<http://www.modeaparis.com/2/fashion-shows/new-now/>

41.[https://www.google.pl/search?q=pitti+uomo&rlz=1C1TEUA\\_pL564PL564&espv=2&biw=1366&bih=667&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwibxPGQooHMAhUH2ywKHZKUCh0QsAQIMA#imgsrc=ntgGExp39dV\\_6M%3A](https://www.google.pl/search?q=pitti+uomo&rlz=1C1TEUA_pL564PL564&espv=2&biw=1366&bih=667&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwibxPGQooHMAhUH2ywKHZKUCh0QsAQIMA#imgsrc=ntgGExp39dV_6M%3A)

42.[https://www.google.pl/search?q=paris+fashion+week+2015+mens+street+style&rlz=1C1TEUA\\_pL564PL564&espv=2&biw=1366&bih=667&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjNz9O\\_qoHMAhUBXSwKHZPJBBgQ\\_AUIBigB](https://www.google.pl/search?q=paris+fashion+week+2015+mens+street+style&rlz=1C1TEUA_pL564PL564&espv=2&biw=1366&bih=667&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjNz9O_qoHMAhUBXSwKHZPJBBgQ_AUIBigB)

43.<http://www.komputronik.pl/poradniki/smartwatch-z-google-now/>

44.[http://olabakowska.com/blog/pl\\_PL/2016/04/05/mody-koniec-i-poczatek-kierunek-numer-trzy-bio/](http://olabakowska.com/blog/pl_PL/2016/04/05/mody-koniec-i-poczatek-kierunek-numer-trzy-bio/)

45.<http://www.komputronik.pl/poradniki/co-nowego-w-wearables-opaski-sportowe-z-funkcja-motywatora/>

46.<http://www.akademiakomputronik.pl/artykul/do-czego-sluza-wearables>

47.<http://www.komputerswiat.pl/tematy/wearable-technology.aspx>

48.<http://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/2015/07/unique-inteligentny-pasek-do-zegarka-wymyslony-przez-polakow-wywiad.aspx>

49.<http://www.businessinsider.com/the-autism-glass-project-wins-mit-health-tech-prize-2016-4?IR=T>

50.<http://www.antiquedress.com/item5094.htm>

51.<http://secondhanddandy.pl/2014/01/historia-garnituru-od-1900-do-2014-r.html>

52.<http://www.szarmant.pl/eleganckie-plaszczki-meskie>

53.<http://exhibitions.fitnyc.edu/1930s-fashion-blog/>

54.<http://facet.interia.pl/obyczaje/news-lumbersexual-prawdziwa-meskosc-znowu-w-cenie,nld,1553829>

55. <http://www.swiatnauki.pl/8,725.html>
56. <http://www.skifever.pl/forum/24-odziez-narciarska-kurtki-spodnie-rekawice/2333-oddychalnosc-tkanin-membrany>
57. <http://www.skifever.pl/poradnik-narciarski/sprzet-i-akcesoria/235-wodoodpornosc-oddychalnosc-impregnacja-dwr>
58. <http://www.elle.pl/moda/artukul/google-glass-od-diane-von-furstenberg-zobacz-kolekcje-okular>
59. [http://www.baracuda-neo.pl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=48&Itemid=62](http://www.baracuda-neo.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=62)
60. <http://www.labels.pl/mylar.html>
61. <https://pl.wikipedia.org/wiki/Nomex>
62. <http://www.dupont.com/>
63. <http://futuorganic.blogspot.com/2013/08/technorganic-czyli-przeglad-najbardziej.html>
64. <http://tech.wp.pl/kat,1009783,title,Google-i-projekt-Jacquard-nadchodzi-tkanina-przyszlosci,wid,17651250,wiadomosc.html?ticaid=1178ab&ticsrn=5>
65. <http://fashionbusiness.pl/kategoria/technologie/>
66. <http://www.dupont.pl/produkty-i-uslugi/fabrics-fibers-nonwovens.html>
67. <http://www.kanfor.pl/pl/content/8-informacja-o-materialach>
68. <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/evolution-pitti-uomo-part-provenance-power>
69. <http://www.pittimmagine.com/en/corporate/fairs/uomo.html>
70. <https://pl.wikipedia.org/wiki/Kevlar>
71. [https://www.surveymonkey.com/home/?utm\\_source=RPS&utm\\_medium=SM\\_CRM\\_MKTG\\_PA&utm\\_campaign=RE\\_WS&utm\\_content=survey.29921&Date=2014-11-16&CID=72107617](https://www.surveymonkey.com/home/?utm_source=RPS&utm_medium=SM_CRM_MKTG_PA&utm_campaign=RE_WS&utm_content=survey.29921&Date=2014-11-16&CID=72107617)
72. <http://www.szarmant.pl/eleganckie-plaszczki-meskie>
73. <http://www.szarmant.pl/w-smokingu-na-zylecie>
74. [https://en.wikipedia.org/wiki/Issey\\_Miyake](https://en.wikipedia.org/wiki/Issey_Miyake)
75. [http://www.isseymiyake.com/en/brands/pleats\\_please.html](http://www.isseymiyake.com/en/brands/pleats_please.html)
76. [https://en.wikipedia.org/wiki/Hussein\\_Chalayan](https://en.wikipedia.org/wiki/Hussein_Chalayan)
77. [https://en.wikipedia.org/wiki/Iris\\_van\\_Herpen](https://en.wikipedia.org/wiki/Iris_van_Herpen)
78. [https://en.wikipedia.org/wiki/Alexander\\_McQueen](https://en.wikipedia.org/wiki/Alexander_McQueen)
79. [https://pl.wikipedia.org/wiki/Subkultura\\_m%C5%82odzie%C5%BCowa](https://pl.wikipedia.org/wiki/Subkultura_m%C5%82odzie%C5%BCowa)
88. [https://en.wikipedia.org/wiki/Mod\\_\(subculture\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Mod_(subculture))
89. [https://en.wikipedia.org/wiki/Rocker\\_\(subculture\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Rocker_(subculture))
90. <http://www.dezeen.com/tag/iris-van-herpen/>



## Spis źródeł ilustracji

1. <https://lh3.googleusercontent.com/AQcusmfxNMIpE1JVCzCWS6bjANBM5SDv4RZMXbEHDqRapLoQ-5yr38ZgInzVwQy3ww2hsw=s85>
2. [https://lh3.googleusercontent.com/By0cwhzOhtuB\\_yGAfx3rH6ydTU4rQmgBxo9nJol9Q3lkviQamboWqgk-iKXOT3vpj5aJw=s85](https://lh3.googleusercontent.com/By0cwhzOhtuB_yGAfx3rH6ydTU4rQmgBxo9nJol9Q3lkviQamboWqgk-iKXOT3vpj5aJw=s85)
3. <https://pl.pinterest.com/feldfebel/xvii-century/>
4. <http://collections.lacma.org/node/208112>
5. [http://news.xinhuanet.com/english/photo/2014-10/19/c\\_133726603\\_2.htm](http://news.xinhuanet.com/english/photo/2014-10/19/c_133726603_2.htm)
6. <http://stage-odbicia.blogspot.com/2011/12/le-roi-soleil.html>
7. <http://www.musebaroque.fr/la-bataille-de-steinkerque/>
8. <http://blog.catherinedelors.com/18th-century-court-costume-and-marie-antoinette/>
9. <https://pl.pinterest.com/lucindabrant/18th-century-pets-their-owners/>
- 10,11. <http://www.swisstiques.com/VILLAGE/prints/FrenchRevolution/LesIncroyables.htm>
12. <http://mbarouen.fr/en/oeuvres/portrait-of-the-composer-francois-adrien-boieldieu>
13. [https://pl.wikipedia.org/wiki/Beau\\_Brummell](https://pl.wikipedia.org/wiki/Beau_Brummell)
14. <https://pl.pinterest.com/colleenwhalen20/the-dandy-descendants-of-beau-brummel/>
15. [http://www.fashion-era.com/fashion\\_plates\\_old/0013\\_mens\\_1800\\_1900.htm](http://www.fashion-era.com/fashion_plates_old/0013_mens_1800_1900.htm)
16. <http://mentalfloss.com/article/52490/strange-origins-5-iconic-fashions>
17. <https://pl.pinterest.com/pocketmuseum/1890s-fashion-men/>
18. <http://www.oldmagazinearticles.com/Norfolk-Jacket-article>
19. <http://www.keikari.com/english/a-history-of-the-norfolk-jacket/>
20. [http://www.maxmayo.com/style/history-of-menswear/#.V7LqX\\_mLTIU](http://www.maxmayo.com/style/history-of-menswear/#.V7LqX_mLTIU)
- 21-30. Eric Musgrave, Sharps Suits, Foreword by Richard James, PAVILION, London 2009
31. <https://pl.pinterest.com/stauw838/edward-viii/>
32. <https://pl.pinterest.com/greenbagger/fred-astaire/>
33. [https://lh3.googleusercontent.com/SvsrLJE4a3YJN62wmX2o\\_MtHN-OpttPy\\_moKU7B0kL\\_UG-7hM2T1DFaybd-8Lh2w4mPQ00k=s85](https://lh3.googleusercontent.com/SvsrLJE4a3YJN62wmX2o_MtHN-OpttPy_moKU7B0kL_UG-7hM2T1DFaybd-8Lh2w4mPQ00k=s85)
34. <http://www.szarmant.pl/wp-content/uploads/2012/12/P%C5%82aszcz-my%C5%9Bliwski-covert-coat-946x1024.jpg>
35. <https://lh3.googleusercontent.com/AZkaClrhXbtKuQNvin5RcAv-kGhCkvPCzY-TsSLiJjioWIU-nMj8vWmWL81v4QI7tRn6Rg=s85>
36. <http://www.szarmant.pl/wp-content/uploads/2012/12/P%C5%82aszcz-wojskowy-militaru-coat.jpg>
37. [https://lh3.googleusercontent.com/NK8db3Af1RkPQpv4xm0Kyk45xOPVNZixyktvDD\\_sZ6RZQERgA1bOE8UHpmFHgX9fL8gUH-Y=s85](https://lh3.googleusercontent.com/NK8db3Af1RkPQpv4xm0Kyk45xOPVNZixyktvDD_sZ6RZQERgA1bOE8UHpmFHgX9fL8gUH-Y=s85)
38. <https://lh3.googleusercontent.com/43JPTcPU39eR7TcZkQdaf6lkVjsRC99TzmQVpTqAZN8sLBRAnMyqpQ41cisZZ5qQfjYaSg=s85>
39. <https://lh3.googleusercontent.com/D0MBUusyQNM85ovBlr6jakps7XinlyUSHzDZXPckl11cUN5cerU8MNA9dsxfDJXpLsNlovA=s85>
40. <http://www.szarmant.pl/wp-content/uploads/2012/12/granatowa-budrys%C3%B3wka-500x500.jpg>

41. [https://lh3.googleusercontent.com/GOAvfWftZZ-WleqLPIpr3gMhrzI7QY\\_ImJqC908gi-8gjN7WtdGvEdS7TMTToE674hHw0wA=s85](https://lh3.googleusercontent.com/GOAvfWftZZ-WleqLPIpr3gMhrzI7QY_ImJqC908gi-8gjN7WtdGvEdS7TMTToE674hHw0wA=s85)
- 43, 44. <https://pl.pinterest.com/explore/zoot-suits/>
45. <http://www.filmweb.pl/person/Marlon.Brando>,
46. Eric Musgrave, Sharps Suits, Foreword by Richard James, PAVILION, London 2009
47. <http://musicandnostalgia.com/bill-haley-the-man-who-started-the-rocking-revolution-in-the-50s>
48. <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3254422/Is-James-Dean-s-cursed-Porsche-60th-anniversary-actor-s-death-museum-claims-close-tracking-wreck-car-killed-star.html>
49. <http://www.hollywoodreporter.com/gallery/david-bowies-style-remembered-by-855644/1-mod-roots-1967-london>
50. Eric Musgrave, Sharps Suits, Foreword by Richard James, PAVILION, London 2009
51. <http://transascity.org/category/transition-2/>
52. <https://pl.pinterest.com/search/pins/?q=miami%20vice&rs=typed&0=miami%7Ctyped&1=vice%7Ctyped>
53. <http://wardrobelooks.com/wp-content/uploads/2014/07/Mens-Hipster-Clothing-Combination-Ideas-3.png>
54. [https://www.google.pl/search?q=neo+dandy&rlz=1C1TEUA\\_pIPL564PL564&espv=2&biw=1366&bih=623&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwjruLOo0MbOAhXGF5oKHcrKAyEQsAQIGg#imgrc=oTWk9k0U18CeFM%3A](https://www.google.pl/search?q=neo+dandy&rlz=1C1TEUA_pIPL564PL564&espv=2&biw=1366&bih=623&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwjruLOo0MbOAhXGF5oKHcrKAyEQsAQIGg#imgrc=oTWk9k0U18CeFM%3A)
55. <https://www.fasthorseinc.com/blog/2014/12/10/the-lumbersexual-whats-really-going-on-here/>
56. <https://pl.pinterest.com/search/pins/?q=ronaldo&rs=typed&0=ronaldo%7Ctyped>
57. [https://pl.pinterest.com/search/pins/?q=grunge%20men&rs=remove&0=grunge%7Ca utocomplete%7C2&1=men%7Cautocomplete%7C2&remove\\_refine=style%7Cautocomplete%7C2](https://pl.pinterest.com/search/pins/?q=grunge%20men&rs=remove&0=grunge%7Ca utocomplete%7C2&1=men%7Cautocomplete%7C2&remove_refine=style%7Cautocomplete%7C2)
58. <https://pl.pinterest.com/search/pins/?q=chalyan%20light%20collection&rs=typed&0=chalyan%7Ctyped&1=light%7Ctyped&2=collection%7Ctyped>
59. <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/47/25/fe/4725fe2c043850ea6682012dda1cb5d0.jpg>
60. <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/48/36/0c/48360c67462f1bc3b67070efdc85288a.jpg>
61. <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/df/15/41/df154179f4bb8bf95e0a1a337576e832.jpg>
62. <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/8c/e4/2a/8ce42a181dd8b1573c2968cd881a58de.jpg>
63. <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/80/70/a7/8070a7b3374e9fd0a67bf885df638b6e.jpg>
64. <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/6c/af/1e/6caf1e5d599557738edf0b8e46c91416.jpg>
65. <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/5b/Kevlar-sheet-3D-vdW.png>

66. [http://www.thedailysail.com/files/u5129/Henri\\_Lloyd\\_Logo\\_reverse.jpg](http://www.thedailysail.com/files/u5129/Henri_Lloyd_Logo_reverse.jpg)
67. [http://www.tuwroclaw.com/pliki/duze\\_zdjecia/biznes/Henryk\\_Strzelecki\\_male.jpg](http://www.tuwroclaw.com/pliki/duze_zdjecia/biznes/Henryk_Strzelecki_male.jpg)
- 68 – 70. Skan planszy z kolekcji Getzer. Własność autora.
- 71 - 82. Skan etykiet firmy Paulo di Oliveira. Własność autora.
- 83 – 89. Skan etykiety firmy Schoeller tech. Własność autora.
- 90 – 91. Skan planszy z kodami tkanin( premiere Vision) Własność autora.
- 92, 93. <https://www.guetermann.com/shop/en/view/content/Industry-Technology-MCT;jsessionid=42A2767510409C6250F02804C004877B?node=Industry-Technology-MCT-Page>
94. Skan etykiety PCM Freudenberg. Własność autora.
95. [https://lh3.googleusercontent.com/kpU8tF76aO7zHQ7OV-cO1L70D3kLyOVN\\_hvoBnDy88rcqiQt1O69laxG3fFEosur1mSB=s125](https://lh3.googleusercontent.com/kpU8tF76aO7zHQ7OV-cO1L70D3kLyOVN_hvoBnDy88rcqiQt1O69laxG3fFEosur1mSB=s125)
96. <http://www.missnumerique.com/images/produits/big/SmartBand-Talk-SWR30-noir-84.jpg>
97. <http://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/2015/07/unique-inteligentny-pasek-do-zegarka-wymyslony-przez-polakow-wywiad.aspx>
98. [http://www.eonline.com/eol\\_images/Entire\\_Site/2014523/rs\\_560x415-140623091648-1024.teal-dvf-google-glasses-062314.jpg](http://www.eonline.com/eol_images/Entire_Site/2014523/rs_560x415-140623091648-1024.teal-dvf-google-glasses-062314.jpg)
99. [https://lh3.googleusercontent.com/Lxl7sp4jAQZjuRfbim1mKO1TvxCS5x0B-mbUoTp\\_bTKs5LIEPFvPD3Slv4CLMCz5TRBLYQ=s123](https://lh3.googleusercontent.com/Lxl7sp4jAQZjuRfbim1mKO1TvxCS5x0B-mbUoTp_bTKs5LIEPFvPD3Slv4CLMCz5TRBLYQ=s123)
100. [http://www.designalive.pl/wp-content/uploads/2014/03/1Ying\\_Gao\\_designalive-1024x554.jpg](http://www.designalive.pl/wp-content/uploads/2014/03/1Ying_Gao_designalive-1024x554.jpg)
101. [http://www.t-shirtmagazineonline.com/wp-content/uploads/2015/08/0820\\_polotech\\_pdp\\_06.jpg](http://www.t-shirtmagazineonline.com/wp-content/uploads/2015/08/0820_polotech_pdp_06.jpg)
102. <http://www.scooterdz.com/wp-content/uploads/2014/12/digitsole-semelle-chauffante-scooter-600x330.jpg>
103. <https://lh3.googleusercontent.com/9642MT7xJ-ak1Ofn3FZRq269CuUE3nL4T9IACuMyhu2t3LyKWXWEwY0a5oViJqkrGibbXWY=s131>
104. <https://lh3.googleusercontent.com/MbPWHAJHPJ1xfiQnsdPeLN5Nlyk8Ulof4A4tz1ANWdXvzBfvAqiSBvn6BKlpDKrSllcQHjw=s91>
105. [https://lh3.googleusercontent.com/bcJg9rm-OyDVqa4dmd-fdBaiH36ZAvYTFQataekMKE3s7-YuxhvnTI\\_b6V0WOWwWx3a0m=s91](https://lh3.googleusercontent.com/bcJg9rm-OyDVqa4dmd-fdBaiH36ZAvYTFQataekMKE3s7-YuxhvnTI_b6V0WOWwWx3a0m=s91)
106. [https://lh3.googleusercontent.com/tuL2aAyzfHnleZhteLyvX-N8ZJOX1UsWC1yFRcC48E-Lmw\\_Sy2agVztSJYFBB8dJxVV5Q=s152](https://lh3.googleusercontent.com/tuL2aAyzfHnleZhteLyvX-N8ZJOX1UsWC1yFRcC48E-Lmw_Sy2agVztSJYFBB8dJxVV5Q=s152)
107. [https://lh3.googleusercontent.com/NrMfe7gncy4tynV1n6nrxBDOIk\\_UxlQ8hNPr-9dFk41-q1SRTr-lstlXy3zjieggeZVz=s152](https://lh3.googleusercontent.com/NrMfe7gncy4tynV1n6nrxBDOIk_UxlQ8hNPr-9dFk41-q1SRTr-lstlXy3zjieggeZVz=s152)
108. <https://lh3.googleusercontent.com/9kcgTfgBPPm7I-sqQkYaJgCjMVwWdB19qpO4fgGKB9Bfr1mIXAI23CuiD4b0O4bIW4zM=s124>
109. [https://lh3.googleusercontent.com/3dOyNTEvgICFRjam\\_scM1qU\\_A-Dmmi9UoeUaCxeQyZX4L568CN9kZOZZkYysrQL9-xPn=s122](https://lh3.googleusercontent.com/3dOyNTEvgICFRjam_scM1qU_A-Dmmi9UoeUaCxeQyZX4L568CN9kZOZZkYysrQL9-xPn=s122)
- 110 -142. Dorota Wróblewska, Fashion People Colours, Media Sukces 2012

- 153-175. Fotografie mężczyzn z Fashion Week Poland. Własność autora.
- 176-183. Fotografie stylizacji Kamila Brzozowskiego. Własność autora.
- 184-191. Fotografie stylizacji Adriana Kamila Grajcara. Własność autora.
- 192-204. Fotografie stylizacji Rafała Maślaka. Własność autora.
205. [https://lh3.googleusercontent.com/69UhPjEoj2CXbnP7X2N8P5sQiL-rdIV5\\_9wRcT834DEEn87tocqh-ZSREAuLVGYLif4-CA=s109](https://lh3.googleusercontent.com/69UhPjEoj2CXbnP7X2N8P5sQiL-rdIV5_9wRcT834DEEn87tocqh-ZSREAuLVGYLif4-CA=s109)
206. [https://lh3.googleusercontent.com/k-o33krhIU1RNnvIXnGsrxp\\_OWGbBcDK9aK5HlLipyNaBnlNKZBLvRmhB2PjS1wnq7xeFA=s128](https://lh3.googleusercontent.com/k-o33krhIU1RNnvIXnGsrxp_OWGbBcDK9aK5HlLipyNaBnlNKZBLvRmhB2PjS1wnq7xeFA=s128)
207. <https://lh3.googleusercontent.com/ssUDJfB-jimeIAfWYk2fs1zeiS9SG01RVdRykF7CVf0yewPO9BQkBq2ibsiR9Fdy4rJetg=s128>
208. [https://lh3.googleusercontent.com/B\\_1r-10e8CcZezHWi6GT7NX-Xkw42CZgWBSesP6oWy6howOpkR9LF7IYFEtLSNT\\_1ghNL9M=s128](https://lh3.googleusercontent.com/B_1r-10e8CcZezHWi6GT7NX-Xkw42CZgWBSesP6oWy6howOpkR9LF7IYFEtLSNT_1ghNL9M=s128)
209. [https://lh3.googleusercontent.com/Bnz5SaxXIBZynIj7nhWNvO5M4FJa0ixSILCtbPFNFmuua23kDkVMH0ZVCcTS\\_PBcDIPm=s128](https://lh3.googleusercontent.com/Bnz5SaxXIBZynIj7nhWNvO5M4FJa0ixSILCtbPFNFmuua23kDkVMH0ZVCcTS_PBcDIPm=s128)
210. <https://lh3.googleusercontent.com/aWmUckcjP-BW0Ikp8FZB3ptfWUQHUPXb-7HXJP6eHZvtMleObJ0ma1wlCgzu6BjTCS0J=s128>
211. [https://lh3.googleusercontent.com/jungaa0H6kis\\_OSWPR2gqmuxrmGntcQ1sfialqBMrwJQB8FDu2BXGJUrg0xOk4fnX31Bwg=s127](https://lh3.googleusercontent.com/jungaa0H6kis_OSWPR2gqmuxrmGntcQ1sfialqBMrwJQB8FDu2BXGJUrg0xOk4fnX31Bwg=s127)
212. [https://lh3.googleusercontent.com/tDSQUgKDYImVc57f\\_UG-PIEruWd-yZO6JIIUpQ-EPa1Ha9FYx3pT-PSxKIVZFy\\_iDpnEpQ=s128](https://lh3.googleusercontent.com/tDSQUgKDYImVc57f_UG-PIEruWd-yZO6JIIUpQ-EPa1Ha9FYx3pT-PSxKIVZFy_iDpnEpQ=s128)
213. <https://lh3.googleusercontent.com/qXfMwNQ5n4wvpPAxBh4J8ser0cZqpGBKSuNO-Fl2nACdF-w0IsF0jbTPl16cjHe3IQEzw=s128>
214. [https://lh3.googleusercontent.com/USZuDeFJzwvda6wpjy8qMmhFdGjPiRasSp4IA8tIZenTKpb3hjSMWo1lZCv2\\_nE0G83EXg=s105](https://lh3.googleusercontent.com/USZuDeFJzwvda6wpjy8qMmhFdGjPiRasSp4IA8tIZenTKpb3hjSMWo1lZCv2_nE0G83EXg=s105)
215. [https://lh3.googleusercontent.com/p8uHuTxOTz4pt6TGgqIEX5t9NW3gYW-SeOQaLkzmWY\\_9Dq3VrNDZZIMvAg3DEb\\_MP-b3=s85](https://lh3.googleusercontent.com/p8uHuTxOTz4pt6TGgqIEX5t9NW3gYW-SeOQaLkzmWY_9Dq3VrNDZZIMvAg3DEb_MP-b3=s85)
216. <https://lh3.googleusercontent.com/NDntqCz0bhRJKMih3619jeiy6Tdswjn3ayOkvd3PDxFFW71ySjcaDDdKB1KSznMOSTUHLW4=s85>
217. [https://lh3.googleusercontent.com/akUcGzsG5onVnNK2e8lth6Tzs9lwNEz9CzbOksYEBWale5yau\\_-qYobyXHBz2EeFLma1hls=s128](https://lh3.googleusercontent.com/akUcGzsG5onVnNK2e8lth6Tzs9lwNEz9CzbOksYEBWale5yau_-qYobyXHBz2EeFLma1hls=s128)
218. [https://lh3.googleusercontent.com/MUp0XN\\_bmWHAD7\\_lwwonOIwEOJ8Qld4hx7xHF2caes-eZREkLKTuA9Qj-X6vLmCFq6roCQ=s85](https://lh3.googleusercontent.com/MUp0XN_bmWHAD7_lwwonOIwEOJ8Qld4hx7xHF2caes-eZREkLKTuA9Qj-X6vLmCFq6roCQ=s85)
219. [https://lh3.googleusercontent.com/rn1RRHpSRbsrfJi\\_oAPy1qeO6PcyDTdV69On1rdyAT5HmzRlpDqgZQ496L8Nv\\_6ix6bJRA=s85](https://lh3.googleusercontent.com/rn1RRHpSRbsrfJi_oAPy1qeO6PcyDTdV69On1rdyAT5HmzRlpDqgZQ496L8Nv_6ix6bJRA=s85)
220. [https://lh3.googleusercontent.com/YV2xJnu8Ta5yhnT\\_LE195iZCD0MN4gmf1RlFopQlF0rcsgxliRDzcJ8obtdCV4z1Zwl11w=s85](https://lh3.googleusercontent.com/YV2xJnu8Ta5yhnT_LE195iZCD0MN4gmf1RlFopQlF0rcsgxliRDzcJ8obtdCV4z1Zwl11w=s85)
221. <https://lh3.googleusercontent.com/uK4IkFPr3bWPfcQeuNdXFgOiqafK3JSrHSTCBSDg9xNPqxKxt1Y-uAjiyLPAMOSGzVKAdA=s128>
222. [https://lh3.googleusercontent.com/GomlLG7dlj3bGgHUukxuhvKcSP6dUZdKjmdof4ZJ1YPfwwPo\\_5YrPgX1dfolP6D2ap0LnQ=s128](https://lh3.googleusercontent.com/GomlLG7dlj3bGgHUukxuhvKcSP6dUZdKjmdof4ZJ1YPfwwPo_5YrPgX1dfolP6D2ap0LnQ=s128)

223. [https://lh3.googleusercontent.com/CheBKil\\_DQbJO8iuyZB1JCypJHNqJX47iJS\\_4cPIPK9lc7Gv4kbyVImaaoHuFpBPhzaH\\_g=s127](https://lh3.googleusercontent.com/CheBKil_DQbJO8iuyZB1JCypJHNqJX47iJS_4cPIPK9lc7Gv4kbyVImaaoHuFpBPhzaH_g=s127)

224. [https://lh3.googleusercontent.com/dsM-1bGhzf1jBZz7jYJ4gVd8Ty546l2pPm5T\\_wCSHAsA-OYAgM6NwufRjiOXBzws3fBL=s127](https://lh3.googleusercontent.com/dsM-1bGhzf1jBZz7jYJ4gVd8Ty546l2pPm5T_wCSHAsA-OYAgM6NwufRjiOXBzws3fBL=s127)

225. [https://lh3.googleusercontent.com/PBWnKlIC9g12Fi7HxrWTti0kfkAMod1FGzt6RSQJl\\_pVj\\_Tj08ToSpLx4P4vO8iUB2i0l1A=s127](https://lh3.googleusercontent.com/PBWnKlIC9g12Fi7HxrWTti0kfkAMod1FGzt6RSQJl_pVj_Tj08ToSpLx4P4vO8iUB2i0l1A=s127)

226. [https://lh3.googleusercontent.com/x88CTVJSRIw3bw38a6A2Ra\\_qlfJ4boF6eFy9h\\_nv68PeQzFdEqg2LKCoAVCgVp9AvjGdg=s128](https://lh3.googleusercontent.com/x88CTVJSRIw3bw38a6A2Ra_qlfJ4boF6eFy9h_nv68PeQzFdEqg2LKCoAVCgVp9AvjGdg=s128)

227. [https://lh3.googleusercontent.com/fclOdGvpwJjVf\\_gElxS5snv5OdUCUeajKRHU6A\\_MSNc6nleXmDxJwZ74D6yb0sDzHmTeuA=s128](https://lh3.googleusercontent.com/fclOdGvpwJjVf_gElxS5snv5OdUCUeajKRHU6A_MSNc6nleXmDxJwZ74D6yb0sDzHmTeuA=s128)

228. [https://lh3.googleusercontent.com/vHrb2KqD0bDO5HOGzbVbK2FQYKmlZinPCHv0m5V-EMOOAjlLirFnQ3\\_mBeKAAoW9pyTdHQ=s128](https://lh3.googleusercontent.com/vHrb2KqD0bDO5HOGzbVbK2FQYKmlZinPCHv0m5V-EMOOAjlLirFnQ3_mBeKAAoW9pyTdHQ=s128)

229. <https://lh3.googleusercontent.com/rL8oPOQculXICUXkBRaowzLZ261B1eZnSGEVNwF6VgVJ1oKbMC60FUE3Yw0Bic6RWznsnQ=s128>

230. [https://lh3.googleusercontent.com/ze7bANwLnNfetdCizt642oEJKtI9EB7\\_mhWLQHSI\\_Amezre\\_WnrEnTRpP4xbUdztb-s1obQ=s85](https://lh3.googleusercontent.com/ze7bANwLnNfetdCizt642oEJKtI9EB7_mhWLQHSI_Amezre_WnrEnTRpP4xbUdztb-s1obQ=s85)

231. [https://lh3.googleusercontent.com/vlhRJFCGm8rM6szOsdF4V4X1VUgTGATf0KtGda\\_xB7Vyu0NieKVhOCE7Tc3tZEPO669V=s85](https://lh3.googleusercontent.com/vlhRJFCGm8rM6szOsdF4V4X1VUgTGATf0KtGda_xB7Vyu0NieKVhOCE7Tc3tZEPO669V=s85)

232. <https://lh3.googleusercontent.com/33vyOQD0TNRN6fbm7UI3ciVVxsFkOvahaQKdpiwV15cyxkD5Y3NfZFXf6Q8cO8HXyswClUI=s85>

233. <http://content.asos-media.com/~media/270115032938en-GB/Images/uk/Men/2015/01/27-tuesday/asos-mw-dd-article-paris-street-style-01.jpg?mw=398>

234. <https://lh3.googleusercontent.com/3AO7um1DpEX-exsZgikLksXxoLwSz95WC5T3ZDpzsoYllwF-Wg5SLlvF8STvvRZ2yhMuyA=s85>

235. [https://encrypted-tbn2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTRECyGKTP4KYIDwqgWIO9x3rAbhTxmfRqRQjp\\_2CC-nwYO8zpepA](https://encrypted-tbn2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTRECyGKTP4KYIDwqgWIO9x3rAbhTxmfRqRQjp_2CC-nwYO8zpepA)

236. <https://lh3.googleusercontent.com/qzaJx-LHB6lDd8ApTbfEJF59agaSqvb1SjLb0Kzmc0dsNdj1PViJyp83OcYrQZtlrdM8=s120>

237. [https://lh3.googleusercontent.com/lgOGhhIBsHFic-HVzF4gFfSG3\\_uSsU10P1Hlxz\\_YP7lC47uS5eYPAhSSwE3hF6iz-foj4gs=s85](https://lh3.googleusercontent.com/lgOGhhIBsHFic-HVzF4gFfSG3_uSsU10P1Hlxz_YP7lC47uS5eYPAhSSwE3hF6iz-foj4gs=s85)

238. [https://lh3.googleusercontent.com/765Umnc8UI3md8enrt8EXDNg1NWzG27All8nfss1Rd\\_qlOX\\_Ggg8ZIVnfU66J8F1DtSJ=s128](https://lh3.googleusercontent.com/765Umnc8UI3md8enrt8EXDNg1NWzG27All8nfss1Rd_qlOX_Ggg8ZIVnfU66J8F1DtSJ=s128)

239. [https://lh3.googleusercontent.com/6GNYhXVQWAFLogU99vaxzr13Qw3Obm-u\\_a811tiPkBEzD8GNmr8vqOySWYLHxxhGQh3=s85](https://lh3.googleusercontent.com/6GNYhXVQWAFLogU99vaxzr13Qw3Obm-u_a811tiPkBEzD8GNmr8vqOySWYLHxxhGQh3=s85)

240. <https://lh3.googleusercontent.com/f0vfg4WFlugTOElw2rtCSnZEY8rVKuTXxS4v7GVn8hWt5DDv4wRwj5efyQdblyi6r7qmpw=s126>

241. [https://lh3.googleusercontent.com/800\\_US6WIJ0\\_ZUs\\_j1VzI35FZ\\_3QZBswGt2XMvt8UGdEoWZJuUGCubv3TlFAK7rviViY=s85](https://lh3.googleusercontent.com/800_US6WIJ0_ZUs_j1VzI35FZ_3QZBswGt2XMvt8UGdEoWZJuUGCubv3TlFAK7rviViY=s85)

242. <https://lh3.googleusercontent.com/ev4QuikCMQ7Aqrb6b01ABz14l8PPSx0TBzYia2fYY1oQaiUfR89T2H9kqInkJqc1qXgpGaY=s85>
243. [https://lh3.googleusercontent.com/7fzNKfXv2jM\\_m37XP0c8-jMxSNUQF2DUFlEQukxXT-G1pPv6AINMr6BRr5yNADw70ixB2g=s85](https://lh3.googleusercontent.com/7fzNKfXv2jM_m37XP0c8-jMxSNUQF2DUFlEQukxXT-G1pPv6AINMr6BRr5yNADw70ixB2g=s85)
244. [https://lh3.googleusercontent.com/LGJShBUyt6gswMBTHlmoob-aB48hJ4voEsarmfsPibfesGrI74GQ\\_ZfDoZt1xOfs5qYWH70=s85](https://lh3.googleusercontent.com/LGJShBUyt6gswMBTHlmoob-aB48hJ4voEsarmfsPibfesGrI74GQ_ZfDoZt1xOfs5qYWH70=s85)
245. [https://lh3.googleusercontent.com/FYF-vQVssh\\_U\\_7riY4XsLS88prwRhZxUjt4GOr765pG3oUX3DA8UtIDZId62KQs3k-M9cSI=s85](https://lh3.googleusercontent.com/FYF-vQVssh_U_7riY4XsLS88prwRhZxUjt4GOr765pG3oUX3DA8UtIDZId62KQs3k-M9cSI=s85)
246. [https://lh3.googleusercontent.com/g1\\_6jZUjja381qTTJDBbn2afAR66TcGnPmcXZP9VL8jISLLTCvW23PNypHN76jDVusli=s85](https://lh3.googleusercontent.com/g1_6jZUjja381qTTJDBbn2afAR66TcGnPmcXZP9VL8jISLLTCvW23PNypHN76jDVusli=s85)
247. <https://lh3.googleusercontent.com/uaSmCLAOL4707IBjeN8UzCZdDaDSD-voRCF3XzGukNlkwgLP3qBe4UuDrJUuszuo8fUatA=s85>
248. [https://lh3.googleusercontent.com/uO8aNJ1xstDcpryMY9GE6hfZTQcV1pJ-u1ojA0v\\_0wMuytRTjjTezXKoSyQ5PVWD4-nVxg=s128](https://lh3.googleusercontent.com/uO8aNJ1xstDcpryMY9GE6hfZTQcV1pJ-u1ojA0v_0wMuytRTjjTezXKoSyQ5PVWD4-nVxg=s128)
249. <https://lh3.googleusercontent.com/RnDALNsNt-SBDtr2sot9rYYALSswMaPdDiTBNMQ62Dr7ZrtyRy6bdRQtxEvrQzRjSnf4vg=s158>
250. <https://lh3.googleusercontent.com/mqHUTluiLdj1p3woXj7c-VVktfotVVMfyICrA0yURLgtPYhkTULQ7Zg9NEdtnIIZTQEMnes=s106>
- 251 – 306. Zdjęcia kolekcji autorskiej. Projekty Andrzej Foder. Zdjęcia Marcin Witkowski. Własność autora.

## Oświadczenie autora pracy

Andrzej Foder

Oświadczam, że pracę pisemną pt.

**„Transformacja klasycznych form ubioru we współczesnej modzie męskiej.  
Rola nowej generacji tkanin i technologii jako narzędzi wspomagających kreowanie  
wizerunku współczesnego mężczyzny ”**

przygotowałem samodzielnie.

Wszystkie istotne dane i sformułowania niezbędne do napisania pracy pochodzące z literatury ( przytaczane dosłownie lub niedosłownie), są opatrzone odpowiednimi odsyłaczami oraz zawarte są w bibliografii.

Pozostałe dane, istotne myśli i sformułowania pochodzą z procesu badawczego, z mojego doświadczenia projektanta ubioru męskiego oraz wykładowcy projektowania ubioru męskiego.

Prezentowana w pracy kolekcja autorska inspirowana jest moim doświadczeniem projektanta ubioru męskiego, trendami mody męskiej oraz procesem badawczym zawartym w pracy.

Do wszystkich zdjęć mojej kolekcji posiadam prawa autorskie zezwalające na prezentowanie zdjęć w publikacjach związanych z doktoratem.

Pozostałe zdjęcia zamieszczone w pracy pochodzą ze źródeł bibliograficznych, internetowych i ze źródeł własnych, których pochodzenie zaznaczone jest na ostatnich kartach mojej pracy.

Praca ta nie była w całości ani w części, w tej ani w innej formie przez nikogo przedłożona do żadnej oceny i nie była publikowana.

Podpis autora