

Dětský svět

BcA. Kateřina Nováková

Diplomová práce
2021



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Design obuvi

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **BcA. Kateřina Nováková**
Osobní číslo: **K19378**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Design obuvi**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Dětský svět**

Zásady pro vypracování

1. Teoretická část:

V teoretické části se zabývejte pojmem dětský svět. Objasněte fenomén této velmi specifické zákaznické skupiny. Představte designéry, kteří navrhují pro malé zákazníky.

2. Praktická část :

Vypracujte kolekci tří párů obuvi a pěti doplňků pro děti předškolního věku. Doplněte kresebné návrhy, konstrukční řešení a technický popis dokumentující vývoj jednotlivých modelů.

Součástí předané písemné práce je dodání elektronické verze diplomové práce na Flash disku, který bude obsahovat taktéž samostatné fotografie v tiskové kvalitě z praktické části diplomové práce. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formát pro vektory: AI, EPS, PDF, loga a texty v křivkách.

Rozsah diplomové práce: minimálně 45 normostran

Rozsah příloh: minimálně 15 stran

Forma zpracování diplomové práce: tištěná

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

LANGÉ, Alexandra. The design of childhood: how the material world shapes independent kids. New York: Bloomsbury Publishing, 2018, 407 s. ISBN 9781632866356.

Dítě a reklama: odborná konference s mezinárodní účastí – Zlín 28. května 2003 : 43. mezinárodní festival filmů pro děti a mládež. Zlín: Amasia, 2003, 100 s. ISBN 8023904175.

BAKAN, Joel. Dětství pod palbou: jak velký byznys ovlivňuje děti. V Praze: Triton, 2013, 309 s. ISBN 9788073876531.

VAVŘIČKOVÁ, Alena. Děti a reklama. Liberec: Bor, 2010, 106 s. Jazyky a texty. ISBN 9788086807447.

MATĚJČEK, Zdeněk. Co děti nejvíc potřebují. Vyd. 5. Praha: Portál, 2008, 108 s. Rádci pro rodiče a vychovatele. ISBN 9788073675042.

Vedoucí diplomové práce: **MgA. Jana Buch**
Ateliér Design obuvi

Datum zadání diplomové práce: **1. prosince 2020**

Termín odevzdání diplomové práce: **21. května 2021**




doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkan


MgA. Jana Buch
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 4.5.2021

Jméno a příjmení studenta: Kateřina Nováková


.....
podpis studenta

ABSTRAKT

Hlavním tématem této diplomové práce je dětský svět. První kapitola teoretické práce se zabývá zásadními aspekty, které ovlivňují dětství, a tím, jak na ně reagují různí designéři. Druhá kapitola se věnuje marketingu cílenému na děti a tomu, jaký na ně má vliv. Třetí kapitola se zabývá dětským obouváním.

Praktická část diplomové práce představuje autorské uchopení tématu dětství aplikovaného do kolekce obuvi a galanterních doplňků určených na vycházky dětem předškolního věku.

Klíčová slova: dětský svět, dětství, design, dětský design, vliv marketingu na děti, dětské obouvání

ABSTRACT

The main topic of this diploma thesis is the world of children. The first chapter of the theoretical work deals with the fundamental aspects that affect childhood and how different designers react to them. The second chapter deals with marketing aimed at children and how it affects them. The third chapter deals with children's footwear.

The practical part of the diploma thesis presents the author's grasp of the theme of childhood applied to the collection of footwear and fashion accessories intended for outings for preschool children.

Keywords: the world of children, childhood, design, design for children, impact of marketing on children, children's footwear

Na tomto místě bych velmi ráda poděkovala paní MgA. Janě Buch nejen za odborné vedení mé diplomové práce, ale i za její rady a předání zkušeností v průběhu studia. Za to velmi děkuji i paní MgA. Veronice Bartošikové.

Děkuji mé rodině a partnerovi, kteří mě během celého studia podporovali.

Děkuji také mým spolužačkám za krásných společných pět let studia.

Děkuji všem, kteří byli součástí mého hezkého dětství.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 DĚTSKÝ SVĚT	11
1.1 PROSTŘEDÍ	11
1.2 KOLEKTIV	17
1.3 POHYB.....	22
1.4 RADOST, ZÁBAVA.....	25
1.5 VZDĚLÁVÁNÍ A HRA	28
2 DĚTI JAKO CÍLOVÁ SKUPINA	35
2.1 NEGATIVNÍ VLIV MARKETINGU NA DĚTI	35
2.1.1 Právní ochrana dětí.....	37
2.2 RODIČE JAKO CÍLOVÁ SKUPINA	37
2.2.1 Matky orientované na kariéru	38
2.2.2 Konzumní materialisté	38
2.2.3 Tradiční	39
2.2.4 Rodinné typy	39
2.2.5 Ekologicky uvědomělí	40
2.3 MATKY INFLUENCERKY	40
2.3.1 Justy Olive.....	40
2.3.2 Louise Pentland.....	41
2.3.3 Giovanna Fletcher	42
2.3.4 Monika Bagárová	43
2.3.5 Krkavčí matka	43
2.3.6 Ema má táty.....	44
3 DĚTI A OBUV	45
3.1 SOUČASNÝ POHLED NA DĚTSKÁ CHODIDLA	46
3.2 OBLÍBENÉ ZNAČKY DĚTSKÉ OBUVI.....	48
3.2.1 Bobux	48
3.2.2 Start-rite.....	49
3.2.3 Clarks	50
3.2.4 D.D.step.....	50
3.2.5 PLAE.....	51
II PRAKTICKÁ ČÁST	52
4 AUTORSKÉ SHRNU TÍ	53
5 INSPIRAČNÍ ZDROJE	54
5.1 MOODBOARD	55
5.2 CÍLOVÝ ZÁKAZNÍK	56

6	KOLEKCE NA VĚTVI	58
6.1	KAŠTÁNKY	59
6.2	BATOH KAŠTÁNEK	60
6.3	LÍSKÁČKY	60
6.4	LEDVINKA LÍSKÁČEK	61
6.5	LÍSKÁČEK NA LÁHEV	62
6.6	ŠÍPKOVÁ OBUV	62
6.7	ŠÍPEK.....	63
6.8	ŠÍPKOVÁ ZÁSTĚRKA	64
6.9	LOGO.....	65
	ZÁVĚR	67
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	68
	SEZNAM WEBOVÝCH ZDROJŮ.....	69
	SEZNAM OBRÁZKŮ	71
	SEZNAM PŘÍLOH.....	75

ÚVOD

Dětství je velmi důležité a citlivé období v životě člověka. Mnoho z nás si možná neuvědomuje, jak velký vliv má vizuální vzhled prostředí na život dětí, jak se mění prostředí, ve kterém si hrají nebo se učí, jak hračky a předměty denní potřeby ovlivňují jejich vnímání, jak se jejich oblečení a obuv přizpůsobují módním trendům dospělých. Kolik designérů a výrobců má vůbec zájem o to, co děti opravdu potřebují a chtějí, a kolik spíš sází na marketing a rodiče, kteří se sami často v dětské duši nevyznají?

V duchu zvoleného tématu se teoretická část práce bude soustředit hlavně na design a marketing ve vztahu k dítěti. Teoretický základ práce je rozdělen do tří hlavních kapitol.

První ponese název *Dětský svět* a budu se v ní zabývat důležitými aspekty v životě dětí, jako jsou prostředí, kolektiv, škola a pohyb. To, jak na tyto aspekty nahlíží designéři, a to, jak samotné produkty mohou ovlivňovat dětství.

V druhé kapitole *Děti jako cílová skupina* se budu zabývat tím, jaký vliv má marketing na děti a jakým způsobem cílí na jejich rodiče. Představím zde také maminky, které sdílí své zkušenosti s výrobky, nebo je propagují na internetu.

Následuje kapitola *Děti a obuv*, která se bude věnovat nejen tomu, jak se děti obouvají, kdy se děti začaly obouvat, ale také tomu, zda je nutné, aby se vůbec obouvaly. Představím zde také některé výrobce obuvi, kteří jsou v současné době u maminek oblíbení.

Hlavním inspiračním zdrojem pro praktickou část mé diplomové práce mi budou mé vzpomínky na dětství plné dobrodružství a také můj obdiv k přírodě. Mým cílem je vytvořit výrobky, které budou děti vybízet k většímu zájmu o naši přírodu, k objevování a trávení více času venku. S touto myšlenkou jsem pracovala už v průběhu mého magisterského studia, kdy jsem vyráběla usňová skládací zvířátka pod názvem Tiše.

Praktická část se skládá z pěti galanterních doplňků a tří párů obuvi pro volnočasové aktivity pro děti předškolního věku. V detailech se budu snažit přidávat edukativní prvky v tématu přírody. V praktické části bude zachycen také celý vývoj kolekce, technologický postup, materiálové složení a fotodokumentace.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 DĚTSKÝ SVĚT

Dětství je to, co z nás dělá lidi. Alison Gopnik

Tato kapitola se zabývá různými aspekty, které jsou pro dětský život důležité, jako třeba prostředí, kolektiv a pohyb. Tyto nedílné součásti dětského světa se navzájem prolínají a ovlivňují. Je však vědecky dokázáno, že děti nejvíce potřebují lásku. I když se rodiče snaží dětem zajistit ten nejlepší život, měli by však mít na paměti, že i negativní zážitky a zkušenosti jsou důležité a k životu jednoduše patří, a dopřát dětem trochu volnosti. Přílišným odpíráním svobodné zkušenosti mohou dětem zabránit prožívat plnohodnotný život. V dnešním světě se setkáváme s různými paradoxy ve výchově. *Třetina dětí nesmí jet sama na kole ke kamarádovi. Stejněmu počtu dětí rodiče nedovolují hrát si bez dozoru dospělého na ulici před domem. Ale tři čtvrtiny dětí stejné věkové skupiny smějí bez dozoru dospělého surfovat na internetu.*¹

1.1 Prostředí

V dnešní době tráví děti většinu života v uměle vytvořeném prostředí svých domovů, škol a městských hřišť, které však vůbec nepočítají s jejich potřebou divočiny. Stejně tak, jako mizí příroda z okolí našich domovů, ubývá dětí, které pobíhají po venku samy bez rodičů. Když jdou na procházku do parku, chodí převážně po uměle vytvořených cestičkách a místo po stromech lezou po plastových prolézačkách. Ptáky už nepozorují v přírodě dalekohledem, ale na obrazovkách svých telefonů nebo tabletů. Děti za to nemohou, to rodiče nemají čas na to, aby s nimi šli ven a vše jim ukázali, nebo už to možná sami zapomněli. Na druhou stranu se bojí děti samotné někam pustit, rádius dětí se už v minulém století stáhnul na úzké okolí vesnice a dnes mohou pouze do ulice před domem, aby byly v neustálém dohledu, přitom to by byly v dnešní době pomocí mobilu kdekoliv. Děti, které běhají po lese s náramkem pro přežití, tak nahrazují ty, co sedí doma s hodinkami s GPS lokátorem na ruce, aby se náhodou neztratily.

Tím, že jsou lidé odtrženi od přírody, se sice z jejich životů vytrácí strach z nebezpečí přírodních sil, nahrazuje ho ale úzkost spjatá s jejich vlastní osobností. Před nejistotou sami

¹ WEBER, Andreas. *Víc bláta!: Děti potřebují přírodu*. V Berlíně: Malvern, 2015. s. 9. ISBN 978-80-7530-005-8.

v sobě nemohou utéct, proti takovým pocitům jim zvířecí instinkty nepomohou.² To, že děti tráví v přírodě čím dál méně času, se projevuje prudkým nárůstem počtu psychických chorob. Velká část dětí a mladistvých trpí depresemi, úzkostmi a v poslední době hlavně fenoménem zvaným hyperaktivita. *Syndrom ADHD by se správně měl nazývat NDHD, „porucha nedostatku přírody“ (N = nature, „příroda“), míní Richard Louv ve své podnětné knize Poslední dítě v lese (Last Child in the Woods). Už léta dokládají zjištění psychologů, jak pozitivní duševní vliv má na děti přítomnost přírody – a jak ničivé účinky má její nedostatek.*³

Psychologie dětí je v prvních letech života nastavena tak, aby získala co nejvíc zkušeností s jinými živočichy. Kontakt s přírodou a jejími i třeba těmi nejmenšími živočichy rozvíjí myšlení, a hlavně citění dětí.⁴ Pokud k takovému kontaktu nedojde a dítě nepocítí sounáležitost s přírodou, jen těžko se potom bude učit trvale udržitelnému životu. Co ho bude nutit chránit přírodu, když nebude vědět, jak moc důležitá pro něj je? Jak bude chránit přírodu, když ji vůbec nebude znát?

V přírodě děti nepotřebují žádné hračky ani designové předměty, zdá se, jako by příroda byla navržena přímo pro ně. Je tu spousta materiálů na stavění přehrad, domečků, bunkrů a vlastně čehokoliv, co je napadne. Jediné, co by snad mohly potřebovat, je kus provázku a malý zavírací nožík. Legendou se v Česku stal kapesní nůž „rybička“ od firmy Mikov. Přes sto let jí vlastnily skoro všechny děti pohybující se v přírodě a vyrábí se dodnes. Takový zájem na počátku výroby asi nikdo nečekal, protože autor návrhu ani není znám. V roce 2018 se o redesign zasloužila designérská skupina Olgoj Chorchoj ve spolupráci s firmou Nespresso. Tento ikonický design obohatili o ekologický přesah, jelikož střenky nožů vyrábějí z použitých hliníkových kapslí od kávy. Tyto recyklované kusy se však zatím prodávají pouze v limitovaných edicích.

² MATĚJČEK, Zdeněk. *Co děti nejvíc potřebují*. V Praze: Portál, 2015. s. 103. ISBN 978-80-262-0853-2.

³ WEBER, Andreas, ref. 1, s. 12.

⁴ WEBER, Andreas, ref. 1, s. 10.



Obr. 1. Limitované edice nože Rybička, spolupráce Mikov a Nespresso

Příroda je psychický prostor, po kterém lze chodit, lze jej uchopit, ochutnat, očichat, něžně obejmout a bolestivě zažít. Právě v této živosti skýtá dítěti zrcadlo toho, co to znamená, být naživu. Tím, že děti hledají jiné živé tvory, pátrají ve skutečnosti po vlastní živosti. Tím, že tyto tvory potkávají, narážejí na to, čím jsou schopny samy být, a teprve takto vytvářejí svoji emocionální a kognitivní identitu.⁵

Ne každý den mají děti možnost si hrát ve volné přírodě, obzvláště ty, co bydlí ve městě, a tak vznikají dětská hřiště. První americké hřiště vzniklo v roce 1885 v Bostonu díky skupině filantropek, které pohoršovalo, že si děti hrají v čím dál více zaplněných a nebezpečných ulicích. Nebylo to však hřiště, jak známe dnes, nebyly tam houpačky ani prolézačky, jednalo se v podstatě jen o hromadu písku na dvorku kaple, která byla určena dětem na hraní.⁶ Tento nápad se však objevil už v roce 1850 v parcích v Berlíně. Pro úspěch se pískoviště začala objevovat více, a to hlavně u přeplněných domů, kde bydleli imigranti, pro jejichž děti byly původně určeny.⁷

Jedním z významných architektů dětských hřišť byl holandský představitel strukturalismu architekt Aldo van Eyck. Svoje asi nejzdařilejší dětské hřiště vybudoval v roce 1954 v Dijkstraatu. Využil místo po staré zbourané budově, které bylo obklopeno ze dvou stran dalšími vysokými domy, což tvořilo temný špinavý kout přímo v centru Amsterdamu.

⁵ WEBER, Andreas, ref. 1, s. 15.

⁶ GRAHAM, Ruth, 2014 cit. podle Alexandra LANGE. *The Design of Childhood*. New York: Bloomsbury publishing, 2018. s. 205. ISBN 978-1-63286-635-6.

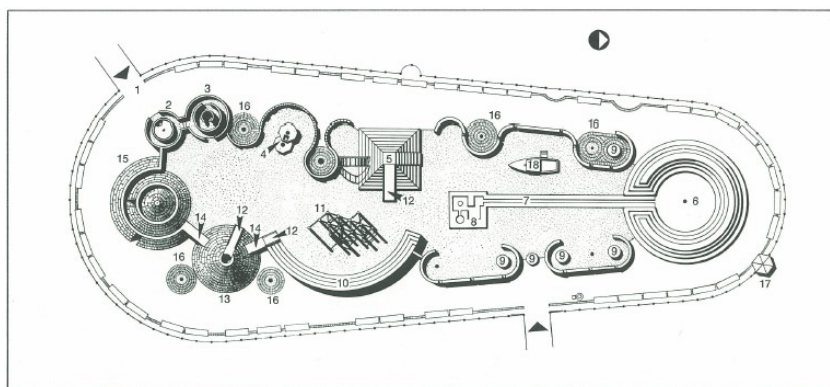
⁷ FROST, Joe, 2012 cit. podle Alexandra LANGE. *The Design of Childhood*. New York: Bloomsbury publishing, 2018. s. 205. ISBN 978-1-63286-635-6.

Prostor rozdělil barevnými plochami ve směru diagonál tak, aby působil vzdušněji a světleji. Zde už byly vedle pískoviště umístěny i kovové prolézačky.⁸



Obr. 2. Dětské hřiště, Dijkstraat, Aldo van Eyck

Ikonickým se stalo „dobrodružné“ hřiště od architekta Richarda Dattnera, které navrhnul pro Central Park v roce 1967. Bylo poskládáno z mnoha propojených herních prvků, kamenné oválné prvky a závodní dráhy s pískovým povrchem byly odděleny vodním žlabem. To vše bylo doplněno skluzavkami, prolézačkami a stromovým domem. Nejdůležitější byly nastavitelné prvky, díky kterým si děti mohly hřiště přetvářet podle vlastních představ, nebo díly z překližky, ze kterých si zde mohly stavět opevnění.⁹



Obr. 3. Plán hřiště Adventure, Central Park, Richard Dattner

⁸ LANGE, Alexandra. *The Design of Childhood*. New York: Bloomsbury publishing, 2018. s. 224. ISBN 978-1-63286-635-6.

⁹ LANGE, Alexandra, ref. 8, s. 255.

V roce 2014 byla otevřená nová část parku na Governors Island v New Yorku, která je spojením hřiště, land artu a udržitelné architektury. Nejvýraznějšími prvky jsou The Hills, uměle vytvořené kopce z pemzového kamene a recyklovaných materiálů ze suti zbořených budov a parkovišť. Z kopců vedou dlouhé skluzavky, mezi stromy jsou napnuté houpačí sítě a nechybějí ani travnatá hřiště na míčové hry. Architekturu od studia West 8 doplnila výsadbou stromů a keřů firma Mathews Nielsen Landscape Architects.¹⁰



Obr. 4. Slide hill, Governors Island, New York

Pískem to na hřištích začalo a pískem to na hřištích pokračuje. Je jejich nedílnou součástí, i když někdy bývá nahrazován drobným šterkem. S obojím si však poradí Bronco Scoop Truck od firmy Neue Freunde. Její zakladatelé Carsten Rosenbohm a Christopher Fellehner v této hračce spojili svůj smysl pro humor a znalosti o vývoji motoriky dětí. Truck se skládá z bukového rámu s pryžovými kolečky, která jsou inspirována skateboardem, a odnímatelné lopatky, která se ne náhodou podobá té na smetí.¹¹

Další dětské vozidlo, které je známé po celém světě je Riverside od francouzské firmy Baghera. Kovové tělo zajišťuje odolnost a velká umělohmotná kola umožňují jízdu po různých materiálech od trávy až po asfalt. Tato vintage šlapací autíčka jsou atraktivní také pro rodiče, kteří je dětem kupují nejen kvůli kvalitním materiálům, ale i nadčasovému vzhledu.¹²

¹⁰ BLAHUT, Chelsea. The Hills on Governors Island Opens to the Public. In: *Architect magazine* [online]. [cit. 12.1.2021]. Dostupné z: https://www.architectmagazine.com/design/the-hills-on-governors-island-opens-to-the-public_o

¹¹ BIRKS, Kimberlie. *Design for Children*. London: Phaidon, 2018. s. 300. ISBN 978-0-7148-7519-4.

¹² BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 428.

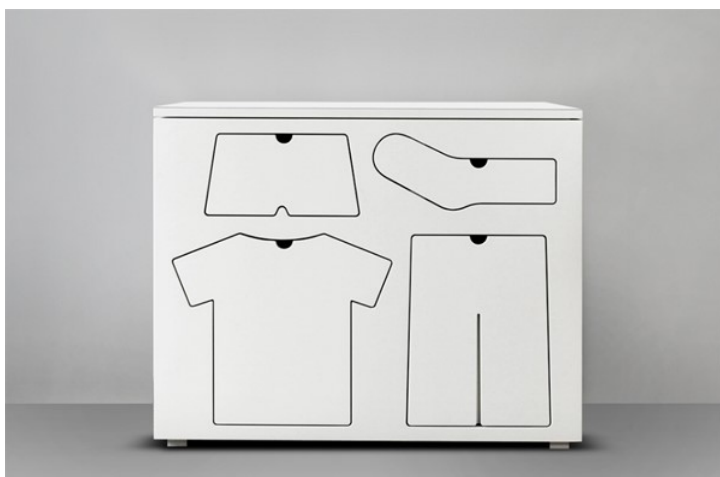


Obr. 5. Bronco Scoop Truck



Obr. 6. Riverside, Baghera

Dalším místem, kde děti tráví hodně času je jejich pokoj, který bývá často vybaven nábytkem podobným tomu pro dospělé. Jedním z designérů nábytku, který při navrhování myslí víc na děti než na rodiče, je Peter Bristol, a učinil tak i při navrhování skříňky Training Dresser. Její šuplata a dvířka jsou ve tvaru konkrétního oblečení, aby děti věděly, kde jej hledat. Na pomezí hraček a nábytku je kolekce Avlia od chorvatské designérky Nataši Njegovanović. Nábytek a bytové doplňky mají tvary domácích zvířat a na některých lze i jezdit.



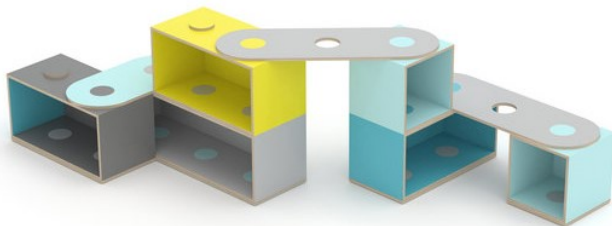
Obr. 7. Training Dresser



Obr. 8. Kolekce nábytku Avlia

Děti si své pokojíky rády přetvářejí podle jejich aktuální nálady a zájmů. Na to reaguje norská firma Friss & Moltke s jejich nábytkem Kloss Modules, který je inspirovaný přirozenou touhou dětí něco stavět. Její spojovací systém se velmi podobá dětem dobře známým stavebnicím, které budou zmíněny v následujících kapitolách.

Vlastní úložný prostor si mohou děti vytvořit také pomocí nábytku PinPres od designérů Nenada Katic a Vanesy Moreno Serna. Dřevěná deska se pomocí pohyblivých kolíků může proměnit z knihovny na věšák a jiné. PinPres se vyrábí ve Španělsku od roku 2012 z lokálně získávaného buku.¹³



Obr. 9. Kloss Modules, 2016



Obr. 10. PinPres, 2012

1.2 Kolektiv

Už od narození je dítě závislé na své matce. Podle profesora Bernharda Hassensteina z Freiburgu, který rozdělil mláďata savců do skupin, lidé patří do skupiny *nošenců*, kteří jsou zpočátku zcela nesoběstační a matka je musí všude nosit. Podle postavení kyčlí novorozence lze vyčíst, že matky po miliony let nosily své děti na levém boku blízko svému srdci.¹⁴ Tím, že novorozeně není schopno se samo pohybovat ani najíst, je odkázáno na svoje rodiče, kteří jsou pro něj těmi nejdůležitějšími lidmi po celou dobu jeho růstu, dospívání, prožívání i učení se.

Důležitou částí dětství je také čas strávený s prarodiči, kteří už nejsou tolik spoutáni odpovědností jako rodiče, a děti tak s nimi mohou zažít o to větší legraci a dobrodružství. Navíc mají více zkušeností a času o nich dětem vyprávět. Vztah vnoučete a prarodiče může být prospěšný i v dospělosti, spolupráce mezi generacemi může být přeci tak efektivní, když se spojí mladá energie, spousta nápadů se zkušenostmi a nadhledem starších lidí.

V současnosti je velmi běžné, že s výchovou dětí pomáhají právě prarodiče, pokud to ale z nějakého důvodu není možné, tak přibývá mnohem více zodpovědnosti starším

¹³ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 365.

¹⁴ MATĚJČEK, Zdeněk, ref. 2, s. 10.

sourozencům, tak jako tomu bylo v minulosti, kdy se lidé dožívali nižšího věku, a dosud tomu tak je u přírodních národů. Pokud jsou děti takto zapojovány do výchovy vlastních sourozenců, mají méně času na vlastní zájmy a například na studium. Co je ale lépe připraví na život, na mezilidské vztahy a výchovu vlastního dítěte? A navíc se může vztah sourozenců takto mnohem více prohloubit a vytvořit tak pouto do konce života.

Rodina a jiní blízcí lidé jsou důležití při učení se a objevování dítěte. Zprostředkovávají to neznámé, neprozkoumané a zajišťují tak bezpečí, což je základní podmínkou lidského učení a vývoje kognitivních schopností.¹⁵

Do tří let si děti ještě neumí hrát s ostatními, převládá u nich hra paralelní. Ve třech letech ale dochází u dětí k velkému zlomu, začne převládat hra kolektivní, která zahrnuje spolupráci.¹⁶ Mezi nejlepší hračky pro trénování nejen spolupráce ale i jemné motoriky a technického myšlení patří stavebnice. Od dřevěných až po ty umělohmotné jsou oblíbené u dětí napříč věkovými skupinami. Jedním z nejvýznamnějších tvůrců stavebnic byl syn známého amerického architekta John Lloyd Wright, který v roce 1916 vytvořil jednu z nejznámějších stavebnic světa Lincoln Logs. Stavění zmenšenin domů získalo takovou oblibu, že si v roce 1949 nechal patentovat další stavebnici Wright Blocks, která byla mnohem modernější a přibližovala tak dětem současnou architekturu.¹⁷



Obr. 11. Wright Blocks, 1949

¹⁵ MATĚJČEK, Zdeněk, ref. 2, s. 49.

¹⁶ MATĚJČEK, Zdeněk, ref. 2, s. 70.

¹⁷ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 364.

Největším fenoménem v oblasti stavebnic je už více než padesát let LEGO. Stavebnicové kostky LEGA navrhnul v roce 1958 Gotfred Christiansen ve stejnojmenné firmě svého otce, která jako jedna z prvních dánských firem investovala do technologie přímého vstřikování plastů.¹⁸ Stavebnice se stala natolik oblíbená, že získala ocenění „Hračka století“, a v dnešní době už vyrábí díly z udržitelných materiálů a figurky ve všech barvách pleti.

V současnosti designéři při výrobě dětských hraček sahají zase více po přírodních materiálech, stejně tak i japonský architekt Kengo Kuma, který v roce 2015 navrhnul stavebnici Tsumiki. Ta má navíc přidanou hodnotu tím, že je vyráběna z cedrového dřeva těženého ekologickou šetrnou technikou odlesňování, která z lesa odstraňuje staré a nemocné stromy.¹⁹



Obr. 12. Stavebnice LEGO



Obr. 13. Stavebnice Tsumiki

Dalším zlomem ve třech letech pro děti je, že nastupují do mateřské školy. Stejně tak, jako základní školy, mají i ty mateřské vedle vzdělávání ještě jinou možná důležitější funkci, a to že jsou místem společenského života dětí. Jelikož už v dnešní době není moc dětí, které by šly jen tak samy ven, je o to menší šance, že někoho potkají a vytvoří partu někde jinde než ve škole nebo na kroužku.

Bohužel v dnešní době bývají děti často vyčleňováni z běžného kolektivu, a to jen kvůli malým odchylkám od „normálních“ dětí, do různých pomocných škol či tříd. Jak se ale po škole mezi tyto „normální“ dospělé mají zařadit, když od nich byli oddělováni? Někteří rodiče dokonce drží své děti od ostatních, „aby je nezkazily“. Dětem, které jsou bez kontaktu

¹⁸ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 165.

¹⁹ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 18.

s druhými dětmi, se říká „skleníkové květiny“, a je prokázáno, že tato jejich nezkušenost s kolektivem se projevuje při adolescentní družnosti i při navazování vztahů v dospělosti.²⁰

Rozličnost dětí a jejich různé neduhy promítla Minka Podhajská do designu hraček už v roce 1930. S nadsázkou a humorem vytvořila figurky *Personifications of Childhood Misdeeds* (*Ztělesnění dětských přestupků*). Podobné dílo vytvořil taiwanský umělec Yen Jui-Lin, se svými dětmi navrhnul postavičky *Little Characters* inspirované běžnými věcmi, jako je třeba cibule. Návrhy potom ručně vyřezal z různých druhů dřeva.²¹ Vznikla různorodá stvoření, například i siamská dvojčata, která by mohla dětem ukázat, že jsme každý jiný a není potřeba někoho vyřazovat z kolektivu jen kvůli odlišnostem.



Obr. 14. *Personification of Childhood Misdeeds*



Obr. 15. *Little Characters*

Děti často zůstávají ukryty v jejich nadstandardně velikých pokojích přeplněných hračkami. Dříve sdílelo malý pokoj několik dětí, a tak si musely chodit hrát ven, aby měly dostatek prostoru. Hraní venku má úplně jiný charakter a je plné pohybu. Bohužel spousta dětí už dneska nezná ani hru na „slepou bábu“, „školku“ s míčem nebo „krvavé koleno“. Chybí party, které se poflakují po venku a hrají je.

Snad tyto hry zase získají oblibu také díky Alici Kavkové, která je sbírá ve své knize *Retrohraní* a spojuje je s novodobým designem pod svou značkou 4 Kavky. Svou tvorbou cílí také na rodiče, pro které jsou díky nostalgii její produkty atraktivní. Sbírá hlavně hry, které se musí hrát v kolektivu, jako třeba „skákací guma“, kuličky nebo obyčejné „tleskačky“.

²⁰ MATĚJČEK, Zdeněk, ref. 2, s. 64.

²¹ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 60.



Obr. 16. Soubor her, 4Kavky



Obr. 17. Kniha Retrohraní

Docent Josef Langmeier sestavil čtyři základní psychické potřeby, které musí být, podobně jako biologické životní potřeby, uspokojeny, aby dítě psychicky nestrádalo a dobře se rozvíjela jeho osobnost. 1. *Potřeba určitého množství, kvality a proměnlivosti vnějších podnětů.* 2. *Potřeba určité stálosti, řádu a smyslu v podnětech.* 3. *Potřeba prvotních citových a sociálních vztahů.* 4. *Potřeba identity, tj. potřeba společenského uplatnění a společenské hodnoty.*²² Z toho vyplývá, že musí být vyvážený podíl něčeho nového, co se musí děti učit a objevovat, a jistoty stálosti, která jim navozuje pocit klidu a bezpečí. Třetí a čtvrtá potřeba ukazují na to, jak moc jsou pro děti důležité ostatní živé bytosti a jak je podstatné zařazení do sociální skupiny.

Není však důležitá pouze společnost jiných lidí, ale i jiných živých tvorů. *Pozorujeme-li děti, uvidíme, že mezi nimi a ostatními živočichy je napnuté jakési intuitivní pouto. Děti jsou závislé na zvířatech tak moc, že se pravidelně stávají zvířaty. V mateřských školách může ráno docházet k tomu, že šatny zaplní celé smečky divokých bytostí. Kolem nohou se vám hemží vlci, lvi, medvědi, jako by ten zástup ještě před svačinou proměnila nějaká víla.*²³

Děti intuitivně vyhledávají přítomnost živých tvorů a nevědomě z nich čerpají přírodní léčbu. Už od třech měsíců věku dávají děti přednost živému zvířeti před mechanickými hračkami. To, že jsme na sobě s ostatními tvory životně závislí, dokazuje i fakt, že pouze deset procent genů v lidském těle je lidských, zbytek převážně náleží bakteriím, které s námi žijí v symbióze.²⁴

Fakt, že děti zvířata vyhledávají, dokazuje i to, že jsou nejpoužívanějším motivem na hračkách a produktech každodenní potřeby dětí. Snad každé dítě má své plyšové zvířátko.

²² MATĚJČEK, Zdeněk, ref. 2, s. 37.

²³ WEBER, Andreas, ref. 1, s. 9.

²⁴ WEBER, Andreas, ref. 1, s. 69.

To, jakým způsobem vidí zvířata děti, se snažila zachytit Donna Wilson ve svých úpletových zvířátkách. Ve své školní práci *Creatures* se inspirovala dětskými kresbami.

Nadčasovým ztvárněním zvířátek ze dřeva je sada *Sedici Animali* od Enzo Mariho. Díky jeho grafickému cítění bylo šestnáct zvířátek zjednodušeno do tvarů, které do sebe zapadají a vytvářejí obdélník. Tato sada byla navržena roku 1957, dodnes se vyrábí a působí stále velmi současně.²⁵



Obr. 18. Creatures



Obr. 19. Sedici Animali

1.3 Pohyb

Neustálý pohyb je asi ta nejpřirozenější vlastnost dětí, pokud tomu tak není, tak je něco v nepořádku. S pohybem samozřejmě souvisí i předešlé aspekty jako dostatek prostoru a společnost ostatních dětí.

To, že se děti rády pohybují dokazuje i časem prověřený houpačí koník, který se pro děti vyrábí už od 17. století. Od té doby byl vymyšlen v nespočtu variant, od různých forem koníků, přes jiná zvířátka až po houpačky abstraktních tvarů. Enzo od francouzského designérského studia Enko Creatio má tvar neidentifikovatelného roztomilého živočicha, kterého si mohou děti určit podle své fantazie. Vyrábí se od roku 2015 ve dvou variantách, levnější je z umělé hmoty a ta luxusnější je z kombinace dřeva a usně.²⁶

Inovativním posunem je houpačka *YaWood*, vznikla jako spolupráce dvou studentek designu Sary a Arianny, které se inspirovaly tvarem ruky matky. Jednoduchý tvar dřevěného

²⁵ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 50.

²⁶ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 146.

profilu se zářezy umožňuje spojení dvou těchto houpaček, a tak se mohou děti houpat i společně a užít si více legrace. Od roku 2019 houpačku YaWood vyrábí firma Argo4studio²⁷



Obr. 20. Enzo, 2015



Obr. 21. YaWood, 2019

Dalším neopomenutelným prvkem dětství je odrážedlo, které také získalo už tisíce podob. Jednou z těch zdařilých je autíčko Max od firmy Sirch, které má jednoduchý tvar vytvořený ohýbáním jasanového dřeva, čímž získává dostatek úložného prostoru pro převážení dalších hraček. Navrhli ho Christoph Bitzer a Wolfgang Sirch, kteří si kladou za cíl designovat hračky, tak aby měly natolik čistý design, aby se vůbec nemusely uklízet.²⁸ To se podařilo i slovinské designérce při návrhu autíčka Konstantin B. Nika Zupanc, jejíž tvorba bývá označována za punkovou eleganci, vytvořila odrážedlo z epoxidové skořepiny ve tvaru kapky.²⁹



Obr. 22. Max Ride-on Car, 2000



Obr. 23. Konstantin B Toy Car, 2009

²⁷ YaWood - rocking horse & play furniture by Argo4Studio | afilii. *AFILII – internationaler Hub & Plattform für kindgerechte Gestaltung* [online]. Copyright © [cit. 12.01.2021]. Dostupné z: <https://afilii.com/en/yawood-rocking-horse-and-play-furniture-by-argo4studio/>

²⁸ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 265.

²⁹ Nika Zupanc - M.A.D.GALLERY Geneva. *Access forbidden!* [online]. [cit. 13.01.2021]. Dostupné z: <https://www.madgallery.net/geneva/en/creators/nika-zupanc>

Tuto dětskou touhu po nekonečné „rychlé jízdě“ dokonale využila firma Trunki. Vyrábí cestovní zavazadla, která jsou zároveň odrážedlem, což dětem krátí nekonečná čekání při cestování. Nejen, že se děti zabaví, ale navíc se rády o svoje zavazadlo starají samy, což ulehčuje cestování i rodičům. Tato firma ovšem myslí spíše na rodiče než na děti, čemuž nasvědčuje jejich další výrobek ToddlePak. Je to postroj s vodítkem na děti, který svobodu dětského pohybu naopak omezuje.



Obr. 24. Trunki zavazadlo



Obr. 25. ToddlePak

To, že se rodiče o své děti bojí, je samozřejmě přirozené, je ale potřeba najít tu správnou hranici. Vyvážený kompromis mezi bezpečím, samostatností a zvědavostí dětí nabízí například učicí věž Kid Helper od firmy Utukutu. Je navržena tak, aby si na ni děti mohly samy pohodlně vylézt a trávit čas s dospělými u vysokého stolu nebo pracovní desky. Dítě má kolem sebe ohrádku, která mu nebrání v pozorování nebo práci a zároveň ho chrání před pádem. Pro ty nejmenší děti je možno k věži přidělat textilní doplněk KIDSAVE, do kterého se ještě nemotorné dítě shora položí.



Obr. 26. Učicí věž Kid Helper, Utukutu

Dříve bylo samozřejmostí, že mají děti dostatek pohybu, když pobíhají venku se svou partou. Dnes ale spousta rodičů raději vozí své děti na kroužky, protože se je bojí pustit samotné ven, navíc by tam možná ani jiné děti nepotkaly. A tak už je v dnešní době podivné, když dítě „nedělá žádný sport“, tím je myšleno, že nechodí na pravidelné tréninky nějakého konkrétního týmu. Přitom většina malých dětí sportuje zpravidla pořád a všude, dokud to dospělým nezačne lézt na nervy a nestrčí mu do ruky tablet, aby bylo alespoň chvíli „v klidu“.

Ten nejpřirozenější tělocvik – běhání v přírodě a lezení po stromech inspiroval manžele Annu a Rana k založení značky obuvi Wildling shoes. Jejich podešve jsou inspirovány japonskými ninja botami. Jejich tvar je natolik flexibilní, že pomáhá udržet rovnováhu i v „divokém“ terénu. Přidanou hodnotou jsou přírodní materiály – len, bavlna a konopí, ze kterých se vyrábí svršky Wildling shoes.³⁰



Obr. 27. Boty Honeybear, Wildling shoes

1.4 Radost, zábava

Radost je vlastně přidanou hodnotou našeho života. Je to pocit, který je ještě mnohem příjemnější než pocit bezpečí. Radost je jakási euforie do které, když se dostaneme, tak na nic jiného nemyslíme, jsme teď a tady, užíváme si stav, který je absolutně bez stresu. Není divu, že její děti tolik vyhledávají, a naštěstí i tak často prožívají.

Ještě mnohem dříve, než děti dovedou vesele poskakovat a výskat, dokážou se smát, a to od čtyř měsíců po narození. Vybízí tak dospělé, aby s ním dělali legrační věci a navozovali mu

³⁰ Access denied. *Access denied* [online]. [cit. 13.01.2021].
Dostupné z: <https://www.wildling.shoes/en/pages/schuhe>

ten jedinečný pocit. Úsměv se u dětí objevuje už ve dvou měsících, má však jinou neméně důležitou psychologickou funkci.³¹

Legrace občas hraničí s nebezpečím, za největší legraci často děti považují zážitky s adrenalinem, jako třeba houpání se do výšky, vzhůru nohama, rychlá jízda na kole atd. Díky tomu všemu se smějí, ale jenom pokud při tom mají pocit bezpečí a na blízku člověka, kterému důvěřují. Celkově je smích spíše společenským projevem, proto je nejen pro děti důležité mít kolem sebe partu veselých lidí, nebo hrát kolektivní hry plné napětí a vtipu. Smích přispívá k soudržnosti, stmeluje rodiny i jiné kolektivy.

V britské anketě 80 procent dětí uvedlo, že by chtěly zažívat více dobrodružství. Dětem jednoduše nebezpečné hraní přináší pocit svobody, a i když se o ně rodiče neustále bojí, už děti nižšího školního věku dokážou odhadnout, kdy jim hrozí nebezpečí.³²

Jestliže houpání je jedna z prvních činností dítěte, která mu způsobuje radost, tak o to větší je to legrace, pokud i houpačka má legrační vzhled. Jednou takovou je houpačí kůň Robot Monkey od Matta Monroe, který má netradiční osobnost inspirovanou výtvozem jeho dětí.



Obr. 28. Robot Monkey Rocking Horse, 2015

³¹ MATĚJČEK, Zdeněk, ref. 2, s. 51.

³² COSTER & GLEEVE, 2008 cit. podle Andreas WEBER. *Víc bláta!: Děti potřebují přírodu*. V Berlíně: Malvern, 2015. s. 32. ISBN 978-80-7530-005-8.

Pro větší děti už je houpací koník „moc bezpečný“, a tak vyhledávají spíše houpačky, u kterých je potřeba trénovat stabilitu a zapojit svaly. V polovině 20. století se začaly vyrábět víceúčelové oboustranně použitelné pohybové pomůcky. Jednou z nich je i Hobbel od Pieta Heina Stulmeiera, kterou navrhl v roce 1967. V posledních letech jsou tyto výrobky napodobovány, a to i v několika českých firmách. Tou asi nejpobulárnější je firma Utukutu, která vyrábí také velmi jednoduché houpací prkno, které baví i dospělé, a tak jej prodávají ve více velikostech.



Obr. 29. Hobbel, 1967



Obr. 30. Houpací prkno, Utukutu

Veselost k dětství neodmyslitelně patří a pokud je dítě smutné, nesignalizuje to nic dobrého. Smutné dítě je nejspíš nemocné, opuštěné, nebo prožívá utrpení, které může vést až k depresi. Děti, které vyrostly bez lásky a psychicky deprivované, se dokážou posmívat druhým, ale často se nedokážou radostně smát s druhými, jak dokázal jeden izraelský výzkum.³³

Vyjádřit emoci umožňují dřevěné kostky PlayShapes ze spolupráce Zoe Miller a Davida Goodmana. Díky různým tvarům očí a úst mohou děti znázorňovat odlišné exprese. Hlavní myšlenkou této hračky je však vytváření 3D koláže a rozvíjet tak kreativitu.

³³ MATĚJČEK, Zdeněk, ref. 2, s. 55.



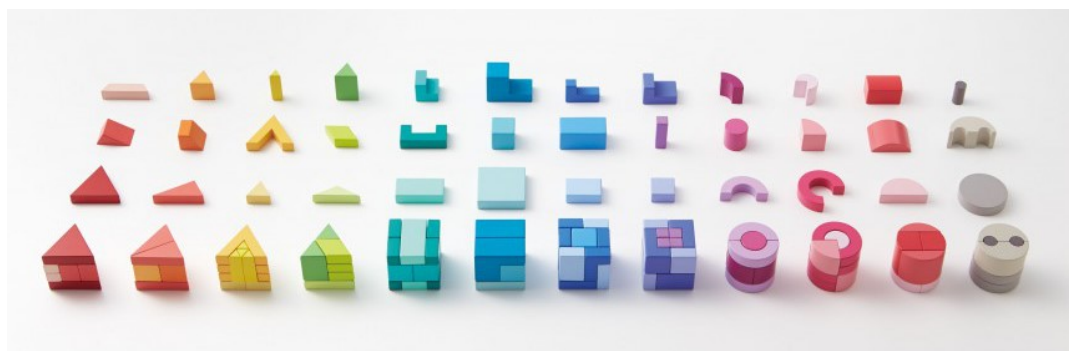
Obr. 31. PlayShapes, 2010

1.5 Vzdělávání a hra

Velkým problémem dnešní společnosti je, že dělá rozdíl mezi učením a hraním, přitom k sobě přirozeně patří. Děti se učily hrou už od pravěku, kdy žádné školy neexistovaly, a i dnes se toho mohou ve svém volném čase naučit víc než ve škole, pokud mají motivaci, která podporuje jejich zvědavost. Škola totiž nejen že podceňuje intelekt některých dětí, ale hlavně často zapomíná rozvíjet schopnost prožívat a cítit.

Hraní je jednou z nejpřirozenějších činností dětí, hrají si ale i dospělí nebo zvířata. Pro děti má však velký význam, učí se hrou přežít, jednat s ostatními i postarat se o vlastní potomky. Hraní je životní potřebou stejně tak jako jídlo a spánek, je s ním spojeno nadšení, které ale už často schází při učení.

Hračka Kuum od Marie Uno má za cíl rozvíjet u dětí čtyři kreativní dovednosti: budování, řešení hádanek, vyprávění příběhu a vytváření umění. Marie Uno se rozhodla dát logice krásný design a vytvořila sety kostek, pro které hledala inspiraci v přírodních elementech její rodné země Japonska.³⁴



Obr. 32. Kuum, Marie Uno, 2016

³⁴ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 69.

Prostorové myšlení rozvíjí nosorožec od Ala Stratforda. Vytvořil ho pro prezentaci své nové technologie StratFlex, která kombinuje dřevěnou překližku se speciálními pryžemi a umožňuje tak opakované ohýbání a narovnání desky. Při designování nosorožce se inspiroval slavným slonem manželů Eamsových. Na rozdíl od něj má však Stratfordův nosorožec možnost se hýbat, čímž získává na živosti.³⁵

Fenoménem pomůcek trojrozměrného myšlení se v roce 1974 stala Rubikova kostka. Ernő Rubik ji vytvořil jako pomůcku pro své studenty architektury. Velmi rychle se z ní však stal oblíbený hlavolam, který někomu trvá vyřešit několik měsíců a těm nejrychlejšími pouhých pět vteřin.³⁶



Obr. 33. StratFlex Rhino, 2013



Obr. 34. Rubikova kostka, 1974

Důležité je ukázat dětem smysl, proč by se měly něčemu učit, a tím není myšleno učit se násobky a vyjmenovaná slova, ale i běžné činnosti, které jsou důležité pro jejich budoucnost. Hezký příklad uvádí v příběhu o SOS vesničce pan Matějček: *Přišel podzim a urodilo se hodně švestek. Matky začaly zavařovat švestky na zimu. A to byl pro děti objev! Takto zcela nově, konkrétně a hmatatelně vstoupil pojem budoucnosti do jejich života. Děti s nadšením tahaly tašky švestek domů z alejí, kterých bylo v okolí několik.*³⁷

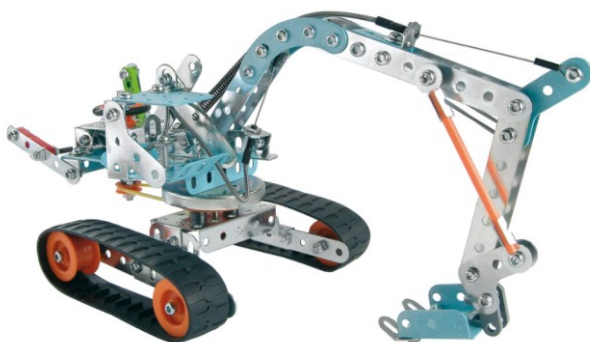
Ve světě televize a videoher, které vytvořili dospělí, chybí dětem vlastní fantazie, kreativita, odpovědnost a sebeurčení. Kvůli tomu je pro ně potom těžké najít životní poslání, směr, kterým by se chtěly ubírat.

³⁵ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 187.

³⁶ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 420.

³⁷ MATĚJČEK, Zdeněk, ref. 2, s. 39.

Svoje poslání mohou malí chlapci najít například při sestrojování objektů ze stavebnice Meccano, kterou navrhl Frank Hornby už v roce 1898. Při tvorbě se inspiroval dětskou fascinací z jeřábů a těžké stavební techniky.³⁸ Děti si mohou pomoci kovových částí, šroubků, provázků a motorků vyzkoušet sestrojít velmi realistické zmenšeniny a rozvíjet tak své technické myšlení. V roce 1925 začala téměř stejnou stavebnici vyrábět i česká firma Merkur, byla natolik oblíbená, že se stala nejznámější českou hračkou. Kovové perforované destičky a reálné šroubky fascinují děti stále, a tak si firmy dodnes konkurují. Jistou inspiraci můžeme vidět i u Case Holmana, který v roce 2016 vytvořil set Rigamajig Junior. Jedná se o velmi podobný princip, jako u předchozích kovových stavebnic, jen tato je ze dřeva a v mnohem větším měřítku. Děti si tak mohou zkonstruovat domečky nebo nábytek.



Obr. 35. Stavebnice Meccano



Obr. 36. Rigamajig Junior, 2016

Výtvarné cítění si mohou děti procvičit pomocí setu Plus and Minus, který navrhli umělec Bruno Munari a pedagog Giovanni Belgrano v roce 1970. Tento set se skládá ze 72 čtvercových karet, které mohou děti skládat přes sebe a vytvářet tak různé kompozice a scény z životního prostředí. Bruno Munari na tuto práci navázal a vytvořil několik dalších podobných pomůcek, proslavil se také jako vášnivý obhájce aktivní výtvarné výuky u dětí.³⁹

³⁸ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 384.

³⁹ BIRKS, Kimberlie, ref. 11, s. 427.



Obr. 37. *Plus and Minus*, 1970

V poledních letech se čím dál oblíbenějšími stávají alternativní školy a školky s jinými metodami a organizací výuky, než je ta běžná ve státních školách. Většinou se odlišují tím, že chtějí rozvíjet přirozenou touhu poznávat nové věci, respektovat originalitu a rozdíly mezi dětmi a co nejaktivněji dítě zapojit ve výuce. Velký důraz je také kladen na to, aby se děti naučily nést odpovědnost za své rozhodnutí. V Česku se nejvíce objevují Montessori a Waldorfské vzdělávací systémy. Montessori školy jsou pojmenované po italské lékařce Marii Montessori, která založila nejprve školu pro mentálně postižené děti. Její systém výuky a pomůcky se však osvědčily i pro zdravé děti, ty si samy určují, jakým tempem a co se budou učit. Waldorfský systém se odlišuje hlavně rozvržením času při výuce. Učivo se probírá v tzv. epochách, které trvají 3–4 týdny a věnují se konkrétnímu tématu některého předmětu, děti se tak do tématu mohou hlouběji ponořit. V posledních desetiletích jsou u nás oblíbené i lesní školy, první však vznikla už v padesátých letech 20. století v Dánsku. Vzdělávání probíhá v přírodě, jediným zázemím bývají jurty, tee-pee nebo maringotky. Další alternativou je také domácí vzdělávání, kde ale chybí dětský kolektiv. To někteří rodiče řeší různými kluby vzdělávajících rodičů, popřípadě výuku navzájem sdílejí.⁴⁰ Lze to ale srovnat se zkušenostmi dětí, které musí samy dojít do školy, komunikovat s jiným dospělým, než je jejich rodič, a dohlížet si samy na úkoly?

⁴⁰ Alternativní školy. *Alternativní školy* [online]. Copyright © 2001 [cit. 11.01.2021]. Dostupné z: <http://www.alternativniskoly.cz/>

Alternativní školy se snaží dětem přizpůsobovat také prostředí, což se o všech státních školách bohužel říct nedá. Školní budovy někdy nebývají lákavým prostředím pro děti a pro rozvoj jejich fantazie, školní dvory bývají často vyasfaltovány a bez stromů, aby po nich děti nemohly lézt. Přitom je známo, že děti ze škol s přirozeně utvářeným terénem jsou přátelštější, kreativnější a mají větší znalosti o zdravém životním stylu. Měřitelná je také úspěšnost u dětí, u kterých byla při výuce aktivně zapojena zvířata a rostliny.⁴¹ Bohužel ani spousta učitelů přírodovědy nezažila přírodu dostatečně na vlastní kůži, většinu živočichů poznají pouze abstraktně z učebnic, a tak předávají prázdné definice naučené nazpaměť i svým studentům.⁴²

Známost designérkou, která se zabývá školskou architekturou, je holandská umělkyně Rosan Bosch, která navrhla slavnou Vittra Telefonplan school ve Stockholmu. Této stavbě předcházela její práce v jiných školách, pro které navrhla ostrovy nábytku v atraktivních barvách v souladu se stoly, kójemi a dalším nábytkem. Pro velký úspěch poté v roce 2011 otevřela Vittra Telefonplan school – první švédskou školu bez oddělených učeben. Děti zde lezou po zeleném polstrovaném ostrově, běhají po horských schodech a sedí s učitelem ve vesnici, jako by byly na pikniku. Interiér je navrhnut tak, aby děti nemusely sedět celý den ve stejné poloze a aby nebyly obklopeny monotónními bílými zdmi.⁴³



Obr. 38. Vittra Telefonplan school, Stockholm

⁴¹ LIEBERMAN, Gerald A.; HOODY, Linda L., 1998 cit. podle Andreas WEBER. *Víc bláta!: Děti potřebují přírodu*. V Berlíně: Malvern, 2015. s. 86. ISBN 978-80-7530-005-8.

⁴² WEBER, Andreas, ref. 1, s. 91.

⁴³ LANGE, Alexandra, ref. 8, s. 183.

Ještě zdařilejším architektonickým počinem je mateřská škola v Tokiu od Tezuka Architects, která získala mezinárodní cenu Moriya RAIC 2017. Školka má tvar elipsy a po její střeše mohou děti běhat stále dokola, což jim neumožňuje pouze architektura, ale také Montessori vzdělávací metoda, kterou se zdejší vyučující řídí. Budova byla postavena okolo stávajících stromů Zelkova, které zasahují i do interiéru školy a jsou obehnány sítěmi, po kterých mohou děti lézt. Učebny jsou prosvětleny denním světlem skrz střešní světlíky a pomocí posuvných dveří v úrovni terénu se mohou učebny za dobrého počasí zcela otevřít.⁴⁴



Obr. 39. Tokyo kindergarten od Tezuka Architects

V posledních letech se ve světě staly populárními tzv. „green school“, za jejichž zakladatele jsou považováni John a Cynthia Hardy. Ti založili první takovou školu na Bali v roce 2008 pro svoje děti. Hlavní myšlenkou je naučit děti myslet udržitelně a být zodpovědný za svoje rozhodnutí. Prostředí „green school“ otevírá dětem mysl tak, jak žádná hranatá betonová škola nikdy nebude. Kromě zvládnutí matematiky a gramatiky se zde studenti učí myslet jako kreativní podnikatelé a inovátoři, a to prostřednictvím praktických projektů, které si sami vedou. Velmi obdivuhodná je také budova a okolí školy, na kterém spolupracovali architekti, permakulturisté i filozofové. Další „zelené školy“ se nacházejí v Mexiku, v Jižní Africe a na Novém Zélandu, kterou založili manželé Perrettovi v Oakura. Je obklopena

⁴⁴ Tokyo kindergarten by Tezuka Architects lets children run free on the roof. *Dezeen | architecture and design magazine* [online]. [cit. 11.1.2021]. Dostupné z: <https://www.dezeen.com/2017/10/02/fuji-kindergarten-tokyo-tezuka-architects-oval-roof-deck-playground/>

komunitou lidí, kteří chtějí žít udržitelně, a děti jsou zde vedeny k tomu, aby rozvíjely své touhy objevovat a samy hledaly svůj životní směr. Areál je navržen designéry a inženýry z lokálních organických materiálů, školní budovy jsou obklopeny původními druhy rostlin a výhledem na místní horskou přírodu.⁴⁵



Obr. 40. Green school na Novém Zélandě

⁴⁵ Green School | Thrive With Purpose. *Green School | Thrive With Purpose* [online]. [cit. 12.1.2021]. Dostupné z: <https://greenschool.nz/>

2 DĚTI JAKO CÍLOVÁ SKUPINA

Už více než padesát let se rozvíjí odvětví „dětský marketing“, které dnes pohání celou ekonomiku. Přímá kupní síla dětí a rodičů, na které mají vliv, už převyšuje 1 bilion dolarů ročně.⁴⁶

Od 60. let se velkým nástrojem dětského marketingu staly dětské programy v televizi, jejichž prostor pro reklamy využívali hlavně výrobci hraček, jídla a sladkých nápojů. Od 80. let, kdy se hlavně v Americe do domácností začala dostávat kabelová televize, jsou to už dokonce celé televizní kanály pro děti.⁴⁷ Pokračovalo to internetovými hrami, Xboxem, smartphony a došlo to tak daleko, že má dnes mnoho dětí závislost na hraní her, sledování videí, nebo sbírání srdíček na sociálních sítích.

Vliv dětí na ekonomiku a vliv ekonomiky na děti v posledních desetiletích rychle roste, už to nejsou jen sladkosti a hračky, za které jejich rodiče utrácejí peníze. V dnešní době není nic neobvyklého, že děti mají vlastní peníze, o kterých si samy rozhodují, za co je utratí. Polovina dětí dostává kapesné, peníze navíc získávají také o narozeninách nebo svátcích, většinu utratí za sladkosti a hračky. Od deseti let už se začíná lišit nákup dívek a chlapců. Dívky utrací hlavně za kosmetiku a oblečení, chlapci nakupují počítačové hry, elektroniku a sportovní vybavení.⁴⁸

Někteří výrobci cílí na děti s předpokladem, že když si jejich značku oblíbí, budou ji kupovat i v dospělosti, kdy budou mít mnohem více peněz. Tato strategie se zdá být výhodná už jenom z důvodu, že dvě třetiny produktů, které lidé používají v dětství, používají i v dospělosti.⁴⁹

2.1 Negativní vliv marketingu na děti

Korporace se někdy chovají velmi bezohledně, neprožívají pocit viny nebo výčitky, když se ke svým zákazníkům chovají nečestně a lživě. Nemají žádné svědomí, a tak jim nic nebrání jednat destruktivním způsobem i k bezmocným dětem. Pod vlivem institucionálních požadavků zaměstnanci jako jedinci dělají věci, které by ve svém osobním životě nikdy neudělali. Vyvíjejí a prodávají produkty, které jsou pro děti škodlivé. Dříve byly korporace

⁴⁶ BAKAN, Joel. *Dětství pod palbou*. V Praze: Triton, 2013. s. 26. ISBN 978-80-7387-653-1.

⁴⁷ BAKAN, Joel, ref. 46, s. 46.

⁴⁸ GRIMPLINIOVÁ, J. 2004 cit. podle Alena VAVŘIČKOVÁ. *Děti a reklama*. V Liberci: Nakladatelství Bor, 2010. s. 25. ISBN 978-80-86807-44-7.

⁴⁹ VAVŘIČKOVÁ, Alena. *Děti a reklama*. V Liberci: Nakladatelství Bor, 2010. s. 25. ISBN 978-80-86807-44-7.

kontrolovány ze strany státu, bylo tomu tak hlavně ve 20. století, které se nazývá stoletím dítěte. S příchodem neoliberalismu však státy přestávají regulovat výrobu dětských produktů.⁵⁰

Světový odborník na dětský marketing Martin Lindström tvrdí, že nejdůležitější je u dětí útočit na jejich emoce, a to konkrétně na lásku, strach, humor, napodobování dospělých a nutkání sbírat odměny.⁵¹ Webové stránky lákají děti a teenagery na hry s brutální, krvavou nebo sexuální tematikou, které dětem umožňují pociťovat emoce spojené například s vražděním. U holčiček zase cílí na emoce spojené s pečováním a mateřskou láskou pomocí virtuálních mazlíčků, o které se musejí starat. Vedle her na ně potom vyskakují okna s reklamou, která webovým stránkám vydělává miliony.

Občas se stává, že děti začnou splývat s dospělými, nosí stejné oblečení, pozorují stejné pořady v televizi. A tak čím dál víc mizí dětství a nastává jakási rovnost věkových skupin.⁵² Nejen, že jim tímto způsobem ubývá na dětství, ale někteří výrobci už zacházejí za hranu morálního chování i tím, když malým holčičkám vnucují make-upy a vyrábí pro ně spodní prádlo s krajkami a nevhodnými nápisy. Otázkou je, proč je v této sexualizaci podporují i rodiče tím, že takové produkty svým dětem koupí? Může být příčinou nedostatečná znalost cizích jazyků?



Obr. 41. Zkrášlovací sada, určená dětem od 5 let

⁵⁰ BAKAN, Joel, ref. 46, s. 20.

⁵¹ LINDSTRÖM, Martin, cit. podle Joel BAKAL. *Dětství pod palbou*, V Praze: Triton, 2013. s. 28. ISBN 978-80-7387-653-1.

⁵² WEBER, Andreas, ref. 1, s. 25.

Dalšími chorobami, které má marketing na svědomí, jsou obezita nebo cukrovka. Od 80. let se problémy s nadváhou u amerických dětí ztrojnásobily, stejně jako stoupla spotřeba dětských limonád, fast-foodových jídel nebo snídaňových cereálií, v jejichž reklamách často zazní, že jsou pro děti zdravé a výživné. Za marketing nezdravých jídel pro děti, utratí firmy ročně téměř 2 miliardy dolarů.⁵³ Dá se říct, že dětem jídlo vybírají rodiče, ty však často podlehnou dětskému žadonění, nebo nevědí, jak dětem nezdravé jídlo vymluvit, když mu sami nedokážou odolat.

2.1.1 Právní ochrana dětí

Jelikož v některých případech zašla reklama až za hranu morálky, začala vznikat legislativní opatření, která reklamu limitují a regulují. Existují i mimoprávní regulace, které jsou založeny hlavně na etice, jako například Mezinárodní kodex reklamní praxe. Český zákon zakazuje reklamy určené osobám mladším patnácti let, které podporují chování ohrožující jejich zdraví, psychický nebo morální vývoj, stejně tak i používat děti jako herce do takových reklam.⁵⁴

Není to ovšem tak jednoznačné. Stále se mohou používat reklamy pro děti na nezdravé jídlo, které prokazatelně zhoršuje jejich zdraví, nebo reklamy na počítačové hry, které mohou poškozovat jejich psychický vývoj, jak už bylo v předchozí kapitole zmiňováno.

Právní ochrana se zaměřuje spíše na více problematické oblasti, jako třeba tabákovou reklamu, kterou je od roku 2005 v Evropské unii zakázáno používat v tisku, televizi i internetu jen s drobnými výjimkami. Mnohem méně přísné je však opatření u reklam s alkoholickými nápoji. V nich se nesmí objevit téma spojené s protizákonným chováním, jako pití alkoholu za volantem, nebo jeho prodej nezletilým osobám. Také nesmí obsahovat tvrzení, že je prospěšný pro zdraví. Pokud je reklama v pořádku, smí se však objevovat ve všech časech ve všech médiích.⁵⁵ Zvláštním bodem v kodexu je, že se dítě nesmí objevovat ve scénách na ulici samo bez dozoru dospělého, jako by se samo nemohlo nikde pohybovat ani v reálném životě.

2.2 Rodiče jako cílová skupina

Za nákupy pro děti jsou většinou zodpovědní jejich rodiče, kteří také tyto výdaje platí. Nejen, že se při nákupu pro děti rozhodují často podle stejných hodnot jako při nákupech pro své

⁵³ BAKAN, Joel, ref. 46, s. 57.

⁵⁴ VAVŘÍČKOVÁ, Alena, ref. 49, s. 27

⁵⁵ VAVŘÍČKOVÁ, Alena, ref. 49, s. 30.

vlastní potřeby, ale většina dětí také od svých rodičů nákupní chování přejímá. V následujících podkapitolách se tedy píše o některých skupinách, do kterých rodiče také patří.

2.2.1 Matky orientované na kariéru

Matky orientované na kariéru jsou jednou z velmi specifických cílových skupin. Jsou to většinou ženy ve věku mezi 30 a 40 lety, které usilují o rovnováhu mezi rodinným životem a profesním úspěchem. Tyto ženy lpějí na kvalitních potravinách pro celou rodinu, které si díky svému příjmu mohou dovolit, nešetří ani na kosmetice, kterou nejraději nakupují v lékárnách nebo v prodejnách dm. Své postavení ve společnosti si rády dokazují dražšími značkami oblečení, a to i oblečením jejich dětí. Nakupují v obchodech jako je Zara, Esprit, Benetton nebo Mexx. Dětské oblečení však často prodávají na internetu dalším matkám, někdy ho i z druhé ruky pořídí. Na internetu rády nakupují, protože je to pro ně rychlejší a tráví tam spoustu času i v práci, a tak i reklama, která cílí na tuto skupinu, se objevuje spíše na webových stránkách než v televizi. Častým médiem, přes které se dá velmi dobře cílit na tyto matky, jsou lifestyle časopisy. Reklama však musí být chytrá a decentní, křiklavou reklamu považují za hloupou.⁵⁶

Velkým problémem těchto matek je, že mívají většinou velmi nabitý program, a tak i svým dětem zařídí zájmové kroužky na celý týden. Navíc mívají často na své děti stejně velké nároky jako na sebe, proto jim vyhovuje, pokud výborně hrají na hudební nástroj, krásně malují, a ještě mají sportovní úspěchy. Tím, jak se dětem plní týdenní rozvrh různými tréninky a jinými kroužky, ubývá jejich volný čas. *Mezi lety 1981 a 2002 se volný čas amerických dětí všech věkových skupin scvrkl celkově o 15 procent. V tomto zkráceném čase však dvojnásobně vyskočil podíl hodin strávených u počítače, oproti tomu ale nesmírně poklesla doba neplánovaného volného času.*⁵⁷

2.2.2 Konzumní materialisté

Konzumní materialisté jsou většinou lidé s nižším vzděláním a nižšími příjmy, což si rádi kompenzují ne příliš promyšleným nakupováním. Chtějí se vyrovnat střední třídě a blahobytu tím, že sobě i svým dětem pořizují poměrně drahé telefony a oblečení bez ohledu

⁵⁶ KALKKA, Jochen; ALLGAYER, Florian. *Marketing podle cílových skupin: Jak žijeme – co kupujeme – čím se řídíme*. V Brně: Computer press, a.s., 2007. s. 205. ISBN 978-80-251-1617-3.

⁵⁷ HOFFERTH, S. L.; J. F. SANDBERG, 2001 cit. podle Andreas WEBER. *Víc bláta!: Děti potřebují přírodu*. V Berlíně: Malvern, 2015. s. 29. ISBN 978-80-7530-005-8

na kvalitu výrobku. Často navštěvují restaurace jako McDonald a od reality utíkají do světa televize.⁵⁸ Co se týká nákupů pro děti, tak tito lidé nepřemýšlejí příliš nad kvalitou potravin, kosmetiky a oblečení, ani nad jejich dopadem na zdraví dítěte. Rádi ale dětem dopřávají oblečení, hračky a elektroniku, aby se vyrovnaly svým spolužákům z bohatších rodin a nebyly vyčleňovány z kolektivu.



Obr. 42. Děti obědvající ve fastfoodu

2.2.3 Tradiční

Cílovou skupinou, na kterou se špatně cílí reklamou, jsou tzv. „tradiční“. Mají své oblíbené produkty i značky a je těžké je přesvědčit ke koupi jiné. Navíc se tato skupina z poloviny skládá z lidí nad 60 let, což není pro marketing příliš efektivní. Pokud však chce reklama působit na tyto lidi, pracuje hlavně s tradicí a ověřenou kvalitou.⁵⁹ Do této skupiny zapadají spíše prarodiče, ale najdou se i mladí rodiče s takovými hodnotami, kteří zarputile kupují jenom jejich ověřené produkty sobě i svým dětem a nechtějí zkusit nic nového.

2.2.4 Rodinné typy

Do této skupiny patří hlavně ženy a lidé nad padesát let, jejich život je silně orientovaný na rodinu a harmonický život. Často se navštěvují v širších rodinných kruzích, i s přáteli a jejich rodinami. Rádi tráví čas společně a tím jsou ovlivněny i jejich aktivity a potřeby, které si

⁵⁸ KALKA, Jochen; ALLGAYER, Florian, ref. 52, s. 75.

⁵⁹ KALKA, Jochen; ALLGAYER, Florian, ref. 52, s. 153.

kupují. I přes to, že nakupují rádi, je pro ně důležitější zaopatření rodiny, proto finance utrácejí s větší rozvahou než například konzumní materialisté. Rádi vyzkouší nové produkty a jsou otevření reklamě, obzvláště pokud obsahuje slogany o rodině.⁶⁰ Jejich děti budou zřejmě vlastnit spoustu společenských her a sportovního vybavení, které využívají na rodinných výletech.

2.2.5 Ekologicky uvědomělí

Ekologicky uvědomělí se pohybují hlavně ve věkové skupině mezi 30 a 45 lety s vysokou úrovní vzdělání a vyššími příjmy. Patří mezi nejvíce kritické konzumenty. Aby si je produkt nebo značka získaly, musí být z kvalitních udržitelných materiálů a nejlépe z lokálních zdrojů. Za kvalitu jsou však ochotni zaplatit nemalé peníze. Chovají zásadní nedůvěru vůči reklamním sloganům. Rádi nakupují v bio-obchodech nebo na trzích.⁶¹ Hračky a oblečení pro děti nakupují od ověřených značek anebo v concept storech, které se zaměřují na lokální a přírodní výrobky. Někdy je kupují z druhé ruky, nebo posílají dalším maminkám přesto, že to finančně nemají zapotřebí, vedou je k tomu právě ekologické hodnoty.

2.3 Matky influencerky

V posledních letech se velká část marketingu soustředí na sociální sítě. Velké množství značek začalo spolupracovat s influencery, kteří svým sledujícím doporučují jejich produkty. Stejně tak, jako známé osobnosti cílí na teenagery, některé slavné ženy, které se stanou maminkami, doporučují produkty jiným maminkám. Mezi matky influencerky nepatří jen ty, které za peníze propagují značky, ale i takové, které chtějí sdílet své názory nebo zkušenosti. Ty většinou píšou blogy a knihy. V následujících podkapitolách budou zmíněné některé z nejvýznamnějších matek influencerek ve světě i v Česku.

2.3.1 Justy Olive

Justine je matka čtyř holčiček žijící na západě Austrálie. Na jejím instagramovém profilu plném snových i vtipných záběrů jejích dcer ji sleduje 239 tisíc lidí. Propaguje hlavně zdravé pochutiny pro děti a udržitelné oblečení či hračky. Otázkou je, jestli svými 1756 příspěvky, na kterých jsou holčičky téměř vždy oblečeny do jiných oděvů, opravdu nabádá své sledující

⁶⁰ KALKA, Jochen; ALLGAYER, Florian, ref. 52, s. 123.

⁶¹ KALKA, Jochen; ALLGAYER, Florian, ref. 52, s. 214.

k ekologickému smýšlení. Z Justinina profilu je zřejmé, že se snaží brát své dcery hodně do přírody, vede je ke společně trávenému času a péči o mladší sourozence.



Obr. 43. Dcery influencerky Justine Olive

2.3.2 Louise Pentland

Louise Pentland je blogerka a autorka čtyř velmi dobře prodávaných knih o mateřství. V podcastu Mothers Meeting diskutuje například o výchově i osobním životě s jinými známými matkami. Na sociálních sítích se snaží šířit pozitivní energii a veřejně také mluví o své „plus size“ postavě.⁶² Louise je velmi milující matka, která svým dcerám dopřeje téměř vše, po čem touží. Na svém profilu je zveřejňuje na fotkách s elektronikou i dekorativní kosmetikou. Neřeší zdravý životní styl, ani ekologii, spíše patří ke konzumním spotřebitelům. Na Instagramu doporučuje hračky pro děti, módu i domácí spotřebiče.

⁶² Who is she? - Louise Pentland. Louise Pentland – Beauty, Baby, Lifestyle [online]. Copyright © Louise Pentland [cit. 28.03.2021]. Dostupné z: <https://www.louisepentland.com/who-is-she-louise-pentland/>



Obr. 44. Dcera blogerky Louise Pentland

2.3.3 Giovanna Fletcher

Giovanna Fletcher je britská herečka a autorka několika beletristických děl a od roku 2017 píše také knihy o rodičovství. Vysílá už pátou sérii velmi oblíbeného podcastu „Happy mum, happy baby“, ve kterém o výchově dětí vyzpovídala i Kate Middleton.⁶³ Giovanna je matkou tří chlapců, které se snaží vést ke zdravému životnímu stylu a tráví s nimi hodně času v přírodě, kde je nechává lézt po stromech i válet se v blátě. Synové jí od malička koukají pod ruce jak v kuchyni, tak při sázení zeleniny.



Obr. 45. Synové spisovatelky Giovanny Fletcher

⁶³ About – Giovanna Fletcher. Latest – Giovanna Fletcher [online]. Copyright © Giovanna Fletcher 2021 [cit. 28.03.2021]. Dostupné z: <https://www.giovanafletcher.com/about>

2.3.4 Monika Bagárová

Od doby, kdy se česká zpěvačka Monika Bagárová stala matkou, je její instagramový profil plný její dcery Rumie. Dalo se předpokládat, že když otěhotní jedna z nejznámějších žen v této zemi, tak se výrobci produktů pro děti budou snažit, aby si je oblíbila, a tak jí posílali spoustu dáreků. Tato maminka si bezpochyby může dovolit utrácet spoustu peněz a žít konzumním životem, snaží se však řídit spíše současnými trendy udržitelnosti. Na svém profilu propaguje přírodní kosmetiku i hračky a oděvy od lokálních výrobců. Nejčastěji zde zmiňuje obchod Mon Bébé, který se zaměřuje na prodej kvalitních výrobků z ekologických materiálů pro děti, a značku Lullalove, která vyrábí multifunkční produkty podporující rozvoj dětí.



Obr. 46. Dcera M. B. s produkty od Černá na bílé

2.3.5 Krkavčí matka

Lucie Hurdová je spisovatelka, bloggerka a matka tří dětí. Na svém blogu Krkavčí matka píše o životě se svými dětmi, které po smrti manžela vychovává sama. Hodně s nimi cestuje a učí je poznávat svět, na cestách někdy všichni společně dělají dobrovolnické práce. Oproti většině současných matek uplatňuje tvrdší výchovu, kdy děti nechává, aby si zvykali na nekomfortní situace a učily se vlastními chybami. Děti vzdělává doma a zodpovědnost za učení nechává na nich stejně tak, jako zodpovědnost za své chování. Ve svých knihách pro

děti píše i o kontroverzních tématech, jako jsou drogy a homosexualita, protože chce, aby měly děti otevřené hlavy a vytvářely si vlastní názory.⁶⁴

2.3.6 Ema má táty

Tento profil se od ostatních odlišuje tím, že ho nespravuje maminka, ale dva tatínci. Možná i pro to, že se jedná o homosexuální pár, který chce dokázat světu, že dokážou dobře vychovat dceru a dát jí dostatek lásky, je tento instagramový profil tolik oblíbený. Propagují zde kosmetiku, hračky, oblečení a další produkty pro děti. Některé dokonce prodávají přes svůj stejnojmenný e-shop, jako třeba ručně vyráběné hračky od dánské značky Maileg nebo nábytek a houpačky od českého výrobce Utukutu.



Obr. 47. Ema má táty, Maileg myš

⁶⁴ Smrt manžela? Sáhla jsem si hodně hluboko, ale hodně mi to i dalo, říká Krkavčí matka – DVTV na Aktuálně.cz. Video - Aktuálně.cz [online]. Copyright © [cit. 30.03.2021]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/smrt-manzela-zvladnout-jde-sahla-jsem-si-hodne-hluboko-ale-h/r~829490e2e30e11e6b87d0025900fea04/?redirected=1485949420>

3 DĚTI A OBUV

Dětským obouváním se začali výrobci více zabývat až v druhé polovině 20. století. V historii byly dětské boty pouhou kopií těch pro dospělé, což nejen že vůbec nerespektovalo proporce dětských chodidel, ale často měly boty třeba i vysoký podpatek. Ten zmizel až v 19. století, kdy se teprve dětská obuv začala odlišovat. Důraz byl kladen také na měkčí materiály a asymetrické kopyto.⁶⁵ Obuv však vlastnily spíše děti z bohatších rodin.

Chudé děti chodily bosé ještě v minulém století. V některých kulturách byly děti považovány za méněcenné členy rodiny, a tak často nevlastnily ani jeden pár obuvi, což znamenalo, že celou zimu trávily doma. I když se postupem času stala obuv dostupnější i pro děti, většina z nich chodila bosá v teplých částech roku až do 50. let minulého století, což dokazuje, že se postoj k dětem do té doby moc nezměnil.⁶⁶ I když se to možná zdá kruté a bezcitné, pro dětská chodidla a správné držení těla to bylo prospěšnější, než když je rodiče začali obouvat do módních a naprosto nevhodných bot.



Obr. 48. Bosí chlapci, 1910

To, že dospělí tak dlouho obouvali svým dětem nevhodnou obuv a dodnes ji obouvají i sobě, je velmi zvláštní, když o zdravotně nezávadném obouvání se začalo mluvit už v 18. století. Mezi první odborníky zabývající se touto problematikou patřil holandský lékař a vědec Petr Camper, který ve svém spise „O nejvhodnějším tvaru obuvi“ z roku 1781 píše o stavbě chodidla a důležitosti vhodné obuvi. I přes to, že některé jeho názory byly již překonány,

⁶⁵ ŠTÝBROVÁ, Miroslava. *Boty, botky, botičky*. V Praze: Nakladatelství Lidové noviny, 2009. s.161. ISBN 978-80-7106-986-7.

⁶⁶ LIND, Mari. Proměny dětské obuvi a vnímání dětství. In: *Obuv v historii 2010*. Zlín: 2010, s. 95-98. ISBN 978-80-87130-22-3

některé odborníci zastávají dodnes, jako například že obuv by měla mít prstní nadměrek a dostatečný prostor pro prsty i do šířky, a také to, že je vysoký podpatek škodlivý.⁶⁷

Po 2. světové válce, kdy nastal opravdový „baby boom“, se děti staly zajímavou cílovou skupinou pro výrobce obuvi. Začaly se vyrábět boty s větším ohledem na anatomii dětského chodidla a také ve větší škále barevnosti usní. Největší sortiment cílil na dospívající dívky, u kterých se předpokládalo, že brzy budou mít na starosti nákup bot pro celou rodinu. V šedesátých letech 20. století se dětská móda velmi podobala té pro dospělé a stejně tak i obuv. V následujícím desetiletí se dětskou obuví pro všestranné účely staly tenisky. K jejich oblíbě přispělo také použití „suchého zipu“ k zapínání. Postavení dětí ve společnosti se změnilo a rodiče za jejich obuv utráceli čím dál více peněz a začali je vybírat s důrazem na zdravotně nezávadné obouvání.⁶⁸ To zůstává do současnosti, avšak pohledy na zdraví dětských chodidel a vhodnou obuv se stále mění.



Obr. 49. Nabídka dětské obuvi, 1947

3.1 Současný pohled na dětská chodidla

Většina dětí se rodí se zdravými chodidly, která jsou velmi důležitou součástí lidského těla. Jejich funkce je hmatová, termoregulační, ale také úchopová. Oproti rukám však neuchopují věci ale terén, díky čemuž lidem umožňují stát, chodit, běhat, lézt i skákat. Pro to, aby své funkce vykonávala dobře, se však musí trénovat a správně používat. Nohy jsou pro lidi

⁶⁷ MLÁDEK, Milan. Petr Camper a jeho názory na zdravotně nezávadné obouvání. In: *Sborník přednášek ze semináře je zdravotně nezávadnému obouvání, konaného 11. - 13. X. 1988 v Luhačovicích*. Gottwaldov: 1989, s. 4-7.

⁶⁸ LIND, Mari, ref. 66, s. 95-98.

darem, který je spojuje se zemí, je jim oporou a nese je životem, potřebují ale dostatek prostoru k pohybu, aby mohly sbírat a zpracovávat podněty.⁶⁹ Bohužel je v posledních letech lidé spíše týrají v tvrdé obuvi chůzí po tvrdých površích, obezitou anebo jednostranným namáháním.

Čím více popudů, jmenovitě dráždivých, jako např. chůze v nerovném terénu bosou nohou, tím rychleji se vyvíjí a silí svalstvo a vbočené postavení nohy se samo upraví. Ke správnému tvaru dětské nohy přispívá chůze a pohyb na tvrdé podlaze, což je nejlepší prevence před vznikem ploché nohy.⁷⁰

V některých případech jsou na škodu i ponožky, a to hlavně pokud jsou obepnuté a prsty k sobě stlačují, a brání tak prokrvení i vnímání povrchů. Spousta rodičů se bojí prochladnutí, ale leckdy zbytečně. Lidé ve svých přetopených domech zapomněli, že chladná chodidla jsou normální a otužování může být velmi zdravé, pokud je na něj dítě zvyklé.⁷¹



Obr. 50. Bosé děti

Odborníci doporučují, aby děti nosily boty jen v nezbytných případech, ve městě, v zimě a v místech, kde hrozí poranění. Obuv by v takovém případě měla být lehká s flexibilní podešví, a to ve všech směrech. Podešev by měla být také tenká a bez výškového rozdílu mezi patou a špičkou. Svršek by měl být měkký, bez zbytečných pasivních podpor, které

⁶⁹ LEWITOVÁ, Clara. O dětských nohách. *Umění fyzioterapie*. Příbor, 2020, č. 1, s. 5-9. ISSN 2464-6784.

⁷⁰ DOKLÁDAL, Milan. Vývoj a stavba lidské nohy. In: *Sborník přednášek ze semináře je zdravotně nezávadnému obouvání, konaného 11. - 13. X. 1988 v Luhačovicích*. Gottwaldov: 1989, s. 13-33.

⁷¹ LEWITOVÁ, Clara, ref. 69, s. 5-9.

nenutí chodidlo aktivovat svaly. Tvar obuvi by měl respektovat tvar dětského chodidla a mít dostatečný prostor pro prsty.⁷²

Obuv by se také měla vyrábět a vybírat podle konkrétních potřeb. Pokud jsou určeny do deště, je pochopitelné, že nemohou být prodyšné, a pokud jsou do zimy, je jasné, že budou z tlustších zateplených materiálů.⁷³

Většina dětí se rodí se zdravými chodidly, za jejich deformace mnohdy mohou špatně vybrané boty anebo nedostatečný pohyb. Někteří rodiče potom vkládají velikou důvěru do ortopedické obuvi, ta je však ve většině případů špatnou volbou. Je velmi tvrdá a poskytuje pasivní podporu chodidla, kvůli čemuž dětem následně ochabují svaly. Ortopedická obuv je určena spíše starším lidem anebo dětem s velmi závažnými poruchami, kterým je lékařsky medikována. V posledních letech spousta rodičů ráda kupuje svým dětem barefootovou obuv, ta má však také své úskalí, někdy naopak může mít i negativní vliv na zdraví chodidel, pokud není vhodně vybraná, nebo pokud není dítě od malička zvyklé chodit bosé nebo v barefoot obuvi. Ta je v posledních letech tolik žádaná, že je také velmi těžké se v množství výrobců vyznat, někteří označení barefoot používají z marketingových důvodů, ne vždy však dosahují jeho zásad.

3.2 Oblíbené značky dětské obuvi

V následujících podkapitolách jsou představeni někteří z oblíbených výrobců dětské obuvi posledních let. Většina z nich se snaží respektovat potřeby dětského chodidla, některé však stále kopírují módu dospělých a vyrábějí zcela nevhodnou obuv pro děti.

3.2.1 Bobux

Novozélandská firma Bobux vyrábí obuv pro děti už třicet let. Impulzem pro začátek výroby byly děti rodiny zakladatelů Bennetových. Chtěli pro své potomky s co nejměkčí podešví, o které byl brzy velký zájem. V dnešní době už prodávají dětské boty do celého světa v široké škále designů. Jejich hlavní filozofií je odlišovat obuv pro různá vývojová stádia dítěte podle konkrétních potřeb. Od miminek, přes batolata a první chození až po pobíhající děti.⁷⁴

⁷² LEPŠÍKOVÁ, Magdaléna. Diagnostika a terapie dysfunkce dětské nohy. *Umění fyzioterapie*. Příbor, 2020, č. 1, s. 11-18. ISSN 2464-6784.

⁷³ HOVORKOVÁ, Štěpánka. Rukavice na nohy. *Umění fyzioterapie*. Příbor, 2020, č. 1, s. 73-76. ISSN 2464-6784.

⁷⁴ About Us | Bobux | Bobux. *Baby & Toddler Shoe Store | Bobux* [online]. Copyright ©2021 Bobux New Zealand. All rights reserved. [cit. 19.04.2021]. Dostupné z: <https://www.bobux.com/who-we-are>



Obr. 51. Obuv pro děti předškolního věku, Bobux

3.2.2 Start-rite

Dalším výrobcem, který se snaží být co nejhleduplnější k dětskému chodidlu je britská značka Start-rite. Jejich historie však sahá až do roku 1792. Velkým zlomem ve výrobě byl první celostátní průzkum dětských nohou, který se uskutečnil v roce 1943 v Británii. Od té doby značka Start-rite sdružuje designéry, fyzioterapeuty, biomechaniky i pedikéry, aby vytvořili co nejhodnější obuv pro děti.⁷⁵ V jejich designu se promítá klasický britský styl, jako například střih Mary Jane nebo Oxford shoes. To si však někdy odporuje s jejich filozofií zdravotně nezávadné obuvi. U některých modelů je patrný vliv povinného nošení tradičního stejnokroje na britských školách.



Obr. 52. Dívčí boty, Start-rite

⁷⁵ Discover Start-Rite. *Kids' Shoes & Boots - Quality Fitted Children's Footwear by Start-Rite* [online]. Dostupné z: <https://www.startriteshoes.com/discover>

3.2.3 Clarks

U další britské značky Clarks fungující od roku 1825 se také objevuje velmi formální a nevhodná obuv pro děti, na e-shopu má vlastní kategorii „boty do školy“. U ostatní dětské obuvi se však značka Clarks snaží zaujmout originálním designem, stejně tak jako u obuvi pro dospělé. Nejen, že se snaží děti potěšit pestrou barevností, ale také myslí na to, že každé dítě má jiné rozměry chodidla, proto nabízejí obuv v různých šířkách.



Obr. 53. Chlapecká obuv, Clarks

3.2.4 D.D.step

V Česku je v posledních letech velmi oblíbená maďarská značka dětské barefoot obuvi D.D.step. Boty jsou vyráběné z měkkých usní a flexibilních podešví. Firma také deklaruje technologii šití, díky které je ve výrobě použito menší množství chemikálií.



Obr. 54. Chlapecká obuv, D.D.step

3.2.5 PLAE

Plae je americká značka barefootové obuvi pro děti i dospělé. Jedním z jejich hlavních aspektů je praktičnost, dbají například na možnost praní obuvi. Snaží se být také udržitelní, proto velká část z jejich materiálů je recyklovaná. Mezi jejich nejznámější modely patří boty Mimo, které jsou vyrobeny z materiálu EVA a jsou určeny hlavně do vody.⁷⁶



Obr. 55. Obuv Mimo, PLAE

⁷⁶ plae . *Little Shoes - široký sortiment zdravé barefoot obuvi* [online]. Copyright © [cit. 20.04.2021]. Dostupné z: <https://www.littleshoes.cz/znacka/plae/>

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 AUTORSKÉ SHRNU TÍ

V předchozích kapitolách jsem se zabývala základními aspekty dětství, které ovlivňují design, ale zároveň jsou i snadno ovlivnitelné estetikou předmětů každodenní potřeby. Každý z těchto aspektů jsem doplnila o rešerši designových produktů, které velmi kreativním způsobem reagují na dětské potřeby. Následující kapitola pojednávala o vlivu marketingu na děti a jejich rodiče od dob, kdy se do světa rozšířila kabelová televize, až po současnost, kdy jedním z nejsilnějších nástrojů marketingu jsou sami rodiče a jejich profily na sociálních sítích. Hlavní otázkou teoretické části práce bylo, jak uchopit dětský svět očima designéra a vytvořit produkty s čistým svědomím.

Právě tak se budu snažit pracovat i já v praktické části diplomové práce. Mým cílem je vytvořit kolekci obuvi a galanterních doplňků inspirovanou českou přírodou s edukativními detaily. Stejně tak, jako moje dosavadní tvorba pod značkou Tiše, i následující kolekce by měla vybízet děti k objevování krás okolního světa a naučit je úctě k přírodě. Důraz bude kladen také na praktičnost, proto budu používat pratelné materiály. Podešve a kopyta budu vybírat s ohledem na potřeby dětského chodidla.

5 INSPIRAČNÍ ZDROJE

Při tvorbě kolekce jsem se inspirovala rozsáhlou rešerší designových produktů pro děti, od hraček přes módní doplňky až po architekturu. Hlavní inspirací mi byla příroda, ale také ilustrace pro děti, které mě ovlivnily natolik, že jsem si sama pár ilustrací ke kolekci vytvořila.



Obr. 56. Inspirační koláž

5.1 Moodboard

Moodboard představuje vizuální estetiku následující kolekce. Lze z něj vyčíst barevnost i tvarosloví. Patrné jsou zjednodušené linie a tvary inspirované přírodou. Snažila jsem se do něj také znázornit dětskou hravost, která by měla být důležitým momentem objevujícím se na mých produktech.



Obr. 57. Moodboard

5.2 Cílový zákazník

I přes to, že děti nejsou silnou nakupující skupinou, nehospodaří s penězi a většinou ani nerozhodují o tom, co jim rodiče koupí na sebe, rozhodla jsem se tuto diplomovou práci věnovat jim a budu se snažit vyhovět jejich přáním a potřebám.

Jako cílovou skupinu jsem si vybrala děti v předškolním věku 5–7 let. Kolekce obsahuje jak dívčí, tak chlapecké prvky a barvy, jednotlivé produkty však nejsou přiděleny konkrétnímu pohlaví. Jsou určeny všem zvědavým dětem, které rády objevují přírodu, všem hravým a přirozeně „divokým“ dětem, které dokážou vnímat svět s čistou myslí a fantazií.

Jak už bylo zmíněno, o nákupu většinou rozhodují hlavně rodiče, a tak bych měla do této kapitoly zahrnout i je. Tento popis však může náležet i hodným tetám, babičkám anebo známým, kteří chtějí udělat dětem dárkem radost. Mělo by jít o člověka se středním až vyšším příjmem, který rád nakupuje designové produkty od lokálních výrobců. Produkty pro děti nekupuje jako spotřební zboží, ale s rozvahou vybírá nadčasové kousky, které budou sloužit a bavit děti dlouho. Rád také nakupuje originální výrobky s přidanou hodnotou, a ne masově vyráběné produkty se slavnými postavami z animovaných filmů.



Obr. 58. Koláž cílového zákazníka

5.3 Materiály a barevnost

Kolekce je vyrobena převážně z textilií, což umožňuje praní jednotlivých výrobků. Svršky a podšívky jsou ušity z bavlněného plátna a doplněny díly z netkané textilie, kterou jsem u bot použila hlavně na místa častého oděru a také na drobné a složité tvary, kde bylo potřeba použít řezané kraje. Podešve z termoplastického polyuretanu mi poskytla firma *Soles 2 Walk*. Jako výztužné materiály jsem použila plátno a termoplastické opatky. Uzavíracími prvky jsou na obuvi tkaničky nebo velcro pásy a na doplňcích spirálová zdrhovadla. Galanterní doplňky mají také bavlněné popruhy a plastové komponenty. Na produktech se objevují detaily vytvořené pomocí termotransfer folie.

Barevnost je ovlivněna inspirací v přírodních plodinách, a tak se skládá z béžové, červené, hnědé a více odstínů zelené. Nesnažila jsem se však napodobit reálné odstíny přírodnin, ale ilustrovat je výraznějšími a pro děti přitažlivějšími barvami.



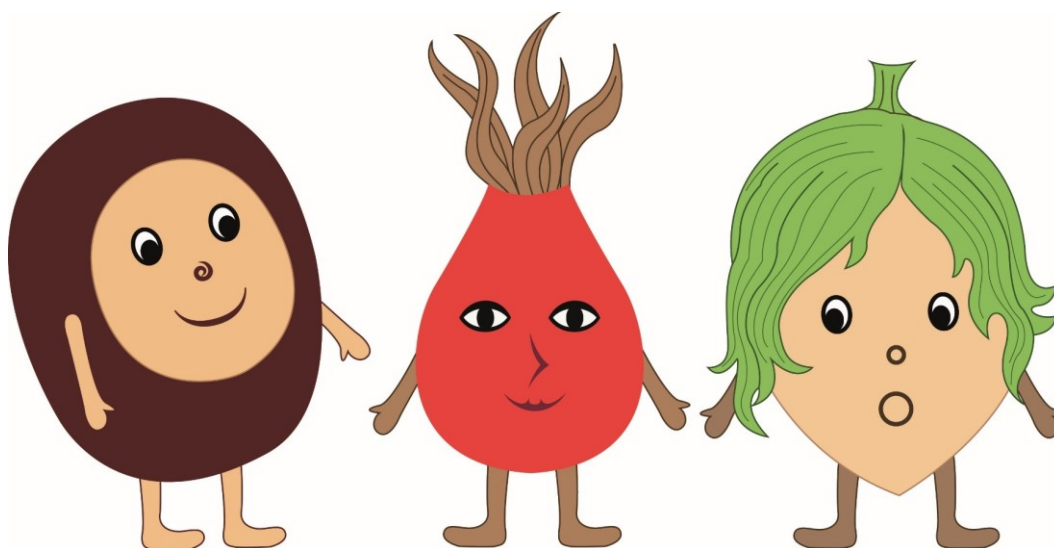
Obr. 59. Materiálová skladba

6 KOLEKCE NA VĚTVI

Podívej se hluboko do přírody a pak všechno lépe pochopíš. Albert Einstein

Příroda má v sobě nespočet zajímavých podnětů a tajemství, které často překvapí i nás dospělé. Možná že více než, když jsme byli dětmi a to všechno, co jsme vidali při hraní venku pro nás bylo samozřejmostí. Děti totiž nemají zatíženou mysl prací a problémy, ale mnohem víc vnímají své prostředí a jsou zvědavější. I proto je škoda, že v poslední době v přírodě netráví příliš času. Vyrábí se spousta produktů pro děti s jejich oblíbenými zvířátky ze zoo, méně však s motivy té naší středoevropské přírody. Cílem mé kolekce *Na větvi* je motivovat děti právě k objevování té naší „pravé divočiny“.

Proto jsem se rozhodla inspirovat plodinami, které u nás můžeme potkat na každém rohu, i tak o nich ale mnoho lidí skoro nic neví. Toho jsem si začala všimnout už kdysi, když jsme byli se školou na výletě, já jsem si s nadšením utrhla z lísky oříšek, a když jsem ho chtěla v puse rozlousknout, upřely se na mě znechucené pohledy nechápajíc, co to zase jím? Jako hlavní „hrdiny“ své kolekce jsem si tedy vybrala lískový oříšek, šípek a kaštan. Nejprve jsem si vytvořila ilustrace, ve kterých jsem plodiny ztvárnila jako postavičky a dala jim tvář, aby bylo pro děti jednodušší si k nim vytvořit vztah.



Obr. 60. Ilustrace

Následně jsem tyto motivy zpracovala do návrhů obuvi a galanterních doplňků. Tvary přírodnin jsem zjednodušila tak, aby je produkty na sobě měly pouze v detailech, jako třeba bodliny u kaštanu, aby děti zůstaly v napětí a hned nepoznaly, co jednotlivé produkty představují. Důležitým prvkem v mé kolekci je také moment překvapení, který jsem se snažila zakomponovat do menších kapes nebo pod uzavírání. Při rozvázání bot nebo otevření kapes tak na děti vykouknou obličejy již zmiňovaných postaviček, které jsem na textil aplikovala pomocí termotransfer fólie. Svým produktům jsem chtěla dát také nějakou přidanou edukativní hodnotu, a tak jsem použila ještě vyšívané detaily, které znázorňují tvary listů náležící k dané rostlině. Hotové výrobky by měly také doplňovat kartičky se zajímavostmi o plodinách a jejich ilustracemi.

6.1 Kaštánky

Kaštánky jsou plátěné polobotky se skrytým šněrováním. Na špici, patě, jazyku a šněrování mají výrazné díly z netkané textilie, které na sobě mají trojúhelníkové detaily znázorňující ostny na tobolece kaštanu koňského. Na špici a patě chrání netkaná textilie proti oděru. Na rubní straně jazyka je umístěn motiv samotného semene jírovce maďalu – tedy je zde schován jeden z hrdinů této kolekce – Kaštánek včetně obličejy z termotransferové fólie. Na měkčených stélkách je vyšitý detail listu. Drážky na podešvích jsou natřeny smaragdovou barvou, aby ladily se svrškem.



Obr. 61. Obuv Kaštánky

6.2 Batoh Kaštánek

Batoh kaštánek je ušit z bavlněného plátna, má obloukový tvar a popruhy určené k nošení „crossbody“. Prostor je rozdělen do dvou kapes na zdrhovadlo. Hlavní kapsa je ozvláštněna výšivkou listu jírovce maďalu, která je vidět také na zadní straně batohu. Má estetickou funkci, zároveň také prošívá vypolstrovaná záda batohu a drží tak výplň na svém místě. Menší kapsa v sobě ukrývá usmívající se Kaštánek. Výrazným prvkem jsou opět bodlinky, které jsou všité po obvodu kapes. Kontrastní dno má hnědou barvu stejně tak jako bavlněné popruhy a plastové komponenty.



Obr. 62. Batoh Kaštánek

6.3 Lískáčky

Lískáčky jsou zelené plátěné polobotky se zapínáním na velcro pásy. Na špici, patě a zapínání mají výrazné díly z netkané textilie, které mají organické tvary znázorňující zelený obal lískových ořechů. Na špici a patě chrání netkaná textilie proti oděru. Běžový jazyk představuje samotný ořech – Lískáček schovaný pod listeny. Na lícové straně má pod uzavíracími pásy obličej z termotransferové fólie. Celý vnitřní prostor obuvi je také béžový včetně měkčených vkládacích stélek, které jsou ozdobeny kontrastní výšivkou ve tvaru listu lísky obecné. Drážky na podešvích jsou natřeny zelenou barvou, aby ladily se svrškem.



Obr. 63. Obuv Lískáčky

6.4 Ledvinka Lískáček

Ledvinka Lískáček je ušita z bavlněného plátna s výraznými díly z netkané textilie. Jejich organické tvary jakoby plamíneků mají znázorňovat zelený obal lískových ořechů a překrývají zapínání. Prostor ledvinky je rozdělen do dvou kapes na zdrhovadlo. Ta větší je ozdobena výšivkou listů a plodů lísky obecné, která je vidět i na zadní straně ledvinky, protože prošívá vypolstrovaný zadní díl. Menší kapsa v sobě ukrývá díl, který má představovat samotný ořech – Lískáček s překvapeným obličejem, který by mělo mít i dítě při prvním otevření kapsy. Ledvinka má bavlněný popruh, který se dá nastavovat pomocí plastových komponentů.



Obr. 64. Ledvinka Lískáček

6.5 Lískáček na láhev

Lískáček na láhev je textilní taštička určená na malou lahvičku s pitím. Víko je ušito z netkané textilie, jeho organický tvar má znázorňovat obal lískových ořechů a zakrývá zapínání na zdrhovadlo. Spodní béžový díl představuje samotný ořech. Detail obličeje z termotransferové fólie je ukrytý ve vnitřním prostoru. Taštička má bavlněný popruh, který se dá pomocí kruhových karabin odepínat.



Obr. 65. Lískáček na láhev

6.6 Šípková obuv

Šípková obuv jsou textilní otevřené boty typu „fisherman“ se šněrováním. Na špici a patě mají díly z netkané textilie ve tvaru růže šípkové, které obuv chrání proti oděru. Mají červenou barvu stejně jako postranní pásy. Šípek na špici má také hnědý díl ve tvaru tzv. „bubáku“ – tedy zbytků kalichu, který tvoří na jazyku poutko na tkaničky. Plátěné díly obuvi jsou béžové a stejně tak i měkčené vkládací stélky, které jsou ozdobeny kontrastní červenou výšivkou znázorňující listy a plody růže šípkové. Drážky na podešvích jsou natřeny červenou barvou, aby ladily se svrškem.



Obr. 66. Šipková obuv

6.7 Šípek

Šípek je malá plátěná kapsička určená jenom na nejnütnější drobnosti, jako jsou klíče nebo peníze. Má tvar plodu růže šipkové včetně tzv. „bubáku“ z netkané textilie. Uzavírání na zdrhovadlo je překryté lištou. Při otevření kapsičky na děti vykoukne obličej třetího hrdiny – Šípka, který je vytvořen pomocí termotransferové fólie. Kapsička má bavlněný popruh, který se dá odepínat pomocí kruhové karabiny.



Obr. 67. Kapsička Šípek

6.8 Šípková zástěrka

Šípková zástěrka je ušita z béžového bavlněného plátna a má jednoduchý „áčkový“ střih. Výrazným prvkem jsou červeně vyšíváné kšandy, které se k laclu přidělávají pomocí prostrčení a zauzlování. Výšivka znázorňující listy a plody růže šípkové se objevuje také na postranní kapse. Její prostor se může zvětšovat pomocí protizáhybů ve tvaru šípku, na nichž jsou také umístěny obličejy z termotransferové fólie.



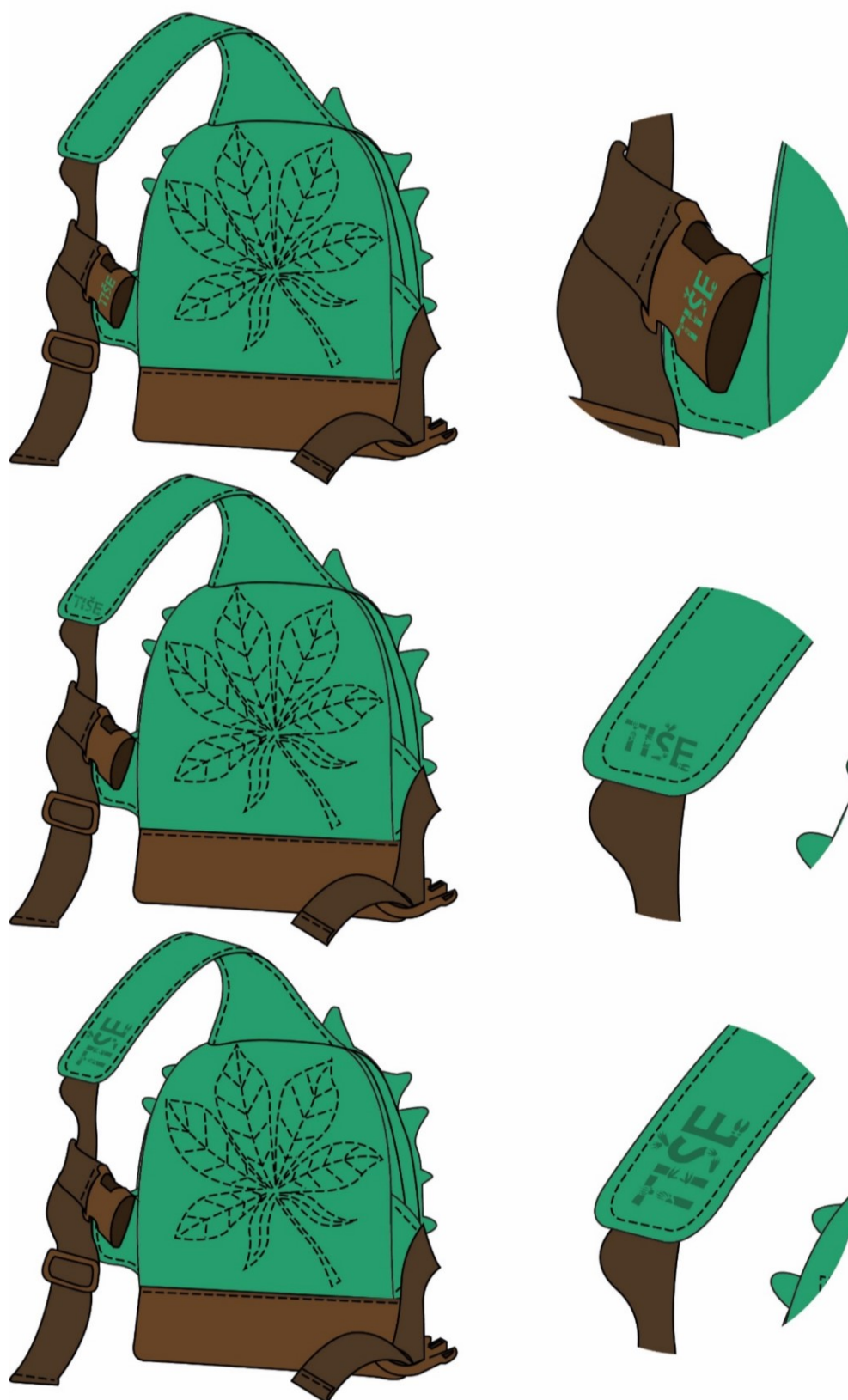
Obr. 68. Šípková zástěrka

6.9 Logo

Designem pro děti jsem se zabývala už nějakou dobu před psáním diplomové práce. Produkty jsem tvořila pod značkou *Tiše*, která se soustředí právě na design pro děti inspirovaný přírodou. Název *Tiše* má navozovat pocit napětí, který děti mají, když zpozorují nějaké zvíře, musejí zůstat tiše a nemohou se hnout ani o vlásek, aby ho nevyplašily. Produkty ze své diplomové práce bych ráda také zařadila do portfolia této značky, proto jsem si dovolila použít její logo a aplikovat ho alespoň v návrzích.



Obr. 69. Návrh loga na obuvi



Obr. 70. Návrh loga na batohu

ZÁVĚR

Ústředním tématem této diplomové práce byl, jak už je uvedeno v názvu, *Dětský svět*. Zahrnuje filozofické pohledy psychologů, designérů i mě samotné na dětství, dětské potřeby i touhy jejich křehkých srdcí. První kapitola teoretické části byla rozdělena na podkapitoly, které se věnovaly z mého pohledu velmi důležitým aspektům dětství. Nechyběly ani ukázky velmi inspirativních designů hraček, předmětů denní potřeby nebo prostorů pro děti. Následující kapitola se zabývala tím, jakým způsobem působí marketing na děti i jejich rodiče. Teoretickou část zakončila krátká kapitola o dětském obouvání, která představila i oblíbené výrobce obuvi posledních let.

Nabyté informace, obrazové inspirace i pocity jsem se snažila využít při tvorbě praktické části. Hlavním cílem bylo vytvořit kolekci produktů, které by dělaly dětem radost a zároveň by je ovlivňovaly tím „správným“ směrem. Vytvořit obuv, kterou by si děti chtěly obouvat, a galanterní doplňky, které by dělaly dětem parťáky při prožívání dobrodružství. Do produktů jsem se také pokusila dostat *vzdělávací* detaily, které mají děti vybízet k *pohybu* v jejich přirozeném *prostředí* – tedy venku. *Radost* má dětem udělat hlavně moment překvapení, který jsem se do produktů snažila dostat pomocí obličejů ukrytých ve vnitřních prostorech.

Závěrem bych ráda dodala že i přes to, že nejsem s konečným výsledkem úplně spokojena a vím o spoustě hlavně technologických chyb, které bych v budoucnu udělala jinak, jsem ráda, že jsem si toto téma zvolila. Velkou zkušeností pro mě byla výroba obuvi z textilií, ve které jsem se snažila zdokonalit a ušila spoustu zkušebních modelů, než jsem dospěla k výsledným produktům. Výzvou pro mě byl i samotný design. Snažila jsem se přiblížit k designérům, které jsem obdivovala v teoretické části, neudělat chyby, které jsem sama kritizovala, a přitom zaujmout děti, kterým měla být tato diplomová práce věnována. Jsem ráda, že jsem si v této podivné době vybrala tak pozitivní téma a ráda bych se mu věnovala i v budoucnu, ať už tvorbou designu pro děti anebo tvorbou s dětmi samotnými.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BAKAN, Joel. *Dětství pod palbou*. V Praze: Triton, 2013. ISBN 978-80-7387-653-1.
- BIRKS, Kimberlie. *Design for Children*. London: Phaidon, 2018. ISBN 978-0-7148-7519-4.
- KALKA, Jochen; ALLGAYER, Florian. *Marketing podle cílových skupin: Jak žijeme – co kupujeme – čím se řídíme*. V Brně: Computer press, a.s., 2007. ISBN 978-80-251-1617-3.
- LANGE, Alexandra. *The Design of Childhood*. New York: Bloomsbury publishing, 2018. ISBN 978-1-63286-635-6.
- MATĚJČEK, Zdeněk. *Co děti nejvíc potřebují*. V Praze: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0853-2.
- *Obuv v historii 2010*. Zlín: 2010, ISBN 978-80-87130-22-3
- *Sborník přednášek ze semináře je zdravotně nezávadnému obouvání, konaného 11. - 13. X. 1988 v Luhačovicích*. Gottwaldov: 1989
- ŠTÝBROVÁ, Miroslava. *Boty, botky, botičky*. V Praze: Nakladatelství Lidové noviny, 2009. ISBN 978-80-7106-986-7.
- *Umění fyzioterapie*. Příbor, 2020, č. 1, ISSN 2464-6784.
- VAVŘIČKOVÁ, Alena. *Děti a reklama*. V Liberci: Nakladatelství Bor, 2010. ISBN 978-80-86807-44-7.
- WEBER, Andreas. *Víc bláta!: Děti potřebují přírodu*. V Berlíně: Malvern, 2015. ISBN 978-80-7530-005-8.

SEZNAM WEBOVÝCH ZDROJŮ

- About – Giovanna Fletcher. Latest – Giovanna Fletcher [online]. Copyright © Giovanna Fletcher 2021 [cit. 28.03.2021]. Dostupné z: <https://www.giovannafletcher.com/about>
- About Us | Bobux | Bobux. *Baby & Toddler Shoe Store* | Bobux [online]. Copyright ©2021 Bobux New Zealand. All rights reserved. [cit. 19.04.2021]. Dostupné z: <https://www.bobux.com/who-we-are>
- Access denied. *Access denied* [online]. [cit. 13.01.2021]. Dostupné z: <https://www.wildling.shoes/en/pages/schuhe>
- Alternativní školy. *Alternativní školy* [online]. Copyright © 2001 [cit. 11.01.2021]. Dostupné z: <http://www.alternativniskoly.cz/>
- BLAHUT, Chelsea. The Hills on Governors Island Opens to the Public. In: *Architect magazine* [online]. [cit. 12.1.2021]. Dostupné z: https://www.architectmagazine.com/design/the-hills-on-governors-island-opens-to-the-public_o
- Discover Start-Rite. *Kids' Shoes & Boots - Quality Fitted Children's Footwear by Start-Rite* [online]. Dostupné z: <https://www.startriteshoes.com/discover>
- Green School | Thrive With Purpose. *Green School | Thrive With Purpose* [online]. [cit. 12.1.2021]. Dostupné z: <https://greenschool.nz/>
- Nika Zupanc - M.A.D.GALLERY Geneva. *Access forbidden!* [online]. [cit. 13.01.2021]. Dostupné z: <https://www.madgallery.net/geneva/en/creators/nika-zupanc>
- plae . *Little Shoes - široký sortiment zdravé barefoot obuvi* [online]. Copyright © [cit. 20.04.2021]. Dostupné z: <https://www.littleshoes.cz/znacka/plae/>
- Smrt manžela? Sáhla jsem si hodně hluboko, ale hodně mi to i dalo, říká Krkavčí matka – DVTV na Aktuálně.cz. Video - Aktuálně.cz [online]. Copyright © [cit. 30.03.2021]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/smrt-manzela-zvladnout-jde-sahla-jsem-si-hodne-hluboko-ale-h/r~829490e2e30e11e6b87d0025900fea04/?redirected=1485949420>
- Tokyo kindergarten by Tezuka Architects lets children run free on the roof. *Dezeen | architecture and design magazine* [online]. [cit. 11.1.2021]. Dostupné z:

<https://www.dezeen.com/2017/10/02/fuji-kindergarten-tokyo-tezuka-architects-oval-roof-deck-playground/>

- Who is she? - Louise Pentland. Louise Pentland – Beauty, Baby, Lifestyle [online]. Copyright © Louise Pentland [cit. 28.03.2021]. Dostupné z: <https://www.louisepentland.com/who-is-she-louise-pentland/>
- YaWood - rocking horse & play furniture by Argo4Studio | afilii. *AFILII – internationaler Hub & Plattform für kindgerechte Gestaltung* [online]. Copyright © [cit. 12.01.2021]. Dostupné z: <https://afilii.com/en/yawood-rocking-horse-and-play-furniture-by-argo4studio/>

SEZNAM OBRÁZKŮ

- Obr. 1. Limitované edice nože Rybička, spolupráce Mikov a Nespresso 13
Dostupné z: <https://www.czechcrunch.cz/2020/09/nespresso-zacina-vyrabet-kavove-kapsle-z-80-z-recyklovaneho-hliniku-nove-je-muzete-hodit-i-do-kontejneru/>
- Obr. 2. Dětské hřiště, Dijkstraat, Aldo van Eyck 14
Dostupné z: <https://www.play-scapes.com/tag/aldo-van-eyck/>
- Obr. 3. Plán hřiště Adventure, Central Park, Richard Dattner..... 14
Dostupné z: <http://www.play-scapes.com/play-history/mid-century-modern/design-for-play-richard-dattner-1969-now-available-through-playscapes-press/>
- Obr. 4. Slide hill, Governors Island, New York_ 15
Dostupné z: https://www.architectmagazine.com/design/the-hills-on-governors-island-opens-to-the-public_o
- Obr. 5. Bronco Scoop Truck 16
Dostupné z: <https://www.elenphant.com/products/neue-freunde-bronco-scoop-truck-shovel>
- Obr. 6. Riverside, Baghera..... 16
Dostupné z: [https://www.pinterest.co.kr/pin/392868767466792847/?amp_client_id=CLIENT_ID\(&mweb_unauth_id={{default.session}}&simplified=true](https://www.pinterest.co.kr/pin/392868767466792847/?amp_client_id=CLIENT_ID(&mweb_unauth_id={{default.session}}&simplified=true)
- Obr. 7. Training Dresser 16
Dostupné z: <https://housetodecor.com/2019/the-training-dresser-for-kids-learning/>
- Obr. 8. Kolekce nábytku Avlia 16
Dostupné z: <https://www.designboom.com/design/natasa-njegovanovic-avlia-furniture-system-for-children-04-09-2016/>
- Obr. 9. Kloss Modules, 2016 17
Dostupné z: <https://www.architonic.com/en/product/kloss-kloss-modules/1386328>
- Obr. 10. PinPres, 2012 17
Dostupné z: <https://www.madaboutthehouse.com/playful-storage/pin-pres-shelf/>
- Obr. 11. Wright Blocks, 1949 18
Dostupné z: BIRKS, Kimberlie. Design for Children. London: Phaidon, 2018. s. 364. ISBN 978-0-7148-7519-4.
- Obr. 12. Stavebnice LEGO 19
Dostupné z: <https://www.industryweek.com/innovation/article/22026632/lego-wins-intellectual-property-lawsuit-in-china>
- Obr. 13. Stavebnice Tsumiki 19
Dostupné z: <https://moddea.com/2016/05/06/tsumiki-stacking-blocks/>
- Obr. 14. Personification of Childhood Misdeeds 20
Dostupné z: <https://www.nicepng.com/maxp/u2w7a9w7q8y3i1o0/>

Obr. 15. Little characters	20
<i>Dostupné z: https://mymodernmet.com/wooden-toys-yen-jui-lin/</i>	
Obr. 16. Soubor her, 4 Kavky	21
<i>Dostupné z: https://www.4kavky.cz/produkty/80-retroher-v-sade/</i>	
Obr. 17. Kniha Retrohraní	21
<i>Dostupné z: https://www.4kavky.cz/produkty/retrohrani/</i>	
Obr. 18. Creatures	22
<i>Dostupné z: https://knuffelsalacarteblog.blogspot.com/2015/11/donna-wilson-creatures-back-in-stock.html</i>	
Obr. 19. Sedici Animalí	22
<i>Dostupné z: https://prunelle.ca/products/animal-puzzle-16-animali-by-enzo-marni</i>	
Obr. 20. Enzo, 2015	23
<i>Dostupné z: https://www.behance.net/gallery/6115761/Rocking-Animal</i>	
Obr. 21. YaWood, 2019	23
<i>Dostupné z: https://afilii.com/en/yawood-rocking-horse-and-play-furniture-by-argo4studio/</i>	
Obr. 22. Max Ride-on Car, 2000	24
<i>Dostupné z: https://www.elenphant.com/products/sirch-sibis-max-ride-on-car</i>	
Obr. 23. Konstantin B Toy Car, 2009	24
<i>Dostupné z: https://www.madgallery.net/geneva/en/creators/nika-zupanc</i>	
Obr. 24. Trunki zavazadlo	24
<i>Dostupné z: https://trunki.com/collections/trunki/products/benny-trunki</i>	
Obr. 25. ToddlerPak	24
<i>Dostupné z: https://trunki.com/collections/child-reins/products/toddlepak-green</i>	
Obr. 26. Učící vež Kid Helper, Utukutu	25
<i>Dostupné z: https://www.utukutu.cz/shop/kid-helper2</i>	
Obr. 27. Boty Honeybear, Wildling shoes	25
<i>Dostupné z: https://www.wildling.shoes/en/collections/shop/products/honigbar</i>	
Obr. 28. Robot Monkey Rocking Horse, 2015	26
<i>Dostupné z: https://cz.pinterest.com/pin/205265695503173836/</i>	
Obr. 29. Hobbel, 1967	27
<i>Dostupné z: https://www.1stdibs.com/furniture/more-furniture-collectibles/childrens-furniture/piet-hein-stulemeijer-rocking-toy-kids-holland-1967/</i>	
Obr. 30. Houpací prkno, Utukutu	27
<i>Dostupné z: https://www.samostatne-dite.cz/rozvoj-hrube-motoriky/houpaci-prkno-ombre-rainbow-utukutu/</i>	

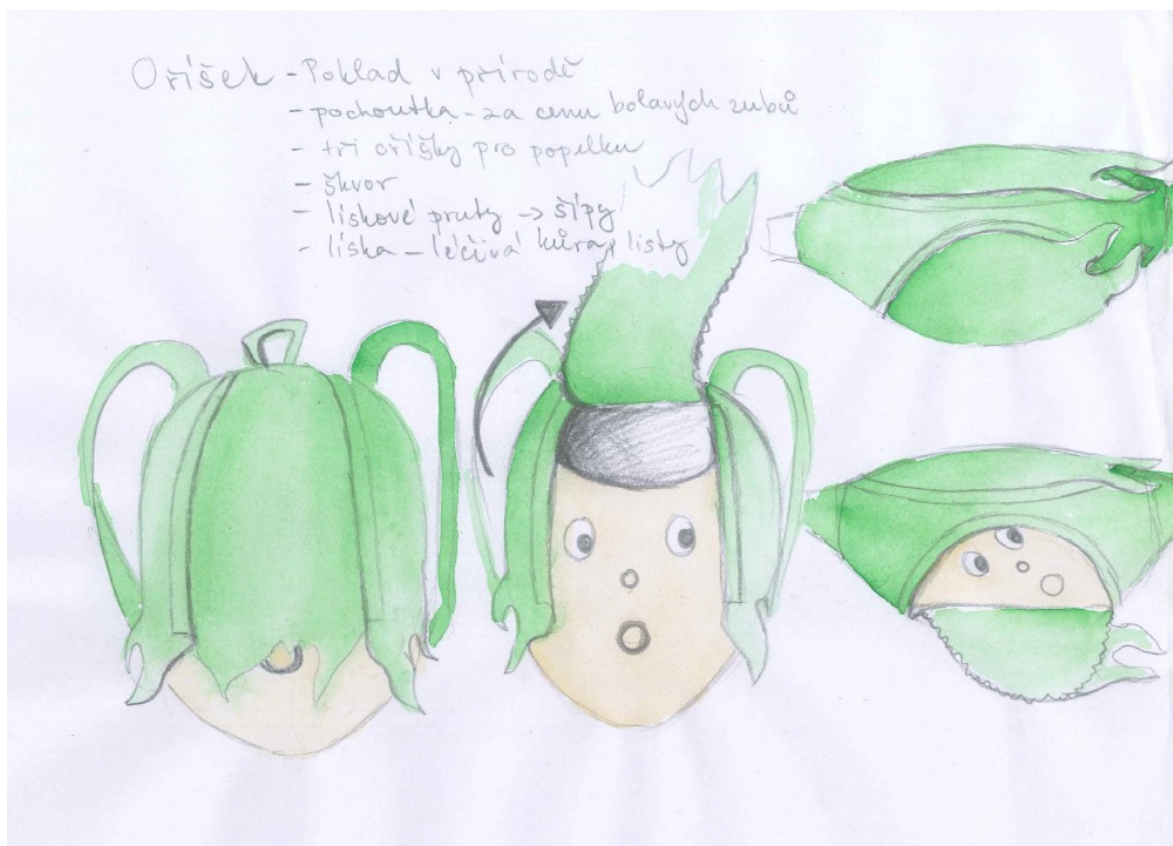
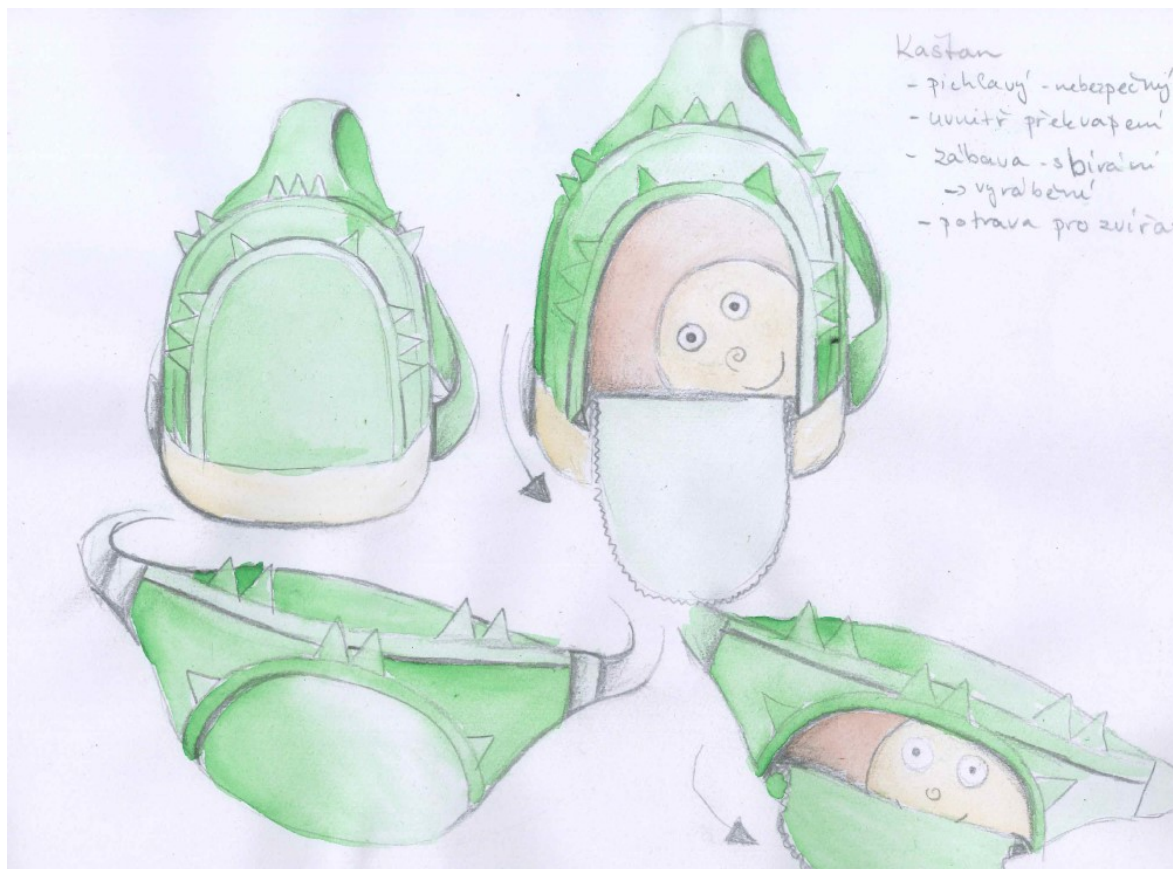
- Obr. 31. PlayShapes, 201028
Dostupné z: <http://www.ookidoo.com/cz/hracky/stavebnice/playshapes-playsh/>
- Obr. 32. Kuum, Marie Uno, 201628
Dostupné z: <https://competition.adesignaward.com/gooddesign.php?ID=49012>
- Obr. 33. StratFlex Rhino, 201329
Dostupné z: <http://wintecinnovation.co.za/stratflex-rhino>
- Obr. 34. Rubikova kostka, 197429
Dostupné z: <https://www.geppettostoyoys.com/buy/2662/original-rubiks-cube>
- Obr. 35. Stavebnice Meccano30
Dostupné z: <https://www.babies.co.nz/meccano-15-model-set.html>
- Obr. 36. Rigamajig Junior, 2016.....30
Dostupné z: <https://www.rigamajig.com/shop/rigamajig-junior/>
- Obr. 37. Plus and Minus, 197031
Dostupné z: <https://uk.moonpicnic.com/product/plus-and-minus-bruno-munari/>
- Obr. 38. Vitra Telefonplan school, Stockholm.....32
Dostupné z: <https://www.archdaily.com/202358/vitra-telefonplan-rosan-bosch>
- Obr. 39. Tokyo kindergarten od Tezuka Architect.....33
Dostupné z: <https://www.dezeen.com/2017/10/02/fuji-kindergarten-tokyo-tezuka-architects-oval-roof-deck-playground/>
- Obr. 40. Green school na Novém Zélandě.....34
Dostupné z: <https://greenschool.nz/campus/>
- Obr. 41. Zkrášlovací sada určená dětem od 5 let.....36
Dostupné z: https://www.alza.cz/hracky/make-up-sada-d6122109.htm?kampan=adwhr_hracky_pla_all_vyrobci-css_kreativni-a-naucne_c_1003811_HRAbz06801&gclid=CjwKCAiA14WABhAJEiwATUnEF8c0H39ugxZNY2pi8_qUrnmBPGfYKAtwKT4BS8NXMIffC0EvwuDxxoCNaIQAvD_BwE
- Obr. 42. Děti objedávající ve fastfoodu.....39
Dostupné z: <https://www.thesun.co.uk/fabulous/13209226/mum-demanded-babysitter-mcdonalds-vegetarian/>
- Obr. 43. Dcery influencerky Justine Olive41
Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CFMZg3mg82i/>
- Obr. 44. Dcera blogerky Louise Pentland.....42
Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CMwhWEVpyTb/>
- Obr. 45. Synové spisovatelky Giovanni Fletcher42
Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CKZcf3BDXVM/>
- Obr. 46. Dcera M. B. s produkty od Černá na bílém43
Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/CKboR5bHhUR/>

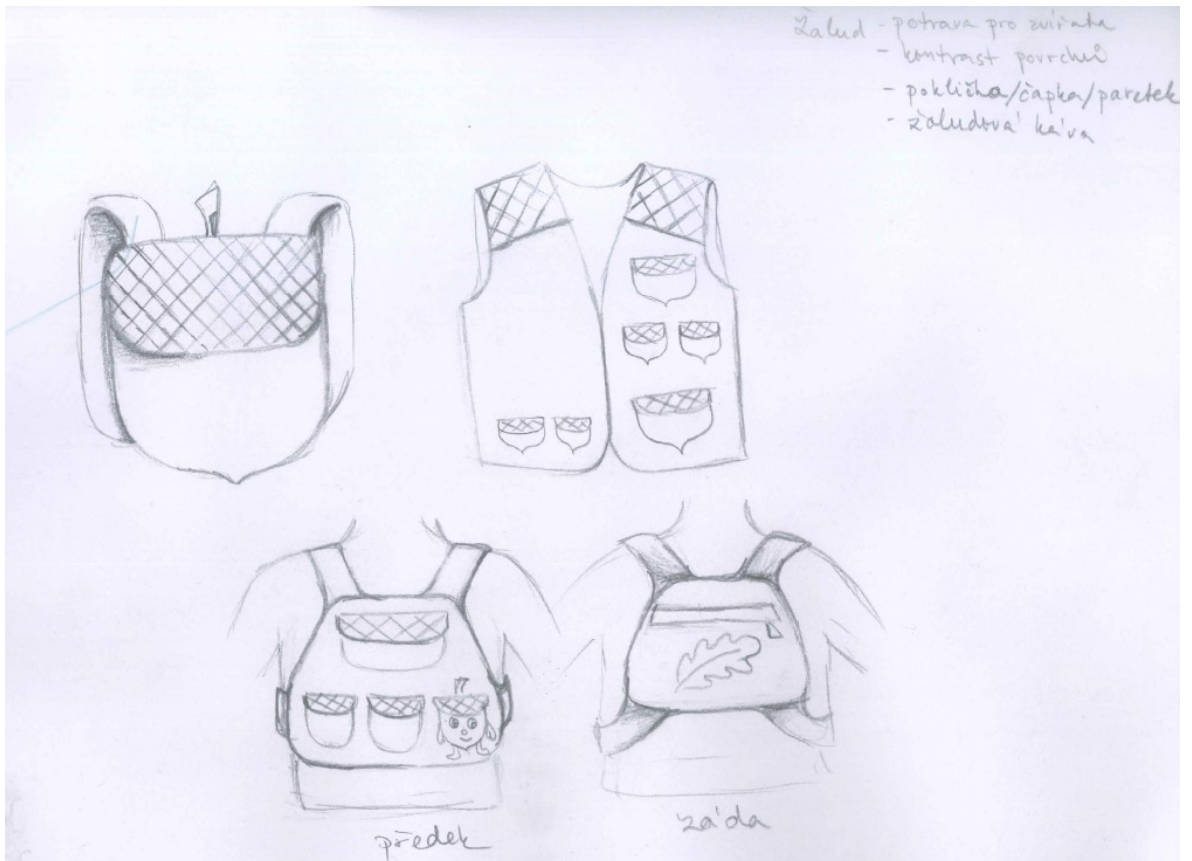
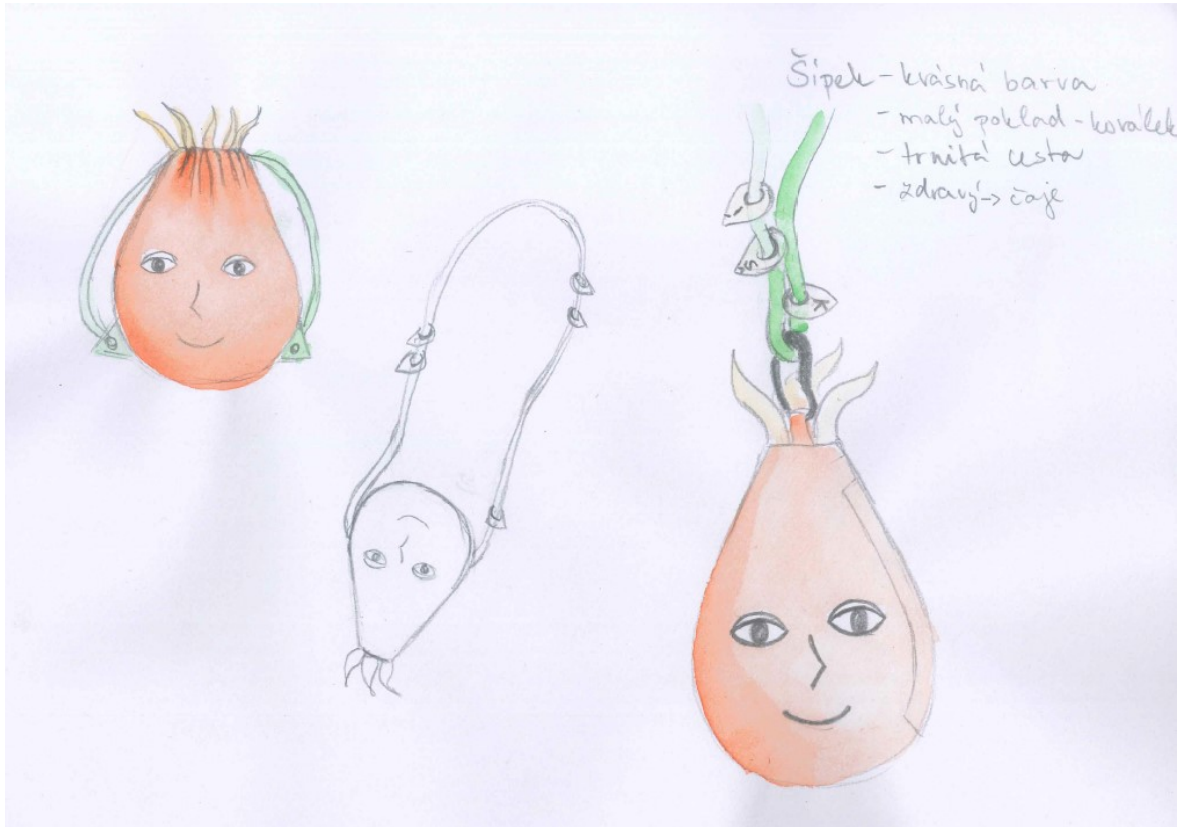
Obr. 47. Ema má táty, Maileg myš	44
<i>Dostupné z:</i> https://www.instagram.com/p/CG72HNqrzxx/	
Obr. 48. Bosí chlapani, 1910	45
<i>Dostupné z:</i> https://streetsofliverpool.co.uk/a-picture-worth-a-thousand-words/seven	
Obr. 49. Nabídka dětské obuvi, 1974	46
<i>Dostupné z:</i> https://christmas.musetechnical.com/ShowCatalogPage/1974-Sears-Spring-Summer-Catalog/0428	
Obr. 50. Bosé děti	47
<i>Dostupné z:</i> https://measvintage.blogspot.com/	
Obr. 51. Obuv pro děti předškolního věku, Bobux.....	49
<i>Dostupné z:</i> https://www.bobux.com/dimension-ii-mist-guava-835709	
Obr. 52. Dívčí boty, Start-rite	49
<i>Dostupné z:</i> https://www.startriteshoes.com/first-alex-brown-tan-riptide-first-walking-shoes	
Obr. 53. Chlapecká obuv, Clarks	50
<i>Dostupné z:</i> https://www.clarks.eu/be/en/kids/boys/trainers/flare-scale-lo-k-red-leather-039668f26158044.html	
Obr. 54. Chlapecká obuv, D.D.step	50
<i>Dostupné z:</i> http://www.ddstep.cz/	
Obr. 55. Obuv Mimo, PLAE.....	51
<i>Dostupné z:</i> https://detska-obuv.heureka.cz/plae-mimo-imeva-dandelion/#gallery/	
Obr. 56. Inspirační koláž.....	54
Obr. 57. Moodboard.....	55
Obr. 58. Koláž cílového zákazníka	56
Obr. 59. Materiálová skladba.....	57
Obr. 60. Ilustrace	58
Obr. 61. Obuv Kaštánky	59
Obr. 62. Batoh Kaštánek.....	60
Obr. 63. Obuv Lískáčky.....	61
Obr. 64. Ledvinka Lískáček.....	61
Obr. 65. Lískáček na láhev	62
Obr. 66. Šípková obuv	63
Obr. 67. Kapsička Šípek	63
Obr. 68. Šípková zástěrka	64
Obr. 69. Návrh loga na obuvi	65
Obr. 70. Návrh loga na batohu.....	66

SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha P 1: Kresebné návrhy
- Příloha P 2: Technický popis obuvi Kaštánky
- Příloha P 3: Technický popis obuvi Lískáčky
- Příloha P 4: Technický popis Šípkové obuvi
- Příloha P 5: Technický popis batohu Kaštánek
- Příloha P 6: Technický popis ledvinky Lískáček
- Příloha P 7: Technický popis Lískáčka na láhev
- Příloha P 8: Technický popis kapsičky Šípek
- Příloha P 9: Technický popis Šípkové zástěrky
- Příloha P 10: Stříhová dokumentace obuvi Kaštánky
- Příloha P 11: Stříhová dokumentace obuvi Lískáčky
- Příloha P 12: Stříhová dokumentace Šípkové obuvi
- Příloha P 13: Stříhová dokumentace batohu
- Příloha P 14: Stříhová dokumentace batohu
- Příloha P 15: Stříhová dokumentace ledvinky
- Příloha P 16: Stříhová dokumentace obalu na láhev
- Příloha P 17: Stříhová dokumentace kapsičky Šípek
- Příloha P 18: Stříhová dokumentace zástěrky
- Příloha P 19: Stříhová dokumentace kapsy zástěrky
- Příloha P 20: Fotodokumentace postupu práce
- Příloha P 21: Fotodokumentace modelů

PŘÍLOHA P I: KRESEBNÉ NÁVRHY

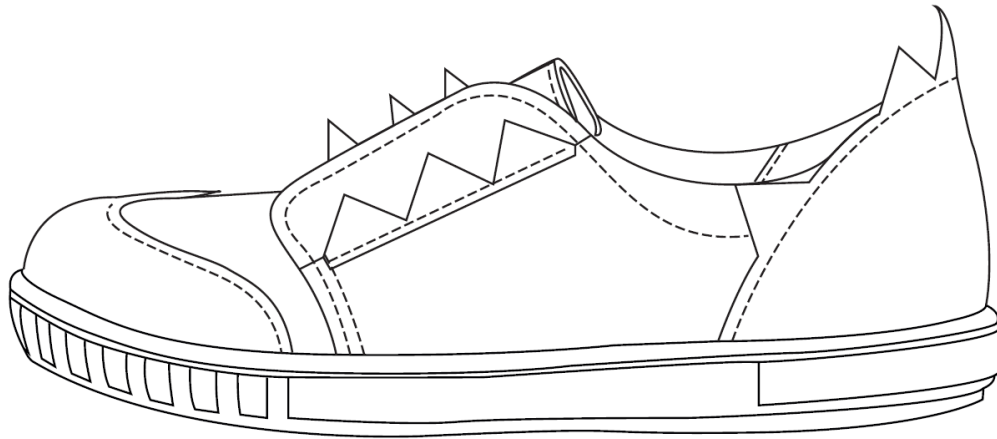






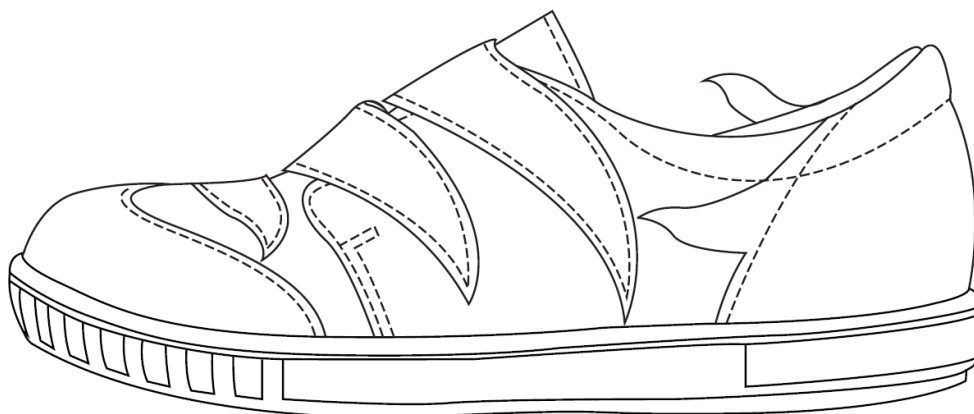


PŘÍLOHA P 2: TECHNICKÝ POPIS OBUVI KAŠTÁNKY



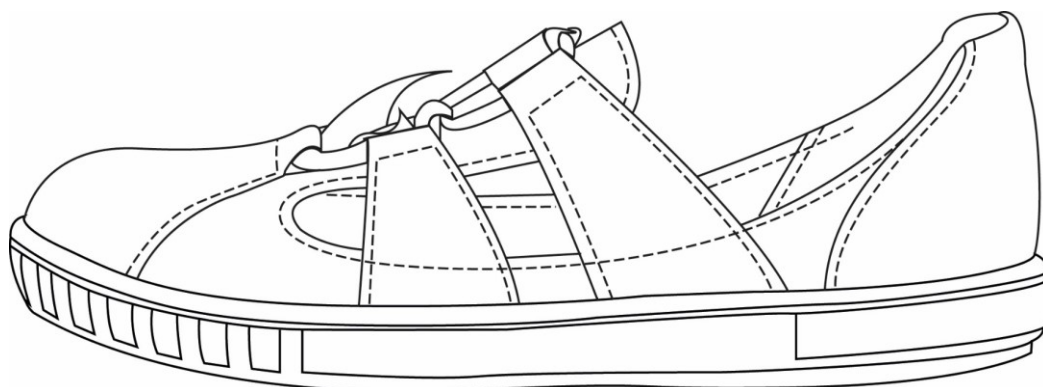
Obuv Kaštaneky je textilní polobotka derbového střihu na šněrování. Svršky jsou ušity obráceným švem z bavlněného plátna. Díly, které jsou náchylné k oděru, jsou zhotoveny z netkané textilie Amaretto. Mají krájené okraje a na plátňové díly jsou našity přeplátovaným švem. Kolem kotníku má obuv bandáž z molitanu, který je všitý mezi vrchový a podšívkový zadní díl. Ve špici je tužinka tvořená dvěma vrstvami plátna a pata je vyztužena termo opatkem. Obuv je vyrobena lepeným výrobním způsobem. Napínací stélka je z tužené netkané textilie. Misková podešev je z termo polyuretanu. Vkládací stélka je zhotovena z paměťové pěny obalené do plátna a je ozdobena strojovou výšivkou. Další zdobný detail je vytvořený pomocí termotransferové fólie a umístěný na rubní stranu jazyka.

PŘÍLOHA P 3: TECHNICKÝ POPIS OBUVI LÍSKÁČKY



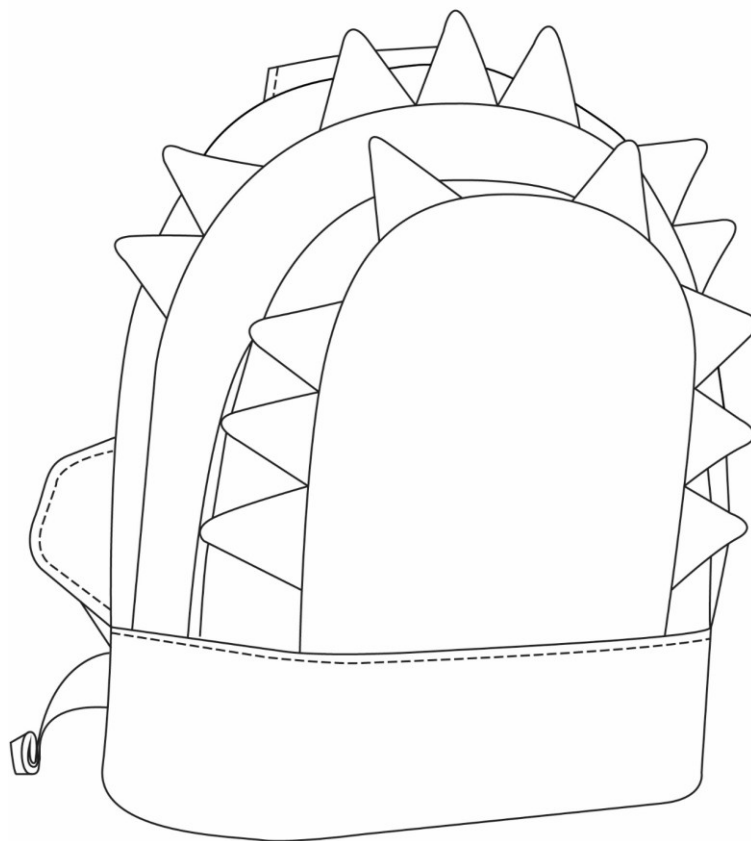
Obuv Lískáčky je textilní polobotka derbového střihu se zapínáním na velcro pásky. Svršky jsou ušity obracným švem z bavlněného plátna. Díly, které jsou náchylné k oděru, jsou zhotoveny z netkané textilie Amaretto. Mají krájené okraje a na plátňové díly jsou našity přeplátovaným švem. Kolem kotníku má obuv bandáž z molitanu, který je všitý mezi vrchový a podšívkový zadní díl. Ve špici je tužinka tvořená dvěma vrstvami plátna a pata je vyztužena termo opatkem. Obuv je vyrobena lepeným výrobním způsobem. Napínací stélka je z tužené netkané textilie. Misková podešev je z termo polyuretanu. Vkládací stélka je zhotovena z paměťové pěny obalené do plátna a je ozdobena strojovou výšivkou. Další zdobný detail je vytvořený pomocí termotransferové fólie a umístěný na lícovou stranu jazyka.

PŘÍLOHA P 4: TECHNICKÝ POPIS ŠÍPKOVÉ OBUVI



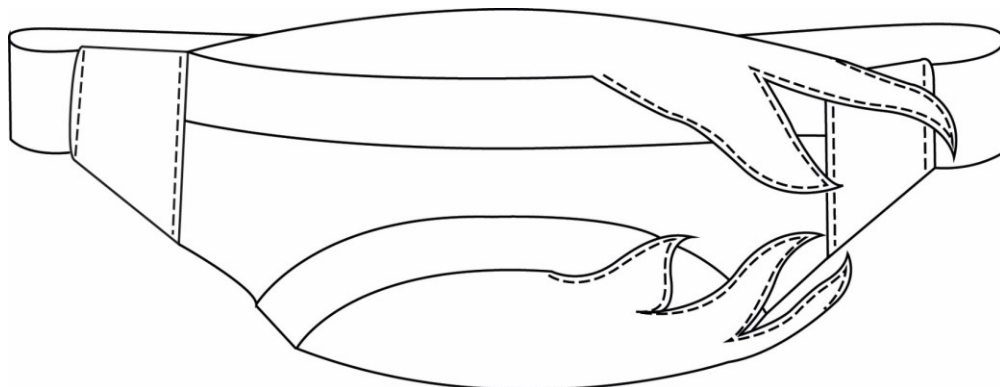
Šípková obuv má tvar zvaný „fisherman“ a šněrování na tkaničky. Svršky jsou ušity obráceným švem z bavlněného plátna. Díly, které jsou náchylné k oděru, jsou zhotoveny z netkané textilie Amaretto. Mají krájené okraje a na plátňové díly jsou našity přeplátovaným švem. U kotníku má obuv bandáž z molitanu, který je všitý mezi vrchový a podšívkový zadní díl. Ve špici je tužinka tvořená dvěma vrstvami plátna a pata je vyztužena termo opatkem. Obuv je vyrobena lepeným výrobním způsobem. Napínací stélka je z tužené netkané textilie. Misková podešev je z termo polyuretanu. Vkládací stélka je zhotovena z paměťové pěny obalené do plátna a je ozdobena strojovou výšivkou.

PŘÍLOHA P 5: TECHNICKÝ POPIS BATOHU KAŠTÁNEK



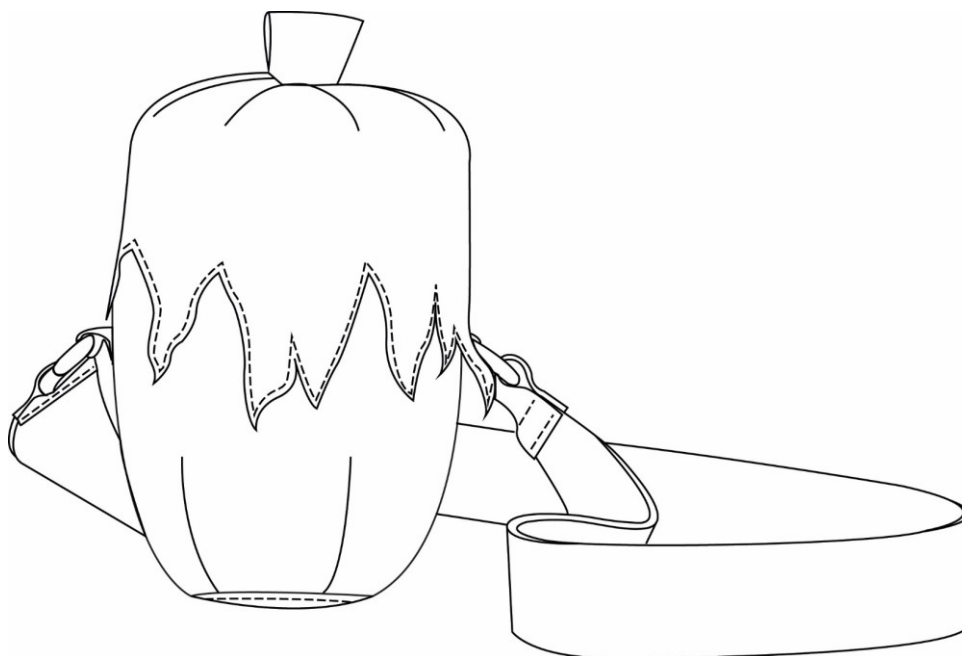
Batoh Kaštánek je vyroben z bavlněného plátna. Díly jsou k sobě sešity obráceným hřbetovým švem a následně olemovány bavlněným šikmým proužkem. Kapsy jsou uzavírány na zdrhovadla, která jsou skryta pod lištami. Zadní strana batohu je vypořstrována vatélinem a prošita ozdobnou strojovou výšivkou. Dvojité dno je vyztuženo tuženou netkanou textilií a našito přeplátovaným švem na předem sešité díly batohu. Menší kapsa je uvnitř ozdobena nažehleným detailem z termotransferové fólie. Část ramenního popruhu je ušita z plátna a také vypořstrována vatélinem, z ní vede bavlněný popruh, který se dá nastavovat pomocí plastové provlékací spony a propojit s dalším bočním popruhem pomocí plastového trojzubce.

PŘÍLOHA P 6: TECHNICKÝ POPIS LEDVINKY LÍSKÁČEK



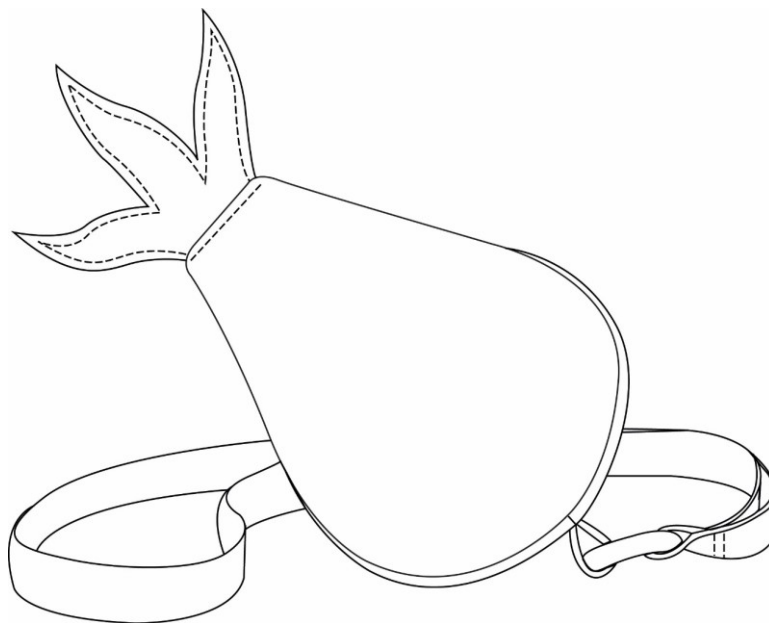
Ledvinka Lískáček je vyrobena z bavlněného plátna. Díly jsou k sobě sešity obráceným hřbetovým švem a následně olemovány bavlněným šikmým proužkem. Tvarově složité díly jsou z netkané textilie Amaretto, jsou vyztuženy vlizelínem a sešity jednoduchým hřbetovým švem. Kapsy jsou uzavírány na zdrhovadla, která jsou skryta pod lištami. Zadní strana ledvinky je vypořstrována vatelínem a prošita ozdobnou strojovou výšivkou. Menší kapsa je uvnitř ozdobena nažehleným detailem z termotransferové fólie. Bavlněný popruh lze nastavovat a rozepínat pomocí plastového trojzubce.

PŘÍLOHA P 7: TECHNICKÝ POPIS LÍSKÁČKA NA LAHEV



Lískáček je textilní obal na malou lahev zhotovený z textilií. Spodní část je ušita hřbetovým švem z bavlněného plátna a má odšité záševky. Dvojitě dno je zhotoveno z netkané textilie Amaretto. Na podšívce spodního dílu je nažehlen detail z termotransferové fólie. Dvojitě víko je zhotoveno z netkané textilie Amaretto. Díly jsou vyztužené vlizelínem, mají odšité záševky a následně jsou sešity k sobě hřbetovým švem. Vnitřní prostor je uzavírán na zdrhovadlo. Bavlněný popruh je zakončen díly z netkané textilie a k poutkům našitým na spodním díle lze připnout pomocí plastových kruhových karabin.

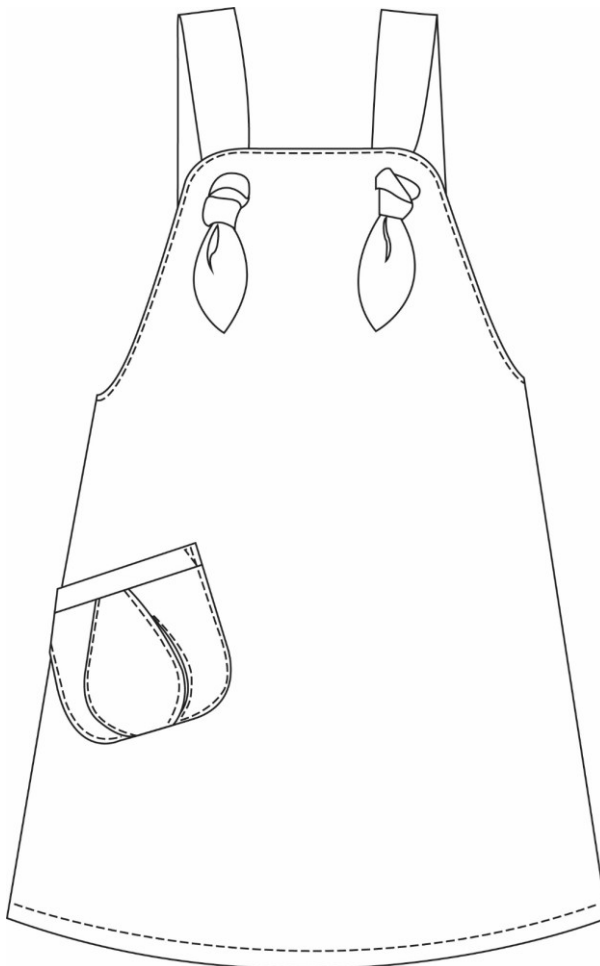
PŘÍLOHA P 8: TECHNICKÝ POPIS KAPSIČKY ŠÍPEK



Kapsička Šípek je ušita z bavlněného plátna obráceným hřbetovým švem, který je následně olemován bavlněným šikmým proužkem. Na krátké straně kapsičky je všitý ozdobný díl ze dvou vrstev netkané textilie Amaretto sešitých hřbetovým švem. Na přední straně je všité zdrhovadlo kryté lištou. Na rubní straně zadního dílu je nažehlený detail z termotransferové fólie. Bavlněný popruh se dá pomocí kruhové plastové karabiny odepínat od poutka umístěného na středu dna.

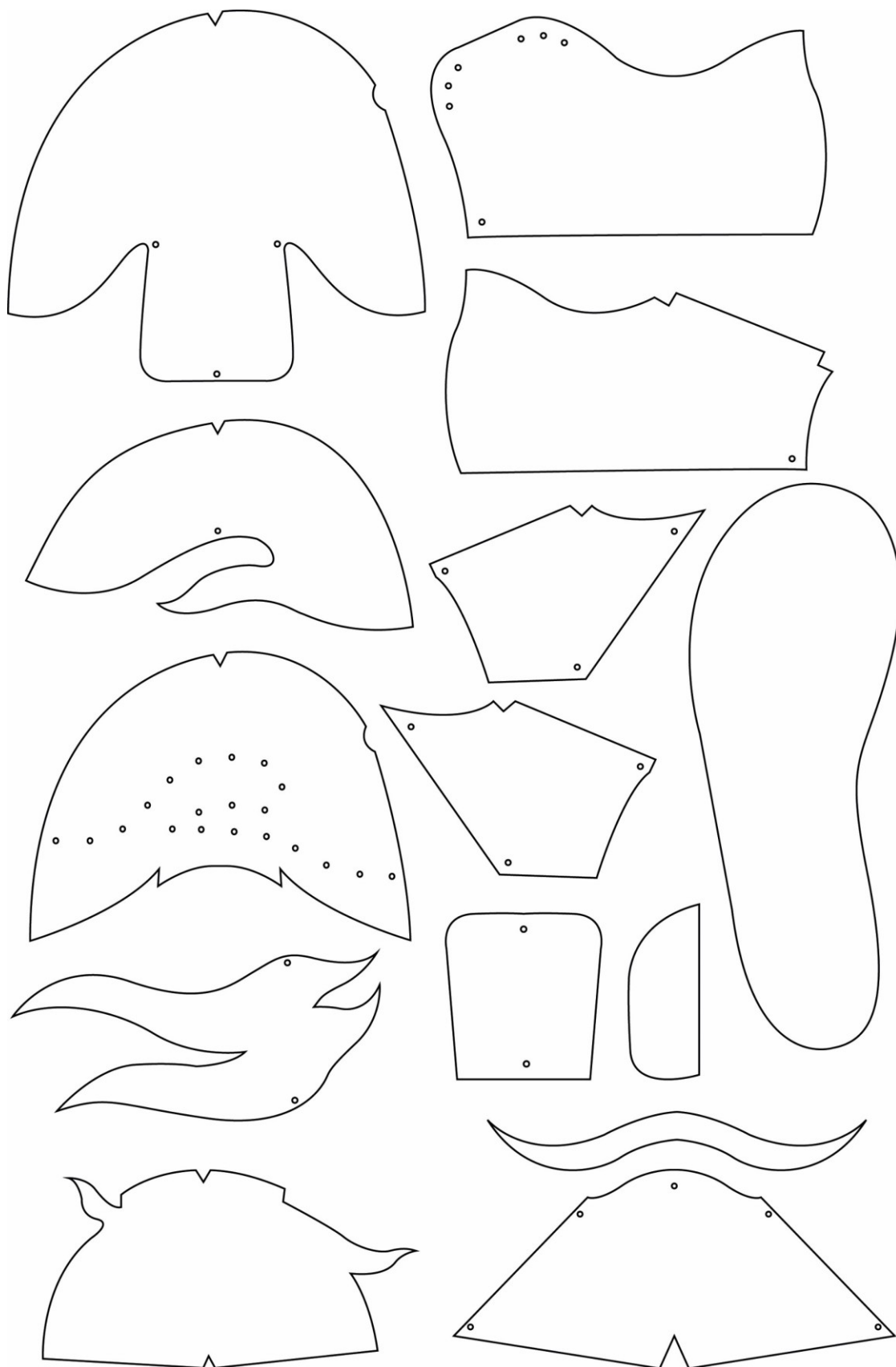
PŘÍLOHA P 9: TECHNICKÝ POPIS ŠÍPKOVÉ ZÁSTĚRKY

..

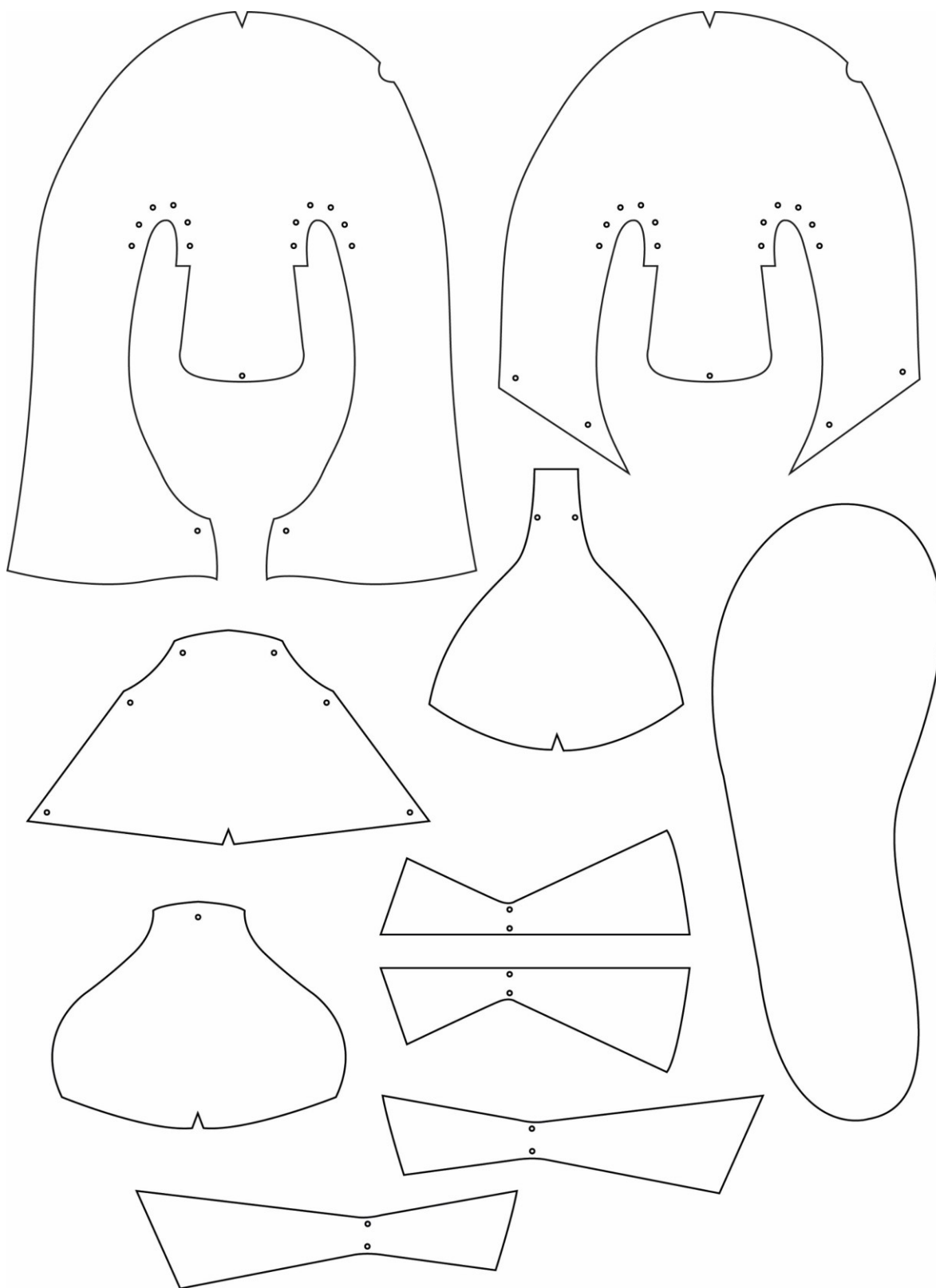


Šípková zástěrka je zhotovena z bavlněného plátna. Přední a zadní díl jsou k sobě sešity hřbetovým švem, švové záložky jsou následně olemovány bavlněným šikmým proužkem. Dolní okraj je dvakrát zahnutý a prošílý. Horní okraj je zapraven podsádkou sahající do pasu. Vrchové díly a podsádka jsou k sobě sešity obráceným hřbetovým švem. V zadním díle jsou mezi ně všity i kšandy, které jsou také ušity obráceným hřbetovým švem a ozdobeny strojovou výšivkou. V předním díle se kšandy prostrkují vyšitými dírkami a následně zavazují na uzle. Nakládaná kapsa má protizáhyby z kontrastního plátna, na kterých je aplikovaný detail z termotransferové fólie. Pohledové díly kapsy jsou ozdobeny strojovou výšivkou.

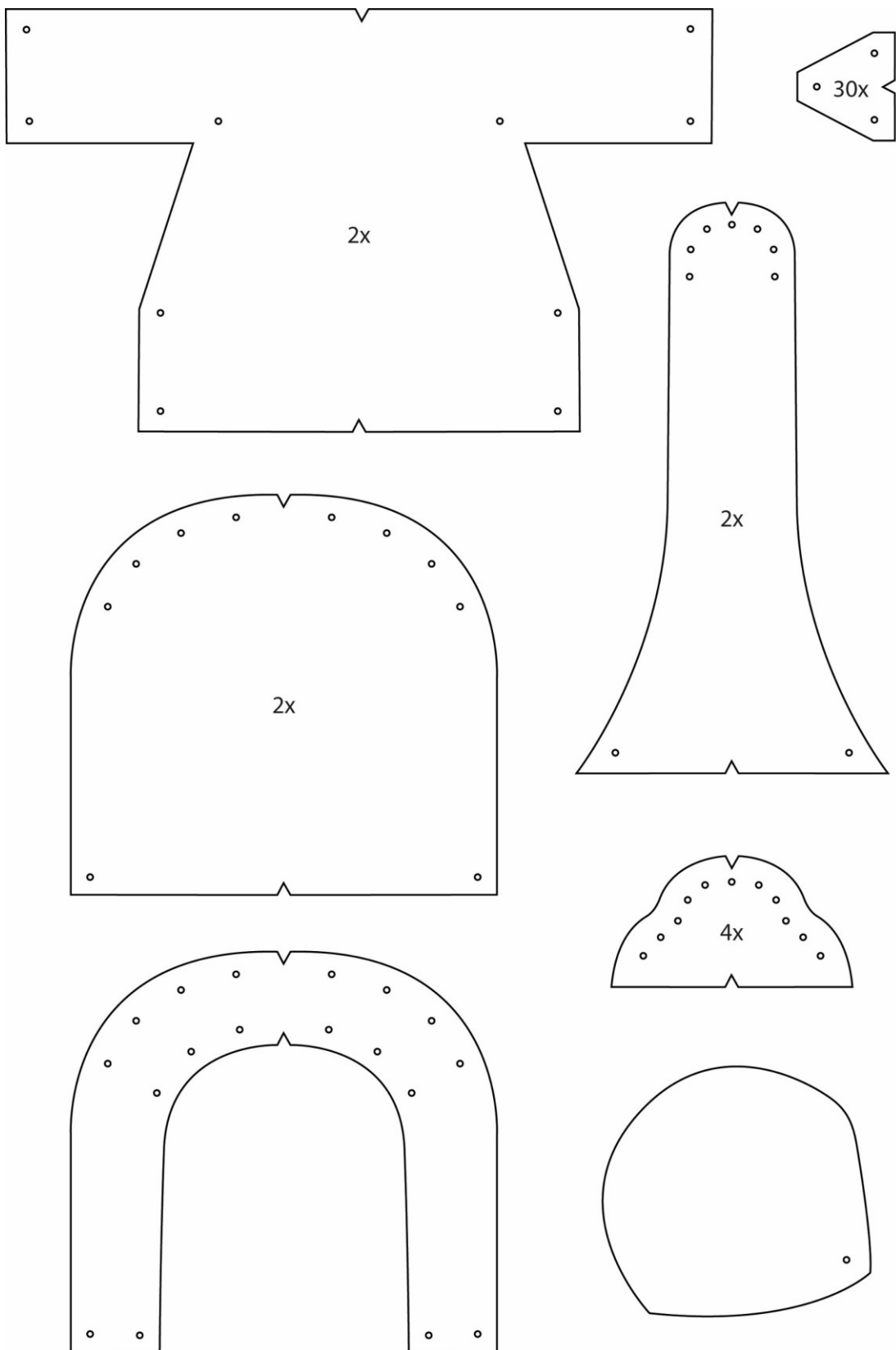
PŘÍLOHA P 11: STŘIHOVÁ DOKUMENTACE OBUVI LÍSKÁČKY



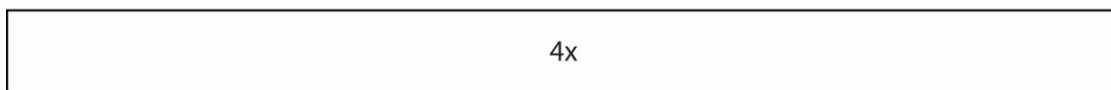
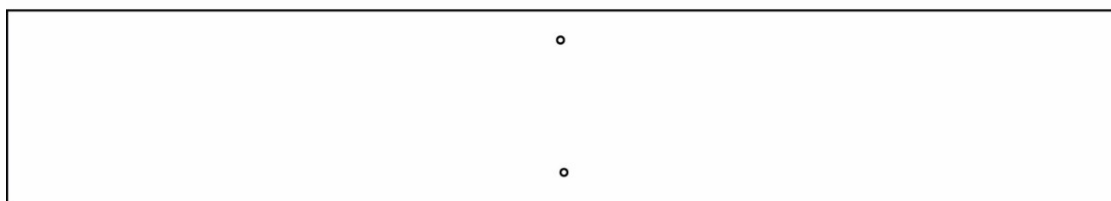
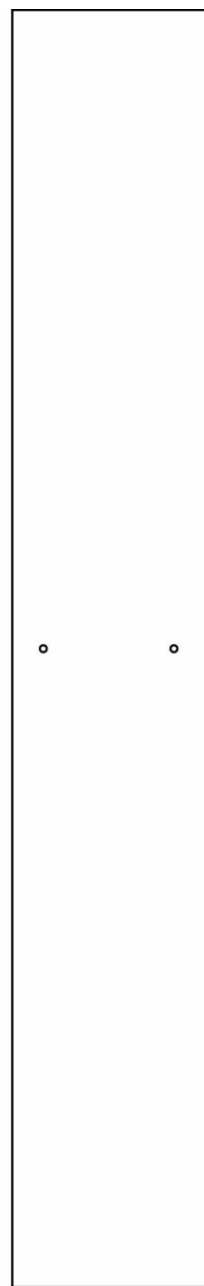
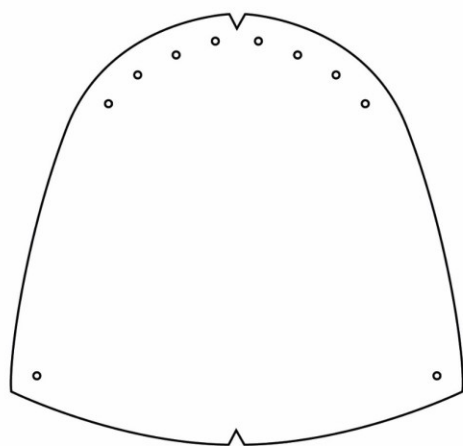
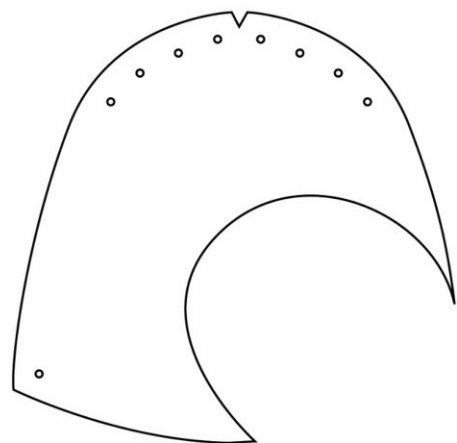
PŘÍLOHA P 12: STŘIHOVÁ DOKUMENTACE ŠÍPKOVÉ OBUVI



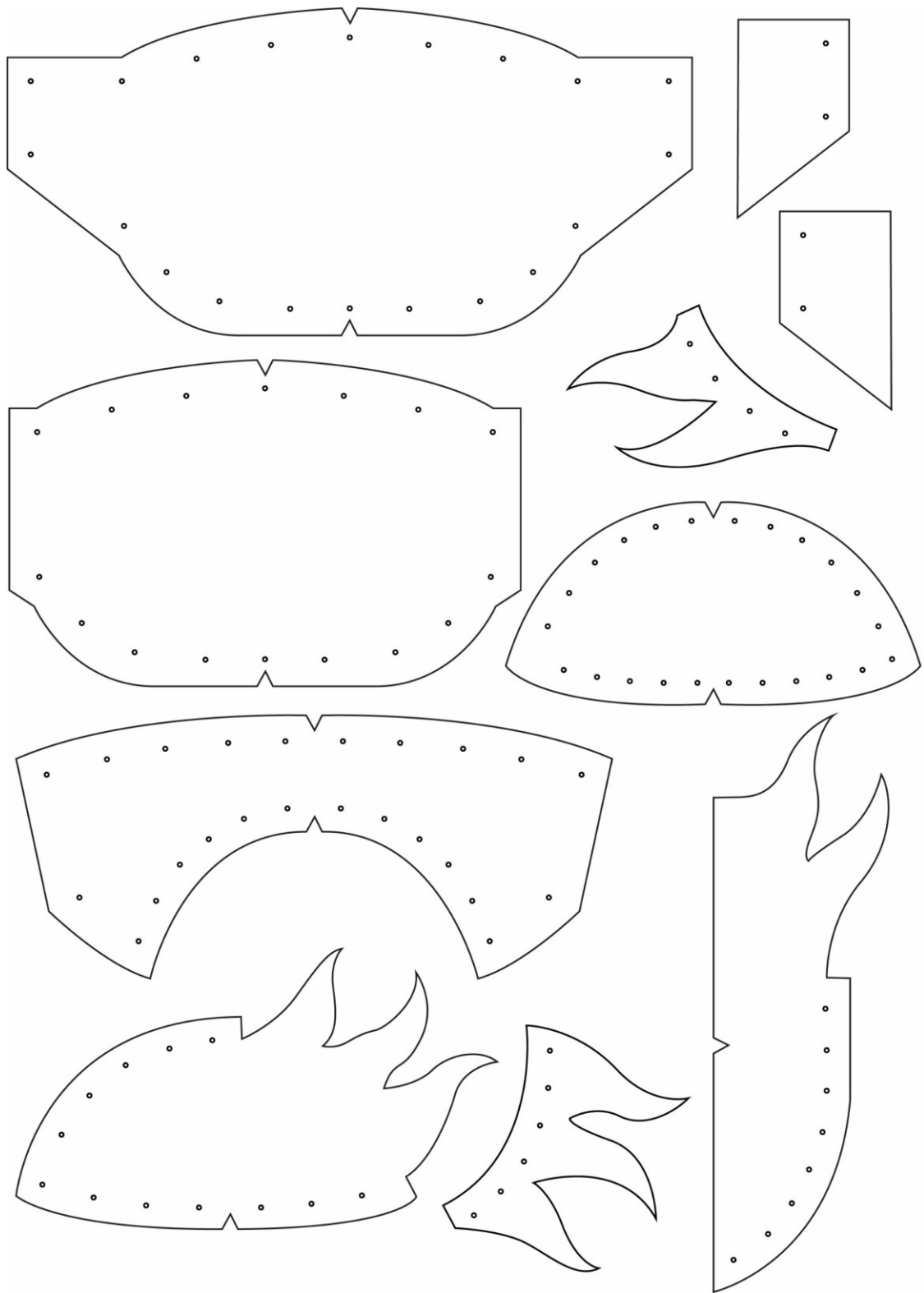
PŘÍLOHA P 13: STŘIHOVÁ DOKUMENTACE BATOHU



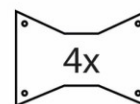
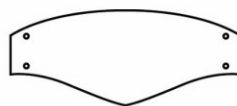
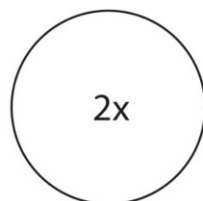
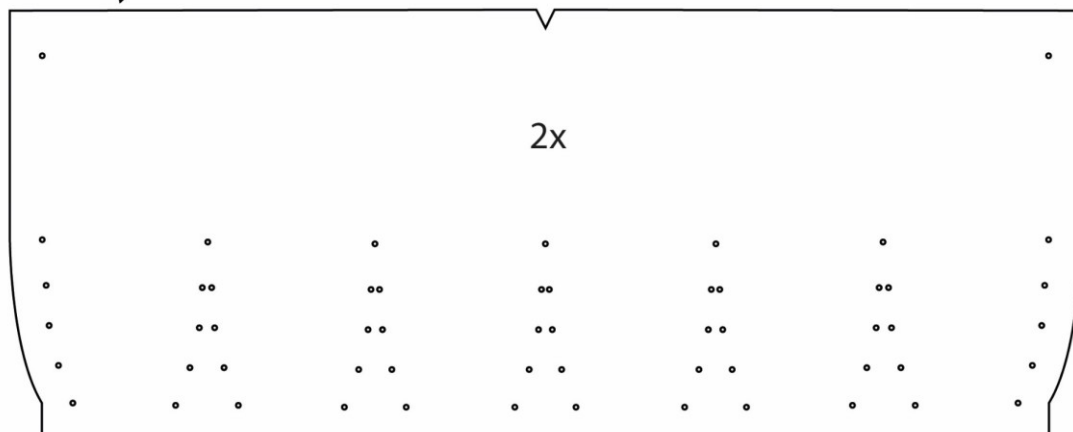
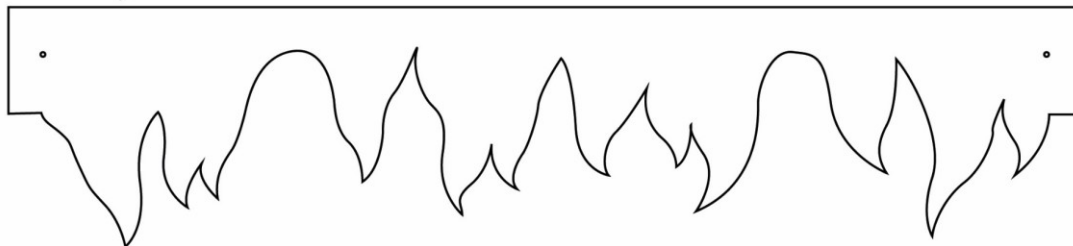
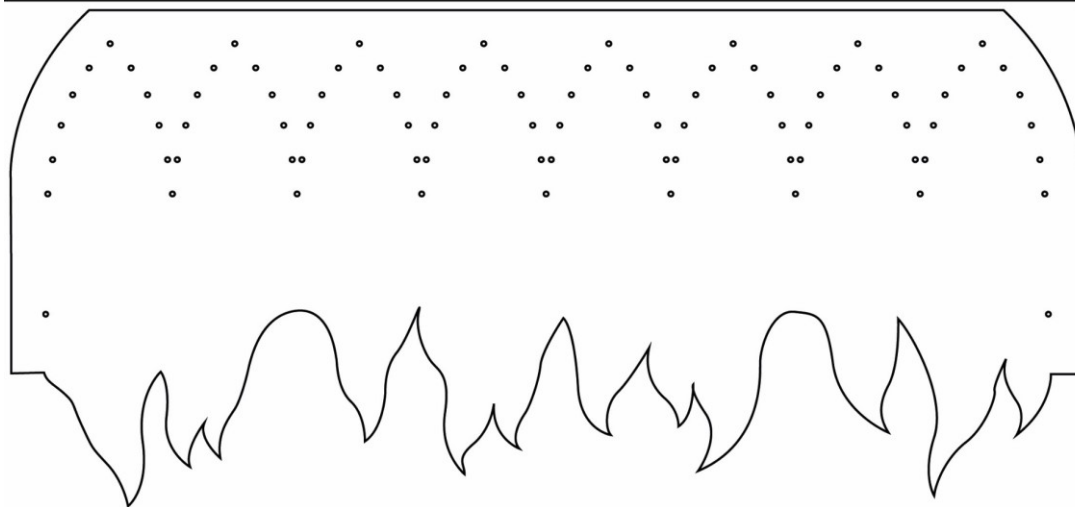
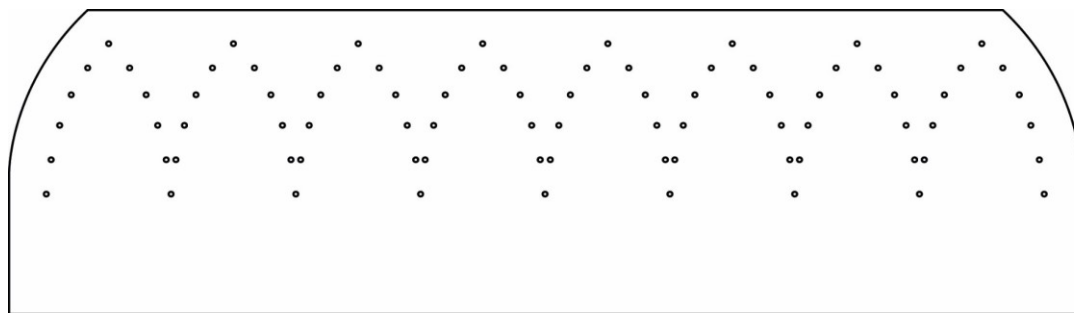
PŘÍLOHA P 14: STŘIHOVÁ DOKUMENTACE BATOHU



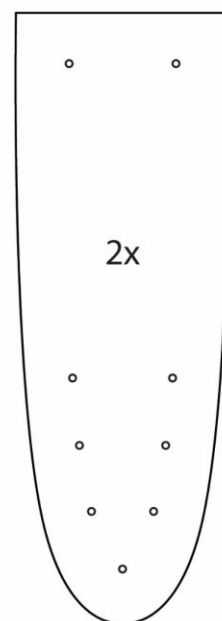
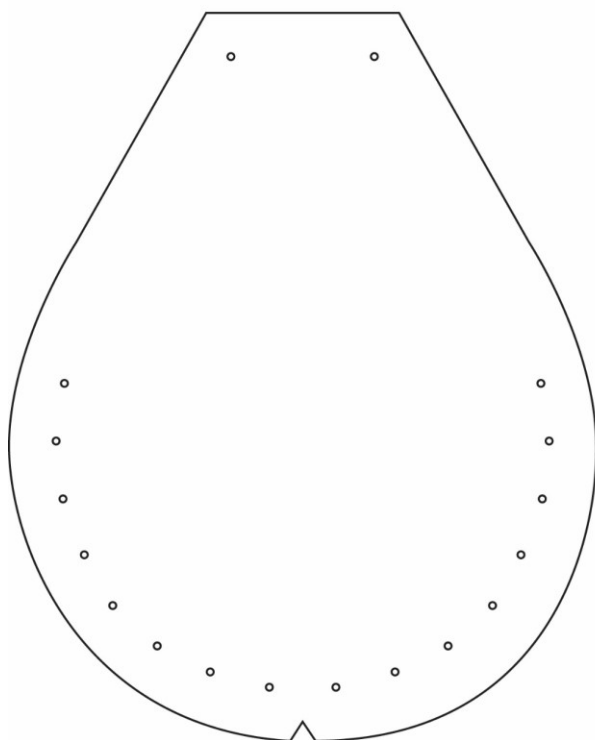
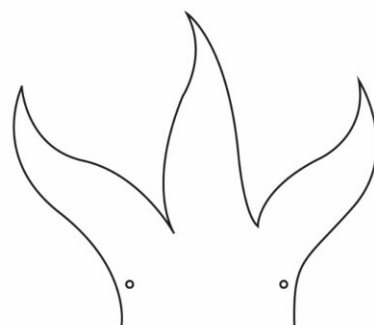
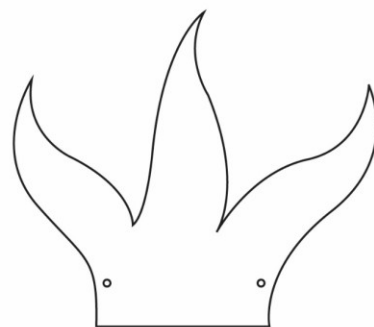
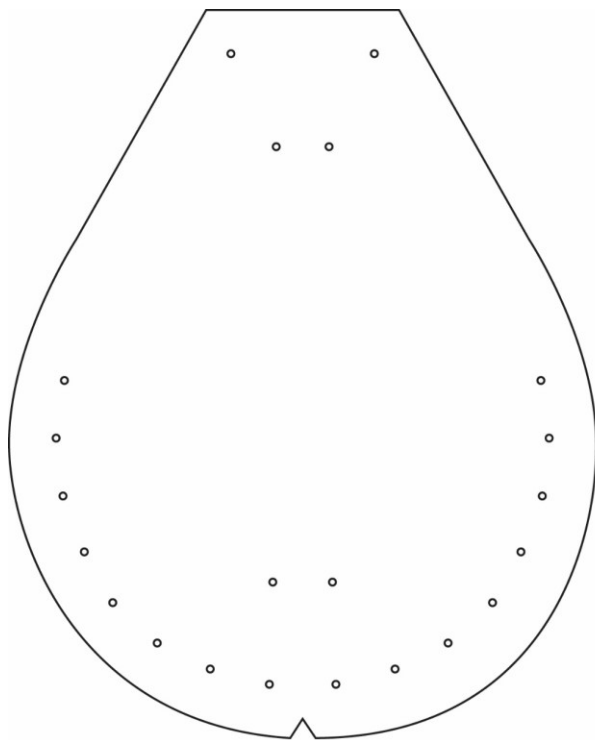
PŘÍLOHA P 15: STŘIHOVÁ DOKUMENTACE LEDVINKY



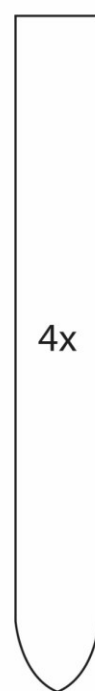
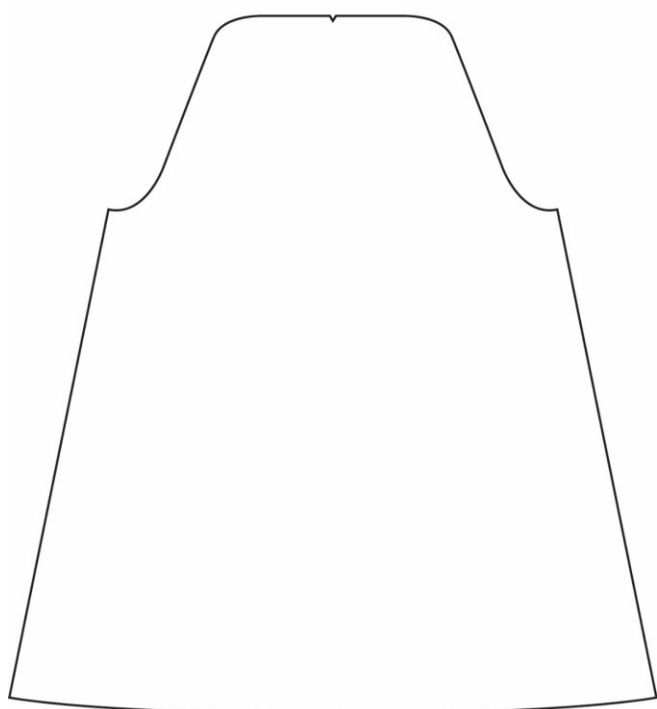
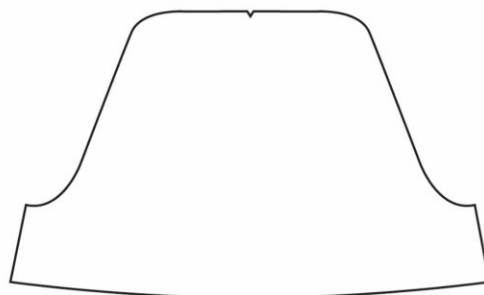
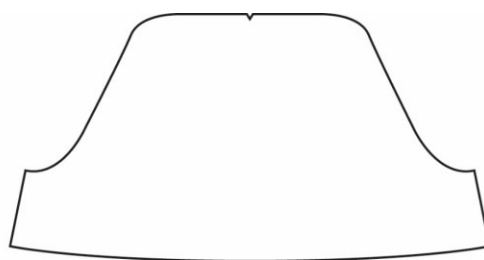
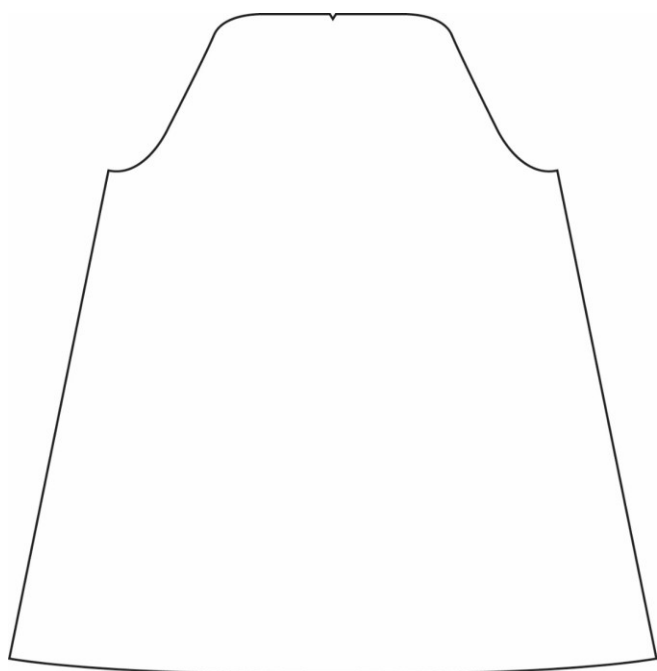
PŘÍLOHA P 16: STŘIHOVÁ DOKUMENTACE OBALU NA LÁHEV



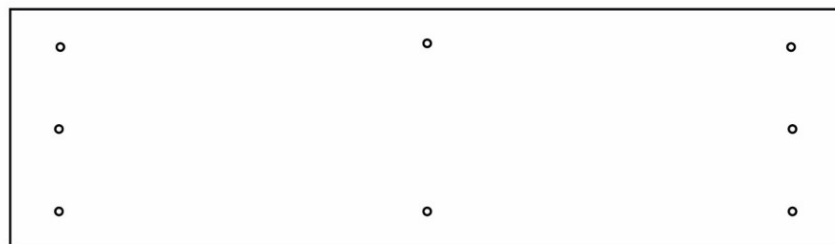
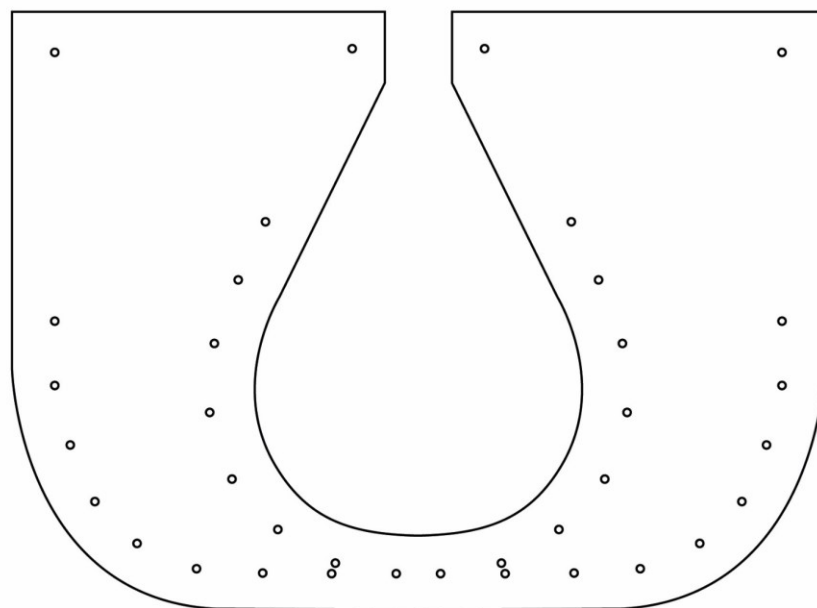
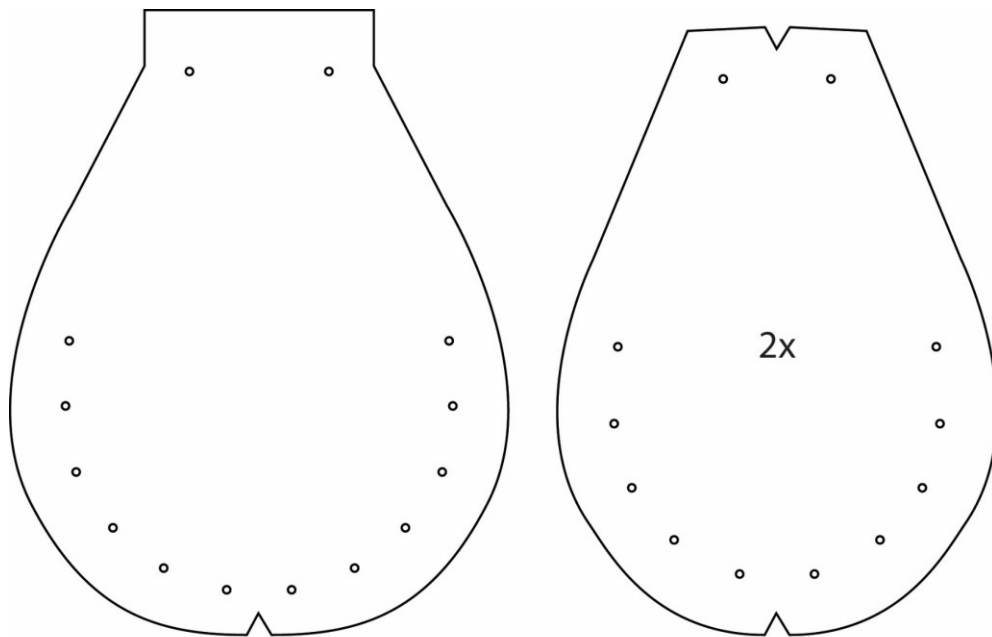
PŘÍLOHA P 17: STŘIHOVÁ DOKUMENTACE KASPIČKY ŠÍPEK



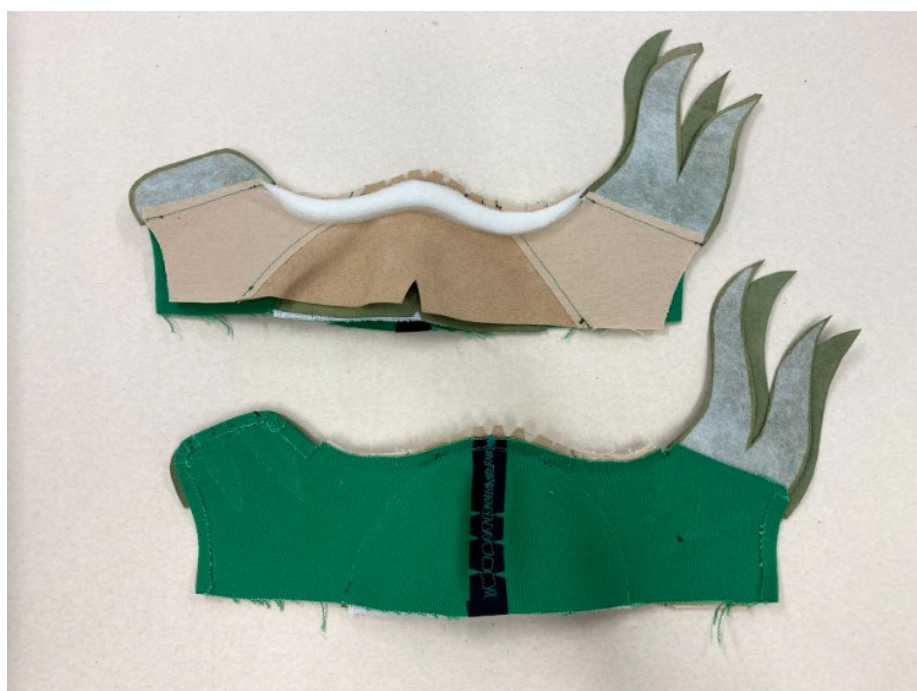
PŘÍLOHA P 18: STŘIHOVÁ DOKUMENTACE ZÁSTĚRKY



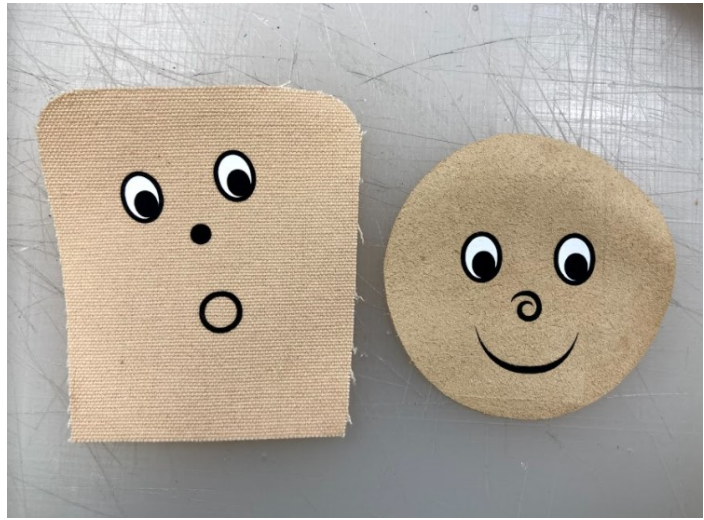
PŘÍLOHA P 19: STŘIHOVÁ DOKUMENTACE KAPSY ZÁSTĚRKY



PŘÍLOHA P 20: FOTODOKUMENTACE POSTUPU PRÁCE







PŘÍLOHA P 21: FOTODOKUMENTACE MODELŮ



























