

Technická univerzita Liberec, KKV Prostějov

Seminární práce z dějin oděvní kultury

VZNIK A VÝVOJ DŽÍN

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI UNIVERZITNÍ KNIHOVNA	
Přir. č.	2130743
Signat.	B15056
Kč	

UNIVERZITNÍ KNIHOVNA
TECHNICKÉ UNIVERZITY V LIBERCI



3146181002

Vypracovala: Petra Kolářová

Džíny, řečeno slovy Andyho Warhola, jsou geniální produkt doby, protože se vymykají jakémukoli kastování. Nosí je drban i prezident. Fakt, že dnes džíny najdeme v snad každém šatníku všech věkových kategorií, že má dnes vlastní džínový program téměř každý z renomovaných módních tvůrců i to, že jsme do nového tisíciletí vstoupili v džínách – to patří k těm věčným paradoxům módy.

Džíny se nezrodily přes noc. Jejich existence je stará přes 150 let a jejich počátek je spojen se zlatou horečkou amerického Divokého Západu. Tisíce osob z celého světa sem přilákala vize rychlého zbohatnutí. San Francisco se stalo centrem tohoto dění. Velké odbytiště svého zboží tu našli prozíraví obchodníci. Mezi nimi byl i Levi Strauss, narozený jako „Loevi“ Strauss 26. února 1829 v malém městečku Buttenheim v Bavorsku.

V roce 1847 opustil Loevi společně se svou matkou a dvěma sestrami Německo. Společně odjeli do New Yorku, kde jeho nevlastní bratři provozovali velkoobchod s textilním zbožím. Mladý Loevi několik let pro své bratry pracoval a v roce 1850 si změnil jméno na američtější – Levi. V roce 1853 dostal americké občanství a rozhodl se podniknout riskantní cestu do města zlaté horečky – San Francisca. Tam měl za úkol otevřít západní pobočku velkoobchodu. Společně se svou sestrou a švagrem, si otevřeli obchod s textilním zbožím, vněmž prodávali potřeby pro zlatokopy.

Představa džínových kalhot se poprvé zrodila, když si jeden ze zlatokopů stěžoval, že nemůže upotřebit plachty ze stanu, a že by spíše upotřebil pevné kalhoty. Leviho jeho výtku podnítila k nápadu. Šel s plachtovinou k pánskému krejčímu a dal z ní po vzoru pohodlných námořnických kalhot zhotovit první džíny. Džíny se stali absolutním prodejním hitem. Když byla celá zásoba nepromokavého plátna spotřebována, musel se Levi začít rozhlízet po jiné vhodné látce pro výrobu. Rozhodl se pro bavlnářský drilich (trojvazný kepr) v barvě indické modři, který se dovážel z francouzského města Nimes.

V roce 1872 obdržel Strauss dopis od nevadského krejčího Jacoba Davise, který byl jedním z jeho pravidelných zákazníků (odebíral od něj role džínoviny pro svoji vlastní živnost). Na základě stížností zlatokopů, že se kalhotové kapsy stále vytrhávají, přišel Davis s nápadem, na jejich zpevnění – rohy kapes opatřit měděným nýtováním. Davis si chtěl nechat svůj nápad patentovat, ale neměl dost peněz k zaregistrování potřebných formulářů. Proto navrhl Straussovi, aby potřebnou částku zaplatil s tím, že se o zisk z patentu spolu rozdělí. Levi rozpoznal slibnou obchodní příležitost a v roce 1873 si spolu s Davisem nechali nápad patentovat.

Strauss přivedl Davise do San Francisca, aby zde dohlížel na jejich první společnou výrobu měděných nýtovaných „waist overalls“, což bylo původní označení pro džíny. Tyto kalhoty se šily ze začátku ve dvou druzích, z hnědé bavlněné celťoviny a z modrého denimu (Levi a Jacob usoudily, že pro pracovní oblečení bude vhodnější vyrábět kalhoty z denimu nežli z jeanu, protože pevnost a trvanlivost denimu byla větší). Protože se ale celťovina na rozdíl od denimu nestala nikdy měkkou a příjemnou, džíny z ní ušité byly postupně staženy z trhu.

Levi Strauss zemřel v roce 1902 ve věku 73 let, zanechává po sobě 6 milionů dolarů. Svou rozrůstající se výrobu a obchod s textilním zbožím přenechal čtyřem synovcům – Jacobovi, Louisovi, Abrahamovi a Sigmundu Steinovi. Následující rok jim Davis svůj podíl ve společnosti odprodal.

Jak tedy vznikl dnes používaný název džíny?

Už od středověku znali Evropané pevnou látku, která se vyráběla v italském Janově a francouzském Nimes. Šili z ní plachty na vozy, stany a pytle (dokonce prý i Kolumbova Santa Maria měla plachty z džínoviny). Název látky z Janova zněl v angličtině džín. Výraz plátno z Nimes zní ve francouzštině de Nim, odtud slovo denim, dnes pro džínovinu často používané. Obě látky se od sebe nepatrně lišily trvanlivostí a společně měly to, že byly pevné a modré. V Americe se původně výrobkům z těchto látek říkalo „overall“. Tento název pro džíny přetrval až do šedesátých let dvacátého století. Výraz džíny se začíná prosazovat až v šedesátých letech u mládeže, která si je velmi oblíbila a poprvé ho na plakáty umístili reklamní tvůrci firmy Levi's.

Od vzniku prvních džín oblíba tohoto oblečení stoupala, jeho pověst se rozšířila po celých státech i mezi kovboje, trapery, stavbaře a železniční dělníky. Džíny však ještě módou nebyly, byly jen velmi praktickým oděvem těžce pracujících lidí. Filip Bonoski to vysvětluje: Ani jeden mladík nebo dokonce dospělý muž z buržoazní rodiny by si nikdy modré džíny neoblékl, protože byly oděvem pracujícího člověka. Když po práci člověk džíny svlékl a pověsil na hřebík nebo je jednoduše hodil na podlahu, dalo se podle nich poznat, jakou práci jejich majitel vykonává. Na rozdíl od lepšího oděvu ukazovaly modré džíny podstatu lidské existence a nemaskovaly ji. Tak se přirozeně staly uniformou pracujících.

Během velké celosvětové hospodářské krize v roce 1929 se džíny udržely především díky své velké odolnosti. Neboť chudí si často mohli dovolit pouze jeden kus oblečení, který ale o to více musel vydržet. Po druhé světové válce se džíny spolu s americkými vojáky objevily v Evropě.

50. léta znamenala zlom, džíny si oblékla generace mladých rebelů. Začaly se objevovat na hrdinech filmového plátna, jako James Dean, Marlon Brando, Marilyn Monroe a další, s nimiž se generace ztotožnila. A tak se z pracovního oděvu stal oděv protestující generace. Nejdříve v Americe, později i v Evropě. Pro Americké firmy byl evropský trh vítanou příležitostí. Značky jako Levi Strauss, Lee Cooper, Wrangler, Mustang otvíraly v Evropě své továrny a prodejny. Vznikaly další nové značky ve Státech i v Evropě. Džíny se staly jakousi dobrovolnou uniformou mladé generace na celém světě. Symbolizovaly svobodu, mládí, bezstarostnost. Stíraly národnosti, etnické, sociální, majetkové, politické i náboženské rozdíly. Nosili je chlapci i dívky, mladí lidé vychovaní v blahobytu stejně jako jejich chudí vrstevníci.

Druhý boom džín odstartovalo hnutí hippies a vznik antimódy. Mladá generace negovala konzumní život svých rodičů. Vyjadřovacím prostředkem jejich postojů byla láska, nenásilí, kult nahého těla nebo oblečeného v džínách.

Pro většinu mladých lidí v socialistických státech Evropy byla, ale zprvu tato „modrá uniforma“ nedostupná – a tím proto i více žádaná. Džíny totiž nesly na sobě punc USA, společenské revolty a proto byly z ideologických důvodů zakázané např. ve škole. Teprve na konci 60. let, kdy se staly džíny módou pro všechny a ztratily svůj revoltující náboj, se i u nás začaly vyrábět napodobeniny džínů „texasky“ (nikoliv z denimu a nikoliv barvené indigem). Ty „originální“ si mohl šťastlivec zakoupit v Tuzexu, nebo je převést přes západní hranici. Mít „pravé“ džíny, nebo jen ty „naše“ – to byla otázka prestiže, mezi dospívající mládeží často spojená s obdivem, závistí i nenávistí.

Na konci šedesátých a začátku sedmdesátých let móda džínů vrcholila. Důležitý byl zvláště květen roku 1968, kdy se v zemích západní Evropy a v Americe přehnala vlna studentských bouří. Fotografie v časopisech i televizní reportáže ukazovaly mladé rebelanty ze Sorbonu, Kentu a dalších univerzit oblečené v nepostradatelné džíně. O lepší reklamě se výrobcům ani nesnilo. Z počátku tuto „rebelantskou“ uniformu nosila pouze mládež, ale přibližně od roku 1970 zachvátila „džínová nemoc“ i starší pokolení a do džínů se na Západě oblékli lidé snad ze všech společenských vrstev. Džíně ztratily svůj generační význam, stala se z nich móda pro široké vrstvy. Z denimu (pravého i jeho četných napodobenin) se začaly šít nejrůznější oděvní součásti i doplňky, kdo chtěl mohl být oblečený v džínovém stylu od hlavy k patě. Textilní podnikatelé slavili triumf, poptávka po jejich výrobcích rok od roku rostla.

V osmdesátých letech zažívají džíně menší krizi. Móda je pestrá, blýskavá a džíně se zdají nudné. Na pultech obchodů se jich vrství hromady. Zatímco na konci sedmdesátých let se v Evropě běžně prodalo kolem dvou set padesáti milionů džínů různých značek, začátkem osmdesátých let to bylo o sto milionů méně. Výrobci si začali více všímat, co právě letí. Zkoušejí použít novou techniku – džíně více vybělené, různých střihů a barev, s kytíčkami, s proužky. A daří se krize je zažehnána.

Dnes si díky široké nabídce můžeme vybrat jakékoli střihy, od avantgardních po klasické. V módě se střídají návraty ke všem retro stylům i nové nevázané experimenty. Výrobci i návrháři mají tak ideální prostor pro nové kreace. Můžeme vybírat z libovolných cenových relací – od „zaručeně značkových“ ze stánku až po butikové. Džíně se staly „klasikou“ a mají své stálé místo v šatníku dětí, mládeže i dospělých.