

# *Fotbal prosadil pánské kraťasy nad kolena a dal vzniknout sneakerheads. Dneska mění módu v klubech.*

Pánské kraťasy nad kolena pomohl prosadit fotbal, ve čtyřicátých letech jako první testoval nylonová trika opět fotbal, v sedmdesátkách vychoval první sneakerheads. Dnes jsou reprezentační i klubové dresy součástí módy ulice i hudebních klubů. Fotbal módu postupně ovládl.

Ukázat se na veřejnosti s holými koleny bylo na začátku dvacátého století společensky nepřijatelné. Zatímco hráči tenisu museli nosit delší kalhoty až do čtyřicátých let, britští fotbalisté měli šortky nad kolena oficiálně povolené už v roce 1904. Díky tomu, že fotbalové dresy a kopačky byly vždy na špičce dobového technologického vývoje, nylon se poprvé použil ve 40. letech právě na dresy. Dnes se používá hlavně polyester, syntetický materiál vyrobený z ropy nebo recyklovaných plastů, který je vypiplaný do skvělých funkčních vlastností. Každá značka svou technologii pojmenovává jinak, ale ať už jde o Vaporknit, nebo Climalite, žádanými vlastnostmi jsou lehkost, prodyšnost, termoregulace, odvádění potu na povrch a minimální odpor při pohybu. Tomu se přizpůsobují vlákna, struktura látky i střihy. Na profesionálních fotbalových dresech nebo šortkách například nenajdete boční švy.

## **Tenisky a loga**

Z fotbalového obutí vzešel i jeden z největších současných světových módních trendů. Fanoušci britských fotbalových klubů byli na konci 70. let v podstatě prvními sneakerheads. Mít ten samý model tenisek, ve kterém aktuálně hrál jejich team, bylo zásadní. Fotbalové sneakers, které musely mít ty správné barvy a tvary, nosili v ulicích měst dávno předtím, než začaly být akceptované širší veřejností. Velký vliv na módu mělo a má také používání log a reklam na fotbalových dresech. Jako první na své dresy umístili reklamu Uruguayci (FC Penarol) v padesátých letech. V evropském fotbalu se reklamní byznys naplno rozjel až v sedmdesátých letech. Fotbalové dresy začaly prodávat téměř cokoliv, a velmi často produkty, které se se sportem v podstatě neslučují – od alkoholu až po čokolády.

Mediálně asi nejznámější příklad kreativního popového použití fotbalové logománie je dres s nápisem Fly Pirates – místo Fly Emirates, který oblékla MIA ve videoklipu k písničce Borders z roku 2015. Šlo o parafrázi dresu klubu Paris Saint-Germain, který za to MIA okamžitě zažaloval. Podobně jako další fanoušek fotbalových dresů Drake (má rád třeba růžový dres Juventusu a řadu dalších) tak MIA potvrdila a podpořila popularitu reklamních sloganů a fotbalových dresů. Přidala navíc další dvě zajímavé vrstvy, které v současné módě silně rezonují – ironii a aktivismus, pro které je hra s logy a jejich významy velmi příhodná. Loga, reklamní textil nebo doplňky a originální i falešné značky jsou v současnosti ve streetové i vysoké módě na vrcholu popularity. Pracují s nimi v podstatě všechny luxusní značky, od Gucci až po Vetements.

## **Beckhamův sixpack a důstojný Zidane**

Zajímavý je také vývoj fotbalistů jako módních ikon. Velké popularity v souvislosti s módou se dočkali na začátku nultých let, kdy na billboardech a v časopisech předváděli hlavně spodní prádlo, pracovalo se s jejich nahým vysportovaným tělem. Asi největší ikonou té doby byl David Beckham. Obrat od zobrazování fotbalistů jako sexy nahých těl se stal v roce 2010 díky tomu, jak v kampani pro Louis Vuitton zobrazila fotbalové legendy Zidana, Maradonu a Pelého slavná módní fotografka Annie Leibovitz.

Fotbalisté na jejich fotkách hrají stolní fotbálek, oblečení do luxusní, ale přitom velmi nenápadně působící módy. Podarilo se jí zachytit lidskou stránku fotbalových hvězd, přátelství, nadšení pro hru i jejich charakter. Od té doby bývají fotbalisté v módní a reklamní fotce ukazováni nápaditěji.

V poslední době se fotbal stává čím dál důležitější součástí světa módního designu a byznysu – je to vidět i na tom, jak se v posledních letech fotbalové dresy fotí. V minulosti se reprezentační nebo klubové sady představovaly na fotkách s kompletním týmem nastoupeným na hřišti, jako na školní fotce. Dnes kampaně vypadají jako editoriały módních časopisů. Fotbalové oblečení vidíme v prostředí města, přírody nebo hudebního klubu, namíchané se streetovou módou. Na fotkách se až na výjimky na hřišti nebo hru nijak neodkazuje.

### **Fotbalová móda od Versaceho**

Inspirace fotbalovými dresy, šálami a dalším merchandisem je v posledních dvou letech nejvíc vidět v kolekcích značek jako Burberry, Versace nebo Gosha Rubchinskiy. Populární jsou také spolupráce skejtvých a fotbalových značek, jako Palace s Umbro nebo adidas. Fotbal do svých designů zařazují jedni z nejvlivnějších a nejsledovanějších návrhářů dneška jako Demna Gvasalia nebo Virgil Abloh. Krásným příkladem výrazné fotbalové inspirace je loňská kolekce francouzské značky Koché nebo posedlost fotbalovými šálami v kolekci Opening Ceremony.

Návrháři přitom netvoří jen pro lidi, které baví fotbalová estetika, ale i přímo ve spolupráci s fotbalovými kluby a značkami, které pro ně vyrábí oblečení. Znáмым příkladem je spolupráce Yohji Yamamoto a adidas na dresech pro španělský Real Madrid.

### **Tři miliony nigerijských dresů**

Zatímco dřív se fotbalové dresy přeprodávaly jen jako historické vintage nebo retro kousky, letos se začínají přeprodávat i aktuální věci z limitovaných kolekcí. Například nigerijské dresy pro mistrovství světa v Rusku měly podle tiskových zpráv Nike na tři miliony objednávek ještě předtím, než se dostaly do prodeje. A na to plynule navázal neoficiální přeprodáv, který původní cenu zvedl až třikrát, což je u aktuálních dresů úplná novinka.

Ve chvíli, kdy se fotbalové dresy objevují ve street stylových fotkách z vlivných týdnů módy a kdy se o nich dočteme na lifestyleových a trendových webech typu Fader, Hypebeast nebo Highsnobiety, je jasné, že fotbal dnes módu určuje jako nikdy předtím.

