

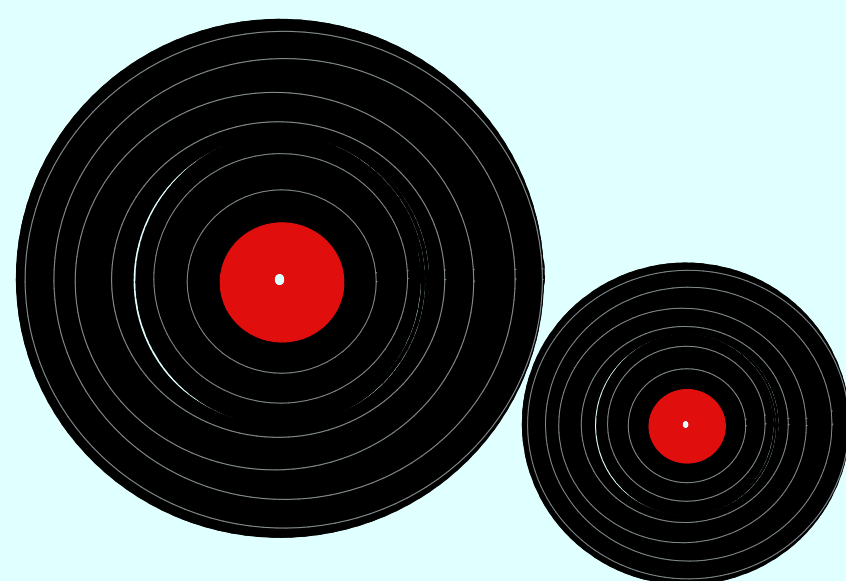
Napříč generacemi



osmdesátky

devadesátky

přítomnost



*Test
gramofonů*

Rozhovory





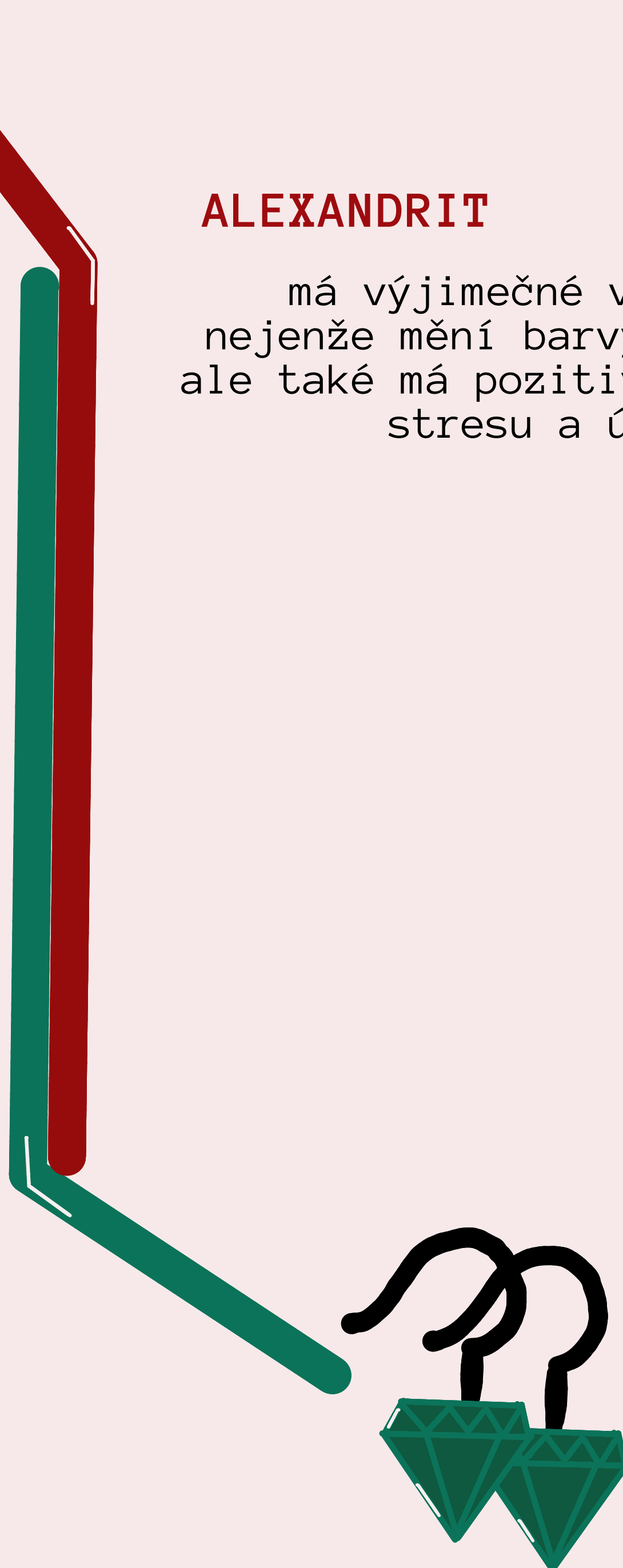
Cit'te se jako princezny s kouzelnými náušnicemi



ALEXANDRIT

má výjimečné vlastnosti,
nejenže mění barvy podle světla,
ale také má pozitivní účinky proti
stresu a úzkosti.

Tyto náušnice se perfektně
hodí na exkluzivní
události, ale také na
formální nošení.



e-mail: elkinausnice@seznam.cz

www.elkinausnice.cz

Obsah

2. Móda 80. let

3. Móda 90. let

4. Účesy 80. a 90. let

5. Móda dnešní doby, účesy
a trendy na letošní rok

6. Křížovka

7. Sudoku

8-9. Rozhovory

10. Anketa (věnovaná gramofonům)

Móda v 80. letech

Móda v 80. letech je považována za jednu z nejikoničtějších ér v historii módy.

Móda žen

Ženy vstupovaly do pracovního procesu v rekordních počtech a móda se přizpůsobuje této nové realitě.

Tato éra s sebou přinesla několik klíčových prvků, které zásadně ovlivnily ženský šatník a to nejen v rámci vysokomódních kruhů, ale také v každodenním životě.

Důraz byl kladen na dramatické siluety, které zdůrazňovaly určité části těla.

Vyztužená ramena

Nejikoničtější prvek módy 80. let byla vyztužená ramena na sakách, halenkách a šatech. Tento trend dokonale zvýrazňoval siluetu postavy

Vysoké pasy

Ať už šlo o džíny, sukně nebo šaty, vysoké pasy zvýrazňovaly postavu a často se doplňovaly opasky.

Široké kalhoty a balonové sukně

V rozporu s trendem vysokých pasů se objevily také široké kalhoty, neboli zvonáče, a objemné sukně, které poskytovaly volnost pohybu.

Neonové barvy

Od růžové po zelenou a žlutou, neonové barvy byly symbolem energie a mládí.

Zvířecí vzory

Leopardí nebo tygří vzory byly znakem dravosti a sex-appealu často se objevovaly na topech, šátcích, obuvi a kabelkách.



Vliv umělců

Velkou inspirací žen byla Madonna a její odvážné kombinace. Nosila korzety, spojovala šperky inspirované kulturou punku s krajkami a perím.

Mužskou inspirací byl Michael Jackson. Jeho charakteristický vojenský vzhled, zdobená saka a jedna rukavička se staly ikonickými a byly napodobovány po celém světě.



Móda mužů

Začátek 80. let stále nesl stopy po konzervativní módě 70. let.

Obleky a sportovní saka tvořily základní prvky mužského šatníku. Avšak s postupem času se mužská móda stává stále odvážnější a uvolněnější.

Populární byly tepláky a sportovní oblečení, džíny, kapsáče.

Velmi oblíbené byly i „cargo“ kalhoty pro své praktické kapsy a široký střih.

Kabelky a batohy

Muži začali nosit malé kabelky a batohy, a to nejen pro praktické účely, ale také jako módní doplňky.

Obleky

V byznysovém prostředí byly stále populární klasické obleky s širokými klopami. Ty byly často doplňovány o výrazné kravaty a košile se vzory.

Výrazné doplňky

Oblíbené byly různé doplňky jako široké pásky, hodinky s výrazným designem nebo velké náušnice.



Móda v 90. letech

Denim od hlavy až k patě

Nejoblíbenější materiál v devadesátkách byl jednoznačně denim!

Grunge

Jedním z výrazných devadesátkových módních stylů byl rozhodně grunge. Jeho typickým prvkem bylo obnošené oblečení, často nakupované v second handech či výprodejích.

Mezi oblíbené kusy patřily kostkované flanelové košile, pod které se nosila trička s nápisy, a úzké roztrhané džíny, ženy si oblékaly i legíny nebo džínové kraťasy s roztrženými okraji.

Minimalismus

Jako protipól výstředních, třpytivých a barevných 80. let nastoupil v 90. letech minimalismus.

Pro ženy žádné líčení, přirozené vlasy, žádné šperky, nenápadné, unisexově vypadající jednobarevné základní kousky v neutrálních tónech či v oblíbené bílé. Splývající lehounké šaty na ramínka připomínající noční košilku, volné nátělníky či jemné svetry s rukávy přesahujícími zápěstí.

Girlye styl

Dalším z výrazných trendů 90. let byl styl girlye. Frčely šaty s krátkými rukávy a květinovým vzorem, které se kontrastně doplňovaly vojenskými botami, martenskami nebo teniskami.

Šaty mohly být i ve venkovském stylu, dívčího střihu, ze vzorovaných látek, obzvláště oblíbené byly kostičky zdobené žabičkováním nebo knoflíky. Populární byly také džínové bundy, těsná krátká trička nad pupík, tzv. crop topy, a minisukně. Ke crop topům se nejvíc hodily džíny s vysokým pasem.

Styl inspirovaný celebritami

Hvězdou 90. let byla samozřejmě Madonna a její retro korzety, ale také britská dívčí skupina Spice Girls.

Spice Girls přivedly na módní scénu sportovní podprsenky a krátká tílka, přiléhavé tubové minišaty a minisukně, boty na platformách a topy se špagetovými ramínky.

Výrazným prvkem byly i kalhoty nebo kraťasy s laclem, zpopularizované postavou Rachel ze seriálu Přátelé.

Šustákové soupravy

Snad v žádné éře nebyly populárnější šustákové soupravy.

Čím barevnější, tím lepší.

Neonové, značkové, ale i napodobeniny.

Nášivky

Nášivky na bundách a kalhotách, džínách, tričkách, batozích, a dokonce i teniskách.

Zřejmě nejpůvodnější jsou nášivky na džínové bundě. Původně sloužily k zakrytí děr a zachránění poškozeného oblečení. Staly se tak populárními, že by si lidé na oblečení díry nejraději sami vytvořili, jen aby na látku mohli našít další nášivku.

Platformy

Devadesátky patřily platformám! Nosily je Spice Girls i Britney Spears. Díky botám na platformě získáte pár centimetrů navíc, ale nepřijdete o své pohodlí.



Účesy v 80. letech

Heslem pro účesy v 80. letech byl objem

Ženy

Dámské účesy v 80. letech byly velkolepé a objemné. Byla to doba experimentování s trvalou, natupírováním a výraznými doplňky.

Objemná trvalá

Kudrnaté vlasy s maximálním objemem. Trvalá byla jedním z největších trendů 80. let. Často doplněná lakem na vlasy pro extra pevnost.

Natupírované vlasy

Tupírování a lakování do extrémního objemu bylo populární hlavně mezi popovými hvězdami, jako byla Madonna nebo Cyndi Lauper.

Vysoký culík s látkovou gumičkou (scrunchie)

Culík se nosil vysoko na hlavě, někdy i na stranu, a často se zdobil velkou barevnou gumičkou.

Doplňky

Gumičky

Využívaly byly látkové gumičky, které se tehdy ženám na hlavě vyjímaly jako takové malé korunky.

Čelenky

Mladé ženy ji milovaly jako doplněk, který upoutal pozornost.



Muži



Mullet

Účes, který většina z nás zná spíše pod názvem „na Jágra“ nebo „vpředu byznys vzadu pártý“ se stal synonymem pro ducha osmdesátých let. Zvláštní kombinace krátkého střihu vpředu a dlouhých vlasů vzadu byla hitem doby.

Trvalá

Muži si nechávali vlasy natočit, aby získali kudrnatý a objemný vzhled.

Ježek

Krátké, ostře vystylované vlasy gelem nebo lakem.

Španělské uši

Účes, který nese vtipný název, vypadal extravagantně a stylově zároveň.

V horní části hlavy byly prameny zkráceny, ofina byla stočena do malých kadeří a po stranách byly ponechány objemné vlasy.

v 90. letech

Rachel cut

Tento vrstvený účes proslavila Jennifer Aniston v seriálu Přátelé.

Měl objem, sestříhané konce a byl lehce vyfoukaný.

Kudrnaté a trvalené vlasy

Velké nadýchané lokny nebo spirálová trvalá byly stále populární, i když méně než v 80. letech. Často doplněné o melíry nebo světlé prameny.

Drdoly a skřipce

Různé druhy vyčesaných účesů s velkými sponami a skřipci.

Barevné pramínky a experimentování s barvami

Hlavně ke konci 90. let se objevily výraznější barvy, například růžové, modré nebo fialové pramínky



Záclony

Dlouhé vlasy s pěšinkou uprostřed, často gelované nebo lehce zvlněné.

Krátké vlasy s ostny

Vlasy nagelované do špiček, často s lehce delšími prameny nahoře.

Mullet (Vpředu byznys, vzadu party)

Grunge účes

Delší rozčuchané vlasy, často nemyté nebo zvlněné.

Gelované účesy

Vlasy uhlazené dozadu nebo do strany s velkým množstvím gelu.

Móda dnešní doby

Udržitelnost

V posledních letech se móda v České republice posunula směrem k udržitelnosti a ekologii. Stále více lidí si uvědomuje dopad módního průmyslu na životní prostředí a hledá alternativy v podobě recyklovaných materiálů, fair trade značek a lokální výroby.

Vliv influencerů

Blogeri a influenceri mají významný vliv na to, co je právě „in“. Mnoho z nich spolupracuje s návrháři a různými značkami. Influenceri dosahují na svůj věk vysokých výdělků. Oblékají tak i luxusní módu, z čehož si mnoho mladých bere příklad.

Trendy v roce 2025

Návrat boho stylu

Boho styl se vrací na výsluní s moderním nádechem. Očekávejte vzdušné materiály, vrstvení a etnické vzory, které propojují pohodlí s elegancí.

Výrazné šperky a doplňky

Velké, nápadné šperky inspirované retro estetikou budou dominovat. Dlouhé náhrdelníky, vrstvené řetízky a náramky sahající až k ramenům dodají outfitu osobitý šmrnc.

Retro obuv

Návrat retro obuvi, jako jsou semišové tenisky a boty v odvážných červených odstínech, dodá outfitu nostalgický, přesto moderní vzhled.

Sportovní elegance

Spojení sportovních prvků s elegantními kousky bude klíčové. Očekávejte retro teplákové soupravy, stylové větrovky a sportovní detaily v každodenním oblečení.

Pastelové odstíny

Moderní pastelové barvy jako je pistáciová zelená, budou hrát významnou roli v módních kolekcích přinášející jemnost a svěžest.

Udržitelnost a recyklované materiály

Ekologické materiály a udržitelné postupy budou i nadále hrát klíčovou roli, s důrazem na módu šetrnou k planetě.

Účesy

Muži

Undercut

Tento účes je stále velmi populární. Vlasy na bocích a na zátylku jsou velmi krátké nebo oholené, zatímco vlasy na vrchu hlavy jsou delší.

Pompadour

Tento styl zahrnuje vyčesanou horní část vlasů směrem nahoru a dozadu, přičemž boky jsou obvykle kratší.

Buzz cut

Krátký a praktický účes, který je stále velmi oblíbený. Tento účes je minimálně náročný na údržbu a vypadá čerstvě a moderně.

Man bun

U mužů, kteří mají delší vlasy, je man bun stále populární. Vlasy jsou svázané do malého copu na temeni hlavy.



Ženy

Bob

Bob je stále jedním z nejmódnějších účesů. Může být v různých délkách, ať už rovný nebo v texturované verzi. Bob může být také stylizován s ofinou, která dodává účesu výraznost.

Vlny a kadeře

Přírodní vlny a kadeře jsou v dnešní módě na vzestupu. Mnoho žen si nechává vlasy volně vlnit nebo používá stylingové nástroje pro jemné vlny.

Rozcuchaný drdol

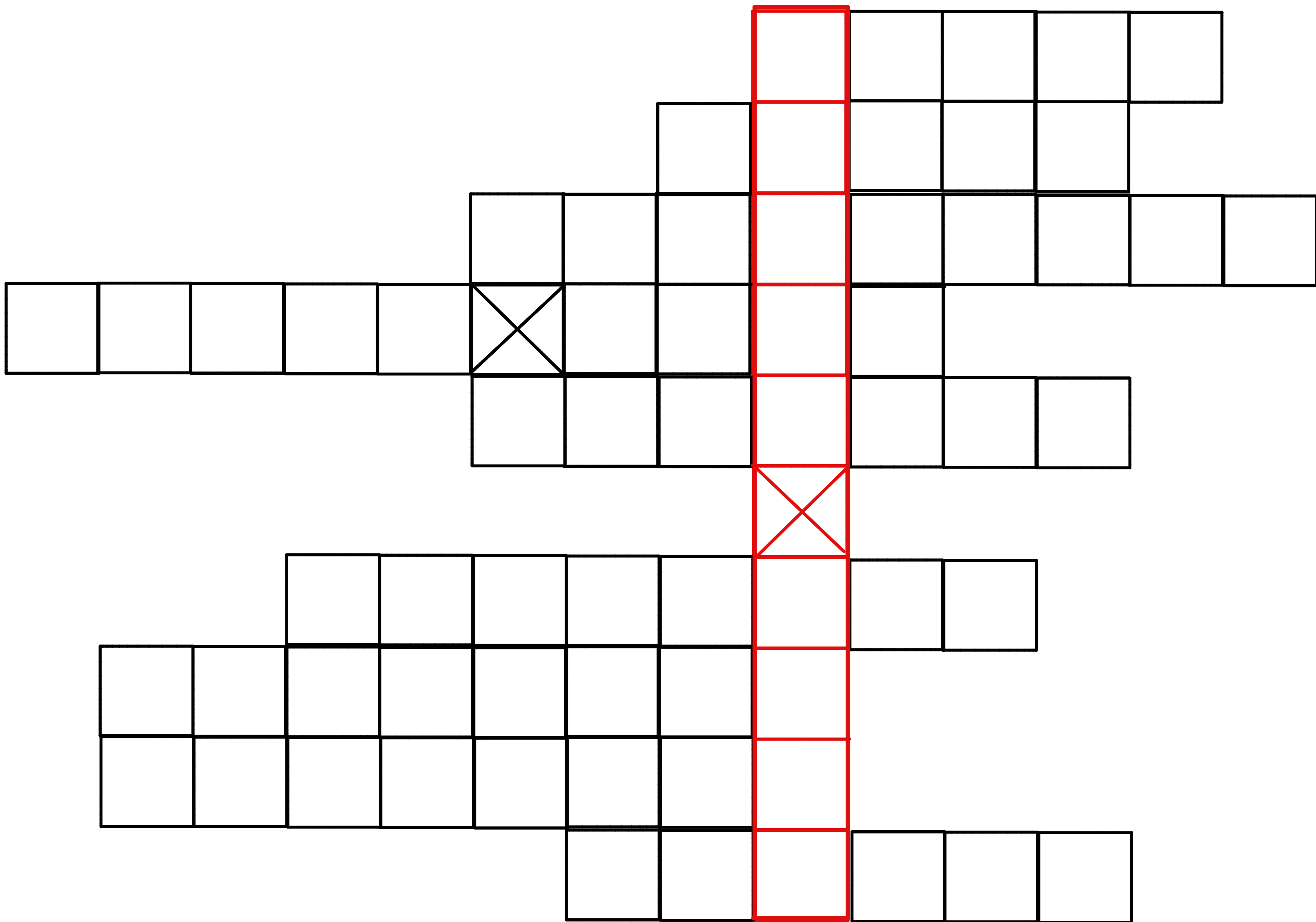
Rozcuchaný nedbalý drdol je oblíbený pro svůj ležérní a uvolněný vzhled. Tento účes se hodí pro každodenní nošení, ale také pro večerní příležitosti, pokud ho doplníte stylovými doplňky nebo volnými prameny.

Half-up, half-down

Tento účes spojuje pohodlí a eleganci. Horní část vlasů je svázaná, zatímco dolní část zůstává volná.

Křížovka

Vyhrajte zbrusu nový gramofon.
Zašlete tajenku na náš e-mail: dtest@seznam.cz a my
30.5.2025 vylosujeme výherce



- 1) Koho hrála Jennifer Aniston v seriálu Přátelé?
- 2) Nejpopulárnější materiál v 90 letech.
- 3) Jaké odstíny budou trendy v roce 2025?
- 4) Populární britská dívčí skupina 90. let, která ovlivnila módu.
- 5) Která zpěvačka byla inspirací pro mnohé ženy v 80. letech?
- 6) Jaký byl charakteristický vzhled Michaela Jacksona?
- 7) Populární pánský účes dnešní doby.
- 8) Běžný doplněk do vlasů.
- 9) Nejpopulárnější účes 80. let, který je populární i nadále.

Vyluštěte si sudoku

	4		8	7	2			1
2	6			1			4	
9	8		5			3		
			1					3
		3	7	6			9	2
4				8	3	1		6
		8		9				
6	2					5	7	8
7	3		2			6	1	

9	6		1					2
		2	5				7	
	7				3	1	9	
					4	3	2	
		4		1		5		
	3	7	2					
	2	1	4				8	
	4				2	7		
7					1		5	4



Interview
TÉMA: Nakupování očima různých generací
Interview se žačkami SOŠOS Štursova

Děvčata jsou žákyně Střední odborné školy obchodu a služeb Štursova v Olomouci, kde navštěvují první ročník nástavbového studia, a tak jsme je požádali o interview.

1) Preferujete nákup na internetu nebo na kamenné prodejně?

„Já preferuji na internetu. Přijde mi to rychlejší a nemusím tolik intergovat s lidmi, je to pro mě pohodlnější.“
„Já taky na internetu.“

2) Dáváte přednost kvalitě před cenou?

„Jak v čem.“
„Já asi jo.“

3) Dáváte přednost použitému sortimentu nebo novému?

„Novému, ale záleží jak v čem oblečení klidně použitému.“
„Já teda novému.“

4) Zjišťujete si informace o výrobku nebo službě? Pokud ano, tak kde?

„Já moc ne, záleží co kupuju, jinak na internetu z recenzí.“
„Já taky ty recenze a tak, jinak si to vůbec nezjišťuju.“

5) Všímate si generačních rozdílů v nákupu sortimentu?

„Všímám si, starší kupují úplně jiné věci a i jiným způsobem používají, preferují spíše tu kamennou prodejnu, mladší tolik ne.“
„Já taky“

6) Nabízel vám už někdo produkt přes telefonní hovor a jaký?

„Mně jo, fotovoltaiku a elektřinu a podobné věci.“
„Já nezvedám cizí telefonní čísla, tak asi ne.“

7) Stalo se vám už někdy, že jste si nezjistila informace o produktu a zakoupila ho?

„Nestalo se.“
„Také ne.“

8) Byla jste někdy obětí podvodu na e-shopu a na jakém?

„Zatím ne.“
„Já taky ne.“

Stejně otázky jsme položili paní Gatěkové, která je učitelka na Střední odborné škole obchodu a služeb Štursova v Olomouci. Vyučuje zde právo, ekonomiku, anglický jazyk, marketing a management. Paní Gatěková je velice sympatická dáma, která byla tak hodná a poskytla nám interview.

1) Preferujete nákup na internetu nebo v kamenné prodejně?

„V kamenné prodejně z toho důvodu, že mám ráda osobní kontakt s prodáváči, mám ráda vůbec ten typ osobního prodeje a ráda si s prodáváči popovídám a nechám si poradit.“

2) Dáváte přednost kvalitě před cenou?

„No řekla bych spíše té kvalitě, u potravin to mám určitě ráda, u oblečení, protože člověk potřebuje mít opravdu spoustu oblečení, tak tam se přiznám, že je možná ta cena už často rozhodující a u kosmetiky mám raději taky kvalitu, takže záleží o jaké zboží jde.“

3) Dáváte přednost použitému sortimentu před novým?

„Záleží o co jde, u oblečení mi to nevadí, ale jsou samozřejmě kousky, které se dají koupit přes různé bazary. Přiznám ale, že si spíš radši koupím novou věc.“

4) Zjišťujete si informace o výrobku nebo o službě a kde?

„Většinou na internetu nebo recenze od známých, dívám se na stránky dTestu, co se tam píše a na stránky české obchodní inspekce, jestli se tam neobjevují nějaké negativní recenze, takže hodně si to ověřuju přes internet.“

5) Všímate si generačních rozdílů v nákupu sortimentu?

„Všímám, ať se to týká jídla nebo oblečení. Mladší generace začíná jíst jinak, než jsme jedli my, když jsme byli mladí. Nové generace už se soustředí na zdravější výživu a snaží se jíst bio věci a dívky si počítají, co snědly a podobně. Řekla bych, že mladá generace se v tomto hodně posunula, ta moje to tolik neřešila.“

6) Nabízel vám už někdo produkt přes telefonní hovor a jaký?

„Ano. V poslední době už to není tak běžné, vlastně už to nejde udělat tímto způsobem, že byste zavolali zákazníkovi a snažili se něco prodat. V poslední době se mi to stává jenom s jednou bankou. Jinak se přiznám, že kromě bank už se mi to nestává.“

7) Stalo se vám už někdy, že jste si nezjistila informace o produktu a zakoupila ho?

„Myslím že ne, jsem hodně opatrná a většinou si ověřuji složení i recenze. V poslední době se mi ale stalo, že jsem si špatně ověřila recenze a málem jsem zakoupila produkt od podvodné firmy, naštěstí se to podařilo vyřešit.“

8) Byla jste někdy obětí podvodu na e-shopu? Pokud ano, na jakém?

„To se mi stalo, nebudu jmenovat. Stalo se mi to asi před měsícem, kdy jsem kupovala skříň přes e-shop a projela jsem si pouze recenze na Google, a nedostatečně. Před dodávkou jsem očekávala nějaký kontakt a nikdo mi ale nebral telefony, odpovídali mi jenom esemeskou. Tak jsem si ty recenze prolustrovala pořádně a naštěstí se mi to podařilo vyřešit a peníze mi vrátili.“

Dále z důvodu specializace paní Gatěkové jsme položili dvě bonusové otázky

9) Považujete za důležité být informovaný v oblasti nákupu?

„Z právního hlediska bych řekla, že je to náš velký cíl i ve škole. Na dTestu je sousta informací, já to považuju za velice důležité a pokud lidi budou umět vyhledávat, bude podvodů klesat. Hodně důležité je, abysme to my dospělý učili naše děti.“

10) Vzhledem k tomu, že učíte i marketing, zajímalo by mne, jakou byste vy sama volila marketingovou strategii prodeje?

„Samozřejmě musíme vědět, kdo je naše cílová skupina a podle toho fungovat. Se starší generací musíme komunikovat jinak, než se střední jiný přístup musíme mít také k teenagerům. Mladí více nakupují na e-shopech, moje generace a ta starší bych řekla, že má raději kamenné prodejny i když osobní prodej je pro nás pořád důležitý. Pro teenagery už asi ne tolik, protože většinu věcí kupují na internetu.“

Anketa: Nakupování očima různých generací. Tentokrát jsme se věnovali gramofonům.

Silná poválečná generace (1945–1965)

Lidé narození během ekonomické prosperity v USA následující po 2. světové válce.

Jsou spojeni se vznikem punku a subkultur hippies.

Dle ankety jsme se dozvěděli, že tato generace často nakupuje převážně podle ceny. Vizáž a kvalita pro ně není až tak potřebným aspektem. Často pak nakupuje věci, co mají vyzkoušené a kupují je delší dobu.

Co se týče gramofonů větší polovina respondentů gramofon má a pouští si na něm staré gramofonové desky. V oblasti nových technologií se raději drží zpět, přeci jen si nejsou zcela jistí jejich používáním.

Generace X (1966–1979)

U nás v ČR též zvaní Husákovy děti, ale jedná se o generaci, která má různé názvy jako baby busters, post boomers nebo právě generace X. Většinou neřeší vztahy, což je opakem další generace

Tato generace má rozdílné názory. Zajímají se o ceny, nebo o vizáž výrobků a jiní se dívají na kvalitu. Někteří pak na vše najednou. Přeci jen nejsou tak ostýchaví ve zkoušení nových věcí, a proto se nemůžeme těmto faktům divit.

U gramofonů je to jako u produktů rozdílné. Nebojí se nových vymožeností, ale nepohrdnou klasikou nebo retro kouskem.

Generace Y (1980–1995)

Tato generace se spíše než generace Y označuje slovem mileniálové. Jsou to ekonomicky aktivní lidé, kteří chtějí mít vyšší životní úroveň a být zodpovědní za sociální jistoty. Zajímají se o své vztahy jak rodinné, tak partnerské. Využívají společenských možností bez obětování osobního života.

Jejich odpovědi se převážně obracejí na kvalitu i cenu. Ne, že by je design výrobků nezajímal, ale až tak velký důraz na něj nekladou. Převážně se rozdělují v osobitém stylu potřeb, což je pochopitelné, když máme každý jiné potřeby.

Co se týče gramofonů, mají vytříbený vkus a líbí se jim moderní kousky. Není jich však mnoho, co by se o ně zajímalo, ale mají rozhodně větší zájem, než další generace Z.

Generace Z (1996–2015)

Tato generace je známá jako internetová generace. Je to proto, že je známá okamžitým sdílením poznatků a myšlenek na různých sociálních sítích. Celý život využívají prostředky mediální komunikace, převážně proto, že mají internet vlastně pořád při sobě a to v mobilních telefonech.

Tato generace se velmi zaměřuje na design. Samozřejmě je zajímá cena i kvalita, ale o samotný design se zajímají mnohem víc, než předešlé generace. Nebojí se zkoušet nové věci, a proto často bývají jako první, co kupují nové výrobky na trhu.

V oblasti gramofonů, je jich málo, co se o ně zajímají, ale zajímavostí je, že se přiklání k retro kouskům, či modelům s moderními vymoženostmi, ale retro designem.

ZÁVĚR:

Nejen generace, ale každý člověk má jiné preference, které využívá při nakupování. Nedají se zcela určit jaké mají rozdíly, ale dá se podle jejich vlastností poznat, podle čeho různé generace nakupují.



PIJTE JAKO CÍSAŘ

Produkt vymysleli studenti z SD1 (je neprodejný)

