



Smrt obleku z Wall

HONG KONG

TOKYO

FILM MARTINA SCORSESEHO VLK Z WALL STREET NEDOKUMENTUJE POUZE VZESTUP A PÁD KONTROVERZNÍHO BURZIÁNA JORDANA BELFORTA, ALE TAKÉ VRCHOLNÉ OBDOBÍ PÁNSKÉHO BURZIÁNSKÉHO OBLEKU. „DRESU“, KTERÝ ŘVAL: „PENÍZE!“

TEXT: PETR MATĚJČEK
FOTO: BONTONFILM

Svět módy čelí invazi tak těsných pánských džínů, že zařízení zabývající se léčbou neplodnosti po celém světě proklínají Pařížana Hediho Slimana, který kdysi skinny look pro Dior Homme stvořil. Naštěstí se ale v posledních letech objevili návrháři jako Oswald Boateng, Tom Ford či Thom Browne. Díky nim pánové pochopili, že nejspíše po třicítce je tím nejelegantnějším oděvem, který mohou nosit, oblek. Ovšem pouze za předpokladu, že jsou správně zvoleny střih, barva a látka. Jenže to se snadněji řekne, než udělá. I obleky totiž podléhají neúprosnému diktátu módy a trendů.

Metamorfózu, již pánský evergreen v posledních třiceti letech prodělal, názorně ilustruje nejnovější kasový trhák legendárního newyorského režiséra Martina Scorseseho Vlk z Wall Street. Film natočený podle dvou autobiografických knih kontroverzního burziána Jordana Belforta, jemuž na plátně vdechl život Leonardo DiCaprio, se odehrává na přelomu osmdesátých a devadesátých let minulého století. Prachy a prostitutky, kariéra a kokain symbolizují neobyčejný příběh obyčejného chlápka, který koncem minulého tisíciletí založil nechvalně známou investiční společnost Stratton Oakmont a stal se nejvykřičenějším jménem ve světě amerických financí.

Uniforma vládců vesmíru

Scorsesemu se podařilo vzkřísit éru, v níž příslušníci silných ročníků šedesátých let dospěli a šlo jim především o jedno: vydělat peníze, co nejvíce, co nejrychleji, a to bez ohledu na sebe i na jiné. Heslem je: „Work hard, play hard“ – těžce vydělaných peněz je třeba se co nejrychleji zbavit. Belfort a spol. svým běsněním odstartovali dekádu „gimme“ (dejte mi), jak tato léta kdysi nazval spisovatel Tom Wolfe. Mamon vládá společně s Madonnou a její hymnou doby Material Girl.

Vzestup na společenský vrchol se logicky neobešel bez správného oblečení. „Dressed for success“, oblečen pro úspěch, zní kouzelný slogan archetypu tehdejší dekády yuppieho (young urban professional). Yuppie se obléká v takzvaném manažerském stylu: nezbytné jsou dvouřadové obleky s výrazným bílým proužkem na modrém podkladě od firem Armani, Hugo Boss nebo Ralph Lauren vyzna-

Street

Foto: Bontonfilm, Bioscop



Na nohou „roury“ úzké jako hlaveň revolveru. Sako pouze na dva knoflíky. Jako módní inspirace českým byznysmenům často slouží herec Daniel Craig alias James Bond v oblecích od texaského génia Toma Forda.

čující se zvláště velkými vycpávkami a markantní klopou, pestrobarevné kravaty a šle s výstředními vzory. Lebky byly stejně oblíbené jako například stodalorovky. Tento oděv je symbolem ctižádosti a mentality ostrých loktů – zkrátka vnější úprava odpovídající vnitřnímu postoji k životu.

Pro vládce vesmíru – jak si matadoři z Wall Street tehdy rádi říkali – neznamenal oblek po vzoru Gordona Gekka, hlavního antagonisty filmu Olivera Stona Wall Street, pouze psychologické brnění. S jeho pomocí nejen přestáli testosteronem popoháněné šilenství byčích trhů, ale zároveň jim dávali konkurenci jasně najevo, kam mají namířeno – na vrchol.

Neviditelný přepych

Dow Jones dnes opět připomíná německého horelezce Reinholda Messnera škrábajícího se bez kyslíkové bomby na špičku Mount Everestu. Opuletní okázalosti někdejší šlechty finančnictví už ale na New York Stock Exchange zotavující se z nedávné krize odzvonilo. Ne že by po odměnách nebylo na oblek na míru za několik tisíc dolarů anebo rovnou na deset takových. To zajisté je. Kdo by však chtěl po takzvaném trading roomu lítat v kšandách a košili s kontrastním bílým límcem a francouzskými manžetami, měl by být veteránem z dob pádu investiční banky Drexel Burnham Lambert anebo mít v plánu si po ukončení obchodního dne vyrazit z kopytka na nějaké 80's party. Také v centru New Yorku totiž dnes už platí, že méně je víc.

Dvouřadové sako nahradil jednoduchý oblek na dva knoflíky, křídlové proužky zase glenček, anebo ještě lépe, komplety v tmavomodré či šedivé. Klopky jsou užší, ramena kopírují přirozený tvar a kravaty jsou spíše z vlny než z hedvábí.

Co se nezměnilo, je cena. I „skromná“ verze obleku na míru může u toho správného krejčího stát pět tisíc dolarů a víc. Správný krejčí totiž ví, jak do obleku zakomponovat signály společenského postavení, aniž by svítily na míle daleko, ale byly viditelné jen pro ty, kteří je vidět mají. V tomto případě máme na mysli co nejvyšší možné číslo označující počet ve-

tkaných vláken, tedy kvalitu vlny, funkční knoflíčky na rukávech anebo nápaditou podšívku. Koneckonců módní car Karl Lagerfeld prohlásil již v roce 1992 v prestižním francouzském časopisu *Contemporaine*: „Přepych je, když neviditelné je stejně luxusní jako viditelné. Vlastní přepych tkví v podšívce.“

Zrození minimalismu

Konec „power obleku“ šel ruku v ruce se začátkem internetové horečky ve druhé polovině devadesátých let. Společně s Billem Gatesem a hordou dalších počítačových miliardářů vtrhly na Wall Street ležérní kalhoty chino a trička s límečkem. Ve snaze setkat se s internetovými bouřliváky na neutrální krejčovské půdě obleky zavrhly dokonce i tradiční instituce jako JPMorgan a Morgan Stanley a ochotně vstoupily v mokasínech od Guccioho do říše ležérního obchodního oblečení, zvané business casual. Gordonům Gekkům a Jordanům Belfortům té doby zajisté nepřidala ani skutečnost, že na mezinárodních molech tehdy excelovali minimalisté typu Helmuta Langa a partičky z Japonska v čele se svéráznou šéfkou domu *Comme des Garçons* Rei Kawakubovou.

S další ránou se musela uniforma vládců vesmíru vypořádat během února a března 2001, kdy znenačání poklesly ceny prakticky všech akcí technologických firem. Jen akcie společnosti Yahoo! klesly z hodnoty 200 dolarů (prosinec 1999) na hodnotu 12 dolarů (březen 2001). Vysvětlovat investorům praskající bublinu v obleku řvoucím PENÍZE se tehdy nechtělo ani tomu nejextravagantnějšímu burziánovi.

Pověstný poslední hřebíček do rakve pak v roce 2008 představovala světová finanční krize. Po převzetí hypotečních ústavů Fannie Mae a Freddie Mac americkou vládou vyšla saka s nápisem „Jedno procento“ na zádech definitivně z módy. V dobách Occupy Wall Street by promenáda v takovém modelu nemusela být pouze nevkusná, ale dokonce značně nebezpečná. To neznamená, že na Wall Street už nemají styl. Jen se spokojí s oblečením, které spíš šeptá, než huláká. Wall Street se v novém tisíciletí nemusí ukazovat, protože, buďme upřímní, nikdo už se nedívá. ▼

Vlk z Václaváku

Také styl českých podnikatelů devadesátých let byl nedávno zvěčněn ve filmu. A podle návrhářky Mirky Talavaškové se kostýmní výtvarnici Evženii Rážové podařilo velmi dobře zachytit (ne)módu tehdejší doby. Drama režiséra Petra Nikolaeva nazvané Příběh kmotra popisuje vzestup a pád podnikatele Františka Mrázka, který se od kšeftu s digitálními hodinami posunul na pozici šedé eminence české politiky.

„Vínové obleky, ve kterých lidé vypadali jako v krabicích, mokasíny, kravaty s barevnými, anebo dokonce veselými motivy. Nic pořádně nesedělo,“ popisuje Mirka Talavašková z české krejčovské společnosti Delor typického „vlka z Václaváku“. Nakonec prý můžeme být rádi, že se na přelomu tisíciletí v Česku objevil pojem metrosexuál a čeští muži o sebe začali dbát. „Moderní oblek je dnes i u nás podobně jako v zahraničí především o úzké siluety, užších klopách a jednořadovém zapínání se dvěma knoflíky,“ míní návrhářka s tím, že jako módní inspirace českým byznysmenům často slouží herec Daniel Craig alias James Bond v oblecích od texaského génia Toma Forda. „V našem salonu se objevilo hned několik zákazníků, kteří přišli s tím, že chtějí oblek po vzoru britského tajného agenta,“ líčí Talavašková a dodává, že jsme na dobré cestě.

Ostatně Česku se ve své knize *Catching the Wolf of Wall Street* věnuje i Jordan Belfort – v kapitole výmluvně nazvané *Stinkoslovakia*. Američan Prahu navštívil v létě 1995, aby se setkal s představiteli někdejšího socialistického podniku zahraničního obchodu Motokov. A jeho zdrcující ortel? „Ti komunističtí bastardi nepoužívají deodorant!“

