

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá motivy spotřebitelů pro nákup upcyklovaného oblečení. Na základě rešerše dostupných pramenů nabízí práce nejprve vhled do v současnosti nejvíce rozšířeného způsobu výroby oblečení, modelu fast fashion, a zaměřuje se přitom na negativní environmentální dopady, ke kterým během jednotlivých stádií životního cyklu výrobků – oděvů dochází. Dále se přesouvá k popisu tradičního a více environmentálně šetrného modelu, slow fashion, a oba koncepty (fast fashion i slow fashion) dává do souvislosti s nakládáním s odpady a cirkulární ekonomikou. Shora uvedená část rešerše napomáhá k důkladnému pochopení konceptu upcyklované módy, kterému se věnuje další samostatná kapitola práce. Ta kromě popisu procesu upcyclace oblečení nabízí i konkrétní příklady tvůrců, kteří se jí zabývají. Poslední část teoretické části práce řeší motivování a motivy spotřebitelů k nakupování oblečení z různých zdrojů. Empirická část se zabývá spotřebitelským vnímáním upcyklované módy s cílem zodpovědět výzkumnou otázku: Jaké jsou motivy spotřebitelů k nákupu upcyklované módy? Pro její zodpovězení byl zvolen kvalitativní výzkum a metoda polostrukturovaných rozhovorů. Ty byly prováděny s celkem dvanácti nakupujícími, kteří mají s koupí upcyklovaného oblečení osobní zkušenost. Z těchto rozhovorů vzešly závěry ve formě motivů nakupujících ke koupí upcyklované módy. Těmi jsou vizuální stránka oděvů, jejich materiál, touha po jedinečnosti, environmentální dopady, sociální aspekt výroby, kreativita, lokálnost, chuť podpořit tvůrce v rámci komunity a ovlivnění okolím.

Klíčová slova

upcyclace, upcyklovaná móda, oblečení, opětovné využívání, pomalá móda, rychlá móda, módní průmysl, textilní odpad, motivace