

Relax

Vonné akordy

” Parfumerka Kateřina Nováková o vzniku vůní, o jejich léčivých efektech a o tom, co o nás vypovídají



ČTĚTE
na straně 29

SOBOTA 25. SRPNA A NEDĚLE 26. SRPNA 2018

LIDOVÉ NOVINY

V džungli velikostí

Vybrat si správnou velikost oblečení pro sebe nebo pro děti připomíná detektivní pátrání. Dávno už neplatí, že člověk může jednoduše sáhnout po tom, co kupoval obvykle. **Číslo na visače v různých obchodech totiž může ukazovat i tři rozdílné hodnoty.** Není divu, že spousta lidí ani neví, jakou má velikost.



STANISLAVA
LINDENTHALOVÁ
spolupracovnice LN

Bez krejčovského metru ani ránu: nejdřív oměřit a pak vybrat. Maminka na rodičovské dovolené Michaela Lakomá nakupuje pro sebe i dvě děti ve věku dva a čtyři a půl roku nejčastěji po internetu. Zatímco pro sebe volí velikosti od 36 až po 40, dětem někde vybírá i kousky pro pěti až sedmi leté – v závislosti na módní značce. „Je nutné znát svoje míry a podle nich se řídit, a to i u dětí. Bez předchozího obtočení krejčovským metrem bych si velikost netroufla odhadnout,“ tvrdí mladá maminka. Větší kousky podle ní mají obecně německé nebo skandinávské značky, kde je potřeba volit menší číslo. Naopak u italského spodního prádla sáhne po větší. „Také pomáhá, když najdu vyfocenou modelku a ta má napsáno, kolik měří a jaké má míry, to se mi třeba u kupování kalhot osvědčilo nejvíce. Nakupování oblečení pro děti je ovšem většinou sázkou do loterie. Raději volím větší velikost, protože do ní dorostou, než abych pak musela zboží vracet, protože je malé,“ říká Michaela.

Jasná třicet osmička

Jak se může lišit velikost u jednoho konkrétního kusu oblečení, popisuje také brněnský Textilní zkušební úřad. Dámské tričko, které bude mít v Německu nebo Nizozemsku velikost 38, v Belgii už spadne pod 40, to samé ve Francii. Italky si stejný kus koupí se štítkem 44, a Španělky a Portugalčky dokonce 44 nebo 46. Ve Spojeném království se pak míry uvádějí v palcích a 38 odpovídá číslo 12. A v USA žena, která je zvyklá u nás kupovat „emko“, ze šatů s tímto označením skoro vypadne. Tam se totiž výrobci přizpůsobili tloustnoucí populaci, a aby lidé neměli pocit, že jsou až příliš XXXL, jsou všechny velikosti o poznání větší, než známe z našich obchodů.

„Různé státy mají různé technické normy a zvyklosti v označování textilních výrobků. Kromě toho je náš trh tak malý, že se vět-

šinu výrobci, jak tuzemskému, tak i zahraničnímu, nevyplatí zhotovovat oblečení jen pro české zákazníky. Výsledkem je, že se v českých obchodech objevují tuzemské oděvy s naším obvyklým značením jen od menších výrobců. Větší výrobci, kteří jsou orientováni na export, prodávají souběhy se značením cílové země a k tomu přistupují dovážené výrobky se značením obvyklým v zemi, kde byly nakoupeny nebo kam byla určena většina konfekční zakázky,“ uvádí zkušební úřad.

Už od roku 2004 platí evropská norma, jež byla loni aktualizována a letos v červenci vyšla v češtině. Číslování má sjednotit a zavádí velikostní systém pro sestavení standardních velikostí oděvů. Její dodržování je ale nezávazné a tak na ni výrobci moc nehledí. Například španělské ministerstvo zdravotnictví si na základě výzkumu, který ukázal, že čtyři z deseti žen má problém správně si vybrat oblečení, nechalo před pár lety zpracovat studii na téma typologie ženských postav. Studie se zúčastnilo přes deset tisíc Španělek od dvanácti do sedmdesáti let a dostaly přiřazené škatulky hruška, cylinder nebo přesýpací hodiny. Na konfekci španělských značek, jako je Mango nebo Zara, to ale nějak zásadní vliv stejně nemělo.

To Britky byly letos na jaře důraznější. Aby dosáhly přecíslování podle zvyklostí ve Spojeném království, vydaly se na tažení, aby 12 byla zase 10, která víc odpovídá jejich obvyklému očekávání. V březnu napsala jedna z nakupujících na Facebook otevřený dopis švédskému oděvnímu řetězci H&M, že mají špatně číslované velikosti, a pokud se to nezmění, přestane u nich nakupovat. A přidávaly se další hlasy. Nakonec řetězec povolil a číslování upravil. Týká se to ale jen velkého britského trhu. Módní značky prodávající konfekci, které působí i u nás, podle neoficiálních vyjádření o podobném kroku v tuzemském měřítku neuvažují. Češi si prý na rozdílné velikosti nijak zvlášť zatím nestěžují. Ale i na českých sociálních sítích nebo přímo v recenzích obchodů jsou podobné stížnosti běžné.

Malí, velcí, tlustí, tenci

Zatímco v kamenných obchodech zatím nezbývá než zkoušet



FOTO SHUTTERSTOCK

a zkoušet, e-shopy přicházejí s čím dál vychytanější možností personalizovaných nákupů. Snaží se tím předcházet velkému vracení zboží. Svoji vlastní velikost si každý může naklikat online pomocí několika vodítek – jaké má míry, tvar postavy, které konkurenční značky mu dobře sedí a zda raději volí volnější, nebo těsnější střih. Podobnou službu nabízí například e-shopy značek Orsay nebo Zara. Kromě správně zadané velikosti se dá vybrat i mezi segmenty vyráběnými už rovnou pro různé typy postav: stejné květované šaty se tak dají sehnat pro dlouhánky pod sekci tall (z angličtiny vysoká) nebo naopak petit (malá) a pro oblé křivky je tu segment curve.

Řetězec Esprit zase nabízí možnost porovnání od ostatních zákazníků, zda jim konkrétní model přišel spíše větší, normální nebo menší.

Český online prodejce oblečení Zoot rovnou všechny kusy přeměruje na jednotnou „zootí“ velikost, která podle prodejce nejvíce odpovídá realitě a uvádí ji hned vedle velikosti doložené výrobcem. „Jedním z důvodů standardizování velikostních řad bylo snížení vratek. Rozměry u jednotlivých značek se mnohdy rozcházejí a zavedení jednotné ‚zootí‘ velikostní řady pomáhá zákazníkům lépe se ve velikostech orientovat. Každý kousek je přeměřen a v tabulce velikostí u každého produktu pak zákazník vidí velikost ‚zootí‘ i tu od výrobce,“ říká tisková mluvčí Zootu Andrea Burgerová.

Problém podle ní spočívá právě v převádění mezi velikostmi. „Základníci většinou dobře znají svou velikost, vědí, že mají například velikost M, ale už nevědí, že je to rovněž v číselné řadě velikostí osmatřicet,“ uvádí Burgerová a dodává, že často tápeme například u velikosti džín, kde je potřeba znát také obvod pasu a délku nohavic. „Je zajímavé, že až osmdesát procent žen nezná správnou velikost své podprsenky.“

Usnadnit orientaci se snaží i český startup SizeID, aplikace, do které se při registraci zadají míry a ona už sama porovná velikosti v různých obchodech nebo na e-shopu. V současné době má v databázi na 635 značek.

Pokračování na straně 28

Od roku 2004 platí evropská norma, která má číslování sjednotit a zavádí velikostní systém, který měl být použit pro sestavení standardních velikostí oděvů, její dodržování je ale pro firmy nezávazné





Triky domácí kuchyně

Aby jídlo bylo dokonalé, někdy stačí maličkost; třeba drobná změna v postupu. Prostě figl, jaké mívají v kapse špičkoví šéfkuchaři, ale i zkušené domácí kuchařky. Nápadů a rad, jak si pohrát s oblíbenými pokrmy, přináší gastronomická novinářka

PETRA TAJOVSKÝ POSPÉCHOVÁ

Jak na... plněné papriky

Balkánští reemigranti naučili jihomoravské starousedlíky jíst **papriky syrové i vařené v omáče** a oni sami od nich naopak přejali knedlíky. Obojí se dnes potkává v jednom pokrmu, který už desetiletí považujeme za tradičně zdejší. Nejlepší je právě teď, v létě, kdy talíře provoní čerstvě sklizená zelenina.

Jižní Morava byla vždycky přirozenou křižovatkou, kde se protínaly obchodní cesty. Nejviditelnější vliv na místní kuchyni tu mělo nedaleké Rakousko a Slovensko, před druhou světovou válkou také početná židovská komunita. V některých vsích pod Brnem ale byla i silná menšina z balkánských států: Jugoslávie, Rumunsko či Bulharsko. Tvořili ji příchozí z devatenáctého století, a pak ještě jedna dřívější vlna, to byli hlavně Chorvaté, kteří přichali před Turky do severnějších částí Rakousko-Uherské monarchie.

V oně vlně v 19. století obvykle šlo o reemigranty, tedy rodiny původně moravské, které o sto let dříve odešly na Balkán. A jejich potomci se pak zase vrátili do domoviny svých předků, ale tentokrát už s jinými kulinárními

návyky. I když se recepty těchto domácností ze začátku jihomoravským selkám zdály exotické a tedy trochu podezřelé, nakonec od balkánských hospodyněk některé přejaly.

Reemigranti se na jižní Moravě usadili i proto, že jim klimatem nejvíce připomínala místo, odkud přišli: bylo tam teplo, daly se bez větších obtíží pěstovat věci jako okurky, papriky nebo rajčata, na něž byli zvyklí.

Charvátský kozlík

Stopy migračních vln naleznete dodneška nejen v jídle a jiných obyčejích, ale též v názvech obcí. Charvátská Nová Ves je dodnes součástí Břeclavi, největší centrum chorvatské komunity, které se nacházelo u rakousko-českých hranic, se po válce jmenovalo Charvátská, až později se z něj



Plněné papriky se tradičně dělaly s rýží, dneska je ale dostanete často i s kynutými knedlíky

FOTO SHUTTERSTOCK (2x)

stala Jevišovka: a tou je dodnes.

A právě v Jevišovce před časem obnovili tradici chorvatských hodů, již se říká kiritofo. Tohle slovo je starým chorvatským výrazem pro hody, zkomoleninou německého Kirchentag, tedy oslavy výročí posvěcení kostela. Koná se vždy v září, letos to bude v neděli prvního. Dřív trvala slavnost celé tři dny. Z její původní podoby se dodneška zachoval kozel, který je nazdoben a jde či je nesen v průvodu. Za starších časů se o kozla hrálo v kuželky a vítěz jej pak dostal, podřiznul a udělal si z něj pečinku. Dneska už kozlíka pěstují z nedaleké farmy a pekáče je ušetřen.

Kromě Jevišovky byli Chorvaté hodně také v Hlohovci a Poštorné, dodneška tu potkáte lidi s příjmeními, která na balkánské kofeiny ukazují: Jurkovič, Jankovič, Maděrič nebo Ivčič. A leckde jsou jejich stopou taky vinohrady. Třeba na Drnholecku byli Charváti z vlny, co přichala před Turky, jedni z prvních, kdo začal vinnou révu vysazovat. (Samozřejmě odmyslíme-li římské legie; archeologické nálezy z jihu Moravy doložily pecičky révy i nástroje na její řez.) Víno samozřejmě nebyla jedi-

ná věc, kterou Balkánci jižní Moravu kulinárně ovlivnili. Celé téma skvěle zpracovala brněnská etnografka Miroslava Ludvíková, díky ní víme třeba to, že původní obyvatelé Moravy nemohli pochopit, že nově příchozí z Balkánu jedí syrovou zeleninu: oni sami ji preferovali až tepelně zpracovanou.

Vařený chleba

Nějaké saláty: to se nenosilo. Lidé neměli rádi pach syrové zeleniny, a tak ho nechali aspoň z částečně vyvařit v omáče či polévce. Obecně panoval předpoklad, že „tohle jest nebudu, copak su králík?“ Prý nejdéle trvalo než si zvykli na syrovou papriku. To už se jim zdála lepší ta, kterou si Chorvaté a jiní přistěhovalci dělali plněnou masem v rajske omáče.

Pro nově příchozí zase byly nepochopitelnou věcí knedlíky, tolik oblíbené u starousedlíků. Jeden z Bulharů, kteří zakotvili v obci Jevišovka, to svým sousedům kdysi vysvětlil ne zrovna lichotivým konstatováním, že knedlíky jsou takový vařený chleba. Výsledkem mísení vlivů a obrušování hran jsou ale nakonec papriky, které se dnes často podávají právě s kynutými knedlíky.

PLNĚNÉ PAPIKY rozpis na 4 porce, příprava cca 2 hodiny

Ingredience

- 6 rajčat
- 1 červená cibule
- 1 bílá cibule
- 1 menší pórek
- 4 zelené papriky
- 0,5 kg mletého hovězího a vepřového
- strouhanka
- půl lžičky mleté sladké papriky
- 1 snítka šalvěje
- 2 snítky tymiánu
- 150 ml zakysané smetany
- pepř celý, nové koření, bobkový list
- pepř, sůl, olej



Maso smícháme se solí, pepřem, rozemnutým tymiánem a šalvějí. Červenou cibuli nakrájíme na kostičky a také přimícháme. Přisypeme trochu strouhanky. Očistíme a vydlabeme papriky a naplníme je masovou směsí. Bílou cibuli nakrájíme na kostky a necháme ji zesklivatět na rozehrátém oleji v kastrolu. Zaprášíme sladkou paprikou, zamícháme a zalijeme 1 litrem horké vody. Přidáme nové koření, pepř a bobkový list a dáme vařit. Když začne obsah hrnce vřít, přidáme naplněné papriky. Rajčata spaříme, zbavíme slupky, nakrájíme a přidáme do hrnce. Osolíme, zakryjeme hrncem pokličkou a dusíme asi půl hodiny, dokud není maso hotové. Papriky vyjmeme a odložíme na teplejší místo v kuchyni. Do omáčky vmícháme zakysanou smetanu a necháme provařit. Dochutíme. Pak papriky vrátíme do omáčky a prohřejeme, je-li třeba.

V džungli velikostí

Dokončení ze strany 27

Koncept velikostí je relativně novou záležitostí 20. století a pojí se s masovou výrobou ošacení. Předtím si ti chudší šili sami, ti bohatší si šit nechávali v krejčovských salonech. Populace také neustále tloustne, takže podle některých odhadů si Američanky v roce 1958 oblékaly velikost 16, zatímco dnes je z ní 8. Tehdejší osmička už nemá ani moderní ekvivalent.

Průměrná dnešní žena váží tolik, co průměrný muž na začátku 60. let. Americký deník Washington Post pak cituje autorku Julii Felsenthalovou, která připomíná, že velikosti vycházejí z doby americké hospodářské krize, kdy se firmy začaly snažit o vývoj konceptu „průměrné americké ženy“ a vymýšlet standardizované číslování. Moc se jim to nepodařilo – ženské figury se prostě průměrování brání.

Módní návrhářka Štěpánka Pivcová připomíná, že historicky nejdelší záznamy o změnách módy existují v evropských ze-

mích, v Číně a Japonsku. „V čínské a japonské módě ale není tak snadné vysledovat velikosti oděvů, protože jejich střihy byly převážně volné a vycházely z kimona. Zato evropské střihy byly postupem času velmi přiléhavé a od dob korzetu je jasné vidět, jak se velikosti měnily. Největší vliv na proměny velikostí měla a stále má zeměpisná poloha země, ze které ženy pocházely, a délka života,“ vypráví návrhářka.

Korzety pro útlost

V pařížské galerii Louvre například viděla výstavu historických francouzských dámských oděvů pro střední a vyšší třídu a překvapilo ji, jak byly tehdejší Francouzky útlé a malé. „Korzety samozřejmě tu útlost ještě podporovaly. U každého modelu byl průměrný věk nositelky. Což bylo 19–24 let. Dnes je brán stále jako dívčí věk, ale v té době se jednalo o dospělé ženy, pravděpodobně s několika dětmi,“ popisuje Štěpánka Pivcová. I když se podle ní konstituce Francouzek změnila,

dodnes je vidět, že jsou drobné a štíhlé. Stejně tak Španělky a Italky. Češky rozměrově patří do jedné skupiny s dalšími slovanskými, německými a rakouskými ženami. „Naše postavy jsou robustnější a jsme celkově vyšší.



Ženy bývaly útlejší a korzety postavu víc tvarovaly (snímek z r. 1908) FOTO WIKI

Zvláštní značení mají britské ženy, to je dáno historicky. Značí se čísly 8, 10, 12. Proto si můžete všimnout při nákupu konfekce různého značení,“ doplňuje.

Její zákazníci většinou svoji konfekční velikost znají, ale právě díky tomu, že chtějí oblečení na míru, je prý vidět, že jim třeba nevyhovuje nebo potřebují upřednostnit nebo potlačit důraz na některé partie. „Při prvním měření se také většina lidí omlouvá za

své proporce a říkají, že určitě zhubnou, nebo jinak komentují své míry. Musím je uklidnit a říct jim, že mají tělo v pořádku a že návrháři mají také něco jako lékařské tajemství,“ směje se Štěpánka.

Při nakupování online je podle ní dobré znát své míry a porovnat je s tabulkami rozměrů, které uvádějí prodejci. A zkusit se trefit nebo si objednat víc velikostí a vrátit ty, které nesedí. „Každý máme jiné tělo, a i když se rozměry třemě do konfekční velikosti 38, oblečení nám nemusí sedět. I konfekční velikosti jsou různé pro různé národy. Když například kupujete italské značky, přestože máte naši velikost 38, musíte si koupit italskou 42. Podívejte se na typologii postav Itala a Američana, bude tam pravděpodobně rozdíl ve výšce, i když budou mít oba stejnou velikost. Takže ve výhledu vám stejně nezubde než konfekční oblečení zkoušet a najít si, co vám sedí, nebo si zajít k návrháři/krejčím pro oblečení na míru, které vám padne perfektně a bude jen vaše,“ uzavírá.

Jak se správně změřit?

Základem jsou tři míry: hrudník/pas/boky, u žen je pro spodní prádlo nutné znát i obvod pod

prsy, u kalhot pak délku vnitřní strany nohy.

Návrhářka k měření radí: kupte si krejčovský metr, pak změřte obvod hrudi a boků v nejširších místech. Obvod pasu v nejužším místě. „To zvládnete sami, ale nešvindlujte nebo neutahujte metr příliš, potom byste se do nového oblečení nevešli. Tyto tři rozměry doplňte o výšku postavy a budete si moci lépe vybrat svou velikost například na e-shopu. Pokud třeba návrhář potřebuje vaše rozměry, musí si vás změřit sám, protože měření už je pak detailnější a používají se různé ověřené figle. Prostě to chce zkušenosti.“

Anebo si budeme muset ještě chvíli počkat... Se stále důmyslnějším přístupem k osobnějším nákupům možná jednou skoro každý bude mít svoji „osobní velikost“.

Jak například uvedla textilní expertka z univerzity v Brightonu Vikki Haffendenová pro BBC, kdyby se podobný systém zavedl, vzniklo by až na padesát velikostí. Některé firmy ale už podle ní začínají zavádět takzvané body scanning, skenování postavy, ve snaze přizpůsobit oblečení co nejvíce přáním zákazníka.