FAKULTETA ZA DIZAJN
SAMOSTOJNI VISOKOŠOLSKI ZAVOD
PRIDRUŽENA ČLANICA UNIVERZE NA PRIMORSKEM

Nina ČEHOVIN

ROČNO DELO V (SODOBNEM) TEKSTILNEM OBLIKOVANJU IN UMETNOSTI

DIPLOMSKO DELO
Visokošolski strokovni študij – 1. stopnja

HANDCRAFTS IN (CONTEMPORARY) TEXTILE DESIGN AND ART

B. SC. THESIS
Professional Study Programmes

Ljubljana, 2015

Diplomska naloga je zaključek visokošolskega strokovnega študija tekstilij in oblačil na Fakulteti za dizajn.

Dekanja Fakultete za dizajn je za mentorja imenovala doc. Jana Mršnik, senat Fakultete za dizajn pa je temo naloge potrdil na svoji seji dne 26. februarja 2015.

Komisija za oceno in zagovor:

Predsednik:

Član:

Član:

Datum zagovora:

Zaključno delo je rezultat samostojnega raziskovalnega dela. Podpisani izjavljam, da so vsi uporabljeni viri ustrezno citirani. Podpisani izjavljam, da je oddani tiskani izvod identičen z oddanim elektronskim izvodom. Podpisani avtor dela na Fakulteto neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve avtorskega dela v elektronski obliki in reproduciranja ter pravico omogočanja javnega dostopa do avtorskega dela na svetovnem spletu preko fakultetnih spletnih strani.

Nina ČEHOVIN

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

AV ČEHOVIN, Nina

IN ROČNO DELO V (SODOBNEM) TEKSTILNEM OBLIKOVANJU IN UMETNOSTI

TD Diplomsko delo (Visokošolski strokovni študij – 1. stopnja)

KG ročno delo/hitra moda/trajnost/umetnost/proces

SA MRŠNIK, Jana (mentor)

KZ SI-1236 Trzin, Prevale 10

ZA Fakulteta za dizajn, samostojni visokošolski zavod

LI 2015

OP VI, 47 str., 26 sl., 42 vir.

AI Diplomska naloga skozi teoretični del razlaga pomembnejše pojme iz naslova. Osredotoča se na oblikovalske prakse v sodobnem oblikovanju; na eni strani na masovno produkcijo hitre mode, na drugi na trajnostne oblikovalske prakse. Ročno delo v tekstilu in modnem oblikovanju predstavi tudi v relaciji do umetnosti in skozi umetnostna gibanja ter smeri v zgodovini. Praktični del je zasnovan kot skupek ugotovitev iz teoretičnega dela, ki se odraža na oblikovanem izdelku. Izdelek je narejen po principu trajnostnega oblikovanja, ki kupcu omogoča vključitev v izdelek skozi njegovo ročno oplemenitenje. Tako izdelek pridobi na vrednosti, saj se kupec skozi proces ozavesti, kaj je v ozadju izdelka – da je narejen premišljeno in trajnostno. Kupec po principu »naredi po svoje« oplemeniti izdelek z ročnim delom.

KEY WORDS DOCUMENTATION

AU ČEHOVIN, Nina

TI HANDCRAFTS IN (CONTEMPORARY) TEXTILE DESIGN AND ART

DT B. Sc. Thesis (Professional Study Programmes)

CX handiwork/fast fashion/sustainability/art/process

AA MRŠNIK, Jana (supervisor)

PP SI-1236 Trzin, Prevale 10

PB Faculty of Design, an independent higher education institute

PY 2015

NO VI, 47 p., 26 fig., 42 ref.

AB Thesis trought theoretical base explains important notions from the title. It focus on design practice in contemporaray design. On the one hand, mass production of fast fashion and the other on sustainable design practices. Manual work in the textile and fashion design also present in relation to art and through art movements and directions in history of art. The practical part is designed as a set of findings from the theoretical part, which is reflected on the molded product. The product is made according to the principle of sustainable design, which allows customers to be included in the product itself through manually finishing the product. The product gains in value, since the buyer through the process help raise the awareness that is behind the product - that is made thoughtful and sustainable. Buyer according to the principle "do it your way" refines the product by handiwork.

KAZALO VSEBINE

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA III
KEY WORDS DOCUMENTATION IV
KAZALO VSEBINE V
KAZALO SLIK VI
1 UVOD 1
2 ROČNO DELO 3
2.1 ROČNO DELO IN DANAŠNJI ČAS 4
3 SODOBNO TEKSTILNO OBLIKOVANJE 6
3.1 HITRA MODA 6
3.2 TRAJNOSTNO OBLIKOVANJE V MODI 10
3.2.1 Visoka moda 13
3.2.2 Nove smeri v trajnostnem tekstilnem oblikovanju 14
3.2.2.2 DIY 16
3.2.2.3 Oblikovanje kolekcij, ki upoštevajo celoten življenjski krog izdelkov 18
3.2.2.4 »Upcycling« 19
3.2.2.5 Redesign 20
3.2.2.6 Oblikovanje za dolgo življenjsko dobo 20
3.2.2.7 Multifunkcionalnost 21
3.2.2.8 Izdelki, ki spodbujajo lokalno gospodarstvo in domačo obrt 22
3.2.2.9 Izdelki proizvedeni v okviru poštene trgovine 23
4 SODOBNA TEKSTILNA UMETNOST 27
5 PRAKTIČNI DEL DIPLOMSKE NALOGE 30
5.1 PODOBNI TRAJNOSTNI PROJEKTI V SLOVENIJI 30
5.2 ZASNOVA IZDELKA IN MATERIALI 35
5.3 INSPIRACIJA ZA ROČNO DELO 39
6 ZAKLJUČEK 43
7 VIRI 44

KAZALO SLIK

Slika 1: Prva delavnica v *The Sewing Cafeju* (Sewing for beginners - our very first workshop! 2011) 15
Slika 2: DIY navodila (DIY Lace Layering Skirt 2015) 17
Slika 3: DIY krilo (DIY Lace Layering Skirt 2015) 17
Slika 4: A-POC (2+3D 2009) 18
Slika 5: From Somewhere (Upcyclista 2014) 19
Slika 6: Artisanal A/W 2015 ("Artisanal" Collections autumn-winter 2015) 20
Slika 7: Letout zgodba (Letout 2014) 21
Slika 8: Multifunkcionalno oblačilo (Highsnobiety 2013) 22
Slika 9: Kobejagi čilim (Kobeiagi Kilims 2015) 23
Slika 10: T-shirt by Hamnett (Asos 2015) 26
Slika 11: Razkrite roke (Razkrite roke 2 2015) 31
Slika 12: Naredi sam paket (Slovenia coworking 2015) 32
Slika 13: Shirting 05.01.04 (Facebook Shirting 2015) 33
Slika 14: Oblikujmo z Almiro Sadar (Fensišmensi 2013) 35
Slika 15: Osnovni model 36
Slika 16: Srajca 36
Slika 17: Brezrokavnik 37
Slika 18: Kimono 37
Slika 19: Torbica 38
Slika 20: Vzorci 39
Slika 21: Paket 40
Slika 22: Material v paketu 40
Slika 23: Koraki od 1 do 4 40
Slika 24: Koraki od 5 do 8 41
Slika 25: Koraki od 9 do 12 41
Slika 26: Detajl ročnega dela 42

1 UVOD

Skozi prakso v trgovini z oblačili, obutvijo in dodatki svetovno znane blagovne znamke sem se ukvarjala s prodajo izdelkov. Pred tem sem proizvodno-potrošniško verigo poznala z dveh perspektiv – z osebno izkušnjo nakupovanja v trgovinah s tekstilom in s teoretičnim poznavanjem ozadja masovne produkcije, ki sem ga spoznala skozi proces študija.

Že med študijem sem postala pozornejša na trajnostno oblikovanje, na moj osebni odnos do oblikovanja, potrošnje ter na vpliv modne industrije na ljudi. Velikokrat sem v projekte vključevala ekološki pristop, konceptualno snovala izdelke, premišljeno izbirala tehnike in postopke, se spraševala o funkciji in pomenu izdelka, njegovi namembnosti …

V diplomskem delu se bom spraševala o pomenu ročnega dela v oblikovanju in umetnosti. Spraševala se bom, ali ima v sodobni družbi ročno delo še svoj pomen, ga uporabljamo, cenimo. Pomembno vprašanje je tudi, kako potrošnika ozavestiti o izdelku, ki ga je kupil, mu zastaviti vprašanja o ozadju oblačila, ki ga nosi in s katerimi se običajno ne ukvarja – koliko ljudi je bilo vpletenih v izdelek, kdo ga je naredil, koliko časa so porabili, koliko kilometrov je izdelek naredil, preden je prišel v roke kupca, in podobno. Moja hipoteza je, da se potrošnik zave ozadja nastanka izdelka na več načinov, ki pa so bolj ali manj efektivni. Pasivno se ga izobražuje skozi medije, ki opozarjajo na proces izdelave konfekcije, aktivno pa tako, da mu ponudiš možnost, da sam izvede proces in tako osmisli delo, trud in ceno izdelka.

Prek teoretičnega dela bom predstavila, kaj je ročno delo, ročno delo skozi čas do danes, raziskala bom, kaj je sodobno tekstilno oblikovanje in kaj je umetnost, kje se v tem pojavlja ročno delo, kakšen je družbeni odnos do ročnega dela v današnji družbi.

Skozi praktični del diplomske naloge pa bom svoje ugotovitve podkrepila z izdelkom, ki ga bom oblikovala in bo približal ročno delo ter vrednost izdelka potrošniku. Potrošnik bo skozi produkt ozaveščen o sodobnem oblikovanju, saj bo trajnosten, hkrati pa bo sam vpleten v proces izdelave. Skozi proces bo opomnjen na vrednost izdelka.

Cilj diplomskega dela je trgu ponuditi izdelek, ki bo oblikovalsko dovršen, hkrati pa potrošnika vplesti v izdelavo in ga na ta način opomniti na celoten proces, ki je običajno v ozadju.

2 ROČNO DELO

Izraz *ročno delo*[1] je v vsakdanjem življenju uporabljen predvsem v kontekstu predmetov, ki so narejeni ali oplemeniteni s pomočjo ročnih spretnosti, ki jih ne naredijo stroji, temveč človek.

Roke so bile prvo in najvažnejše pomagalo, ki ga je človek začel uporabljati v svojem boju za obstanek. Izdelek, ki ima oznako ročno delo, povezujemo z lastnostmi, ki naj bi jih izdelek imel, to so specifične tehnike, tradicija, dodana vrednost, okras, estetika, obrt in drugo. Pred industrijsko dobo bi se za ročno delo torej lahko štelo vse, kar je človek naredil, saj je naredil vse izključno z rokami in s tehnikami ter orodji, ki jih je razvil, da bi mu olajšali delo. Ko pa so izumili prvi stroj, ki je nadomestil delo, ki ga je opravljal človek ročno, se je spremenil kontekst, v katerem uporabljamo izraz ročno delo. Sedaj torej *ročno delo* dojemamo v ožjem kontekstu; vezano je na obrti in predmete, ki imajo določeno funkcijo, (na primer pletene košare, lončena keramika …) ali pa predvsem za oplemenitenje, okras (na primer: klekljani prtički, lesene figurice …).

Ročno delo - predvsem njegova vrednost - je v sodobni družbi izgubljalo svoj pomen, ko so stroji začeli v polni meri nadomeščati človeško delovno silo. Tako so proizvedeni izdelki narejeni hitreje in pogosto z manj finančnega vložka. Ročno delo, ki je bilo sprva splošna lastnost izdelka, je bilo sedaj izpostavljeno kot dodana lastnost in vrednost izdelka. Danes poleg tehničnih lastnosti izdelka na etiketah in embalaži zasledimo posebej navedeno, da je izdelek ročno delo. Ročno delo je dodana vrednost izdelka, ki ga dodatno oplemeniti in s tem poveča njegovo tržno moč.

Če je izdelek ročno delo, ima več specifičnih lastnosti, ki jih mora kupec poznati, da ga lahko ovrednoti. Te specifične lastnosti so tehničnega in simbolnega pomena. Tehnični pomen se odraža v času in tehnični izvedbi izdelka. V izdelek je v večini primerov vloženega več časa, uporabljeni so drugačni tehnični postopki, velikokrat se pozna tudi v količini denarja, ki je uporabljen za izvedbo. Simbolni pomen izdelka pa je predvsem v dejstvu, da ga ni naredil stroj, ampak človek. Zaradi tega ima večjo simbolno vrednost, ki

[1] Handwork/ handiwork/ manual work

se v nekaterih primerih pozna na ceni izdelka. V zadnjih letih raste pomen ročnega dela, v nekaterih družbenih okoljih je zelo cenjen.

Danes je ročno delo dostikrat tarča izkoriščanja velikih korporacij. Te v želji po dodani vrednosti, ki jo prinaša ročno delo, ali pa zgolj zaradi specifične tehnike ročnega dela, ki ga ni mogoče izvesti s strojem, iščejo poceni delovno silo v državah tretjega sveta[2]. Seveda poznamo tudi drugačne pristope v modni industriji – trajnostne, ki zavzemajo tudi etični proces dela.

2.1 ROČNO DELO IN DANAŠNJI ČAS

Prek ročnega dela razvijamo in krepimo veščine, ki so pomembne za boljšo kakovost življenja. Mnogi ljudje, posebno intelektualni delavci, se v svojem prostem času ukvarjajo z najrazličnejšimi hobiji in konjički, kot so vrtnarstvo, mizarstvo, šivanje, pletenje … Tako poizkušajo z ročnim delom izravnati psihične napore v službi in najti ustrezno dopolnilo umskega dela. Ustvarjalno ročno delo je posebno koristno danes, ko vse bolj prevladuje strojno delo in hkrati vpliva na naše življenje. V današnjem digitaliziranem svetu se posameznik lahko izgubi v množici ljudi, podatkov, produktov, ki nas obkrožajo. Človek kot posameznik izginja, vse postaja kolektivno, enako. Ob tem se posebno pri bolj dovzetnih osebah pojavlja manjvrednostni kompleks in pomanjkanje zaupanja vase. Ročno delo je lahko dobra terapija.

Različne ustanove[3] priporočajo delovno terapijo, h kateri sodi tudi ročno delo.

»Čeprav so roke ustvarjene za delo, danes namesto njih vse več uporabljamo glavo. To je eden izmed vzrokov, da današnji človek trpi za nevrozami. Psihološke raziskave kažejo, da se človekove duševne sposobnosti večajo, bolj ko pri delu uporablja roke. Ročno delo zahteva in stimulira jasno in precizno mišljenje ter sprotno reševanje danega problema z vsemi podrobnostmi. Ustvarjalec najde v svojem delu in v končnem izdelku zadovoljstvo in

[2] Kitajska, Bangladeš, Maroko …
[3] Zdravstvene inštitucije, šole, zapori …

zadoščenje, saj je navsezadnje vendarle izraz njegove osebnosti, pa naj gre za kuhinjski stol ali umetniško sliko« (Grobelnik 1968, str. 79).

Dejstva o vplivu ročnega dela na človeka lahko koristno uporabljajo tudi v rehabilitaciji. Pri invalidih se morajo razviti nadomestne telesne sposobnosti, hkrati pa je pri njih še veliko večja nevarnost, da zapadejo v malodušje in druga negativna psihična stanja. Bolnik - invalid zaradi svoje telesne okvare pogosto ne zmore ročnega dela, ker je negiben ali pa ima okvarjene roke. Še bolj intenzivno premišljuje o svojih osnovnih problemih, o bolezni, svojem socialnem in ekonomskem stanju. Delovni terapevti morajo paziti, da delo v delovni terapiji ne postane samo sebi namen, ampak da je usmerjeno k nekemu cílju, saj na človeka poleg brezdelja zelo slabo vpliva tudi brezcíljnost. Če hoče terapevt bolnika usposobiti za delo s škarjami, da bi ta izboljšal funkcijo roke, bolniku ne bo dal starega časopisa, da ga bo razrezal in nato zavrgel. Dal mu bo pisan papir, da ga bo razrezal na trakove in izdelal pustno masko ali pa kakšen drug uporabni predmet. Pri izbiri dela terapevt pazi tudi na estetsko plat izdelka in spodbuja posameznika k izdelovanju estetskih in koristnih predmetov.

Veliko oblikovalcev in umetnikov je izgubilo stik z ročnim delom, saj ga je močno nadomestila nova tehnologija. Računalnik in ves digitalni svet nam je odvzel spretno in smiselno uporabo rok. Ljudje se moramo zavedati moči svojih rok in česa vsega so zmožne. Ročno delo je tudi spoštovanje – spoštovanje zgodovine in spretnosti, ki so se jih spomnili naši predniki in jih predali kasnejšim generacijam. Pomembno je, da ohranjamo tehnike, hkrati pa jih posodabljamo za današnji čas. To lahko naredimo z uporabo neobičajnih materialov ali pa novih tehničnih pristopov.

3 SODOBNO TEKSTILNO OBLIKOVANJE

Sodobno oblikovanje je oblikovanje, ki nastaja sedaj. Definirajo ga čas, družba, ekonomija, politika ... vsi procesi, ki se nenehno odvijajo in določajo družbo, v kateri živimo. *»Sodobno oblikovanje se odziva na zaznane trende in zahteve sodobnega potrošnika«* (Peršuh 2014, str. 62).

Da bi sodobno trajnostno oblikovanje prišlo v ospredje, je treba spremeniti potrošnika. Potrošnika je treba izobraziti, ga soočiti z dejstvi, mu pokazati, kaj prinašajo njegove nakupovalne odločitve.

Lep primer dveh diametralno nasprotnih pristopov, ki vladata v današnji kapitalistični družbi, je tekstilno oblikovanje v modni industriji; ločimo hitro modo ter trajnostno naravnano modo.

3.1 HITRA MODA

»V medijih se pojavlja rek, da je hitra moda kot hitra hrana: poceni, povzroča odvisnost in ni trajnostna« (Sadar 2014, str. 68). S tem rekom lahko širši družbi z lahkoto razložimo pomen hitre mode.

Strokovno prakso sem opravljala v eni od velikih modnih korporacij (v nadaljevanju podjetje A), kjer delajo po principu hitre mode. Delala sem na ženskem oddelku kot svetovalka strankam. Ciljna skupina potrošnikov, ki kupujejo v podjetju A, se po mojih opažanjih ne zaveda ozadja oblačil, ki jih kupi, in so tipični odvisniki od hitre mode.

Praksa mi je dala veliko izkušenj na področju stiliranja, komunikacije s strankami, načinom prodaje … Hkrati pa sem imela možnost spoznati način delovanja podjetja. Zanimivo je, da se blagovna znamka na trgu ne oglašuje. Vsaj ne neposredno, saj v medijih ne zasledimo oglasov o njih. Imajo drugačne pristope marketinga; izbirajo najboljše lokacije za svoje trgovine, trgovine imajo zelo urejeno notranjo postavitev in dizajn, zaposleno osebje je zelo organizirano in prodajno naravnano. Da lahko poslujejo z

dobičkom in so uspešni v prodaji, morajo imeti produkte, ki se bodo prodajali. Za rast prodaje, ki napreduje vsako leto, imajo točno zastavljen sistem.

Trgovine s konfekcijo delujejo še vedno v večini primerov sezonsko. To pomeni, da se produkti, ki se bodo prodajali v sezoni pomlad/poletje, nabavljajo pol leta prej ter pridejo v trgovino naenkrat, kjer jih imajo potem celo sezono na policah in v skladišču. Že pol leta prej so po principu prodaje iz prejšnjih sezon – kakšne velikosti, katere oblačilne kose - določili okvirno število kosov posameznih produktov. V kolikor se med sezono okoliščine prodaje spremenijo (vremenski vplivi, drugačen tip strank, druge zahteve), ne zmorejo strankam ponuditi alternative; kar imajo, imajo. Podjetju A dostavljajo artikle dvakrat tedensko. Določen odstotek artiklov je že vnaprej določen in proizveden – kolekcije, ki so zasnovane na podlagi trendov in velikih modnih znamk. Del produktov, ki prihajajo v trgovino, pa nastaja na podlagi ulične mode in nenehnega toka modnih smernic in trendov, ki se pojavljajo. Sistem deluje uspešno zaradi t.i. navidezne ekskluzivnosti. Posamezna trgovina dobi omejeno število kosov in tako kupec dobi občutek, da bo med redkimi lastniki posameznega oblačila. Obenem ima manjše število kosov enega artikla v trgovini vlogo »testnega zajčka«. Prodajalci zbirajo odzive strank in ga prenašajo po verigi zaposlenih naprej do sedeža podjetja, kjer zbirajo in analizirajo, kaj se najbolje prodaja. V kolikor je interes velik, posamezne kose artikla še dostavijo, sicer ga umaknejo in se najverjetneje proda šele na razprodajah. Da lahko temu sledijo, spremljajo vse kanale, kjer se trendi pojavljajo – socialni mediji, blogi, revije, znane osebnosti … Podjetje A potrebuje le en mesec, da pride trend, ki je bil zaznan, na prodajne police v obliki oblačilnega kosa. Veriga poteka od zaznave trenda, prek oblikovanja produkta (skica, prototip, izbor tekstila), izvedbe (produkcija vseh velikostnih številk), do transporta potrošnikom. Tako so zelo odzivni na vse okoliščine, ki se pojavljajo v okolju in družbi in lahko skoraj vsak trenutek zadovoljijo želje strank. Koncept hitre mode ni trajnosten. Ker jim zakonodaja veleva upoštevati določene vidike trajnosti, se jih držijo (okoljevarstveni vidiki; poraba energetskih virov …), če pa gledamo celoten koncept hitre mode, je ta diametralno nasproten trajnostnemu. »Rok trajanja« vsakega kosa hitre mode je omejen na približno deset pranj. Tako navajajo proizvajalci hitre mode. Vsak kupec in zagovornik hitre mode verjetno sploh ne bo prišel do te številke, saj ga ne bo niti tolikokrat oblekel. Oblačila se torej kopičijo v omarah, ki v nekem trenutku postanejo premajhne za nova oblačila.

Oblačil se znebimo; nekateri jih darujemo dobrodelnim ustanovam ali prijateljem, večina pa v zabojnike.

Čeprav koncept hitre mode temelji na čim hitrejši proizvodni verigi izdelkov, ki temeljijo na strojni izdelavi in poceni delovni sili, pa je nek odstotek izdelkov narejen tudi s tehnikami ročnega dela. V podjetju A so imeli nekaj produktov na kolekcijo, ki so vključevali elemente, narejene s tehnikami ročnega dela. Šlo je za vezenine in razna pošitja, ki jih bilo možno izdelati strojno. Čeprav je šlo za ročno delo, ki je zahtevalo več truda in časa, pa cena v večini primerov ni odstopala od povprečja. Nepozoren kupec verjetno sploh ni opazil, da je del produkta narejen z ročno tehniko, saj je verjetno ni prepoznal. Ker se ni zanimal za podrobnosti in mu je bil produkt kot takšen všeč, je bilo to dovolj za nakup.

Med prakso sem se začela še intenzivneje spraševati o modni industriji z vidika ljudi; koliko ljudi je vpetih v izdelavo produkta, kako hitra moda vpliva na ljudi in okolje in podobno. V medijih sem naključno naletela na opozorila oziroma ozaveščanje ljudi o modnem sistemu. Zasledila sem kratke videoposnetke, ki so opozarjali na problematiko, v dnevnem časopisu sem naletela na članek, ki je predstavil dokumentarec *The True Cost* Andrewa Morgana.

»Rodil sem se v svetu, kjer po ugodni ceni kupujemo v veleblagovnicah. Pojma nisem imel, kakšna je zgodba o majici, ki sem jo kupil. Roke so se dotikale majice, ki sem jo kupil. Na to nisem nikoli pomislil« (Vinder Ferkov 2015, str. 11).

Ozaveščanje ljudi o modni industriji je ključnega pomena, da se bo potrošnik znal odločiti za nakup trajnostnega produkta. Članki v poljudnih časopisih, revijah in na internetu so pomembni, saj jih preberejo različni profili ljudi in ne le strokovna javnost, ki se s tem ukvarja in to že ve. Strokovni članki so namenjeni oblikovalcem modne industrije, ki pa morajo biti prvi v tej verigi ozaveščenosti, saj jo ustvarjajo.

»Poročila o delovnih kršitvah v modni industriji sodijo v register vojnih zločinov: ženske od hudega napora splavijo, zbolijo, ne dovolijo jim na stranišče, ne dovolijo jim piti vode,, delajo od zore do mraka, izpostavljene so nevarnim kemikalijam v oblačilih, plačilo za njihovo delo pa ne zadostuje niti za hrano in stanovanje. Avtor dokumentarnega filma

poudarja, da nikakor ne nasprotuje modi, želi le, da je ta znosna za vse oziroma vsaj ne zločinska za tiste, ki nimajo družbenega vpliva. Kako se bomo pogledali v ogledalo v izdelkih H&M, Zara, Top Shop, Morgan, Gap ali Target? Njihova oblačila so lepa in pri potrošnikih priljubljena, a dokler bodo v njih vtkane tragične zgodbe, bo naš odsev grd. Velike blagovne znamke imajo moč, da spremenijo globalne razmere na modnem trgu. Tako kupci kot moda jim bomo hvaležni« (Vinder Ferkov 2015, str. 11).

Izpostavljam članek iz revije Modna, ki ima ožjo ciljno skupino, hkrati pa več ljudi, ki jih moda resnično zanima in so dejavni na tem področju. Avtor Teo Nadišič »Tedore« piše o tem, da so podjetja s hitro modo spremenila nakupovalne navade kupcev – včasih so ljudje kupovali manj in bolj premišljeno ter investirali v kakovostnejše izdelke, ki so zagotavljali dolgoročnost uporabe. Danes pa si prisiljen v nakupovanje, saj veš, da je izdelek nov in poceni in da boš z njim v koraku z modo in posledično tudi sprejet po družbenih normah in načelih. Zaradi hitre mode so tudi modne znamke prisiljene v večje število kolekcij na leto, da ostanejo konkurenčne. Tako namesto dveh kolekcij na leto sproducirajo tudi do šest kolekcij. Avtor navaja pogovor s prijateljicami, v katerem so se sogovorniki pogovarjali o omenjeni temi; mnenja so bila zelo deljena. Sam je prepričan, da je »stvar prešla vse meje sprejemljivega«, druge udeležene v pogovoru pa so s primeri ponazarjale, zakaj se poslužujejo hitre mode. Prva ga je prepričevala, da ji novi artikli in stili omogočajo ustvarjati in poustvarjati njeno garderobo oziroma njeno podobo. Druga je upravičevala nizko ceno z enakim učinkom - bila je povabljena na poroko in je za to priložnost našla v eni od trgovin s hitro modo koktajl obleko, zelo podobno obleki znamke Valentino, ki jo je nedavno videla v tuji modni reviji. Kupila jo je, saj ni hotela porabiti preveč denarja, obenem pa je skoraj identična, le iz slabšega materiala. Omenila je še, da jo bo nosila le za to enkratno priložnost. Tretja pa je zagovarjala mnenje, da z isto vsoto denarja rajši kupi več izdelkov, kot pa bolj kakovostne, saj lahko tako lažje kombinira oblačila. Ob tem pogovoru se je spomnil, da je nekoč tudi sam tako ravnal, preden se je zamislil o tem. Omara je bila prenapolnjena z oblačili, ki so bila brez duše, nikjer ni bilo sledi o individualnem slogu. Iz sezone v sezono je bil obremenjen z mediji, ki so zapovedovali, kako naj se oblači.

»Ravnal sem po modnih smernicah, pozabil nase, na svoj slog. Kako ga obuditi, izpiliti? Za to so potrebni čas in vse mogoče napake, na katerih se človek uči, gradi in izboljšuje.

Stil je način samoizražanja, vendar moraš imeti sebe, svoj jaz, da se lahko izražaš. To pomeni, da moraš biti pristen, se poznati in na podlagi tega natančno vedeti, kaj ti ustreza in kaj ne. Stil je vedno v nasprotju s tistim, kar označujemo za modno. Stil je trajanje, je vse, kar je modno, pa mora vsako sezono umreti, da se lahko v naslednji sezoni znova rodi – v drugačni obliki, seveda. Trajanje v modi in kulturi oblačenja je ohranjanje bistva identitete posameznika, ki se sčasoma dograjuje, izboljšuje in pili. Že sam pomen besede »trajnost« je sposobnost vzdrževanja ravnotežja nekaterih sistemov in stanja v nekem procesu, ne da bi se človek podvrgel vplivom tujih dejavnikov in padel v brezumje, ki ga omogočata hitra moda in ves sistem, ki je posledično nastal« (Nadišič 2014, str. 60).

3.2 TRAJNOSTNO OBLIKOVANJE V MODI

Kot alternativa hitri modi se pojavlja koncept *počasne mode*[4]. Ta temelji na kombinaciji ekoloških in etičnih principov. Počasna moda je oblikovana s principi inovativnega oblikovanja za dolgotrajno uporabo, z inteligentno in inovativno vpeljavo materialov z minimalnimi odpadki ter večjo estetsko, funkcionalno in emocionalno vrednostjo oblačil. Ta trajajo dlje in potrebujejo minimalno vzdrževanje. Počasna moda vključuje večino vidikov trajnostnega oblikovanja[5].

Oblikovalski izziv sodobnega časa je zasnovati koncept izdelave, ki naj bi uravnotežil komponente vrhunskega sodobnega oblikovanja ter trajnosti. Treba je poiskati alternativo današnjemu načinu proizvodnje in prodaje oblačil. Rešitev je težka in paradoksalna, saj je bistvo mode, da se nenehno spreminja. Modni ciklusi pa so za pogon industrije potrebni.

»Za doseganje meril trajnostnega razvoja se bodo parametri modnega sveta morali spremeniti. Kreativne in inovativne rešitve svetu mode ne bi smele biti tuje in čas je za uvedbo novih strategij, ki bi imele dolgoročno ugodnejše vplive na okolje ter bi spodbudile

[4] Slow fashion.
[5] Brundtland: »… trajnostno oblikovanje je oblikovanje, ki združuje potrebe sedanje populacije, ne da bi zmanjševal možnosti naslednjim generacijam, da bi zadovoljevale svoje.« (Gwilt in Rissanen 2011)

drugačno potrošniško miselnost, da bi kakovost bolj cenili kot količino« (Sadar 2014, str. 68).

»Trajnost je še nedolgo nazaj veljala za dodano vrednost, konkurenčno prednost in zgolj del dodatne identitete posameznih blagovnih znamk. Ozaveščen in trajnostnim načelom prilagojen način proizvodnje in celotne produkcije se je danes razvil v temeljni pogoj za kakršnokoli prosperiranje. Kadar se sprašujemo o trajnostnem razmišljanju v samem oblikovanju pri oblikovalskem procesu kreatorja oz. avtorja je stvar popolnoma ista. Dobri oblikovalci sledijo in morajo slediti duhu časa. Skozi estetiko in trende kolekcij zadnjih sezon se kaže, da vsak aktualni, sodobni oblikovalec danes že podzavestno, skoraj nehote (vsaj delno) razmišlja »trajnostno« - ali je to iskanje inspiracij v lokalni tradiciji, materialih in običajih, ali je to posodabljanje in oživljanje kreativnih industrij lokalnega okolja, morda ustanovitev posebne »zadruge«, laboratorija rokodelcev in specifičnih izumirajočih poklicev« (Peršuh 2014, str. 63).

Pomemben vidik trajnostnega oblikovanja je ekologija. Današnje ekološko oblikovanje upošteva potrebe in vrednote porabnikov ter povezuje uporabo in vzdrževanje izdelkov v okvirih ohranitve čistega okolja. Ker smo sodobni potrošniki najbolj izobraženi in ekološko ozaveščeni potrošniki do sedaj, nas morajo zanimati postopki, ne le končni izdelek. Za lažje prepoznavanje izdelkov, ki so narejeni po principih varovanja okolja in trajnosti ter težnje potrošnikov, da se vedejo bolj trajnostno, so uvedli okoljsko označevalne sheme. Te sheme spodbujajo proizvajalce, da izdelujejo izdelke, ki imajo skozi celoten življenjski cikel zmanjšan negativni vpliv na okolje. Okoljsko označevanje v svojih prizadevanjih za trajnostni razvoj hkrati deluje tudi kot način spodbujanja potrošnikov k spreminjanju njihovih nakupovalnih navad. Številne raziskave kažejo, da so potrošniki na splošno zaskrbljeni zaradi negativnega vpliva na okolje, vendar njihova skrb ne vodi vedno do ukrepov, kot je na primer nakup izdelkov, ki so okolju prijazni. Okoljski vidiki tekstila so zelo zapleteni, saj vključujejo proizvodnjo, predelavo, prevoz, uporabo in recikliranje. Tekstilije so izdelane iz različnih materialov; vsebujejo lahko številne kemikalije, ki se sproščajo med proizvodnjo, končno obdelavo in barvanjem vlaken.

»Zeleno potrošništvo je opredeljeno kot potrošniške nakupne in nenakupne odločitve, ki vsaj delno upoštevajo okoljska ali socialna merila. Dejavniki, ki vplivajo na okoljevarstveno zavedno potrošnjo:

- *Zadovoljstvo potrošnikov. To ni vedno združljivo z okoljevarstveno zavednostjo, saj velik del »zelenih« izdelkov morda ne ustreza za potrošnike pomembnim kriterijem (cena, zmogljivost, kakovost).*
- *Vrednote potrošnika. Družbene vrednote lahko privedejo do dejanj, ki so lahko okolju prijazna ali neprijazna vedenja.*
- *Identifikacija. Žal pretirana uporaba enostranskih izrazov (bio, zeleno) ruši verodostojnost deklaracij »okolju prijaznih« izdelkov.*
- *Stroški in razpoložljivost. Če se dobrine prodajajo v navadnih trgovinah na drobno, postanejo lažje dostopne za potrošnike. Na podoben način vpliva cena«* (Žurga in Forte Tavčer 2013, str. 101).

Raziskave so pokazale, da so ekološko zavedni potrošniki, ki so seznanjeni z recikliranjem, prej pripravljeni kupiti izdelek iz recikliranih vlaken kot drugi potrošniki. Po zvišanju cene pa je polovica sodelujočih spremenila mnenje ter trdila, da bi raje kupila cenejši izdelek, ne glede na njegov okoljski vidik. Ugotovili so, da potrošnik ni pripravljen plačati več kot deset odstotkov cene za trajnostna oblačila.

Pomemben primer sodobnega trajnostnega oblikovanja je tudi neprofitna organizacija *Cradle to Cradle*[6]. Organizacija izobražuje izdelovalce in potrošnike o izdelkih, da bi ti postali pozitivni produkt družbe in okolja. *Cradle to Cradle Certified™ Product Standard* zagotavlja proizvajalcem, da konstantno spremljajo verigo proizvodnje – iz česa so narejeni izdelki in na kakšen način. Na področju mode se zavzemajo predvsem za pravičnost v verigi proizvodnje; dobaviteljem omogočajo posojila z nizko obrestno mero, večajo transparentnost ter ustvarjajo varne materiale, ki lahko krožijo v modni industriji.

Ekološki vidik trajnosti je tudi kupovanje rabljenih oblačil. Stigmatizacija rabljenih oblačil ali »oblačil iz druge roke[7]« je v nekaterih družbah še vedno prisotna. Promoviranje

[6] C2C, cradle 2 cradle, regenerativno oblikovanje.
[7] Second hand.

kupovanja v trgovinah z rabljenimi oblačili ter vintage oblačili prek blogov in znanih osebnosti je pripomoglo k naraščajočemu trendu.

V zadnjem času se je pojavil tudi trend *»capsule wardrobe«*[8]. Gre za izbor oblačil za določeno sezono. Izbereš si določeno število kosov, ki so dovolj bazični in se lahko kombinirajo, te pa potem nosiš v različnih kombinacijah vso sezono. Projekt spodbuja in podpira, da najdeš svoj stil, pridobiš več samozavesti, uživaš v nenatrpani omari, se hitreje odločiš**,** kaj boš oblekel, se poslovíš od impulzivnega vidika nakupovanja, dobiš garderobo, ki jo boš oboževal, ne da bi zanjo preveč potrošil. Inspiracija projekta je, da postaneš igriv, ustvarjalen, raziskovalen. Znebiš pa se občutka krivde, tekmovalnosti in ekstremizma.

Pred masovno produkcijo so imeli ljudje manj oblačil, zato so bili nanje bolj navezani. Težje so si jih privoščili, bila so kvalitetnejša, dlje so jih nosili, jih popravljali in spreminjali. Nekatera so bila podedovana ali pa so krožila med ljudmi. Trajnostne vidike je vključevala tudi visoka moda. Njen ustanovitelj Charles Worth je oblikoval unikatne kose oblačil po naročilu, oblikoval pa je tudi nenaročene modele oblačil, ki jih je razstavil na živih modelih v trgovini in na posebnih modnih revijah. Stranke so bile tako seznanjene z modeli, ki so si jih lahko naročile v poljubnih barvah, vzorcih in materialih.

3.2.1 Visoka moda

Visoka moda[9] pomeni oblikovanje oblačil, ki so narejena po meri in iz visoko kvalitetnih materialov. Prisotno je veliko ročnega dela in pozornosti do izdelave in detajlov. Visoka moda (kot tudi kostumi določenih kostumografov) je velikokrat na meji med oblačilno izdelavo in umetnostjo. Včasih so nekateri kosi oblačil skoraj nenosljivi, že kot kiparski objekt.

Ime »*haute couture*« je zaščiteno z zakonom pri »Chambre Syndicale de la Haute Couture«[10]. Zakonodaja zahteva, da lahko pod zaščitenim imenom delujejo le blagovne

[8] »Kapsula garderoba«-
[9] Haute couture/ alta moda.
[10] Združenje visoke mode v Parizu.

znamke, ki izpolnjujejo zahteve in so odobrene s strani komisije. Zahtevajo naslednje kriterije: atelje visoke mode mora zaposlovati najmanj petnajst ljudi, vsako sezono morajo predstaviti kolekcijo dnevnih in večernih oblačil z najmanj petintridesetimi modeli. Uradne modne hiše visoke mode so: Adeline Andre, Alexandre Vauthier, Alexis Mabille, Atelier Gustavolins, Bouchra Jarrar Chanel, Christian Dior, Frank Sorbier, Giambattista Valli, Givenchy, Jean Paul Gaultier, Maison Martin Margiela, Maurizio Galante, Stephane Rolland. Tuje modne hiše visoke mode so: Elie Saab, Giorgio Armani, Valentino, Versace. Vsako leto pa je tudi nekaj povabljenih (na primer: Chado Ralph Rucci, Pascal Humber, Alexis Mabille, Atelier Gustavolins, Bouchra Jarrar, Iris Van Herpen, Victor & Rolf …).

Visoka moda je zapovedovala trende in je bila stvar prestiža. Še danes veljalo revije visoke mode za svojevrstne spektakle, magnet za medije ter slavne osebe. Služijo pa predvsem za inspiracijo ready-to-wear oblačilom in promocijo blagovnih znamk.

V visoki modi je še vedno aktualno ročno delo; modne hiše pogosto najemajo ali ustanovijo »laboratorije« za rokodelce, izumirajoče poklice in druge specifične tehnike, ki jih potrebujejo za izdelavo kolekcij.

3.2.2 Nove smeri v trajnostnem tekstilnem oblikovanju

Da bi lahko dosegli trajnostno modno industrijo, je treba poiskati nove rešitve v oblikovanju.

»Domnevamo, da nekaj, kar je zdaj že vseprisotna realnost v trajnostnem oblikovanju, v sedanjem času zahteva in doživlja že svojo nadgradnjo.[…] *Na podlagi analiz sodobnih dogajanj ugotavljamo, da je intenzivno prisoten trend kulture (so)angažiranja končnega porabnika na najrazličnejše načine«* (Peršuh 2014, str. 63).

3.2.2.1 »Sewing cafeji[11]«

To so prostori, kjer se zbira zainteresirana javnost na druženju in hkrati izdela produkt. To so lahko različni prostori društev, butičnih trgovinic, lokalov ali prav temu namenjeni prostori. Prostor omogoča druženje ob pijači, ima ustrezno opremo, da se stranka nauči izdelati svoj tekstilno-oblačilni produkt. Nekateri »*sewing cafeji*« delujejo po principu internetnih kavarn, kjer zakupiš čas, ki ga imaš na voljo za delo na določeni napravi. V tem času imaš na voljo opremo, da lahko šivaš in tekstilno ustvarjaš.

Primer: *The Sewing Cafe; the social sewing emporium*

Lokal sta zasnovali Becky in Fay, ko sta iskali primeren prostor, kjer bi se lahko družili ob šivanju. Ker nista našli primernega, sta odprli svoj prostor za kreativno ustvarjanje ob druženju in klepetu. Lokal je namenjen tako začetnikom kot že bolj izkušenim ustvarjalcem. Organizirata delavnice, redna druženja, šivanje na uro … Prostor sta dopolnili s trgovinico, kjer lahko stranke kupijo pripomočke in blago za izdelavo tekstilnih izdelkov.



Slika 1: Prva delavnica v *The Sewing Cafeju* (Sewing for beginners - our very first workshop! 2011)

[11] »šiviljske kavarne«

3.2.2.2 DIY

»*Do It Yourself*[12]« je postal nov trend, ki spodbuja posameznike, da si zamišljeni kos izdelajo sami. Ljubitelji ročnih spretnosti in/ali ozaveščeni potrošniki so DIY mentaliteto potisnili v »mainstream«[13]. Tako že vsakdo želi narediti nekaj sam, biti udeležen v procesu izdelovanja. Ni dovolj, da je končni izdelek narejen po željah posameznika, on sam želi fizično ustvarjati izdelek.

»Količina ali način vpliva končnega kupca oziroma uporabnika na videz, kakovost in dodano vrednost izdelka se lahko definira skozi smiselno zastavljen proces. […] *Govorimo o nekakšnem novem, demokratičnem načinu sooblikovanja idej, končne podobe in same materializacije po navadi oblačilnega izdelka ali dodatka«* (Peršuh 2014, str. 64).

Trenutni trendi v potrošništvu so usmerjeni k temu, da kupec soustvarja produkt, se čuti povezan z izdelkom. Lep primer so t.i. *crowdfoundingi*; platforme, kot je na primer Kickstarter, kjer avtorji izdelkov zbirajo denar za zagon proizvodnje linije izdelka, zbirajo predloge in mnenja o prototipu.

»Pri modnem oblikovanju se večino razmišljanja in delovanja usmerja zgolj na končni izdelek. Raziskovanja v tej smeri pa kažejo, da posebej pri trajnostnem razmišljanu cilj ni več vedno le rezultat, ampak je zelo pomembna tudi pot, po kateri se pride do rezultata. […] *S stališča oblikovalca ostaja bistveno vprašanje, kako narediti preskok iz kulture DIY do vrhunsko narejenih in oblikovanih izdelkov z vključitvijo posameznika v kreativni proces. ... Ustvariti, zasnovati, oblikovati proces, ki bi bil odgovor na naše vprašanje, je naloga sodobnih oblikovalcev. Ta naj bi ob upoštevanju danih okoliščin in parametrov enakovredno vključeval komponente sodobnega oblikovanja in participacije posameznika. Rezultat naj bi bil oplemenitenje iz obeh smeri«* (Peršuh 2014, str. 65)!

Če bodo ljudje nekaj naredili sami, je manj verjetno, da bodo izdelek zavrgli. Manj verjetno je tudi, da bodo izdelek zavrgli, če so bili vpleteni v njegovo oblikovanje in izdelavo. Ko se človek angažira ter razmišlja o posameznem kosu, to privede do dviga zavesti o trajnostnem razmišljanju. Ob vpletenosti v izdelek se sprašujemo tudi o

[12] Naredi sam.
[13] Večinska usmeritev.

unikatnosti ter kakovosti izdelave. Zavemo se, da ne potrebujemo kopice izdelkov, kar lahko dolgoročno zmanjša proizvodnjo nizkocenovnih izdelkov, ki so velik onesnaževalec.

Primer: *Honestly WTF*

Honestly WTF je spletna stran, ki promovira DIY kulturo. Urejata jo oblikovalka Erica Chan Coffman in stilistka Lauren Kolodny. Dnevno na spletni strani objavljata nova modna odkritja in inspiracije. Prvi od zavihkov na spletni strani je DIY, ki ga delita na DIY zapestnice, DIY ogrlice, DIY dom, DIY oblačila ter DIY torbe in pasovi. Vsaka objava je opremljena z opisom, navodili ter s fotografijami.



Slika 2: DIY navodila (DIY Lace Layering Skirt 2015)



Slika 3: DIY krilo (DIY Lace Layering Skirt 2015)

3.2.2.3 Oblikovanje kolekcij, ki upoštevajo celoten življenjski krog izdelkov

Pri oblikovanju kolekcij, ki upoštevajo celoten življenjski krog izdelkov, gre predvsem za omejitev vhodnih (materiali, energija) in izhodnih (emisije, odpadki) dejavnikov oblikovanja izdelkov. Gre za oblikovanje kolekcij »*zero waste*«[14].

Primer: *Issey Miyake; A-POC*

Kolekcije Isseya Miyakea temeljijo na filozofiji, da so oblačila narejena iz *»kosa blaga«* [15]. Ukvarja se z vprašanjem odnosa med oblačilom in telesom ter tudi prostorom med njima. V sodelovanju z Daiom Fujiwaro sta razvila inovativno tekstilijo, ki omogoča, da je oblačilo narejeno enostavno in z malo odpadnega materiala. Tekstil je narejen tako, da kroj izrežejo iz njega in ga sestavijo. Ni potrebno dodatno krojenje in obšivanje.



Slika 4: A-POC (2+3D 2009)

[14] Brez odpadkov.
[15] »a Piece of Cloth«.

3.2.2.4 »Upcycling«[16]

V praksi to pomeni, da reciklirana oblačila nadgradijo v izdelke višje kakovosti. To naredijo tako, da reciklirana oblačila preuredijo v nova in/ali jih oplemenitijo z dodatnimi tekstilnimi tehnikami (vezenje, tisk).

Primer: *From Somewhere*

Znamka *From Somewhere* je na trgu že od leta 1997. So eni od pionirjev na področju »*upcyclinga*« v modni industriji. Ustanovila sta jo Orsola de Castro in Filippo Ricci, ki sta zaslužna tudi za *Estethico* in *Reclaim to Wear*. *Estethica* je središče za trajnostno modo na Londonskem tednu mode, *Reclaim to Wear* pa organizacija, ki izobražuje potrošnike o ozadju tekstilnih odpadkov. Večinoma delajo s presežkom iz tekstilno-proizvodnih obratov luksuznih blagovnih znamk.



Slika 5: From Somewhere (Upcyclista 2014)

[16] Nadgradnja recikliranja.

3.2.2.5 Redesign[17]

Tu gre za preoblikovanje recikliranih oblačil ali pa oblačil, ki smo se jih naveličali in jih želimo spremeniti v nekaj drugega.

Primer: *Maison Margiela; Artisanal*

Kolekcija *Artisanal* Maisona Margiele je vedno edinstvena. Je linija visoke mode, ki pa vključuje elemente preoblikovanja, iskanja vrednosti v zavrženih stvareh, slavi ročno delo.



Slika 6: Artisanal A/W 2015 ("Artisanal" Collections autumn-winter 2015)

3.2.2.6 Oblikovanje za dolgo življenjsko dobo

Tu gre za oblikovanje produkta z mislijo na dolgo življenjsko dobo na več nivojih. Že pri snovanju ideje produkta razmišljajo, da bo ta brezčasen, nevezan na trenutne modne trende, da bodo materiali kvalitetni in vzdržljivi. Nekateri produkti pa so oblikovani tako,

[17] Preoblikovanje.

da oblikovalec predvidi končno funkcijo izdelka, tudi ko se mu prvotna funkcija izteče. Tako ne postane takoj odpadek, temveč je še vedno v uporabi.

Primer: *Letout*

Letout je spletni outlet s konceptom – Concept stor(i)es. *Letout* s pomočjo uveljavljenih avtorjev ustvarja aktualne modne zgodbe. K vsaki ponuja ustrezen tematski izbor prodajnih kosov in zanimivih povezav, precizen nabor produktov izbranih avtorjev iz različnih obdobij. Unikatni kosi, male serije, mešanica sezon in podobno po principu outleta je na voljo prek spletne trgovine.



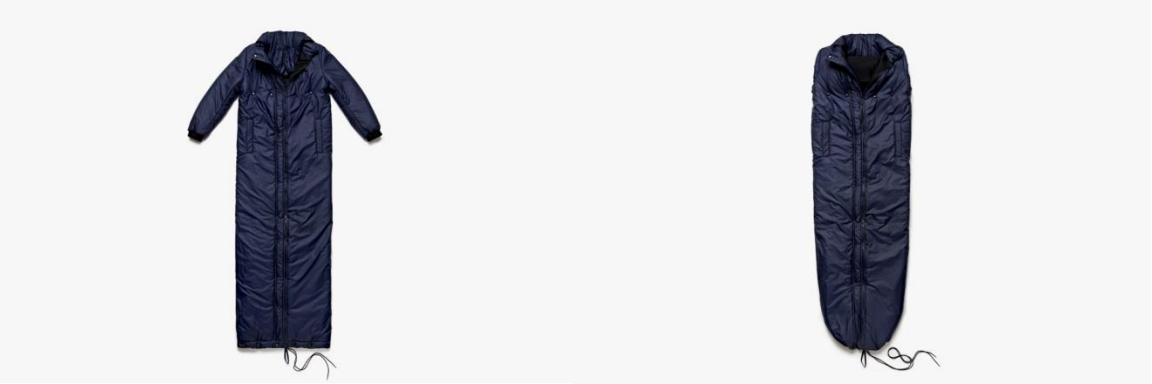
Slika 7: Letout zgodba (Letout 2014)

3.2.2.7 Multifunkcionalnost

Oblačila, ki imajo element *multifunkcionalnosti*, se lahko uporabljajo na več načinov, v različnih okoliščinah oziroma za več priložnosti. S tem oblačilom podaljšujemo življenjsko dobo. Takšna oblačila lahko nadomestijo več drugih oblačil.

Primer: *Adidas x Tom Dixon; The Capsule Collection*

Kolekcija je zasnova na principu uniseks oblačil, ki so utalitarna. Gre za linijo oblačil, ki so nastala z mislijo na univerzalne kose, ki jih potrebujemo, ko gremo na pot za teden dni na primer. V njej so srajce, ki se nosijo na obeh straneh, prilagodljive hlače in majice, katerih robove lahko enostavno odrežeš in prilagodiš dolžino, podložene parke, ki se spremenijo v spalne vreče, športno-elegantni čevlji, torbe in podobno.



Slika 8: Multifunkcionalno oblačilo (Highsnobiety 2013)

3.2.2.8 Izdelki, ki spodbujajo lokalno gospodarstvo in domačo obrt

Takšna proizvodnja zagotavlja delovna mesta lokalnim skupnostim in ohranja tradicionalna znanja posameznih kultur.

Primer: *Kobeiagi Kilims*[18]

Blagovno znamko *Kobeiagi Kilims* sta ustanovili arhitektka Ivana Blaž iz Bosne ter oblikovalka in ilustratorka Nina Mršnik iz Slovenije. S projektom se zavzemata za obuditev stare obrti - izdelovanja čilimov. Ti so bili nekoč nepogrešljiv kos v marsikaterem domu v državah nekdanje Jugoslavije, danes pa je slika popolnoma drugačna. Čilime je težko najti, vse manj je tudi tkalk, ki se ukvarjajo z izdelovanjem kakovostnih, ročno tkanih preprog. Vzrok za njihov zaton vidita tudi v tem, da tradicionalni vzorci čilimov niso privlačni za čas, v katerem živimo. Z novimi vzorci, ki sledijo najnovejšim oblikovalskim trendom, želita odpreti novo poglavje v tej pozabljeni obrti. V Visokem v Bosni sta našli tkalko čilimov Lejlo, ki ima svojo delavnico. Čilimi so narejeni iz 100-

[18] Kobejagi čilim.

odstotne volne bosanskih dolgodlakih ovc. Volno je treba najprej predelati v prejo in jo pobarvati, šele nato lahko spretne tkalke začnejo svoje delo. Izdelek je od materiala do končnega produkta proizveden v okolišu dvajsetih kilometrov in zato resnično pripomore h gospodarstvu in lokalni skupnosti. S projektom sta se podali na Kikstarter in nabrali dovolj denarja za zagon podjetja.



Slika 9: Kobejagi čilim (Kobeiagi Kilims 2015)

3.2.2.9 Izdelki proizvedeni v okviru poštene trgovine

Gibanje poštene[19] trgovine zagotavlja majhnim zadrugam in ogroženim skupinam na dnu proizvodne verige pravično plačilo. Je rešitev konvencionalne verige potrošnje.

Poštena trgovina temelji na partnerstvu. Prizadeva si za dialog, transparentnost in spoštovanje vseh ljudi, ki so vključeni v potrošnjo. V proces poštene trgovine so vključene organizacije, ki jih podpirajo potrošniki. Te so aktivne na področju podpiranja proizvajalcev, osveščajo in vodijo gibanja za spremembo pravil in praks konvencionalne trgovine.

Poštena trgovina se osredotoča na marginalizirane proizvajalce ter omogoča, da se izognejo revščini s tem, da promovirajo trajnostni razvoj. Z vzpostavljanjem dolgoročnih partnerstev omogoča, da proizvajalci vlagajo v okolju prijazno proizvodnjo. Spodbuja

[19] Pravične.

ročno izdelavo, ekologijo, uporabo recikliranih materialov, prav tako pa tudi trajnostno uporabo naravnih virov in proizvodnih metod, ki niso kapitalsko ali energetsko zahtevne. Gibanje pravične trgovine se zavzema za trgovinski sistem, ki v ospredje postavlja ljudi in promovira socialno, ekonomsko in okoljsko pravičnost.

Pomen pravične trgovine ni le v trgovanju, ampak ima tudi druge učinke. Proizvajalci kave na primer prek sistema pravične trgovine prodajo relativno majhen delež svoje proizvodnje (včasih le 10 %). Preostanek morajo prodati kupcem na konvencionalnem trgu, vendar si zaradi večje finančne stabilnosti in gotovosti kmetje upajo od konvencionalnih kupcev zahtevati boljše plačilo. Poleg tega lahko dobijo kredite ali boljše pogoje za odplačila, ker lahko dokažejo redne dohodke. To pozitivno vpliva tudi na lokalni trg. Pravična trgovina spodbuja tudi socialno odgovornejše vedenje mednarodnih podjetij.

Svetovna organizacija za pravično trgovino[20] določa deset načel, ki jih morajo poštene trgovine spoštovati in se jih držati:

1. Vzpostavljanje možnosti za ekonomsko nepriviligirane proizvajalce; podpora najrevnejših proizvajalcev.
2. Transparentnost in preglednost finančnega poslovanja; pošteno in odprto poslovanje s partnerji.
3. Trgovinsko partnerstvo; osredotočenje na pošten, kontinuiran in dolgoročen odnos.
4. Krepitev zmožnosti; razvijanje znanja proizvajalcev in vzpostavljanje možnosti za trgovanje z izdelki.
5. Promocija pravične trgovine; ozaveščanje o pravični trgovini in obveščanje o tem, od kod prihajajo izdelki.
6. Plačilo poštene cene; zagotavljanje, da proizvajalci za svoje delo dobijo pošteno plačilo. To se določi prek dialoga, krije pa stroške proizvodnje in primerno in enakopravno plačilo za delo. Po možnosti tudi predujem.
7. Enakopravnost spolov; zagotavljanje enake možnosti in plačilo za moške in ženske.

[20] World Fair Trade Organization, krajše WFTO.

8. Delovni pogoji; zagotavljanje varnih in zdravih delovnih pogojev, v skladu s pravom in z lokalnimi normami.
9. Otroško delo; spoštovanje Konvencije Združenih narodov o pravicah otrok kot tudi lokalnih družbenih norm.
10. Okolje; zagotavljanje, da so materiali, izdelki in prevoz narejeni s skrbjo za okolje.

Med raznimi oznakami in certifikati o pravični trgovini sta svetovno prepoznavni in priznani dve: World Fair Trade Organization Mark in Fairtrade label. Prvo podeljuje Organizacija za svetovno pravično trgovino, drugo pa Mednarodna organizacija. S temi oznakami so opremljeni izdelki pravične trgovine.

Vsak nakup ima posledice. Nakup izdelkov pravične trgovine pomeni odločitev za izdelke, ki so bili izdelani oziroma pridelani na načine, ki pozitivno vplivajo na človeka ter njegovo družbeno in naravno okolje. Z nakupom izdelkov pravične trgovine se podpira trgovanje po etičnih načelih in prispeva k zmanjševanju revščine v manj razvitih deželah, s tem pa tudi spreminjanje sveta na bolje.

Primer: *Katharine Hamnett - Hamnett Slogan T-Shirt*

Katharine Hamnett je angleška modna oblikovalka, ki je najbolj znana po filozofiji etičnega odnosa v poslovanju ter političnih t-shirtih. Začetke za organsko linijo jeansa je začela snovati že leta 1989. Takrat je bilo skoraj nemogoče dobiti zadostno količino in kvaliteto organskega bombaža. Zato je bdela nad vsakim členom proizvodnje, od pridelovalca bombaža do tkalca. Danes je njena znamka dizajnerskih oblačil *Hamnett* ena vodilnih na svetovnem trgu, ki deluje po merilih pravične trgovine. Z linijo t-shirtov, ki so narejeni iz okolju prijaznega organskega bombaža, proizvedeni pa na Portugalskem, zaznamuje vsako sezono. Pogosto se odziva na družbene probleme in aktualne tematike in tako sledi uličnemu stilu devetdesetih let.



Slika 10: T-shirt by Hamnett (Asos 2015)

4 SODOBNA TEKSTILNA UMETNOST

Tekstil se je do začetka industrijske dobe razvijal v odnosu do umetnosti, obrti in arhitekture. Utemeljitev »celotne umetnine«[21] je tekstil postavil na isto raven kot druge zvrsti umetnosti. Začeli so se ukvarjati z oblikovanjem tekstila, njegovo teorijo, s produkcijo, z marketingom in namenom uporabe. Tehnike ročnega dela v tekstilu so se izpopolnjevale, vrednost ročno narejenega tekstila je bila velika. Tekstil je bil naenkrat opažen. V devetnajstem stoletju je ustvarjen odnos med masovno produkcijo in elementi umetnosti v uporabnih predmetih. K temu je v največji meri prispevala industrijska revolucija.

Že v renesansi so težnje po izdelkih zahtevale precizna, specializirana znanja ter dolgotrajno delo. Produkcija je bila tako specializirana, da pogosto predmeta ni izdelal en sam človek, temveč jih je na enem izdelku delalo več. Način dela, ki temelji na verigi izdelave, je še bolj prišel v ospredje v industrijski dobi, ko se je tudi povpraševanje po dobrinah zelo povečalo. Le na način deljenega, verižnega dela (princip manufaktur) so lahko proizvedli dovolj izdelkov, ki jih je trg zahteval.

V drugi polovici devetnajstega stoletja so uporabno umetnost reformirali William Morris in njegovi privrženci. Morris je želel povezati oblikovanje in produkcijo ter obuditi srednjeveško tradicijo ročno izdelanih predmetov za vsakdanjo uporabo. Verjel je, da je ročno delo obvezen del ustvarjalnega procesa ter da je vrednost izdelka povečana z njegovo uporabo. Morris je razumel, da je izdelava tekstila najbolj povezana z industrijsko revolucijo ter je tako lep primer novega odnosa v izdelavi dobrin. Pred industrializacijo so tekstil proizvajali izključno ročno - od predenja niti do tkanja – tedaj pa je postopek postal mehanski. Tekstil je postal glavni medij za premostitev vrzeli med umetnostjo in obrtjo ali tako imenovano »intelektualno umetnostjo«[22] in »dekorativno umetnostjo«[23]. S postavljanjem meje oziroma odnosa tekstila do obrti in umetnosti se je ta glede na tehniko in namen uvrščal v obe kategoriji. Umetniki so začeli uporabljati tekstil kot medij za izražanje in ne več kot le tehniko, s katero so lahko imitirali kopije slik. Vpliv secesijske

[21] Gesamtkunstwerk.
[22] Slikartvo, kiparstvo, arhitektura.
[23] Ornamentalna in funkcionalna dela iz keramike, lesa, stekla, kovine ali tekstila.

umetnosti se je lepo odražal na tekstilu, saj so na oblikovni ravni prevladovali risarski pristopi; vegetabilne črte in dekorativna ornamentika, ki se je dala lepo izvesti v tekstilnih tehnikah. Na Dunaju so takrat delovale *Dunajske delavnice*[24], katerih ustanovitelji so bili slikar Gustav Klimt, arhitekt Joseph Hoffmann ter oblikovalec Koloman Moser. Reformirali so tradicionalna oblačila in vpeljali nov slog oblačenja ter povezali umetnost in tekstil. Pomembno mesto v tekstilni umetnosti je imela tudi šola Bauhaus. Princip delavnic je spodbujal oblikovanje na področju uporabnih umetnosti, katerih principi so bili kasneje preneseni v industrijsko oblikovanje izdelkov (Troy 2006).

Tekstil je služil kot primarni medij dekorativne umetnosti za modernizem[25]. Mnogi umetniki so začeli svojo kariero v slikarstvu ali v kateri od drugim »lepih umetnosti«[26], a so sčasoma začeli ustvarjati v tekstilu. Spoznali so, da tekstil izpolnjuje moderne zahteve po umetnosti, ki se odraža v abstraktni obliki, je narejen ročno in se uporablja vsakodnevno. Tekstil v modernizmu je postal pomemben vidik v umetnostni zgodovini, saj je služil kot povod za razvijanje abstrakcije in konstruktivizma. Ročno narejen tekstil, še posebej vezenine in ročno tkane tekstilije, je bil še naprej zanimiv kot medij izražanja zaradi svojih specifičnih lastnosti, ki so ga ločevale od slikarstva. Tekstil je omogočal izražanje v elementih oblikovanja, kot so: barva, odtenki, teksture, a na drugačen način kot na primer v slikarstvu. Tekstil jim je v primerjavi s slikami dal več možnost ekspresivnega izražanja – taktilno vrednost, tridimenzionalnost, razreze, zvijanje, gubanje ter možnost visenja na steni ali ležanja na tleh (Troy 2006).

Kot se tekstil in njegova produkcija ter uporaba spreminjata skozi čas, tako se spreminjajo odnosi med masovno produkcijo in umetniško stvaritvijo, lepimi umetnostmi in dekorativno umetnostjo.

Čeprav je bil tekstil pomemben v zgodovini umetnosti, so ga vedno obravnavali kot marginalnega na področju študij o umetnosti in o oblikovanju, predvsem zaradi dojemanja tekstila v povezavi z ženskim, s postranskim delom ter z domačim okoljem, anonimnostjo ter amatersko produkcijo. Težava je pri kategorizaciji tekstilne umetnosti zaradi njenih

[24] Wiener Werkstätte.
[25] Obdobje med leti 1900-1970, zgodnje obdobje je obdobje avandgardnih gibanj.
[26] Slikarstvo, kiparstvo, arhitektura.

raznovrstnih tehnik izražanja[27] ter pogoste povezave z notranjo opremo, s pohištvom, z modo, ki so avtomatsko uvrščene pod kategorijo oblikovanja in ne umetnosti.

V zadnjih letih vse več umetnikov, ki se ukvarjajo s tekstilno umetnostjo, razstavlja v galerijah in muzejih. S tem tekstilna umetnost začenja svoj pohod in vsesplošno priznanje. Pristopi tekstilnih umetnikov so danes zaradi vseh mogočih tehnologij zelo raznoliki. Del umetnikov se poslužuje mešanih tehnik, ki so prepletene z ročnim delom in digitalnimi tehnologijami. Marsikdo od njih zavedno dela z rokami in s tehnikami ročnega dela ter tako osmišlja svoj umetniški prispevek (Hung 2007).

[27] Tkanje, vezenje, štikanje, barvanje, tiskanje …

5 PRAKTIČNI DEL DIPLOMSKE NALOGE

Na podlagi teoretičnega dela diplomske naloge in strokovne prakse sem za kupca želela oblikovati tekstilni izdelek, ki ne bo tipično potrošniški, temveč bo imel tudi izobraževalno funkcijo.

Želela sem, da ima izdelek naslednje lastnosti:

- vključuje tehniko ročnega dela,
- spodbuja kupca za uporabo ročnega dela,
- narejen je po merilih trajnostnega oblikovanja,
- izobražuje potrošnika o trajnostnem oblikovanju.

Trg že pozna izdelke, ki se zavzemajo za obuditev tehnik ročnega dela. Razne knjige in priročniki spodbujajo k ročnim delom; s preprostimi projekti ter postopki skušajo približati različne tehnike ročnega dela. V trgovinah s pripomočki za ustvarjanje dobimo že vsa potrebna pomagala, opremo ali celotne komplete za izdelavo izdelkov.

Želela sem, da kupec skozi proces vključitve v oblikovanje izdelka spozna njegovo vrednost, da se zave, da je masovna produkcija prispevala k razvrednotenju tekstilnega ročnega dela, hkrati pa se ga s tem izdelkom spodbudi k trajnostnim pristopom na več ravneh; omejitvi potrošništva, razmišljanju o ozadju izdelkov, ki jih kupimo, k ekologiji …

5.1 PODOBNI TRAJNOSTNI PROJEKTI V SLOVENIJI

Zavod Oloop

Zavod Oloop je bil ustanovljen leta 2004. Gre za zavod za sodobno tekstilno umetnost in oblikovanje, ki ga vodijo tri oblikovalke: Katja Burger, Tjaša Bavcon in Jasmina Ferček. *»Skupina Oloop je aktivna na različnih področjih vizualnega ustvarjanja, od produktnega oblikovanja, oblikovanja prostorskih postavitev do tekstilne umetnosti, obenem pa vodi usposabljanja, predavanja in delavnice ter povezuje oblikovanje z družbeno angažiranimi projekti. Z izdelki in s projekti že vrsto let sodelujejo na najpomembnejših predstavitvah slovenskega oblikovanja doma in v tujini, s čimer so si pridobile mednarodno*

prepoznavnost ter nekatere prestižne nagrade, kot sta Red Dot Concept 2007 in častna pohvala na BIO 20. Vsebine projektov hkrati izobražujejo in povezujejo ljudi, vključujejo različne ciljne skupine in odpirajo družbena vprašanja, kot so vprašanje zdravja, ekologije, trajnosti ter življenjskega smisla nasploh« (Oloop O nas 2015).



Slika 11: Razkrite roke (Razkrite roke 2 2015)

Omenjam njihov projekt *Razkrite roke*, ki je le eden od projektov, ki obujajo zavedanje o pomenu ročnega dela in o vplivu, ki ga ima ta na posameznika in družbo. Projekt je zasnovan kot ustvarjalno-izobraževalni, namenjen socializaciji ter dvigu zaposljivosti brezposelnih priseljenk iz Bosne in Hercegovine, Makedonije in Kosova, ki trenutno živijo na Jesenicah in v okolici. Rezultat projekta je kolekcija sodobno oblikovanih, ročno izdelanih tekstilnih izdelkov, ki se v estetskem in vsebinskem izhodišču naslanja na tekstilno kulturno dediščino ranljive skupine – muslimanskih priseljenk, navdih pa črpa iz slovenskega izročila. Obe tradiciji sta na svež in sodoben način prepleteni in preoblikovani v duhu časa ter tako primerni za sodobnega človeka.

Paul Malina

Paul Malina je blagovna znamka, pod katero ustvarja več ljudi, ki so se povezali zaradi novega pristopa do oblikovanja oblačil. Tina Hočevar, Bor Pungerčič, Tjaša Avsec, Polona Marinček verjamejo, da lahko z nekaj časa, ustvarjalnosti in dobre volje nastane oblačilo. Oblačilo, ki ima potrošnikovo osebno zgodbo.



Slika 12: Naredi sam paket (Slovenia coworking 2015)

»Paul Malina je:

- *projekt, namenjen vsem, ki ne želijo biti več zgolj potrošniki, je poziv k razmisleku in soustvarjanju novega doživetja oblačenj,*
- *proces ustvarjanja drugačnih oblačil, ki so zasnovana tako, da jih enostavno sešiješ sam; prilagodiš jih svojemu telesu, dokončaš in nadgradiš po svoje, tudi brez šiviljskih izkušenj,*
- *paket, v katerem dobiš vse potrebno za izdelavo obleke z ukrojenim blagom, gumbi, s trakovi in pravo barvo sukanca in z enostavnimi navodili za delo, ki te na zabaven način učijo osnov šivanja in še kakšnega mojstrskega trika za povrhu,*
- *blog; z njim lahko spremljaš nastajanje oblačil in pobrskaš med idejami, kako oblačila nadgraditi in dodelati, da bodo res nekaj posebnega,*
- *name; želijo ponuditi ustvarjalno preživljanje prostega časa, ki poleg izziva prinaša tudi nova znanja in nove prijatelje, a na prvem mestu je prijeten čas, ki ga preživiš s sabo, z družino ali s prijatelji in seveda želijo lepe in kakovostne kose oblačil, ki jih z veseljem nosiš še dolgo«* (Paul Malina skoraj sešito… 2015).

Shirting

Shirting je trajnostni modni model, ki uveljavlja etične in ekološke principe oblikovanja oblačil z namenom oblikovanja skupnosti, mreženja ljudi prek izbranega tekstilnega izdelka, ozaveščanja ter vzpostavljanja drugačnih vrednot in načinov delovanja. Izdelek potuje od uporabnika do uporabnika in nima stalnega mesta. Produktno izhodišče projekta Shirting je srajca, ki poleg različnih trajnostnih vidikov mode (lokalna izdelava, ekološki materiali, minimalni odpadek …) vzpostavlja oseben odnos do oblačil.



Slika 13: Shirting 05.01.04 (Facebook Shirting 2015)

»Razlogi za nastanek projekta:

- *masovna produkcija, masovno potrošništvo in podcenjenost oblačil,*
- *neetična in neekološka praksa modne industrije,*
- *spodbujanje modne industrije v poceni produkcijo v državah tretjega sveta,*
- *takojšnji in vnovični nakupi oblačil,*
- *nenavdihujoča oblačila.*

Odgovor projekta je:

- *oblikovati družbeni izdelek, ki direktno poveže oblikovalce in uporabnike* - srajco,

- *nov modni model, ki deluje po okoljevarstvenih metodah in konceptih,*
- *počasna in družbeno odgovorna moda,*
- *etičnost in transparentnost,*
- *spodbujanje osebnega odnosa do oblačil,*
- *družbeni eksperiment,*
- *enostavnost.*

Načrt projekta je:

- *trajnostni modni projekt,*
- *proces, ki ustvari možnost za drugačno družbeno okolje,*
- *skupnost, ki razmišlja in ocenjuje konvencionalne modne prakse in modele,*
- *ustvariti odnose zunaj ustaljenega potrošništva,*
- *povezati različne vrednote in načine, kako biti ustvarjalen skozi oblačilo,*
- *višati zavedanje,*
- *razvijati nove prakse,*
- *nikakršno lastninjenje – nihče ni srajce; vsak uporabnik prevzame odgovornost zanjo«* (Shirting 2015).

Almira Sadar

Almira Sadar je slovenska modna oblikovalka, ki ustvarja ženske kolekcije oblačil pod svojo blagovno znamko *ALMIRASADAR* od leta 1997.

Kolekcije nimajo želje po zadostitvi masovnega okusa. Majhne in unikatne serije oblačil so namenjene tistim, ki želijo ohraniti in izraziti svojo individualnost v poplavi modnih trendov. Vsak produkt izraža prepričanje, da brez posebnih detajlov v njem ni osebne note.

Leta 2011 je Almira Sadar objavila svoj blog, kjer izraža svoj pogled na modo. Izdala je tudi knjigo *Oblikujmo z Almiro Sadar – modni ustvarjalni projekti za vsakogar posebej*. V njej je predstavila dvajset tekstilnih izdelkov, ki jih uporabnik lahko naredi sam s pomočjo navodil in krojev za izdelavo ter bogatim slikovnim gradivom (Almira Sadar: About this blog 2015).



Slika 14: Oblikujmo z Almiro Sadar (Fensišmensi 2013)

5.2 ZASNOVA IZDELKA IN MATERIALI

Izdelek izhaja iz ideje univerzalnega oblačilnega kosa, ki služi kot osnova za ustvarjalnost, kot bel, nepopisan list papirja, ki ga kupec napolni. Za osnovo sem izbrala bazičen oblačilni kos – srajco z dolgimi rokavi. Modelacija osnovnega kroja izhaja iz klasične moške srajce, ki je preoblikovana v univerzalno velikostno številko (medium) in nima izstopajočih elementov, ki bi nakazovali, da gre za moško ali žensko srajco (uniseks). Osnovni kroj se pri vseh treh oblačilnih kosih, ki so del kolekcije, ponavlja – krojna dela za sprednji del se malenkost spreminjata (odvisno od modela), kroj za zadnji del pa je večinoma enak (hrbtna guba), spreminja se le dolžina.



Slika 15: Osnovni model

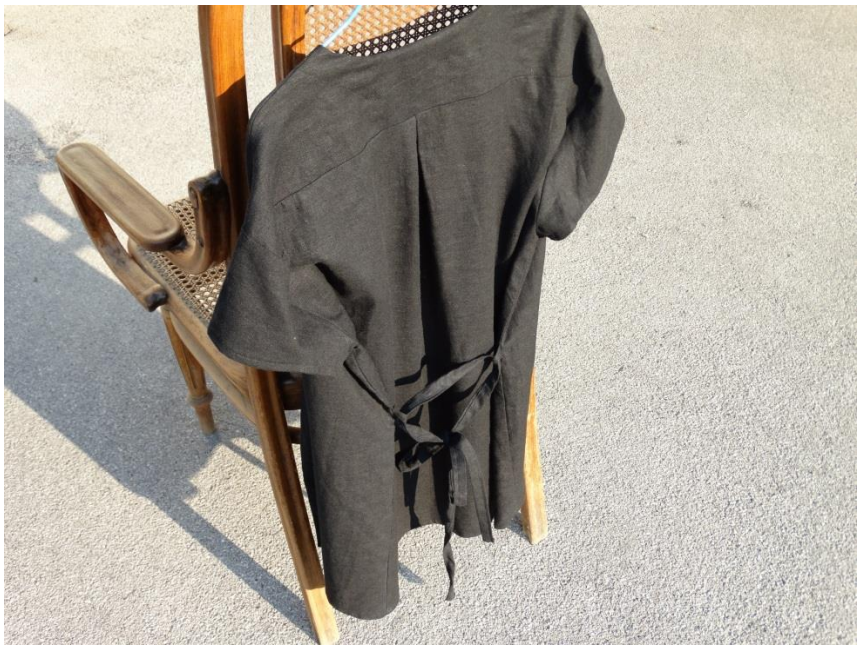
Model univerzalne srajce ima še dve različici: kimono s kratkim rokavom ter daljšo srajčno obleko/brezrokavnik. Poleg treh oblačilnih zgornjih delov je del kolekcije še torbica. Elementi, ki so skupni vsem štirim kosom in jih povezujejo v celoto, so: material, barva ter elementi oblikovanja (podobno zapenjanje, guba, gumbi). Tako je osnova za posameznikovo ustvarjalnost oblikovalsko izčiščena in omogoča enostavno nadaljnje dopolnjevanje.



Slika 16: Srajca



Slika 17: Brezrokavnik



Slika 18: Kimono



Slika 19: Torbica

Material za kolekcijo je mešanica lana (60 %) in bombaža (40 %) v črni barvi, v tehniki platno vezave. Pomožni materiali so lepljiva medvloga, gumbi. Pomembnejši del izdelka je material, ki je dodan za posameznikovo ustvarjanje. Ta namreč omogoča ustvarjalni in individualni del izdelka oziroma vključuje kupca v proces in končni videz izdelka. Z dodatnim materialom kupec sam izbere, koliko in na kakšen način bo izdelek dopolnil, oplemenitil. Priloženi so vsi materiali in tudi predlagani postopki, ki olajšajo posamezniku proces oplemenitenja. Za oplemenitenje kosa je razpoložljiv osnovni material: šivanka, nitke, kreda, prejice, perle, krogi iz različnih tekstilnih materialov. Material za kroge je odpadni – to so kosi, ki so ostali od preteklih projektov. Krogi so element oblikovanja; so celoviti, delujejo kot zaključena celota, v kolikor kupec ni pripravljen veliko vložiti v oplemenitenje izdelka. Krogi so štirih različnih velikosti in barv (rdeča, črna, siva, bela). Perle in nitke so v enakih odtenkih. Dodana je še šablona iz papirja, ki nakazuje priporočene odseke in razdelitev prostora za oplemenitenje. Oplemenitenje je odvisno od posameznika – lahko prišije kroge, dodaja perle, izveze križce …

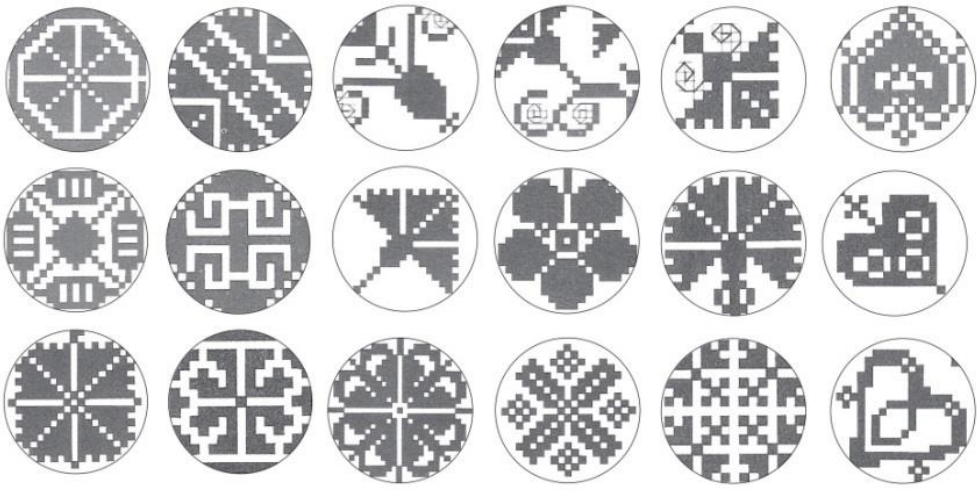
Celoten komplet kupcu ne vsiljuje zapovedanega načina dela, temveč mu pušča odprte možnosti. Ponudi pa se mu predloga, ki mu olajša ali odpre možnosti za njegovo ustvarjanje. Komplet ima naslov »*naredi po* svoje«. Posameznika se na nevsiljiv način povabi v obuditev in izdelavo ročnega dela ter oblikovanje lastnega izraza.

Ob tem se mu zastavijo ključna vprašanja: »*Znaš ceniti svoje delo? Znaš ceniti delo svojih rok? Zakaj?«* Vprašanja v procesu sodelovanja v izdelavi izdelka morda dobijo odgovor ali vsaj sprožijo razmišljanje.

Na ovoju izdelka je tudi kratka razlaga kompleta: »*Paket »Naredi po* svoje*« ti omogoča, da oblačilni kos spremeniš v svojega. Izdelek je narejen po merilih trajnostnega oblikovanja. Spodbudi te, da aktiviraš lastne spretnosti. Z materialom, ki je priložen, dopolniš izdelek v unikat.«*

5.3 INSPIRACIJA ZA ROČNO DELO

Za ročno delo nisem izbrala konkretne tehnike ročnega dela, saj sem želela, da posameznik izkusi delo z rokami bolj kot to, da se nauči posamezne tehnike ročnega dela. Želela sem predvsem, da razmišlja o izdelku in njegovi obogatitvi s tem, da sam nekaj naredi na njem. Za inspiracijo ročnega dela sem izbrala tehniko vezenine, ki je na slovenskem prisotna že od 16. stoletja. Gorenjska ljudska vezenina s križci ima motiviko stiliziranih oblik iz rastlinskega sveta (gorenjski nagelj). Mnogo je tudi geometričnih oblik (zvezde, kvadrati, rombi). Oblike so me navdihnile zaradi možne povečave ali izseka posameznega dela celotnega vzorca, ki je primeren za reinterpretacije v današnjem času. Šablone za vezenine s križci so služile kot osnova za nastanek preoblikovanih izsekov vzorcev oziroma novih šablon. V odnosu do krogov in drugih materialov v paketu delujejo kot slike, ki bi jih gledal pod povečevalnim steklom.



Slika 20: Vzorci

5.4 FOTOGRAFIJE IZDELKA »*NAREDI* PO *SVOJE*«



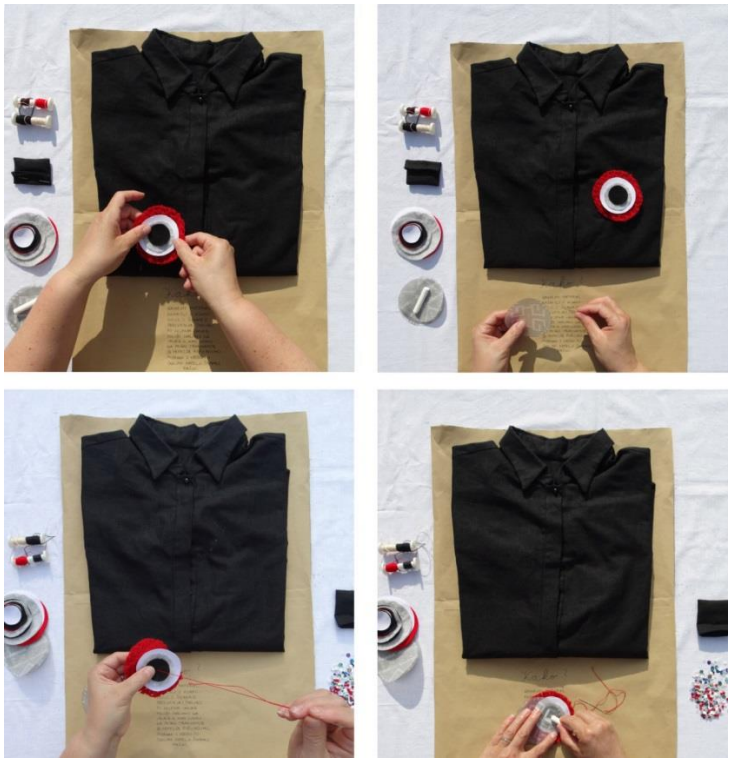
Slika 21: Paket



Slika 22: Material v paketu



Slika 23: Koraki od 1 do 4



Slika 24: Koraki od 5 do 8



Slika 25: Koraki od 9 do 12



Slika 26: Detajl ročnega dela

6 ZAKLJUČEK

Diplomsko delo mi je predstavljalo celovit proces, homogeno je rastlo z mojimi delovnimi in življenjskimi izkušnjami. Skozi spoznavanje masovne produkcije, družbenih gibanj in iskanj lastne identitete sem razvila izdelek, ki je zaznamoval moje nadaljnje delo. Poglobila sem razmišljanja o prispevku in filozofiji, ki ju želim posredovati ljudem skozi svoje delo. Predvsem sem skozi diplomsko delo pokazala svoj oblikovalski pristop, ki ima temelje v teoriji in raziskovanju širšega problema oziroma ozadja nastanka izdelka. Masovno produkcijo tekstilnih izdelkov zaradi hitre mode je treba omejiti. Sodobno tekstilno oblikovanje mora postati trajnostno. Praktični izdelek odseva moj osebni oblikovalski izraz, ki združuje družbeno odgovornost in aktivno sodelovanje ter soustvarjanje v svetu, v katerem živimo.

7 VIRI

2+3D. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://www.2plus3d.pl/artykuly/issey-miyake

3muhe: Pravična trgovina: Fair trade. Pridobljeno dne 16. julija 2015. http://www.3muhe.si/index.php

Almira Sadar About this blog. Pridobljeno dne 1. julija 2015. http://blog.almirasadar.com/about/

»Artisanal« Collections autumn-winter. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://maisonmargiela.tumblr.com/collections

Asos. Pridobljeno dne 28. julija 2015. http://www.asos.com/Hamnett/Hamnett-Slogan-T-Shirt-Save-The-Future-Exclusive-To-ASOS/Prod/pgeproduct.aspx?iid=4924426&cid=20265&sh=0&pge=0&pgesize=36&sort=-1&clr=White&totalstyles=10&gridsize=3

DIY Lace Layering Skirt. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://honestlywtf.com/diy/diy-lace-layering-skirt/

DIY Lace Layering Skirt. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://honestlywtf.com/diy/diy-lace-layering-skirt/

Facebook Shirting. Pridobljeno dne 3. avgusta 2015. https://www.facebook.com/shirting01/photos/a.838479196183488.1073741828.837054859659255/1004020782962661/?type=1&theater

Fensišmensi. Pridobljeno dne 3. avgusta 2015. http://www.fensismensi.com/2013/11/22/oblikujmo-z-almiro-sadar-knjiga/

From Somewhere: About us. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://www.upcyclista.org/new-collection-upcycling-pioneers-somewhere/

Grobelnik, Slobodan. »Delovna terapija.« Obzornik zdravstvene nege 2 (1968) 2: 79-81. Pridobljeno dne 29. junija 2015.

http://www.obzornikzdravstvenenege.si/Celoten_clanek.aspx?ID=e049dd48-9380-41b8-a0a7-49557bb033ba

Gwilt, Alison in Timo Rissanen. Shaping sustainable fashion: Changing the way we make and use clothes. London, Earthscan, 2011.

Haute couture: Members of the Chambre Syndicale de la Haute Couture. Pridobljeno dne 1. junija 2015. https://en.wikipedia.org/wiki/Haute_couture#Members_of_the_Chambre_Syndicale_de_la_Haute_Couture

Highsnobiety. Adidas x Tom Dixon Spring/Summer 2014 "The Capsule" Collection. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://www.highsnobiety.com/2013/12/19/adidas-x-tom-dixon-ss14-the-capsule-collection/

Honsetly WTF. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://honestlywtf.com/

Hung, Shu in Joseph Magliaro. By hand, The use of craft in contemporary art. New York, Princeton Architectural Press, 2007.

"Kobejagi čilim": slovensko-bosansko sodelovanje obuja staro obrt. Sodobni vzorci za nove generacije. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://www.rtvslo.si/zabava/lepota-bivanja/kobejagi-cilim-slovensko-bosansko-sodelovanje-obuja-staro-obrt/366699

Kobeiagi Kilims; Reframing traditional hand woven rugs. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://www.kobeiagikilims.com/#news

Letout: About us. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://www.letout.si/about/

Letout Welcome to our Home. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://www.letout.si/stories/welcome-to-our-home/

Miyake Design Studio: Main lines. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://mds.isseymiyake.com/mds/en/collection/

Nadišič, Teo. »Trajnost…« Modna (2014) 1: 55-61.

New collection from upcycling pioneers »from somewhere«. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://www.upcyclista.org/new-collection-upcycling-pioneers-somewhere/

Niklsbacher-Berger, Neli. Narodne vezenine na slovenskem. Ljubljana, Centralni zavod za napredek gospodinjstva, 1967.

Oloop. Pridobljeno dne 16. junija 2015. http://www.oloopdesign.com/

Paul Malina skoraj sešito… Veliki "O" / The "Much Ado About". Pridobljeno dne 16. junija 2015. https://paulmalina.wordpress.com/about/

Peršuh, Nataša. »Trajnostni pristopi v sodobnem oblikovanju – proces.« Tekstilec 57 (2014) 1: 62-66.

Sadar, Almira. O modi. Izbrana poglavja o sodobni modi. Univerza v Ljubljani, Naravoslovnotehniška fakulteta, Oddelek za tekstilstvo, 2011.

Sadar, Almira. »Trajnostna moda.« Tekstilec 57 (2014) 1: 67-71.

Shirting. Pridobljeno dne 2. junija 2015. http://www.shirting.si/

Sewing for beginners - our very first workshop! Pridobljeno dne 18. julija 2015. https://www.facebook.com/thesewingcafe/photos/a.152471561487890.36068.140204386047941/152471701487876/?type=3&theater

Slovenia coworking. Pridobljeno dne 3. avgusta 2015. http://coworking.si/anselma-in-paul-malina/

Snell, Marylin Berlin. Fashion Statement; Katharine Hamnett is making green the new black. V Sierra Magazine, Explore, Enjoy and Protect the Planet, 2015. Pridobljeno 28. julija 2015. http://blog.katharinehamnett.com/2015/02/flash-back-2005-fashion-statement-katharine-hamnett-is-making-green-the-new-black/

Style.com: Fashion show finder; Maison Margiela Spring 2014 Couture. Pridobljeno dne 18. julija 2015. http://www.style.com/fashion-shows/spring-2014-couture/maison-martin-margiela

Razkrite roke 2. Pridobljeno dne 28. julija 2015. http://www.razkriteroke.si/o-projektu/

The everygirl; How to Create a Capsule Wardrobe (And why it will change your life). Pridobljeno dne 16. junija 2015. http://theeverygirl.com/how-to-create-a-capsule-wardrobe

The sewing cafe; the social sewing emporium. Pridobljeno dne 15. aprila 2015. http://thesewingcafe.co.uk/

Troy, Virginia Gardner. The modernist Textile: Europe and America, 1890-1940. Aldershot in Burlington, Lund Humphries, 2006.

Unfancy; category archives: capsule wardrobe 101. Pridobljeno dne 16. junija 2015. http://www.un-fancy.com/category/capsule-wardrobe-101/

Vinder Ferkov, Katarina. »Krvave sledi na modni brvi.« NeDelo XXI (2015) 23: 11

World fair trade organization. About us. Pridobljeno dne 16. julija 2015. http://wfto.com/about-us

Žurga, Zala in Petra Forte Tavčer. »Zeleno potrošništvo in in upoštevanje ekoloških oznak pri nakupu oblačil.« Tekstilec 56 (2013) 2: 100-110.

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici doc. Jani Mršnik za usmerjanje in strokovno pomoč pri pisanju diplomske naloge.

Zahvaljujem se tudi svojim staršem za podporo skozi študij.