

Primjena i demonstracija reciklaže odjevnih predmeta

Dodig, Jelena

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:768377>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

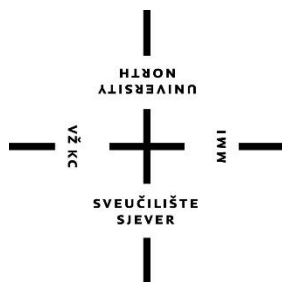
Download date / Datum preuzimanja: **2024-05-10**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



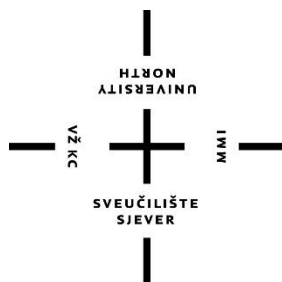


Sveučilište Sjever

Završni rad br. 198/MED/2023

Primjena i demonstracija reciklaže odjevnih predmeta

Jelena Dodig, 3617/336



Sveučilište Sjever

Odjel za Medijski dizajn

Završni rad br. 198/MED/2023

Primjena i demonstracija reciklaže odjevnih predmeta

Student

3617/336

Jelena Dodig

Mentor

doc. art. Luka Borčić

Koprivnica, rujan 2023. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za umjetničke studije

STUDIJ preddiplomski sveučilišni studij Medijski dizajn

PRISTUPNIK Jelena Dodig

MATIČNI BROJ 3617/336

DATUM 10.7.2023.

KOLEGIJ Vizualna komunikacija

NASLOV RADA Primjena i demonstracija reciklaže odjevnih predmeta

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Application and demonstration of clothing upcycling

MENTOR Luka Borčić

ZVANJE doc. art.

ČLANOVI POVJERENSTVA

Doc. art. dr. sc. Mario Periša, predsjednik povjerenstva

1. izv. prof. art. Iva Matija Bitanga, član

2. doc. art. Luka Borčić, mentor

3. doc. art. Andro Giunio, zamjenski član

5.

Zadatak završnog rada

BROJ 198/MED/2023

OPIS

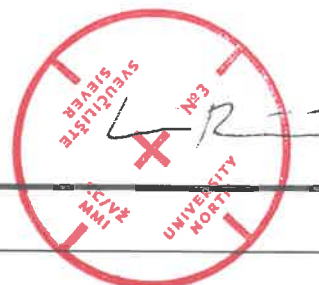
Svrha rada je educirati i potaknuti na utjecaj mode i tkanine na okoliš. Cilj dizajna i proizvodnje odjevnih predmeta je uvesti primjenu potrošnje s fokusom na uvažavanje vještina, zanata, vremena i razmatranja utjecaja na okoliš. Osvijestiti na slow fashion pokret i upcycling modu te dokazati jednostavnost i lakoću primjene šivanja i recikliranja.

U radu je potrebno:

- analizirati povijest mode,
- istražiti problematiku i utjecaj mode na okoliš,
- dokumentirati izradu odjevnih predmeta za svrhu edukacije,
- ostvariti vizualni rad koji će pridonijeti edukaciji.

ZADATAK URUČEN , 4.9.2023.

POTPIS MENTORA



Predgovor

Studij medijskog dizajna nije bio ništa manje od kvalitetnog, stečenog iskustva te uvid u vlastito otkrivanje novih zanimacija unutar zvanja. Odabir studija je došao iz razloga ne znajući koji će biti sljedeći korak unutar osobnog interesa i budućeg zanimanja. Kroz završni rad kombinirane su tehnike i vještine stečene kroz godine odrastanja i učenja različitih vrsta umjetnosti čiji sklop uvijek daje slobodniju te osobnu razigranost u kombiniranju. Projekti suradnje, stvaranje ideja i konstruktivne povratne informacije bili su ključni izradi projekata kao mladom dizajneru. Inspirativno je biti okružen pojedincima koji su jednako predani pomicanju granica kreativnosti i tehnologije. Zahvaljujem se svim profesorima na suradnji kroz godine studiranja te posebno svojem mentoru profesoru Luki Borčiću na podršci i mogućnosti sastavljanja završnog rada.

Sažetak

Cilj ovog rada bio je dobiti uvid u razmišljanja i edukaciju unutar modne industrije na temu upcyclinga. Upcycling je proizvodnja od već gotovih proizvoda, komponenti ili materijala koji su došli do kraja svog vijeka trajanja i čija je kvaliteta i vrijednost viša od one izvornog elementa. Proces omogućuje dulje trajanje proizvoda, smanjujući ukupnu potrebu za novoprodučenim sirovinama i proizvodima, kao i ukupnu potrošnju resursa i energije. Korištenjem upcyclinga u većem opsegu, industrija bi mogla značajno smanjiti utjecaj na okoliš smanjenjem emisija iz proizvodnje i transporta novih proizvoda i materijala. S obzirom na te teoretske prednosti, upcycling je posljednjih godina dobio više priznanja kao održiva alternativa konvencionalnoj proizvodnji.

Ključne riječi: upcycling, modna industrija, fast fashion, šivanje, brošura

Summary

The goal of this paper was to gain insight into the thought process and education aspect within the modern industry on the subject of upcycling. Upcycling is the production of already finished products, components or materials that have reached the end of their useful life and whose quality and value is higher from ones original element. The process enables a longer product life, reducing the overall need for newly produced raw materials and products, as well as the overall consumption of resources and energy. By using upcycling on a larger scale, the industry could significantly reduce its impact on the environment by reducing emissions from the production and transportation of new products and materials. Given these theoretical advantages, upcycling has gained more recognition in recent years as a sustainable alternative to conventional production.

Key words: upcycling, fashion industry, fast fashion, sewing, brochure

Sadržaj

1.	Uvod.....	9
2.	Modna industrija	10
2.1.	Povijest mode	10
2.2.	Povijest modne industrije	11
2.3.	Problematika modne industrije.....	13
3.	Reciklaža odjeće i upcycling	14
3.1.	Povijest upcycling odjeće.....	15
3.2.	Upcycling dizajneri	17
3.2.1.	<i>Chopova Lowena</i>	17
3.2.2.	<i>The New Denim Project</i>	18
3.2.3.	<i>The Alt Tex</i>	19
3.2.4.	<i>Neha Neha</i>	20
4.	Kako mlađe generacije konzumiraju modu	21
5.	Praktični dio – autorski rad	22
5.1.	Ideja	22
5.2.	Sakupljanje materijala	23
5.3.	Stvaranje odjevnih predmeta	24
5.4.	Dokumentiranje rada	25
5.5.	Izrada knjižice	26
6.	Zaključak.....	29
7.	Literatura.....	30

1. Uvod

U današnjem brzom i potrošački vođenom svijetu, modna je industrija doživjela duboku transformaciju. Uspon brze mode revolucionirao je način na koji konzumiramo odjeću, nudeći konstantan niz popularnih odjevnih predmeta po pristupačnim cijenama. Utjecaj tekstilnog otpada na okoliš, prekomjerna proizvodnja i iskorištavanje radne snage u nekim dijelovima svijeta čine modu jednu od najštetnijih industrija u svijetu.

Ovaj rad zadire u dinamično raskrižje upcyclinga i brze mode, ispitujući kako inovativni dizajneri, obrtnici i potrošači ponovno zamišljaju budućnost mode. Otkrit ćemo motive koji stoje iza ovog pokreta, metode korištene da se starim odjevnim predmetima udahne novi život i izvanredne priče pojedinaca i robnih marki koji vode borbu prema održivijoj i svjesnijoj modnoj industriji. Kroz stvaranje vlastite modne kolekcije ukomponirana je edukativna knjižica kojom je obrazovanje ljudi o upcyclingu imperativ u novoj eri povećane ekološke svijesti. Ono oprema pojedince znanjem i vještinama kako bi doprinijeli ekološki prihvatljivijem svijetu dok istodobno potiče duh inovativnosti i kreativnosti. Otkriti ćemo kako nas obrazovanje o recikliranju osnažuje da ponovno zamislimo otpad kao resurs, smanjimo svoj ugljični otisak i utremo put prema održivijoj, skladnijoj budućnosti za sebe i generacije koje dolaze.

2. Modna industrija

Modna industrija je globalno poduzeće vrijedno milijarde dolara koje se bavi proizvodnjom i prodajom odjeće. Neki razlikuju modnu industriju koja proizvodi „haute couture” i industriju odjeće koja proizvodi običnu odjeću ili „masovnu modu“, ali do 1970-ih granice između njih su se zamaglile. Modu je najbolje jednostavno definirati kao stil ili stilove odjeće i modnih dodataka koje nosi grupa ljudi u određeno vrijeme. Postojeće razlike između skupe dizajnerske mode prikazane su na modnim pistama u Parizu ili New Yorku te masovno proizvedene sportske odjeće i ulične mode koja se prodaje u trgovačkim centrima u cijelom svijetu. Modna industrija, međutim, obuhvaća proizvodnju, dizajn, distribuciju, marketing, oglašavanje te promociju raznih verzija odjeće, sve od rijetke i skupe visoke mode do standardnih, svakodnevnih odjevnih predmeta. Pojam modne industrije se ponekad klasificira pod raznim industrijama te uslugama koje zapošljavaju milijune ljudi diljem svijeta. Funkcionalnost odjeće jedna je od osnovnih potreba čovječanstva u kojem moda uključuje vlastite predrasude o stilu, kulturnoj evoluciji te individualnom ukusu. [1,2,3]

2.1. Povijest mode

Modni dizajn može se pratiti od starog Rima i Egipta. Odijevanje i stil bili su signali statusa u tim društvima. Bogati ljudi nosili su skupu, modernu i svijetlu odjeću, dok su oni u siromaštvu nosili neutralne nijanse i jeftinu, praktičnu odjeću. Rimljani i Egipćani su se jako zanimali za svoj izgled i trošili su mnogo truda i novca na modu i stil. Nošenje određene vrste odjeće odavalo je status, bogatstvo i zanimanje. Međutim, budući da bi siromašni sami šivali svoju odjeću, ona bi morala biti za korištenje u praktičnom okruženju, kao što je rad, a ne za slobodno vrijeme. Žene su nosile skromne duge haljine diljem ranog Rimskog Carstva, a muškarci su nosili toge. Kroz povijest središte mode u Europi se mijenjalo ovisno o popularnosti i moći vladara, dok ostatak svijeta je također imao vlastito središte mode unutar svojih kultura fokusiranih na vladarima. Sa sigurnošću se može reći da se moda oduvijek razvijala zbog poznatih ljudi unutar zajednice nego svakodnevnog puka čija se odjeća fokusirala na svakodnevni pothvat. [1,2,4]

2.2. Povijest modne industrije

Ono što definira modnu industriju uglavnom se temelji na funkcijama pojedinaca koji čine dizajneri, trgovina, tvornički radnici, krojači, tehnički vješti šivači, novinari, publicisti, prodavači, modeli na modnim pistama, couture modeli, proizvođači tekstila, izrađivači uzoraka te završno umjetnici skica. Najjednostavnije rečeno, modna industrija bi se mogla opisati kao posao i zanat izrade odjeće, no to bi izostavilo bitno odstupanje između mode i odjeće. Moderna industrija, utemeljena na tvrtkama ili modnim kućama koje vode pojedinačni dizajneri, započela je u 19. stoljeću s Charlesom Frederickom Worthom koji je, počevši od 1858. bio prvi dizajner koji je svoju etiketu ušivao u odjevne predmete koje je kreirao. [5]



Slika 1 Naslovnica Harper's Bazar C.F. Worth dizajna

Nadolazeće godine su postepeno postojale začeci same industrije te metode prodaje i izrade su se podigli na drugu razinu mode. Nakon Prvog svjetskog rata dolazi do radikalne promjene u modi. Iako su u početku mnogi modni dizajneri oklijevali prihvatiti novi androgeni stil, prihvatili su ga svim srcem od oko 1925. Pojava novih silueta bez prsa i struka te agresivno odijevanje ublaženo boama od perja, vezom i upadljivim dodacima. Rječnik mode je dobivao nove nazive i nadimke za stilove i odjeću, popularnost dizajna i poznavanje dizajnera kao Jean Patoua i Coco Chanel te mnogih nakon njih započinju žudnju za skupim proizvodima koji prezentiraju popularnu modu nastalu po njihovim pravilima. [5]



Slika 2 Jean Patou fotografiran sa modelima

2.3. Problematika modne industrije

Opširnost i količina problematike modne industrije je beskonačna. Masovna proizvodnja odjeće započela je otprilike sredinom devetnaestog stoljeća, kada su neki proizvođači počeli proizvoditi odjevne predmete koji nisu zahtijevali krojenje, ali moda nije postala u cijelosti industrija u institucionalnom smislu riječi sve do dvadesetog stoljeća, kada su se mreže krojača iz susjedstva razvili u proizvodna poduzeća, tvornice su rasle iz nužde tijekom svjetskih ratova, a društvene i kulturne promjene koje su uslijedile označile su početke manje restriktivnih i jednostranih pravila odijevanja.

Brzi prijelaz s odjeće po narudžbi na gotovu tijekom industrijske revolucije potaknut je rastom srednje klase i velikim porastom strane radne snage imigranata koji su svoje krojačke vještine donijeli iz Europe. Veza s imigrantima i uvjeti prenapučenosti općenito povezani s industrijom doveli su do ograničenja koja su brzo pogurala proizvodnju.

Radni uvjeti su se pogoršali jer su proizvođači iskorištavali sve veći broj useljenika, što je utjecalo na porast broja radnika u tvornicama, kao i na sindikalno udruživanje radnika. Industrija je eksponencijalno rasla, odjeća je bila treća najveća u Americi, nakon čelika i nafte.

Izazovi održivosti okoliša modne industrije su zastrašujući te pridonosi oko 10% globalnih emisija stakleničkih plinova, prema studiju europske vlade.

Proizvodnja odjeće otprilike se udvostručila od 2000. do 2020., a ljudi su u 2014. kupili 60% više odjeće nego na početku tisućljeća, pokazuju podaci Svjetskog ekonomskog foruma. Predvidljivo, ovaj skok u proizvodnji doveo je do znatnog povećanja otpada, 85% svih tekstila završi na smetlištu. Mnoge sintetičke tkanine, poput poliestera i najlona, ostanu potpuno nerazgrađene i nije ih lako reciklirati. Tijekom razgradnje neke tkanine oslobađaju mikro plastiku i ispuštaju štetne plinove. Također pranje odjeće od sintetičkog materijala izbacuje pola milijuna tona mikrovlakana u oceane svake godine.

Osim toga, brza modna praksa potaknula je jeftine i brze proizvodnje odjeće, robne marke koriste jeftini sintetički materijal koji nije biorazgradivi, kao i rad u pogonskim radionicama. S obzirom da je uzgajivačima pamuka potrebno do 10.000 litara vode za uzgoj tkanine potrebne za izradu jednog para traperica. Kupci sve više žele potrošiti svoj novac s modnim kućama i trgovcima koji su predani održivoj poslovnoj praksi. Više nije dovoljno izraziti podršku održivosti ili smanjiti rasipnu ambalažu. Potrošači traže jamstvo da roba koju kupuju nije proizvedena korištenjem izrabljivanog ili robovskog rada, da je proizvedena odgovorno i iz lokalnog porijekla kada je to moguće. [6]

3. Reciklaža odjeće i upcycling

Razlika nije samo semantička, već se odnosi na dvije vrlo različite vrste praksi. Recikliranje uzima otpadni materijal i vraća ga u izvorno stanje; dok upcycling pretvara otpadni materijal u novi proizvod, poboljšavajući ga ekonomski ili estetski. Ideja upcyclinga stara je koliko i čovječanstvo, no koncept ima zanimljivu povijest kroz 20. stoljeće, sastavljenu od različitih doprinosa koji se svi spajaju u istoj filozofiji.

Prvo spominjanje pojma upcycling nalazi se u članku iz 1994. u časopisu za arhitekturu i antikvitete *Salvo*, u intervjuu sa inženjerom strojarstva Reinerom Pilzom koji objašnjava kako recikliranje naziva „down-cycling“ te ono što nam treba je up-cycling, zahvaljujući koji stari proizvodi dobivaju veću, a ne manju vrijednost.

Posljednjih godina, uz sve veću zabrinutost koja proizlazi iz napretka klimatskih promjena, modna je industrija počela provoditi sve opsežnije mjere za smanjenje svog otiska na planetu i implementaciju novih, održivijih modela proizvodnje. Poticaj je krenuo ne samo od vrha korporacija, već i od javnosti koja je, tijekom buma „uradi sam“ koji se dogodio tijekom karantene, populariziralo kreativne tehnike ponovne upotrebe i upcycling-a koje su se širile društvenim mrežama poput Instagrama i TikToka. [7,8,9]



Slika 3 Arielle Sidney, TikTok influencer; prikaz upcyclinga vreće

3.1. Povijest upcycling odjeće

Povijest upcyclinga može se pratiti unatrag do ranih ljudi, gdje je ponovna upotreba upcycling materijala i proizvoda jednostavno bila dio svakodnevnog života. Međutim, upcycling u modi nije samo nešto što su ljudi koristili iz praktičnih razloga, postoje dokazi da je postojao i u luksuzu. Zapravo, navika klijenata visoke mode iz devetnaestog stoljeća bila je transformirati i ponovno koristiti materijale svoje skupe odjeće kako bi trajala desetljećima. Tijekom vladavine kraljice Viktorije, princeza Alexandra od Danske, kraljičina snaha, tražila je od engleske dizajnerice Elise Kreutzer da joj stalno mijenja namjenu vlastitih haljina, uključujući i vjenčanicu. Otac moderne mode, Frederick Worth još je jedna značajna modna ikona za koju se zna da je svoje stare kreacije preoblikovao u nove odjevne predmete.

Tijekom Drugog svjetskog rata, Britanci su prihvatili umjetnost prerade nakon objave omjera odjeće 1. lipnja 1941. Dostupne zalihe korištene su u proizvodnji ratnih uniformi jer je oko četvrtine britanskog stanovništva bilo uključeno u ratne napore. U isto vrijeme, pokrenuta je kampanja „Uradi i popravi“ kako bi se potaknulo građane da zalihe odjeće traju dulje. Žene kod kuće bile su prisiljene reciklirati samo kako bi mogle odjenuti svoju obitelj u vrijeme borbe. Savjeti su podijeljeni na kako učiniti da odjeća traje dulje, kako je prati, spriječiti oštećenja vunениh materijala od moljaca te kako čuvati cipele. [7,8,9]



Slika 4 Prikaz stranica "Uradi i napravi"

Ponovna popularnost projekta dolazi krajem 1980-ih i početkom 1990-ih kada se Ujedinjeno Kraljevstvo suočilo s velikom recesijom. Tinejdžeri, strastveno zaljubljeni u modu, iskazali su svoj identitet preradom, rekonstrukcijom i prilagođavanjem odjeće koju su nabavili iz dućana koji prodaju rabljenu robu. Britanski pankeri su možda prvi koji su prilagodili staru odjeću modernim ukusima, posebno traperice, transformirajući skromnu sigurnosnu iglu, koja se koristi za držanje različitih spojenih dijelova, u simbol pobune i anarhije.



Slika 5 Punk scena 1980-ih

Međutim, tek 1998. godine termin upcycling skovao je poduzetnik i ekonomist Gunter Pauli, izumitelj koncepta „plave ekonomije“, koji ga je prvi put upotrijebio u svojoj knjizi „Upsizing: The Road to Zero Emissions“. Izraz su 2002. oživjeli William McDonough i Michael Braungart u knjizi „Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things“, koja je napisana sojinom tintom na plastičnim stranicama što je omogućilo brisanje teksta i ponovno korištenje knjige za novi tekst. Upravo je tih godina u modi Maison Martin Margiela revolucionirao samu ideju visoke mode kolekcijama svog brenda Artisanal, čija se odjeća sastavljala od perjanica, bejzbolskih rukavica, čak i komada keramike.

Upcycling se također može vidjeti u japanskoj kulturi, gdje se prakticira Kintsugi, umjetnost popravljanja slomljene keramike popravljanjem slomljenih područja lakom posutim ili pomiješanim sa zlatom u prahu. Kao unutar amiške kulture, gdje se tradicionalni poplun stvara ponovnom primjenom spašene tkanine. [7,8,9]

3.2. Upcycling dizajneri

3.2.1. Chopova Lowena

Chopova Lowena suprotstavlja folklor i sportsku odjeću s koncentracijom na održivost i obrt. Njihov antropološki pristup dizajnu definiran je promatranjima i modernizacijom tradicionalnih tekstila, zanata i tehnika. Koristeći spoj između svjetova i tema, oni neprimjetno spajaju reference od bugarskog folkloru do penjanja po stijenama iz 1980-ih. Nastoje svojim dizajnom poštovati te reference, ali i stvoriti nešto potpuno hibridno. U ostvarenju svoje estetske vizije, prioritet im je održivost korištenjem recikliranih materijala i tekstila koji se ne koristi, često u obliku jastučnica i pregača. Njihova etička dogma prevodi se u njihovo zapošljavanje vještih ženskih obrtnica zaposlenih u Bugarskoj. Kroz kultiviranje zajednice krojačica u mogućnosti su stvoriti prilike za posao za žene koje strastveno pomlađuju kulturnu baštinu kroz očuvanje tradicionalnih tehnika. Cilj njihovog dizajna i proizvodnje prepoznatljivih odjevnih predmeta je uvesti sustav etičke potrošnje s fokusom na uvažavanje vještine, zanata, vremena i razmatranja utjecaja na okoliš. [10]



Slika 6 Chopova Lowena AW20

3.2.2. The New Denim Project

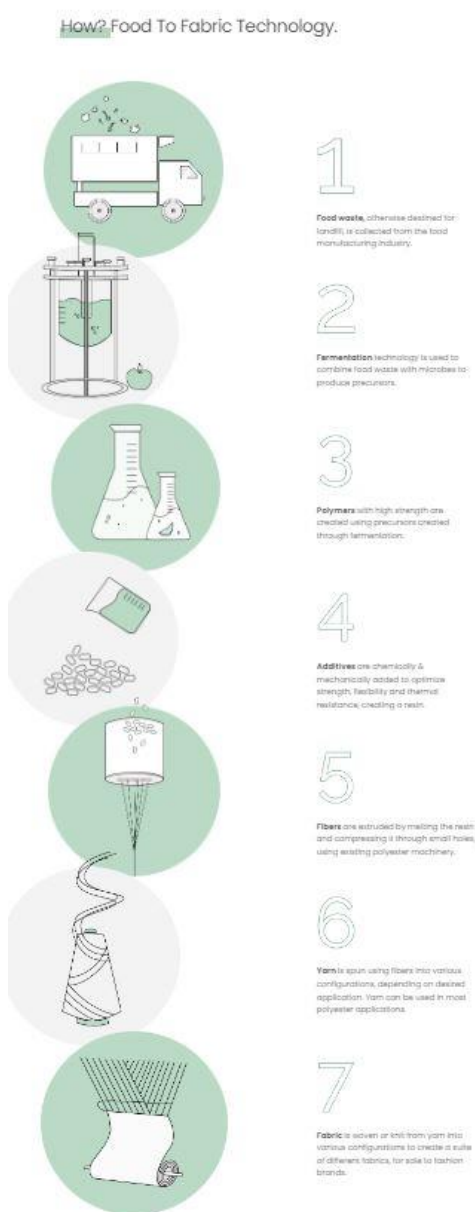
Tekstilna tvornica treće generacije, „The New Denim Project“ u obiteljskom je vlasništvu osnovana 1956. godine. Usredotočena je na prirodna vlakna i kružnu proizvodnju. Prepoznati po svojoj viziji od 360 stupnjeva i perspektivi onoga što se događa oko nas, u kombinaciji s desetljećima tradicije, inovacija, dizajna i proizvodnje tekstila. Specijalna otvorena pređa i tkanine. Sirovina dobivena od recikliranog pamuka i postindustrijskog tekstilnog otpada. Specijalizirani tkani tekstili uključuju mnoge tkanine kao što su keper, platno, traper, gaze, taft, flanele, karirane tkanine, tekstil za dom i kuhinju, presvlake i mnoge druge. [11]



Slika 7 New Denim Project radnici

3.2.3. The Alt Tex

„ALT TEX“ okupio se kao skupina znanstvenika i poduzetnika strastvenih oko modne industrije i umornih od njezine stagnacije. Vjeruju da su brze i radikalne inovacije jedini način da se prevlada samozadovoljstvo industrije, a za to koriste malu skupina inovatora izvana, koji će to učiniti. Tehnologija ALT TEX prva u svijetu te pretvara otpad od hrane u tkaninu koja donosi performanse sintetike, uz biorazgradivost prirodnih vlakana. Tehnologija koja je u postupku patentiranja uključuje se u postojeći sustav poliestera za visoko skalabilnu i ekonomičnu proizvodnju, omogućavajući zamjenu sintetike u velikom obujmu. [12]



Slika 8 ALT TEX proces izrade tkanine

3.2.4. Neha Neha

„Neha Neha“ je upcycling slow fashion brend među rijetkima u Hrvatskoj. Pokrenut s ciljem osvještavanja slow fashion pokreta i upcycling mode koji vodi uspješna mlada dizajnerica Nela Kliček te svojim radom pionirski nagovještava nove val u očuvanju okoliša kroz modu i sami pokret. Njezine modne kreacije temelje se na oslikanim „vintage“ komadima odjeće. Odmalena voli crtati pa time je odlučila na studij tekstilnog dizajna, dalje razvija svoju kreativnost i dobiva smjer u kreacijama. Njenim radom unutar Hrvatske koja ima dosta malu i nerazvijenu modnu industriju pridonosi potrebnu promjenu te ostali hrvatski dizajneri zbog okolnosti u svijetu pokreću kolekcije inspirirane upcycling projektom. [13]



Slika 9 Nela Kliček , foto - Sebastijan Kodba, Sanja Jagatić

4. Kako mlađe generacije konzumiraju modu

Modni brendovi i trgovci jačaju svoje opskrbe lance pronalaženjem novih proizvodnih lokacija i dobavljača za sirovine i gotovu robu. Njihov cilj jest diversificirati svoj pristup radu i materijalima i zadovoljiti odgovarajuće standarde održivosti. Modna industrija suočava se s promjenom ponašanja potrošača iz nekoliko razloga, generacija X i Z, čija je kupovna moć u porastu pridaju više pažnje ekološkoj održivosti i socijalnoj pravdi nego prethodne generacije. Potrošači kupuju online, vraćaju se sve češće i traže tehnologije poput virtualne stvarnosti kao potporu pri kupnji.

Kupci ne žele da im modni trgovci ili robne marke od kojih kupuju govore da idu na ekološki način ili koriste radnu snagu koja nije iskorištavana već žele da im se pokaže. To znači usvajanje komunikacije koje pružaju transparentnost u cijelom nizu transakcija modne industrije, uključujući proizvodnju, otpremu i prodaju robe.

Unatoč stalnoj želji za konzumacijom, generacija Z nekako je svoje želje usmjerila na održivije kupovne navike. Sve više mladih ljudi odlučuje kupovati na održiv način jer znaju da način na koji troše imaju značajan utjecaj na planet. [8,9]

5. Praktični dio – autorski rad

Završni rad se bavi problematikom utjecaja tkanine na okoliš, time se ovim radom prikazuje jednostavan postupak upcyclinga stare odjeće s nadom poticanja različitih generacija na razmišljanje te time korištenje različitih metoda upcyclinga unutar svakodnevnog života. Sami proces i ideja će se obrazložiti kroz završni rad te prikazati finalni razvitak ideje.

5.1. Ideja

Ovaj rad istražuje integraciju naprednog obrazovanja u formalna i neformalna okruženja za učenje, naglašavajući njegov potencijal za promicanje održivosti i njegovanje kreativnih vještina, rješavanja problema među prenapučenim korisnicima mode. Dok se globalna zajednica bori s rastućim ekološkim izazovima, potreba za inovativnim pristupima obrazovanju koji potiču odgovornu potrošnju i snalažljivost postaje sve očiglednija. Upcycling, praksa prenamjene, odbačeni materijal oblikuje u vrijedne proizvode, nudi jedinstveni obrazovni put za rješavanje ovih izazova. Istraživanjem utjecaja mode te povećanja konzumerizma, potrebna je izraziti pojedinačnosti utjecaja mode te što pridonosi odnosno potiskuje i oštećuje svijet. Pružanjem uvida kako upcycling može osnažiti pojedince da postanu odgovorni globalni građani. Objasniti jednostavnost postupaka korištenih metoda izrade i šivanja odjevnih predmeta, korisnik će dobiti poticaj na pozitivnu promjenu, usavršenu novu vještinu te osobni izraz stila.

Dobro dizajnirana brošura moćan je alat za prenošenje informacija i ostavljanje trajnog dojma na publiku. Izrada vlastite brošure je isplativ način prenošenja kratke i važne poruke. Modne brošure moćan su marketinški alat za marke odjeće, butike, dizajnere i modna događanja. Pružaju priliku za vizualno komuniciranje identiteta, stila i proizvoda robne marke dok privlače pažnju publike. Kombinacijom vlastitog dizajna odjeće finalna ideja se provukla kroz ne samo stvaranje kolekcije već često neviđenog prikaza izrade kolekcije ili odjevnog predmeta.

„ReDesign“ je inovativno obrazovna knjižica osmišljena kako bi revolucionirala način na koji korisnik uči o održivosti, kreativnosti i snalažljivosti kroz upcycling. Ovaj rad ima cilj osnažiti korisnika da postanu svjesni potrošači, kreativno rješavaju probleme te zagovaraju za održivu budućnost integracijom upcyclinga u svoje obrazovanje.

5.2. Sakupljanje materijala

Prvobitni postupak je bilo nalaženje odjevnih predmeta koji su uništeni ili se ne koriste. Pronalaženje starih odjevnih predmeta, bilo u starinskim trgovinama, dućanima rabljene robe, obiteljskom naslijeđu ili ne korištenom ormaru, može biti inspirativno iskustvo. Ovi artikli sa sobom nose priče, povijest i osjećaj nostalgije koji podjednako osvajaju modne entuzijaste i kolekcionare.

Kroz godine učenje i proučavanja znata izrade odjeće svaki dizajner ima sigurnu količinu neiskorištene tkanine te u osobnom slučaju nekolicinu neiskorištenih odjevnih predmeta za svrhe unaprijeđena samog proizvoda. Dobiveni materijal je bio sakupljen od članova obitelji te iskorišten radi same kvalitete materijala koji posjeduju, kao prije spomenuto, oni drže određenu kvalitetu tkanine ili zanimljivost kroja, tkanja ili boje.

5.3. Stvaranje odjevnih predmeta

Izazovni dio je bio stvaranje same kolekcije, koja subjektivno i prvobitno nije potrebna svidjeti se korisniku već prikazati unutar već obrađenog kroja postojeće mogućnosti modifikacije željne samome korisniku. Izlaganje vlastite estetike kroz promjenu starih majici, hlača ili potpuno stvaranje novog odjevnog predmeta od velike količine kravata. Nakon sakupljanja i odabira odjevnih predmeta, bitna odluka je bila stvoriti različite vrste odjevnih predmeta za opširnije te zanimljivije postupke izrade koji nisu uvijek vezani uz šivanje te se time postupno uvodi korisnika knjižice u podosta mukotrpan i zahtjevan zanat šivanja i krojenja.



Slika 10 Torba i košulja nastale za kolekciju

5.4. Dokumentiranje rada

Stvaranje kolekcije je bilo potrebno dokumentirati kroz razne fotografije samih odjevnih predmeta za jasno objašnjenje koraka unutar izrade. Također uz pomoć kolega su nastale fotografije sa modelom za ljepši prikaz tkanine na tijelu, kako se ponaša, pada i stoji strukturalno za vrijeme nošenja te također i modne fotografije za prikaz utjecaja nošenja novonastale odjeće. Korištenjem programa „adobe photoshop“ fotografije su prerađene za upotrebu unutar brošure. Uz potrebne fotografije se radio zapisnik za pojedini predmet sa koracima i potrebnim materijalima, alatima za izradu.



Slika 11 Upcycling košulja i hlače na modelu

5.5. Izrada knjižice

Dizajniranje brošure o šivanju uzbudljiv je pothvat koji omogućuje prikazati strast prema izradi, vještine šivanja i stručnost u jednom privlačnom paketu. Od početnika koji žele naučiti osnove do iskusnih šivača željnih svježih ideja, izrađene upute o šivanju može biti vrijedan resurs. Kroz pažljivo odabrane slike, detaljne upute i osobni kreativni potreba za stvaranje, brošura može nadahnuti, educirati i voditi entuzijaste šivanja na njihovim kreativnim putovanjima. Promoviranjem tečaja šivanja, dijeljenje savjeta i tehnike te prikaza vlastite kreacije, umjetnost šivanja oživljava korisnika da uđe i prihvati izazov u pozitivnoj izmjeni konzumiranja. Svaka brošura prezentira promjenu u odjevnom predmetu, te je time svaka posebna i strukturirana za biranje koje promjene korisnik želi isprobati.

Sve naslovnice imaju isti naslov „ReDesign“ kao poveznicu unutar modne kolekcije i međusobnih brošura koja čine sveukupnu seriju unutar završnoga rada. Naslovi unutar brošure su u komplementarnoj zelenoj sa magenta tekstom. Zelena boja je odabrana radi uske poveznice sa tematikom ekoloških nastrojenih projekata. Magenta tekst je korišten za opisivanje materijala i određenih postupaka u izradi odjevnog predmeta dok se kontrastna boja cijan odnosi na postupke šivanja.



Slika 12 Prikaz naslovnice

Fotografije su prerađene crno bijelom tehnikom radi jasnijeg prikaza postupka te su također korištene varijacije magenta i cijan linija i ploha na fotografijama koje označavaju korak unutar procesa rezanja, šivanja ili bušenja rupa. Svaka knjižica sadržava fotografije odjevnog predmeta, njegove izmjene te završnog rezultata sa dodatnim vokabularom radi lakšeg razumijevanja za početnike.



Slika 13 Prikaz dvolista knjižice

Na posljednjoj stranici brošure nadodan je u magenta linijama sa rečenicom za prošivanje svih međusobnih brošura kako bi učinile jedan veći skup svih knjižica te ujedno svih verzija upcyclinga odjeće. Time se stvara cijeli set uputa i kolekcije odjeće napravljene unutar rada.



Slika 14 Prikaz zadnje stranice



Slika 15 Mockup "ReDesign" knjižice



Slika 16 Mockup korištenja „ReDesign“ na mobitelu

6. Zaključak

Stvaranje modne kolekcije je izvanredan i višestruk pothvat koji uključuje kreativnost, predanost i duboko razumijevanje modne industrije. Tijekom ovog rada istražili smo ključne korake u razvoju odjevnih predmeta te istražili razloge za daljnje korištenje upcycling metode naspram kupnje. Nadalje, istaknuli smo važnost održivosti i etičkih praksi u modernom modnom dizajnu. Kako se industrija razvija, dizajneri imaju odgovornost razmotriti utjecaj svojih kreacija na okoliš i društvo, svjesno birajući materijale, proizvodne procese i poticanje promjene.

Stvaranje modne kolekcije nije samo proizvodnja odjeće; to je oblik osobnog izražavanja, odraz kulture i sredstvo prenošenja poruke ili priče. To je oblik umjetnosti koji ima moć utjecati, nadahnuti i oblikovati način na koji percipiramo i doživljavamo svijet. Ambiciozni dizajneri,iskusni profesionalci i modni entuzijasti jednako moraju prihvatiti kreativni proces, pomicati granice i ostati vjerni svojoj jedinstvenoj viziji. Moda je područje koje se stalno razvija, a oni koji joj pristupaju sa strašću, inovativnošću i predanošću pozitivnim promjenama nedvojbeno će ostaviti osobni trag na poticanje ostalih. Ovim radom sam otkrila još veću važnost u educiranju o tkanini kao zagađivaču okoliša te sa sigurnošću znati da su neki već započeli vlastito putovanje upcyclinga tkanine.

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Jelena Dodig (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Primjena i demonstracija računalne optike (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

J. Dodig
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Jelena Dodig (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Primjena i demonstracija računalne optike (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

J. Dodig
(vlastoručni potpis)

7. Literatura

Internet izvori:

[1] Britannica, URL:

<https://www.britannica.com/art/fashion-industry/Fashion-design-and-manufacturing>

(13.8.2023.)

[2] Sew guide, URL:

<https://sewguide.com/evolution-of-history-of-fashion/>

(13.8.2023.)

[3] Study, URL:

<https://study.com/academy/lesson/the-history-of-fashion-trends-design.html>

(13.8.2023.)

[4] Wikipedia History of fashion, URL:

https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_fashion_design

(13.8.2023.)

[5] Love to know, URL:

<https://www.lovetoknow.com/life/style/evolution-fashion-industry>

(13.8.2023.)

[6] Oracle, URL:

<https://www.oracle.com/retail/fashion/fashion-retail-challenges/>

(26.8.2023.)

[7] Revibe – upcycling, URL:

<https://www.revibe-upcycling.com/blog/fashion/the-evolution-and-history-of-upcycling>

(26.8.2023.)

[8] Nssmag, URL:

<https://www.nssmag.com/en/fashion/29431/upcycling-tommy>

(26.8.2023.)

[9] Alterist, URL:

<https://alterist.com/blog/editorial/the-history-of-upcycling>

(26.8.2023.)

[10] Chopova Lowena, URL:

<https://chopovalowena.com/>

(27.8.2023.)

[11] The New Denim Project, URL:

<https://www.thenewdenimproject.com/>

(27.8.2023.)

[12] Alt Tex, URL:

<https://thealttex.com/the-process/>

(27.8.2023.)

[13] Journal, URL:

<https://www.journal.hr/moda/allaboutchange-nela-klicek-upcycle-brend-neha-neha/>

(27.8.2023.)

Popis slika

Slika 1 Naslovnica Harper's Bazar C.F. Worth dizajna.....	11
Slika 2 Jean Patou fotografiran sa modelima	12
Slika 3 Arielle Sidney, TikTok influencer; prikaz upcyclinga vreće	14
Slika 4 Prikaz stranica "Uradi i napravi"	15
Slika 5 Punk scena 1980-ih	16
Slika 6 Chepova Lowena AW20	17
Slika 7 New Denim Project radnici	18
Slika 8 ALT TEX proces izrade tkanine	19
Slika 9 Nela Kliček , foto - Sebastijan Kodba, Sanja Jagatić	20
Slika 10 Torba i košulja nastale za kolekciju	24
Slika 11 Upcycling košulja i hlače na modelu	25
Slika 12 Prikaz naslovnice.....	26
Slika 13 Prikaz dvolista knjižice	27
Slika 14 Prikaz zadnje stranice	27
Slika 15 Mockup "ReDesign" knjižice	28
Slika 16 Mockup korištenja „ReDesign“ na mobitelu.....	28

1.0%

PlagScan by Turnitin Results of plagiarism analysis from 06/09/2023, 17:28

Primjena i demonstracija reciklaže .docx

Date: 06/09/2023, 17:26

★ All sources 3 ⓘ Internet sources 2 ⓘ

☒	[0]	www.journal.hr/moda/allaboutchange-nela-klicek-upcycle-brend-neha-neha/	8.6%	2 matches
☒	[1]	sr.wikipedia.org/sr-el/Vicropija_moge	8.4%	2 matches 1 documents with identical matches
☒	[3]	allevents.in/mobile/amp-event.php?event_id=200024201033546	8.0%	1 matches

34 pages, 4231 words

PlagLevel: 1.0% selected / 1.4% overall

5 matches from 4 sources, of which 4 are online sources.

Settings

Data policy: Compare with web sources, Check against organization repository, Check against the Plagiarism Prevention Pool

Sensitivity: Medium

Bibliography: Consider text

Citation detection: Reduce PlagLevel

Whitelist: --

