

УНИВЕРЗИТЕТ УМЕТНОСТИ У БЕОГРАДУ



ФАКУЛТЕТ ПРИМЕЊЕНИХ УМЕТНОСТИ

Соња Јоцић

**СКУЛПТУРАЛНА МУЛТИФУНКЦИОНАЛНОСТ:
ДОПРИНОС ОДРЖИВОСТИ У МОДИ – МОДНА КОЛЕКЦИЈА**

Докторски уметнички пројекат

Ментор:

Марко Лађушић, редовни професор

Београд, јун 2023.

UNIVERSITY OF ARTS IN BELGRADE



FACULTY OF APPLIED ARTS

Sonja Jocić

**SCULPTURAL MULTIFUNCTIONALITY: CONTRIBUTION TO
SUSTAINABILITY IN FASHION – FASHION COLLECTION**

Art Project for PhD Studies

Advisor:

Marko Lađušić, full professor

Belgrade, June 2023

Захвалница

Велику захвалност приликом израде доктората и реализације ревије дугујем: мом ментору Марку Лађушићу, мојим родитељима Љиљани и Драгану, мом брату Душану, мом партнеру Александру, Ненаду Радујевићу, целој организацији, сниматељима, фотографима и манекенима Belgrade Fashion Week-a, колегама и студентима на Одсеку Високе текстилне школе за дизајн, технологију и менаџмент при Академији техничко-уметничких струковних студија, Јелени Павловић, компанији Текстил Ужице и тиму, Николи Галићу, бренду Волво и тиму, Маријани Сувачаров, Даниели Палавестри и њеном тиму шминкера, професорима на Факултету примењених уметности, Зори Мојсиловић, Сенки Кљакић, Милошу Илићу, Светозару Рапајићу, Миланки Берберовић, Николи Дедићу, Јелени Ивановић и агенцији Јс Менаџмент, учесницима радионица редизајна одеће, мојим колегама на докторским студијама, као и фамилији и мојим пријатељима.

Садржај

АПСТРАКТ	I
ABSTRACT	II
УВОД	1
I ОПШТИ КОНТЕКСТ	3
Изазови	3
РЕСТРУКТУРИРАЊЕ	6
„ДОБАР“ ДИЗАЈН	8
СТРАТЕГИЈЕ	9
ПОТРОШАЧ	12
НОВА ЕСТЕТИКА	13
II ПСИХОЛОШКИ АСПЕКТ: ИДЕНТИТЕТ, ЖЕЉА И ИЗБОР	15
III „ZERO-WASTE“ ПРИНЦИП	30
КОНЦЕПТ „ZERO-WASTE“	30
СТРАТЕГИЈЕ КОНЦЕПТА „ZERO-WASTE“	33
МЕТОДА „МОЗАИКА“	33
МЕТОДА „СЛАГАЛИЦЕ“	35
МЕТОДА „УГРАЂЕНЕ СЛАГАЛИЦЕ“	36
МЕТОД „СЕЧЕЊА ЕЛИМИНИСАЊЕМ“	37
ИЗАЗОВИ КОД КОНЦЕПТА „ZERO-WASTE“	38
IV ИНСПИРАЦИЈА	41
ПОСТМОДЕРНИЗАМ И АНТИ-МОДА КАО ТЕМЕЉИ ОДРЖИВЕ МОДЕ	42
ОДРЖИВА ЈАПАНСКА ТРАДИЦИЈА И ЕСТЕТИКА	45
ОСЛОНАЦ НА ТРАДИЦИЈУ КОД ЈАПАНСКИХ ДИЗАЈНЕРА	53
ОДНОС ПРЕМА ОТПАДУ У ЈАПАЛУ	58
АКТИВИЗАМ И ОДРЖИВА МОДА	60
ВЕЗА ИЗМЕЂУ ВАЈАРСТВА И ДЕТИЊСТВА	61
СЛИКАРСТВО КОЈЕ БУДИ ЕМОЦИЈЕ	63
ВЕЗА ИЗМЕЂУ СКУЛПТУРЕ И ЕСТЕТИКЕ НЕСВЕСНОГ	66
ЕСТЕТИКА ПОСМАТРАЊА	72
V ПРОЦЕС РАДА	74
ИСТРАЖИВАЊЕ И АНАЛИЗА	74
КОНЦЕПТ И СИНТЕЗА	75
МЕТОДЕ И ТЕХНИКЕ	76

ШАБЛОНИ КОЈИ НЕ ПРОИЗВОДЕ ОТПАД	76
ПРИМЕНА ОРИГАМИЈА У ОДЕВАЊУ	77
МУЛТИФУНКЦИОНАЛНА СКУЛПТУРАЛНА ФОРМА	83
МОДНА ИЛУСТРАЦИЈА, ДРАПИРАЊЕ И ТЕХНИЧКИ ЦРТЕЖ	86
ОДАБИР ЕКОЛОШКИ ПРИХВАТЉИВИХ МАТЕРИЈАЛА	90
ОДАБИР БОЈА	92
РЕДИЗАЈН И ДЕКОНСТРУКЦИЈА ОДЕЋЕ	93
<i>Радионице деконструкције и редизајна одеће</i>	94
РУЧНИ РАД И АПЦИКЛАЖА ОТПАДАКА МАТЕРИЈАЛА	96
ВИЗУЕЛНИ ИДЕНТИТЕТ КОЛЕКЦИЈЕ И БРЕНДА	99
РЕДИЗАЈН ЛОГОТИПА	99
ДИЗАЈН И РЕАЛИЗАЦИЈА АМБАЛАЖЕ	101
ДИЗАЈН САЈТА БРЕНДА И МАТЕРИЈАЛА ЗА ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ	103
ДИЗАЈН АНИМАЦИЈЕ	107
ДИЗАЈН ЕТИКЕТА	108
ДИЗАЈН ВИЗИТ КАРТЕ	110

VI РЕАЛИЗАЦИЈА **112**

МОДНА КОЛЕКЦИЈА „ПУТ КА СВИТАЊУ”	112
КОЛЕКЦИЈА НАКИТА „ИГРАЛИШТЕ СКУЛПТУРА”	146
МОДНА РЕВИЈА И ПЕРФОРМАНС	156
ДРУШТВЕНО ОДГОВОРНИ ПРОЈЕКТИ	163
МУЛТИФУНКЦИОНАЛНА РЕАЛНОСТ МОДНОГ ЗАГРЉАЈА – КОНЦЕПТУАЛНО РЕШЕЊЕ У ЕКСТЕРИЈЕРУ	163
„УНУТРАШЊА СНАГА ЖЕНЕ ИЗ ЈАПАНА”	169
„КОЈИ ЈЕ ТВОЈ ПОГЛЕД НА СВЕТ?”	170
„UNISEX” МОДА	171
ОМАЖ ВИВИЈЕН ВЕСТВУД	172

VII ЗАКЉУЧАК **176**

VIII СПИСАК ЛИТЕРАТУРЕ **182**

IX СПИСАК ШТАМПАНИХ РАДОВА КОЈИ СУ ДЕО УМЕТНИЧКО-ИСТРАЖИВАЧКОГ ПРОЈЕКТА **191**

X ПРИЛОЗИ **192**

БИОГРАФИЈА **235**

ИЗЈАВЕ **237**

ИЗЈАВА О АУТОРСТВУ	237
ИЗЈАВА О ИСТОВЕТНОСТИ ШТАМПАНЕ И ЕЛЕКТРОНСКЕ ВЕРЗИЈЕ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ / ДОКТОРСКОГ УМЕТНИЧКОГ ПРОЈЕКТА	238
ИЗЈАВА О КОРИШЋЕЊУ	239

Апстракт

У овом раду се са аспекта модног дизајна истражује однос између актуелне глобалне кризе заштите животне средине, савремене визије одрживости у моди и креативног процеса реализације одевних предмета у модној индустрији. Од модне индустрије се очекује да промени начин на који се одевни предмети производе и дизајнирају, начин комуникације са потрошачима и начин на који се поступа са одевним предметима на крају употребног века производа. Поред свих уобичајених аспеката креативности, од модног дизајнера се данас, а посебно у будућности, очекује додатна врста креативности која треба да допринесе одрживом развоју, тражећи и развијајући нова креативно-експериментална дизајнерска решења. За постизање овог циља су дизајнеру на располагању различите стратегије. Дизајнер се данас издваја као кључни чинилац модне индустрије у процесу стварања производа који има естетску и употребну вредност на тржишту, али уз истовремено најмањи могући еколошки утицај на планету. Чак и пре појаве покрета одрживости у моди, поједини европски и јапански модни дизајнери су били активни у изналажењу нових креативних принципа. Кључни примери оваквих дизајнера су: Мартин Марђела, Вивијен Вествуд, Реј Кавакубо, Јоџи Јамамото и Исеј Мијаке. То су дизајнери који су створили потпуно нови, различит и лични стил у моди, као последицу изузетне естетске креативности. Својом генијалном креативношћу и померањем граница у модном дизајну и уметничком стваралаштву успели су да створе темеље за развој савремене одрживе моде. С обзиром да се међу креативно-експерименталним решењима која су на располагању модном дизајнеру као стратегија за одрживи модни дизајн посебно издваја креирање одеће без отпада тканине („zero-waste“), инспирација за овакво креативно-експериментално дизајнерско решење се може наћи у методама и техникама традиционалне јапанске вештине савијања папира – оригами, као и у традиционалном јапанском костиму – кимону. Увођење овог концепта у моду пружа прилику не само да се преобликује однос између тела и одеће, већ има потенцијал да креира дизајн одеће заснован на одрживости и новој универзалности у двадесет првом веку. Такође, пратећи приступ познатих дизајнера, може се видети да је за успех у одрживом модном дизајну потребно савладати основе традиционалних и понекад заборављених заната, што сигурно може довести до даљег напретка надоградњом сопствених идеја.

Кључне речи: одржива мода, савремено одевање, модни дизајн, нулти отпад, скулптуралне форме, мултифункционалност у одевању, јапанска естетика

Abstract

In this paper, from the aspect of fashion design is investigated the relationship between the current global crisis of environmental protection, the contemporary vision of sustainability in fashion and the creative process of realization of garments in the fashion industry. The fashion industry is expected to change the way garments are manufactured and designed, the way they communicate with consumers, and the way garments are handled at the end of the product's useful life. In addition to all the usual aspects of creativity, an additional type of creativity is expected from a fashion designer today, and especially in the future, which should contribute to sustainable development, searching for and developing new creative-experimental design solutions. Various strategies are available to the designer to achieve this goal. Today, the designer stands out as a key factor in the fashion industry in the process of creating products that have aesthetic and utility value on the market, but at the same time have the least possible environmental impact on the planet. Even before the emergence of the sustainability movement in fashion, some European and Japanese fashion designers were active in finding new creative principles. Key examples of such designers are: Martin Margiela, Vivienne Westwood, Ray Kawakubo, Yohji Yamamoto and Issei Miyake. These are designers who have created a completely new, different and personal style in fashion, as a result of exceptional aesthetic creativity. With their ingenious creativity and pushing the boundaries in fashion design and artistic creation, they succeeded in creating the foundations for the development of contemporary sustainable fashion. Given that among the creative-experimental solutions available to the fashion designer as a strategy for sustainable fashion design, the creation of clothing without fabric waste ("zero-waste") stands out, the inspiration for such a creative-experimental design solution can be found in the methods and techniques of the traditional Japanese art of paper folding - origami, as well as in the traditional Japanese costume - kimono. Introducing this concept into fashion provides an opportunity not only to reshape the relationship between the body and clothing, but has the potential to create clothing design based on sustainability and a new universality in the twenty-first century. Also, following the approach of famous designers, it can be seen that for success in sustainable fashion design, it is necessary to master the basics of traditional and sometimes forgotten crafts, which can certainly lead to further progress by upgrading one's own ideas.

Keywords: sustainable fashion, contemporary clothing, fashion design, zero-waste, sculptural forms, multifunctionality in clothing, Japanese aesthetics

Увод

Главна карактеристика савременог друштва је да тежи масовној производњи и потрошњи како би остварило не само своје функционалне, већ у све већој мери потребе психолошке природе ради личног задовољства. То је последица чињенице да је данас систем вредности људског ума проткан медијским смерницама наизглед идеалног живота, али нажалост на јави реалност изгледа далеко лошије него у искривљеној слици снова. Савремени идеални приказ „реалног” није рационалан, већ је производ једне фантазије која иде углавном у корист економског развоја, често запостављајући притом проблеме и негативан утицај који превелика потрошња и загађење имају на цео свет. Чест изговор појединца за игнорисање ових проблема огледа се у тврдњи да један потез не може да промени свет, већ да постоје веће силе које би требало да реагују. Ова теза је само делимично истинита, јер уколико сваки појединац у домену својих активности не промени своје поступке биће веома тешко исправити грешке на глобалном нивоу.

Због глобалних изазова у смислу заштите животне средине, данас постаје од суштинског значаја преиспитивање актуелних начина производње и дизајна текстила. Налазимо се у периоду у коме се, са циљем смањења и потпуног ограничења оптерећења животне средине, очекују драстичне промене у домену иновативних техничких решења. У складу са тиме се и у модној индустрији, односно са аспекта креативно-експерименталног процеса стварања одевних предмета, као неопходан услов данас поставља померање граница модног дизајна са циљем решавања проблема одрживости. То значи да се од модног дизајнера, поред свих уобичајених аспеката креативности већ сада, а нарочито у будућности, очекује и додатна врста креативности која треба да допринесе одрживом развоју.

У данашње време, када због глобалних изазова у смислу заштите животне средине одрживи развој постаје основни циљ човечанства, од суштинског је значаја преиспитивање актуелних начина производње и дизајна текстила и одеће. Одрживи развој захтева потпуно реструктурирање модне индустрије са циљем успостављања баланса између еколошког, друштвеног и економског аспекта ради остваривања концепта одрживе моде. У том процесу модни дизајнер игра значајну улогу, при чему му за остварење одрживог дизајна стоје на располагању различите стратегије.

Као резултат истраживања, у докторском уметничком пројекту примењене су нове креативно-експерименталне одрживе технике и имплементиране су иновативне методе у процесу дизајна и стварања одеће које пружају могућност промене креативних процеса ка одрживим. У покушају мењања савременог погледа на комерцијалну функцију одеће, понуђена су мултифункционална скулптурална решења модне колекције која налик арт терапији (креативној терапији) помажу психичкој стабилности, умањујући потребу за непотребном куповином или одбацивањем одеће.

Реализацијом модне колекције „Пут ка свитању“ се, кроз примере јединствених одрживих и креативних решења, уметничко-истраживачкој заједници представља овај докторски уметнички пројекат са циљем да се допринесе одрживој моди кроз иновативне идеје, методе и технике у домену савременог одевања вишеструке функционалности и скулптуралне естетике у области Примењене уметности и дизајна.

I Општи контекст

Изазови

Планета Земља је данас на изазовном задатку преживљавања услед велике количине отпада и загађења до којих је својим поступцима довело читаво човечанство. Примарне карактеристике савременог доба, које наравно утичу и на промене навика код људи, су: брз начин живота, развој нових технологија, расположива јефтина радна снага и глобално потрошачко друштво. Ту су и друштвене мреже, као незамењиви елемент савременог живота који је због енормно брзог развоја неоспорно довео до отуђености и егоизма међу људима, али је са друге стране омогућио изузетно брзу и једноставну комуникацију која олакшава ширење вести и уопште свих врста информација, па самим тиме доприноси незауставивом расту потрошње у свим сферама људске активности.

Један од појмова са којим се данас најчешће сусрећемо у савременом свету је „одрживи развој“. Иако постоји више познатих дефиниција овог појма, у смислу у коме се данас користи по први пут је поменут још 1987. године у извештају под називом „Наша заједничка будућност“ који је за Уједињене нације урадила тзв. Брундтландова комисија (United Nations, 1987). Та дефиниција гласи: „Одрживи развој је развој који тежи да задовољи потребе и циљеве садашњице без угрожавања могућности будућих генерација да задовоље властите потребе“. Исти извештај наглашава да је заштита животне средине срж концепта одрживог развоја и да сва пажња мора да буде усмерена ка узроцима проблема заштите животне средине, а не ка последицама. Последњих година је ова општа дефиниција модификована у смислу дефинисања три кључна елемента одрживог развоја: одрживост животне средине, друштвена одрживост и економска одрживост (UNSCC, n.d.). Савремено је виђење да је за решавање проблема одрживости неопходно да сва три елемента тј. подручја буду окарактерисана као одржива, а не само животна средина, те да одрживи развој претпоставља истовремено и равномерно напредовање у сва три подручја (Plić-Krstić et al., 2018).

Одрживи развој је и на нивоу глобалних институција данас препознат као основни циљ човечанства, па тако Организација Уједињених нација (ОУН) и Европска унија (ЕУ) виде период до 2030. године као „одлучујућу декаду“ за одрживи развој света. У складу са тиме трећа деценија 21. века је од стране ОУН проглашена такозваном „декадом за акцију“ (енгл. Decade of Action) (United Nations, n.d.), у оквиру Агенде 2030 (енгл. 2030

Agenda for Sustainable Development) (United Nations: Department of Economic and Social Affairs, 2015). Циљ Агенде 2030 је да се у оквиру 17 јасно дефинисаних циљева одрживог развоја (енгл. Sustainable Development Goals – SDG) координишу активности на глобалном, националном и локалном нивоу у критичним областима од значаја за човечанство и планету. За текстилну и модну индустрију је од посебног значаја SDG 12 који обухвата „одговорну потрошњу и производњу” и има за циљ да обезбеди „одрживе обрасце за потрошњу и производњу” (Gabriel & Delgado Luque, 2020).

Специфичност модне индустрије је у чињеници да је, због неопходности коришћења текстилних материјала, она неодвојиви део текстилне индустрије. Текстилна индустрија, као и све остале индустрије, троши драгоцене ресурсе – воду, енергију и фосилне ресурсе, па је под великим медијским притиском због података о драстичном оптерећењу животне средине на глобалном нивоу. Према подацима, који круже не само у медијима, већ су коришћени и од стране релевантних институција као што је Конференција Уједињених нација о трговини и развоју – УНКТАД, модна индустрија је високо рангирана као друга на листи највећих светских загађивача (UN News, 2019). Међутим, веродостојност коришћених података за овакву тврдњу, као и употреба саме тврдње у медијима и јавним иступањима је под великим знаком питања (Friedman, 2018), али то никако не умањује чињеницу да је утицај модне индустрије на животну средину изузетно велики, шта захтева хитну акцију на глобалном нивоу.

Са циљем координисања комплексних активности на глобалном нивоу, 2019. године је основана Алијанса Уједињених нација за одрживу моду, као заједничка платформа разних агенција ОУН које се баве питањима неопходних промена за остварење циља одрживе моде. Такође, чињеница да је активност за решавање овог проблема хитно потребна препозната је и од стране Европске комисије која је, у оквиру првог Акционог плана ка циркуларној економији¹ током 2022. године публиковала финалну верзију Стратегије Европске уније за одрживи текстил (European Commission, 2022). Овај докуменат јасно дефинише циљеве и временски оквир за акцију односно реструктурирање модне индустрије у смислу систематског приступа иновативности и одрживости у моди.

¹ European Commission. First Circular Economy Action Plan. <https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/first-circular-economy-action-plan.html>

Иако се данас пуно користи, сам концепт „циркуларне економије” још увек није једнозначно дефинисан (Kirchherr et al., 2017), али је јасно и нераскидиво везан за одрживи развој и као концепт доприноси истовремено свим димензијама одрживог развоја - економској, еколошкој и друштвеној (Korhonen et al., 2018). У Републици Србији је такође препозната, иако још увек не у довољној мери, неопходност примене принципа циркуларне економије у текстилним и модним производним организацијама (Denić et al., 2021).

Без обзира на то што постоје одређене контроверзе око нивоа утицаја модне индустрије на климатске промене, јасно је да у облику у коме тренутно егзистира модна индустрија представља потпуни контраст циркуларној економији. Савремена модна индустрија се заснива на процесу хиперпроизводње модних брендова, који негативно утиче на читав еко систем због великог утроска природних ресурса и стварања велике количине отпада (Porović Pješčić, 2014). Кратак век трајања производа и њихова ниска цена наводе потрошаче да стално купују нове производе, док ће стари завршити као отпад. Такође, потрошач углавном није свестан да се ниска цена производа повлачи директну везу са експлоатисањем недовољно плаћених радника у нехуманим радним условима.

Овакво стање у модној индустрији је последица свесног прихватања концепта „брзе моде” (енгл. fast fashion) који се може дефинисати као „бизнис модел по коме се потрошачу учестало нуде новитети у облику производа који су истовремено ниске цене и прате трендове” (Niinimäki et.al., 2020). То код потрошача ствара осећај да морају практично одмах да купе модни комад, пре него што изађе из тренда или не нестане са тржишта. Као резултат брзе моде модни брендови данас, у поређењу са периодом пре 2000. године, за који се сматра да се тада и појавио као феномен, производе двоструко већи број колекција (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Овакав пораст потрошње и ефикасности у производњи модних артикала су довели до наглог опадања цене одевних предмета, што има за последицу стварање велике количине текстилног отпада који се, у недостатку адекватне стратегије управљања отпадом, углавном спаљује, затрпава или извози у земље у развоју (Claudio, 2007). На Слици 1 су приказана брда коришћене и непродате одеће која се допрема у Чиле из САД, Азије и Европе. Мањи део ове одеће се рециклира у локалним фабрикама, док највећи део остаје заувек депонован у пустињи.



Слика 1: Поглед на одбачену коришћену одећу у пустињи Атакама, Чиле. Снимљено 26. септембра 2021.² Фотографија: ©Martin Bernetti/AFP/Getty Images

Као резултат потребе за дистанцирањем од бизнис модела „брзе моде“, појавио се појам супротног значења – „спора мода“ (енгл. *slow fashion*), који означава покрет са визијом одрживости у моди заснованој на вредностима и циљевима дијаметрално различитим од актуелних (Fletcher, 2010). Опште значење појма „спора мода“ се често погрешно схвата „буквално“ и врло поједностављено се поистовећује са „дуговечним“ производима, традиционалним техникама производње, „безвременским“ концептом дизајна и уопштено речено „занатским“ начином производње, занемарујући суштину самог концепта, а то је: стварање комерцијално прихватљивих решења која су прихватљива за савременог друштвено и еколошки свесног потрошача. Овај покрет, који је данас јако раширен али још увек не може бити једнозначно дефинисан, бави се препознавањем и развојем алтернативних решења за минимизовање негативних утицаја савремене „брзе моде“ уз истовремено обезбеђивање услова за даљи раст модног сектора, али сада са погодним утицајем на друштво и екосистем (Silva Solino et al., 2020).

Реструктурирање

С обзиром на глобалну раширеност „брзе моде“, као и на количине одевних комада који се произведу (и одбацују!), јасно је зашто модна индустрија данас представља битну

² Duong, T. (2021). Chile's Atacama Desert: Where Fast Fashion Goes to Die. *EcoWatch* (website) <https://www.ecowatch.com/chile-desert-fast-fashion-2655551898.html> (доступно: 08.02.2022.)

еколошку претњу. Да би се то превазишло, модној индустрији је неопходан потпуно нови бизнис модел дизајнирања, продаје и употребе одеће који мора да буде у складу са принципима циркуларне економије. Иако се у том смислу значајне активности одвијају тек у последњих неколико година, чињеница да постоји потреба за реструктурирањем модне индустрије ради побољшања одрживости није нова јер се ова проблематика интензивно разматра већ 15-20 година.

Од реструктуриране модне индустрије очекује се да се прилагоди принципима циркуларне економије тако што ће променити начин на који се одевни предмети производе и дизајнирају, начин комуникације са потрошачима и начин на који се поступа са одевним предметима на крају употребног века производа (Niinimäki, 2018). У складу са тим данас се све више користи и термин „циркуларна мода” који у суштини комбинује концепт циркуларне економије са концептом одрживе моде, задржавајући тако фокус на економском, еколошком и друштвеном аспекту (Brismar, 2017). С обзиром да је дизајн врло важан елемент моде, самим тим је и циркуларни дизајн важан елемент циркуларне моде. У општем смислу „циркуларни дизајн” подразумева дизајн којим се успоставља баланс између разних аспеката и захтева производа уз истовремено минимизовање употребе сировина и природних ресурса приликом процеса производње (Medkova & Fifield, 2016).

Поред појмова „одржива мода“ и „циркуларна мода“, данас су, нарочито у брендирању производа и маркетингу, опште присутни и појмови „еко-мода” (енгл. eco-friendly fashion) (Frfulanović-Šomodić & Savić, 2019) и „зелена мода” (енгл. green fashion) (Muthu & Gardetti, 2020). Они су за ширу јавност можда лакше разумљиви и прихватљиви, али ипак не одражавају у потпуности циљеве одрживог развоја јер као појам указују првенствено на еколошки аспект, донекле занемарајући друштвени и економски аспект одрживости. Наиме, сама рециклажа текстилног отпада и еколошки ефикаснија производња не решавају проблем одрживости јер се проблем прекомерне потрошње тиме не решава суштински тј. не утиче се на смањење количине модних одевних предмета у потрошњи.

Реструктурирање модне индустрије није једноставан и брз процес. Сама модна индустрија, заједно са текстилном индустријом, представља врло комплексан систем који чини огроман број појединаца који се баве разним активностима, од гајења или производње сировина, преко фаза предења, ткања, плетења, бојења, дораде, дизајна,

кројења и шивења, што све укључује и глобални транспорт материјала и производа, тако да је у оваквом систему потенцијал за прекомерну експлоатацију ресурса и људи јако велики. Јасно је да овакав систем не може да се одржи на дуже стазе и да мора да се мења. Да би дошло до позитивних промена, сви актери у ланцу стварања модног текстила морају да дају свој допринос са аспекта одрживости у моди, при чему се то нарочито односи на модне дизајнере.

Велики број поменутих институционализованих активности ОУН и ЕУ, са циљем остваривања концепта одрживе моде, практично поставља нове задатке за модног дизајнера који мора у складу са тиме да значајно мења своју улогу током блиске будућности, тражећи и развијајући нова креативно-експериментална дизајнерска решења. Дизајнер тако постаје кључни, иако не и једини, чинилац у процесу стварања производа који има естетску и употребну вредност на тржишту, али уз истовремено најмањи могући еколошки утицај на планету.

„Добар“ дизајн

Модна индустрија у потпуности одражава основне елементе креативне индустрије, посебно са аспекта неопходности уградње акумулираног знања, индивидуалних вештина и талента модног дизајнера у процес производње одевног предмета адекватних естетских и употребних својстава. Према томе, срж успеха модне индустрије је креативност дизајнера која треба да створи не само комерцијалну већ и значајну симболичку вредност на захтевном савременом тржишту.

Традиционално гледано, дизајнер је одговоран за истраживање, креативни концепт, илустрације, техничке цртеже, избор материјала, одабир боја и израду прототипа одевних предмета. У стваралачком процесу од нове естетике до комерцијалног производа, дизајнер такође мора да препозна, прати и угради актуелна симболичка сазнања из природе и друштвене средине. Савремени дизајнер мора да има и знатну медијску одговорност, мора да прати нове технологије и да буде способан да их користи. То је од посебног значаја данас када модни дизајнер мора, у оквиру своје палете креативних могућности, да тражи и одговоре на критичне изазове човечанства из домена одрживости, заштите животне средине, друштва и културе уопште.

Савремени „добар дизајн” мора обавезно да обухвата и одређени степен одрживости. У складу са тиме, улога модног дизајнера се драматично променила последњих година, па улога дизајнера у одрживој моди данас подразумева четири нивоа одговорности: друштвену, еколошку, економску и културну.

Сам традиционални процес модног дизајна се налази пред изазовом преиспитивања уобичајених активности модног дизајнера због неопходности познавања одрживих стратегија и њихове уградње у процес стварања одевног предмета. Кључ успеха савременог модног дизајна је позитиван приступ расположивим одрживим стратегијама, уз схватање да одрживе стратегије нису додатно оптерећење већ да дају могућност за иновацију самог дизајна и процеса производње (Gwilt, 2011).

У зависности од тога у ком се сектору модне индустрије одвија активност дизајнера, његова улога се донекле разликује. У општем случају, сам процес модног дизајна се може поделити на пет различитих фаза: истраживање и анализа (концепт); синтеза; одабир; производња; и дистрибуција (Sinha, 2002). Конкретне дужности и активности модног дизајнера у оквиру сваке од ових фаза зависе од величине модне компаније, при чему се са повећањем величине компаније пропорционално смањује ангажовање дизајнера у појединим фазама. Тако је код великих компанија улога дизајнера углавном ограничена само на прву фазу формирања концепта, док су остале фазе препуштене осталим секторима компаније. Међутим, код средњих и малих предузећа, дужности и активност дизајнера, иако се највише одвијају у фази истраживања и анализе, се пружају на све фазе процеса, тако да је и могућност утицаја модног дизајнера на позитивне промене изузетно велика. Према томе, јасно се види да, без обзира на величину модне компаније, дизајнер има централну улогу у процесу стварања модног предмета, а то је позиција са које он може директно да утиче на аспект одрживости путем примене одрживих стратегија.

Стратегије

Као основне одрживе стратегије које су на располагању модном дизајнеру за постизање одрживог производа, издвајају се: избор адекватних материјала и избегавање отпада материјала. Како је избор материјала основни елеменат естетике дизајна он истовремено игра и важну улогу у одрживом модном дизајну. Одржива стратегија модног дизајнера у овом смислу може да подразумева употребу еколошки прихватљивих текстилних

материјала, оних који су рециклирани, или који се могу лако рециклирати. Ова стратегија има своја значајна ограничења, првенствено због тога што је избор тзв. еколошки прихватљивих текстилних материјала врло ограничен у односу на конвенционалне материјале, тако да често није могуће постићи високе естетске захтеве. Такође, избором рециклираних материјала или оних који се лако рециклирају врши се уштеда на потрошњи нових материјала, али у суштини се не решава проблем природних ресурса због великог утrophка енергије за рециклирање. То је добар начин за управљање отпадом, али не и за његово смањење (Aakko & Koskennurmi-Sivonen, 2013).

У принципу, модна индустрија производи две врсте отпада за чије смањење или елиминисање у одрживом модном дизајну постоје различите могућности. Током процеса производње настаје отпад због остатка неискоришћеног материјала („отпад пре потрошње”; енгл. pre-consumer waste), а током експлоатације готовог одевног предмета настаје отпад који стварају потрошачи приликом одбацивања одевних предмета („отпад после потрошње”; енгл. post-consumer waste). Одржива стратегија коју може применити дизајнер ради смањења „отпада после потрошње” је прављење одевног предмета тако да он јако дуго траје приликом употребе (енгл. long-life guarantee). Наиме, ако произвођач понуди потрошачу производ који ће дуго времена бити употребљив и обезбедити код потрошача врхунско задовољство приликом употребе, на тај начин се сигурно „успорава” потрошња. Предуслов за то је коришћење материјала високог квалитета, као и квалитетна израда - конфекционирање. Са аспекта дизајна се, поред избора квалитетних материјала, одређеним побољшањима као што је „безвременски” или класичан дизајн и избор класичних боја, може постићи продужење активног употребног века одевног предмета. На тај начин се временски одлаже тренутак одбацивања одевног предмета и индиректно се утиче на уштеду природних ресурса јер се смањује количина одевних предмета који се у сваком тренутку налазе у употреби (Laitala et al., 2015).

Једна од могућности за продужење „века трајања” одевног предмета је увођење „ручног рада” у производњу (енгл. handcrafting; hand-made production). Увођење специфичних детаља доприноси индивидуалности одевног предмета и тако позитивно утиче на емоције, жеље и потребе потрошача стварајући код њега утисак да поседује нешто ексклузивно и временски неограничено, што се посебно чува и цени. У смислу одрживости ова стратегија може да допринесе дужем животном веку одевног предмета. Нажалост, у данашњој производњи модне индустрије која је намењена масовном

тржишту ова стратегија је само симболички примењива, али се може користити код средњих и малих предузећа.

Још једна стратегија за продужење животног века одевног предмета је обезбеђивање могућности поправке ако дође до оштећења приликом експлоатације или одржавања. Са аспекта одрживости, могућност поправке одевног предмета штеди природне ресурсе, а истовремено ствара и могућност за отварање нових радних места (McLaren & McLauchlan, 2015). Међутим, за овако нешто дизајнер и произвођач морају унапред да обезбеде и имају на располагању резервне делове одевног предмета, што је за масовну модну индустрију врло ограничено применљиво.

Обезбеђивање мултифункционалности такође знатно утиче на продужење животног века одеће. Мултифункционална одећа су сви одевни предмети који су дизајнирани тако да њихов изглед и функција могу лако да се мењају, било од стране самог корисника или путем специјализованих пружалаца ове услуге. Данас се са истим значењем све више користи и израз „преображујућа одећа” (енгл. transformable clothing) која се дефинише као: „одећа која нуди два или више функционалних и/или естетских алтернативних стилова кроз методе манипулације као што су: умотавање, спајање, ваљање, увијање, везивање, савијање или прикупљање” (Rahman & Gong, 2016). Посебан део преображујуће одеће је концепт модларне моде (енгл. modular fashion) који се заснива на одевним предметима који имају делове који се могу раздвајати и спајати по потреби тако да корисник може током времена сам лако да прилагоди одевни предмет променама својих потреба или променама у укусу. Ово је важно са аспекта одрживости јер се путем лаке промене изгледа и функције одевног предмета потреба потрошача за куповином нових одевних комада смањује, па се тако индиректно продужава животни век одевног предмета.

За разлику од поменутих решења којима се продужава животни век одевног предмета, стратегија за смањење потрошње ресурса која је примењива како код великих компанија, тако и код средњих и малих предузећа, је оптимизација употребе материјала у току процеса производње путем избегавања стварања отпада који настаје приликом израде кројних слика. На овај начин се знатно смањује „отпад пре потрошње” и на бази ове стратегије се данас заснива концепт познат под називом „zero-waste”.

Количина отпада који се ствара приликом кројења не може бити тачно процењена јер зависи од врсте одевног комада, самог дизајна одевног комада, ширине тканине или

плетенине, као и дизајна површине материјала (нпр. код штампаних материјала). Ипак, процене су да је ова количина отпада на нивоу 10-20% целокупног утрошка материјала, тако да се данас најчешће помиње износ од 15% (Hayes et al., 2012). Сама стратегија је данас прихваћена и проучавана од стране разних модних дизајнера, али се као зачетници и најпознатији заговараоци „zero-waste” концепта издвајају Тимо Рисанен (Rissanen, 2005) и Холи Мек Килан (McQuillan, 2011). Постоје различити приступи са циљем елиминисања отпатка материјала, али сви имају за циљ елиминисање међупростора између кројних слика приликом кројења. За то је потребно да су кројне слике специфично формиране, јер само тако могу да се уклопе на начин да се приликом кројења не ствара отпадак тканине.

Потрошач

За успешно постизање одрживости није довољна само активност дизајнера и произвођача већ је неопходна активна улога и промена понашања потрошача. Због врло специфичног и нераскидивог односа између произвођача и потрошача, који је карактеристичан за модну индустрију, дизајнер мора додатно да води рачуна не само о креативном, економском и еколошком аспекту, већ и о социјално-културолошком аспекту одрживог дизајна (Kozłowski et al., 2016). Да би довео до позитивних промена, главни циљ дизајна мора да буде одрживи начин живота (енгл. sustainable lifestyle), а не сам одрживи производ (Rissanen, 2011).

Дизајнер и сам дизајн одевног предмета могу знатно да утичу на промену понашања потрошача у смислу одрживе потрошње путем мењања свести потрошача у правцу избора одрживих одевних предмета. То је посебан изазов за модног дизајнера, јер није једноставно утицати на потрошаче да усвоје одрживи начин живота без истовременог смањења њиховог већ достигнутог нивоа личног благостања и среће. Да би се ово постигло, дизајнер мора да изврши утицај на срж проблема – а то је неодољива жеља потрошача за све већом потрошњом. То је могуће постићи стварањем посебног односа између дизајнера и потрошача, који треба да резултира већим степеном активности од стране потрошача тј. да потрошача преведе из стања пасивног примаоца у стање активног учесника целог процеса дизајнирања модног предмета. На тај начин потрошач стиче могућност разумевања процеса производње и потрошње и као доказ сопствене друштвене одговорности показује жељу за променом понашања и за употребом

алтернативних решења, јер схвата да тако и он као појединац доводи до позитивних промена у модној индустрији. Да би до свега тога дошло, дизајнер мора да потрошачу пренесе јасну поруку о одрживој вредности производа која је створена начином на који је производ дизајниран. Потрошач данас мора транспарентно да буде информисан о пореклу, методологији саме производње, квалитету и саставу онога што на себи носи. Транспарентност је начин да се искаже искреност. Она ствара круг поверења између произвођача и потрошача. Тако се отвара могућност да иза сваког модног производа постоји одређена „прича” која служи да емотивно веже потрошача за тај производ и да он буде прихваћен и ношен као знак личног достигнућа (Fletcher and Grose, 2012).

Имајући у виду данас растући друштвени тренд здравог начина живота и више друштвено свесног и разумног животног стила, дизајнери су лакше у могућности да креирају специфичне системе и услуге који обезбеђују задовољство и испуњеност потрошача оријентисаних ка покрету „споре моде”. При свему томе велику улогу играју савремене медијске платформе као што су Инстаграм, Твитер, Тик Ток и Фејсбук, које као начини активне комуникације омогућују брзо и ефикасно разумевање потреба потрошача, па самим тиме и њихово једноставније укључивање у одрживе стратегије модног дизајна.

Нова естетика

Иако је јасно да су етички и еколошки елементи данас јако битни потрошачима, не сме се занемарити чињеница да већина људи свој избор одевног предмета првенствено заснива на његовој естетској и употребној вредности. У процесу имплементације одрживог дизајна, може се десити да дизајнер стави у други план естетику, стил, цену и модни тренд (Hug & Cassidy, 2019). Ови критеријуми дизајна се не смеју изгубити из вида приликом креирања одрживе моде, јер лепота и креативност никако не смеју да буду у раскораку са одрживошћу.

У оквиру концепта брзе моде, данашњи бизнис и маркетинг у највећој мери користе лепоту и естетске аспекте за привлачење пажње потрошача. Циљ таквог приступа је да уведе потрошача у циклус сталног праћења модних трендова који се брзо мењају и да га на тај начин привуче да купује све више и више. Ово је јако уверљив аргуменат: аспект лепоте је јако значајан у тренутку када потрошач врши избор одевног предмета (Mandoki, 2007). У ширем контексту, естетика се може сматрати и процесом друштвене

интеракције јер је естетски ниво одевног предмета и посебан начин исказивања поруке у процесу комуникације са другима. Ми ћутке комуницирамо са другим људима кроз то како изгледамо (Mandoki, 2007, pp. 171).

Типична својства одевног комада која се највише перцепирају као естетска су формално визуелна (боја, стил, облик), док се остала својства као нпр. опип, генерално сматрају секундарним естетским својствима, иако код појединих потрошача могу да играју врло важну улогу приликом избора (Naukkarinen, 1998, pp. 36). Искусан потрошач зна да су за дугу и пријатну употребу одевног предмета од битног значаја и тзв. сензорна својства (пријатан опип, мекоћа, ваздушастост, тежина материјала), тако да се избор не заснива само на визуелним естетским својствима. Ако сва ова својства чине да потрошач са задовољством носи одевни предмет, током времена ће позитивно искуство учинити да се потрошач чврсто и дуготрајно веже за одевни предмет. Стога, сензорна естетска својства играју врло важну улогу у одрживом модном дизајну (Bursikova, 2017). Код појединих потрошача, изузетно велику улогу при одабиру одевног предмета игра и квалитет израде (шав, поруб, штеп).

Одрживи модни дизајн захтева да се уобичајени приступ естетици, такозвани уметнички приступ, прошири на процену естетске вредности производа у односу на његове еколошке вредности тј. на утицај на животну средину. То значи да визуелна привлачност и степен функционалности одевног предмета нису више једини елементи естетике, већ да су допуњени еколошким, моралним и етичким вредностима оствареним кроз дизајн. Та нова естетика, усмерена ка одрживој моди, се у литератури назива „зелена естетика” (енгл. green aesthetics) (Niinimäki, 2014). Зелена естетика пружа могућност комбиновања еколошких вредности са уобичајеним естетским вредностима. Укључивање зелене естетике у модни дизајн тј. процес стварања модног одевног предмета, већ само по себи води ка одрживим решењима.

Данас, када су неопходне радикалне промене у правцу одрживости, одрживи дизајн може да понуди потрошачу позитивна естетска искуства уз дубоко и трајно задовољство самим производом, као и моралним и етичким вредностима које он носи, а све то у ширем контексту одрживог развоја.

II Психолошки аспект: Идентитет, жеља и избор

Пошто се „несвесно“ сматра покретачком снагом људског ума, у савременом маркетингу се успешно примењује веза „несвесног значења“ приликом рекламирања производа. Основни циљ маркетинга је да истражује несвесне пориве и значења ради мотивације потрошача тј. преузимања контроле над „сопством“ потрошача. На тај начин се потрошач доводи у ситуацију да балансира између сопствених „лоших“ страна које су уочљиве за спољашњи свет и сопствених „добрих“ страна приказаних кроз имиџ створен од стране појединог брэнда. Тако брэндови омогућују несвесно илузорно искуство „доброг осећаја“ (енгл. *feel good*) код потрошача који су у сталној потражњи за успостављањем унутрашње равнотеже у сопственом животу. Наиме, луксузни модни брэнд увек тежи да створи фантазију илузорне сигурности (Serengina, 2014) код потрошача који се иначе у суштини осећа несигурним у сопственом животу, па куповином одређеног брэнда обезбеђује себи потребну сигурност. Нажалост, оваква сигурност је кратког трајања јер је везана за симболичко значење материјалног објекта, а не за саму суштину личности појединца, па се потрошач окреће сталном прибављању нових објеката са циљем испуњења празнина у сопственом животу. Ово је суштина на којој се заснива потрошачко друштво.

Сам концепт потрошачког друштва је настао 20-тих година XX века у САД од стране јаких копорација. Заснован је на Фројдовим психоаналитичким теоријама у циљу масовног манипулисања становништвом у смислу убеђивања појединца да жели да поседује нешто за чиме иначе нема потребу, повезујући производ са његовим несвесним жељама и фантазијама.

Са психоаналитичког становишта, савремени пораст потрошње се заснива на потреби појединца да пронађе сопствени идентитет. Потрошња се данас користи за дефинисање личног и друштвеног идентитета особе кроз прибављање привидно идеалних објеката потрошње (Zerf, 2010). То је последица чињенице да се материјални предмети које поседујемо сматрају нашим продуженим „сопством“ (Belk, 1988), јер они материјализују наш несвесни систем значења кроз који изражавамо себе и комуницирамо са осталим људима. Пошто иначе током живота свако од нас уграђује у себе значења којима тежи, а избегава и одбија нежељена значења, то значи да се наш идентитет не формира само кроз потрошњу тј. прибављање предмета већ и кроз одбијање одређених нама нежељених предмета потрошње.

Примена психоанализе у маркетингу и адвертајзингу је основни разлог за снажан развој потрошачке културе у савременом друштву. Данашње компаније, уз помоћ психијатара, психолога, социолога, али и мотивационих говорника и инфлуенсера, користе психоанализу да би људима обезбедиле испуњење њихових несвесних жеља, уз истовремено, без да су тога свесни, уклањање њихових одбрамбених механизма. То се најчешће постиже путем креирања „митске приче“ око одређеног производа, тако да предмет потрошње у потрошачком друштву више није сам производ дефинисан својим својствима, већ је то скуп фантазија и жеља које се везују за тај производ (Baudrillard, 1998). На тај начин се митови, који су нераскидиво повезани са предметима потрошње, користе да код потрошача формирају одређени идентитет и да на несвесном нивоу створе имагинарно „сопство“. Тако предмет потрошње постаје код потрошача постаје извор задовољства, иако је јасно да се људске потребе не могу никада задовољити путем потрошне робе.

Код избора луксузних модних брендова, потрошач се углавном води потребом да развије однос са брендом који персонализује поједине људске особине којима тежи или које сматра да му припадају. Најчешће су то: елеганција, ексклузивност, сензуалност и статус. Из тог разлога модни брендови обавезно развијају „сопствени идентитет“, који ће омогућити потрошачу да се идентификује са одређеним брендом и на крају доводи то лојалности том бренду (Kim et al, 2001). Самим тим, идентитет бренда је значајна алатка маркетинга бренда јер је потрошач под великим утицајем симболичког значења које стоји иза модног бренда и модних производа.

Како је концепт одрживости данас постао нераскидиви део опште друштвене свести, тако је исто одрживост данас неодвојиви део идентитета модних брендова. Савремене студије показују да су потрошачи потпуно спремни да прихвате одрживе производе у свету моде, шта модни брендови могу да искористе као важан део своје маркетинг стратегије (Weiss et al., 2014). У данашње време када је одрживост важан елемент будућности целог света, менаџери модних компанија су у обавези да у имиџ бренда укључе и фактор одрживости. При томе је од кључног значаја за модну компанију да потпуно разуме како се потрошачи односе према одећи коју носе и на који начин различите групе људи различито процењују вредност, квалитет и поруку неког модног бренда (Auty & Elliot, 1998).

Понашање потрошача приликом куповине се може сматрати сигналом друштвеног идентитета појединца (Langner et al., 2013). Разумевање чињенице да потрошач углавном себе сврстава у одређену друштвену групу, омогућује маркетингу модних компанија формирање одговарајућег имиџа за ту циљну групу потрошача кроз јасну комуникацију аспекта друштвеног идентитета. Потрошач се често запита која је то сила која га вуче за непрестаним трагањем за потпуним решењем своје недостатности, постављајући себи циљеве који одишу недостижном срећом, чије ће остварење наизглед напослетку испунити његове жеље и решити све животне проблеме. Неретко му делује да се та жеља заправо испуњава другим људима и да му њихов савет пружа подршку од истинског значаја за напредак ка одабраном циљу. Посматрањем и упоређивањем свега онога што је човеков индивидуални идентитет са његовим окружењем, он долази до нових открића о могућностима преображаја или сопственог потврђивања у другима, кроз одабир и потрагу за новим елементима – објектима, који путем избора стварају осећај потребе за поседовањем од „животне важности” за његово биће.

Оквири ума се људима чине као „безгранични простор” који је проткан слободом „неограниченог” избора који ће их довести до „решења” могућих проблема и жељеног живота. Друштво се узима као главна одредница граница психе ради напретка људске популације. Сазнање да је истинска жеља човека његова суштина која се никада не може задовољити, користи се за напредак прекомерне потрошње, симболичком заменом привидног решења људској недостатности у свему материјалном, у којем је обећано безгранично уживање. На том нивоу, проблематика избора може изазвати трајне негативне последице на људску психу. Психолошки аспект моде, а и одећа као материјални производ, услед повезаности са телом и визуелном представом човека, спадају у битне чиниоце људског идентитета, док је избор његов кључ ка реализацији „индивидуалног” оквира.

„Да ли можете да се сетите ко сте били, пре него што Вам је свет рекао ко би требало да budete?”³, је питање које немачко-амерички писац и песник Хенри Чарлс Буковски (нем. Heinrich Karl Bukowski) поставио у свом аутобиографском делу „Post Office” (Bukowski, 1971). Важност овог питања је кључна за разумевање „слободе” креирања идентитета идеологијом избора.

³ „Can you remember who you were, before the world told you who you should be?”

Др Рената Салецл⁴ је словеначки филозоф и социолог. Она је један од најутицајнијих светских психоаналитичара. Како истиче Салецл, прави пример слике идеологије савременог света је књига „Све о мени” из једне њујоршке књижаре која је испуњена већином празним листовима. Књига је показатељ да је сваки човек господар свога живота и сваког детаља који га чини. Поред празних листова, једино што је испуњавало књигу су наклоности читаоца и ненаклоности, успомене и планови за будућност. Чини се да је човек празна књига која чека да се испуни садржајем уз помоћ избора. На исти начин, савремено потрошачко друштво захтева да човек бира одређене производе и да уз помоћ избора и одлука посматра живот. Брендери и банке, имају своје слогане налик на: „Буди то што јеси”, „Живот резервишите одмах”, „То је твој глас”, „Ваш избор, Ваша банка”, док часописи говоре: „Постани оно што јеси - али у бољој верзији” (Salecl, 2014; pp.5). Понављањем сличних слогана, формира се слика код човека, која се урезује дубоко у подсвест - да је он заправо индивидуално биће које трага за својим идентитетом, док му слогани пружају могућности избора које ће му олакшати да формира свој „индивидуални” идентитет са осећајем моћи да је „посебан” и да је само његово мишљење и став истински његово, уз константну и незаситу жељу за побољшањем сопственог живота. Парадоксална је чињеница да је неко већ начинио тај избор сугеришући га као јединственим за одређену индивидуу. Логика веровања одржава идеју избора јер идеологије расту на основу веровања у веровање других. На тај начин идеологија избора опстаје јер постоји дубоко веровање да и други људи верују у њу. (Salecl, 2014; pp.13)

Једна од потврда за општеприсутним веровањем су слогани који понављају исту мантру нудећи избор. Императиви слогана раде против човекове психе подстичући осећај недостатности. Привидно решење које му се пружа, никад није задовољавајуће након што се начини избор. Поред слогана који се урезују у подсвест својим понављањем, они додатно утичу на човеков начин размишљања постизањем ефекта путем слика и визуелних ефеката, начина снимања реклама, филмова или фотографисања. На исти начин функционише манипулација медијима. Посматрач може лако да се поистовети са главним ликом неког филма у односу на угао, начин снимања или фотографисања, као и путем речи које чује или прочита. Филм као медиј има велику моћ манипулације у постављању публике на жељено место захваљујући томе што следи правила и принципе

⁴ <https://www.bbk.ac.uk/our-staff/profile/8007481/renata-salecl>

функционисања свести и подсвести, а на тај начин директно може да утиче не само на око посматрача, већ и на његов целокупни поглед на свет.

Наизглед безгранични свет савременог доба, уз помоћ слогана као информације ствара приказ код човека да је одређени избор од животне важности, а да се пружена прилика понуђеног решења не сме пропустити, као и да је његов ум простор без граница, док је поређење од кључног значаја за напредак. Све то доводи до чињенице да човек троши много времена и новца да постане оно што јесте, а поред могућег задовољства, сви савети могу допринети несигурности, мањку самопоуздања и потешкоћама.

Књижевница и уредница Џенифер Нислејн у књизи „Практично савршена у сваком погледу” (Niesslein, 2007) описује да је добила озбиљне нападе панике и мањка задовољства након покушаја да реши своје животне проблеме уз помоћ савета из приручника који су обећавали срећу и испуњеност. Нислејн истиче да је утеху налазила у томе да се обрати за савет неком другом. Тај савет игра врло битну улогу у одабиру избора јер особе од поверења или, као што је у наведеном случају - приручници за побољшање живота, могу да буду од великог утицаја на човекове принципе избора, са најчешћим негативним последицама. Међутим, уколико се приручници следе до танчина, могу да подстакну још веће незадовољство које настаје услед недостижних савета за побољшање живота. Утицај савета особа од поверења и ауторитета се најбоље примећује у периоду раног детињства када родитељи васпитавају своју децу и објашњавају им шта је живот, изузимајући дечије првобитне наизглед необјашњиве перцепције непознатог. На тај начин се васпитање, принципи друштва и учење о животу, преноси с колена на колело, кроз историју, с утицајем на оквире човековог идентитета, у сврху друштвеног напретка.

У психоанализи је давање симболичког значења елементима у сновима ради тумачења истих од релевантног значаја за разумевање несвесног (Lacueva, 2003). Према Сигмунду Фројду, принцип сна се заснива на симболизму, визуализацији, премештању или кондензацији. Сан се налази у међупростору између пре-свесне цензуре и несвесне жеље (Šuvaković & Erjavec, 2009; pp. 46).

Да би се схватио принцип формирања идентитета као слике о себи потребно је осврнути се на теорију француског психоаналитичара Жак Лакана (франц. Jacques Lacan) „о стадијуму огледала”, где објашњава да дете формира основу за настанак „идеалног Ја” гледајући слику свог тела у огледалу. Како дете своје тело види у фрагментима јер не

влада свим својим моторичким способностима и погрешно га пореди са целовитим, тако успостављајући однос између унутрашњег (нем. Innenwelt) и спољашњег субјекта (нем. Umwelt) гради своје „Ја”. Одбрамбени механизми ега јављају се у периоду преобраћења „Ја” у „друштвено Ја” услед чега може доћи до љубоморе и жеље за поседовањем свега што има неко други – настајање објекта. Препознавањем, его идеал имплицира на језик детета и своју идентификацију са другима. Дете ће спознати и материјалне објекте који су његови налик на играчке, схватајући их као део себе, а одрастањем као део идентитета, повезивајући оне друге који припадају околини - као нераскидиве делове идентитета околине. Човек ће на исти начин посматрати одећу која је саставни део његовог спољашњи изгледа - представе свету.

Жил Липовецки, у књизи „Царство пролазног”, наводи да: „(...) завођење дејствује опијеношћу променом, умножавањем прототипова и могућности индивидуалног избора.”, као и да након 19. века појавом великих модних и робних кућа: „Строго наметање једног кроја уступило је место заводљивости избора и промене, чему субјективно одговара заводљивост мита о индивидуалности, оригиналности, личног преображаја, сан о кратковременом складу између интимног Ја и спољашњег изгледа. Висока мода није толико дисциплиновала или униформисала моду, колико ју је индивидуализовала.” (Липовески 1992; pp. 92). Дакле, Висока мода је препознала важност психолошког аспекта у моди, додајући јој симболички значај у виду приказа емоција у материјалном, заводљивим утицајно друштвено - културолошким карактером који увек пружа нешто ново, налик на изазивање зависти за нужним новим трагањем за поседовањем, поигравајући се са људским погледима, величањем жеље која је кључ људског бића.

Како би се схватио утицај симболичке вредности света који окружује човека - симболичког поретка, на избор и стварање идентитета, потребно је истаћи да је француски психоаналитичар Жак Лакан 1955. године направио разлику између „Великог Другог” („Друго”) и „малог другог” („друго”), иако је термин „други људи” користио још од 1930. године који је преузео од Хегела. За разлику од Лакана, његов претходник Фројд је користио термине „друго” и „други”. Лакан придаје велики значај овој разлици и сматра да је кључна за сваког аналитичара како се не би поистоветио са „малим другим”. Следбеници Жак Лакан-а верују у „Велико Друго” (Друго), а то је термин који означава институције, језик, закон, културу и целокупни колективни простор. Дакле, „Друго” је поредак симболичког – нереалан је и пун је недостатака, он утиче на

идентитет човека, а човек има складну представу о њему налик на симбол који разуме друштвена околина (Salecl, 2014; pp.58). Оно је „Други пол”, а то је увек женски пол без обзира на пол субјекта. Лаканов термин „мало друго” је рефлексивна и пројективна ега (Аничић, 2019; pp. 139-140). Салецлова истиче да: „Кад покушавамо да се задовољимо самоограничавајућим механизмима, ми само бирамо Велико Друго; измишљамо симболичку структуру која ублажава стрепњу избора. Али само постојање Великог Другог је наш „избор”, наша фантазија”, али и да: „Чин избора је трауматичан управо зато што нема Великог Другог да бди над нама. Прављење избора је увек искорак на слепо.” (Salecl, 2014; p.59).

Лаканов термин жеља (франц. *désir*) је центар Лаканове мисли јер следи Спинозу да је: „жеља (...) људска суштина” Жеља је срж љуског постојања и истраживања психоанализе. С обзиром да је Лакан Фројдов следбеник и да се бави психоанализом, њега пре свега интересује несвесна жеља која је у потпуности сексуална, док истина жеље може да се препозна само када је артикулисана у говору (Lacan, 1988a; pp.183). Психоанализа помаже субјекту да оживи жељу њеним артикулацијама у говору, док сам говор никад не може артикулисати целу истину о жељи јер је она несвесна, док се у захтеву артикулише сама потреба, а жеља је оно што „Друго” никада не може потпуно да пружи субјекту, на основу захтева (Lacan, 1988b; pp.228). Лакан разликује појам потребе (франц. *besoin*) и појам захтева (франц. *demande*) од појма жеље јер је потреба биолошки инстинкт и она привремено нестаје чим је потпуно задовољена јер субјект увек зависи од „Великог Другог”. Дакле, жеља је вишак који се добија артикулацијом потребе у захтеву и она никада не може да буде задовољена. Разлика између нагона и жеље је што су нагони парцијалне манифестације жеље, а жеље се не морају нужно манифестовати у нагонима. Узрок жеље је само један који Лакан назива „објект мало а” (франц. *objet petit*) који се манифестује у различитим парцијалним објектима и нагонима. Жеља је веза са недостатком, а не са објектом (Lacan, 1988b; pp.235). Лаканово опажање да: „човекова жеља је жеља Другог” односно жеља жеље другог коју је преузео од немачког филозофа Георга Вилхелма Фридриха Хегела (нем. *Georg Wilhelm Friedrich Hegel*) преко француског филозофа руског порекла Александра Кожева (франц. *Alexandre Kojève*; рус. *Aleksandr Vladimirovich Kozhevnikov*) где је жеља људска само онда када неко не жели тело, већ жели жељу другог – да буде признат, вољен или жељен, чија је коначна функција жеља за признањем (Kojève, 1969; p.6). Објект људске

жеље је заправо објекат жељен од стране неког другог и она је увек жеља за нечим другим јер се не може желети оно што се већ поседује (Аничић, 2019; pp.145-146).

Појам недостатка (франц. *manque*) према Лакану узрокује жељу јер је у нераскидивој вези са њом. Када се први пут појавио термин 1955. године, обележавао је недостатак бића где се подвлаћи паралела са француским филозофом Жан Пол Сартром (франц. Jean-Paul Sartre) где је жеља само за бићем – недостатком бића (франц. *manque à être*) путем којег оно постоји. Лакан супроставља недостатак бића недостатку поседовања (франц. *manque à avoir*), повезивањем истих са потребом (Lacan, 1977; pp.251). Лаканова теорија да недостатак обележава недостатак објекта настаје 1956. године када прави разлику између три врсте недостатака у односу на природу објекта, као што су: симболичка кастрација, имагинарна фрустрација и реална привација. Годину дана касније, уводи алгебарски симбол „C” (алгебарски знак: A) који има значење прецртаног „Великог Другог” и тада недостатак почиње да обележава недостатак означитеља у Другом.

Избор нас испуњава стрепњом од непознатог које може имати за исход кајање. Салецл све објашњава на личном примеру након куповине и анализе својих поступака приликом одласка у отменију продавницу са сиревима на Менхетну која је привукла њену пажњу, изазивајући потребу за сиром као избором, без јасне идеје који сир жели да купи. Прва грешка је улазак у продавницу без јасне идеје о томе шта жели. Друга грешка је вртоглаво мноштво избора који су све закомпликовали, као и читање етикета. Етикете су одисале искључиво врлинама које су код ње изазивале мучнину услед неодлучности, након чега је уследила љутња на саму себе. Покушавала је да се присети временаведеног у Француској и имена сирева које је раније пробала, али безуспешно. Трећа грешка је тренутак када је упитала продавца који је услед свог става и одевања деловао као прави зналац. Убрзо након тог питања је уследила њена сумња да ће јој можда понудити неке од скупљих сирева које иначе није у стању да прода. Након тога, одлучује се за покушај насумичног избора на основу изгледа и занимљивих имена и схвата да је заправо само хтела најобичнији сир. Свој пример упоређује са писањем италијанског писца Итала Калвина (итал. Italo Calvino) о свом јунаку г. Паломара који се суочава с недоумицом налик на егзистенцијалну, између тога да му је ради задовољства потребно свеобухватно знање - да све проба, и апсолутног избора - само његовог сира који чак ни он не може да препозна, измишљајући за сваки сир посебну причу. Дакле, сир са највише рекламе би свакако уклонио стрепњу од неизвесности новог. На исти начин, у

развијеним капиталистичким друштвима мноштво избора их не чини срећнијим, као ни богатство, док су срећа и самоиспуњење главни циљеви друштва (Salecl, 2014; pp.17-24).

Психолог Бери Шварц је такође један од познатих заговараоца на тему избора у књизи „Парадокс избора: зашто више значи мање” где говори да су људи који се сусрећу са ограничењем избора срећнији. Као ограничења за потрошњу предлаже разне врсте самообуздавања, избора када ће се учинити сам избор и сугерише да људи не буду сакупљачи већ бирачи који су задовољни довољно добрим, без друштвених поређења уз љубав према ограничењима. Психоанализа истиче да нема рационалног и смисленог избора при поступцима како бисмо повећали уживање, а смањили бол и да заправо без обзира на рационално сазнање о штетности многи људи ће препознати задовољство у болу. На ТЕД Глобал конференцији 2005. године⁵ психолог Бери Шварц је исказао његово преиспитивање слободе избора као основног начела мисли западњачких друштава, где истиче да: „(...) нас избори (...) не чине слободнијим већ још више парализованијим, незадовољнијим пре него срећнијим.”

Салецл наводи да проблем превелике количине избора иде: „(...) руку под руку с покушајима да се стално проналазе нове врсте уживања. Постиндустријска капиталистичка идеологија обично третира индивидуу као неког за кога уживање нема ограничења. Она је представљена као особа која непрестано помера границе ужитака, непрестано задовољавајући своје растуће жеље. Парадокс је, међутим, у томе што многи људи не налазе задовољство у друштву које наоко нема граница и уместо тога скрећу на стазу самоуништења. Неограничена потрошња обично наводи људе да сами себе потроше, при чему су самоповређивање, анорексија, булимија и зависности најочигледнији облици.”

Психоанализа говори да људи често поступају на неутралан начин – на начин на који се не повећава њихово задовољство, а ни не умањује бол и да услед тога доживљавају несвакидашње задовољство које се противи њиховом благостању. Спољашњи чиниоци и унутрашњи чиниоци (жудње, хтења) ће вечно утицати на њихов избор, чак и када им се чини да имају све превентивне информације како би избегли лош избор.

⁵ B. Schwartz, *The paradox of choice*, TED, [видео запис], https://www.ted.com/talks/barry_schwartz_the_paradox_of_choice?language=sr (доступно: 17.8.2021.)

Данас уживање више није уживање, уколико се не постави на друштвене мреже, а препричавања догађаја су заменили инстант снимци и слике који се некада сматрају небитним од стране корисника, уколико се не поставе на друштвене мреже. Друштво на њих реагује већим или мањим бројем свиђања - „лајкова” (енгл. like), а алгоритми поред поменутог, прате и дужину задржавања на слици, реакције и емоције које постављени садржај изазива код посматрача. На основу тих алгоритама, уколико неко жели бољи утицај и припадност на друштвеним мрежама, постављају се садржаји од стране креатора профила или тима стручњака који су обликовани у односу на параметре који су „добро прошли” и који се због тога сматрају да су општеприхваћени у заједници. На исти начин се поступа и са формирањем идентитета, само што је у данашње време могуће имати и виртуелни идентитет уз помоћ друштвених мрежа или виртуелних игара. У Виртуелним играма⁶ постоји могућност куповине одеће и аксесоара како би се олакшало формирање „идеалне” слике виртуелног лика.

„Сајтови друштвених мрежа постају најутицајније средство за промовисање и дистрибуцију модних идеја и идеала” опажа модни психолог Керолин Мер (енгл. Carolyn Mair) (Mer, 2018; pp.63). Уколико било ко жели да га озбиљно схвате у друштву, треба да има велики број пратилаца на друштвеним мрежама. У савремено доба, то значи да је успешно подржан од стране друштва и да је идентитет који је створио утицајан и допадљив. Најновије генерације се утркују са бројем пратилаца, како би стекли популарност и самопоуздање. Уколико неки од манекена имају доста следбеника на друштвеним мрежама, могу више да наплате свој посао. Блогери функционишу по истом принципу. Рекламе заузимају главну улогу на друштвеним мрежама, а захваљујући алгоритмима који записују параметре од расположења до интересовања корисника, индустрији се пружа услуга пласирања и рекламирања производе у правом тренутку.

Постоји јака веза између начина на који људи праве избор и оног за који сматрају да их други виде. Опонашање славних личности код већ успешних људи је један од примера наводи Рената Салецл (Salecl, 2014; pp.44). Британски психоаналитичар Даријен Лидер опажа у својој књизи „Зашто жене пишу више писама него што шаљу” (Leader, 1997), да жене купују хаљину коју нико неће имати, док мушкарци желе да имају нешто што имају сви други. У психоанализи без обзира што се човек труди да „буде то што јесте” трудећи

⁶ Reuters, *An alternative to fast fashion*, Euronews, <https://www.euronews.com/next/2021/08/15/an-alternative-to-fast-fashion-why-so-many-people-are-buying-real-money-to-buy-nft-clothes> (доступно: 17.8.2021.)

се да буде као неко други, увек ће доживети неуспех јер ће у њему постојати оно што спољашњи идентитет не успева да утврди, док је его лако поколебати јер на њега увек утичу подсвесне жеље, чије потискивање води у психичка обољења (Salecl, 2014; pp.47).

У чланку Доне Фридман „Живим сиромашно и уживам у томе”⁷ истиче се да је за избор куповине и управљање новцем, најбитнија алатка људски мозак.

„Обучена когниција” (енгл. Enclothed cognition) је системски утицај који ставови о одећи имају на психологију особе која их носи, у зависности од симболичког значења и физичког доживљаја приликом њеног ношења. На тај начин је велика моћ дата утицају моде на људску психу. Уколико предмет успе да добије симболичко значење налик на људске особине – продужетак личности може да награди благостање ума. На тај начин корисник одевног предмета се не одваја од њега ни по цену његове копије и продужује век трајања одећи, придавањем симболичке емоционалне вредност (Mer, 2018; pp.110).

На тумачење одевања и његовог психолошког значења, поред утицаја човека који је носи, утиче и посматрач, друштвена средина и култура. Дакле одећа је нераскидиви део идентитета и омогућава људима да се уклопе у одређене групе раздвајајући их од других..Модна фотографија, због великог утицаја путем медија утиче на психологију посматрача, утискујући у његову подсвест правила и кодексе које пропагира модна индустрија (Mer, 2018; pp.15).

Самопоштовање може да се мења у односу на контекст. Уколико у једној просторији седе кандидати за посао, где је поред њих или једна особа лежерно обучена читајући еротски роман, или особа која је професионално обучена са актовком у којој су фасцикле и књиге, на основу теорије социјалног упоређивања, самопоштовање кандидата који су седели поред професионално обученог је опало, док се самопоштовање код кандидата поред непрофесионално обученог кандидата повећало. То све наравно важи уколико је кандидат који се упоређује различито обучен (супротно од кандидата поред себе). Уколико постоји сличност она би повећала самопоштовање (Nixon & Swann, 1993).

Путем објективизације и сталног упоређивања субјекта са наизглед идеалним објектом може доћи до осећаја незадовољства, а као пример су жене које посматрајући идеалне слике манекенки чија су тела обрађена у програму Фотошоп (енгл. Photoshop) ради

⁷ Donna Freedman, *Living poor*, [вебсајт], <https://donnafreedman.com/living-poor-loving/> (доступно: 17.8.2021.)

идеалне представе друштву, што код њих изазива стид од властитог тела. Проблем објектификације у моди у односу на тело је тренутак када се на појединца гледа као на тело за потрошњу налик на облик сексуалног угњетавања. Феминистичка теорија објектификације Барбаре Фридриксон (енгл. Barbara Fredrickson) и Томи Ен Робертс (енгл. Tomi-Ann Roberts) истиче да је највећи проблем када жене себе сматрају објектима и када да тај начин поступају, имајући у виду да су мета коју ће други гледати и процењивати (Fredrickson et al., 1998). Један од примера који наводи Керолин Мер јесте тренутак када је током студија истраживања ове теме затражено од жена да изнесу и упореде своја осећања приликом гледања у огледало носећи џемпер и купаћи костим, где је већина жена осећала нелагоду приликом облачења купаћег костима, док су се у џемперу осећале знатно боље. Претеране пластичне операције и стално мењање идентитета су такође показатељи незадовољства жена својим телом. Лора Малви је прва истакла проблем објективизације кроз сочиво патријархалног које је дубоко усађено у несвесно целокупног друштва, пружајући примере у домену филма.

Дарил Бемова (енгл. Daryl Bem) „теорија самоперцепције” (енгл. Self-perception theory, SPT), се односи на формирање ставова, где све што утиче на човеков утисак о другима, између осталог и изглед, утиче и на њега самог (Bem, 1972). Човек се идентификује ради припадности, док се диференцира ради потребе јединства, а на тај начин настаје његова представа о сопству и покрећу се модне промене (Mer, 2018; pp.78-79). „Теорија друштвеног упоређивања” америчког психолога Леона Фестингера (енгл. Leon Festinger) из 1954. године каже да се на основу потраге стандарда за упоређивањем процењује сопствени углед и напредак како би се дошло до самоунапређења (Festinger, 1964). Те стандарде формира човек приликом социјализације и поређењем себе са околином, бирајући адекватне представнике одабраних стандарда (по избору које идентификује као инфериорним или супериорним). Керолин Мер указује на то да приликом размене одеће, која је честа у адолесцентском узрасту, долази до неке врсте размене идентитета. Такође истиче да психолози који се баве позитивном психологијом виде да одећа може да има симболичко значење у облику успомена. „Теорија социјалног идентитета”, пољског психолога Анрија Тајфела (пољ. Henri Tajfel), говори о томе да се, уз помоћ „ин-група” тј групе у којој човек осећа припадност, унапређује самопоштовање, а да се „аут-групе” - групе у којој човек не осећа припадност, најћешће дискриминишу и гледају као инфериорне (Tajfel, 2010).

С обзиром да је мода културолошки феномен, она се служи визуелном комуникацијом у виду симбола и значења која пружа могућност околини која се с њом сусретне да на њу реагују. Начин одевања може указати на људске особине али је њена комуникација сложена и неретко може пренети погрешна опажања код посматрача. Мода, према Оксфордском речнику енглеског језика је представљена као глагол – начин на који се нешто ради, док уредница часописа „Теорија Моде”⁸ Валери Стил (енгл. Valerie Steele) повезује моду са стилем, понашањем и променом. Дакле како је психологија наука о људском понашању, мода је, иако не постоји општеприхваћена дефиниција, културолошка конструкција отелотвореног идентитета, а таква дефиниција моде обухвата самообликовање идентитета. Валери истиче да је мода, као и одећа у блиској вези са телом, што јој олакшава симболичку повезаност са идентитетом.

Мода је у нераскидивој вези са људским понашањем и због тога Керолин Мер наглашава да се може сматрати обликом психологије. Како мода говори о људима, тако говори и о начину на који они виде себе и друге. Мода се поред функционалне употребе развила у потребу психолошке природе. Раст мотивације за поседовањем, самоостварењем и припадањем напредује након задовољења основних потреба, услед чега долази до савременог глобалног проблема да људи купују више него што им је потребно. Мода као и одећа, има моћ да пренесе симболичко значење, а поред укуса и културолошких одредница, показује и друштвени статус, положај у друштву и родни идентитет, а у савремено доба, може утицати на ментално здравље радника и потрошача (Mer, 2018; pp. 9-41). Жене су склоније моди јер их од ране младости друштво дефинише на основу изгледа, док мушкарце на основу вештина и способности (Mer, 2018; pp. 96).

Одећа је саставни део људског спољашњег приказа и не може се одвојити од сопства и идентитета. Кроз историју је сврставала људе у групе према занимању, класи, регији, религији, култури и супкултури (музици и политици). Сопство настаје као резултат периода социјализације као вид рефлексије. Сопство је саставни део мотивације, когниције осећања и социјалног идентитета, а састоји се од међусобно повезаних компонената као што су: самосвест, самопоимање, самоспознаја, самопоштовање и самоперцепција. Према америчком филозофу и психологу Вилијему Џејмсу (енгл. William James) сопство је све што човек може да назове својим укључујући тело, кућу, одећу, децу, жену, имање, углед и дела, коње, банковни рачун, претке и пријатеље

⁸ Fashion theory. <https://www.tandfonline.com/toc/rfft20/current>

(James, 1890; pp.21). Из тог разлога често предмете које човек има доживљава као себе и тешко му је да одвоји „ја” од „моје” јер су континуум (Mer, 2018; pp. 73-75).

Когнитивни психолог и оснивач потпуно нове поддисциплине у примењеној психологији - психологије моде Керолин Мер истражује међусобни утицај моде и људског понашања као средство за повећање благостања истичући у својој књизи под именом „Психологија моде: изглед, идентитет и самопоуздање” да: „Новина активира мноштво можданих система укључујући и допамински систем. Допамин има више везе са жељом за још, него за осећајем пријатности и задовољства. Допамин учествује у бројним облицима зависности као што су зависност од чоколаде, новца, секса и, могуће, модних комада. Међутим истраживања на животињама су показала да новина, сама по себи, не изазива лучење допамина, већ да мотивација трагања за новином повећава ниво допамине. То је основни принцип моде и објашњава незаситу природу конзумеризма и сталну жељу за новом одећом.” (Mer, 2018; pp. 98-99).

Психолози који се баве психологијом потрошње као што су Мајкл Р. Соломон (енгл. Michael R. Solomon) и Ненси Ј. Раболт (Nancy J. Rabolt) открили су најважније чиниоце при избору куповине, а то су: спољашње особине производа (цена, назив брэнда, имиџ продавнице) и суштинске особине (квалитет, модел, боја, одржавање, материјал, пристајање), а да најмањи део одлази на процену естетике - изгледа производа (Solomon & Rabolt, 2003). Мер наглашава да: „Уживање у куповини помаже да се умртве негативна осећања, привремено пружа осећај контроле, али, како се непријатна осећања врате, тако се врати и порив за куповањем. Међутим, психолози су открили да осећај кривице, људе често нагони да се предају пороцима који у њима рађају кривицу уместо да промене то понашање због осећаја кривице. Тврде да би то могло бити последица осећања греха и кајања, што може да покрене мисли о жељи у мозгу, што онда лучи допамин, а он људе подстиче да желе још.” (Mer, 2018; pp. 101). Поремећај компулзивне куповине – претеране куповине, карактерише се осећајем напетости пре куповине и осећајем олакшања након куповине. Када купац не успе да нађе оно што жели, продужавањем потражње лучи се допамин, неуротрансмитер уско повезан са жељом и жеља за проналажењем и поседовањем жељеног предмета још више расте. Неуронаука додаје да уколико се удружи и лучење хормона ендорфина са хормоном допамин приликом куповине, може да дође до зависности од исте. Сходно томе Керолин Мер наводи да је 15 милиона људи у САД зависно од куповине, тј. пати од овог поремећаја (Mer, 2018; pp. 102-104).

Према хијерархији америчког психолога Абрахама Маслоуа - „Масловљева хијерархија потреба” (популарној мотивационој теорији) може да се објасни људско понашање, дакле и начин на који одећа задовољава људске жеље и потребе (Maslow, 1943). Према поменутој хијерархији, удобност и функција одеће може да задовољи оне најниже психолошке и сигурносне потребе, а на следећој лествици где се налазе љубав, припадање и самопоштовање, може да се нађе одећа која се користи да се поспешу и представи социјални идентитет, док уз помоћ креативније одрживе одеће може да се поспешу самоактуелизација, што Салецл наводи као дискутабилно. Маслоу сматра да се самоактуелизација добија давањем уз избегавање чињења штете. Највиши слој на лествици је трансцендентност која се постиже духовним давањем себе нечем већем од самог себе (космосом, животињама, људима, природи). Према Маслоуу, одећа може утицати на расположење код особа које брину о свом спољашњем изгледу и такви људи су склонији социјално-анксиозним поремећајима јер на одећу гледају као на вид ослобађања ради благостања. Дакле, одећа има велику улогу у сопству, његовом мењању, одржавању и развоју (Mer, 2018; pp. 75-76).

Рената Салецл својој књизи „Тиранија избора”, закључује да: „...ми можемо изабрати да ли да прихватимо или одбијемо тиранију избора - а можемо почети тако што ћемо схватити шта нам се, заправо, нуди.” (Salecl, 2014; pp.75-76), док Керолин Мер закључује да: „Многа модерна друштва карактерише дубоко укорењено уверење да имати значи бити, тако да појединци често дефинишу себе и друге оним што имају.” (Mer, 2018; pp. 96).

III „Zero-waste” принцип

Концепт „zero-waste“

У општем смислу „отпад“ се може дефинисати као: „материјал који је остатак или непожељан после производње или коришћења нечега“⁹. Као што је већ наглашено у Поглављу I, смањење или елиминисање отпада који настаје због остатка неискоришћеног материјала током процеса производње одевног предмета („отпад пре потрошње”; енгл. pre-consumer waste) је засновано на оптимизацији употребе материјала путем избегавања стварања отпада који настаје приликом израде кројних слика. Овај концепт је данас познат под називом „zero-waste”.

Као што је већ наведено, укупан отпад који се ствара приликом кројења код традиционалне производње одевних предмета се не може тачно проценити јер зависи од врсте одевног комада, дизајна, ширине тканине или плетенине и дизајна површине материјала¹⁰. Ипак, процењује се да он процентуално износи 10-20% целокупног утрошка материјала и због тога се данас говори да је његов укупан износ 15% (Hayes et al., 2012; Rissanen, 2005). Ова процена се односи на савремену производњу код које се користе модерни CAD системи за израду кројних слика, док је код мануфактурне и ексклузивне израде одевних предмета у малим модним радионицама количина отпада процентуално знатно већа. Ту се ради о милионима тона текстилног отпада на годишњем нивоу. Тај се отпад може елиминисати путем концепта „zero-waste“ дизајна, који има за циљ да креира кројне слике које уопште не остављају или остављају минималну количину отпада.

Данас је овај концепт у фокусу на академском нивоу у свим врхунским школама које се баве модним дизајном и полако продире у поре модне индустрије. Наравно, сам концепт није настао преко ноћи, већ је резултат вишегодишњег експериментисања са иновативним техникама дизајна кроз ентузијазам и иновативност од стране мале групе дизајнера. Зачетници и данас најпознатији заговараоци „zero-waste” концепта су Тимо Рисанен (Timo Rissanen) и Холи Мек Килан¹¹ (Holly McQuillan). У опсежној студији која

⁹ „material that is left over or that is unwanted after something has been made, done, used, etc.“. The Britannica Dictionary (<https://www.britannica.com/dictionary/waste>).

¹⁰ Прим.аут.: Код коришћења штампаних материјала је отпад увек већи због уклапања шаре.

¹¹ <https://hollymcquillan.com/about/>

се бави еколошким и етичким елементима модне индустрије (Fletcher, 2008), наглашава се да се Тимо Рисанен¹² и Холи Мек Килан данас издвајају као предводници концепта „zero-waste“, те да, иако блиско сарађују, они имају различит приступ алтернативним форматима конфигурисања кројних слика и конструкције одеће, али са заједничким циљем производње одевних предмета са нула отпада (McQuillan & Rissanen, 2011).

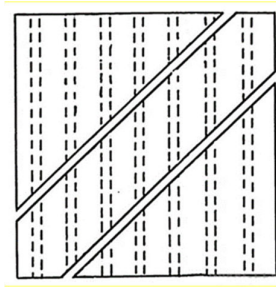
Иако је назив овог концепта („zero-waste“) релативно нов, слична идејна решења су одавно позната код традиционалног јапанског кимона, хитона из античке Грчке и индијских сарија (Kagunaratne, 2018), код којих се за одевни предмет користи један цео комад материјала, без икаквог отпатка. Такође, кроз историју су познати периоди када су људи морали да траже решења слична концепту „zero-waste“, као нпр. у време ратова или природних катастрофа када су због сиромаштва и недостатка жене биле приморане да сачувају сваки комад текстила прерађујући стару одећу у нове одевне предмете.

Поред ових традиционалних или историјским околностима „изнуђених“ решења, у историји модног дизајна су познати и професионални дизајнери који су својим радом инспирисали данашњи „zero-waste“ концепт. Као најистакнутији пример се издваја Маделен Вионе¹³ (Madeleine Vionnet), модна дизајнерка чији је модни стил постао синоним моде 30-тих година XX века, а данас се сматра једним од најутицајних модних дизајнера XX века. У модном свету јој је додељена титула „краљице кројења укусо“ јер је прва увела коришћење технике дијагоналног сечења тканине приликом кројења (тзв. „bias-cut“) за цео одевни предмет – вечерњу хаљину, а не само за поједине делове. „Кројење укусо“ значи да се тканина не сече тако што се прати правац основе или потке, већ се сече дијагонално (Слика 2) (Almond, 2009). На тај начин се мења „интегритет“ саме структуре тканине, па је сам крој мање крут и постаје еластичнији, тако да се тканина понаша на потпуно различит начин од класично кројене тканине. Ова техника, кројења специфично, ствара кривудава и лагано пријањајућу силуету модног комада, обезбеђујући тако слободну форму која прати облик женског тела и креће се заједно са особом која носи модни комад. Целокупна филозофија дизајна Маделен Вионе је

¹² Фински дизајнер и уметник који је највећи део своје каријере посветио иновацијама ради увођења „zero-waste“ израде кројних слика. (<https://timorissanen.com/>)

¹³ Маделен Вионе (1876-1975) је француска модна дизајнерка позната по својим револуционарним иновативним техникама израде хаљина.

садржана у њеној познатој изреци: „Хаљина не сме да виси на телу, већ мора да прати његову линију. Када се жена смеши и хаљина мора да се смеши са њом.“¹⁴



Слика 2. Шема дијагоналног сечења тканине приликом кројења „bias-cut“.

Маделен Вионе је експериментисала и са коришћењем основних облика једног комада тканине, као што су четвороуглови и троуглови, радећи са њима директно на телу живог модела или на дрвеној лутки малог формата, прилагођавајући тако карактеристике материјала облику тела ради трансформисања дводимензионалне тканине у тродимензионални одевни предмет. Користећи технику драпирања, цела хаљина је прављена од једног великог комада тканине дужине 2 метра а била је инспирисана традиционалним јапанским кимоном (Слика 3) (Masayuki, 2002).



Слика 3. Маделен Вионе, вечерња хаљина (око 1938. године). Колекција Кобе музеја моде (Kobe Fashion Museum), Јапан.

¹⁴ „The dress must not hung on the body but follow its lines. When a woman smiles the dress must smile with her.“

Пошто техника кројења укосо практично не оставља отпад тканине, а код многих одевних комада је Маделен Вионе користила само један комад тканине, она је тако сугерисала још пре једног века да је концепт „zero-waste“ итекако могућ.

Стваралаштво Маделен Вионе је имало велики утицај на савремене модне дизајнере, међу којима се нарочито истичу Исеј Мијаке и Вивијен Вествуд. Такође, један од зачетника данашњег „zero-waste“ концепта, Тимо Рисанен је инспирацију за сам концепт пронашао проучавајући стваралаштво Маделен Вионе.

Стратегије концепта „zero-waste“

С обзиром да данас постоји више различитих приступа „zero-waste“ концепту који имају циљ елиминисања отпатка материјала, може се рећи да је свима заједнички циљ који се своди на елиминисање међупростора између кројних слика приликом кројења. У пракси се то своди на што је могуће мање сечење материјала, за шта је потребно да су кројне слике специфично формиране и то тако могу да се уклопе на начин да се приликом кројења не ствара отпадак тканине. Друга и најбоља могућност је да се одевни предмет израђује од једног комада тканине, или коришћењем више комада тканине правилног геометријског облика, јер се на тај начин потпуно избегава сечење материјала. Теоријски гледано, ово је могуће извести, али се у пракси показало да без обзира на одабрани приступ, модни дизајнер мора знатно да прилагоди дизајн одевног предмета да би се избегао отпад приликом његове израде.

За дубље разумевање могућности које нуди „zero-waste“ концепт неопходно је да се на неки начин изврши класификовање постојећих метода за његову реализацију. То је могуће урадити по принципу сличности приступа који се користе код појединих метода (McKinney et al., 2020; ElShishtawy et al., 2022).

Метода „мозаика“

Холи Мек Килан примењује метод „мозаика“ (енгл. tessellation) тако формирајући одевни предмет који није конфекциониран на класичан начин већ су поједини делови различитог формата спојени тако да чине одевни комад (McQuillan, 2011). Основа методе „мозаика“ је формирање фрагмената тканине одређеног облика али различитог формата, који се као мотив понављају и испуњавају целу ширину и дужину комада

тканине (Слика 4а). Коришћење и понављање фрагмената истог облика омогућује да се формира силуета целог одевног предмета.

Овде постоји и могућност да се користи једна те иста шема – крој и да се истовремено режу фрагменти из више слојева различитих тканина, тако да се добија скоро неограничен број могућих различитих дизајна одеће. У зависности од одабраног облика фрагмента, овај метод увек оставља отпад тканине због делова који се исецају уз ивицу комада тканине. Да би се ово избегло, формат фрагмента се смањује уз ивицу тканине. Потом се уклапање делова код „мозаик“ проступа врши тако што се фрагменти мањег формата користе ближе праволинијским ивицама одевног комада. Ту је остављена и могућност слојевитог уклапања и спајања фрагмената, чиме се креира посебан естетски и површински ефекат, што је међутим врло тешко изводљиво у масовној производњи (Слика 4б).



Слика 4. Шема могуће „кројне слике“ за „мозаик“ методу (а.) и одевни предмет израђен „мозаик“ методом (б.). (<https://hollymcquillan.com>)

Друга могућност за избегавање отпада уз ивице тканине је коришћење фрагмената који имају праволинијске ивице уместо закривљених (Carrico & Kim, 2014). Ипак и са овим решењем остају очигледни недостаци „мозаик“ методе, а то су: крајњи изглед одевног предмета не може се тачно предвидети; закривљеност људског тела не може да се прати јер се креира скулптурални одевни предмет; цео поступак израде може на крају да

доведе до много већег утрошка материјала у поређењу са конвенционалним начином израде.

Метода „слагалице“

Један од начина за елеминисање отпада тканине је да се креира кројна слика одевног предмета са умецима, џеповима, крагнама и украсима који се уклапају као слагалица. За разлику од метода „мозаика“, овде се користе међусобно различити облици појединих делова кроја, тако да је сам крој основа дизајна и крајњи изглед одевног предмета је мање предвидљив него код методе „мозаика“.

Ради избегавања отпада материјала, код приступа „слагалице“ (енгл. „jig-saw“) се врши манипулисање облика кројних слика, тако да се оне потом идеално уклапају једна у другу по ивици која настаје сечењем и коју кројени комади практично међусобно деле. Овај приступ омогућује дизајнеру да унапред формира одређени облик дела одевног комада (рукав, ногавица итд.), али обавезно тако да се конвексна закривљена ивица једног комада кроја у потпуности уклапа са конкавном ивицом другог комада кроја. Овде је неопходно велико дизајнерско искуство јер свака промена облика на једном комаду кроја утиче на облик суседног комада кроја – оно што се нпр. придода једном комаду се истовремено одузима другом комаду кроја и обратно.

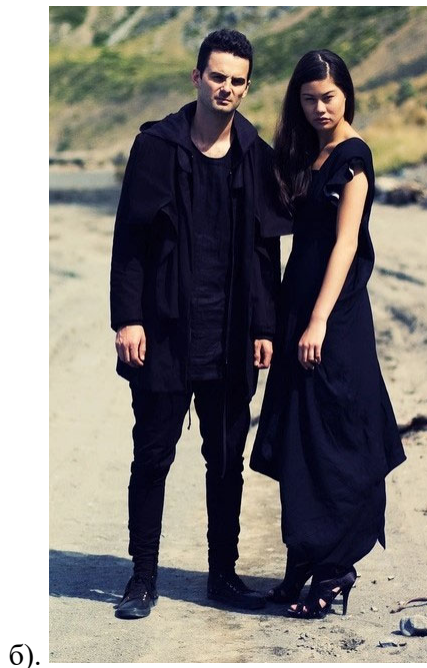
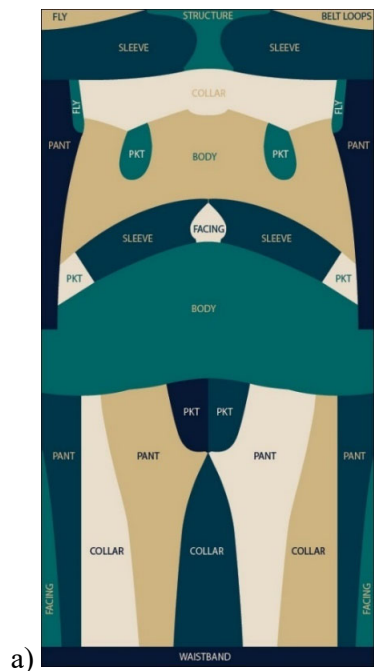


Слика 5 Дизајн „zero-waste“ одевног предмета уз израду кројних слика на бази неевклидске геометрије путем метода „слагалице“ – Марк Лиу.

Приступ „слагалице“ је прихваћен и додатно развијен од стране Марк Лиу-а¹⁵ (Mark Liu) (Слика 5). Он користи ласерски нож за специфично резање кројних слика са циљем претварања тзв. негативног простора тканине у позитиван простор који се користи као декоративни спољашњи шав на одевном предмету. При томе он користи принципе неевклидске геометрије за тачно мерење закривљености људског тела, што омогућује бољу тачност и ефикасност код израде кројних слика.

Метода „уграђене слагалице“

Основни недостатак методе „слагалице“ је што одевни предмети рађени овом методом често имају вишак материјала и набора, што није баш увек прихватљиво. То се избегава код метода „уграђене слагалице“ (енгл. *embedded jigsaw*), који се заснива на сличним принципима као метод слагалице уз ту разлику да је цео дизајн кроја „уграђен“ тј. ограничен дужином комада тканине и да се два или више одевних предмета „уграђују“ у исти крој тј. комад материјала. Овај метод је нарочито развијен од стране Холи Мек Килан (Слика 6).

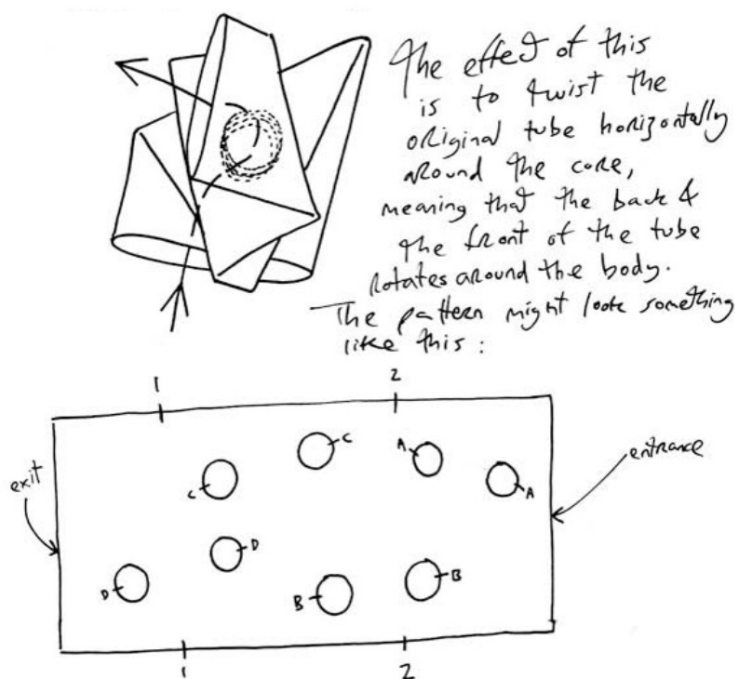


Слика 6. Кројна слика (а) и готов одевни предмет (мушко одело - панталоне и сако) (б) по методу „уграђене слагалице“. Материјал: 100% памук. Извор: <https://hollymcquillan.com/design-practice/twinset-embedded-zero-waste/>

¹⁵ <http://www.drmarkliu.com/zerowaste-design-1>

Метод „сечења елиминисањем“

Метод сечења елиминисањем (енгл. subtraction cut) је креиран и промовисан од стране Дулијана Робертса¹⁶ (Julian Roberts). Како он сам објашњава, овај метод је „дизајнирање са кројним сликама, а не формирање кројних слика по дизајну“¹⁷. Метод се заснива на тзв. негативном простору који се може отворити на материјалу (елиминисање). На тај начин се коначни облик одевног предмета формира путем уклањања материјала, не његовим додавањем. Исецањем отвора и уклањањем материјала се креира додатни простор око тела, истовремено мењајући начин на који материјал прати контуре тела. Овај метод је близак традиционалном формирању кројних слика, а набирањем материјала тј. драпирањем се формира неубичајени визуелно комплексан облик одевног предмета (Слика 7).



Слика 7. Шема могућег кроја методом „сечења елиминисањем“ (Roberts, 2013, pp.39).

По исецању отвора материјал се преклапа тако да отвори формирају „тунел“ кроз који се провлачи одређени део тела. Ово је врло креативни приступ и прихваћен је као алтернативна метода за дизајнирање одеће.

¹⁶ <https://www.thecuttingclass.com/subtraction-pattern-cutting-with-julian-roberts/>

¹⁷ “Subtraction cutting is DESIGNING WITH PATTERNS, rather than creating patterns with designs”

Све четири поменуте методе се заснивају на принципу тзв. креативног прављења кроја. Међутим, поред ових приступа постоје и приступи који се заснивају на техникама драпирања и савијања материјала и не базирају се у својој основи на креативном прављењу кроја. Једна од таквих метода је тзв. „минимални рез“ (енгл. *minimal cut*) (Carrico & Kim, 2014), која се заснива на коришћењу једног комада тканине и драпирању материјала којим се постиже крајњи облик одевног предмета. Друга могућност је формирање мултифункционалног одевног предмета тј. модног предмета који може да се носи на више различитих начина. Између осталог укључује и тзв. реверзибилни дизајн (окретање наопако) и променљиви дизајн (промену положаја или облика појединих делова одевног предмета). Још једна могућност је тзв. модларни дизајн, метод код кога се тканина исече на мале делове (модуле) који се потом користе за одевни предмет.

Изазови код концепта „zero-waste“

Упркос јасним бенефитима, „zero-waste“ дизајн прати и знатан број изазова, због чега овај концепт још увек није применљив у масовној производњи (Carrico et al., 2022). Основни проблем код „zero-waste“ је да је изузетно тешко креирати одевни предмет. Наиме, основна разлика између „zero-waste“ и конвенционалног модног дизајна је у томе да код „zero-waste“ дизајна припрема и сечење кројних слика мора да буде интегрални део самог дизајна (Rissanen & McQuillan, 2016, pp.88). Самим тиме, „zero-waste“ дизајн захтева искусног и вештог дизајнера који је способан да истовремено замисли како ће изгледати одевни предмет у три димензије и како ће се формирати дводимензионални крој са циљем уклапања појединих делова као слагалица. То је све једноставније постићи са „оверсајз“ одевним предметима, али је велики изазов креирати нешто што изгледа добро и истовремено пријања уз тело и прати облик тела. Због тога већина одевних предмета рађених по концепту „zero-waste“ није скројена тако да прати облик тела.

Као основни изазови могу се издвојити (Saeidi & Schreffler Wimberley, 2017; Carrico & Kim, 2014):

- Крој одевног предмета је углавном направљен само за једну одређену величину;
- Крој се може уклопити само код једне одређене ширине текстилног материјала;
- Завршна обрада ивица у највећем броју случајева није укључена код израде кроја;
- Различити делови (комади) кроја имају различиту гранулацију;
- Крој није применљив у индустријској производњи.

Један од највећих изазова код „zero-waste“ дизајна је што крој одевног предмета обично одговара само једној величини. То је последица чињенице да се за производњу одевних предмета користе стандардизоване ширине тканине, тако да дизајнер мора да ради са већ унапред одређеном ширином материјала. Када се дизајнира „zero-waste“ одевни предмет, сам утросак материјала је потпун тако да се не може вршити градирање одевног предмета у разне величине јер не постоји позитивни простор за проширење у веће величине, ни негативни простор за смањење у мање величине. Из тог разлога се данас истражују и начини да се омогући дизајнирање „zero-waste“ у више различитих величина. Једно од понуђених решења је убацивање трака на појединим стратешки одабраним местима, уз промену њихове ширине и дужине (Carrico, 2020).

Да би искористили цео комад тканине, без икаквог отпада, дизајнери често прибегавају појединим већ познатим дизајнерским решењима, као што су: (McKinney et al., 2020)

- Комбиновање шавова – код многих „zero-waste“ дизајна су бочни шавови и шавови на рамену комбиновани чиме се избегава настајање отпада у форми троуглова тканине који настају када се формира нагиб рамена или струкирани облик.
- Обавијање – каишеви и појасеви се често користе да приљубе одевни предмет уз тело и њихова израда представља начин да се избегне отпад материјала.
- Формирање отвора за тело путем равно сечених прореза уместо закривљених отвора – Ова стратегија омогућава избегавање отпада материјала који типично настаје код отвора за руке и за врат.
- Креативно коришћење исечених комада материјала – комади материјала који преостају после кројења могу креативно да се инкорпорирају у дизајн одевног предмета. Тако нпр. за комад материјала који преостаје од отвора за врат може да се искористи као ојачање за поједине делове одевног предмета.

Уопштено гледано, кројење и дизајнирање одевних предмета по „zero-waste“ концепту доводи до врло интересантних и специфичних решења. Ови одевни предмети често имају шавове на неочекиваним местима, који су често дијагонално оријентисано, не вертикално како је иначе уобичајено. Такође, решења која се базирају на четвртастим комадима материјала имају много мање шавова него традиционални одевни комади, што може знатно да смањи трошкове израде самог одевног комада.

Уметничка слобода, креативност и инвентивност модног дизајнера су важни елементи код „zero-waste“ дизајна. Да би показали колико индивидуалност самог дизајнера утиче на исход дизајна, Холи Мек Килан, Тимо Рисанен и Џулијан Робертс су у оквиру пројекта „The Cutting Circle“ имали исти задатак да креирају „zero-waste“ одевни

предмет (McQuillan et al., 2013). Мек Килан је користила уобичајени дводимензионарни крој развијајући дизајн на бази тела и задатог простора. Рисанен је користио методу истовременог сечења кроја и драпирања, помажући се и цртежима кроја. Робертс је користио његов метод „сечења елиминисањем“. Сви троје су дошли до потпуно различитих решења.

Пошто је „zero-waste“ нови концепт, како за потрошаче тако и за произвођаче, предвиђа се да ће бити потребно много труда и времена док овај концепт заживи у пракси модне индустрије. То је највише из разлога што концепт дизајнирања без отпада захтева промене и у самом производном ланцу текстилних материјала (нпр. због адаптирања ширине тканине), што знатно повећава трошкове израде модног комада. За сада је концепт, иако нашироко развијан и истраживан, још увек највише прихваћен на академском новоу, без значајног укључивања модне индустрије и државних институција, а то је неопходан услов за успех концепта у пракси (Connett & Sheehan, 2001). Стога је још увек прилично тешко натерати потрошаче и произвођаче да прихвате у овом тренутку концепт, али константни напори иноватора и дизајнера широм света неумитно воде ка подизању нивоа свести свих актера у ланцу модне индустрије. Пред модним дизајнерима и свима који раде у развоју нових одевних производа се налази огроман изазов да направе прихватљиву комбинацију ефикасне производње одеће, естетике и смањења отпада материјала.

IV Инспирација

Опште је познато да је инспирација у моди резултат креативног истраживања које је срж процеса дизајна. Као богат извор инспирације за стварање нових дизајнерских решења се издваја инспирација у прошлости и другим културама. Кроз дијалог са прошлошћу је генерално могуће створити нешто ново, свеже и различито, те на тај начин покренути моду ка будућности. Овај концепт је и те како применљив и код реализовања одрживе моде.

Анализирајући прошлост у потрази за коренима одрживе моде, може се видети да се њени почеци налазе у бунтовничким покретима насталим у касним 60-тим годинама двадесетог века, као што је хипи-револуција која је увела у моду природне материјале и захтевала враћање једноставном стилу живота, јасно се декларишући као анти-мода. Касније су се појавили панк и готички покрети (70-тих и раних 80-тих година двадесетог века) који су такође били против традиционалног схватања моде, форсирајући половну тј. већ ношену одећу (енгл. second-hand) и намерно мешајући стилове. Интересантно је да су се ови покрети јавили далеко пре него што је уопште по први пут на глобалном нивоу дефинисан појам одрживости (United Nations, 1987). Ови покрети су се јавили као реакција на изричито потрошачко друштво, настало у Америци средином 50-тих година а нарасло током 60-тих година двадесетог века као последица убрзане глобализације, снажног маркетинга и општег технолошког напретка. Врхунац овог тренда је био у 90-тим годинама двадесетог века, које су донеле демократизацију моде када модним артиклима знатно пада цена и постају приступачнији него икада као последица развоја глобалних комуникација и производње у земљама са јефтином радном снагом. Тек тада почињу да се сагледавају последице оваквог тренда по планету Земљу, па у исто време почиње да настаје одрживи тренд у моди. Данас у њему обавезно учествују и дизајнери светске класе јер је јасно да практично цео модни свет мора да постане „одржив“.

Поједини дизајнери светске класе су и у периоду пре него што се уопште појавила одржива мода својим иновативним изналагањем нових креативних принципа показали храброст да стварају моду изван тадашњих прихватљивих оквира и модних норми. Тако су, можда несвесно, макар у почетку, учествовали у стварању корена одрживе моде. Својом генијалном креативношћу и померањем граница у модном дизајну и уметничком стваралаштву успели су да створе основу за развој савремене одрживе моде.

Кључни примери оваквих дизајнера су: Мартин Марђела (Martin Margiela), Реј Кавакубо (Rei Kawakubo), Јоџи Јамамото (Johji Yamamoto) и Исеј Мијаке (Issey Miyake). То су дизајнери који су створили потпуно нови, различит и лични стил у моди, као последицу изузетне естетске креативности. Њихов дизајн је јасан, једноставан, софистициран, а код јапанских дизајнера и заснован на богатој традицији Јапана, али прилагођен модерном начину живота. Такав дизајн је неисцрпни извор инспирације за стварање нових дизајнерских решења у оквиру концепта одрживе моде. При томе се као посебан изазов издваја уградња традиционалних елемената јапанске културе у савремену модну колекцију, што захтева посебан напор и значајну дозу креативности.

Пошто се међу креативно-експерименталним решењима која су на располагању модном дизајнеру као стратегија за одрживи модни дизајн посебно издваја креирање одеће без отпада тканине („zero-waste“), инспирација за овакво креативно-експериментално дизајнерско решење се може наћи у методама и техникама традиционалне јапанске вештине савијања папира – оригами, као и у традиционалном јапанском костиму – кимону. Оваква креативно-експериментално дизајнерска идејна решења могу да омогуће одрживост у моди кроз вишеструку функционалност одевног предмета.

Постмодернизам и анти-мода као темељи одрживе моде

Белгијски модни дизајнер Мартин Марђела је крајем осамдесетих и почетком деведесетих година прошлог века постао познат по деконструкцији одеће (Seeling, 2010, pp. 391). Концепт „деконструкција” се у моди дефинише као деконструисање постојећих одевних предмета и проналажење њихове нове функције и естетике. Деконструкција је одавно позната у ширем контексту дизајна, нарочито у архитектури. Као појам, деконструкција је по први пут коришћена у модном контексту приликом коментарисања Марђелиног дизајна (Granata, 2012), после чега је појам постао редовни део речника модних часописа као појам који описује модне комаде који су „незавршени” (енгл. unfinished), „распадају се на делове” (енгл. coming apart), „рециклирани” (енгл. recycled), „транспарентни” (енгл. transparent) и „запуштени” (енгл. grunge) (Gill, 1998).

Марђела се школовао у Антверпену и потом додатно обучио радећи као асистент за Жан Пол Готијеа (Jean Paul Gaultier). Прву колекцију под сопственим брендом Мезон Мартин Марђела (ориг. Maison Martin Margiela) је приказао 1989. године. У периоду 1997-2003. године је био и креативни директор линије за жене модне куће Хермес. Своје место међу

модним легендама је изградио радећи још пре четрдесет година оно чиме данашњи дизајнери тек почињу да се баве. Наиме, Мартин Марђела се бавио одрживом модом много пре него што је тај појам уопште настао. Био је први у свету моде ко је почео да размишља о рециклирању. Он је дошао до идеје да готов одевни предмет користи као основу за материјал, а да му она отвори нове, несвакидашње могућности. Деконструисање постојећих одевних предмета и проналажење њихове нове функције и естетике је уско повезано са појединим начинима данашњег апциклирања (енгл. *upcycling*). У књизи „Мода” (Grupa autora, 2015, pp.411), наводи се следеће: „Мартин Марђела с лакоћом помера границе модног дизајна, почињући од препознатљивих облика које потом изобличује или им додаје неочекиване промене. Често га оптужују да ствара одећу која се не може носити, али његова модна линија има одане следбенике због мајсторски скројених основних елемената.”

Марђела је био први дизајнер који је апциклирао одбачене одевне предмете дајући им нову сврху и то у доба када се то још увек није звало одрживим. Био је први који се сетио да расече спреда по дужини оригиналне балске хаљине из 50-тих година двадесетог века, при чему их је пребојавао и слојевито пребацивао преко цинса (Слика 8) (Mower, 2018).



Слика.8. Мартин Марђела. Колекција пролеће 1991. Изложба “Марђела” у музеју моде Пале Галијера, Париз (Palais Galliera, Paris), март-јули 2018. Фотографија: © Pierre Antoin, Vogue

Такође, да би дао нову сврху старим марамама правио је од њих блузе и сукње (Слика 9) (Scheiner, 2018).



Слика.9. Мартин Марђела. Колекција пролеће 1992. Изложба “Марђела” у музеју моде Пале Галијера, Париз (Palais Galliera, Paris), март-јули 2018. Фотографија: © Julien Mignot for The New York Times

Заштитни знак Марђелиног дизајна је постмодернизам и анти-мода. Доказ да аутентичност нуди нова решења јесте Марђелина храброст да од старог направи нешто потпуно ново. Био је убеђен да треба да постоји интерактивна веза између одевних комада и онога ко их носи (Seeling, 2010, pp. 392-399). Његова теза је усмерена ка самој функцији одевног предмета и отвара поље креативности које нуди револуционарне могућности. Марђела се тако издваја као један од визионара модне индустрије, који је оставио врло специфичан печат својим недокучивим нивоом ироније и практичности у моди.

Иако се повукао из света моде још 2009. године, његов луксузни модни бренд Мезон Марђела (ориг. Maison Margiela) наставља са радом и данас, додуше у власништву велике италијанске модне групације OTB. Од 2014. године је овај бренд под креативном руком британског дизајнера Џон Галиана (John Galliano). Без обзира на све индивидуалне и креативне разлике у односу на Марђелу, Галиано је јасно показао интерес да задржи, користи и даље успешно развије „идеологију” деконструкције у моди

(Dritsoroulou, 2017). На тај начин компанија и даље прати Марђелину визију у моди, тако да данас - у доба одрживе моде – наступа са јасно брендираним циљем одговорне будућности.

Одржива јапанска традиција и естетика

Као представници нове естетике, поред белгијског дизајнера седамдесетих и осамдесетих година XX века у Европи су се појавили и јапански дизајнери Исеј Мијаке, Реј Кавакубо и Јоџи Јамамото. Они су такође интензивно примењивали концепт деконструкције у својим модним колекцијама, што је на крају довело до „деконструкције” западне моде на више нивоа и то: традиције, начина уметничког израза и начина комуникације (Zborowska, 2015). Једном речју, Мијаке, Кавакубо и Јамамото су били прави револуционари у свету моде јер су на драматичан начин увели културу и естетику Далеког истока у моду Запада, тако да су јапански начин размишљања, традиција и напредне текстилне технологије постали нераскидиви део праксе светског модног дизајна на крају двадесетог века. Дизајнери Мијаке, Јамамото и Кавакубо „стварају дела прожета историјом прошлости, која динамично гледају ка будућности кроз поетски амалгам идеја и функција“ (English, 2011).

Карактеристично је да су, иако су долазили из идеолошки потпуно другачијег културног окружења, прихватили модну традицију Запада, мењајући на тај начин модни имиџ Далеког истока који се у то време називао оријентална мода. Њихов приступ моди јесте био заснован на традиционалној одећи Јапана и Далеког истока, али уз врло авангардне, ексцентричне и провокативне елементе на бази метода деконструкције, што је све било далеко изван тада важећих модних стандарда. Наиме, док се западни модни стандард заснивао на форми која прати контуру тела, јапански дизајнери су били усредсређени на простор између тела и одевног предмета. Њихов циљ је био да путем овог простора омогуће да особа која носи одевни предмет то чини природно, без да је ограничена унапред дефинисаном формом одевног комада.

Тако су Кавакубо, Јамамото и Мијаке донели потпуно неортодоксне, авангардне модне предмете на париску модну сцену осамдесетих година. Комбиновањем оригиналног концептуалног приступа и иновативне технике деконструкције, они су у потпуности одбацили западњачку визију о лепоти и форми у моди. Због раскидања са свим постојећим конвенцијама у моди, био је то изузетно важан моменат за моду Запада.

Мода по концепту деконструкције није окарактерисана комерцијалним профитом, не уклапа се у трендове, већ узима у обзир индивидуалност, разбијајући стереотипе и очекивања од моде путем разоткривања структуре модног комада (Skivko, 2020).

Значајна је чињеница да се јапанска естетика своди на прочишћене линије, страствено неговање традиције (Musuli, 2019) и геометријске форме које красе њихове архитектонске конструкције како домова (Kerr et al., 2019) тако и одеће. Технике конструкције одеће код Кавакубо, Јамамотоа и Мијакеа укључују свеобухватну јапанску естетику која се састоји од два концепта: „ваби” (енгл. wabi) шта значи „рустична једноставност” и „саби” (енгл. sabi) шта значи „лепота која долази са годинама”. Када се односи на предмете које је човек направио, „ваби” такође означава несавршеност или недовршеност као последице процеса производње. Карактеристике „ваби-саби” су асиметрија, једноставност и скромност. Поред тога, сва три дизајнера су користили и концепт „ма” (енгл. ma) који има опште значење „простор”, а код одеће се односи на „прекомерни простор између тела и текстилног материјала” (Laloo-Morag, 2010).



Слика.10. Јоџи Јамамото. Дуга бела хаљина са отвореним леђима и црна сукња; Дуга бела хаљина са високом крагном. Колекција јесен/зима 1996-97. © Victoria and Albert Museum, London

Као репрезентативни пример овог концепта се издвајају чувене Јамамотове хаљине (Слика 10) које се налазе у збирци Музеја Викторија и Алберт (Victoria and Albert

Museum) у Лондону¹⁸. Ови скулптурални одевни комади од филца у себи сажимају основне принципе концепта „ваби-саби” - коришћењем небојеног филца и концепта „ма” - коришћењем техника кројења и пресавијања које обезбеђују простор између тела и одеће. Јамамотов циљ је да особа која носи одевни комад то чини природно, без ограничења наметнутих обликом одевног комада.

Док је Јоџи Јамамото експериментисао са прекомерно великим (енгл. oversized) одевним предметима, тако сакривајући полни идентитет особе која носи одећу, замагљујући границу између полова да би креирао „унисекс” одећу, Реј Кавакубо је користила неправилности у конструкцији путем креирања деконструисаних, незавршених одевних предмета са намерно остарелим или оштећеним материјалима (Слика 11)¹⁹.



Слика.11. Реј Кавакубо. Јакна, сукња и кошуља. Колекција: пролеће/лето 1983. © The National Gallery of Victoria (NGV), Melbourne, Australia

¹⁸ Victoria and Albert Museum, London. *Yohji Yamamoto: About the exhibition*. <http://www.vam.ac.uk/content/exhibitions/yohji-yamamoto/about/> (доступно 01.05.2021.).

¹⁹ Whitfield, D. *Rei Kawakubo: reframing fashion*, National Gallery of Victoria (NGV), Melbourne, Australia. <https://www.ngv.vic.gov.au/collecting-commme/rei-kawakubo-reframing-fashion/> (доступно 15.11.2021.).

Исеј Мијаке је авангардни јапански модни креатор чувен по несвакидашњем споју уметности и истраживачког рада. Познат као „маг плисиране одеће која траје”, испливао је из мора светских дизајнера на саму површину револуционара у модној индустрији. Дипломирао је графички дизајн на Универзитету Тама Арт у Токију 1964. године. Након завршетка студија, преселио се у Париз где је имао прилику да ради за престижне брендове Убер де Живанши (Hubert de Givenchy) и Ги Ларош (Guy Laroche). Након неколико година проведених у Паризу, 1969. године је прешао у Њујорк, где је радио за Џефри Бина (Geoffrey Beene), модног дизајнера чувеног по уметничким и техничким квалитетима у креирању једноставне и комфорне женске одеће. После годину дана се вратио у Јапан, где је и основао свој Мијаке дизајн студио (Miyake Design Studio). Рад у два модна града имао је значајан утицај на његов стил и даљи рад. Њујорк је утицао на суптилност форме, док је у Паризу стекао осећај за крој и структуру у одевању (Mair & Jones, 2005, pp. 338). Наравно, своје прве колекције је приказао у Њујорку (1971. године) и у Паризу (1973. године), а без обзира на даље редовно пласирање колекција у Америци и Европи, сву своју производњу је задржао у Јапану.

Исеј Мијаке је своју рану фазу дизајна започео радећи пре свега са природним материјалима, њему доступним, као што су памук и лан. Након усавршавања технике коју је желео да спроведе на одређеном материјалу уводио је експериментални приступ (Artrageous with Nate, 2016). Он свој креативни процес увек започиње обимним истраживањем на нивоу појединачних нити и стварањем сопствених оригиналних материјала. Спој знања из графичког дизајна и моде касније се код њега огледа у прецизном графичком приступу елементима који чине одевни комад, али и у самом принту који даје додатну живост његовим моделима.

Концепт бренда Исеј Мијаке је од самог почетка заснован на „једном комаду тканине” (енгл. „a single piece of cloth”) и на „телу, текстилном материјалу који га прекрива и на њиховом угодном међусобном односу” (енгл. „the body, the fabric covering it and a comfortable relationship between the two”)^{20, 21}. Мијакеове силуете, технике конструкције и материјали имају корене у традиционалном јапанском дизајну, одећи самураја, сеоској одећи и оригамију, али истовремено одражавају и савремени урбани животни стил. Он фаворизује лабаве слојеве који могу бити прилагођавани од стране корисника и тако

²⁰ Issey Miyake Concept. <https://www.isseymiyake.com/en/brands/isseymiyake> (доступно 01.05.2021.).

²¹ The Concepts and Work of Issey Miyake. <http://mds.isseymiyake.com/im/en/work/> (доступно 01.05.2021.).

ношени на различите начине. Кроз његове моделе јасан је утицај његових корена и традиције што и показује колекција приказана 1979. године под именом „Сусрет Истока са Западом” („East Meets West“) (Seeling, 2010, pp. 184-185).

Жеља за креирањем нове линије код Исеја настала је након ретроспективне изложбе у Паризу 1988. године под називом „Issey Miyake A-ŪN”, када је схватио да је у домену материјала достигао врхунац и да је дошло време за нешто сасвим ново. У периоду преиспитивања инспирисала га је једна марама која је плисирана под углом и савијена на четири дела. Ту методу и технику савијања и плисирања мараме, која из дводимензионалне правоугаоне форме има могућност да прави разигране тродимензионалне облике, применио је на одевне предмете, што је оставило велики утицај на његов даљи рад. Та једноставна, а несвакидашња марама покретач је линије која је бренд Исеј Мијаке поставила на пиједестал модног бизниса. Такође, посебно је био инспирисан и чувеном Делфи хаљином²² (енгл. Delphos dress), коју је још почетком XX века израдио дизајнер Мариано Фортуњ²³ (Mariano Fortuny) од деликатно плисиране свиле.

Мијакеово даље експериментисање са плисирањем тканине је претворило уобичајену методу плисирања у потпуно ново технолошко решење – технику плисирања одевног предмета (енгл. garment pleating). Док се традиционална метода плисирања заснива на плисирању материјала који се потом кроји и шије у одевни предмет, нова техника плисирања прво подразумева кројење и шивење одевног предмета из једног дела у „оверсизе” величини, набирање, стављање између два слоја традиционалног јапанског „ваши” (енгл. washi) папира и тек потом плисирање у врућој преси услед чега се скупља на праву величину. На тај начин плисе одевног предмета постаје трајан, односно не губи се приликом употребе и одржавања.

Ова технолошка иновација је довела до стварања модне линије под називом „Плисе молићу” („Pleats Please“) 1993. године. Том модном линијом је, користећи полиестерске материјале и сопствену методу плисирања, остварио потребу за стварањем слободних облика којима може да допринесе у исто време лакоћи покрета и удобности. Својом

²² Делфи хаљина је део збирке Метрополитен музеја уметности (The Metropolitan Museum of Art) у Њујорку. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/157459> (доступно 21.01.2021.).

²³ Мариано Фортуњ (1871-1949) је шпански модни дизајнер који је стварао у Италији, познат по томе што је створио специјалну технологију финог плисирања свиле којом може да се направи око 450 плисеа на метар дужине тканине. Био је први који је увео модерну и сензуалну силуету у женску одећу, која служи не само да покрије тело већ и да омогући слободу покрета.

иновацијом је створио одевне предмете који су савршени и елегантни, а истовремено су практично и доступно решење за сваку прилику. Мијаке је цео концепт плисирања подигао на виши ниво направивши хаљине налик скулптури, користећи конструкције које би му помогле да креира апстрактне и компликоване форме од најфиније свиле до полиестера.

У књизи (Kitamura, 2012) посвећеној овој модној линији може се видети низ фотографија жена и мушкараца у комадима линије одеће јарких боја, жена различитих висина, тежина и облика тела, од трудних до балерина са различитих континената које су носиле исти комад одеће или врло сличан и које потврђују колико је сврха ове линије вишеструка и одржива. Доказ те вишеструкости је чињеница да су комади носиви и да се својим стилизовањем могу модификовати за различите прилике, да се прилагоде различитом типу тела, личности, старосној доби, култури, деци различитих узраста, но не смемо занемарити ни њихову истрајност. Вредност модне линије „Плисе молићу” се не огледа само у лепоти и креативним могућностима које пружа, већ и у практичној примени. Плисирана одећа је за сваку прилику, од путовања до свакодневног одевања, одећа за посебне, као и за спортске прилике, коју некада обликује тело а некада „ваја” ветар, понекад се више покреће сама него што се тело помера. Овај тип одеће сваким кораком онога ко је носи следи своја правила која наводе корисника да се осећа лакше, чистије и нежније. Мијаке је дефинитивно овом модном линијом показао да мода може да буде комбинација практичног, скулптуре и носивог.

Године 1997. Мијаке је створио је модну линију „Еј-пок“ (у оригиналу А-РОС шта је акроним за „A Piece of Cloth”) која се заснива на концепту одевног предмета „из једног комада”, значи без фаза кројења и шивења, који се производи техником која комбинује традиционално кружно плетење и иновативне компјутерске технологије. Ова модна колекција омогућује кориснику да сам кроји и формира одевни предмет директно из плетенине у облику црева тј. тубуларне структуре. На специјално компјутерски програмираној машини за плетење се формира плетенина у облику црева која садржи већ унапред одређене шавове по којима купац сече комаде тако да се не нарушава тубуларна структура плетенине. Као резултат се добија нека врста „слагалице” од једнобојних одевних комада, који практично не остављају никакав отпад материјала.

Овај концепт је у форми инсталације (Слика 12)²⁴ део збирке Музеја модерне уметности (The Museum of Modern Art) у Њујорку. Сваки одевни комад је урађен у благо већој величини, што омогућује да корисник тј. купац даље сам прилагођава одевни предмет по свом нахођењу нпр. скраћивањем дужине рукава или прилагођавањем отвора око врата. На тај начин купац постаје и коначни дизајнер свог одевног предмета.



Слика.12. Исеј Мијаке, Фуџивара Даи, А-РОС Queen Textile 1997, Музеј модерне уметности - МОМА, Њујорк. © МОМА, New York.

У једном од видео записа (Inamori Foundation English, 2009) поводом тога што је постао лауреат чувене „Кјото награде за уметност” (Kyoto Prize in Arts) 2006. године, Исеј Мијаке је навео шта за њега Еј-пок (А-РОС) представља: „Нисам сигуран да ли је овај концепт у суштини источњачки. Наиме, још од давнина, у Грчкој или у Африци, свака култура је започињала прављење одеће од појединачног комада тканине или коже и чак и сада у Индији се комад тканине једноставно умота око тела. Један од тих комада тканине је и кимono, који је јако усавршен. Један аспект кимона је да је, на свој начин, екстремно деликатан и може бити поистовећен са фразом „један комад тканине”. На самом крају истог видео записа, он наводи и свој став о будућности: „Мислим да ће основа дизајна у будућности бити потпуно нови приступ. Морамо више да мислимо и о

²⁴ МОМА, The Museum of Modern Art, New York (1997). *Issey Miyake, Fujiwara Dai, A-POC Queen Textile*. https://www.moma.org/collection/works/100361?classifications=any&date_begin=Pre-1850&date_end=2021&q=miyake&utf8=%E2%9C%93&with_images=1 (доступно 01.05.2021.).

друштву, начину живота, уживању и срећи. У супротном, наш рад ће постати екстремно отежан.”

Гледано из данашње перспективе одрживости у моди јасно је да овакав начин одевања одећом из једног комада тканине не производи отпад тканине, те самим тиме наводи на повезаност Мијакеовог концепта са данас актуелном одрживом стратегијом кројења без остатка тканине. Такође, будући да је користио углавном синтетске материјале, Мијаке је експериментисао и са рециклирањем своје одеће још у раном периоду производње користећи отпад за производњу енергије. Мијакеова модна линија „132 5. ISSEY MIYAKE”, коју је лансирао 2010. године, цела је израђена од материјала на бази полиестерских пређа добијених од рециклираних ПЕТ боца, при чему се емисија угљен диоксида смањује за 80% у односу на ону код добијања традиционалног полиестера (O’Flaherty, 2017). Користећи рециклирани полиестер као материјал и технике инспирисане алгоритмима, рађа се нова врста одеће: предмети који се могу потпуно пресавијати у равне, геометријске облике, а који оживљавају само покретима тела оних који их расклапају и носе.

Охрабрујућа је чињеница да компанија Исеј Мијаке наставља да истражује материјале и нове технологије како би поспешила стварање одрживих решења захваљујући природним материјалима. У смислу одрживости, вредно је напоменути и да се Мијаке бавио одређеним видом мултифункционалности у одевању, стварајући одећу која путем покрета истиче њену првобитну функцију. То је чинио креирањем скулптуралних одевних комада, омогућивши тако ономе ко их носи да са лакоћом постане саучесник у његовом дизајну путем модификовања позиције одређених конструкцијских елемената. Такав приступ првенствено има за циљ да подстакне индивидуалност код свакога ко носи његову одећу, а са аспекта одрживости дефинитивно утиче на продужење животног века одевног предмета.

Вредно је напоменути и да Јоџи Јамамото није присталица концепта „брзе моде”, те да моду доживљава као знатно вишу вредност од тога како је већина људи данас схвата, а то је да је она само потрошна роба. Он схвата да се глобално производи много више него што желимо или што су нам потребе, па у жељи да разуме себе и све нас остале, у својој аутобиографији (Yamamoto & Mitsuda, 2010, pp. 92) пише: „У жељи да себе изразим у вези реакције на растућу кризу животне средине, осетио сам да вапај за еколошким решењима и добровољним радом не би био ни близу тако ефикасан као што би било

потпуно одстрањивање свих вештачки створених творевина, свих склепаних објашњења и свих планина ђубрета.”

Јамамото такође стреми ка „zero-waste” концепту и рециклирању током производње. При томе он наглашава да нерадо користи синтетске материјале и стога ставља у први план природне материјале као што су вуна и памук. Ипак, овакав његов приступ је донекле дискутабилан јер, иако природни материјали имају своје еколошке предности, морају се узети у обзир и негативни елементи као што је коришћење пестицида и велике количине воде приликом гајења памука. Такође, у свом дизајну Јамамото обилно користи концепт модларне моде што се види на примеру његове колекције одеће са слојевима који се могу уклањати (Verner, 2016), показујући на тај начин јасно и недвосмислено да својим стваралаштвом подржава концепт одрживе моде.

Пратећи рад ових чувених дизајнера, може се закључити да су у Европи, као и у Јапану, ручни рад, висока мода и уникати, као и поштовање традиције, врло неговане категорије које су због концепта брзе моде и експанзије хиперпроизводње гигантских модних кућа и корпорација помало отишле у засенак, али да се ипак полако враћају у фокус под утицајем потребе за изналажењем одрживих решења у моди.

Ослонац на традицију код јапанских дизајнера

Анализом процеса стварања одеће појединих европских, а посебно чувених јапанских модних дизајнера, могу се добити основне смернице за реализацију креативно-експерименталних одрживих дизајнерских решења. Од њих се може научити колико је велики значај иновативности, те да се до ње долази неговањем и усавршавањем локалне и светске традиције, уз истовремено изналажење примењивих експерименталних метода и техника, као и увођење иновација при самом процесу производње, од материјала до дизајна. То је једини правилан начин за креирање одрживог одевног предмета који има за циљ да траје, да „живи” пратећи тело и своја структуром дефинисана правила, док истовремено негује потребе и подстиче креативност корисника у свим сферама свакодневног живота.

Још један значајан аспект је да је полазни елемент за дизајн код јапанских дизајнера увек тело, а не цртеж. Овај принцип се све више следи приликом образовања модних дизајнера у свету, али је и даље на већини образовних институција, па тако и код нас,

почетна фаза цртеж. За дизајнера је данас битно да научи да прати оба принципа јер могу да буду подједнако инспиративни, а вештина њиховог комбиновања је идеално решење за савремени модни дизајн.

Међу креативно-експерименталним решењима која су на располагању модном дизајнеру као стратегија за одрживи модни дизајн, посебно се издваја креирање одеће без отпада тканине („zero-waste“). Ово решење се заснива на промени појединих корака у процесу самог стварања кројних слика са циљем стварања кројних слика које немају отпад тканине (Поглавље III). Инспирација за овакво креативно-експериментално дизајнерско решење се може наћи у методама и техникама традиционалне јапанске вештине савијања папира – оригами (Gerić, 1986), као и у традиционалном јапанском костиму – кимону (Yumioka, 2017).

На основу традиционалне јапанске вештине савијања папира – оригами, се може пронаћи веза између дводимензионалног правоугаоног четвртастог папира и тродимензионалне скулптуре од хартије, налик на четвртасти крој тканине без отпада који својим драпирањем и савијањем ствара сасвим нову форму која може да има мултифункционалну употребу. Оригами методе могу да се примене на стварање одевних предмета из четвртастих форми (које не стварају отпад тканине) налик на стварање тродимензионалних скулптура од дводимензионалног папира. Креативна решења која се на тај начин могу добити су уско повезана са јапанским традиционалним кројевима и кројевима модерних јапанских дизајнера код којих се јасно види веза између функционалности и креативности и сваки сегмент процеса производње је врло промишљен, иновативан и егзактан.

Као репрезентативни пример одеће инспирисане оригамијем издвајају се поједини одевни предмети из Исеј Мијакеове модне линије „132 5. ISSEY MIYAKE“. За Мијакеа је коришћење једног комада тканине за креирање одевног комада главна креативна мисија, али и етички избор. Он на том принципу развија нове облике, успут побољшавајући лепоту и текстуру тканине, али и истовремено смањујући отпад материјала на нулу. Као резултат, готово апстрактни облици који произилазе из једног комада тканине ослобађају тело било каквих стега, различито реагујући на различите облике тела и тако чинећи одећу заиста личном, на врло једноставан и непосредан начин. Мијаке сам дефинише своју активност као „прављење ствари“ (енгл. making things) које су носиве и према његовим ставовима, морају бити направљене не само да задовоље

појединца, него и захтеве заштите животне средине. Његове колекције А-РОС и 132 5. ISSEY MIYAKE су резултат таквих убеђења.



Слика.13. Исеј Мијаке и Риалити Лаб тим за пројекат 132 5. ISSEY MIYAKE. Хаљина. Колекција: пролеће/лето 2011. Тканина од рециклираног полиестера, платно преплетај, штампано по превојима. (Collection of the Kyoto Costume Institute, © the Kyoto Costume Institute, photo by Takashi Hatakeyama)

Хаљина приказана на слици 13²⁵ је део пројекта „132 5. ISSEY MIYAKE” чији су први резултати приказани од стране Мијакеа у августу 2010. године. Ова модна линија не само да је израђена од тканина од рециклираног полиестера, већ се цео одевни предмет формира од једног комада тканине, четвртастог облика, који се пресавијањем на јасно дефинисаним местима и фиксирањем тканине на местима превоја лако преводи у апстрактне декоративне облике. Када се тако припремљен квадратни комад тканине подиже од централног дела навише, он се трансформише, као оригами, у тродимензионалну хаљину. Поновним слагањем, ова хаљина постаје дводимензионални квадрат тј. један комад тканине. Овај концепт је настао као резултат истраживања и

²⁵ Asian Art Museum, San Francisco. *Exhibition “Kimono Refashioned” (February 8 – May 5, 2019).* <https://infocus.asianart.org/kimonorefashioned/> (доступно 16.11.2021.).

развоја у оквиру тима под називом „Ријалити Лаб“ (“Reality Lab“) који је основан 2007. године у оквиру Мијаке Дизајн Студија (Miyake Design Studio). Како сам Мијаке каже, циљ овог пројекта је „развој дизајна који одражава и обраћа се начину живота којим живе људи данас“ и истражује начине за прављење предмета који би „обновили могућности јапанског занатства“. Пројектом су развијене рачунарске графичке апликације које могу, полазећи од једне равни, да конструишу тродимензионалне моделе са благо заобљеним површинама. Сам назив „132 5“, по објашњењу Мијакеа, означава следеће: број „1“ се односи на чињеницу да један комад тканине може да постане троимензионалан („3“) и да буде поново сложен у дводимензионалну форму („2“); број „5“ после празног места означава привремену димензију која настаје када особа носи тај одевни предмет.

Поред оригамија, један од највидљивијих показатеља имиџа Јапана као културе која повезује његов народ са прошлошћу је континуирано ношење кимона за свечане прилике, што се наставља чак и данас. Традиционални јапански костим – кимоно, који одржава своју функцију кроз историју, је пример одрживог одевања. Ова јапанска одевна форма сама по себи је кројена тако да нема отпад тканине. То је пример лепоте поједностављења технике конструкције одевног предмета. Код кимона је осам правоугаоних комада тканине сашивено користећи праволинијске, а не закривљене шавове, а величине комада су стандардизоване.

Крој кимона је врло једноставан, али је сваки детаљ вишеструко промишљен. Изворно се шије од свиле или памука, а његове боје и вез дају му посебну симболику која се везује за веровања, јапанске легенде и традицију. Материјал и естетика варирају у односу на годишње доба, а уколико га носе жене указује на њихов брачни статус (Yumioka, 2017; Wada, 2010). Обзиром на то да је кимоно врло скуп одевни предмет који има високу вредност у друштву, он никада не завршава на отпаду, а уколико одслужи свој век трајања од његових остатака се праве сувенири, аксесоари, венци, брошеви, док се све те апциклиране ствари скупа називају комоно. Чињеница да један јапански традиционални одевни предмет никада не излази из моде лежи у квалитету његове производње, неговању ручног рада и вредновању времена креативног процеса. Може се тврдити да је ова одећа, коју су вековима носи у Јапану, постала основа нежне и суптилне естетике која се још увек сматра важном културном компонентом у њиховој уметности.

Мијаке, Јамамото и Кавакубо су коментарисали током својих дугих каријера да је кимоно основа њиховог модног дизајна (Hiramitsu, 2015). То је темељ на коме они граде своје одевне предмете и концептуализују своје идеје о простору, равнотежи и односу облика одеће према телу испод одеће. Још 80-тих година двадесетог века, инспирисани кимоном, јапански модни дизајнери су користили праволинијско кројење, обавијајући тело лабаво, без припијања и праћења природне закривљености тела. Из перспективе традиционалног западњачког кројења, које је увек настојало да нагласи или поново створи линију облика људског тела, овакав приступ је био крајње неортодоксан. У почетку, критичари су осуђивали тај приступ дизајну као недостатак осећаја за форму, али оно што нису успели да одмах препознају је да је овакав дизајн произашао из сензибилитета ослобођеног правила традиционалног западњачког приступа – тј. оног који је прихватио суштину кимона да би заузео апстрактнији приступ моди. Ово је донело нову методологију у традиционално европско кројење, која се заснивала на идеалима волуминозности и тродимензионалности. Од овог периода, структура и облик одеће су се променили: модни дизајнери су се удаљили од повиновања облику људског тела и почели да прихватају шире могућности слободнијег спектра облика. На овај начин, кимоно је превазишао површну привлачност егзотике и остварио битан утицај на светску моду у целини (Fukai, 2019).

На слици 14 је приказана креација Реј Кавакубо (блуза и сукња од вунене плетенине). Иако блуза плени својим динамично волуминозним изгледом, коме посебно доприносе велики рукави слични рукавима кимона, ова привидно комплексна форма блузе је у основи сашивена од једног равног правоугаоног комада плетенине. Такође, набори на сукњи су асиметрични, што је прави одговор на неправилне облике блузе која слободно пада.

Кимоно, који је настао у јединственом контексту јапанске културе, нуди свеже идеје и нове инспирације дизајнерима, поготову у данашње време када се тежи ка што већој разноликости онога што носимо. Кимоно свакако није ствар прошлости и сигурно је да ће наставити да заокупља машту људи и стимулише и инспирише модне дизајнере још много година. Увођење овог концепта у моду пружа прилику не само да се преобликује однос између тела и одеће, већ има потенцијал да креира дизајн одеће заснован одрживости и новој универзалности у двадесет првом веку. Интерактивно посматрање одевног комада који има вишеструку могућност је правац ка коме данас треба да теже креативно-експериментална одржива дизајнерска решења. Иако инспирација може да

потиче од познатих дизајнера, за разлику од њиховог приступа мултифункционалности истраживање нових решења може да се базира на коришћењу нових одевних елемената који својим везивањем или стилизовањем стварају нове неочекиване форме.



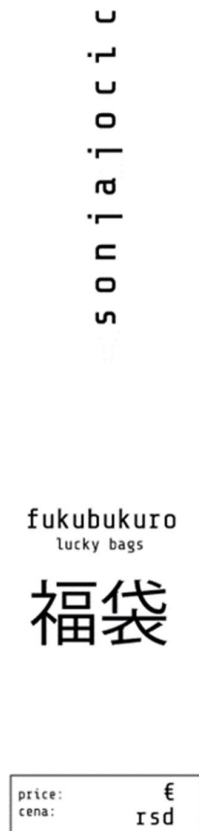
Слика.14. Реј Кавакубо за бренд *Comme des Garçons*. Блуза и сукња. Колекција: јесен/зима 1983. Вунена племенина.²⁶ (Collection of the Kyoto Costume Institute, © the Kyoto Costume Institute, photo by Takashi Hatakeyama)

Однос према отпаду у Јапану

Осим великих снижења, аутлета и даривања, како би се произвођачи решили непродатих артикала из старих колекција, Јапанци су измислили Фукубукуро, у преведеном значењу „срећне кесе”. Овде се ради о паковањима брендова која се могу купити у Јапану, углавном за новогодишње празнике, у којима се налазе скривени производи. Фукубукуро је настао како би се произвођачи решили непродатих артикала, а предмет који се налази у кеси има знатно вишу вредност од новчаног износа за који се продаје.

²⁶ Kyoto Costume Institute. *Rei Kawakubo: sweater, skirt*. Collection of the Kyoto Costume Institute, Digital archives. https://www.kci.or.jp/en/archives/digital_archives/1980s/KCI_261 (доступно 17.11.2021.).

Паковања су затворена и купац једино зна име брэнда приликом куповине.²⁷ Овде је веома интригантан психолошки утицај на потрошача који даје нови значај одбаченом, без разумевања његовог садржаја. Поставља се питање шта се дешава након куповине одбачених предмета и уколико се не створи повезаност са истим? Да ли је њихов пут, ка отпаду реакција услед добијања нежељених производа или пак у бољем случају, одлазак новом власнику, даривањем онеме коме су заиста потребни? Неминовно је да су јапански произвођачи нашли још један од начина да отпаду дају нову вредност и да постоји изузетан потенцијал у психолошкој моћи скривеног код људи. Свакако, могућност примене Фукубукуро кеса у оквиру ауторске моде може бити и те како једно од потенцијалних решења уколико се направи добра стратегија. На слици 15 приказан је дизајн графичког решења, које се може користити за налепнице, етикете или штампу на амбалажи.



Слика 15. Соња Јоџић. Дизајнерско решење за фукубукуро етикете, налепнице или штампу на амбалажи.

²⁷ Live Japan, Tokyo Sales Secrets: Best Shops for Bargains & Fukubukuro 2022 Lucky Bags, [вебсајт], 2019, <https://livejapan.com/en/in-tokyo/in-pref-tokyo/in-ikebukuro/article-a0000772/> (доступно: 21.01.2021.)

Кроз истраживање о јапанском начину живота у „Књизи о Јапану“ (Musulin, 2019) се наилази на појам „сметларских вила“ који испитује вредност сакупљања смећа: „Но, тип личности која се константно или страсно посвећује детаљима, истовремено одликује и изразита потреба сакупљањем и поседовањем, тврде психолози почев још од Сигмунда Фројда, па стога можда није чудно да су домови до плафона испуњени релативно безвредним и неупотребивим стварима чести баш у Јапану.” (Musulin, 2019). Овде је приметан екстремни подухват давања драгоцене улоге нечему што је одбачено. Није довољно само сагледати проблем отпада из другог угла, већ је решење у проналажењу његове нове функционалне сврхе. Парадоксална је чињеница да власници оваквих кућа чувају ствари за потенцијалне будуће неприлике, стварајући око себе загађење и лошу средину по живи свет.

Активизам и одржива мода

Поред свих институционализованих решења и мера, данас је у путу ка одрживој моди изузетно важан елемент активизам појединаца или група (Arthur, 2020). Активизам у одрживој моди обухвата било коју врсту деловања које утиче на смањење негативног утицаја модне индустрије на људе и на планету. Данас су друштвене мреже основна платформа за деловање активиста који долазе из свих области људског деловања, а поготову имају утицај ако потичу из саме модне индустрије.

Зачетником активизма у области одрживе моде се сматра Вивијен Вествуд (Vivienne Westwood, 1941-2022), британска модна дизајнерка која је позната по свом радикалном и девијантном стилу. Она је самоуки модни дизајнер и први пут се појавила на модној сцени 1971. године када је, инспирисана „панк“ покретом, отворила своју продавницу у Лондону познату по радикалном стилу одевних предмета који се потпуно разликовао од свега виђеног пре тога. Њени провокативни и иновативни одевни предмети, као и слогани којима их је описивала, су остварили велики утицај на будућу моду, истовремено значајно утичући на касније културне и друштвене токове.

Поред свог „бунтовничког“ (engl. transgressive) дизајна, Вивијен Вествуд је данас призната као зачетник активизма у области одрживе моде и овај активизам чини срж њеног глобалног брэнда²⁸. Током целог живота је користила своју моћ и мит који је

²⁸ <https://www.viviennewestwood.com/en/sustainability/>

створила да отворено nastupa protiv kapitalizma i uništavaња животне средине, инспиришући на тај начин генерације дизајнера који су одани потреби да допринесу променама кроз сопствени рад. Сматрала је да је мода прави начин кроз који људи могу да се укључе у политику и допринесу решавању општих проблема друштва. За свој активизам је као мотив користила изреку: „Купуј мање, бирај добро, учини да траје.“²⁹, схватајући да је промена друштвене свести кључни део промена ка одрживој моди.

Захваљујући томе што Вивијен Вествуд отворено излаже своје ставове и примењује их у реалној производњи модних предмета, за купце њеног бренда се сматра да „етички конзумирају моду“ (Clarke & Holt, 2016). То је последица њеног сталног ангажовања око етичких и еколошких тема, тако да је као дизајнер постала синоним за друштвену одговорност без обзира на то да сам бренд припада групацији луксузних брендова (Watson, 2019).

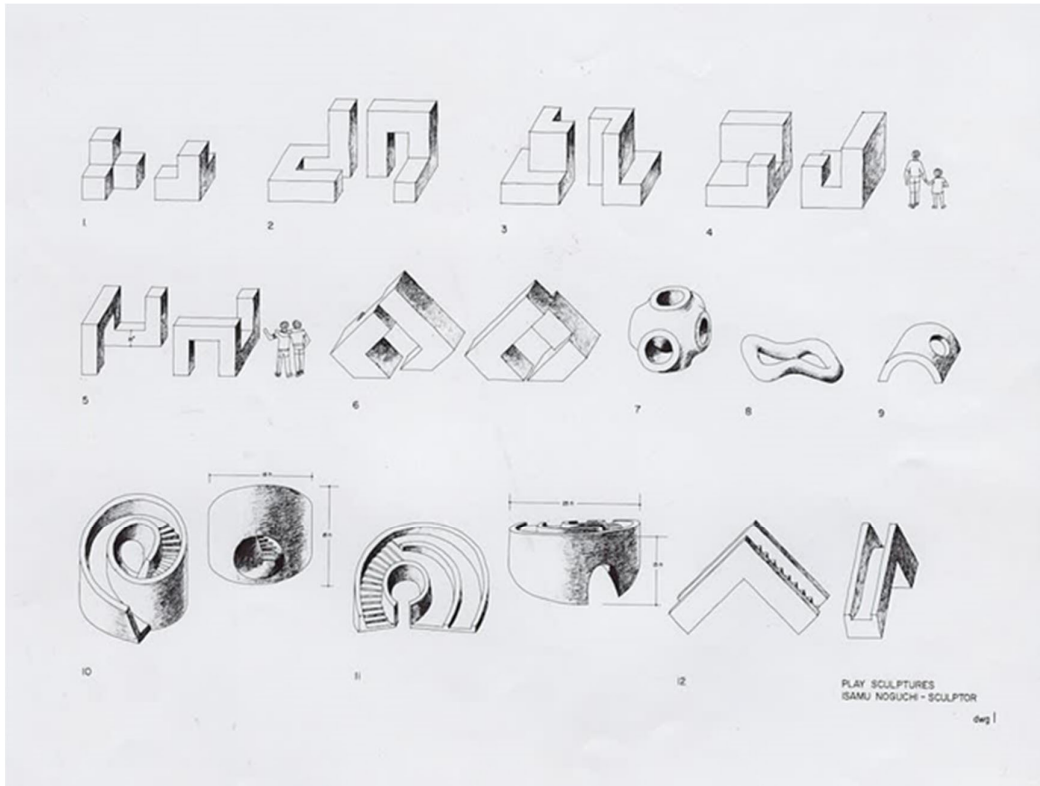
Вега између вајарства и детињства

Јапанско-амерички вајар и дизајнер Исаму Ногучи³⁰ (Isamu Noguchi, 1904-1988) се данас сматра једним од најважнијих уметника XX века. Његова дефиниција вајарства је била врло широка, тако да у свом уметничком експериментисању није стварао само скулптуре већ је дизајнирао и позорнице, намештај, вртове и остале јавне просторе, на тај начин успешно премешћујући јаз између лепих уметности и примењене уметности. Све његово стваралаштво се може окарактерисати као истовремено суптилно и смело и традиционално и модерно. Његов дух иноваторства, способност разумевања проблема и деловања на глобалном нивоу, као и оданост културној размени између Истока и Запада, су учинили да многи уметници, поготову млади, виде инспирацију у његовом стваралаштву.

Ногучи је посебну пажњу покљонио пројектовању и дизајнирању већих површина у слободном простору, видевши увек простор не као место где су лоцирани изоловани објекти већ као вртове у којима однос са целином игра највећу улогу (Weilacher, 1996). Ногучијев „заштитни знак“ су његова „игралишта“ (orig. playground; playscape) која је дизајнирао тако да су далеко испред времена када су стварана (Слика 16).

²⁹ “Buy less, choose well, make it last“.

³⁰ www.noguchi.org



Слика 16. Цртеж за справе на игралишту. Исама Ногучи. 1966-1976.³¹

Његова „игралишта“ се у многоме разликују од традиционалних игралишта јер, како сам каже: „Игралишта замишљам као приручник за облике и сврху; једноставно, загонетно, које подсећа; значи – едукативно. Дечији свет треба да буде свет почетка, свеж и јасан“³². Кроз стварање „игралишта“ Ногучи је хтео да покаже да се кроз игру иницира креативност и стварају нова гледишта, пружајући тако свима инспирацију да се „игра“ озбиљно схвати као важан елемент стваралаштва.

Иако није стварао у области модног дизајна, Ногучијево дело има велики утицај на моду. Његови велики поштоваоци и следбеници су, по сопственом признању, Исеј Мијаке и Реи Кавакубо. Још један доказ да је ипак имао додир са модом је фотографија направљена за насловну страну часописа (Junior Vazaar) на којој се види плаво-белоранџаста Ногучијева скулптура, коју је иначе направио за један аеродром, као шешир на глави девојке (Слика 17).

³¹ <https://www.grimshaw.foundation/stories/noguchi-s-playscapes>

³² „I like to think of playgrounds as a primer of shapes and functions; simple, mysterious, and evocative: thus educational. The child's world would be a beginning world, fresh and clear.“ Исама Ногучи (<https://www.noguchi.org/artworks/collection/view/play-sculpture/>)



Слика 17. „Ногучијева скулптура и модел“. Фотографија: ©Gene Fenn, 1944.³³

Ногучијев утицај на моду и дизајн уопште је данас веома велики, поготову код младих људи, јер се он схвата као особа која је много размишљала о природи, екологији, идентитету, а нарочито о томе како ствари поставити на право место.

Сликарство које буди емоције

Марк Ротко (Mark Rothko, 1903-1970) је амерички уметник који се сматра једним од најистакнутијих светских уметника своје генерације. Припада стилу апстрактног експресионизма. Његова сликарска дела су окарактерисана огромним димензијама и врло поједностављеном употребом форме, тако да платна уствари представљају концепт, осећај и емоцију. Првенствено је био усредсређен на боју, па се његове слике, које је врло лако препознати јер се састоје од „лебдећих“ обојених правоугаоника тј. две до три обојене површине на платну великих димензија (Baal-Teshuva, 2006).

На својим платнима је са великим умећем експериментисао са разним нијансама боје, користећи контрастирање и мешање боја за добијање јединствених ефеката. При томе је допуштао да се на ивицама правоугаоника боје преклапају и међусобно мешају, стварајући неколико поља са замућеним и нејасним бојама. То је давало додатну

³³ https://irenebrination.typepad.com/irenebrination_notes_on_a/2009/08/-gene-fenn-stine-goya-and-a-world-in-orange-white-and-blue-shades-.html

димензију слици, стварајаћи утисак да се сваки обојени правоугаоник истовремено и приближава и удаљује од посматрача, а сама слика онда истовремено и смирује и узбуђује. Такође, те меке и размазане ивице обојених поља стварају једну врсту расположења код посматрача, док оштра и једнолично обојена поља стварају потпуно другачије расположење. Мешање сличних или дивергентних тонова, као нпр. нијанса јарко плаве уз тамно љубичасту или нијанса јарко црвене уз смеђу, измамљује опречне емоције.

Стварајући ова платна, Ротков циљ је био да обузме посматрача бојом и распали његове емоције, што је требало да помогне посматрачу да дође до поимања „дубоке истине“ кроз сопствени доживљај Роткове слике. Да би створио жељени ефекат, Ротко је посебну пажњу поклањао начину на који се излажу његове слике: није допуштао урамљивање слика јер је сматрао да су његове слике „стварност“ и да су урамљена дела само представа или илузија стварности; тражио је да се слике каче ниско, скоро уз под, да биле у нивоу очију посматрача и тако створиле много присније искуство код њега. Из разлога да омогући слободу имагинације посматрачу никада није објашњавао значење својих слика, давајући им двосмислене наслове, чак и називајући „без наслова“. Роткова платна тако код посматрача доводе на површину дубоко скривене емоције, које се индивидуално разликују и могу бити срећа, туга, бес и неспокојство.



Слика 18. Марк Ротко. Плава, наранџаста, црвена. 1961.³⁴

³⁴ <https://www.markrothko.org/blue-orange-red/>



Слика 19. Марк Ротко. Црвена, бела и браон, 1957. © 1998 Kate Rothko Prizel & Christopher Rothko / Bildrecht, Vienna, 2019. Photo © Kunstmuseum Basel.³⁵



Слика 20. Марк Ротко. „Br. 21 (црвена, браон, црна, наранџаста)”. 1951.³⁶

³⁵ <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-mark-rothko-unlocked-emotional-power-color>

³⁶ <http://newartinthestudio.blogspot.com/2014/11/revisiting-rothko.html>

Ротко није волео да га називају одличним колористом, тако да је за интервју са Силден Родман изјавио следеће: „(...)Чињеница да се људи сломе и плачу када се суоче с мојим сликама показује да могу пренети те основне људске емоције...Људи који плачу пред мојим сликама имају исто религиозно искуство које сам имао кад сам их сликао. А ако кажете да сте дирнути само њиховим односом боја, промашили сте поенту.” (Baal-Teshuva, 2006, pp. 57).

На слици 18, 19 и 20 се могу видети примери слика које су нас највише инспирисале да стилизацијом креирамо форме налик на лебдеће објекте на писти, којима се не види граница услед одабира боја и облика који заједно као целина утичу на индивидуалне емоције код посматрача.

Веза између скулптуре и естетике несвесног

Свака особа, када се нађе испред уметничког дела, запита се због чега је то дело креирано, шта је оно што је уметник хтео да каже и какав је осећај желео да пробуди у посматрачу. Многи ће поред уметничког дела само проћи, а неки ће застати, погледати, запитати се и немо отићи. Неколицина ће уметничко стваралаштво осудити, док ће га остали прихватити.

Поставља се питање, да ли се зна шта све стоји иза „кулиса” једне уметничке „представе”? Да ли се зна шта све човек мисли, а шта изговара? Шта се крије иза очију једног погледа, става, покрета, драперије на одећи, израза лица, позиције тела? Да ли сликари показују своје емоције потезима четке, избором боја или пак симболима које крију свесно или подсвесно на платну? Да ли је потреба уметника да ствара због сузбијања његових несвесних нагона или је његов позив заправо иновативна техника којој ће се народ дивити? Одговори на сва ова питања су увод у епистемолошки приступ естетике несвесног, а кроз примере Фројдовог приступа људском уму и одабрану анализу уметничких дела могуће је доћи до закључака о томе на који начин психоанализа приступа уметности, да би се касније он фигуративно повезао са приступом идентитету и креирањем скулптуралне модне колекције која утиче на благостање психе.

Да би се разумела покретачка снага ума код људи, потребно је да се испита његов начин деловања кроз освртање на елементарне механизме психологије. Покретач онога што

данас познајемо као психоанализа је Сигмунд Фројд (нем. Sigmund Freud, 1856-1939), психијатар јеврејског порекла. Фројдове психоаналитичке методе и технике су револуционарног карактера, јер су омогућиле откривање нових, непознатих, сегмената свести.

Фројд је живео и стварао у једном тешком и изазовном времену како за живот тако и за стваралаштво, будући да су многи револуционарни преврати и теорије обележили почетак и средину двадесетог века. У том периоду у свету су настали многи филозофски и уметнички правци налик на егзистенцијализам, модернизам, надреализам, футуризам, импресионизам, експресионизам, дадаизам, симболизам и натурализам, а психоанализа је све до краја двадесетог века наставила утицај на читав покрет уметника, естетичара и филозофа. Приметна је чињеница да се естетика несвесног одразила на: романтичарску естетику, аутоматско писмо и сликарство, критичку теорију, (нео)структуралну семиотику, хермеутику, деконструкцију и егзистенцијализам (de Mul, 2009).

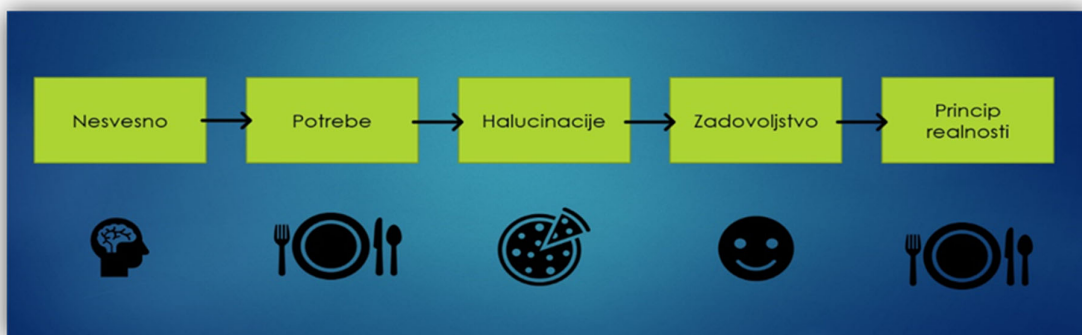
Фројд је од 1885. године до 1886. године живео у Паризу где је студирао модерну неурологију код Жан Мартен Шаркоа, тада познатим по театралном приступу предавањима, показујући студентима на који начин хистерија може да се лечи хипнозом. Инспирисан свиме што је тамо научио, Фројд је 1893. године заједно са колегом физичарем Јозефом Бројером објавио дело „О психичком механизму научних поремећаја“. Школа Жан Мартин Шаркоа се бавила појмом „несвесног“, али је потцењивала његов утицај на психу - гледала је на њега као на стални додатак душевном животу. Фројд је схватио да је то потпуно лажно опажање јер је основа свих психичких процеса душе управо у несвесном која се касније одражава у људском говору, мислима, гесту, поступку и сновима, непрестаним међусобним сукобљавањем свесног и несвесног. Дакле, пре психоаналитичког научног тумачења несвесног, на снове се гледало као на предсказања или као на упозорења од стране богова и демона (Freud, 1997).

Код учења основних психолошких принципа теорија несвесног подвлачи да су душевни процеси сами по себи несвесни. Изнета теза напомиње да су сви примарни процеси несвесног порекла и објашњава их као све оно чега никада нећемо постати свесни, док су секундарни такође несвесни међутим свесног порекла, механизмима из пре-свесног и свесног можемо постати свесни секундарних процеса (Слика 21).



Слика 21. Примарни и секундарни процеси.

На самом путу од несвесног ка свесном долази до принципа реалности. Сигмунд Фројд цео процес објашњава кроз сан и пример осећаја глади. Уколико нам се у току сна јави глад, путем потребе за храном стварамо халуцинације кроз симболички приказ хране као помисли да заиста подмирујемо наше потребе. Након визуализације долази до задовољства које није трајног карактера. Због принципа реалности и схватања да ми заиста нисмо подмирили наше потребе, већ да је то једна имагинативна илузија, долази до осећаја незадовољства. Захваљујући том осећају остварује се чулна перцепција и процеси мишљења који претварањем у језик доспевају у свест. Осећај глади би могао да се сврста у Его инстинкте који служе одржавању индивидуе, док су за разлику од њих сексуални инстинкти због њиховог свесног или несвесног потискивања узроци многих нервних и душевних болести (Слика 22 и 23).

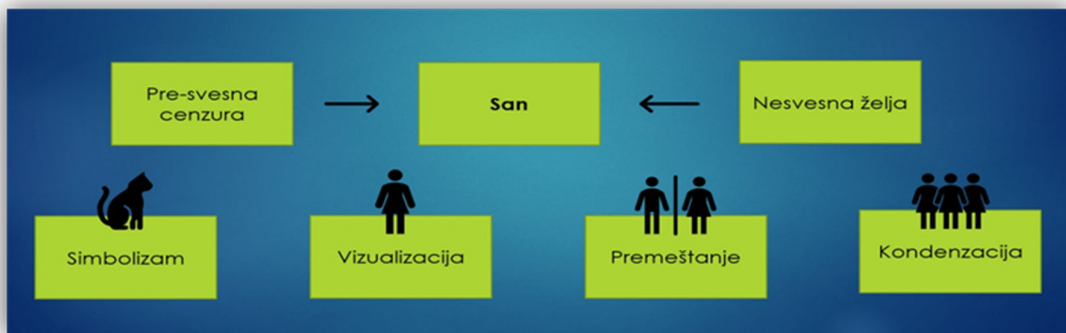


Слика 22. Од несвесног до принципа реалности.



Слика 23. Од принципа реалности до свести.

Принцип сна заснива се на симболизму, визуализацији, премештању или кондензацији. Сан се налази у међупростору између пре-свесне цензуре и несвесне жеље. Повезаност сна и реалности често нема логике будући да се у сну јавља искривљена слика свести. Читајући Фројдове примере долазимо до закључка да кроз симболизам представе једне особе, у нашем случају пријатељице, у сну можемо видети у облику мачке, а да нисмо ни свесни да је подсвесно то њен симболички приказ. Визуализацијом можемо сањати другарицу онако како она заправо изгледа, али исто тако премештањем можемо да је сањати као мушкарца или пак кондензацијом тако што сањам више особа које представљају једну (Слика 24).



Слика 24. Сан.

Опште је позната чињеница да Фројд није био присталица уметности јер је она у њему будила скептицизам и неразумевање прожето интригом. Сматрао је да је уметник или уметница особа која има таленат да своје потиснуте жеље изрази на платну или пак да опчини особе супротног пола. Ипак и поред таквог става, Фројд је пронашао интерес да

напише суд о неким од уметничких дела. Његова пажња није била усмерена ка музици, већ ка појединим сликарским, вајарским и писаним делима јер је пре свега био усредсређен на представу људи, будући да је његова неоспорива стручност везана управо за разумевање психичких процеса у људској свести. Фројдова заинтересованост за уметност је настала из потребе за сазнањем намере уметника при стварању једног дела и разоткривању покретачке снаге у човеку за стварањем одређеног садржаја пуног недоречених симбола.

Можда највећи утисак оставља његова петогодишња студија о статуи Мојсија, делу Микеланђела (Michelangelo Buonarroti), коју је написао у првобитно анонимном тексту под именом „Микеланђелов Мојсије” (нем. Der Moses des Michelangelo) за часопис „Имаго” 1914. године (Freud, 1955). Како би избегао било какво оцењивање или суд од стране читалаца, већ на самом почетку ове студије јасно се оградао од познавања света уметности (Frojd, 1981; pp.199): „Унапред изјављујем да нисам никакав познавалац уметности, већ лаик. Често сам приметио да садржај неког уметничког дела привлачи јаче од готових формалних и техничких својстава, чему уметник придаје првенствену важност. За многа изражајна средства и понеко дејство уметности недостаје ми, у ствари, право разумевање.“

Изневши примарне ставове који су га покренули ка широј анализи једног уметничког дела, Фројд нас уводи у кожу посматрача појединца ван свог времена с покушајем да појасни врхунска дела признатих уметника чије стваралаштво многи не схватају, али му се ипак диве: „Нека рационалистичка или можда аналитичка склоност буну се у мени против тога да будем нечим дирнут, а да не знам зашто сам и од чега дирнут. При томе ми је привукла пажњу привидно парадоксална чињеница да су управо нека изванредна ненадмашна дела уметничког стварања остала нашем разумевању нејасна.“

Чињеница да је Микеланђело укупно четрдесет година радио скулптуру Мојсија, представљајући законодавца Јевреја који је од Бога добио таблице са светим заповестима, као и да је скулптура рађена за никада довршену гробницу ренесансног папе Јулија II која се налази у цркви „Свети Петар у ланцима“ (San Pietro in Vincoli) у Риму (Слика 25), је код Фројда створила још већи простор за научну анализу. Да ли је Микеланђелова намера била да створи загонетни приказ несвакидашњег карактера ван времена или да укаже на веома битан моменат у Мојсијевом животу, само су нека од питања која отвара Фројдово истраживање, на крају кога поставља хипотезу:

„Микеланђело није створио историјски лик, већ један тип карактера несавладљиве енергије, која укроћује свет што му се супротставља, уобличавајући карактерне црте представљене у Библији у сопствене унутрашње доживљаје, утиске које је изазвала личност Јулија и верујем неке црте од Савонаролине борбености.”



Слика 25. Микеланђело Буонароти. Мојсије. Скулптура. ³⁷

На крају своје студије, Фројд подвлачи битну везу између уметника и онога за кога ствара (Frojd, 1981; pp.224): „Овде би тумачење Микеланђелове статуе могло да буде окончано. Могло би се још набацити питање: који су мотиви покретали уметника када је одредио Мојсија, и то овако преиначеног Мојсија, за надгробни споменик папе Јулија II? Са многих страна сложено је указано на то да ове мотиве треба тражити у карактеру папе и у односу уметника према њему. Јулије II био је Микеланђелу по томе сродан што је и он покушао да оствари велико и силно, пре свега величину димензије. Он је био човек од дела, његов циљ је био одређен, он је тежио уједињењу Италије под папском влашћу. Оно што је требало да успе тек више стотина година касније, са дејством других моћи, он је то желео да постигне сам, као појединац, у кратком размаку времена, и помоћу власти која му је била дата, нестрпљив, путем насиља. Он је знао да цени Микеланђела као себи равног, али га је често извргавао својој плаховитости и безобзирности.“

³⁷ *Wetheitalians*, [вебсајт], 2016, <https://www.wetheitalians.com/default/italian-culture-and-history-michelangelos-moses-san-pietro-vincoli>, (доступно: 01.02.2020.)

Из свега што је о уметничком делу написао, јасно је да је визуелни приказ саме скулптуре Мојсија на Фројда оставио снажан утисак због изванредности представе свега унутрашњег и скривеног. Основа епистеме Фројдове естетике је да одгонетне све оно што стоји иза стваралаштва. Његова естетика несвесног је у веома блиској вези са сродном граном етичких начела психологије савременог друштва. Чињеница је да је данас потребно да људи на исти начин, путем анализе, посматрају уметност савременог доба. Порекло сваког промишљеног и непромишљеног потеза уметника је веома битно јер указује на његове дубоко потиснуте жеље које се откривају једино под јаким утицајем свесног.

Естетика посматрања

Скопофилија³⁸ је појам који се односи на естетику посматрања која води до задовољења жеље – уживања. Она може да се односи на посматрање уметности, живота и свега што нас окружује али може и да доведе посматрача до озбиљних поремећаја налик на потпуни прелазак у халуцинаторни свет имагинације.

Лора Малви (британска феминисткиња и теоретичарка филма) (Laura Mulvey) постала је позната још 1975. године након објаве текста под насловом „Визуелно задовољство и наративни филм” у британском утицајном часопису у области теорије филма „Screen” (Mulvey, 1975). Она даје пример да су гледаоци у биоскопу изложени неком виду посматрања естетике која производи пројекција на платну. Филм је један вид реализације имагинације редитеља у којој посматрач треба да препозна себе и свет који је представљен. Угодност посматрања у тами, додатно помаже осећају јединства са пројекцијом слике у просторији где има више људи и утиче на психолошки ефекат самосталног посматрања. „Сензација спектакла на екрану се постиже након идентификације са ликом где долази до истовременог оснаживања и губитка ега захваљујући дирекцији фотографије – сукоб реалности са имагинарним“, напомиње Малви. На исти начин, у свесном стању наилазимо на симболе које наше подсвесно препознаје и активира на основу асоцијације која се јавља у нешто измењеном, углавном врло ирационалном облику, у сновима.

³⁸ <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803100448183>

Са циљем потпуног схватања примене психоанализе у наративном филму, не само у домену мушког погледа већ и у његовој покретачкој језичкој снази од подсвести ка свести, Лора Малви указује на Хичкоков (Alfred Hitchcock, 1899-1990) филм „Прозор у двориште“³⁹ из 1954. године, који је, по Лори Малви, огледало чистог воајеризма. Главни мушки лик је у гипсу и непокретан је услед чега проналази занимацију гледајући у туђе прозоре и упознајући се са приватношћу комшилука. Овде видимо велику моћ имагинације и фантазије за сазнањем о туђем приватном и предумишљајем да је увек оно што неко други има или живи боље и занимљивије. Његова позиција је пасивна до одређеног момента када се заправо идентификовао са објектом посматрања услед његове немоћи за кретањем. Сва његова пажња усмерена је ка објекту и она ствара халуцинаторне перцепције због жеље за сазнањем о његовом животу. Жена с којом је и која му долази у посету га не занима све до момента док не пређе на другу страну посматрања у виду објекта, с оне стране прозора, принципом премештања где утиче на буђење еротске жеље. Тада је мушкарац види у другом облику налик на премештање у сновима, када сањамо једну особу, а она заправо репрезентује другу. Можемо то упоредити са сликом у огледалу која је искривљена и чија перспектива посматрања може да утиче на исход визуелног.

Анализирајући овај проблем у филму, заинтригира људска потреба за гледањем у туђе приватно као и стечена потреба за трагањем за објектом посматрања, налик на данашње друштвене мреже где свако креира свој профил идеализоване персоне ка којој други теже у односу субјекат – објекат. Целокупан концепт је сличан главном лику као посматрачу из филма који из воајерских или фетишерских разлога посматра туђе приватно налик публици која у мраку ћути и ужива у естетици гледања свега што се презентује на платну или пак кроз данашње друштвене мреже као једном од најпрофитабилнијих бизниса свих времена где је скопофилија узела толиког маха да јој се не види крај.

³⁹ *Rear Window*, Alfred Hitchcock, 1958, SAD, [Alfred J. Hitchcock Productions](#), [видео филм].

V Процес рада

Истраживање и анализа

Због глобалних изазова у смислу заштите животне средине, данас постаје од суштинског значаја преиспитивање актуелних начина производње и дизајна текстила и одеће. У савремено доба када је свет приморан на промене услед глобалног проблема загађења животне средине, чак и од стране модне индустрије, услед велике количине произведеног отпада и прекомерне производње, спознајући да је проблем психологије потрошача и сваког појединца дубоко уткан у свет подсвести, проналажење одрживих решења при дизајну и производњи одеће, као и промена свести у психолошком приступу моди играју кључну улогу на путу ка решењу и бољој будућности врло сложеног проблема одрживости савремене модне праксе. То значи да се од модног дизајнера, поред свих уобичајених аспеката креативности већ сада, а нарочито у будућности, очекује и додатна врста креативности која треба да допринесе одрживом развоју. Померањем граница модног дизајна са циљем решавања проблема одрживости, као што је наведено у претходним поглављима овог рада, као иновативни методолошки поступак се уводи могућност имплементације креирања одеће без отпада тканине („zero-waste“) ради промене уобичајене пословне праксе у процесу стварања кројних слика. Као пример одрживих одевних кројева издваја се могућност стварања скулптуралних одевних форми коришћењем елемената оригами јапанске технике савијања у комбинацији са експерименталним ручним радом и деконструкцијом одеће, са циљем добијања идејних решења вишеструке функционалности која не производе отпад тканине, док уједно садрже елементе јапанске скулптуралне естетике.

Кроз анализу појма одрживости у модној индустрији са аспекта савременог одевања, прегледом референтних реномираних модних дизајнера и уметника који примењују одрживе принципе, истакнутих заговараоца у домену одрживости у моди, као и теза и хипотеза психологије моде и психоанализе која дефинише разлог прекомерне потрошње савременог друштва, али и прегледом примера модних дизајнера чије креације указују на везу између скулптуре и одевања, методом апстракције или конкретизације развија се креативни приступ савременој моди и дизајну одеће на бази одрживих кројних слика без отпада тканине („zero-waste“). Тежи се иновативном експерименталном кројењу, драпирању, позиционирању и савијању тканине уз помоћ оригами технике ради

стварања скулптуралних форми истичући везу између дводимензионалне (папир – тканина – крој) и тродимензионалне (оригами скулптура – одећа) форме.

Приликом дизајна модне колекције, с једне стране конструкција одевних елемената без отпада тканине подстакнута релевантним тезама и хипотезама психоанализе и психологије моде, као и земљом порекла оригами технике - естетиком Јапана, реализује се мултифункционално одевно решење носиве скулптуре од тканине или плетенине које има могућност манипулације одеће у складу са индивидуалним расположењем и стилем. С друге стране, методом деконструкције одеће решава се проблем већ постојећих одевних комада који би завршили као отпад и проналази им се нова функција скулптуралне естетике и форме, где се методама и техникама деконструкције добијају иновативна решења у кроју, а уз третирање, интервенције и ручни рад на површини материјала одевног предмета постиже се уникатност и подстиче се емоционална вредност код корисника како би се постигла трајност одевног предмета. Методама везивања, умножавања, сечења, отвора, кројења, копчања, увијања, али и позиционирања, постиже се вишеструка функција стилизовања и ношења скулптуралних одевних предмета. Методама и техникама деконструкције одеће, али и методама вајања ради стварања скулптуре поналазе се иновативна решења за скулптуралне аксесоаре модне колекције.

Концепт и синтеза

Предмет докторског уметничко - истраживачког пројекта је развој и имплементација одрживих решења и техника у дизајну савременог одевања ради стварања иновативних скулптуралних одевних комада и аксесоара изричите мултифункционалности. Скулптуралност и мултифункционалност, као важни аспекти одрживог решења, имају за циљ да споје психолошке ефекте одевања (могућност модификовања одеће у складу са осећањима и расположењем, као и опште развијање креативности) са ефектима који отварају пут ка одрживости у моди. Акцент је стављен на методолошким поступцима заснованим на еколошки свесној слободи уметничког изражавања при обликовању скулптуралних одевних форми.

Уметнички циљ рада је да, изналажењем креативно-експерименталних решења скулптуралне форме у погледу иновативног дизајна савремене одеће и аксесоара, пробуди свест појединца о глобалном проблему одрживости у моди, да понуди решења

која доприносе одрживој моди, омогућују инкорпорацију уметничког изражавања у складу са емоцијама људи - корисника, са крајњим циљем постизања благостања психе као последица спознаје личног доприноса у позитивном мењању света у коме живимо.

Синтезом инспирације, „zero-waste“ метода и техника, психолошког аспекта у одевању, имајући у виду општи контекст, ствара се јединствен иновативни приступ савременом одевању, уз реализацију колекције као личног доприноса одрживости у моди. Анализом корена личног идентитета, евоцирајући сећања из детињства, долази се до низа фактора који су допринели дизајну модне колекције - синтези свих релевантних елемената овог рада.

С циљем да се отпада треба решити при самом настанку кројних слика и проналажењем нових начина коришћења већ постојећег отпада материјала, имајући у виду утицај психологије на одевање због дуготрајне емоционалне везе која треба да се створи између одевног предмета и онога ко га носи, утире се пут ка стварању одрживе модне колекције. На наведен начин издвајају се методе и технике које утичу на концепт и обрнуто, које наводе на нова истраживања, даљи развој и низ могућности. Неке од њих ће се приказати и објаснити у даљем тексту.

Методе и технике

Шаблони који не производе отпад

У претходним поглављима напоменуто је да се нису одувек стварали шаблони, који због својих кривих линија морају да имају вишак материјала. Основа историје одевања лежи у једноставним кројевима, понекад и само четвртастом кроју тканине који обмота тело налик драпирању одеће у доба Античке Грчке. Јапанске одевне форме саме по себи су кројене тако да немају отпад тканине, а коришћење „zero-waste“ шаблона, својом формом и естетиком, упућују на моду са Истока, конкретније на Земљу излазећег сунца – Јапан.

Већина кројева који не производе отпад тканине су сведених равних линија јер је то један од начина да се у потпуности избегне вишак материјала. Уколико се за шаблоне користе четвртасти облици, они се могу спајати у тачкама које настају постављањем шаблона на кројачкој лутки или мерењем тела (одређивањем дужине рукава, отвора

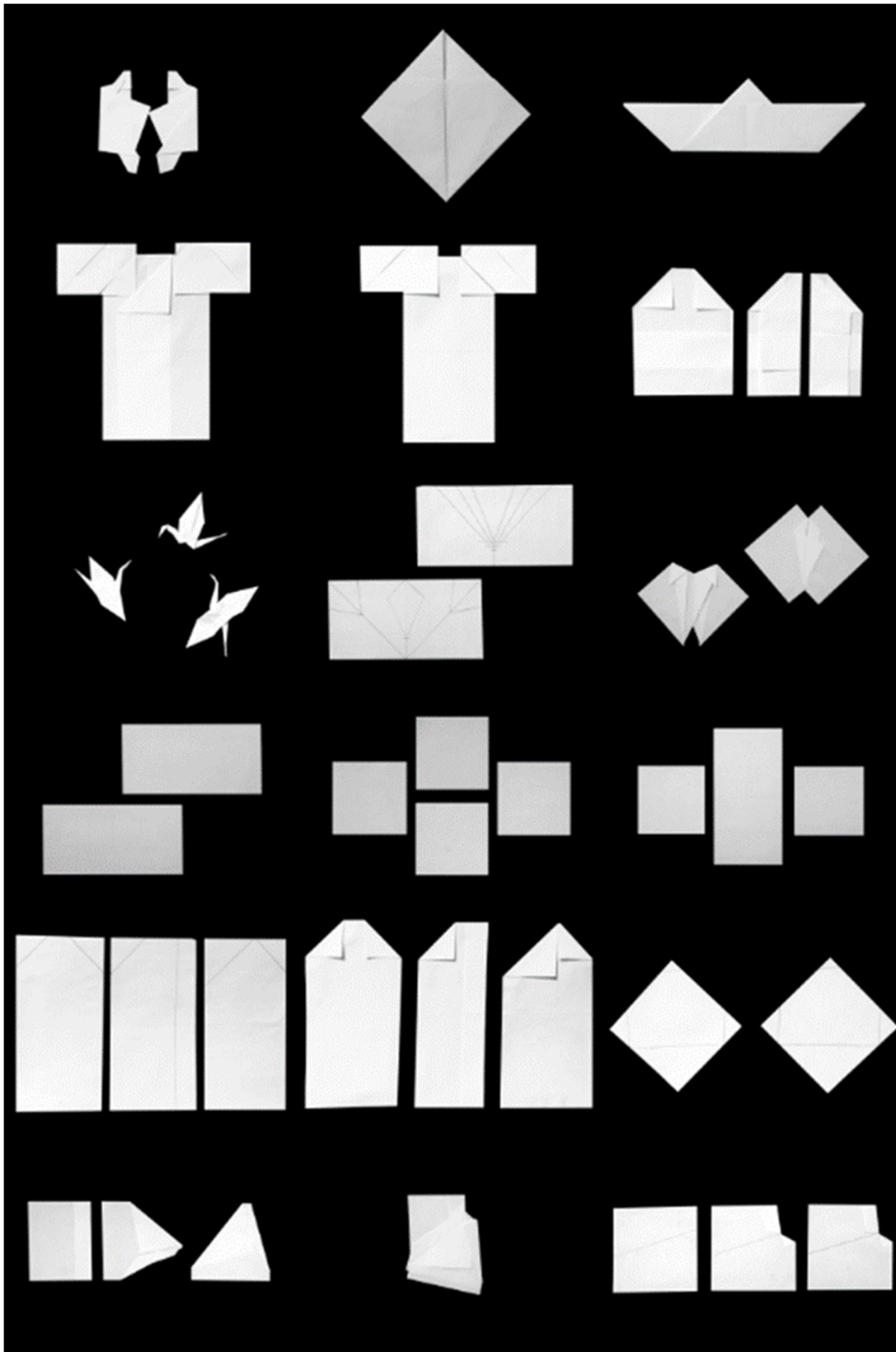
врата, дужине и ширине одевног предмета, позиције струка и свега потребног за одређени одевни предмет).

У случају примене технике стварања шаблона који не производе отпад материјала, ширина тканине је увек условљена стандардном фабричком ширином ткачке машине (разбоја) која углавном износи између 140 cm и 160 cm (понекад и 130 cm), или уколико је у питању плетенина, бројем коришћених игала на плетећој машини, док дужина варира у односу на одевни предмет и крој који желимо да добијемо. Ширина материјала увек може да се сведе на мању, али мора се водити рачуна о томе да се њен остатак искористи у потпуности за неке друге делове или нове одевне комаде.

Ивица материјала може остати непорубљена што доприноси новој естетској вредности самог одевног предмета. У наведеном случају њена позиција на шаблону мора бити у складу са жељеним визуелним ефектом на самом одевном предмету. Она се такође може порубити дуплим порубом, прештепати преко материјала и шава, или убацити у шав. Уколико се ивица исече, она се може користити за траке, као материјал за аксесоаре, за декоративне елементе у виду детаља и као материјал за ткање, плетење или везивање Мизухики чворова.

Примена оригамија у одевању

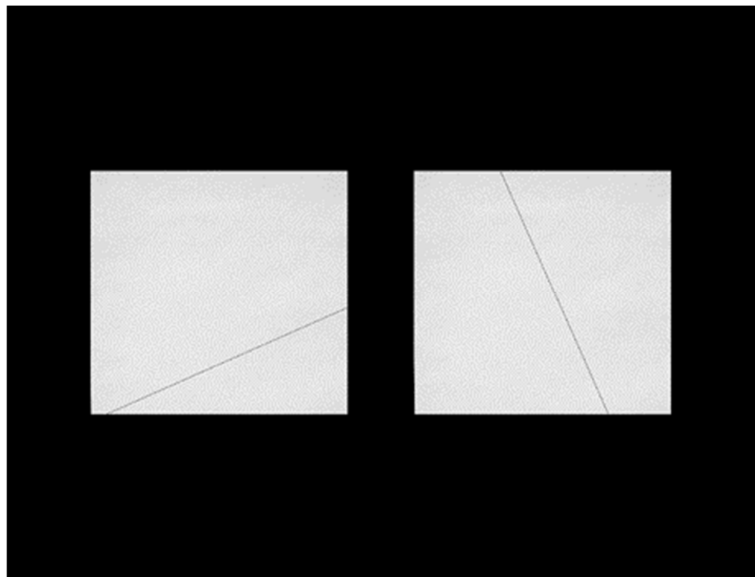
„Оригами (јапански: „ору“ савити; „ками“ папир) је умијеће савијања папира правилног облика (најчешће квадратног) да би се добио дво- или тро-димензионални модел животиње, биљке, људски лик.” (Gerić, 1986). Као што је наведено, ова дефиниција уметности креирања скулптуралних тродимензионалних форми може се лако повезати са креирањем шнита од тканине, креирајући шеме и испитујући низ нових начина њихове имплементације у сам процес дизајна (Слика 26). Оригами методе могу да се примене на стварање одевних предмета из четвртастих форми налик стварању тродимензионалних скулптура од дводимензионалне хартије (Слика 27). Оригами функционише по систему да су често основне базе полазна тачка, чак и за стварање нешто компликованијих облика. На исти начин и одевни комади могу да имају своје базе једноставних кројева оштрих и правоугаоних углова, који могу да се претворе у нешто компликованије форме уз помоћ везивања, увртања, извртања, савијања, копчања или комбиновања са другим одевним базама или одевним додацима (Слика 28).



Слика 26. Соња Јоџић. Пример истраживања форме од дводимензионалне хартије до тродимензионалне скулптуре.

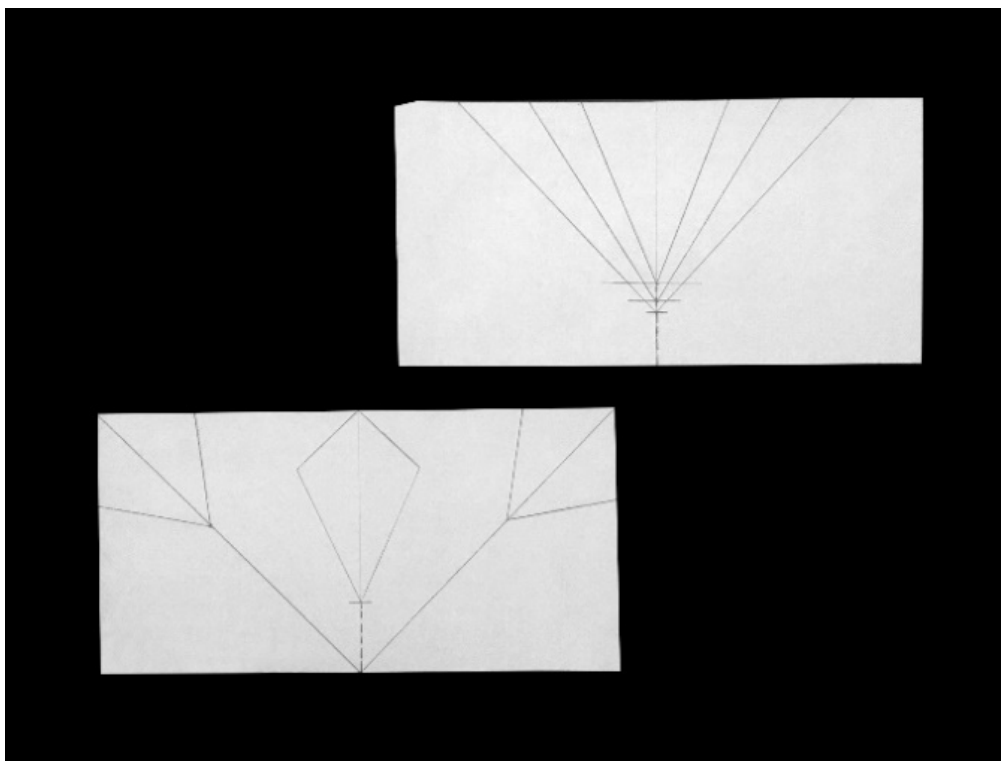


Слика 27. Соња Јоцић. Савијање порубљених тканина у односу на идеје оригами шеме.



Слика 28. Соња Јоцић. Пример линија једног савијања код шаблона који не производе отпад тканине.

То би подразумевало да један одевни додатак може да буде једноставнијег или компликованијег савијања. Поступак савијања за сваки додатак може бити инспирисан стандардним оригами базама, али и не мора јер су оне само полазна тачка како би се дошло до нових база за одевни предмет и нових додатака (Слика 29).



Слика 29. Соња Јоцић. Пример линија једног савијања и сечења код шаблона који не производе отпад тканине.

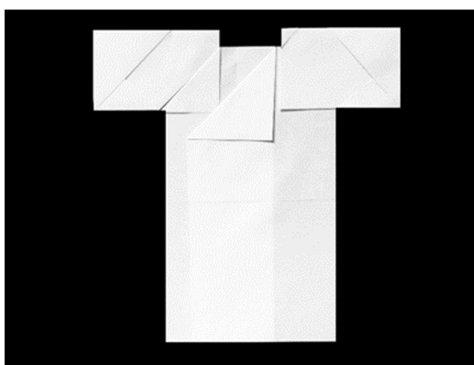
Након испитивања различитих начина савијања и осмишљавања база за одевне предмете уз помоћ папира, сечењем материјала на жељену четвртасту димензију и порубљивањем тканине стандардним дуплим порубом добија се облик налик четвртастом папиру. Пришивањем трака ширине до 2 cm и дужине до 1,5 m за оригами одевне аксесоаре и предмете, они добијају вишеструку функцију везивања, увртања и савијања. Облици који се савијају, услед гравитације, померања, пада, тежине и структуре материјала, често мењају облике у зависности од позиције везивне траке, њихове форме и тежине, али и у зависности од облика одевне базе за коју се везује. Жељена оригами форма се не фиксира пресом (налик плисирању материјала) већ се пришива на одређеним тачкама како би задржала жељен изглед. Пре фиксирања се место савијања добро испегла како би линија савијања била што прецизнија и како би тканина могла да симулира „скулптуру од хартије”^{*40} (Слика 30).

⁴⁰ Оригами



Слика 30. Соња Јоцић. Пример истраживања форме – савијање тканине на основу оригами шаблона.

Први материјал који је коришћен за изведбу био је органски небојени памук, на чији избор је утицао одрживији извор, као и чињеница да за његову производњу нису ради бојења коришћене хемикалије које имају штетне ефекте по еко-систем када заврше у отпадним водама. Други материјали који су коришћени су у црној и црвеној боји, органског порекла, док је сама боја хемијског, будући да је тај вид боје једини потпуно постојан.



Слика 31. Соња Јоцић. Пример истраживање оригами форме за кимоно на дводимензионалном папиру.

Повезивањем оригами методе позиционирања и савијања елемената ради стварања кимона, дошло се до идејних решења која се могу развити у капуте, мантиле, хаљине и комбинезоне (Слика 31). Увидело се да избор материјала одређује и мења истоветну силуету скулптуралне естетике. На слици 32 је приказан пример истраживања позиционирања оригами форме на кројачкој лутки. На наведен начин је реализовано јединствено визуелно решење истраживања форме одевних база и додатака са јапанским акцентом.



Слика 32. Соња Јоцић. Пример истраживања форме и постављање порубљених и савијених тканина на основу идеје оригами шеме и дуплирање истих на тродимензионалну лутку.

Мултифункционална скулптурална форма

С обзиром да се на личном нивоу, сама техника оригамија, симболички може повезати са детињством, приликом истраживања различитих начина савијања, оживљавале су се бројне потиснуте успомене из тог периода које су пратиле подсвесне трагове на путу спознаје кључних елемената личног идентитета, као и колекције.

Преиспитивањем тренутка првог личног сусрета о спознаји речи мода и функције комбиновања и стилизовања одеће ради стварања туђе и сопственог „идентитета”, који је утицао на стварање овог уметничког пројекта, дошло се до закључка да су то моменти сусрета са дечијом игром од папира под називом: „Обуци девојку” (Слика 33).



Слика 33. Дечија игра од папира (а) Обуци Мину (б) Обуци Селену Гомез (в) Обуци вилу Равијојлу. Извор: Мали Забавник.

Дати начин развија креативност код деце у најранијој фази развоја, а врло често су и старији њоме бивали одушевљени. Деца на тај начин уче о бојама, деловима одеће, о форми, али и о себи и другима. Свака папирна девојка или девојчица има свој стил који заправо говори о њеној личности (које детаље носи, које боје носи, који стил носи итд.). Игра функционише тако што се исече папирна девојка, папирна одећа и папирни аксесоари и затим се комбинују на различите начине прислањањем и качењем уз помоћ папирних додатака. Уколико би се овај вид дводимензионалног представљања одеће повезао са тродимензионалном одећом у буквалном смислу, добијају се вишкови од хартије који служе да би се одећа од папира закачила за папирну девојку. Ти вишкови од хартије који дозвољавају дводимензионалној форми вишеструку функцију качења, симболичким претварањем у траке од тканине или плетенине, могу да створе могућност вишеструке функције у одевању. На тај начин настаје и решење које омогућава

мултифункционалност одевним предметима за модну колекцију овога рада. Првобитно су то биле само траке које би се нашивале на одређеним тачкама за базе одевних предмета, а накнадно се јавила идеја да то заправо буду и дрикери.

Симболичким повезивањем (Фројдов начин утицања елемената на јави - свест на приказе у сну - подсвест) дводимензионалне одеће од папира са одећом од тканине или плетенине у тродимензионалној форми, може се увидети веза са стварањем скулптуре од хартије – оригамија (Слика 34).

Стварање оригамија је мењање функције равне површине од хартије, пружајући јој нову функцију која може бити вишеструка (нпр. оригами жабица). Сама хартија као равна правоугаона површина је мултифункционална јер може да се трансформише захваљујући различитим начинима савијања. Уколико се оставе слободне или се причврсте (прештепају) линије преклапања (савијања), могу се добити додатне мултифункционалне могућности у виду трансформације скулптуралне форме.

Није случајност да је баш скулптура та која је интригирала творца психоанализе да задре дубље у анализу тог дела. Скулптурална форма, као сама скулптура⁴¹ интригира посматрача и она може открити скривене тајне подсвести аутора.

Скулптуре су ту да трају и надживе човека, да остану човечанству и будућим генерацијама, јер је њихова вредност непроцењива. Одабир скулптуралне форме као адекватне за одевне комаде који доприносе одрживој моди, повезан је са емоционалном вредношћу и интригом коју може да нам понуди скулптура. Та симболичка повезаност омогућује да одевни предмет не изгуби своју вредност, да не заврши на отпаду, да говори више од одевног предмета, да говори о идентитету особе услед мултифункционалности и начина на који га користи, као и да допринесе благостању психе јер услед поседовања одеће вишеструке функције, смањује се потреба за прекомерном куповином новог.

⁴¹ Прим. аут.: нпр. Фројдова анализа Микеланђеловог Мојсија; детаљније у Поглављу IV, потпоглавље - „Веза између скулптуре и естетике несвесног”



Слика 34. Соња Јоџић. Драпирање на лутки уз цртеж мултифункционалних трака.

Модна илустрација, драпирање и технички цртеж

Модна илустрација је изузетно важан део процеса при стварању модног дизајна и колекције али често губи на значају у брендovима хипер производње. При стварању ауторске моде, као што је случај уметничког дела овог рада, она је врло важан фактор стварања визуелног приказа модела. Модна илустрација уме да дочара ликовне вредности, које методе и технике израде треба да следе ради жељеног утиска дизајна и комплетног израза колекције. Она је ту да помогне при истраживању силуете, форме, методе и технике, боје и материјала, приликом дизајна савремене модне колекције.

За овај рад одабран је неklasичан след процеса дизајна, за разлику од класичног којем се углавном приступа на основним студијама модног дизајна у Србији и који подразумева да је цртеж увек прва фаза процеса модног дизајна након стварања мапе инспирације. У овом раду неklasичан процес дизајна подразумева симултан рад на модној илустрацији (комбиноване технике: колаж, рачунарски програм Фотошоп, рачунарски програм Илустратор, ручни или дигитални цртеж), на примени технике оригамија, на шаблонима који не производе отпад тканине, на драпирању на лутки, рад на визуелном идентитету колекције и на техничким цртежима. Пошто се сви процеси у овом раду одвијају упоредо, један на други утичу док се не дође до жељене фазе, а неретко се и одређени део процеса прескаче уколико се одмах дође до жељеног резултата, они се могу назвати одређеним видом савремене модне илустрације. Они су нераскидив део исте, а понекад и њен једини део. Сваки наведени део процеса који има свој посебан стручни назив и иначе не спада у илустрацију, у овом раду то постаје. Оваква савремена модна илустрација је мултифункционалне природе јер је склоп дизајнерских процеса различите функције (нпр. уз драпирање се лако постиже скулптурално тродимензионално решење на кројачкој лутки, а уз цртеж се постиже ликовност, решава се силуета и детаљи).

Цртежи који су реализовани у напоменутој комбинованој техници, су рађени тако што су се одевни предмети првобитно драпирани на лутки, након чега су се модели облачили на тело, а уз додавање ручног или дигиталног цртежа (у програму Илустратор) се кориговао визуелни приказ, форма и детаљи који су потребни, док уз помоћ фотошопа им се мењало и кориговало лице, фризура, текстура, боја. Композиција модне илустрације у комбинованој техници је рађена у програму Илустратор (Слике 35 и 36).



Слика 35. Соња Јоцић. Модна илустрација у комбинованој техници за колекцију „Пут ка свитању” и колекцију накита „Игралиште скулптура”.



Слика 36. Соња Јоцић. Модна илустрација у комбинованој техници за колекцију „Пут ка свитању” и колекцију накита „Игралиште скулптура”.

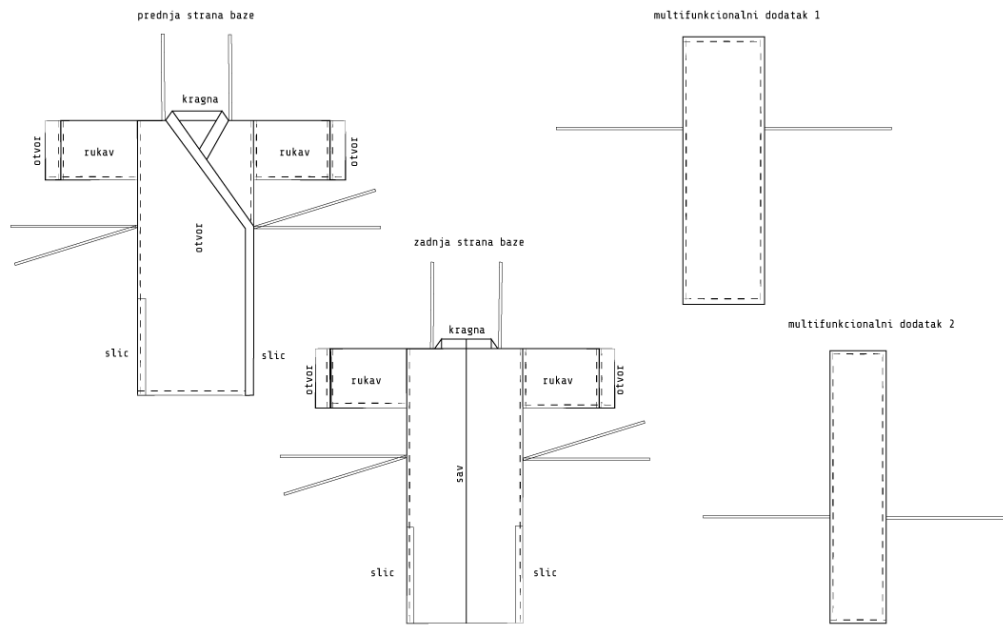
Приступ упоредног истраживања, након формирања концепта, се полако уводи на мастер струковним студијама на Одсеку Високе текстилне школе за дизајн, технологију и менаџмент при Академији техничко-уметничких струковних студија у Београду, на предметима на којима смо ангажовани и даје изузетне креативне резултате. Показало се да студентима отвара нове могућности и видике и тако доприноси иновацијама у дизајну. На основним студијама се ради поступно уз класични приступ процесима модног дизајна, где се сваки део процеса одвија један након другог, како би се на крају формирала колекција. Без знања класичног приступа, неklasични метод не би могао да створи иновативне резултате.

Модне илустрације које су израђене за уметнички део овог рада, модну колекцију под називом „Пут ка свитању” и колекција накита под називом „Игралиште скуптура”, изложене су у галерији Хаос на изложби модног цртежа водећих српских дизајнера⁴² (16.11.-15.12.2022.) у оквиру 50. Београдске недеље моде, а у плану је да буду део сталне поставке будућег Музеја цртежа. Формат модних цртежа је 70 cm x 50 cm, а техника је комбинована (колаж, рачунарски програм Фотошоп, рачунарски програм Илустратор, ручни или дигитални цртеж) (слика 37).



Слика 37. Соња Јоцић. Изложба модне илустрације најистакнутијих дизајнера на 50. Београдској недељи моде у галерији Хаос у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.

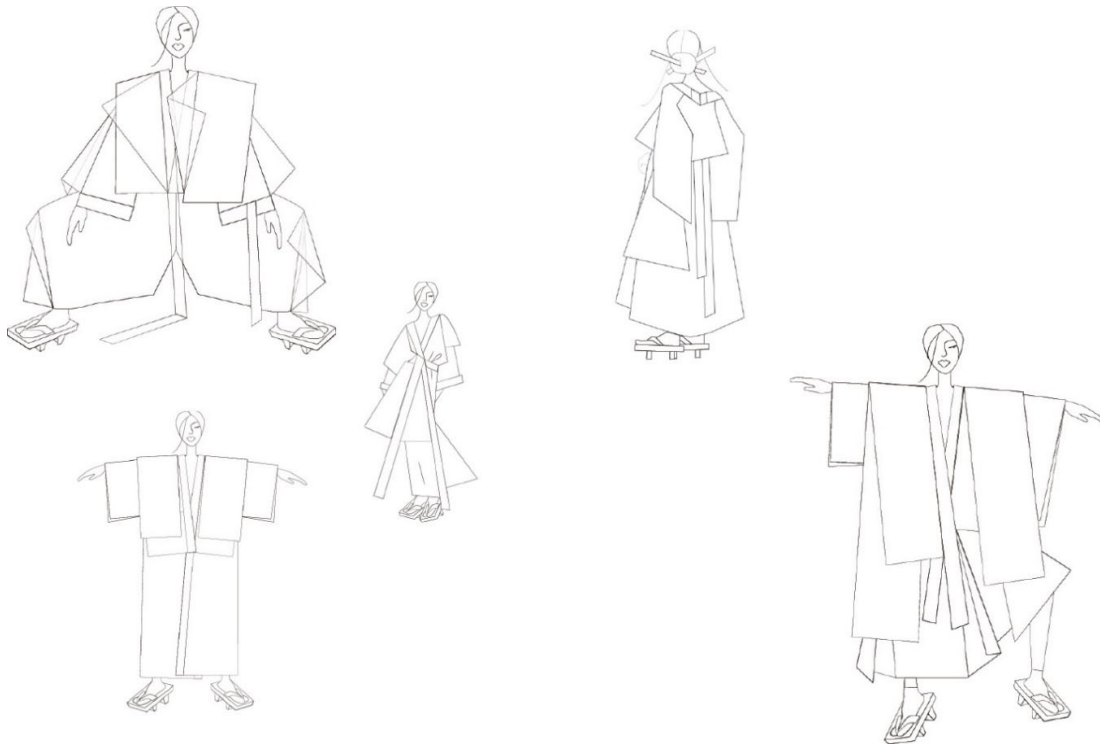
⁴² <https://citymagazine.danas.rs/popkultura/art/izlozba-modnog-crteza-na-50-izdanju-jubilarnog-loreal-fashion-week-a/>



NAPOMENA:

- francuski hod sa ukrasnim stepom
- dupli parub
- s obe unutrašnje bočne strane se nalaze trake i pričivaju se u istoj tački sa suprotne strane od bočnih spoljašnjih

Слика 38. Соња Јоцић. Пример техничких цртежа за колекцију „Пут ка свитању”.



Слика 39. Соња Јоцић. Модна илустрација – дигитални цртеж за колекцију „Пут ка свитању”.

Поред цртежа који су израђени у комбинованој техници, упоредо је рађено и на техничким скицама (Слика 38), као и на дигиталним модним илустрацијама у програму Илустратор које су допринеле жељеној јапанској естетици и које се користе за визуелни идентитет колекције (Слика 39). Наведени класични приступ је елиминисан као начин који би се користио за дизајн колекције јер је неklasични приступ комбинованих техника и модне илустрације као спој више процеса, довео до иновативнијих решења.

Одабир еколошки прихватљивих материјала

Један од аспеката за постизање циља одрживости у моди је примена иновативних текстилних материјала на бази лиоцел (ориг. lyocell) влакана. Леоцел влакна су тзв. регенерисана целулозна влакна⁴³ која се скоро у потпуности састоје од целулозе и по хемијској структури су слична памуку. Најпознатији бренд лиоцел влакана је Тенцел⁴⁴, влакно (ориг. Tencel) које се добија из целулозе пореклом од еукалиптуса, дрвета које јако брзо расте и не захтева додатно заливање и третирање пестицидима. Ово влакно је развијено 80-тих година XX века и данас се сматра „одрживим влакном“ због тога што је биоразградљиво и користи обновљиве изворе као сировину (White et al., 2005).

Пошто је Тенцел на бази целулозе, самим тим поседује и својства слична памуку, тако да има потенцијал да замени памук који се данас због велике потрошње воде и пестицида у производњи не сматра одрживим влакном. Ово се не односи на тзв. органски памук који се производи у контролисаним условима, али чија је количина на тржишту веома мала у односу на „обичан“ памук.

Материјал произведен од лиоцел влакна има мекан опип, а комбинација комфора и перформанси материјала омогућује да се користи за широк спектар различитих одевних предмета. У зависности од дужине и финоће влакана, може да се добије мекоћа и текстура материјала која задовољава различите потребе. Влакно има изузетну способност упијања влаге, чак за 50% бољу од памука. У додиру са кожом не ствара иритацију као синтетски материјали. Одећа која садржи Тенцел има изузетно добар „пад“ који прати силуету тела, лепо се набира при покретима, уз природни сјај који чини боје јарким и тако омогућује да одевни предмет изгледа „ново“ јако дуго.

⁴³ Регенерисана влакна су влакна од природних полимера који иначе нису употребљиви у текстилне сврхе у њиховом првобитном облику, али могу бити регенерисани (тј. претворени) тако да формирају корисна влакна. Целулоза је један од природних полимера који је основа за формирање регенерисаних влакана.

⁴⁴ <https://www.tencel.com/sustainability>

Јасно је да је Тенцел одрживи материјал и да има јако много предности за употребу у одрживој моди. Ипак, треба имати у виду да сама употреба одрживог материјала није довољна да неки модни бренд учини одрживим, већ је потребно много више активности и то нарочито у смислу смањења или избегавања отпада материјала.

На домаћем тржишту тканине од лиоцела је могуће набавити искључиво преко Текстила Ужице⁴⁵ – највећег центра за veleprodaju материјала на Балкану. Они су први и једини добављачи одрживог Тенцел материјала. Након сазнања о идеји реализације колекције која је допринос одрживој моди, компанија Текстил је постала покровитељ одрживих материјала за модну колекцију докторског - уметничког пројекта, што је још један од доказа да је обострана визија о одрживој будућности од кључне важности, као и да заједничким снагама може да се допринесе бољој будућности. Сарадња са Текстилом је на изузетно професионалном нивоу, раде транспарентно и ефикасно, што додатно олакшава набавку одрживих материјала. Тренутно је на располагању Лиоцел у кепер ткању тањег и нешто дебљег опипа, који је коришћен за докторски - уметнички пројекат.

Поред лиоцела, за модну колекцију „Пут ка свитању” одабрани су и еколошки прихватљиви материјали као што су органски памук, свила и јута. Гума (ластиш) и глина су претежно коришћене за аксесоаре (појасеве, ручке) и колекцију накита (минђуше, огрлице) под називом „Игралиште скулптура” (Слика 40).



Слика 40. Соња Јоцић. Одабир материјала за колекцију. ©Соња Јоцић, 2023.

⁴⁵ [Textil | Najveći centar za veleprodaju materijala u regionu. \(textilue.rs\)](http://Textil|Najveći-centar-za-veleprodaju-materijala-u-regionu.(textilue.rs))

Одабир боја

Боја је један од најважнијих елемената људске визуелне перцепције света око себе. Опште је познато да боје могу да утичу на људска осећања и емоције у смислу да одређене боје могу да учине људе срећним, док неке боје могу да их учине депресивним.

Посебна дисциплина науке, психологија боја, се бави истраживањем емотивног утицаја боје на људе. Опште је познато да одређене боје могу да изазову специфична расположења код људи, да су неке боје естетски више прихватљиве од других, а психологија боја указује на то да давање приоритета одређеним бојама може да делимично укаже и на личност појединца. Наравно, у тумачењу значаја и утицаја боја посебну важност имају културoшки утицаји, старосно доба и пол појединца (Hanada, 2018). Теорија „боја у контексту“ (енгл. color-in-context) каже да боја носи одређено значење које има аутоматски и директан утицај на когнитивне процесе код човека (Eliott, 2015). Значења која носе боје имају извор у упаривању одређене боје са искуствима, објектима и одговарајућим порукама и имају извор како у биологији тако и у култури.

Познавање утицаја боја на емоције је јако важно за модни дизајн. Сазнање да одређене боје проузрокују одређене емоције омогућује модном дизајнеру да направи прави избор боје или боја материјала у зависности од тога какво расположење жели да створи код потрошача (Sullivan et al., 2017). У сваком случају, дизајнер има слободу да креира шта год жели, али мора увек да има на уму крајњег потрошача јер је боја одевног предмета једна од примарних карактеристика које потрошач процењује приликом одабирања.

За модну колекцију „Пут ка свитању” и колекцију накита „Игралиште скулптура” карта боја је настала под утицајем боја традиционалних кимона, бојама свитања, а њихова комбинација у виду игре боје и форме, као и у виду стилизације за ревију, настала је под утицајем сликарских дела Марка Ротка која у нама производе емоције благостања – оне које настају приликом свитања.

На слици 41 су боје које чине колор карту колекције, а то су : бела - C0 M0 Y0 K0 (ориг. енгл. „white”), дубоко лавље плава - C100 M85 Y15 K6 (ориг. енгл. „Deer Lyons Blue”), цимет - C0 M25 Y57 K0 (ориг. енгл. „Cinnamon Buff”). екру - C20 M25 Y40 K6 (ориг. енгл. „Ecrú”), јаворова - C5 M26 Y56 K20 (ориг. енгл. „Maple”), црвена- наранцасто - C9 M90 Y100 K0 (ориг. енгл. „Red-orange”), кармин - C0 M100 Y75 K16 (ориг. енгл. „Carmine”), спектар црвена - C5 M100 Y100 K0 (ориг. енгл. „Spectrum Red”), браон - C35

M74 Y90 K35 (ориг. енгл. „Brown”) и црна боја - C20 M10 Y15 K100 (ориг. енгл. „Black”) (Wada, 2010).



Слика 41. Палета боја за колекцију „Пут ка свитању”.

Редизајн и деконструкција одеће

Како отпад не би завршио на депонијама, или што је нешто боље решење у рецикажним центрима, једно од решења може бити да му се доделе нове вредности којима се није придавао значај. Отпад може да буде почетни материјал за рад, док је његов производ - дело које може да буде реализовано од једног или састављено од низа одбачених елемената. Овакав принцип се може имплементирати у сваки процес дизајна као неизбежно правило за креирање сваког производа који треба да нађе пут до свог потрошача, а и обрнуто, да потрошач препозна циркуларну вредност производа оног момента када не пожели да га поседује. На тај начин рециклажа, апциклирање (енгл. *upsycling*) и употреба половне одеће треба да заживи свуда у свету. Донирање одеће је такође једно од потенцијалних решења ради смањења текстилног отпада. Услед нижег стандарда и недостатка решења и стриктних правила, у Србији и генерално на Балканском поднебљу рециклажа је врло неразвијен појам. Могућност да се избегне отпад пре производње, али и да се води рачуна да он не настане у току и након исте, једно је од бољих решења.

Деконструкција одеће у естетском и конструкционом смислу може и те како да допринесе иновацијама у форми и дизајну одеће. Неретко она самом техником деконструкције може да постигне скултуралне форме услед уклапања различитих делова одевног предмета. Те форме су мултифункционалне услед мењањања функције (естетске или употребне) позиције елемената одевног предмета (рукава, крагне, дугмади), као и првобитне основне функције (нпр. да рукав постане ногавица или да кошуља постане сукња). На тај начин, мења се функција одевног предмета, а техника деконструкције га чини мултифункционалним. Поред саме технике, мултифункционалност се огледа и у деконструисаном одевном решењу уколико се примене методе које ће му то омогућити. Те методе могу бити додаци у виду различитог

копчања, увртање и извртање одевних предмета, додавање трака, пришивање оригами форме од материјала, пришивање додатака који не производе отпад, додавање различитих отвора и прореза, као и сечења. Комбиновање више различитих или истих одевних предмета методом деконструкције се такође долази до вишеструке функционалности одевања.

Од остатака материјала је могуће израдити траке, ручке, појасеве, аксесоаре, нове одевне комаде, разне детаље и накит. Искуство кроз рад имплицирало је да се у овом раду израде торбе од нове јуте које би имале мултифункционалне могућности савијања налик на оригами захваљујући дрикерима, одишући сведеним четвртастим облицима налик на базе. Од старих јутаних бразилских џакова за уметнички пројекат апциклиране су додатне торбе које за нас имају емотивну вредност јер евоцирају успомене на нашу баку која их је сачувала. За овај пројекат су деконструисане панталоне од цинса, мајице, качкети, папуче, постељина, сакои и сукње. Метода деконструкције је функционисала по принципу сечења и спајања одевних предмета са додацима који им пружају мултифункционалност (траке, дриkerи), оригами формама или четвртастим комадима чији шаблони не производе отпад.

Радионице деконструкције и редијајна одеће

Један вид доприноса подизању свести о глобалном проблему загађења животне средине текстилним отпадом и преношења знања из области деконструкције и редијајна одеће је држање радионица за средњошколце и студенте. Учесници радионице сусрећу се са могућим решењима ради смањења текстилног отпада, развијају креативност и мењају перцепцију о класичној једноличној функцији одеће. Једноличност функције (нпр. мајица мора имати функцију мајице) мењају редијајнирањем, пружајући јој нов изглед и функцију (нпр. мајица може да има функцију панталона). Поред редијајнирања половне одеће, у оквиру радионице се користе и реслови материјала који би иначе завршили на отпаду. Радионице су до сада одржане, за ученике и студенте из Београда, Новог Пазара, Инђије и Крагујевца (Слика 42 и 43).

Други вид нашег доприноса подизању свести о значају одрживости јесте увођење обавезне деконструкције и редијајнирања на студијама у оквиру предмета модног дизајна, менторство студената ради учешћа на пројектима⁴⁶ са темом која доприноси

⁴⁶ <https://www.belgradefashionweek.com/designers/visoka-tekstilna-skola/>

одрживој будућности⁴⁷, као и увођење предмета о одрживој моди што је и постигнуто на мастер студијама на Одсеку ВТШДТМ при АТУСС.



Слика 42. Соња Јоцић. Радионице редизајна одеће на Одсеку ВТШДТМ при АТУСС у Београду.

Фотографија: ©Аљоша Нинковић, 2022.



Слика 43. Соња Јоцић. Рад једне од учесница радионице. Радионице редизајна одеће на Одсеку ВТШДТМ при АТУСС у Београду. Фотографија: ©Аљоша Нинковић, 2022.

⁴⁷ <https://wannabemagazine.com/studenti-predrag-djuknic-belgrade-fashion-week-2023/>

Ручни рад и апциклажа отпадака материјала

Ручни рад одевним предметима даје на уникатности и ексклузивности. Он има широк спектар примене у области ауторске моде и савременог одевања која је фокус овога рада, али и пружа изузетне могућности трансформације површине или структуре материјала.

С обзиром да одређени стандардизовани кројеви по свом облику стварају вишак тканине, ма колико се добро уклопили тако да остане што мање вишка, имплементација ручног рада на исти и његово коришћење као материјал за даље креације, може бити једно од креативно-експерименталних решења. Почевши од савијања неправилних облика вишка тканине, користећи исте шеме и шаблоне које су се користиле за оригами одевне комаде и каснијим спајањем како би се добила тканина са структуралном неправилном текстуром, дошло се до потенцијално могуће методе и технике која би променила изглед површине или структуре материјала (Слика 44). Услед низа могућности које она пружа за даљи развој у погледу дизајна текстилних површина и структура, како би се задржао фокус на основном циљу овога рада, та техника је методом дедукције изузета из процеса рада и оставља се као потенцијално решење за наредне пројекте.



Слика 44. Соња Јоцић. Приказ пробног ручног рада.

Коришћењем правилно и неправилно исечених трака од рециклираног и нерациклираног памука, сингл преплетаја, увијених ивица услед сечења које му дају структуру налик на

предиво добија се широк спектар примене. Један од начина примене памучних трака је декорација тканине имитирајући мотиве веза или принта који ручним или машинским нашивањем на тканину даје рељефасту површину са мотивима.

Други начин, који подразумева комбинацију јапанске Мизухики технике стварања чвора, са традиционалним основним техникама плетења са техником ткања и експерименталног везивања чворова, пружа неочекиване могућности (Слика 45 и 46).



Слика 45. Соња Јоцић. Приказ ручног рада на моделу иза сцене на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.

Платно ткање је једно од најједноставнијих ткања, где потка прелази преко основе на којој је рапорт 1:1. Уколико се користе 4 памучне траке дужине 1m, где су две у улози основе а две у улози потке, долазимо до решења који је налик на платно. Померањем решења за 45 степени у једном смеру добијамо следећи корак и потпуно нову позицију материјала за рад, а коришћењем слободних крака водимо се шемом за платно преплетај како би добили површину која је изгледом нагиње ка коцки у простору.



Слика 46. Соња Јоцић. Увеличан приказ примера ручног рада.



Слика 47. Соња Јоцић. Приказ ручног рада на моделу иза сцене на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.

Једноставније речено, уместо да тежимо ка добијању равне, дводимензионалне површине као што је платно тканина, ми радимо на добијању тродимензионалне форме у простору. Понављањем истог поступка добијамо предиво са четвртастим угловима које је могуће користити у разнолике сврхе од Мизухики технике до експерименталног или традиционалног плетења и ткања. Додавањем трака или остављањем одређене неисплетене дужине добијамо мултифункционалну могућност везивања и комбиновања добијених решења са осталим реализованим аксесоарима, базама и одевним комадима. Уколико је реализовани ручни рад исте боје или материјала као база или тканина која се налази испод ње, то даје површини тродимензионални скулптурални изглед, а уколико је у питању контрастна синергија, осим рељефасте структуре, то доводи до истицања једног од другог, допуњавања или контрирања, пружајући јој декоративну функцију вишеструке могућности стилизовања (Слика 47).

Визуелни идентитет колекције и бренда

Редизајн логотипа

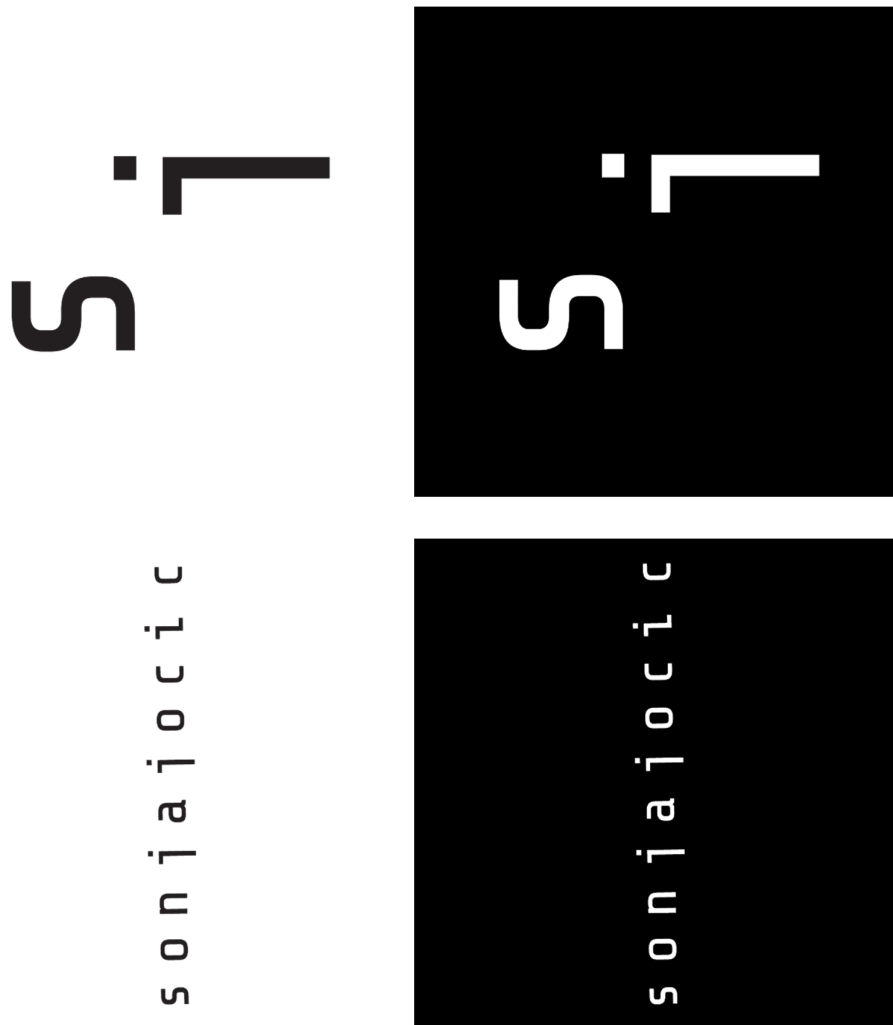
Логотип је стилски уобличен текст и треба да одише идентитетом бренда. Дobar логотип има све карактеристике и вредности које поседује и за које се залаже дати бренд.

A handwritten signature in black ink, reading 'Soňa Jozić'. The script is fluid and cursive, with the first letter 'S' being particularly large and stylized. The signature is centered on the page.

Слика 48. Соња Јоцић. Стари логотип – дизајнерски потпис.

Пре рада на овом пројекту логотип који је коришћен за колекције био је својеручни дизајнерски потпис који је коригован и прочишћен за ту сврху (Слика 48.). Без обзира што уз помоћ графологије нечијег рукописа могу да се одреде личне особине и идентитет, дошло се до закључка да је промена логотипа од кључне важности како би се

добило решење за крајње редицајирање визуелног идентитета. Након низа проби дошло се до закључка да је најбоље решење коришћење фонта *Share Tech Mono* због његових суптилних сведених равних линија, уз модификације на слову „j” тако да је његов завијутак / реп (енгл. tail) коригован да асоцира на издужено латинично слово „i” (лат. „i”) и промени размака између слова, као и дебљине слова. При одабиру и реализацији решења, методом дедукције се водило рачуна да се у ужи избор оставе само примери који се уклапају уз претходне реализоване колекције али и да одишу јапанском естетиком.



Слика 49. Соња Јоцић. Нов логотип – испис и иницијале.

С асоцијациом на позиционирање јапанских слова гледајући из даљине, испис „sonjaјosis” је написан на латиници и вертикално је ротиран за 90 степени у лево. Исто важи и за логотип са иницијалама „SJ”, с обзиром да је јапанска естетика овог

уметничког пројекта експерименталне померене перцепције. Испис „sonjaјosic” је спојен као једна реч без дијакритика - цртице на латиничном слову ħ (лат. „ċ”) јер тако стилски уобличен текст буди већу интригу за спознајом идентитета, потрагом за размаком, грешком на слову ħ налик на савремено писање без српске тастатуре или на намерно изостављање цртице због графичког утиска минимализма. Логотипи су реализовани у црној и белој варијанти ради што сведенијег монохроматског приступа истом, а позадина може да варира у односу на жељени визуелни ефекат. Они као контраст парирају контрастним формама колекција, контрастима у виду материјала, а неретко и бојама. Првобитни дизајнерски потпис се и даље понекад користи али само у улози потписа и никако у улози логотипа (Слика 49).

Поред примене иницијала у дигиталној и штапаној форми, иницијали су угравиран на печату ради стварања жељеног отиска (у случају овога рада отисак на накиту од глине).

Редизајнирање логотипа је од кључне важности како би у складу са савременим токовима, што су тимови људи који раде за велике модне куће одавно препознали и сматрају да црна боја логотипа за модне брендове одише луксузом.⁴⁸

Дизајн и реализација амбалаже

Уколико производ није добро упакован и уколико амбалажа није адекватна, јавља се могућност да његов визуелни и функционални квалитет опадне. Визуелни опада у случају да естетика амбалаже није у складу са дизајном предмета, а функционални уколико дође до физичког оштећења услед неадекватног паковања. У савремено доба је битно да амбалажа буде произведена од рециклабилних материјала јер она најбрже заврши на отпаду након куповине артикла.

За овај пројекат одабир рециклабилних картонских кутија, као и кеса од рециклиране хартије је био прави избор у естетском и функционалном смислу. Израда и дизајн штампе и величине додатних кошуљица на ребрастом и на рециклираном папиру је допринело првом визуелном утиску које одише јапанском естетиком и природним материјалима. Кошуљице се лепе или хефтају на задњој страни, како би обавиле кутију. На кошуљици, поред логотипа (исписа или иницијала) се налазе елементи који доприносе целокупном доживљају колекције, као што су кимоно који је састављен из

⁴⁸ [Method Branding : Sheepish branding.](#)

четвртастих делова без отпада, графички приказ земље излазећег сунца и Јапана на јапанском писму. Њихова позиција је усправна – вертикална ради асоцијације на јапанско писмо. Испис у односу на елементе је сведен како би фокус био на целини, а не на њему. На кошуљци се такође налази и адреса вебсајта www.sonjajocic.com а изнад адресе се налази име Соња Јоцић на јапанском. Поред наведене варијанте израђене су и кошуљце за амбалажу као јединствено декоративно графичко решење инспирисано принципима функционисања свести и подсвести, методама принципа сна (симболизам, кондензација, премештање, визуелизација), начином на који се позиционирају елементи при реализацији одевних предмета скулптуралне форме и шаблонима по којима функционише оригами (Слика 50).



Слика 50. Соња Јоцић. Дизајн и реализација амбалаже.

Потрошач након отварања амбалаже, прво наилази на визит картице (више информација у наредном потпоглављу Дизајн визит карте). Од једне од њих може да направи оригами жабицу, која треба да пробуди осећај среће и благостања али и асоцијацију на детињство. Поред њих се налазе и папирићи са одштампаним графичким решењима на рециклираном папиру, инспирисаним већ поменутиим принципима и техникама, од којих се могу правити оригами скулптуре. Осим папира, унутар амбалаже се налазе и познате оригами скулптуре (авион, жабица, писмо, ждрал итд.). Одевни предмет или аксесоар је испод поменутих елемената увијен и сложен у згужвани папир (рециклирани, пиринчани,

обичан). Насупрот оригамију који се ствара из равних површина и мора да остане добро упеглан, коришћење природних еколошки прихватљивих материјала трпи гужвање чиме је инспирисан наведен начин увијања одевног предмета. Тако згужван папир производи јачи звук шушкања, који потрошача подсвесно враћа у детињство и тренутак знатижеље приликом отварања поклона или слаткиша. Уколико естетика производа то захтева, штампа на фолији или паус папиру може додатно допринети тродимензионалном утиску, вези између унутрашњег и спољашњег, али и вези између слојева идентитета. У овом раду, дизајн кеса се односи на варијације дизајна штампе на истим, искључиво од рециклираног материјала који даље може поново да се рециклира.

Обавијање амбалаже кошуљицом и умотавање производа у папир, па у кутију и након тога у кесу, симулише облачење тела у одевне комаде који их штите од свега спољашњег и утичу на њихов спољашњи приказ друштву физички и психолошки.

Дизајн сајта брэнда и материјала за друштвене мреже

Материјал за друштвене мреже и сајт треба да одише естетиком брэнда али и причом која стоји иза њега. Фотографија и видео снимци на друштвеним мрежама, су слике без којих у данашње време човек не може да функционише јер је зависан од „погледа кроз прозор” као у Хичкоковом филму (ориг. „Rear Window”) – од скопофилије (задовољства гледањем у објекат или човека), као и од посматрања туђих профила⁴⁹.

Преиспитивањем личних асоцијација на прве сусрете са „сликама” из детињства јесу старе самолепљиве сличице Дизнијевих ликова на белим плочицама купатила. Спознаја да Дизнијеви ликови могу да се физички залепе у дводимензионалном облику и да нису само на екрану телевизора, будила је безграничну креативну интригу. Уколико се плочице у купатилу фигуративно повежу са објавама на Инстаграм платформи која је у четвртастом облику долази се до полазне тачке која нас је инспирисала да створимо решење налик на асоцијацију, које садржи елементе који полако стварају идентитет наше колекције, као и брэнда (Слике од 51 до 56).

У садржај су додата и графичка решења како би утицала на јачи доживљај брэнда, а биљке и златна рибице се појављују као заштитни знак⁵⁰.

⁴⁹ Прим. аут.: Поглавље IV, потпоглавље „Естетика посматрања“.

⁵⁰ Златна рибица се може визуелно повезати са нашим моделима (у виду форме и материјала приликом покрета)



Слика 51. Соња Јоцић. Графичко решење и припрема за објаве на Инстаграм друштвеној мрежи.



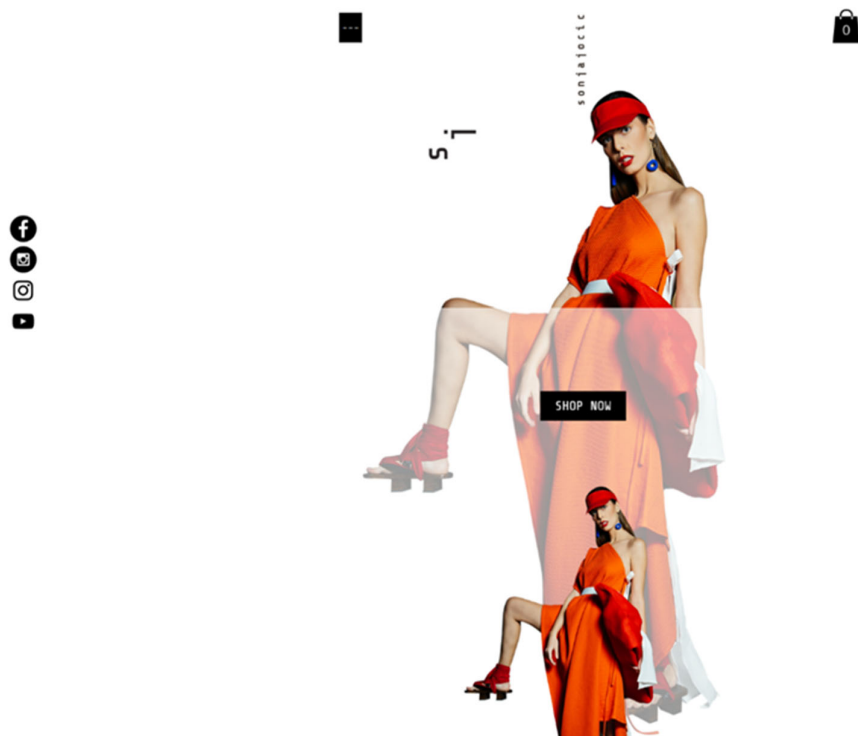
Слика 52. Соња Јоџић. Дизајн графичких елемената за визуелни идентитет бренда и колекције.



Слика 53. Соња Јоџић. Изглед Инстаграм налога.



Слика 54. Соња Јоцић. Дизајн графичких елемената за визуелни идентитет бренда и колекције.



Слика 55. Соња Јоцић. Сајт бренда. Извор: www.sonjajocic.com



ソニヤ・ヨツィチ



Слика 56. Соња Јоцић. Сајт бренда. Извор: www.sonjajocic.com

Дизајн анимације

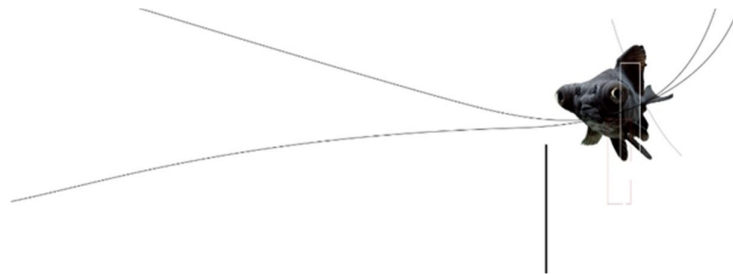
Дизајн анимације се провлачи кроз стварање материјала за друштвене мреже јер у савремено доба слика која се креће држи већу пажњу од статичне. Приликом рада на дизајну анимације за друштвене мреже, коришћен је програм Фотошоп (Слика 57), а за саму ревију и комбинација са програмом Афтер ифектс (енгл. After Effects).



ソニヤ・ヨツィチ

Слика 57. Соња Јоцић. Пример једног од графичких решења за анимацију за друштвене мреже.

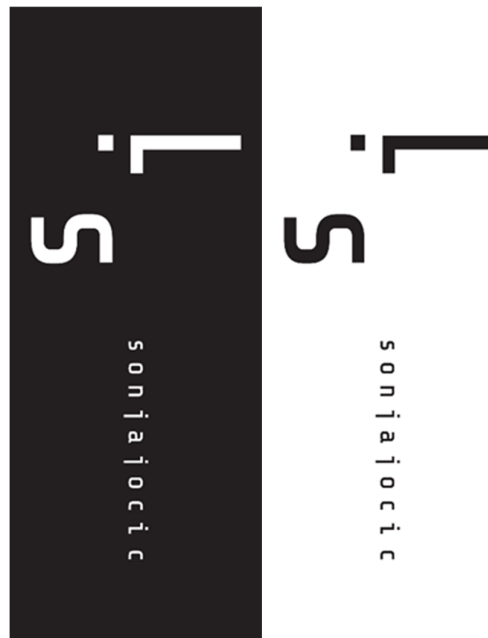
Приликом дизајна анимације се водило рачуна да померања буду минимална, нежна и без превише ефеката, ради лакшег уклапања уз колекцију. За ревију је одабрана анимација златне рибице у црној боји (ориг. „Black Moore”) са линијама које симболишу траке (Слика 58).



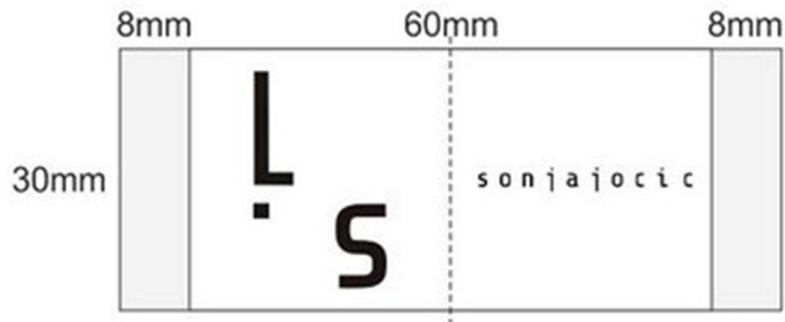
Слика 58. Соња Јоцић. Слика анимације за ревију за модну колекцију „Пут ка свитању” и колекцију накита „Игралиште скулптура”.

Дизајн етикета

Дизајн етикета је рађен у програму Илустратор. За модну колекцију „Пут ка свитању” су израђене жакард етикете, као и штампане етикете на сатену.



Слика 59. Соња Јоцић. Графичко решење дизајн жакард етикета.



Слика 60. Соња Јоцић. Припрема за израду жакард етикета.



Слика 61. Соња Јоцић. Реализација штампане етикете на сатену. Фотографија: ©Соња Јоцић, 2020.

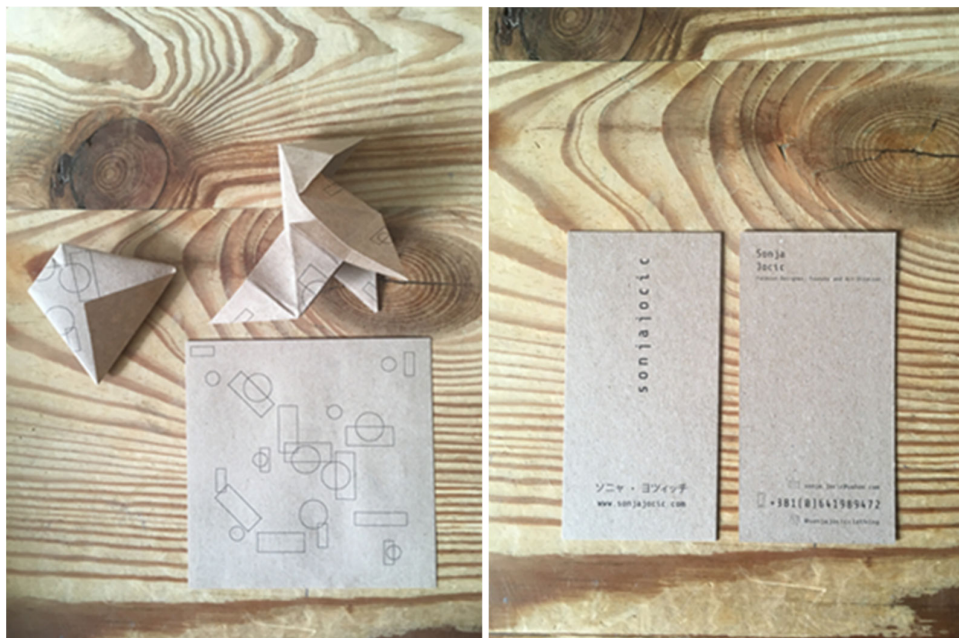


Слика 62. Соња Јоцић. Реализација штампане етикете на папиру. Фотографија: ©Соња Јоцић, 2020.

Жакард етикете су коришћене за све моделе унутра и споља, док су сатенске само на унутрашњим, углавном бочним деловима одеће. На сатенским је штампан сировински састав и одржавање, док је на жакард етикетама само логотип (Слике од 59 до 61). Жакард етикете имају вишеструку функцију коришћења у смислу да могу да се користе са једне или друге стране, а могу и да се пришију тако да се виде обе. Поред етикета на текстилу, реализоване су и етикете на хартији (рециклирани и ребрасти папир) за цене и сировински састав (Слика 62).

Дизајн визит карте

Дизајн визит карте је реализован у програму Илустратор у две варијанте са обостраном штампом. Прва варијанта је у виду визит карте правоугаоног облика на рециклираном папиру (Слика 63), а друга варијанта је квадратног на ребрастом папиру са мултифункционалним решењем. Мултифункционално решење подразумева да има исцртане линије шаблона за стварање игре из детињства - оригами жабице (Слика 64).



Слика 63. Соња Јоцић. Визит карте и папирићи за стварање оригами скулптура.
Фотографија: ©Соња Јоцић, 2020.



Слика 64. Соња Јоцић. Визит карте унутар амбалаже, са исцртаним шаблоном за оригами жабицу. Фотографија: ©Соња Јоцић, 2020.

VI Реализација

Модна колекција „Пут ка свитању”

Модна колекција „Пут ка свитању” је добила назив по земљи излазећег сунца, али и путу ка личном доприносу одрживости у моди. Свитање је тренутак када се смењују ноћ и дан, када се свет буди, када се отварају очи али и када се смењују сан и јава. Гледање у сунце како свиће, помаже благостању психе, помаже у лечењу анксиозности и депресије и даје нову животну енергију. Свитање је будућност, нада, светлост која се јавља из мрака и обасјава апсолутно све што дотакне и говори нам да уколико следимо исправан пут, можемо допринети бољој будућности планете Земље.

Након истраживања које је укључивало проучавање форме, метода и техника, израду модне илустрације, техничких цртежа, одабир боја и материјала, реализована су јединствена креативно-експериментална решења скулптуралне форме изричите мултифункционалности везивања, копчања, увијања, савијања, извртања, увртања, везивања чворова и стилизовања.

Као резултат дошло се до скулптуралних слојевитих форми, сведеног кроја које се састоје од јединствених база (одевних комада) и додатака (одвојених делова на везивање). Скулптуралне форме, као скулптуре и уметничка дела, као нечији стил облачења, естетиком несвесног на слојевит начин откривају скривене унутрашње жеље. Бирајући производе, човек несвесно трага за испуњењем жеље, а уз помоћ избора и одлука посматра живот. Из наведеног разлога, решење стварања база и додатака који могу да се носе на више начина може потенцијално смањити потребу код потрошача за прекомерном куповином, али их такође навести за трагањем идеалног додатка. Додаци су се реализовали уз помоћ, ручног рада, деконструкције старих одевних предмета и оригами технике која не производи отпад тканине. Услед своје величине за њих је био потребан мањи утросак материјала. Базе су израђене оригами техником, а уз помоћ „zero-waste” технике. У базе спадају хаљине, тунике, кимона, прслуци, сукње, панталоне, шорцеви, топови и блузе (Слика 65).



Слика 65. Соња Јоцић. Сви модели модне колекције „Пут ка свитађу” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија:
©Ворђе Томић, 2022.

Имати одевни комад који увек може да изгледа другачије и чији изглед може да се прилагоди тако да истиче свачију индивидуалност у складу са личним идентитетом је још један од резултата колекције „Пут ка свитању”. Мултифункционалност омогућава развијање креативности што утиче на ослобађање потиснутих проблема, налик арт терапији.

Пошто се ради о личном пројекту и личном доприносу одрживости у моди, реализација овог пројекта је резултат различитих личних преиспитивања асоцијација из детињства али и намере стварања идентитета брэнда ауторске моде личним акцентом.

Кимоно се издваја као кључни одевни предмет, а инспирација његовом формом се провлачи кроз читаву колекцију.

Колор карта је инспирисана бојама смене дана и ноћи извучених из јединствених комбинација боја традиционалних кимона (Wada, 2010), а стилизација појединим комбинацијама боја на сликарским композицијама Марка Ротка јер баш та сликарска дела у нама производе емоције благостања (Baal-Teshuva, 2006).

Модна колекција Пут ка свитању се састоји од 30 аутфита (енгл. outfit), претежно од лиоцела, али и свиле, јуте, рециклираног и органског памука, углавном из фирме за велепродају материјала - Текстил Ужице, са великим бројем могућности стварања различитих одевних комбинација. Што се тиче одржавања, сви материјали осим свиле могу да се перу у машини на 30 - 40 степени и да се пеглају у складу са ознакама на етикети, а за свилу се саветује да се пере ручно.

Поред одевних комада, за модну колекцију су редизајнирани качкети и јапанске „Гета” папуче како би добиле на новом изгледу и мултифункционалности, а део торби је деконструисан од старих бразилских јутаних џакова и има вишеструке могућности копчања.

За колекцију су израђене свилене и памучне мараме које могу да се уврћу, везују, копчају и уплићу, а неке могу и да формирају одевни предмет. Појасеви су израђени од лиоцела, памука или гуме (ластиша) са металним алкама и могу да се везују, уплићу и копчају на мноштво начина, а могу постати и додаци за одевне предмете, огрлице, наруквице и генерално аксесоари.

Сваком одевном комаду је дато јапанско или српско име јер њихова комбинација имена на тај начин спаја естетику Јапана, са оном унутрашњом и личном чији корени идентитета леже у рођењу, детињству и Србији. Одевни предмети су шивени на оверлок и равноштепајућој машини, на две локације у Београду. Једна локације је атеље, а друга је фирма са три раднице. Укупно су четири особе шиле модну колекцију, од чега три снајдерке по струци.

Сви модели који су израђени за модну колекцију су у једној универзалној величини јер се на тај начин избегава могућност настанка отпада. До сада су комади у свим колекцијама били уникатни и на тај начин се није производило више него што је потребно. У овој модној колекцији су реализовани уникатни одевни комади, али и комади који могу поново да се израде по поруџбини, по мери, уз корекцију у складу са жељама купца (промену боје, дужине, детаља...).

Аутфит број 1 се састоји од мултифункционалне базе – „Даики” кимона од платненог органског небојеног памука, „Ксенија” мултифункционалног додатка, од деконструисаних фармерки које су избељене у варијететима у комбинацији са додатком од беле муслин свиле, „Аи” мултифункционалне мараме из два дела у екру боји од памучне газе са металним дрикерима и „Калина” мултифункционалне беле кратке сукње на ластиш у комбинацији са белим „Хироши” качкетом на везивање, „Акеми” гета јапанкама од обојеног дрвета у црној боји и ручним радом од рециклираних сингл памучних трака, огрлицом из колекције „Игралиште скулптура” од природне беле глине, мултифункционалне мараме од лиоцела у боји цимета, дугим „Исаму” појасом од гуменог ластиша у екру боји са металним алкама и мултифункционалном оригами торбом од јуте у екру боји са ручком од ластиша, као и са металним дрикерима (Слика 66).



Слика 66. Соња Јоцић. Први аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Аутфит број 2 се састоји од мултифункционалне базе – „Казуко” хаљине од платненог органског небојеног памука и памучне газе у екру боји, у комбинацији са белим „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки” гета сандалама од обојеног дрвета у црној боји и тракама од органског памука, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од природне беле глине, дугим „Исаму” појасом од гуменог ластиха у боји сабљике са металним алкама, као и „Масару” појас од платненог органског небојеног памука (Слика 67).



Слика 67. Соња Јоцић. Други аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 3 се састоји од деконструисане мултифункционалне базе – „Јуи” хаљине од платненог органског памука у екру боји, са металним дрикерима, у комбинацији са белим и црним „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки” гета сандалама од обојеног дрвета у црној боји и црним тракама од органског памука, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од природне беле глине и два дуга „Исаму” бела појаса од гуменог ластича различите ширине у белој боји са металним алкама (Слика 68).



Слика 68. Соња Јоцић. Трећи аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Аутфит број 4 се састоји од мултифункционалне базе – „Акинори” кимона од јуте у екру боји, „Макото” оригами мултифункционалног додатка од небојеног органског платненог памука, базе „Лара” у екру боји од памучног небојеног органског платна, „Милица” мултифункционалне беле сукње до колена на ластиш од органског платненог памука у комбинацији са белим „Хироши” качкетом на везивање, „Акеми” гета јапанкама од дрвета у боји тамног дрвета и ручним радом од рециклираних сингл памучних трака, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од природне беле глине, дугим „Исаму” појасом од гуменог ластиша у црној боји са металним алкама (Слика 69).



Слика 69. Соња Јоцић. Четврти аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Аутфит број 5 се састоји од мултифункционалне базе – „Рен” блузе од лиоцела у боји цимета, „Јутака” мултифункционалног додатка од црног лиоцела, „Кензо” мултифункционалног додатка од лиоцела у боји цимета, деконструисаним панталонама у екру боји у комбинацији са белим „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли-еко беле глине, дугим „Исаму” појасом од гуменог ластиха у црној боји са металним алкама и мултифункционалном оригами торбом од јуте у екру боји са ручком од ластиха (Слика 70).



Слика 70. Соња Јоцић. Пети аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 6 се састоји од мултифункционалне базе – „Хајато” кимона од лиоцел кепера у боји цимета, „Петра” мултифункционалног додатка од деконструисаних фармерки које су избељене у варикини, „Харуто” мултифункционалних додатака из три дела у боји јавора од органског памука са металним дрикерима и „Ана” мултифункционалне кратке сукње на ластиш у боји цимета од лиоцела у комбинацији са белим „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од природне беле глине, дугим „Исаму” појасом од гуменог ластиша у црној боји са металним алкама (Слика 71).



Слика 71. Соња Јоцић. Шести аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Аутфит број 7 се састоји од мултифункционалне базе – „Хирото” кимона од лиоцел кепера у прљаво белој боји, „Јуко” мултифункционалног оригами додатка од платненог органског памука у црној боји, „Мико” мултифункционалног додатка од памучне газе у белој боји и „Соња” шорца са ластишом у црној боји од лиоцела у комбинацији са белим „Хироши” качкетом на везивање, „Акеми” гета јпанкама од дрвета у црној боји и ручним радом од рециклираних сингл памучних трака, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од природне беле глине, дугим „Исаму” појасом од гуменог ластиша у црној боји са металним алкама (Слика 72).



Слика 72. Соња Јоцић. Седми аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 8 се састоји од мултифункционалне базе – „Нанами” тунике од лиоцел кепера у прљаво белој боји, „Маи” мултифункционалног додатка од лиоцела у прљаво белој боји, „Мико” мултифункционалног додатка од памучне газе у белој боји и „Маша” сукње са ластишом у белој боји памучне газе у комбинацији са белим „Хироши” качкетом на везивање, црним „Фумико” качкетом на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли-еко црне глине, два дуга „Исаму” појаса од гуменог ластиша у белој боји, као и у екру боји са металним алкама (Слика 73).



Слика 73. Соња Јоцић. Осми аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 9 се састоји од мултифункционалне базе – „Емико” прслука од лиоцел кепера у прљаво белој боји, „Сакура” деконструисаног оригами додатка од небојеног памука у комбинацији са трикотажним памуком беле мајице, „Сузана” базе од белог органског платненог памука и „Љубица” сукње са ластишом у боји цимета у комбинацији са црним „Хироши” качкетом на везивање, мултифункционалном црном торбом од јуте са металним дрикерима и ластиш ручком, „Аи” црним марамама од муслин свиле, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли-еко црне глине, уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластиша у црној боји са металним алкама (Слика 74).



Слика 74. Соња Јоцић. Девети аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 10 се састоји од мултифункционалне базе – „Хана” блузе од лиоцел кепера у прљаво белој боји, „Макото” мултифункционалног оригами додатка од платненог органског памука у црној боји и „Елена” сукње са ластипом у цимет боји од лиоцела у комбинацији са црним „Хироши” качкетом на везивање, црним „Фумико” качкетом на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли - еко црне глине уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластипа у екру боји са металним алкама и мултифункционалном оригами торбом од јуте са ручком од ластипа, као и са металним дрикерима (Слика 75).



Слика 75. Соња Јоџић. Десети аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 11 се састоји од мултифункционалне базе – „Ема” хаљине од лиоцел кепера у црној боји, два „Асахи” мултифункционална додатка од лиоцел кепера у боји цимета, „Хироко” мултифункционалног додатка од лиоцел кепера у прљаво белој боји у комбинацији са белим „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од природне беле глине (Слика 76).



Слика 76. Соња Јоцић. Једанаести аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Аутфит број 12 се састоји од мултифункционалне базе – „Аири” кимона од памука вафл текстуре у црвено-наранџастој боји цигле, „Мико” мултифункционалног додатка од памучне газе у белој боји, базе „Давид” белих панталона од органског памука, „Кеи” мултифункционалног додатка од органског памука у белој боји, у комбинацији са кармин црвеним „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црвеној боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли-еко глине у дубоко лавље плавој боји, „Аи” црвеним марамама од ребрасте муслин свиле и мултифункционалном оригами торбом од јуте са ручком од ластиха, као и са металним дрикерима уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластиха у дубоко лавље плавој боји са металним алкама (Слика 77).



Слика 77. Соња Јоџић. Дванаести аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 13 се састоји од мултифункционалне базе – „Софија” хаљине од памука вафл текстуре у црвено-наранџастој боји цигле, два „Мико” мултифункционална додатка од памучне газе у белој боји, у комбинацији са црвеним и белим „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црвеној боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли-еко глине у дубоко лавље плавој боји и мултифункционалном оригами торбом од јуте са ручком од ластиша, као и са металним дрикерима уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластиша у дубоко лавље плавој боји са металним алкама, као и „Масару” појас од памука вафл текстуре у црвено-наранџастој боји цигле (Слика 78).



Слика 78. Соња Јоцић. Тринаести аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 14 се састоји од мултифункционалне базе – „Кеи” сукње од памука вафл текстуре у црвено-наранџастој боји цигле са металним дрикерима, „Хару” мултифункционалног додатка у два слоја од органског памука у белој боји, у комбинацији са кармин црвеним „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црвеној боји, две „Акари” мараме од памука вафл текстуре у црвено-наранџастој боји цигле са металним дрикерима, уз два дуга „Исаму” појаса од гуменог ластипа у дубоко лавље плавој боји и белој боји са металним алкама (Слика 79).



Слика 79. Соња Јоџић. Четрнаести аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 15 се састоји од мултифункционалне базе – „Хината” хаљине од памука вафл текстуре у црвено-наранџастој боји цигле, „Мико” мултифункционалног додатка од памучне газе у белој боји, две „Маќото” мараме од памучне газе у белој боји, у комбинацији са кармин црвеним „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црвеној боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли - еко глине у дубоко лавље плавој боји и мултифункционалном оригами торбом од јуте са ручком од ластича, као и са металним дрикерима уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластича у белој боји са металним алкама (Слика 80).



Слика 80. Соња Јоцић. Петнаести аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ворђе Томић, 2022.

Аутфит број 16 се састоји од мултифункционалне базе – „Хирото” кимона од лиоцел кепера у екру боји, два „Маи” мултифункционална додатка од лиоцела у екру боји, у комбинацији са белим „Хироши” качкетом на везивање, „Акеми” гета јапанкама од обојеног дрвета у црној боји и ручним радом од рециклираних сингл памучних трака, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли-еко глине у дубокобелој боји и мултифункционалном оригами торбом од јуте са ручком од ластича, као и са металним дрикерима, уз два дуга „Исаму” појас од гуменог ластича у црној и белој боји са металним алкама, као и са „Масару” појасом од од лиоцела у екру боји (Слика 81).



Слика 81. Соња Јоцић. Шестанести аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Аутфит број 17 се састоји од мултифункционалне базе – „Стефан” хаљине од лиоцела у екру боји, „Анзу” оригами мултифункционалног додатка у јаворовој боји, два „Мико” мултифункционална додатка од памучне газе у белој боји, једне „Макото” мараме од памучне газе у екру боји, у комбинацији са црним и белим „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли-еко глине у дубоко лавље плавој боји и мултифункционалном оригами торбом од јуте са ручком од ластиша, као и са „Масару” појасом од органског памука у јаворовој боји (Слика 82).



Слика 82. Соња Јоцић. Седамнаести аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Аутфит број 18 се састоји од мултифункционалне базе – „Ивона” блузе од муслин свиле у црној боји, црног оригами „Натсуки” мултифункционалног додатка од органског памука, „Дамир” деконструисане сукње у екру боји у комбинацији са црним „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки” гета сандалама од дрвета у боји тамног дрвета и тракама од органског памука у црној боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли-еко црне глине и дугим „Исаму” појасом од гуменог ластиша у екру боји са металним алкама (Слика 83).



Слика 83. Соња Јоцић. Осамнаести аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Аутфит број 19 се састоји од мултифункционалне базе – „Милутин” тунике од органског небојеног памука, три „Нанами” оригами мултифункционална додатка од небојеног органског памука, два „Рин” мултифункционална додатка са ручним радом од рециклираних сингл памучних трака у екру боји, „Мико” мултифункционалног додатка од памучне газе у екру боји, „Нозоми” мултифункционалне базе – кратке сукње од лиоцела у екру боји, у комбинацији са црним „Хироши” качкетом на везивање, „Акеми” гета јапанкама од обојеног дрвета у црној боји и ручним радом од рециклираних сингл памучних трака, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли-еко глине у црној боји (Слика 84).



Слика 84. Соња Јоцић. Деветнаести аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 20 се састоји од мултифункционалне базе – „Уна” блузе од муслин свиле у црној боји, мултифункционалне базе – „Хајато” кимона од лиоцел кепера у екру боји, „Јуко” мултифункционалниг додатка од лиоцела у прљаво белој боји, „Ана” мултифункционалне кратке сукње на ластиш у црној боји од лиоцела, у комбинацији са белим „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црној боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли-еко глине у дубоко лавље плавој боји, уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластиша у екру боји са металним алкама (Слика 85).



Слика 85. Соња Јоцић. Двадесети аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 21 се састоји од мултифункционалне базе – „Ангелина” тунике од црне памуљне газе, мултифункционалне базе – „Хајато” кимона од лиоцел кепера у црној боји, „Јуко” мултифункционалног додатка од лиоцела у прљаво цимет боји, „Масао” оригами мултифункционалног додатка од органског платненог памука у јаворовој боји, „Ана” мултифункционалне кратке сукње на ластиш у црној боји од лиоцела, „Марија” мултифункционалне дуге сукње од црне муслин свиле, у комбинацији са црним „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у екру боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли-еко глине у црној боји, уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластиша у екру боји са металним алкама (Слика 86).



Слика 86. Соња Јоцић. Двадесет и први аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 22 се састоји од мултифункционалне базе – „Акинори” кимона од јуте у црној боји, две од памучне газе у екру боји и у црвено-наранџастој боји цигле, „Калина” мултифункционалног белог кратког топа на ластиш, „Соња” шорца у боји цимета, у комбинацији белим „Хироши” качкетом на везивање, „Акеми” гета јапанкама од обојеног дрвета у црној боји и ручним радом од рециклираних сингл памучних трака, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли - еко глине у црној боји и мултифункционалном деконструисаном оригами торбом од јуте са ручком од ластиша, као и са металним дрикерима, уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластиша у црвеној боји са металним алкама (Слика 87).



Слика 87. Соња Јоџић. Двадесет и други аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ворђе Томић, 2022.

Аутфит број 23 се састоји од мултифункционалне деконструисане базе – „Гадаши” хаљине од платненог органског памука у црној боји, у комбинацији са црвеним и два црна „Хироши” качкета на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црној боји, минђушама из колекције „Игралиште скульптура” од поли - еко глине у црвеној боји кармина, уз дуги „Исаму” појас од гуменоог ластича у црвеној боји са металним алкама (Слика 88).



Слика 88. Соња Јоцић. Двадесет и трећи аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скульптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Аутфит број 24 се састоји од мултифункционалне базе – „Хирото” кимона од лиоцел кепера у црној боји, „Кеико” мултифункционалног додатка који је настао уз помоћ ручног рада од црних рециклираних сингл памучних трака, „Јума” мултифункционална додатка од лиоцела у црвеној кармин боји, „Соња” шорца у црвеној кармин боји, „Љиљана” мултифункционалне мајице од црног платненог органског памука, у комбинацији са црвеним „Хироши” качкетима на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црној боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли - еко глине у црној боји и мултифункционалном црном оригами торбом од јуте са ручком од ластиха, као и са металним дрикерима уз дуги „Исаму” појас од гумено ластиха у црној боји са металним алкама и са марамама од муслин свиле и памучне газе (Слика 89).



Слика 89. Соња Јоцић. Двадесет и четврти аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Аутфит број 25 се састоји од мултифункционалне базе – „Александра” блузе од лиоцела у црвеној кармин боји, „Такуја” мултифункционална додатка од лиоцела у црвеној кармин боји, „Елена” дуге сукње са ластишом од лиоцела у црној боји, у комбинацији са црвеним „Хироши” качкетом на везивање и црвеним „Фумико” качкетом на везивање, „Мисаки” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црној боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли - еко глине у боји црвеног кармина и црвено-наранџастом мултифункционалном оригами торбом од јуте са ручком од ластиша, као и са металним дрикерима уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластиша у дубоко црној боји са металним алкама (Слика 90).



Слика 90. Соња Јоџић. Двадесет и пети аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 26 се састоји од мултифункционалне базе – „Хирото” кимона од лиоцел кепера у црвеној боји кармина, „Елена” дуге сукње са ластишом од лиоцела у црвеној боји кармина, у комбинацији са црним „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки”гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у екру боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли - еко глине у црној боји и деконструисаном мултифункционалном оригами торбом од јуте са ручком од ластиша и са марамама од муслин свиле и памучне газе (Слика 91).



Слика 91. Соња Јоцић. Двадесет и шест аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 27 се састоји од мултифункционалне базе – „Акинори” кимона од јуте у црвено-наранџастој боји цигле, „Љиљана” мултифункционалне мајице од црног платненог органског памука, „Леон” мултифункционалне деконструисане сукње у црној боји са металним дрикерима у комбинацији са црним „Хироши” качкетом на везивање и црвеним „Фумико” качкетом на везивање, „Мисаки” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црвеној боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли - еко глине у кармин црвеној боји и мултифункционалном оригами торбом од јуте са ручком од ластиша, као и са металним дрикерима, уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластиша у црвеној боји са металним алкама (Слика 92).



Слика 92. Соња Јоџић. Двадесет и седми аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ворђе Томић, 2022.

Аутфит број 28 се састоји од мултифункционалне базе – „Мила” тунике од памучне газе у спектар црвеној боји, „Сусуму” мултифункционалних деконструисаних панталона у црној боји, у комбинацији са кармин црвеним и црним „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црвеној боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли - еко глине у кармин црвеној боји и мултифункционалном оригами торбом од јуте са ручком од ластиша и марамама од памучне газе и муслин свиле, са металним дрикерима, уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластиша у црној боји са металним алкама (Слика 93).



Слика 93. Соња Јоцић. Двадесет и осми аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 29 се састоји од мултифункционалне базе – „Селена” хаљине од лиоцела у боји кармин црвене, два „Аири” мултифункционална додатка од лиоцела црвеној боји кармина боји, „Емико” црвеног мултифункционалног додатка који је настао уз помоћ ручног рада од рециклираних сингл памучних трака, у комбинацији са црвеним „Хироши” качкетима на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црвеној боји и минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли - еко глине у кармин црвеној боји и мултифункционалним црвеним памучним цегером(Слика 94).



Слика 94. Соња Јоцић. Двадесет и девети аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

Аутфит број 30 се састоји од мултифункционалне базе – „Хајато” кимона од лиоцел кепера у кармин црвеној боји, лиоцел додатака у кармин црвеној боји, „Хироко” црвеног мултифункционалног додатка који је настао уз помоћ ручног рада од рециклираних сингл памучних трака, од мултифункционалне базе – „Лав” хањине од лиоцел кепера у кармин црвеној боји, мултифункционалних кармин црвених сукања од лиоцела и памучне газе, у комбинацији са црвеним „Хироши” качкетом на везивање, „Мисаки ” гета сандалама од дрвета у црној боји и тракама од органског памука у црвеној боји, минђушама из колекције „Игралиште скулптура” од поли - еко глине у дубоко лавље плавој боји и мултифункционалном оригами торбом од јуте са ручком од ластиша, као и са металним дрикерима уз дуги „Исаму” појас од гуменог ластиша у кармин црвеној боји са металним алкама и мултифункционалним црвеним памучним цегером (Слика 95).



Слика 95. Соња Јоцић. Тридесети аутфит модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Колекција накита „Игралиште скулптура”

Колекција накита под називом „Игралиште скулптура” је добила назив по главној инспирацији – игралиштима и делима Исаму Ногучија. Она прати колор карту модне колекције „Пут ка свитању” јер је њен саставни део. Полазна тачка за стварање облика је подразумевала вајање тродимензионалних облика који су настали под узором на „zero-waste” шаблоне одевних комада који су се користили за модну колекцију, а накнадно су настали и облици под утицајем игралишта Исаму Ногучија али и облици који се могу повезати са асоцијацијама на лично детињство при првим сусрету са моделовањем облика налик на скулптуре од теста (Слике од 96 до 105).



Слика 96. Соња Јоцић. Колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија:
©Маријана Сувачаров, 2023.



*Слика 97. Соња Јоцић. Колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија:
©Маријана Сувачаров, 2023.*

Колекција накита подразумева, минђуше, огрлице и прстење од природне глине или поли - еко глине. Природна глина је коришћена као потпуно одржив материјал али јој је једина мана тежина, док поли - еко глина⁵¹ не спада у потпуно одрживе материјале, али је једно од одговарајућих решења због изузетне лакоће. Обе врсте се првобитно моделују у жељени облик, а сушењем на ваздуху прелазе у чврсто стање. Природна глина може да се врати у облик за моделовање уколико се дуго држи на влажном месту или у води, док поли - еко глина може да се врати у првобитно стање тако што се натопа уљем.

Естетске врлине природне глине су што има изузетно природан изглед, а кад се стврдне, одаје утисак камена или гипса који можемо повезати са асоцијацијом на скулптуру. Могућност мешања различитих боја поли - еко глине ради стварања јединствене жељене нијансе, пружа низ могућности дизајнерима како би остварили жељену замисао. На наведене начине, сам одабир материјала за израду накита је такође мултифункционалан услед могућности да се рециклира и врати своју првобитну функцију.

Накит, превасходно мунђуше, је идејно реализован тако да може да се комбинује на жељен начин од стране потрошача, уз потенцијално понуђене комбинације од стране аутора, што значи да би минђуше могле да се продају појединачно или у групи која подразумева сродне комбинације. Тако се развија креативност, подстиче индивидуалност уз евоцирање сећања на лепоту безбрижног детињства које је имало утицаја на стварање личности.

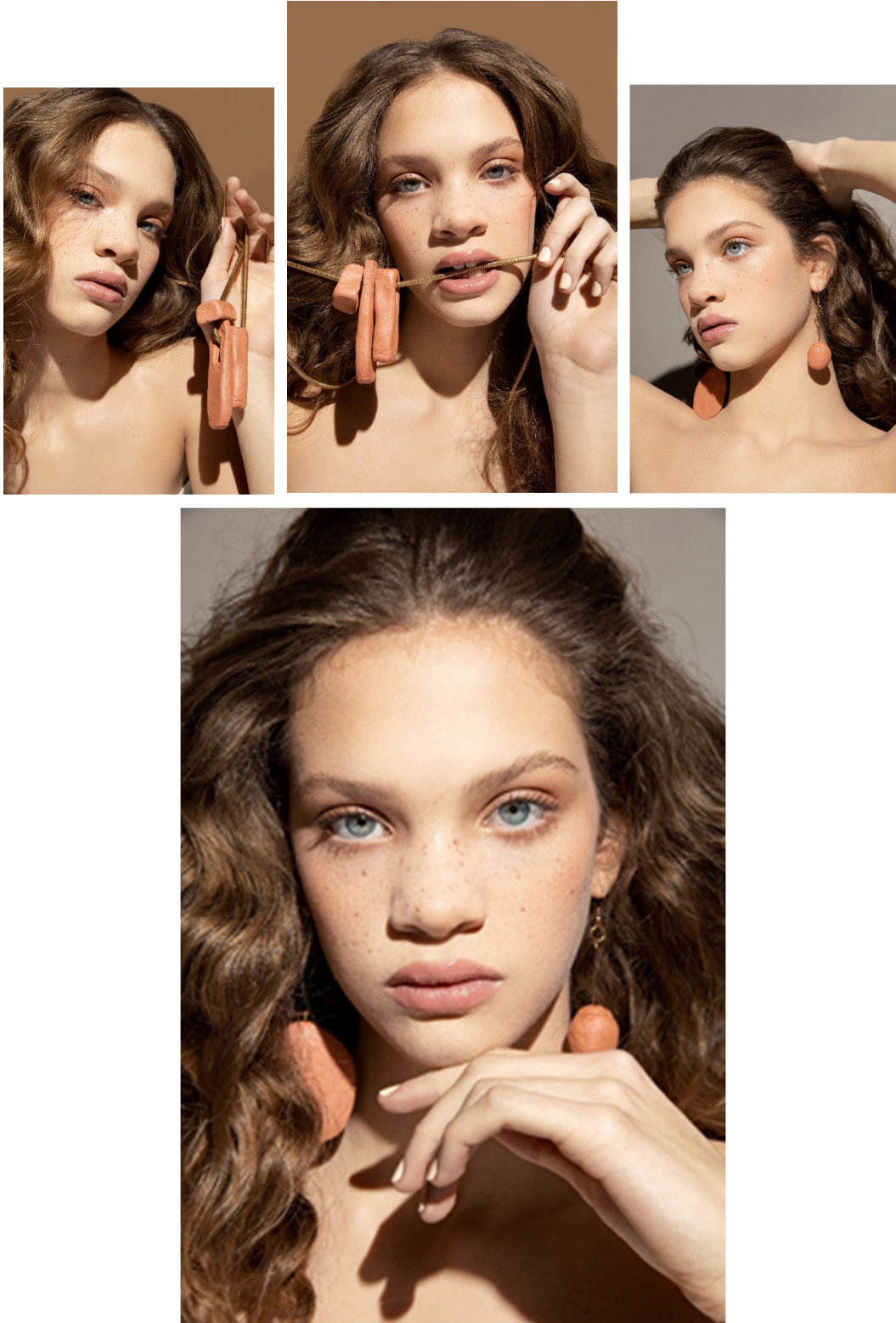
⁵¹ Поли глине које су коришћене за пројекат су корејског порекла, еколошки су прихватљиве, нису опасне за децу уколико је поједу, као ни за удисање или у додир са кожом – сертификат безбедности се може наћи на линку <https://www.amoskorea.co.kr/EN/Product/Details/1465/?ci=MODELING+CLAY>



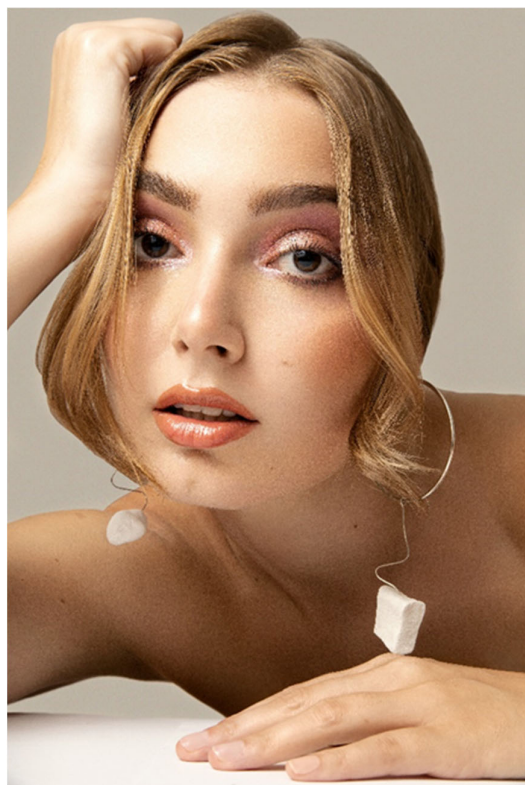
Слика 98. Соња Јоцић. Колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија:
©Маријана Сувачаров, 2023.



Слика 99. Соња Јоцић. Колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија:
©Маријана Сувачаров, 2023.



*Слика 100. Соња Јоцић. Колекције накита „Игралиште скульптура”. Фотографија:
©Маријана Сувачаров, 2023.*



*Слика 101. Соња Јоцић. Колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија:
©Маријана Сувачаров, 2023.*



*Слика 102. Соња Јоцић. Колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија:
©Маријана Сувачаров, 2022.*



*Слика 103. Соња Јоцић. Колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија:
©Маријана Сувачаров, 2023.*



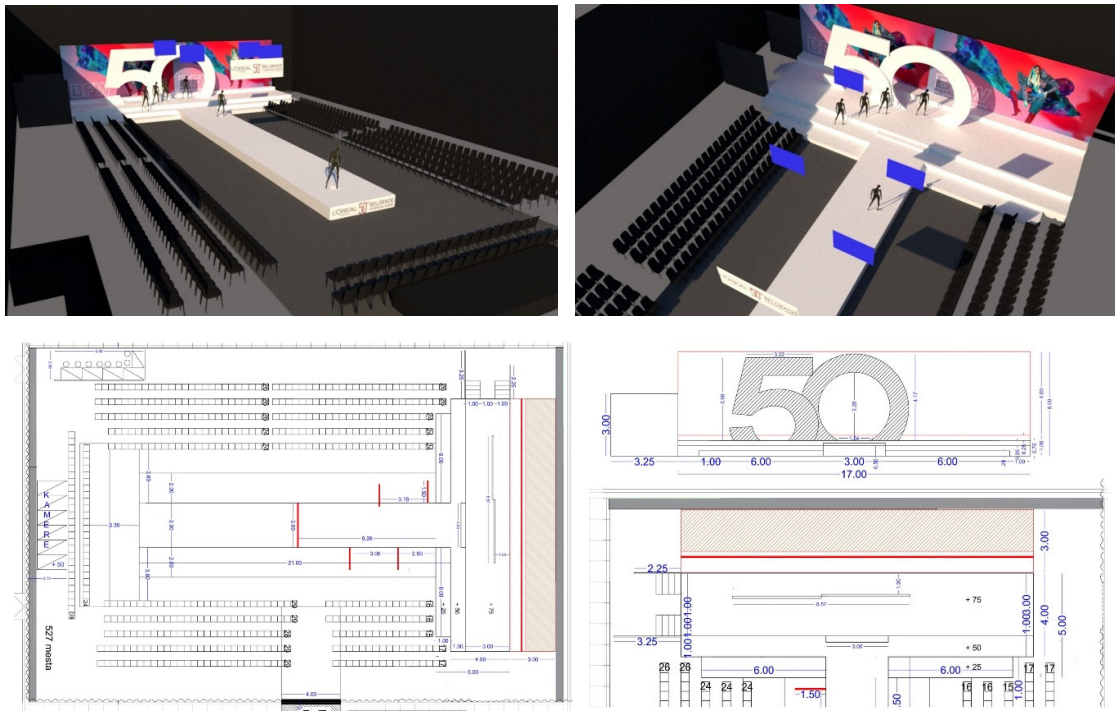
Слика 104. Соња Јоцић. Колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија:
©Маријана Сувачаров, 2023.



*Слика 105. Соња Јоцић. Колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија:
©Маријана Сувачаров, 2023.*

Модна ревија и перформанс

Модна колекција „Пут ка свитању”, као и колекција игралиште скулптура приказана је у оквиру ревије на јубиларној 50. Београдској недељи моде у Београду, 9. новембра 2022. године. За ту прилику је организација манифестације креирала јединствену сценографију која је инспирисана јубилејем (Слика 106).



Слика 106. Сценографија 50. Београдске недеље моде у Белекспо центру у Београду.

Сценографија: ©Гога Миловановић Брковић, 2022.

Бренд Волво је помогао да се модна колекција „Пут ка свитању” прикаже на 50. Београдској недељи моде утирући искључиво безбедан пут ка одрживој будућности. Волво бренд аутомобила је одавно, а поготову данас, синоним за безбедност и одрживост. Као велики бренд у домену транспортних средстава, Волво је себи поставио за циљ достизање потпуне климатске неутралности до 2040. године и на томе активно и транспарентно ради све време.⁵² Са заједничким циљем, свако у свом домену, траже се решења за одрживу будућност света. Волво спознаје да је део општег проблема климатских промена и активно и одговорно ради на решењима која воде климатској неутралности. Препознао је значај коришћења одрживих материјала у ентеријерима и да примењује одрживе „Нордико” материјале, уместо природне коже. Ова модна колекција

⁵² [Svi potpuno električni automobili Volvo Cars biće bez elemenata kože](#)

на исти начин има за циљ да се да допринос одрживости у моди. Покровитељ одрживих материјала за израду модне колекције је компанија Текстил Ужице.

Музика за ревију је осмишљена у сарадњи са дизајнером звука Александром Веруовићем. Поред различитих музичких нумера, дизајн звука за ревију је подразумевао убацивање елемената из природе налик на падање кише, звук птица, буђење природе у доба свитања. У току трајања главног дела ревије, решење наше дизајн анимације које одише естетиком, приказивало се на екрану, а за време дефилеа приказан је логотип уз елементе који прате визуелни идентитет колекције.

За главни део ревије осмишљен је перформанс који је подразумевао кореографију са ходањем на писти, заустављањем на средини писте и заједничким скулптуралним позама. За дефиле је реализована скулптурална формација у облику земље излазећег сунца – свитања, где је горњи ред формације представљао сунце, а доњи ред воду. Након таласа који се извео уз помоћ руку на раменима у доњем делу формације, с лева на десно и поклону аутора ревије који симболично показује пут, манекенке су у одрживим моделима прошетале пистом утирући пут ка свитању (Слике од 107 до 116).



Слика 107. Соња Јоцић. Позе на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игалиште скульптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.



Слика 108. Соња Јоцић. Позе на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.



Слика 109. Соња Јоцић. Позе на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.



Слика 110. Соња Јоцић. Позе на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.



Слика 111. Соња Јоцић. Позе на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.



Слика 112. Соња Јоцић. Позе на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.



Слика 113. Соња Јоцић. Формација у облику земље излазећег сунца на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.



Слика 114. Соња Јоцић. Излазак аутора на сцену који симболично показује пут на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.



Слика 115. Соња Јоцић. Дефиле и приказ одрживог пута ка свитању на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.



Слика 116. Соња Јоцић. Крај дефилеа на ревији колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура”. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2022.

Друштвено одговорни пројекти

Друштвена одговорност је један од нераскидивих елемената одрживог модног дизајна. Модни дизајн је моћна алатка која адекватним управљањем, може да пошаље јасну поруку друштву, да промени свет на боље и да скрене пажњу на проблеме друштва. Друштвено одговорни пројекти омогућују да се све наведено спроведе у дело.

Мултифункционална реалност модног загрљаја – концептуално решење у екстеријеру

Савремено потрошачко друштво тежи ка масовној производњи и потрошњи како би остварило своје функционалне потребе, али пре свега потребе психолошке природе ради привидног личног задовољства изазваног под утицајем медија као животног циља и тренда. Наша планета се „гуши” у великој количини отпада и загађења до којих је својим поступцима довело читаво човечанство, док снага промене лежи у промени свести спознајом проблема и могућности решења, од стране сваког појединца.



Слика 117. Соња Јоцић. Графичко решење „Мултифункционална реалност модног загрљаја” за Миксер фестивал. Колаж: ©Соња Јоцић, 2021.

Black Box конкурс у оквиру Миксер фестивала у сарадњи са редовним професором Марком Лађушићем ФПУ и Факултетом примењених уметности у Београду, још од 2015. окупља уметнике и дизајнере који својим стваралачким умећем и идејама истичу горуће проблеме друштва и планете, стварајући јединствена решења и одговоре на задату тему изложбе. Како истиче Миксер фестивал: „Циљ пројекта је указивање на проблематику која оптерећује младе ствараоце у савременом друштвеном контексту, њихово оснаживање да се јавно изразе и својим визијама допринесу решењу друштвених проблема, те унапређењу живота у заједници. Пројекат истиче и значај уметничких инсталација у алтернативним градским просторима, њихову доступност широкој публици, као и повезаности уметничке праксе са осталим сферама живота – науком, технологијама, економијом и друштвом.”⁵³

Циљ ауторског пројекта „Мултифункционална реалност модног загрљаја“ је да подстакне свест глобалог потрошачког друштва на промене у домену моде ради очувања животне средине и заштите будућности планете Земље од прекомерне производње, потрошње и одбацивања одевних предмета (Слике од 117 до 118). На нивоу појединачног потрошача, свест се може мењати променом перцепције свакидашњег начина ношења одеће, проналажењем нове вишеструке функције у одбаченом кроз

⁵³ [Black Box – Mikser Festival](#)

подстицање индивидуалне креативности, спознајом неограничених могућности стилизовања одеће, као и разоткривањем и оснаживањем нових емоционалних вредности у непотребном – одбаченом.



Слика 118. Соња Јоцић. Реализација пројекта „Мултифункционална реалност модног загрљаја” у оквиру Миксер фестивала у Зорнића кући у Баћевцу. Фотографија: ©Соња Јоцић, 2021.

У доба пандемије Ковид 19 је доказано да читаво човечанство може да успори, уколико се јави одговорност, пробуди свест о проблему, као и жеља за опстанком. У доба када је свет био приморан на физичку дистанцу услед пандемије, човечанство је схватило да им је најпотребнији загрљај природе и највољенијих. Тело и одећа су, фигуративно речено, у међусобном односу који је налик на загрљај.

Тема „Black Box” регионалног конкурса је 2021. била „Принцип наде” који подразумева уметничке интервенције на отвореном простору, а слоган Миксер фестивала 2021. године је био „Загрљај” који нам говори да је природа „неизбежан агенда за позитивне друштвене промене”. Утопија је имагинација идеалног света, а нада и снага ума подстичу појединца на акцију ради боље будућности. Како је нада по немачком филозофу Ернесту Блоху утопијска функција, идеја пројекта је била да, приказом понуђеног вишеструко функционалног решења, створи наду код сваког човека за могућност промене глобалног погледа на одевне предмете као малог, али важног чиниоца неопходног ради напретка човечанства ка некој будућој реалности.

Реализација идеје за овај друштвено одговорни пројекат под називом „Мултифункционална реалност модног загрљаја”, који је један од награђених концептуалних решења од стране „Black Box” конкурса, састојала се од изведбе интерактивног пункта, штендера са одбаченим стварима, где посетиоци могу да донесу непотребне одевне предмете, присвоје потребне, налик на фигуративно проналажење или даривање загрљаја, ради загрљаја захвалности од стране природе, уз приказ визуелних видео примера мултифункционалне рестилизације путем друштвених мрежа као најаву пројекта, како би се актери покренули на промену перцепције - пронашли нове могућности одевања, развојем креативности и променом угла посматрања, која помаже психи да се ослободи потиснутих проблема (Слика 119).



Слика 119. Соња Јоцић. Реализација пројекта „Мултифункционална реалност модног загрљаја” у оквиру Миксер фестивала у Зорнића кући у Баћевцу. Фотографија: ©Соња Јоцић, 2021.

Штендер је изведен као стални део поставке комплекса Зорнића куће у Баћевцу, у наранџастој боји дрвета (у једној од боја у складу са визуелним идентитетом Зорнића куће и Миксер фестивала) (Слика 120). Постављен је на дрвеном узвишењу инспирисано предложеним графичким решењем, на ударном месту, испред сале где су се држале панел дискусије. За ту прилику донирана је одећа из старих колекција коју су преузели посетиоци изложбе и постигнута је жељена размена одеће (Слика 121).



Слика 120. Соња Јоцић. Реализација пројекта „Мултифункционална реалност модног загрљаја” у оквиру Миксер фестивала у Зорнића кући у Баћевцу. Фотографија: ©Соња Јоцић, 2021.



Слика 121. Соња Јоцић. Реализација пројекта „Мултифункционална реалност модног загрљаја” у оквиру Миксер фестивала у Зорнића кући у Баћевцу. Фотографија: ©Соња Јоцић, 2021.

Реакције посетилаца који нису били унапред упознати са темом одисала је чуђењем да постоји пункт где се може преузети одећа, а да није у питању њена продаја, као и да се ту може оставити за оне којима је најпотребнија. На овај начин се може истаћи парадоксална чињеница да гардероба која је уредно окачена на штендеру на отвореном простору одаје утисак нечега што је вредно. Уколико би та иста одећа завршила на депонији или била изгужвана на гомили, деловала би као да је без вредности. Приликом размене одеће, са аспекта психологије, већина је осетила потребу да поразговара о томе

шта воли да носи, да истакне како има драгоцене старе ствари које су наследили или купили у радњама половне одеће, као и да се преиспита да ли им нешто заиста треба и шта би могли да донирају из свог ормара (Слика 122).



Слика 122. Соња Јоцић. Реализација пројекта „Мултифункционална реалност модног загрљаја” у оквиру Миксер фестивала у Зорнића кући у Баћевицу. Фотографија: ©Соња Јоцић, 2021.



Слика 123. Соња Јоцић. Реализација пројекта „Мултифункционална реалност модног загрљаја” у оквиру Миксер фестивала у Зорнића кући у Баћевицу. Фотографија: ©Соња Јоцић, 2021.

Како би пројекат „Мултифункционална реалност модног загрљаја” наставио да успешно живи у будућности, захтева сталне маркетиншке стратегије и промоције у медијима и на друштвеним мрежама. Идеја за развој овог пројекта у будућности може да буде постављање штендера на новим и различитим локацијама (Слика 123).

„Унутрашња снага жене из Јапана”

Пројекат „Снага жене из Јапана” је настао за време пандемије Ковид 19 и приказан је у новембру 2020. године на првој хибридној 47. Београдској недељи моде у Белекспо центру у Београду, на модној ревији која је посвећена борби против рака дојке. За ту прилику смо реализовали један модел од сатен памука, који је представљао снагу жене из Јапана, који се нежно виори, стапа са кожом и на тај начин представља њену унутрашњу храброст да се бори са овим проблемом, али и да иде на превентивне прегледе. Жене у Јапану видимо као сталожене и мудре особе и због тога су баш оне инспирација за овај друштвено одговорни пројекат.

Модел је реализован методом и техником стварања шаблона који не производе отпад тканине. Манекенка је на коси носила розе траку од гуменог ластича, која симболише борбу против рака дојке, као и накит од природне глине из колекције „Игралиште скулптура”. Она је такође носила маску, како би дала на значају потреби да се носе маске у доба пандемије како би се сачувале ризичне категорије друштва које се боре са овим проблемом (Слика 124).



Слика 124. Соња Јоцић. Реализовани одевни предмет на писти у оквиру ревије на 47. Београдској недељи моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Ворђе Томић, 2020.

„Који је твој поглед на свет?“

На групној ревију у оквиру 49. Београдске недеље моде представљена су два аутфита у оквиру друштвено одговорног пројекта под називом „Који је твој поглед на свет?“ (Један монохроматски, а други у више боја). „Циљ је да се подигне свест публике о болестима ока и мрежњаче које доводе до сметњи у видном пољу, али и о значају офталмолошких превентивних прегледа.”⁵⁴ (Слика 125). Модели су реализовани у складу са темом докторског - уметничког пројекта, од шаблона који не производе отпад тканине, слојевитих мултифункционалних скулптуралних форми, од муслин свиле и платненог органског памука, торби од јуте, а на гета јапанским папучама је реализован ручни рад од рециклираних сингл памучних трака (Слика 126).



Слика 125. Соња Јоцић. Реализовани одевни предмети приказани на 49. Београдској недељи моде у биоскопу Балкан у Београду. Фотографија: ©Давид Ђорђевић, 2022.

⁵⁴ <https://www.belgradefashionweek.com/koji-je-tvoj-pogled-na-svet-2/>



Слика 126. Соња Јоцић. Реализовани одевни предмети приказани на ревији на 49. Београдској недељи моде у биоскопу Балкан у Београду. Фотографија: ©Борђе Томић, 2022.

„Unisex” мода

Одржива мода мора бити инклузивна на свим нивоима и треба да се бори против дискриминације истичући једнакост права за апсолутно све људе на овој планети. То подразумева да се бавимо стварањем одевних комада који су у једној универзалној величини и могу да их носе жене различитог физичког изгледа, грађе, висине, а да многе могу да носе и мушкарци јер су „unisex” или „без полова” (енгл. genderless). У сарадњи са Београдском недељом моде и Београдским прајдом, учествовали смо на ревији инклузивне „unisex” моде. За ту прилику смо реализовали одевне комаде чији шаблони не производе отпад тканине, од органског памука и јуте, у комбинацији са накитом од органског памука, мултифункционалним качкетима и торбама од јуте, у складу са естетиком и темом докторског-уметничког пројекта (Слика 127).



Слика 127. Соња Јоџић. Ревија „unisex” моде у Дорћол Платзу у Београду. Фотографија: ©Ненад Карлић, 2022.

Омаж Вивијен Вествуд

На ревији која је посвећена недавно преминулој модној креаторки Вивијен Вествуд приказана су два аутфита која су инспирисана „ (...) њеним ликом и делом, градом Лондоном, али и причама мајке и тетке, о животу и проведеном детињству (...)” у Лондону. За ту прилику коришћени су првокласни енглески каро и пепито штофови „из друге половине шесдесетих година прошлог века, од чисте вуне, (...)” деконструисане и апциклирани „(...)стари одевни предмети из истог и нешто каснијег периода, стварајући кројеве који не производе отпад тканине, креирајући одевне комбинације и форме које су настале под утицајем естетике и препознатљивог (...)” дизајна Вивијен Вествуд, уз задржавање препознатљивог стила ранијих модних креација.⁵⁵

Аутфити се састоје од слојевитих мултифункционалних одевних елемената који су деконструисани или створени од шаблона који не производе отпад као што су: плисиране сукње, одевни аксесоари на везивање, мантили / кимона, корсети и слојевити

⁵⁵ Соња Јоџић - Интервју за часопис „Marie Claire” br. 2 (jun-jul 2023.)

сакоји на везивање, уз аксесоаре као што су минђуше и стари кожни кофер који у комбинацији са аутфитима представља одлазак на пут кроз време - утицај прошлости на садашњост и будућност - утицај Вивијен Вествуд на моду прошлости, садашњости и будућности. Аутфити се састоје од комбинације боја као што су: браон, златна, црна, сива, црвена, наранџаста, бела и тегет. На моделима су остављене златне и црвене ивице материјала на којима види да су произведени у Енглеској (Слика 128).



Слика 128. Соња Јоџић. Ревуја „Tribute to Vivienne Westwood” на платоу испред Т.Ц. Уиће у Београду. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2023.

Поред свега наведеног, за ту прилику су се аплицирале пертле од српске компаније Ивко⁵⁶ које би завршиле на отпаду да нису коришћене као траке за корсете и одевне комаде. Пертле су рађене на машини старије генерације финоће 7 (ориг. gauge -7gg) Прежива која су коришћена су јако различита како по сировинском саставу тако и по врсти предива, као и по нумерацији - дебљини (нпр. од 1 нити Nm 2,2 до 9 нити Nm 2/48). Коришћен је 100% памук, 100% лан, 100% вискоза, 100% мерино вуна као и разне

⁵⁶ <https://rs.ivko.com/>

мешавине⁵⁷. За плетење трака које су употребљене за моделе, коришћено је предиво које је неупотребљиво у редовној производњи.



Слика 129. Соња Јоцић. Ревизија „Tribute to Vivienne Westwood” на платоу испред Т.Ц. Уиће у Београду.

Фотографија: ©Борђе Томић, 2023.

⁵⁷ Сировински састави мешавина представљају само 10 - 15% производње компаније Ивко.

Дизајнери компаније Ивко сваке сезоне одлазе на сајмове репроматеријала, а на сајму предива наручују узорке који су им интересантни. Уколико се они не употребе, што се често дешава, остају као вишак који се не може употребити у редовној производњи. Већина произвођача предива шаље конусе од 0,5 - 2,5 kg. Ти узорци су већином оне боје које они имају на лагеру и које најчешће не одговарају бојама сезоне. У пертле се уплиће предиво којем је истекао „рок трајања” (предиво које стоји више од 10 година), као и парано предиво. Такво предиво је крто, изгубило је влажност, тешко је за плетење и доста често пуца. Парају се талови који су погрешно иштрикани током производње и то предиво се углавном враћа у производњу. Да би се трикотажа конфекционирала потребна је одговарајућа боја за кетлање, па су због тога пертле неупотребљиве за компанију Ивко која такође доприноси одрживости у моди на више нивоа (Слика 129). На самој ревији манекенке су скидале слојеве како би се симболички указало на проблем одбацивања одеће у друштву и дало на значају сваком одевном предмету. У току ревије се десио спонтани догађај пада једне од наших манекенки, што је повукло паралелу са чувеним падом Наоми Кембл, својевремено на ревији Вивијен Вествуд (Слика 130). За моделе је израђен накит који има могућност стварања различитих облика уз помоћ увртања, качења или скидања алки.



Слика 130. Соња Јоцић. Сцена спонтаног перформанса. Ревија „Tribute to Vivienne Westwood” на платоу испред Т.Ц. Ушће у Београду. Фотографија: ©Гордана Ђорђевић, 2023.

VII Закључак

У време када нас природа опомиње да станемо са брзим начином живота и говори нам да је потребно да јој се вратимо, у доба када је свет кренуо у лошем правцу неадекватним коришћењем нових технологија и њихових могућности, будућност лежи у сагледавању грешака и постављању нових револуционарних правила, у психолошком, животном или пословном аспекту. Ова глобална промена свести људи у тежњи ка очувању животне средине се одражава и на модну индустрију, која је окарактерисана као велики загађивач јер се заснива на процесу хиперпроизводње модних брендова са негативним утицајем на читав еко - систем. Од модне индустрије се очекује да промени начин на који се одевни предмети производе и дизајнирају, начин комуникације са потрошачима и начин на који се поступа са одевним предметима на крају употребног века производа.

Пошто је срж успеха модне индустрије креативност дизајнера, она данас постаје кључни чинилац у процесу стварања производа који треба да има естетску и употребну вредност на тржишту, али уз истовремено најмањи могући еколошки утицај на планету. Предуслов за успех савременог модног дизајна је познавање одрживих стратегија и могућности њихове уградње у процес стварања одевног предмета. Једино права мера између процеса доброг дизајна, одабира материјала, квалитета, начина и количине производње може да доведе до задовољавајућих одрживих решења. Иако се на глобалном нивоу убрзано на томе ради, тренутни приступи одрживом модном дизајну још увек немају радикални утицај на постојећи систем у модној индустрији. Општи је утисак да међу свим учесницима у процесу реструктурирања модне индустрије, без обзира на јасно постављене циљеве и рокове и даље постоји одређени недостатак ентузијазма за спровођење стварних промена.

Пошто је „zero -waste“ нови концепт, како за потрошаче тако и за произвођаче, предвиђа се да ће бити потребно много труда и времена док овај концепт заживи у пракси модне индустрије. Ипак, константни напори иноватора и дизајнера широм света неумитно воде ка подизању нивоа свести свих актера у ланцу модне индустрије. Пред модним дизајнерима и свима који раде у развоју нових одевних производа се налази огроман изазов да направе прихватљиву комбинацију ефикасне производње одеће, естетике и смањења отпада материјала (Слика 131).



*Слика 131. Соња Јоцић. „Симонида Александра Јоксимовића у Земљи излазећег сунца”.
Ревизија „Омаж Александру Јоксимовићу” на платоу испред Музеја примењене уметности
у Београду. Фотографија: ©Ђорђе Томић, 2021.*



*Слика 132. Соња Јоцић. Сlike модела за ревију на отварању изложбе „Игра материје и
духа” Миланке Берберовић у Галерији РТС-а у Београду. Фотографија: ©Маријана
Суваचारов, 2022.*

Поред иновативности у креативности и технологији производње, због специфичне емоционалне везе између одевног предмета и онога ко га носи, у том процесу је од изузетне важности и снага симболизма психолошке свести код потрошача. Идентитет сваког човека је проткан невидљивим границама наизглед индивидуалним избором које диктира друштвена средина. Поређење са окружењем и припадање у друштвеној заједници је од кључног значаја за стварање човековог идентитета. Одећа као део идентитета, има ту моћ да утиче на психу у позитивном смислу, уколико се употреби на прави начин. Тиранија избора у потрошачком друштву се може зауставити ограничењима на нивоу психе, разумевањем њене природе функционисања у савременом друштву. Веза између жеље и избора је у међусобном односу који утиче на стварања човековог идентитета, а на основу психологије моде, идентитет је у блиској вези са модом која симболише моћ промене.

Како истиче Фројд, уметност се налази негде између природе и разума, а томе се може додати и то да она може поседовати психолошку моћ при решавању било ког проблема светских размера. Анализом јединственог и револуционарног епистемолошког приступа Сигмунда Фројда уметности, дошли смо до опажања да су психоаналитичке методе и технике веома примењиве на савремени начин живота и поглед на уметност али и дизајн. Обрађени су одређени теоријски принципи по којима функционише сан и свест. Они би касније могли да инспиришу на сопствене методе и технике приликом стварања уметничких дела или би чак могли да буду примењени на нове методе приликом дизајнирања савременог одевања (Слика 132). Потврђени су постулати да индивидуално мишљење може довести ка остварењу виших циљева човечанства. Снага симболизама психолошке свести је кључ при отварању врата ка нашим најпотиснутијим нагонима који својим откривањем могу да утичу на бољи живот и здравију свест појединца, а самим тим и колективне свести друштва.

Прикупљањем и проучавањем релевантне стручне и опште литературе из области уметничко - истраживачког рада указује се на истакнуте тезе и примере из области истраживања. На примеру одабраних дизајнера светске класе се може видети, иако то на први поглед контрадикторно звучи, да су инспирација у прошлости и неговање традиције кључни елементи иновативности. Пратећи приступ појединих дизајнера светске класе, може се закључити да је за успех у одрживом модном дизајну неопходно пре свега савладати основе традиционалних и понекад заборављених занатских вештина, што уствари води даљем напретку путем надоградње сопствених идеја. У

данашње време реткост је да се створи нешто ново, а да већ нема референцу из прошлости, полазну тачку, инспирацију и да није засновано на некој познатој теорији или техници.

Техника пресавијања, преклапања слојева и обавијања, која је уведена у савремену моду и највише коришћена од стране јапанских дизајнера, представља једну од могућности за креативно - експериментално решење креирање одеће без отпада тканине („zero-waste“). Овакви одевни предмети се могу заснивати на традиционалним техникама (као што је оригами) и традиционалној одевној форми (као што је кимоно), уз комбиновање са иновативним техникама ручног рада и везивања у чвор. Такав концепт дизајна не само да стреми унапређењу дизајна у смислу одрживости, већ уз измењен однос одеће према телу уводи савремену модну естетику која може да се прилагоди индивидуалним психолошко – функционалним потребама уз креативне интервенције прозвођача и потрошача (Слика 133).



Слика 133. Соња Јоцић. Сlike аутфита за ревију отварања 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Модел носи глумица Лена Богдановић. Фотографија: ©Давид Ђорђевић, 2022.

Проучавањем естетских сличности форми, кројева без отпада, материјала и њиховим међусобним повезивањем са идејама светских дизајнера који су учествовали у стварању

корена одрживе моде, може се доћи до закључка да су духовне вредности које теже очувању традиције, културе и интелигентно сведеног креативног процеса од круцијалног значаја за будућност одрживог модног дизајна.

Као резултат истраживања, применом креативно-експерименталних одрживих техника имплементирају се иновативне методе у процесу дизајна и стварања одеће које пружају могућност промене креативних процеса ка одрживим. Мења се савремен поглед на комерцијалну функцију одеће и добијају се мултифункционална скулптурална решења модне колекције која, налик арт терапији (креативној терапији), помажу психичкој стабилности, умањујући потребу за непотребном куповином или одбацивањем одеће.

Уметничко - истраживачки рад се састоји од реализације модне колекције „Пут ка свитању“ која укључује и модне аксесоаре. На овај начин се долази до реализације визуелног идентитета брэнда и колекције аутора. Ово укључује одржавање радионица у склопу теме рада и учешће у уметничким пројектима ради подизања свести о глобалном проблему загађења животне средине текстилним отпадом - важним доприносом одрживости у моди. Кроз примере јединствених одрживих и креативних решења уметничко-истраживачкој заједници се пружа рад који доприноси одрживој моди и који одише иновативним идејама, методама и техникама у домену савременог одевања вишеструке функционалности и скулптуралне естетике у области Примењене уметности и дизајна (Слика 134).



Слика 134. Соња Јоцић. Сlike аутфита за ревију „Савремени модни израз” 51. Београдске недеље моде на платоу испред Т.Ц. Уиће у Београду. Фотографија: ©Борђе Томић, 2023.

VIII Списак литературе

Aakko, M., & Koskennurmi-Sivonen, R. (2013). Designing Sustainable Fashion: Possibilities and Challenges. *Research Journal of Textiles and Apparel*, 17 (1), 13-22.

Almond, K. (2009). Vionnet – Without Bias. *Colour: Design & Creativity*, 4 (2), 1–3.
https://aic-color.org/resources/Documents/jaic_v4_review.pdf

Aničić, D. (2019). *Uvod u delo Žaka Lakana*. Karpos.

Arthur, R. (2020). Sustainable fashion communication strategy 2021-2024. United Nations Environment Programme (UNEP) document.
https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/41076/Sustainable_Fashion_Strategy.pdf

Artrageous with Nate. (2016). *Sculpture or Fashion? The Haute Couture of Issey Miyake* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=g4Ch0m8QhCc> (доступно 21.01.2021.).

Auty, S.G., & Elliott, R. (2001). Being Like Or Being Liked: Identity Vs. Approval in a Social Context. *Advances in Consumer Research*, 28 (1), 235-241.
<https://www.acrwebsite.org/volumes/8475/volumes/v28/NA-28>

Baal-Teshuva, J. (2006). *Rothko*. Taschen Basic Art.

Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society, Myths & Structures*. Sage Publications, London.
https://monoskop.org/images/d/de/Baudrillard_Jean_The_consumer_society_myths_and_structures_1970.pdf

Belk R. (1988) Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15, 139-168. <https://academic.oup.com/jcr/article/15/2/139/1841428>

Bem, D.J. (1972). Self-perception Theory. In L. Berkowitz (Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology, Vol.6*, (pp. 1-62), Academic Press.
https://www.researchgate.net/publication/277682193_Self-Perception_Theory

Brismar, A. (2017). *What is Circular Fashion?*. <https://www.greenstrategy.se/circular-fashion-definition/> (доступно 08.04. 2021.).

Bukowski, C. (1971). *Post Office*. Los Angeles, Black Sparrow Press.

Burcikova M. (2017). Satisfaction matters: design that learns from users' sensory and emotional responses to clothing. In C. Bakker and R. Mugge (Eds.), *Product Lifetimes and the Environment (PLATE) 2017 – Conference, Delft University of Technology, 8-10 November 2017, Proceedings* (pp. 60-64). Delft University of Technology/IOS Press, Delft/Amsterdam. <https://ebooks.iospress.nl/volumearticle/47843>

Carrico, M. & Kim, V. (2014). Expanding zero-waste design practices. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 7 (1), 58-64.

Carrico, M. (2020) Grading zero-waste garments. *Sustainability in Fashion* 1 (1).
<https://doi.org/10.31274/susfashion.11486>

- Carrico, M., Drago, S.L., McKinney, E., Stannard, C., Moretz, C. & Rougeaux-Burnes, A. (2022). An Inquiry into Gradable Zero-Waste Apparel Design. *Sustainability*, 14 (1), 452-472. <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/1/452>
- Clarke, J.S. & Holt, R. (2016). Considered consumption: Vivienne Westwood and the ethics of consuming fashion. *Journal of Management Inquiry*, 25 (2), 199-213. <https://eprints.whiterose.ac.uk/87157/3/Clarke%20Westwood.pdf>
- Claudio, L. (2007). Waste Couture: Environmental Impact of the Clothing Industry. *Environmental Health Perspectives*, 115 (9), A448-A454.
- Connett, P. & Sheehan, B (2001). *A Citizen's Agenda for Zero Waste*. Grass Roots Recycling Network, USA. https://archive.grrn.org/zerowaste/community/activist/citizens_agenda_2_read.pdf
- de Mul, J. (2009). Sigmund Freud. In M. Šuvaković & A. Erjavec (Eds.), *Figure u pokretu: savremena zapadna estetika, filozofija i teorija umetnosti* (pp. 41-54). Beograd, Vujičić kolekcija.
- Denić, D., Bošković, G., Pavlović, A., & Jovičić, N. (2021). Cirkularna ekonomija u tekstilnoj industriji. *Tekstilna industrija*, 69 (1), 47-57.
- Dritsopoulou, O. (2017). Conceptual Parallels in Fashion Design Practices: A comparison of Martin Margiela and John Galliano. *The Journal of Dress History*, 1 (2), 14-24.
- Elliott, A.J. (2015). Color and psychological functioning: a review of theoretical and empirical work. *Frontiers in Psychology*, 6, article 368 (8 pages). <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2015.00368/pdf>
- Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/a-new-textiles-economy-redesigning-fashion-future> (доступно 11.10.2021.).
- ElShishtawy, N., Sinha, P. & Bennell, J.A. (2022). A comparative review of zero-waste fashion design thinking and operational research on cutting and packing optimisation. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 15 (2), 187-199. <https://doi.org/10.1080/17543266.2021.1990416>
- English, B. (2011). *Japanese fashion designers: the work and influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo*. Berg Publishers, Oxford - New York.
- European Commission. (2022). *EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles*. https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_en (доступно 20.03.2023.).
- Festinger, L. (1964). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7 (2), 117-140.
- Fletcher, K. (2008). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. London: Earthscan.
- Fletcher, K. (2010). Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. *Fashion Practice*, 2 (2), 259-266.
- Fletcher, K., & Grose, L. (2012). *Fashion & Sustainability: Design for Change*, Laurence King Publishing, London.

- Fredrickson, B.L., Roberts, T-A., Noll, S.M., Quinn, D.M. & Twenge, J.M. (1998). That swimsuit becomes you: Sex differences in self-objectification, restrained eating, and math performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75 (1), 269-284. https://www.researchgate.net/publication/13599647_That_Swimsuit_Becomes_You_Sex_Differences_in_Self-Objedification_Restrained_Eating_and_Math_Performance
- Freud, S. (1955). The Moses of Michelangelo. In *The Standard Edition of The complete Psychological Works of Sigmund Freud, Vol. XIII* (pp. 211-238). The Hogarth Press, London, <http://users.clas.ufl.edu/burt/filmphilology/freudmoses.pdf>
- Freud, S. (1997). *The Interpretation of Dreams*. Hertfordshire, Worldsworth Edition Limited.
- Frfulanović-Šomodi, D., & Savić, M. (2019). Eko-moda kao potreba savremenog društva. *Tekstilna industrija*, 67(2), 29-35.
- Friedman, V. (2018). *The Biggest Fake News in Fashion*. The New York Times (Dec. 18, 2018). <https://www.nytimes.com/2018/12/18/fashion/fashion-second-biggest-polluter-fake-news.html> (доступно 08.10.2021.).
- Frojd, S (1981). *Iz kulture i umetnosti: sumanutost i snovi u Gradivi V. Jansena, jedna uspomena iz detinjstva Leonarda Da Vinčija, Mikelandelov Mojsije, Dostojevski i očeubistvo, nelagodnost u kulturi*, prev. Matić, V., Jerotić, V. i Bogičević, Đ., Novi Sad, Matica srpska.
- Fukai, A. (2019). *How the Kimono has Influenced the World of Fashion*. Nippon Communications Foundation. <https://www.nippon.com/en/japan-topics/g00646/how-the-kimono-has-influenced-the-world-of-fashion.html> (доступно 18.11.2021.).
- Gabriel, M., & Delgado Luque, M.L. (2020). Sustainable Development Goal 12 and Its Relationship with the Textile Industry. In M.A. Gardetti, S.S. Muthu (Eds.), *The UN Sustainable Development Goals for the Textile and Fashion Industry* (pp. 21-46). Springer Nature, Singapore.
- Gerić, D. (1986). *Origami: vještina savijanja papira*. Nakladni zavod Znanje, Zagreb.
- Gill, A. (1998). Deconstruction Fashion: The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes. *Fashion Theory*, 2 (1), 25-50.
- Granata, F. (2012). Deconstruction fashion: Carnival and the grotesque. *Journal of Design History*, 26 (2), 182–198.
- Grupa autora (2015). *Moda - Ilustrovani vodič kroz glamurozni svet stila*. Dorling Kindersley/Vulkan, Beograd.
- Gwilt, A. (2011). Producing Sustainable Fashion: The Points for Positive Intervention by the Fashion Designer. In A. Gwilt and T. Rissanen (Eds.), *Shaping sustainable fashion: changing the way we make and use clothes* (pp. 59-73). London, Earthscan.
- Hanada, M. (2018). Correspondence analysis of color–emotion associations. *Color Research and Application*, 43(2), 224-237. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/col.22171>
- Hayes, S., McLoughlin, J., & Fairclough, D. (2012). *Cooklin's Garment Technology for Fashion Designers*. 2nd Edition, Wiley, Chichester (UK).
- Hiramitsu, C. (2015). Japanese Tradition in Issey Miyake. *Design Discourse*, 1 (1), 35-43.

- Hixon, J. G. & Swann, W.B. (1993). When does introspection bear fruit? Selfreflection, Selfinsight and interpersonal choices. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64 (1), 35-43.
https://www.researchgate.net/publication/14778560_When_Does_Introspection_Bear_Fruit_Self-Reflection_Self-Insight_and_Interpersonal_Choices
- Hur, E., & Cassidy, T. (2019). Perceptions and attitudes towards sustainable fashion design: Challenges and opportunities for implementing sustainability in fashion. *International Journal of Fashion Design Technology and Education*, 12 (2), 208-217.
- Ilić-Krstić, I., Ilić, A., & Avramović, D. (2018). The three dimensions of sustainable development: environment, economy and society. In D. Cvetković, I. Krstić (Eds.), *International Conference 50 Year of Higher Education, Science and Research in Occupational Safety Engineering: proceedings / The 18th Conference of the Series Man and Working Environment, Niš, 06-07 December 2018*. (pp. 197-202). Faculty of Occupational Safety, Niš, Serbia. <https://www.znrfak.ni.ac.rs/CIRS/PDF/CIRS%202018%20-%20PROCEEDINGS.pdf> (доступно 20.03.2023.).
- InamoriFoundation English. (2009). *Message from Issey Miyake - The 2006 Kyoto Prize* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=JVY5p-SHnko> (доступно 21.01.2021.).
- James, W (1890). *The principles of psychology*. London, Palgrave Macmillan.
https://rauterberg.employee.id.tue.nl/lecturenotes/DDM110%20CAS/James-1890%20Principles_of_Psychology_vol_I.pdf
- Karunaratne, P.V.M. (2018). The cloth was the clothing: zero waste fashion tradition and sustainability. A discussion paper. In *Proceedings of 8th International Symposium 2018 on "Innovative Multidisciplinary Research for Green Development"* (pp. 189-196). South Eastern University of Sri Lanka, University Park, Oluvil, Sri Lanka.
<http://ir.lib.seu.ac.lk/handle/123456789/3544>
- Kerr, A., Sokol, K. A., Guntli, R., & Taschen, A. (eds.) (2019). *Living in Japan*, Taschen, Köln.
- Kim, C.K., Han, D., & S-B. Park (2001). The effect of brand personality and brand identification on brand loyalty: Applying the theory of social identification. *Japanese Psychological Research (Special Issue: Consumer behavior)*, 43 (4), 195–206.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1468-5884.00177>
- Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation & Recycling*, 127, 221–232.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.005> (доступно 12.02.2021.).
- Kitamura, M. (ed.) (2012). *Pleats Please: Issey Miyake*. Taschen, Köln.
- Kojeve, A. (1969). *Introduction to the Reading of Hegel*. New York and London, Basic Books.
- Korhonen, J., Honkasalo, A., & Seppälä, J. (2018). Circular Economy: The Concept and its Limitations. *Ecological Economics*, 143, 37-46.

- Kozlowski, A., Searcy, C., & Bardecki, M. (2016). Innovation for a Sustainable Fashion Industry: A Design Focused Approach Toward the Development of New Business Models. In S.S. Muthu and M.A. Gardetti (Eds.), *Green Fashion: Vol. 2* (pp. 151-169). Springer, Singapore.
- Lacan, J. (1977). *Écrits. A Selection*. London, Tavistock Publications.
- Lacan, J. (1988a). *Freud's Papers on Technique 1953-54*. New York: Norton; Cambridge University Press.
- Lacan, J. (1988b) *The Ego in Freud's Theory and in the Technique of Psychoanalysis 1954-55*. Cambridge, University Press.
- Lacueva, J.G. (2003). *Cómo interpretar los sueños*. Barcelona, Editorial Optima.
- Laitala, K., Boks, C., & Klepp, I. G. (2015). Making clothing last: A design approach for reducing the environmental impacts. *International Journal of Design*, 9 (2), 93-107. <http://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/view/1613/696>
- Laloo-Morar, S. (2010). Design Innovation by Japanese Designers Miyake, Kawakubo, and Yamamoto. In J. E. Vollmer (Ed.), *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: East Asia* [e-book], Berg Publishers, Oxford. <https://www.bloomsburyfashioncentral.com/products/berg-fashion-library/encyclopedia/berg-encyclopedia-of-world-dress-and-fashion-east-asia/design-innovation-by-japanese-designers-miyake-kawakubo-and-yamamoto> (доступно 21.04.2021.).
- Langner, S., Hennigs, N., & Wiedmann, K-P. (2013). Social persuasion: targeting social identities through social influencers. *Journal of Consumer Marketing*, 30 (1), 31-49. <https://d-nb.info/121103190X/34>
- Leader, D. (1997). *Why Do Women Write More Letters Than They Post*. London, Faber and Faber.
- Lipovecki, Ž. (1992). *Carstvo prolaznog: Moda i njena sudbina u modernim društvima*. Novi Sad, Prosveta.
- Mair, A., & Jones, T. (Eds.) (2005). *Fashion Now*, Taschen, Köln.
- Mandoki, K. (2007). *Everyday Aesthetics: Prosaics, the Play of Culture and Social Identities*. Ashgate Publishing Limited, Hampshire, England.
- Masayuki, O. (2002). The impact of the kimono on modern fashion – The art of wrapping the body. *Journal of Japanese Trade & Industry*, November-December, 52-54. <https://www.jef.or.jp/journal/pdf/gallery0211.pdf>
- Maslow, A.H. (1943). A Theory of human motivation. *Psychological Review*, 50 (4), 370-396.
- McKinney, E., Sanders, E., Cho, S., Zhang, L. & Eike, R. (2020). Analysis of Zero Waste Patternmaking Approaches for Application to Apparel. In S.S. Muthu & M.A. Gardetti (Eds.), *Sustainability in the Textile and Apparel Industries, Sustainable Textiles, Clothing Design and Repurposing* (pp. 31-51). New York: Springer. <https://dr.lib.iastate.edu/entities/publication/242bcc0-d80e-49a6-b835-20106c4289be>

- McLaren, A., & McLauchlan, S. (2015). Crafting sustainable repairs: practice-based approaches to extending the life of clothes. In *PLATE conference – proceedings, 17/19 June 2015* (pp. 221-228). Nottingham Trent University, Nottingham.
<https://www.plateconference.org/conference-2015/proceedings/>
- McQuillan, H. (2011). Zero-waste design practice: Strategies and risk taking for garment design. In A. Gwilt and T. Rissanen (Eds.), *Shaping sustainable fashion: changing the way we make and use clothes* (pp. 83-100). Earthscan, London.
- McQuillan, H., & Rissanen, T. (2011). *YIELD – Making fashion without making waste*. London, Earthscan.
https://www.academia.edu/4949661/Yield_Making_fashion_without_making_waste
- McQuillan, H., Rissanen, T., & Roberts, J. (2013). The Cutting Circle: how making challenges design. *Research Journal of Textile and Apparel*, 17 (1), 39–49.
https://www.researchgate.net/publication/299575382_The_Cutting_Circle_How_Making_Challenges_Design
- Medkova, K., & Fifield, B. (2016). Circular Design - Design for Circular Economy. In K. Cura (Ed.), *Lahti Cleantech Annual Review 2016* (pp. 32-47). Lahti University of Applied Sciences, Lahti (Finland).
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/121322/LAMK_2016_24.pdf
- Mer, K. (2018). *Psihologija mode: Izgled, identitet i samopouzdanje*. Novi Sad, Psihopolis.
- Mower, S. (2018). *A Maison Martin Margiela Exhibit at the Palais Galliera Proves Martin Did It First*. Vogue online. <https://www.vogue.com/article/martin-margiela-exhibit-palais-galliera> (доступно 15.11.2021.).
- Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6-18.
<https://ia802801.us.archive.org/4/items/visual-pleasure-and-narrative-cinema/Laura-mulvey-visual-pleasure-and-narrative-cinema.pdf>
- Musulini, I. (2019). *Knjiga o Japanu*, Tanesi, Beograd.
- Muthu, S.S., & Gardetti, M.A. (Eds.). (2020). *Green Fashion: Vol. 1*. Springer, Singapore.
- Naukkarinen, O. (1998). *Aesthetics of the Unavoidable: Aesthetic Variations in Human Appearance*. International Institute of Applied Aesthetics, Lahti, Finland.
https://www2.helsinki.fi/sites/default/files/atoms/files/naukkarinen_aesthetics_of_the_unavoidable.pdf
- Niesslein, J. (2007). *Practically Perfect in Every Way*. New York, Putnam Adult.
- Niinimäki, K. (2014). Green Aesthetics in Clothing. *Artifact*, III (3), 3.1-3.13.
- Niinimäki, K. (2018). Sustainable Fashion in a Circular Economy. In K. Niinimäki (Ed.), *Sustainable Fashion in a Circular Economy* (pp. 12-41). Helsinki: Aalto ARTS Books.
<https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/36608> (доступно 11.10.2021.).
- Niinimäki, K., Peters, G., Rissanen, T., Gwilt, A., Perry, P., & Dahlbo, H. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1, 189-200.

- O'Flaherty, M.C. (2017). The eco has landed: sustainability gets stylish. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/cabf4d6a-0359-11e7-aa5b-6bb07f5c8e12> (доступно 15.10.2021.).
- Popović Pješčić, T. (2014). *Dobar dizajn : eko dizajn i održivi razvoj*. Udruženje REKA, Novi Sad.
- Rahman, O., & Gong, M. (2016). Sustainable practices and transformable fashion design – Chinese professional and consumer perspectives, *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 9 (3), 233-247.
- Rissanen, T. (2005). From 15% to 0: Investigating the creation of fashion without the creation of fabric waste. In *Creativity: Designer Meets Technology conference, 26-27.09.2005*, Copenhagen, Denmark
https://www.academia.edu/3762020/From_15_to_0_Investigating_the_creation_of_fashion_without_the_creation_of_fabric_waste
- Rissanen, T. (2011). Designing endurance. In A. Gwilt and T. Rissanen (Eds.), *Shaping sustainable fashion: changing the way we make and use clothes* (pp. 127-138). Earthscan, London.
- Rissanen, T., & McQuillan, H. (2016). *Zero waste fashion design*. New York, NY: Bloomsbury.
- Roberts, J (2013). *Free cutting*. <https://www.mediafire.com/file/10d8kgbkp1yxc88> .
- Saeidi, E. & Schreffler Wimberley V. (2017). Precious cut: exploring creative pattern cutting and draping for zero-waste design. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 11 (2), 243-253. <https://www.researchgate.net/publication/320623837>
- Salecl, R. (2014). *Tiranija izbora*. Beograd, Arhipelag.
- Scheiner, M. (2018). *Martin Margiela: The Silent Designer Whose Clothes Tell All*. The New York Times (March 5, 2018). <https://www.nytimes.com/2018/03/05/fashion/martin-margiela-exhibition-palais-galliera-paris.html> (доступно 15.11.2021.).
- Seeling, C. (2010). *Fashion, 150 Years: Couturiers, Designers, Labels*. Tandem Verlag GmbH, Potsdam.
- Seregina, A. (2014). Exploring Fantasy in Consumer Experiences. In *Consumer Culture Theory (Research in Consumer Behavior, Vol. 16)* (pp. 19-33). Emerald Group Publishing Limited, Bingley
https://www.researchgate.net/publication/284432942_Exploring_Fantasy_in_Consumer_Experiences#fullTextFileContent
- Silva Solino, L. J., de Lima Teixeira, B. M., & de Medeiros Dantas, Í. J. (2020). The sustainability in fashion: a systematic literature review on slow fashion. *International Journal for Innovation Education and Research*, 8 (10), 164-202.
- Sinha, P. (2002). Creativity in Fashion. *Journal of Textile and Apparel, Technology and Management*, 2 (4), 1-16. https://textiles.ncsu.edu/tatm/wp-content/uploads/sites/4/2017/11/sinha_full_25_02.pdf

- Skivko, M. (2020). Deconstruction in Fashion as a Path Toward New Beauty Standards: The Maison Margiela Case. *ZoneModa Journal*, 10 (1), 39-49. <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/11086>
- Solomon, M.R. & Rabolt, N.J. (2003). *Consumer behavior: In fashion*, New York, Prentice Hall.
- Sullivan C.R., Kazlauciunas A., & Guthrie J.T. (2017). Colored Apparel - Relevance to Attraction in Humans. *Journal of Fashion Technology & Textile Engineering*, 5(3), 1-12. <https://eprints.whiterose.ac.uk/122241/1/Chelsea%20Sullivan%20-%20Paper%202017.pdf>
- Šuvaković, M., & Erjavec, A. (2009). *Figure u pokretu: savremena zapadna estetika, filozofija i teorija umetnosti*, Beograd, Vujičić kolekcija.
- Tajfel, H. (2010). *Social identity and intergroup relations*. Cambridge, Cambridge University Press.
- UN News. (2019). *UN launches drive to highlight environmental cost of staying fashionable*. <https://news.un.org/en/story/2019/03/1035161> (доступно 08.10.2021.).
- United Nations. (1987). *Our common future*. Report of the World Commission on Environment and Development, General Assembly Resolution 42/187, 11 December 1987. <https://digitalibrary.un.org/record/139811> (доступно 20.03.2023.).
- United Nations. (n.d.). *Decade of Action*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/decade-of-action/> (доступно 20.03.2023.).
- United Nations: Department of Economic and Social Affairs. (2015). *Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. <https://sdgs.un.org/sites/default/files/publications/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf> (доступно 20.03.2023.).
- UNSSC - United Nations Systems Staff College. (n.d.). *Understanding the Dimensions of Sustainable Development* (edukativni video). <https://www.unssc.org/news-and-insights/resources/understanding-dimensions-sustainable-development/> (доступно 20.03.2023.).
- Verner, A. (2016). *Yohji Yamamoto. Spring 2017 Ready-To-Wear*. Vogue online. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/yohji-yamamoto> (доступно 15.04.2021.).
- Wada, S. (2010). *A Dictionary of Color Combinations*, Seigensha Art Publishing, Kyoto.
- Watson, L. (2019). Everything is connected: the influences and inspirations of global icon, activist, and radical fashion philosopher, Vivienne Westwood. In *IFFTI 2019 Conference, Manchester Fashion Institute, Paper 155*. <https://fashioninstitute.mmu.ac.uk/ifftipapers/paper-155/>
- Weilacher, U. (1996). Isamu Noguchi: Space as sculpture. In *Between Landscape Architecture and Land Art*. Birkhäuser publisher, Basel (pp. 43–54). https://www.researchgate.net/publication/341070879_Isamu_Noguchi_Space_as_sculpture

- Weiss, C., Trevenen, A., & White, T. (2014). The branding of sustainable fashion. *Fashion, Style & Popular Culture*, 1 (2), 231–258.
https://www.researchgate.net/publication/263610853_The_branding_of_sustainable_fashion
- White, P., Hyhurst, M., Taylor, J., & Slater, A. (2005), Lyocell Fibres. In R.S. Blackburn (Ed.), *Biodegradable and Sustainable Fibres* (pp. 157-189). Cambridge: Woodhead Publishing.
- Yamamoto, Y., & Mitsuda, A. (2010). *Yohji Yamamoto: My Dear Bomb*. Ludion, Antwerp.
- Yumioka, K. (2017). *Kimono and the Colors of Japan*. PIE International, Tokyo.
- Zborowska, A. (2015). Deconstruction in contemporary fashion design: Analysis and critique. *International Journal of Fashion Studies*, 2 (2), 185-201.
- Zepf, S. (2010). Consumerism and identity: Some psychoanalytical considerations. *International Forum of Psychoanalysis*, 19 (3), 144-154.
https://www.researchgate.net/publication/232985361_Consumerism_and_identity_Some_psychoanalytical_considerations

IX Списак штампаних радова који су део уметничко- истраживачког пројекта

Jocić, S. (2022). Održivost u modi - uloga modnog dizajnera u oblikovanju ekološki prihvatljive i društveno odgovorne budućnosti. *Tekstilna industrija*, 70(1), 12-22. <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0040-2389/2022/0040-23892201012J.pdf>

Jocić, S. (2022). Održivost u modi - kreativnost iz prošlosti kao inspiracija za budućnost. *Tekstilna industrija*, 70(2), 28-39. <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0040-2389/2022/0040-23892202028J.pdf>

X Прилози



Прилог 1. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 2. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 3. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 4. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022



Прилог 5. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 6. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 7. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 8. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 9. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 10. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 11. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 12. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 13. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 14. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 15. Соња Јоџић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 16. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 17. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 18. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 19. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 20. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 21. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 22. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 23. Соња Јоџић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 24. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 25. Соња Јоџић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 26. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 27. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 28. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 29. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 30. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 31. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 32. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 33. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 34. Соња Јоџић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 35. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 36. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 37. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 38. Соња Јоџић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 39. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 40. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 41. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 42. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.



Прилог 43. Соња Јоцић. Фотографија пред ревију модне колекције „Пут ка свитању” и колекције накита „Игралиште скулптура” у оквиру 50. Београдске недеље моде у Белекспоцентру у Београду. Фотографија: ©Маријана Сувачаров, 2022.

Биографија

Соња Јоцић (1988.) је завршила мастер академске студије у области ликовних уметности, студијског програма модни и текстилни дизајн, са специјализацијом из модног дизајна на „Swedish School of Textiles” у Борасу, у Шведској (2014.). Пре стицања мастера завршила је основне струковне студије, на студијском програму Дизајн текстила и одеће, на „Високој текстилној струковној школи за дизајн технологију и менаџмент”, у свом родном граду - Београду (2010.). Поред свог академског образовања, завршила је праксу у модном бренду „Fifth Avenue Shoe Repair” у Стокхолму, у Шведској.

Носилац је 7 престижних модних награда: „ELLE Fashion Award” (2014.); „TEXTIL Young Designer Award” (2014.); „Базарт награда Марија Крањц” (2015.); „The Best INTERNATIONAL Designer Award” (2016.); „Harper's Bazaar Award” – за допринос развоју квалитетног модног стваралаштва (2016.); „Награда Борис Николић” (2016.) и „Wannabe Best Digital Presentation Award” (2018.). Поред модних признања, на основу концептуалног графичког решења, Соња је једна од награђених аутора „Black Box” конкурса који је организован од стране Миксер Фестивала (2021.) у сарадњи са Факултетом примењених уметности, а реализација њеног рада у виду штендера за размену одеће је део сталне поставке комплекса Зорнића Куће. До сада је приказала 13 колекција под својим именом на „Београдској недељи моде” у Београду, „Mercedes-Benz Fashion Week Ljubljana” у Љубљани и „Mercedes-Benz Fashion Week Central Europe” у Будимпешти, а сарађивала је са Амбасадом Шведске, брендovima Волво, Икеа, Первол и многим другим. Десет година ради као самостални дизајнер развијајући бренд под сопственим именом. Поред свог бренда такође ради као асистент на основним студијама на „Одсеку висока текстилна школа за дизајн, технологију и менаџмент” на „Академији техничко - уметничких струковних студија” у Београду, на мастер и основним струковним студијама.

Дизајн Соње Јоцић је фокусиран ка истраживању у моди. Експериментисање у виду мултифункционалности одевања, контрасту у тканинама уз сведен приступ боји, као и проналажење нових техника при изради кројева одевних комада који имају 0% отпада тканине су од кључног значаја за њен модни дизајн. Позната је по одевним комадима oversize скулптуралних слојевитих форми у комбинацији са софистицираним женственим силуетама. Њена перцепција је увек супротна свакидашњем начину ношења одеће. Дугогодишње бављење савременим балетом је оставило велики утицај на њен сценски приступ и љубав према покрету и перформансу. Соња је члан удружења „Улупудс” и удружења „Belgrade Fashion Week Design Collective”.

Област интересовања

Савремено одевање, одржива мода, психологија одевања, дизајн ауторске моде и аксесоара.

Изјаве

Изјава о ауторству

Потписани-а Соња Јоцић

број индекса 118/2019

Изјављујем,

да је докторска дисертација / докторски уметнички пројекат под насловом

„СКУЛПТУРАЛНА МУЛТИФУНКЦИОНАЛНОСТ:ДОПРИНОС ОДРЖИВОСТИ У
МОДИ – МОДНА КОЛЕКЦИЈА”

резултат сопственог истраживачког / уметничког истраживачког рада, да предложена докторска теза / докторски уметнички пројекат у целини ни у деловима није била / био предложена / предложен за добијање било које дипломе према студијским програмима других факултета, да су резултати коректно наведени и да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

Потпис докторанда

У Београду, 2.6.2023.

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторске дисертације / докторског уметничког пројекта

Име и презиме аутора Соња Јоцић

Број индекса 118/2019

Докторски студијски програм Примењене уметности и дизајн

Наслов докторске дисертације / докторског уметничког пројекта

„СКУЛПТУРАЛНА МУЛТИФУНКЦИОНАЛНОСТ:ДОПРИНОС ОДРЖИВОСТИ У МОДИ – МОДНА КОЛЕКЦИЈА”

Ментор Марко Лађушић, редовни професор

Коментор: /

Потписани (име и презиме аутора) Соња Јоцић

изјављујем да је штампана верзија моје докторске дисертације / докторског уметничког пројекта истоветна електронској верзији коју сам предао за објављивање на порталу **Дигиталног репозиторијума Универзитета уметности у Београду.**

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука / доктора уметности, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета уметности Београду.

Потпис докторанда

У Београду, 2.6.2023.

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитет уметности у Београду да у Дигитални репозиторијум Универзитета уметности унесе моју докторску дисертацију / докторски уметнички пројекат под називом:

„СКУЛПТУРАЛНА МУЛТИФУНКЦИОНАЛНОСТ:ДОПРИНОС ОДРЖИВОСТИ У МОДИ – МОДНА КОЛЕКЦИЈА”

која је моје ауторско дело.

Докторску дисертацију / докторски уметнички пројекат предао / ла сам у електронском формату погодном за трајно депоновање.

У Београду, 2.6.2023.

Потпис докторанда

1. **Ауторство:** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце, чак и у комерцијалне сврхе. Ово је најслободнија од свих лиценци.
2. **Ауторство – некомерцијално:** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела.
3. **Ауторство – некомерцијално – без прераде:** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела. У односу на све остале лиценце, овом лиценцом се ограничава највећи обим права коришћења дела.
4. **Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима:** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада.
5. **Ауторство - без прераде:** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела.
6. **Ауторство – делити под истим условима:** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада. Слична је софтверским лиценцама, односно лиценцама отвореног кода.