

Sveučilište u Zagrebu  
Tekstilno – tehnološki fakultet

**Nera Gržin**

**Kolekcija "CRVENO" – boja u funkciji površinskog oblikovanja odjevnog  
predmeta**

Zagreb, travanj 2019.

*Ovaj rad izrađen je pod mentorstvom ak. slik. Pauline Jazvić i komentorstvom dr. sc. Katarine Nine Simončić na Zavodu za dizajn tekstila i odjeće Tekstilno - tehnološkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu u svrhu predaje na natječaj za dodjelu Rektorove nagrade u akademskoj godini 2018./2019.*

## SADRŽAJ

1. SAŽETAK .....	5
2. ABSTRACT .....	6
3. UVOD .....	7
4. BOJA.....	9
4.1. Iz tehničkih aspekata.....	9
4.2. O prirodi i ponašanju boja .....	10
4.3. Sistematiziranje boja.....	11
4.4. Dimenzije boje.....	11
4.5. Svjetlo.....	12
4.6. Koje su primarne boje?.....	14
4.7. Jezik boja .....	15
4.8. Boja u modnom marketingu .....	15
4.9. Kulturološke razlike.....	18
5. CRVENA .....	19
5.1. Iz društveno-kulturoloških aspekata .....	19
5.2. Prve palete .....	20
5.3. Vatra i krv .....	21
5.4. Bojadisanje crvenom bojom .....	22
5.5. Crvena unutar rječnika.....	23
5.6. Crkvena simbolika crvene .....	24
5.7. Iskazivanje moći odijevanjem crvene boje.....	25
5.8. Boja ljubavi i ljepote.....	26
5.9. Boja upozorenja, opasnosti, zabrane i kontrole .....	27
5.10. Zastave .....	28
5.11. Mitologija vezana uz crvenokose.....	28
5.12. Folklorni tekstil u Hrvatskoj .....	29
5.13. Crvena u političkom kontekstu .....	30
5.14. Psihologija.....	30
6. TEKSTURA.....	31
7. MODA I SKULPTURA.....	32
7.1. Taktilna epistemologija i modni dizajn .....	32
7.2. Skulpturalna moda Isseyja Miyakea.....	33
7.3. Skulpturalna moda Iris Van Herpen .....	35

7.4.	Skulpturalna moda Madame Grès .....	37
8.	EKSPERIMENTALNI DIO .....	39
8.1.	Uvod .....	39
8.2.	Pojava ideje.....	40
8.3.	Faktori realizacije .....	41
8.4.	Nabavljanje materijala za realizaciju.....	44
8.5.	Izrada prsluka od slamki .....	51
8.6.	Izrada kaputa od najlona, kupaonske prostrirke i slamki.....	56
8.7.	Izrada kaputića od kupaonske prostrirke .....	60
8.8.	Izrada pletiva .....	63
8.9.	Fotografiranje radova.....	66
9.	MODNE FOTOGRAFIJE.....	69
10.	ZAKLJUČAK .....	82
11.	LITERATURA.....	84
12.	ELEKTRONSKI IZVORI SLIKA .....	85

## 1. SAŽETAK

Sveučilište u Zagrebu  
Tekstilno - tehnološki fakultet  
Zavod za dizajn tekstila i odjeće

### **KOLEKCIJA "CRVENO" – BOJA U FUNKCIJI POVRŠINSKOG OBLIKOVANJA ODJEVNOG PREDMETA**

NERA GRŽIN

Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno - tehnološki fakultet, Zavod za dizajn tekstila i odjeće  
Prilaz baruna Filipovića 28a, 10 000 Zagreb, Hrvatska  
e-mail: neragrzin15@gmail.com

---

Ovaj rad bavi se prvenstveno površinskim oblikovanjem odjevnog predmeta unutar zadanog okvira crvene boje. Teorijskim proučavanjem tehničkih parametara boje i njenih društveno-kulturnih značenja i simbolike nastoji se realizirati modna kolekcija u kojoj je iskazana buntovna simbolika crvene. Naglasak je stavljen na upotrebu nekonvencionalnih i netekstilnih materijala koji se uobičajeno ne koriste u modnom dizajnu. Krojenje se nastojalo izbjeći te time stvoriti nove forme koje će drugačije oblikovati ne samo tijelo već i prostor oko tijela. Rad je u potpunosti eksperimentalan i ne osvrće se puno na već postavljena pravila oblikovanja odjevnog predmeta. Cilj je stvaranje smislene i estetski privlačne kolekcije, realizirane unutar sfera crvenih tonova, koja pažnju privlači teksturama i skulpturalnošću. Kada se primijenjeno teorijsko znanje i eksperimentalni praktični rad objedine u jedno, rezultat je stvaranje inovativnih formi i jedinstvene estetike.

**Ključne riječi :** boja, crvena, bunt, materijali, tekstura, forma, eksperiment

## 2. ABSTRACT

University of Zagreb  
Faculty of Textile Technology  
Department of Textile and Fashion design

### "RED" COLLECTION – COLOR IN FUNCTION OF SHAPING THE SURFACE OF A GARMENT

NERA GRŽIN

University of Zagreb, Faculty of Textile Technology, Department of Textile and Fashion design,  
Prilaz baruna Filipovića 28a, 10 000 Zagreb, Croatia  
e-mail: neragrzin15@gmail.com

---

This paper deals with shaping the surface of a garment within ranges of red tones. Theoretical studies of technical color parameters and sociocultural meaning and symbolism of red strive to generate a fashion collection which states the rebellious side of color red. An emphasis is put on unconventional and non-textile materials, not usually used in fashion design. Tailoring was avoided in order to create new forms of shaping not just the body, but also the space around it. Practical work was entirely experimental, not giving much thought about established rules of shaping the garment. The goal is to produce meaningful and aesthetically appealing fashion collection, accomplished within the spheres of red tones, that attracts attention with textures and sculptural form. When theoretical knowledge was applied and combined with practical experimental work, the result was creation of innovative forms and unique aesthetics.

**Keywords :** color, red, rebellious, materials, texture, form, experiment

### 3. UVOD

Tema istraživanja ovog pismenog i praktičnog rada jest crvena boja i njena uloga prilikom površinskog oblikovanja odjevnog predmeta. Rad je podijeljen na teorijski i eksperimentalni dio. Cjelokupni proces započeo je u ožujku 2018. godine, kada je započelo istraživanje zadane teme crvene boje. Nastupila je razrada kreativne ideje, realizacija iste te potom objedinjavanje svega unutar pismenog rada do travnja 2019. godine. Za teorijski dio prikupljena je literatura koja pokriva tehničke aspekte boja, koji su bitni kod shvaćanja ponašanja boje u ulozi površinskog oblikovanja. Ovdje se uglavnom pozivalo na *Osnove o boji i sustave vrednovanja* Đurđice Parac – Osterman. Ova knjiga pružila je sustavan, a kvalitetno sažet uvid u osnovna svojstva boja i njihovu sistematizaciju. Izdvojeno je najbitnije za temu kako bi se izbjegla nepotrebna širina. U sklopu teorijskog dijela proučeni su i društveno-kulturni aspekti crvene boje, koji su bili vrlo značajni prilikom idejnog oblikovanja kolekcije, stoga se tome pridao veliki značaj te je istraživanje išlo u dubinu, proučavajući silnu simboliku i značenja crvene boje u ljudskim životima još od drevnih civilizacija. Bilo je potrebno izdvojiti najbitnije zbog širine i kompleksnosti teme, a značenje crvene daleko je veće u usporedbi s većinom drugih boja kod kojih ne postoji toliko širok spektar mogućnosti proučavanja. Glavni oslonac prilikom istraživanja crvene boje pružila je knjiga *RED: The History of a Color* Michela Pastoureaua. U njoj je pokriveno gotovo svako potrebno područje društveno-kulturnih značenja ove boje. Izdana je 2016. godine, i donosi svježije informacije za koje možemo biti sigurni kako nisu zastarjele ili da se kasnijim istraživanjima došlo do drugačijih zaključaka. Određene specifične teme proširene su dodatnom literaturom kao što je, primjerice, *Moć boja* (više autora) unutar koje su se našle dodatne zanimljivosti vezane uz crvenu boju, na primjer, njena uloga u hrvatskom folklornom tekstilu ili psihologija crvene. Najveća prednost ovog izvora je jezgrovito iznošenje onog najbitnijeg o temi. Kada se doticalo nekih specifičnih tema, kao recimo, uloga boje u modnom marketingu, bila je potrebna literatura posvećena tom smjeru razmišljanja, stoga se tu dotaklo tekstova Kate Scully i Debre Johnston Cobb iz njihove zajedničke knjige *Color forecasting for fashion*, u kojoj je ta tematika sustavno obrađena. Umjetničke metode istraživanja sastoje se od eksperimentalnog praktičnog rada na kolekciji i modne fotografije. Prilikom praktične izrade namjera je voditi se direktnim modeliranjem odjevnog oplošja prema tijelu, bez skica i krojenja. Modni komadi nastoje zaobići ustaljena pravila izrade odjevnih predmeta, težeći stvaranju nove forme. Korištenjem netekstilnih materijala, koji nisu uobičajeni u sferama modnog dizajna, propituju se nove mogućnosti teksture i ograničenja prilikom njihovog oblikovanja. Kako je korištenjem boje i

materijala propitivana površina, odnosno tekstura i njeno prelaženje u skulpturu, teorijski je također potkrijepljena tema teksture i skulpturalnosti u modi, unutar koje je navedeno nekoliko primjera koji u sličnom smjeru propituju odjevnu praksu.

Modnom fotografijom nadopunila se estetika kolekcije, nepogrješivo iskazujući autorovu viziju modnog komada. Fotografije prva dva komada kolekcije snimljene su 11. studenog 2018. dok je izrada ostatka kolekcije još bila u tijeku. Ispitalo se koliko je moguće uskladiti viziju autora kolekcije i viziju fotografa.



## 4. BOJA

### 4.1. Iz tehničkih aspekata

Riječ "boja" obuhvaća više pojmova od kojih razlikujemo dva osnovna.

Prvi je pojam materijalne naravi i vezan je za tvar kao nosioca obojenja, te ga obično nazivamo imenom pojedinih pigmenata. Drugi je pojam apstraktne naravi, izražava osjet u čovjeku izazvan svjetlošću emitiranom od nekog izvora ili reflektiranom od površine nekog tijela, koji se javlja kada gledamo obojenu tvar. Taj osjet izražavamo riječima koje opisuju boju, pa kažemo da je nešto crveno, zeleno, žuto... Na osnovi ovog poimanja dane su mnogobrojne definicije boje, od kojih je najprihvatljivija sljedeća: "Boja je psihofizički doživljaj izazvan elektromagnetskim zračenjem valne duljine od 380 nm - 750 nm, odnosno, psihički doživljaj nastao fizičkim stimulusom – elektromagnetskim valom". Malo koje područje je sjecište tolikih znanosti kao što su to boje. To su fizika, kemija, fiziologija, psihologija, sociologija, ekologija i dr. Pomažu nam shvaćanju percepcije boje, a isto tako pružaju objektivne specifikacije boje. Potvrđuje se da je boja interdisciplinarna aktivnost koja uključuje i mnoge umjetnosti (Parac-Osterman, 2013:1).

Čovjek prima 80% informacija optičke prirode. Od toga 40% su vizualne informacije o boji. To pokazuje koliko, u čovjekovom životu, boja ima veliku ulogu. Boja čini objekt atraktivnim i daje promatraču doživljaj zadovoljstva. Komitet *Colorimetry of Optical Society of America* definirao je da je doživljaj boje fizičko-psihološke naravi i ovisi o pobudi retine (mrežnice) oka svjetlom. Prema toj definiciji boja nije svojstvo svjetla koje izaziva nadražaj, ni predmeta s kojeg svjetlo dolazi u oko. Ona, dakle, nije svojstvo fizičkog svijeta, nego psihički doživljaj izazvan fizičkim poticajem (stimulusom) i zavisi od fiziološkog procesa u organizmu i različitih psiholoških faktora. Postoje različita tumačenja i opisivanja boje. S kemijskog gledišta boja se pripisuje svojstvu kemijske strukture nekog spoja (bojila, pigmenta...). Fizičari boju pripisuju apsorpcijskom i emisijijskom spektru svjetla nekog objekta, a psihološki to je kompleksni proces primljenih nervnih (živčanih) signala u mozgu. Umjetnici i ostali su boje podijelili prema senzibilnosti na tople (žuta i crvena) i hladne (zeleno i plava). Goethe je boju podijelio na pozitivne i negativne: ljubičastu povezuje s veseljem, crvenu sa snagom i moći, plavu s mirnoćom i hladnoćom, zelenu s privlačnošću, tamnožutu sa smiješnim i svijetložutu s plemenitošću. U marketinškom smislu, boja je jedan od presudnih faktora distribucije nekog predmeta. No, uza sve mnogostrukosti vezane uz pojam boje, definicija boje je jedinstvena i ona glasi: "Boja je isključivo psihofizički osjet induciran

svjetlom, odnosno osjet koji u oku izaziva svjetlost emitiranu iz nekog izvora svjetlosti i reflektiranu s neke obojene površine” (Parac – Osterman, 2013:3).

## 4.2. O prirodi i ponašanju boja

Prva stvar koju je bitno shvatiti u vezi studije boje u današnje vrijeme jest njena nevjerojatna sposobnost izbjegavanja svih pokušaja sistematskog šifriranja. Već količina kodova boje svjedoči o razmjeru subjektivnosti kod osjeta boje i njihovom otporu prema kategoričkom razmišljanju. Ponašanje boje ne prilagođava se paradigmi, ljestvici ili epistemama. Tema boje postala je takav neiscrpan izvor promišljanja modela i umjetnosti stvorenih iz sistema baš zato što je sama takav “gutač“ modela i sistema. Privukla je, i potom zbunjivala, sistematske inovatore na području filozofije i psihologije, ali i pisce, slikare i skladatelje koji su se nastojali voditi pretkompozicijskim sistemima (Riley, 1995:12).

Zamisao nametanja strogog koda, koji bi objasnio ponašanje boja, čini se nerazumnom danas kao i što se činila i u doba kada je Goethe sastavio svoj *Farbenlehre (Teoriju boja)* 1810. godine, unatoč naprecima unutar fiziologije i psihodinamike percepcije kao i unutar optike i fizike.

Nedavno biološko otkriće samo dodatno pomiče cijelu tu problematiku dalje u područje relativnosti. Naime, prema određenim istraživanjima na području molekularne biologije, razlika u samo jednoj aminokiselini ili pak najmanja genetska razlika između dvoje ljudi može učiniti perceptivnu razliku u viđenju određene boje. Predavač o bojama i dizajnu sa Bauhauusa Josef Albers, ustvrdio je u svom djelu *Interakcija boja* „Ako netko kaže "crvena" i 50 ljudi sluša, možemo očekivati kako će biti 50 različitih varijanti crvene boje, u svačijem umu veoma drugačija.“ U svakodnevnoj komunikaciji boju definiramo opisnim nazivima kao nebesko plava, limunsko žuta ili zelena kao trava i vjerojatno ćemo intenzitet boje opisati kao svijetla, blijeda, duboka ili jaka. Sofisticiraniji korisnici boje možda će ju opisati i kao praškastu, fluorescentnu, atonalnu, toplu ili hladnu. Istraživački timovi na Washington Universityju u Seattleu i na Sveučilištu Johns Hopkins ušli su u trag genetskoj bazi crvenih fotopigmenata, tipu proteina i pokazali kako novootkrivene aminokiseline utječu na dio čunjastih stanica gdje doživljaj boje započinje. Istraživanje pokazuje kako su gotovo beskrajne varijacije u načinu percipiranja samo crvene boje. Te su varijacije uzrokovane suptilnim razlikama u genetskom materijalu, a taj podatak ponudio je objašnjenje sa područja biologije, o krajnjoj subjektivnosti naših doživljaja boje. Proučavatelji Biblije predložili su ideju o tome kako "Adam" ima značenje dvaju pojmova, a to su "crveno" i "živo", a

zanimljivo je kako je genetsko ispitivanje pokazalo da ljudi bijele rase posebice, imaju "ružičast" pogled na svijet zbog veće osjetljivosti na crveni dio spektra. Obzirom na ishode istraživanja i kompletnu individualnost u doživljaju, koji teoretski modeli imaju šansu? (Riley, 1995:14)

### **4.3. Sistematiziranje boja**

Unatoč tome, postoje brojni načini kojima se boje pokušavaju sistematski prikazati. Sustavom uređenosti boje može se nazvati svaka sistematska metoda kvantitativnog i kvalitativnog klasificiranja boje cjelokupnog spektra boja. Sustavno klasificiranje boje znatno olakšava komunikaciju kroz vrijeme i prostor a također pruža mogućnost realnog, egzaktnog i jedinstvenog vrednovanja odnosa među bojama. Mnogi su znanstvenici pa i umjetnici, kroz povijest razvoja znanosti o boji pokušali riješiti problem i pronaći model prihvatljivog i egzaktnijeg klasificiranja i imenovanja boja. Začetak takvog jednog sustava boja pripisuje se Aristotelu, 350. pr. Kr. (Parac – Osterman, 2013:59). Brojni sustavi uređenosti boje, koji se nalaze u uporabi, mogu se svesti u pet glavnih skupina baziranih na:

- psihološkim atributima boje - intuitivni modeli
- miješanju boje, svjetla i pigmenta
- CIE – zakonitostima (objektivni sustavi uređenosti boje)
- za specifična područja u nesimetričnim zbirkama boja (marketing)
- COLORCUBE – trodimenzionalni prikaz boje na zaslonu (Parac – Osterman, 2013:63).

### **4.4. Dimenzije boje**

Određivanjem psihofizičkih parametara za doživljaj boja bavi se bojena metrika. Osnova bojene metrike je mjerenjem boja (kolorimetrijom) svakom bojenom doživljaju, kao kvaliteti, pridružiti parametre potrebne za njegovu jednoznačnu karakterizaciju. Ovo podrazumijeva točno i precizno vrednovanje boje, njezinu točnu reprodukciju i točno preciziranje razlika u boji. David Katz uveo je ocjenjivanje kvalitete, dimenzije, boje. Ako se usporede različiti obojeni uzorci, na osnovnim subjektivnim perceptualnim karakteristikama, među njima će se utvrditi razlike samo u tri pogleda. To su: ton (eng. Hue – H), svjetlina (eng. Lightness – L) i zasićenost (kromatičnost, eng. Chroma – C). To su dimenzije boje, odnosno psihološki atributi boje (Parac – Osterman, 2013:20).

Ton boje je atribut vizualnog doživljaja na osnovi kojega točno definiramo pojedinu boju kao crvenu, plavu, ljubičastu, itd., prema dominirajućoj valnoj duljini svake boje svjetla. Ta dimenzija ne ovisi je li boja tamna ili svijetla, "jaka" ili "slaba", tj. nema količinsko značenje intenziteta (Parac – Osterman, 2013:21).

Svjetlina je atribut vizualnog doživljaja na osnovi kojega neka uspoređivana površina u odnosu na neku definiranu površinu emitira (reflektira) više ili manje svjetla. Svjetlina boje je karakteristika koja opisuje sličnost boje s nizom akromatskih boja, od crne preko sive do bijele. Svjetlina je redosljed svjetlosnih stupnjeva od 0 za apsolutno crno do 100 za apsolutno bijelo i podrazumijeva koliko je neka boja istog tona svijetla ili tamna, odnosno slična bijeloj ili crnoj boji.

Vrijednost zasićenosti – kromatičnost ukazuje na proporciju udjela čiste boje sadržane u ukupnom vizualnom doživljaju boje. Sa psiho-vizualne točke gledišta, zasićenost, odnosno kromatičnost definira karakter boje svjetla ili neke površine u kontrastu s bijelim (akromatskim), koja po definiciji nema svojstvenog tona. Promjena zasićenosti (kromatičnosti) neovisna je o tonu i kreće se linearno, od područja neutralne, akromatske, do čiste boje. Ako se neka boja miješa s akromatskom "bojom" (bijelom, sivom ili crnom) jednakog stupnja svjetline, svjetlina boje ostaje ista. Nastala promjena u kvaliteti, odnosno čistoći boje, ovisi o relativnoj količini ovih dviju komponenta. To se naziva *Saturacija* (S) ili stupanj zasićenosti, odnosno stupanj do kojega boja ima čisti ton (Parac – Osterman, 2013:23).

#### **4.5. Svjetlo**

Prva ozbiljnija istraživanja o odnosu svjetla i boje započeo je u 17.stoljeću I. Newton (1642.-1727.), čime se rađa optika ili nauka o svjetlosnim pojavama. Uz njegovo ime vezana je korpuskularna teorija svjetlosti (svjetlost ima čestičnu prirodu). Gotovo istovremeno, Huygen svjetlosne pojave opisuje pomoću valnog gibanja – valna teorija (Parac – Osterman, 2013:5).

U spektru sunčevog svjetla zastupljene su sve spektralne boje u idealnim odnosima, a njihov zbir predstavlja "bijelo" svjetlo. Promatrani predmet djeluje kao optički filter koji selektivno apsorbira dio ukupne svjetlosti koja dolazi do njegove površine, dio propušta odnosno transmitira, a dio reflektira. Ukoliko se dio ukupnog spektra "bijelog" svjetla apsorbira, odnosno reflektira, narušava se idealni zbir valnih duljina. Uslijed apsorpcije i refleksije na određenim valnim duljinama promatrač će doživjeti određenu boju. Naime, obojena tijela imaju najveći stupanj refleksije pri onim valnim duljinama koje odgovaraju boji tih tijela,

odnosno uzorak je onoga obojenja čije su valne duljine u najvećem iznosu reflektirane odnosno transmitirane (Parac – Osterman, 2013:7). Ukoliko se apsorbira ukupno upadno svjetlo, doživljaj je crno, a potpuna refleksija svjetla, doživljaj je bijelo. Elektromagnetski impuls reflektiranog dijela svjetlosti dolazi do ljudskog oka i prenosi se do receptora u mozgu čija je funkcija stvaranje doživljaja boje (Parac – Osterman, 2013:8). Prema teoriji vizualizacije koja je i danas prihvaćena za tumačenje načina na koji ljudsko oko prepoznaje boju (percipira), postoje u ljudskom oku dvije vrste fotoosjetljivih elemenata: štapići i čunjići. Oni zajednički pretvaraju svjetlosnu energiju u živčane impulse koji kod promatrača registriraju ton boje. Štapići su u oku razmješteni prema izvanjskom rubu mrežnice i osjetljivi na niske svjetlosne razine a neosjetljivi na boje, te su stoga, odgovorni za doživljaj svjetline pojedine boje. Čunjići su odgovorni za doživljaj tona boje. Koncentrirani su na malom središnjem prostoru mrežnice oka, žutoj pjegi (*fovea centralis*), i u stanju su razlikovati boje (Parac – Osterman, 2013:9).

Objašnjenje osjeta, odnosno doživljaja boja u mozgu, dano je "zonskom teorijom viđenja boja" koja objedinjuje teoriju suprotnih procesa i trikromatsku teoriju. Prema ovoj teoriji u mrežnici oka se, iza sloja niza stanica čunjića (različitih kromatskih osjetljivosti), nalazi još jedan sloj (zona) receptora. Smatra se da postoje tri vrste bipolarnih osjetilnih receptora. Receptori mogu primiti suprotne informacije od svakog čunjića (npr. + i -) i djelovati kao suprotne stanice, odnosno prenositi suprotne informacije. Potreban je određeni minimalni intenzitet svjetlosti da bismo uopće vidjeli obojenje. Za boje u središtu spektra, zelenu i žutu, potreban je relativno mali intenzitet, dok je za boje s ruba spektra, ljubičastoplavu i crvenu, potreban veći intenzitet svjetla (Parac – Osterman, 2013:11).

Normalni promatrač može razlikovati svaku boju kao određenu mješavinu svjetla onih boja koje se ne mogu dobiti međusobnim miješanjem svjetla drugih boja. To su osnovne ili primarne boje svjetla (trikromatske boje): crvena, zelena i plava. Apsorpcija i refleksija pojedinih valnih duljina iz ukupnog spektra odvija se na principu komplementarnog odnosa. U literaturi postoji nekoliko tumačenja pojma komplementarnih boja. Mogu se jednostavno definirati kao one boje koje na kružnoj paleti boja stoje jedna nasuprot drugoj, dijametralno (Parac – Osterman, 2013:12). Komplementaran (lat. *complere* – ispuniti, napuniti) znači nadopunjujući, dopunski, upotpunjujući. Prema navedenom može se reći: ako se iz ukupne svjetlosti reflektira dio koji odgovara žutoj boji, istodobno će se apsorbirati njoj komplementarni dio spektra, a to je plavi. Tako svaka obojena podloga kao filtar propušta ili reflektira svjetlo vlastite boje, a apsorbira svjetlo komplementarne. Jedna boja je

komplementarna drugoj ako njihova svjetla (reflektirani i apsorbirani dio), kad se zbroje, daju bijelo svjetlo (Parac – Osterman, 2013:13).

#### **4.6. Koje su primarne boje?**

Primjeri raznolikosti boja su mnogi. Jedan od primjera jest i onaj koji se tiče zbunjujuće mnogostrukosti primarnih boja. Doima se kao jednostavno pitanje. Koliko je primarnih boja? Dvije škole suvremenih teorija, aditivna i suptraktivna, kažu tri (crvena, zelena i ljubičasta svjetlost kod aditivne; plavkasto-crven, žut i cijan pigment ili tinta kod suptraktivne). Treća pak škola, perceptivna, kaže četiri (crvena, žuta, zelena i plava). Isaac Newton, čije je revolucionarno djelo *Optiks* iz 1704. godine bazirano na sedam primarnih boja, odjeknuo je u djelu Wilhelma Ostwalda sa početka 20. stoljeća. A.H. Munsell, jedan od najistaknutijih teoretičara prošlog stoljeća, odredio je pet primarnih boja.

Većina djela Vasilija Kandinskog i njegovih vježbi pri podučavanju temeljeni su na šest primarnih boja, dok su se njegovi kolege s Bauhausa Paul Klee i Johannes Itten priključili sistemima utemeljenima na pet primarnih boja. Jedan od temeljnih koncepata analize boje prkosio je konsenzusu kroz povijest, ostavljajući filozofe i praktične koloriste jedva nešto bliže razrješenju ovih diskrepancija nego što su to bili stoljeće prije.

Pitanje primarnih boja samo je jedno od kontroverznih problema u modernoj studiji boje. Naglašava jaz u kojem teorija i znanost nisu uspjeli prekriti ekscentričnost ponašanja boje i načina na koji ljudi o boji pričaju.

Želja za sređenim sistemom primarnih boja jedan je od većih paradoksa teorija boja. Kao velika potraga za primarnom filozofijom, koja je zaokupljala moderne mislioce od Martina Heideggera do Richarda Rortyja, izaziva osnovne baze odnosa uma i osjeta. Filozofski spisi na temu boja su dio te veće potrage. Velika je tradicija plemenitih pokušaja filozofa, uključujući Aristotela i Lukrecija, u objašnjavanju fenomena boje, kao i srednjovjekovnih klerika kao što je Teofil, benediktinski svećenik iz 12. stoljeća, čiji su ponovno otkriveni spisi potaknuli Lessinga, Hegela, Kanta, Schopenhauera i ostale da se krenu baviti objašnjavanjem ponašanja boja i njihovih funkcija.

Potruga za primarnim nije samo filozofsko pitanje već i hitna stvar za slikare, kompozitore i pisce željne stvaranja materijala koji je oboje, originalan i univerzalan. U stoljeću u kojem je retorika čistoće dominirala u umjetnosti, kao i potreba za pojednostavljenjem slikanja i skulpture kako bi se ponovno otkrili najosnovniji elementi, kromatika se pokazala velikom

silom, kao što slike i teorije Maljeviča, Mondriana, Newmana, Stelle i Halleya pokazuju (Riley, 1995:20).

Ako postoji problem koji izluđuje teoretičare boje onda su to poteškoće prilikom pokušaja objašnjavanja ponašanja boja unutar razrađenih ljestvica i dijagrama koje osmišljavaju. Tablice i ostali shematski pristupi su linearni i čini se kako nisu u mogućnosti po prirodi odgovarajuće prikazati kromatsko ponašanje. Postoje kotači boja, skale, atlasi, piramide, sfere i svakojake savijene geometrijske konfiguracije. Svaka nudi svoju formulu za primarne i komplementarne boje, harmonije i disonance. Nijedna nije iscrpna niti točna. Cilj je planarno i prostorno prikazati međudjelovanje, vibraciju, kretanje prema i od promatrača, promjene, pomicanja i fenomen premještanja kod boja. Drugim riječima, statični prikaz trebao bi uhvatiti dinamične efekte unutar oka u njegovom najaktivnijem stanju. Nadalje, karakterizacija odnosa boja dodatno je enigmatična obzirom na jake emocionalne odgovore koji su tu također uključeni. To sve vodi do vječno nedostižnog pojma osjeta boje, zavidnog instinkta određenih slikara, pisaca i muzičara za koje je praksa s bojama zakon sam po sebi (Riley, 1995:25).

#### **4.7. Jezik boja**

Propitivanje unutar teorija boja proširuje se i na jezik i preispitivanje referencijske kvalitete terminologije zbog čestih dilema teoretičara boja prilikom uspostavljanja primjerenog skupa naziva za određene tonove. Većina teorija predstavljene su tekstualno, a problem nazivlja stalno se nameće. Terminološki sistemi dobro funkcioniraju kod onoga što je poznato o boji, međutim podbacuju prilikom opisivanja ostalih raznolikih svojstava ili složenijih kombinatornih mogućnosti. Boja se ponovno pokazuje nedostižnom za odrediti, na očaj pjesnika i zbunjenost filozofa poput Wittgensteina i Derride čiji se argumenti oslanjaju na ostatke jezičnih mreža u vezi s etimološkim, semantičkim i gramatičkim linijama. Boja se odbija prilagoditi shematskim i verbalnim sistemima (Riley, 1995:33).

#### **4.8. Boja u modnom marketingu**

Otkad je s Industrijskom revolucijom započelo donošenje šire ponude dobara i proizvoda potrošačima na izbor, boja postaje sve važnija u razvoju, oglašavanju i prodaji tih dobara. Ovo je posebice istinito za modnu industriju. Zahvaljujući današnjoj visokosofisticiranoj, multinacionalnoj industriji u kojoj se masovno proizvodi, potrošač je postao naviknut na veliki izbor boja odjeće. Prema riječima *International Colour Authority*ja „Boja dolazi prije

stila i cijene i prvi je faktor na koji kupac reagira.” Ali kako to točno brend ili trgovac utvrde odgovarajuću paletu boja za svoje proizvode? Kakav je proces prema kojem dizajneri i kupci biraju boje – i otkuda te boje dolaze? Prognoziranje boja (tzv. color forecasting) proces je predviđanja vjerojatnog trenda boja i njenog smjera u spektru mode i potrošačkih proizvoda vezanih uz nju. Dizajnerima, trgovcima i produkt developerima pruža smjer, pomažući im u odabiru boja koje će odgovarati kupcu i poticati prodaju. Važnost prognoziranja boja – istraživanja, predviđanja i tumačenja boja kako bi se potakla prodaja proizvoda – razvila se kao opravdan i neophodan posao, kojeg student modnog dizajna ili modni marketinški stručnjak mora razumjeti. Dok prognoziranje boja zahtjeva veliki udio istraživanja, također je i kreativan proces i trebao bi biti obavljan s užitkom. Nažalost, za mnoge od nas to je neugodan i rizičan posao nagađanja (Scully, Johnston Cobb, 2012:7). Boja je moćan prodajni alat koji može utjecati na našu odluku o kupnji. Zamislite svijet u kojem su sva prodajna mjesta ispunjena monokromatskim proizvodima. Ili svijet u kojem je potrošaču sve dostupno samo u crnoj boji. Bez emocionalne privlačnosti boje proizvodi bi se kupovali samo u utilitarističke svrhe (Scully, Johnston Cobb, 2012:10). Dobrim prognoziranjem boja brendovi i trgovci dosljedno koriste boju kako bi se pravilno obratili potrošaču i potaknuli prodaju. Boje su pomno odabrane kako bi odgovarale njihovoj jedinstvenoj potrošačkoj bazi. Njihove palete nude raznolik izbor ali ne preplavljaju kupca nepotrebnom količinom izbora. Opseg je određen tako da se boje međusobno upotpunjuju. Djeluju novo, ali ne previše novo i mogu uključivati određene boje prenijete iz prethodne sezone ili klasične boje kao što su crna, kaki, bijela, siva, “navy”. *Color Marketing Group*, međunarodna udruga za stručnjake dizajna u području boja, saželi su učinak boja u svom motu “Boja prodaje, ispravna boja prodaje bolje.” Ispravno odabrana boja može učiniti da proizvod nestane s policama, dok kriva boja može biti skupocjena greška, s posljedicama gubitka prodaje, padovima i povratkom robe proizvođaču (Scully, Johnston Cobb, 2012:12). Dobro prognoziranje boja potiče prodaju pomoću razvoja ispravnih boja u za njih ispravno vrijeme. Cilj je stvoriti boje za proizvode koje će kupac poželjeti kupiti. Te boje moraju kupcu odgovarati iz emocionalnih i psiholoških razloga. Mogu ili ne moraju biti dio cjelokupnog sezonskog trenda, ali trebaju odašiljati duh vremena i način života potrošača (Scully, Johnston Cobb, 2012:14). Zašto se neke boje ili grupa boja prodaju dobro u određenoj sezoni, dok druge ne? Iako nema pravila ili formule za razvoj boja, dizajneri uobičajeno ne izabiru boju čisto na temelju hira. Proces prognostičkih promjena kod potrošačkih preferenci zapravo je složen. Prognoziranje boje kreativan je proces koji zahtijeva zdravu dozu inspiracije i intuicije. Roseann Forde, nekadašnja direktorica svjetske mode u DuPontu (sada Invisti), vjeruje kako “intuicija igra bitnu ulogu u odabiru palete boja, obzirom



kako je to umjetničko nastojanje. U nama je kreativni dio koji slaže boje na način koji je ugodan oku i obraća se promatraču.” Prognošičar boje mora naučiti “kako vidjeti” boju u trenutku, ali i unutar šire slike, s razumijevanjem emocionalnih i psiholoških konotacija koje nosi i kako će utjecati na prodaju. Nije uvijek jednostavno predvidjeti uspješnost određene palete. Boja je samo jedan element privlačnosti proizvoda ili nedostatka istog. Naravno, moguće je promašiti paletu i učiniti pogrešku jer paleta boja može biti umjetnički predivna, ali ne uspostavlja vezu s potrošačima. Stoga je prognoziranje boja oboje, umjetnost i znanost. Sezonski prognošičar boja pokušava uhvatiti želje i potrebe kupaca putem promatranja i analiza kulturnih trendova i potrošačkog ponašanja, te to kombinira s kreativnim osjećajem za boju i dizajn, kao i jakom dozom intuicije i inspiracije (Scully, Johnston Cobb, 2012:16). Boja je svojevrsni prečac koji prenosi poruku brzo i direktno bez upotrebe riječi ili kompleksnih slika koje zahtijevaju vrijeme, boja “hvata” našu pažnju i šalje poruku koja može izmijeniti naše viđenje proizvoda. Nigdje se to ne iskazuje kao tolika istina kao kod odjeće koju biramo nositi. Boja u modi može nam promijeniti raspoloženje, kako se osjećamo sami sa sobom i kako drugi reaguju na našu pojavu. “Ako je moda jezik, onda je boja jedno od glavnih načina izražavanja” objavila je Veronica Culatti na blogu pod nazivom *Chromophilia*. Korištenje boje kao sredstva koje daje značenje i identitet proizvodu, oslanja se na razumijevanje poruka i značenja boja i naših reakcija na njih. Naša percepcija prirodnog svijeta oslanja se na unutrašnju memoriju i pokreće odgovarajuće reakcije koje su urođene i univerzalne: plavo nebo i zelena trava vesele su i umirujuće, implicirajući kako je vrijeme povoljno i usjevi rastu, dok su žuto-crne pruge, tamni, sivi oblaci ili krvavo crvena znakovi opasnosti (Scully, Johnston Cobb, 2012:18). Naše poimanje i korištenje boja stoga je urođeno, kulturološko i krajnje individualno. To uključuje i naše korištenje boja prilikom odijevanja. Društvene promjene također mogu biti potaknute događajima unutar umjetnosti, sporta, politike, ili bilo kojim događajem diljem svijeta kakve doživljavamo svaki dan. To može biti haljina koju je glumica obukla na crvenom tepihu, muzejska izložba, arheološka otkrića, tehnološki pomaci ili izbor novog predsjednika. Prognošičar boje mora, ne samo biti potpuno prisutan u trenutnim kulturnim zbivanjima, nego mora imati i razumijevanje povijesnih kultura i umjetničkih miljea. Primjerice, povećana svijest o klimatskim promjenama prošlog desetljeća i potreba za očuvanjem prirodnih resursa, potaknula je porast u preferiranju plavih i zelenih tonova, boje zraka i vode. Ekonomska kriza 2008./2009. potaknula je rast vrijednosti materijalne imovine kao što su zlato, srebro i platina – i stoga se dogodio preporod metalik boja i dorada. Još jedan primjer kulturološkog trenda koji je odaslao promjenu kod potrošačkih preferenci boja bilo je slavlje dvjestogodišnjice Darwinova rođenja 2009. godine.

Ovo je uzrokovalo naš pojačani interes za prirodu i autohtone kulture, te su brojni dizajneri kreirali uzorke i palete inspirirane prirodnim staništima, divljim životinjama i domaćim rukotvorinama. Boje poput džungla zelene, zemljano smeđe, prirodne boje kože, bež i bijelih tonova počele su se pojavljivati (Scully, Johnston Cobb, 2012:21).

#### **4.9. Kulturološke razlike**

Tijekom ranog Kršćanstva, žuta boja označavala je heretika, dok je u Kini kroz povijest, žuta bila boja vladara, te toliko plemenita da je bila zabranjena puku za nošenje. U zapadnoj Europi to je bila ljubičasta obzirom na rijetkost i cijenu ljubičastih bojila. Zelena je sveta boja Islama, dok ju je u Engleskoj moguće povezati s propadanjem i bolešću, ali i s plodnošću i novim životom. Na Zapadu roza je asocijacija pastelnog tona namijenjena curicama; u Aziji i Hispano kulturama je to svijetla fuksija ili "magenta". Kaki boja je originalno specifična boja uvedena za uniformu pukovnika 1880-ih. Naziv kaki danas se koristi za široki spektar bež tonova, obično viđenih kod svakodnevnih hlača. Crvena je boja slavlja koju nose mlade u većini Istočnih kultura, ali na Zapadu je povezana sa subverzivnim seksualnim ponašanjem, primjerice kao *Red light district* (Scully, Johnston Cobb, 2012:18).

## 5. CRVENA

### 5.1. Iz društveno-kulturoloških aspekata

Crvena je boja arhetip, prva boja koju su ljudi savladali, proizvodili, stvarali, raščlanili na različite nijanse, prvo u slikarstvu, kasnije u bojadisanju. To joj je dalo prvenstvo nad svim drugim bojama kroz tisućljeća. To također objašnjava činjenicu zašto u mnogim jezicima ista riječ istovremeno ima značenje "crveno", "predivno" i "raznobojno". Iako je danas plava boja nenadmašivo najdraža boja Zapada i iako je uloga crvene u našim današnjim životima možda izgubila nekadašnju važnost, koju je imala u vrijeme Grčke i Rima te Srednjeg vijeka, i dalje je to najjača, najuočljivija boja, koja prednjači bogatstvom poetičnih i simboličkih mogućnosti. Baviti se ovom bojom nije jednostavan zadatak uzevši u obzir mnoga područja u kojima crvena igra veliku ulogu i mnoga pitanja koja njeno proučavanje nameće. Povjesničar, lingvist, sociolog i antropolog uvijek će imati više za reći o crvenoj nego bilo kojoj drugoj boji. Crvena je ocean! Kako se u njemu ne bismo utopili i kako bi ovo istraživanje ostalo na razumnoj razini, shvatljivo svakome tko čita, trebalo je skratiti, probrati i ponekad u potpunosti zaobići neke aspekte, zanemariti neka pitanja i dati prioritet nekoj misli vodilji (rječnik, odijevanje, umjetnost, simbolika). Boja nikada ne stoji sama za sebe, njen značaj jest derivat društvenog, umjetničkog i simboličkog i jedino unutar konteksta upotpunjeno funkcionira (Pastoureau, 2016:7).

Tisućama godina na Zapadu crvena je boja jedina bila smatrana vrijednom i pravom bojom. Kronološki i hijerarhijski nadmašivala je svaku drugu. Ne zbog toga što druge boje nisu postojale, nego su se morale načekati kako bi ih se smatralo bojama i kako bi zauzele neku usporedivu ulogu unutar materijalne kulture, društvenih kodova i sustava razmišljanja. Crvena boja bila je ta s kojom su ljudi po prvi puta provodili propitivanja boja i pokuse, postigli prve uspjehe i posložili kromatski svemir. Također, unutar opsega crvene naučili su razlikovati palete i proizvoditi različite tonove i nijanse, kao što najstariji poznati pojmovi o bojama pokazuju. Rječnik se doima u doticaju sa slikovnim praksama i tehnikama bojenja. U određenim jezicima ista riječ ima značenje "crveno" ili jednostavno "obojeno", ovisno o kontekstu, kao primjerice *coloratus* u klasičnom latinskom ili *colorado* u modernom Kastiljskom. U drugim jezicima pridjevi značenja "crven" i "prelijep" dijele zajednički korijen, primjerice u ruskom, u kojemu pojam *krasnyy* (crven) i *krasivy* (prelijep) spadaju u istu porodicu riječi. Nadmoćnost crvene boje može se pronaći i u svakodnevnom životu i materijalnoj civilizaciji. Na području Mediterana igrala je ulogu prilikom gradnje kuća i

gradova (cigle, pločice), u pomičnim predmetima (keramika i lončarstvo), u tkaninama i odijevanju (crveni tonovi bili su prestiž), kao i u nakitu, dodacima, gdje je služila kao svojevrsna zaštita ili donositelj sreće. Slično tome, u slikovnim prikazima ili prilikom rituala povezivala bi se s moći i svetim. Vrlo bogata simbolika vječito je u pratnji crvene boje i često se činila obdarena natprirodnim moćima. Izrazito poštovana u drevnim kulturama, crvena se činila ne samo prvom bojom, već i bojom "par excellence" (Pastoureau, 2016:12).

## 5.2. Prve palete

Vjerojatno je kako su ljudi, čak prije nanošenja boja na zidove, kamenje ili kosti, bojali svoje tijelo i kako je bojanje tijela starija praksa od bojanja zidova ili predmeta. Ali predstavlja li to prvo umjetničko izražavanje? Nemoguće je reći. Najviše što možemo jest pretpostaviti kako je i na tom području crvena bila nadmoćan ton jer je tako ostalo do danas. Žene i dalje ukrašavaju svoje obraze i usne upravo ovom bojom, a svijet kozmetike nudi najrazličitije i suptilne nijanse crvene. Jednako tako je i u ranije doba crvena igrala bitnu ulogu u ukrašavanju. Tome svjedoče silni crveni kamenčići, probušene školjke i komadi kostiju i zuba obojani u crveno koji su u Paleolitikumu korišteni za ogrlice, narukvice ili kao amajlije. U velikim količinama pronalazilo ih se na grobnim mjestima, teško je datirati starost, ali vjerojatno su povezani sa oslikavanjem tijela i spadaju u crvenu paletu obzirom da se smatralo kako ta boja ima zaštitna i magična svojstva. Primjerice, u pojedinim grobnicama su pronađeni komadići crvenog okera na ukopnim materijalima.

U egipatskoj kulturi, suha crvena boja pustinje često je stavljena u kontrast s plodnom crnom bojom Nilske doline. Strogo ikonografskoj funkciji nadodana je simbolična dimenzija; crvena je češće u negativnom kontekstu nego pozitivnom. Ne samo kako je to boja pustinje spaljene suncem, već je to i boja ljudi koji su tamo živjeli i od tamo došli, boja neprijatelja Egipćana. Signalizirala je nasilje, rat i uništenje. Također, to je i boja boga Setha, brata božice Isis i Osirisa, koji je često bio simboličko utjelovljenje zla. U prikazima bi mu kosu obojili crveno ili bi bio obučen u crvenu boju. Kao ubojica Osirisa i suparnik Horusa, simbolizirao je okrutnost, uništenje i kaos. Ime mu je uglavnom bilo ispisano crvenom bojom. Međutim, nisu sve egipatske crvene imale zao kontekst. Neke su označavale pobjedu, neke moć, a najbrojnije krv i životnu snagu. Čak su postojale i crvene nijanse koje su smatrane zaštitom od zla, primjerice amajlije od crvenog jaspisa za kojeg se mislilo kako je obojen krvlju ili suzama božice plodnosti Isis, često predstavljene u obliku junice u crvenom ogrtaču. Točna interpretacija značenja boja tog vremena i područja nije nikad do kraja razjašnjena kod

arheologa, a isto vrijedi i za drevni Bliski Istok; boja je zauzimala važno mjesto u dekoraciji zidova i namještaja ali njena interpretacija ostaje komplicirana. Čini se kako je u ovom slučaju crvena nešto pozitivno, vezano uz stvaranje, prosperitet, moć i štovanje božanstava, posebice onih koji predstavljaju plodnost. Sumerani i Asirci bojali su statue svojih bogova u jarke boje; bilo da su od kamena ili gline, dominantna boja gotovo uvijek je bila crvena. Istovremeno to je bila boja svetog i boja živućeg svijeta (Pastoureau, 2016:20).

### **5.3. Vatra i krv**

Neporecivo je kako je crvena igrala glavnu ulogu vrlo dugi period, kao da su joj podarene više ili manje čarobne moći koje druge boje nisu posjedovale. Zašto? Jedan odgovor vjerojatno se može pronaći u dvije glavne reference ove boje: vatra i krv, dva prirodna elementa koja su gotovo odmah u asocijaciji s crvenom, i susrećemo ih u gotovo svim društvima kroz sve vremenske periode njihove povijesti. Čak i danas gotovo svi jezični rječnici definiraju pridjev "crven" frazom poput "koji ima boju vatre ili krvi." Naravno ostale boje isto imaju jednu ili više jakih referenci u prirodi, ali se čini kako su manje univerzalne. Crvena se, s druge strane, uvijek i svugdje odnosi na vatru i krv. Povezanost crvene i krvi jasna je – svaki živući kralježnjak ima crvenu krv, ali povezanost crvene i vatre nije toliko očita. U stvarnosti je plamen zapravo rijetko kada crven, već češće narančast, žut, plav, ponekad bijel, bezbojan ili polikromatičan. Čak i užareni ugljen više naginje narančastome tonu nego crvenom. Zašto je onda u svijetu simbola i prikaza vatra uvijek crvena? Možda je to zato što se vatru doživljava kao živo biće, barem u drevnim kulturama u kojima je crvena bila smatrana bojom života. Kao izvor svjetla i topline, kao što je Sunce, s kojim vatru povezujemo, zaista se čini kako je vatra obdarena određenom autonomnom životnom silom. Kao živuće, natprirodno biće, vatra je od početaka bila objekt štovanja, a takvom je ostala i u zapisanim povijesnim razdobljima. U Indiji i Perziji, primjerice, gradili su hramove posvećene vatri u kojima su svećenici bili odjeveni u crveno (Pastoureau, 2016:23).

Krv je također izvor i života i smrti, ovisno o tome kruži li unutar tijela živoga bića ili iz njega otječe. Krv također omogućava ljudima komunikaciju s bogovima, uobičajeno u obliku krvavih prinošenja žrtvi koje uključuju rituale poput nuđenja životinjske krvi određenom božanstvu, kupanje u njejoj krvi, pijenje krvi životinje itd. Ponekad čista, ponekad nečista, ponekad sveta, ponekad tabu, krv može donijeti spasenje ili plodnost baš kao što može donijeti i izgon ili smrt. Ponekad su žrtvovane životinje morale imati crven ogrtač ili krzno,

jer se smatralo da bi boja udovoljavala bogovima ili bi prizivala osjećaj bogatije, jače, plodnije i hranjivije krvi životinje koja je u pitanju (Pastoureau, 2016:24).

Nadalje, u određenim kulturama, kao i kod kulta Dionizija u Grčkoj, vino je zamijenilo ulogu krvi pridonoseći time smanjenju životinjskih žrtvi. Vino je otada prolijevano po oltaru, podu, vatri, po svećenicima i sljedbenicima, kao što je to u prošlosti bila krv. Vino je zaista ekvivalent krvi, ali specifične vrste krvi, one iz vinograda. Također je i piće života i besmrtnosti; izvor energije, zdravlja i veselja; simbol znanja ili inicijacije. Vinograd se sam po sebi smatrao darom bogova. Koja god da mu je stvarna boja, simbolično ga se povezivalo s crvenom i tako je ostalo do danas. U tom smislu, bijelo vino u stvari nije vino. Dioniz, bog vina i vinogradarstva, često je prikazivan odjeven u crveni ogrtač, s crvenom kosom i ružičastim tenom. Ove privilegirane veze koju su najdrevnije religije uspostavile između crvene boje i životnih sila, mogle su se zamijetiti i prilikom pogrebnih praksi (Pastoureau, 2016:26). Kao što su u Paleolitu mrtvi bili smješteni na ležaj od crvenog okera, mnogi pokojnici prvog stoljeća prije Krista okruženi su crvenim predmetima u svojim grobnicama ili sarkofazima, crvena ih je boja trebala štititi u zagrobnom životu i pomoći im pri povratku dijela životnih sila. Našlo bi se blokova hematita ili rumenice; crvenog kamenja i crvenog topljenog stakla; posuda s vinom ili krvlju; tkanine, nakit i statue te voće i cvjetne latice, sve crvene boje (Pastoureau, 2016:29).

#### **5.4. Bojadisanje crvenom bojom**

S popriličnom sigurnošću može se ustvrditi kako je bojadisanje, kao i slikanje, prvo postignuto unutar opsega crvenih tonova boje. Najstariji sačuvani komadi tkanine nude dokaz; datiraju vremenu oko početka trećeg tisućljeća prije Krista i svi pokazuju tragove crvene, i samo crvene boje. Puno je zapisa kako su drevni Egipćani bili vješti bojadisari. Kod crvene, bila su dva osnovna izvora bojila, broć i kermes, ali mogu se pronaći i tragovi drugih izvora bojila (eng. murex, carthamin, henna). Ta ista bojila pronađena su na Bliskom Istoku kao i na većini Mediteranskog područja u prvom tisućljeću prije Krista.

Kana (eng. henna) jest grm koji raste u toplim krajevima, čiji listovi, osušeni i pretvoreni u prah, daju snažno bojilo za bojenje u crveno ili crvenkasto-smeđe, ne samo namijenjeno tkaninama već i koži, drvu, kosi, noktima i bojanju različitih dijelova tijela. Žene su ju koristile (a u nekim kulturama koriste i danas) kao šminku.

Šafranika (eng. carthamus, safflower) je biljka od čijeg se cvijeta dobivalo bojilo ponekad crvenog, ponekad žutog tona. Grci i Rimljani koristili su ju za dobivanje narančastih tonova (Pastoureau, 2016:37).

Broć je trajnica koja divlje raste na raznovrsnom tlu, posebice vlažnom i močvarnom i njezino korijenje ima snažna bojadisarska svojstva. Nije poznato točno vrijeme i područje prvih bojadisarskih praksi ali se zna kako je pružala čitav opseg crvenih tonova. Stoga možemo pretpostaviti kako je broć bio korišten prvi. Davao je jake, kvalitetne tonove koje su bojadisari ubrzo naučili varirati koristeći se različitim učvršćivačima boja. S vremenom su mediteranski bojadisari usavršili bojadisanje broćem i crvene tonove, što nije bio slučaj s drugim bojama. U Rimskom Carstvu, bojadisanje broćem postupno se razvilo u pravu industriju. Određene regije specijalizirale su se u uzgoju biljke: sjeverna Španjolska, Sirija, Armenija, Perzijski zaljev. Broć je pokazivao brojna svojstva pogodna za bojenje i nudio je raznolikost dubokih, predivnih crvenih tonova. Ali imali su manu, bili su bezizražajni. Zato su Grci i Rimljani često birali bojila koja su bila skuplja i teža za dobivanje, ali su davala jače, izražajnije tonove: kermes (*coccum*). Bila je to tvar životinjskog podrijetla, izdvojena iz sasušenih tijela insekata sakupljenih s listova pojedinog drveća i grmova. Samo su ženske insekata korištene za dobivanje bojila i morale su biti uhvaćene u trenutku kada su se spremale položiti jaja. Izlaganje insekata octenim parama te potom sušenje na suncu, pretvaralo je kukca u svojevrsno smečkasto zrnce koje bi, kada bi se gnječilo, ispuštalo mrvicu intenzivnog crvenog soka koji se koristio kao bojilo. Rezultat je bila ujednačena, snažna i blistava crvena boja, ali je bila potrebna velika količina kukaca kako bi se dobile male količine bojila. Stoga je cijena bojila od kermesa bila visoka i ono se koristilo isključivo za luksuzne tkanine (Pastoureau, 2016:38). Ubrzo su se bojadisari usavršili u određenoj boji i vrsti bojila, pa se razvilo 6 različitih kategorija umjetnika dobivanja crvenih tonova: *sandicinii*, *coccinarii*, *purpurarii*, *spadicarii*, *flammarii*, i *crocatarii* (Pastoureau, 2016:39).

## 5.5. Crvena unutar rječnika

Proučavanjem rječnika otprilike stotine jezika, Berlin i Kay ustvrdile su red postupnog pojavljivanja termina vezanih uz boje. Prema njima, svaki jezik posjeduje riječ za bijelo i riječ za crno. Ako postoji treća, uvijek se odnosi na crvenu, četvrta je ponekad zelena ili žuta, peta je nekad žuta ili zelena, šesta je plava, itd. Takav slijed je navodno univerzalan i povezan sa razinom tehnološkog napretka društva o kojem se radi. Što je tehnološki društvo naprednije, to je kromatski vokabular bogatiji i raznolikiji. Ova tvrdnja opravdano je izazvala brojne

kritike. Prvo, ništa nije univerzalno kada se govori o rječniku. Neki jezici ne sadrže niti jedan termin vezan uz boje, čak niti riječ "boje". Neki nemaju termin za bijelu ili crnu ili one riječi koje se na njih odnose ne smatraju se kolorističkim pojmovima. Drugo, i bitnije, veza između bogatstva vokabulara i tehnološkog napretka daleko je od dokazane. Moderni europski jezici, primjerice, koriste svakodnevni kromatski vokabular koji je ograničeniji u usporedbi s nekim vokabularima autohtonih jezika sub-Saharske Afrike, centralne Azije ili Oceanije, a kojima govore vrlo male populacije. I dalje je istinito kako su u većini drevnih jezika, crvena, bijela i crna češće označena imenima nego zelena, žuta i plava. Čak imaju i obilan vokabular vezan uz sebe. To je slučaj i kod klasičnog latinskog. Standardno, crna i bijela izražene su sa po dvije riječi, svaka. *Albus* i *candidus* za bijelu, *ater* i *niger* za crnu. Zelena je izražena samo jednom riječju, *viridis*, žuta sa nekoliko loše definiranih pojmova te plava sa nekoliko semantički neutvrđenih naziva. Crvena pak, ima čvrst bazičan pojam *ruber*, uz kojeg se javlja i često korišten *rubeus*, koji su dalje nadopunjavani bogatim, raznolikim rječnikom koji obuhvaća široku paletu crvenih tonova. Tako se mogao naći prikladan naziv za opis rumenih ženskih obraza (*roseus*), brončane kože mornara (*coloratus*), rumenog tena seljaka (*rubidus*), i odvratno rumeno lice germanskog divljaka (*rubicundus*) (Pastoureau 2016:51). Rimski su povjesničari, poete i govornici pažljivo razlikovali sve nijanse crvene, dok su manje pažnje davali žutoj i zelenoj, a gotovo nikakvu plavoj. Bili su pažljivi spram povijesti i etimoloških veza različitih naziva crvene. Crvena je bila boja snage, energije, pobjede i moći (Pastoureau, 2016:52).

## 5.6. Crkvena simbolika crvene

O tumačenju ove boje kroz Bibliju i Crkvene prikaze moglo bi se toliko toga reći i ući toliko duboko u filozofiju da bismo se putem vjerojatno pogubili u silnim tumačenjima i simbolici. Međutim, navest ćemo par osnovnih smjerova kretanja tih tumačenja koja su dalje imala cijeli spektar utjecaja; u umjetnosti, filozofiji, politici, sociologiji, psihologiji, itd.

U crkvenoj simbolici, uzeta kao zlo, crvena, boja vatre, vezala se uz plamenove iz pakla i zmaja Apokalipse čije je tijelo crveno poput vatre. Ova je crvena ona koja je varala i obmanjivala, bješnjela i uništavala, emitirajući svjetlost više uznemirujuću od tame, prema modelu paklene vatre koja je gorila bez osvjetljavanja. Ova crvena bila je uglavnom ona od vraga i demona; u minijaturama i zidnim slikarijama iz romaničkog doba demoni često imaju crvene glave. Sotona nije uvijek prikazan crvenim, ali njegova glava često jest te boje, podsjećajući na vatru iz pakla i zločine počinjene u njegovo ime. To će također biti i boja



izdajica, Kaina i Jude, kojima će biti dodijeljeni crveni ogrtači, gorući i opasni poput vatre. Međutim ova ista crvena boja vatre, uzeta kao nešto dobro, označavala je pojavljivanje Boga. U Starom zavjetu, Jahve se često pojavljuje kroz vatreni medij, kao u epizodi s gorućim grmom ili kada su Židovi napuštali Egipat vođeni vatrenim stupom. U Novom zavjetu, ista vatrena crvena, božanstvena u svom porijeklu, predstavlja Duha Svetog, koji "daje život". Ona je svijetlost i dašak života, moćna i topla. Takva crvena sja, pobuđuje, obnavlja, okuplja, snaži i pročišćava. To je crvena božanske ljubavi, *caritas* crvena, veoma značajan pojam u srednjovjekovnom latinskom koji je označavao ljubav koju je Isus došao pružiti na Zemlji i ljubav prema bližnjem koja se javlja među Kršćanima.

Što je više Kršćanstvo napredovalo kroz vrijeme, više se činilo kako postaje vjera crvene i krvi. Jedan je glavni razlog tome: sve češća prikazivanja razapetog Krista i veličanje njegove ljubavi, sa štovanjem svete krvi kao posljedicom. Neki su umjetnici u svojim prikazima pokušavali jasno naglasiti razliku između krvi Spasitelja i mučenika i krvi običnog pojedinca, koristeći se jasnim, sjajnim tonovima za prvog, i zamućenim, tamnim tonovima za drugog. Na prijelomu iz 12. u 13. stoljeće, krv Kristova postala je toliko dragocjena i bila objekt takve posvećenosti, da su, obični sljedbenici, koji su prije primali pričest na oba načina, sada bili pozvani primiti ju samo putem kruha. Pričesno vino, pretvoreno u krv Kristovu, postalo je rezervirano samo za svećenika i članove klera (Pastoureau, 2016:64). Vjernici više na njega nisu imali pravo. Poveznica krvi i vina nameće pitanje boje vina. Koje boje je bilo posvećeno vino na Posljednjoj večeri? I koje boje bi pričesno vino, koje svećenik pretvara u krv Kristovu u spomen na Posljednju večeru, trebalo biti? Odgovor Crkvenih otaca jednoglasan je: crveno (Pastoureau, 2016:66).

### **5.7. Iskazivanje moći odijevanjem crvene boje**

Kao i kardinali, Papa je također figura viđena u crvenom ili barem crvenom i bijelom. Ovdje se ponovno bojom priziva simbolika krvi Kristove. Međutim, vremenom je obredna biskupska odora zamijenjena bijelom bojom. Zašto? Zbog odbojnosti boje previše politički i ideološki nabijene? Ili je pak, nošenje bijele značilo izdići se iznad drugih crkvenih dostojanstvenika, odjevenih polikromatski? Teško je donijeti zaključak (Pastoureau, 2016:69).

Jednostavan crveni ogrtač koji je nosio Charlemagne prilikom svoje krunidbe postat će teški i velik mantil, traženi atribut vladajuće moći. Do 1000. godine, mantil je postao dijelom tzv. *insignia imperialia*, skupa sa žezlom, mačem i svetim kopljem. I, kao i zastava Germanskog Svetog romanskog carstva, bio je crven, originalno u potpunosti crven, kasnije s bijelim

križem. Car nije bio jedini vladar u feudalnoj Europi koji je uzeo crvenu boju kao amblem. Isto su činili brojni kraljevi koji bi primili odjevni predmet ili zastavu te boje prilikom krunidbe (Pastoureau, 2016:71).

Takve prakse i predmeti kazuju o tome kako je crvena boja održavala direktnu povezanost s moći na srednjovjekovnom Zapadu. Ne samo kako su se važne feudalne ličnosti poput grofova i baruna okretali crvenom pri svome predstavljanju, već su to činili i predstavnici kralja ili cara i manji lordovi koji su ih oponašali na svoj način.

Crvena je također nošena kako bi se iskazala moć u ime treće strane. Zato su suci, u stvarnim sudnicama, kao i u ikonografskim prikazima minijatura, bili neizbježno odjeveni u crveno, boju njima dodijeljene moći i funkcije. Ali to je također, generalno, bila simbolička boja pravde, bez obzira bila to Božja pravda ili ljudska. Anđeo koji je protjerao Adama i Evu iz Raja također je prikazan kao crveni anđeo, djelatelj pravde.

Crvena pravde, crvena grijeha, crvena kazne, crvena krvi koja će se proiliti; ovu simboliku boje pronaći ćemo kako traje i nastavlja se i u moderno doba (Pastoureau, 2016:73).

## **5.8. Boja ljubavi i ljepote**

Svaka žena koja se smatrala lijepom održavala je bliske odnose s crvenom bojom, bilo da se radilo o njenom tijelu, odjeći, ukrasima ili strastima njenog srca. Crvena je bila boja ljubavi, blistavosti i ljepote. Naglašavao se sjaj tena i kontrast između bjeline kože te crvenih usana i obraza. Ako je bilo potrebno, to crvenilo bi se naglašavalo različitom šminkom koju su dame visokog društva itekako koristile, unatoč stalnim osudama moralista. Za Crkvu je upotreba šminke bilo zavaravanje, grijeh, napad na prirodno stanje poželjno prema Stvoritelju. Samo crveno na obrazima, na bazi hematitnog praha, toleriralo se kao znak skromnosti. Crveno na usnama pak, izazivalo je gnušanje, bilo je to nešto što ženu transformira u vješticu ili pak prostitutku (Pastoureau, 2016:80).

Boja ljepote i sjaja, ali iznad svega boja ljubavi, bilo mistične ili tjelesne. U tekstovima i slikovnim prikazima, pronalazimo ju u asocijaciji s Kristovom ljubavi spram čovjeka, kao i nježnost koja povezuje dvoje supružnika, tjelesni snošaj između ljubavnika te kao najekstremniji razvrat. Srednjovjekovna crvena pokrivala je veoma široko simboličko polje i izražavala je ljubav u svim njenim oblicima. U suprotnosti je požuda, jednako crvena ako ne i jača, pogotovo kada se radi o prostituciji. Ali do kraja Srednjeg vijeka neki općinski propisi zahtijevali su da prostitutke nose neki odjevni komad drečave boje kako bi ih se razlikovalo

od čestitih žena. Ova poveznica crvene boje i prostitucije pronalazi svoje korijene u Bibliji (Pastoureau, 2016:83). U ikonografiji kasnog Srednjeg vijeka i ranog modernog doba, Marija Magdalena često je odjevena u crvenu halju ili ogrtač, ambivalentnu boju koja priziva njen prijašnji status prostitutke ali i naglašava njenu ljubav prema Kristu. Minijature 13. i 14. stoljeća često su odabrale crvenu u boju u prikazima ljubavi koja ujedinjuje dvoje mladih ljudi. Na turnirima, kada bi dama dala rukav svoje haljine svojem vitezu u pratnji, ili kada bi ga obećala budućem pobjedniku, gotovo uvijek je to bio crveni rukav. Taj je rukav bio znak postignute pobjede. Kada bi dama ponudila svoj rukav, najčešće je značilo kako nudi i puno više. Crveno voće je također imalo simbolične attribute ljubavi, posebice trešnje. Nuđenje trešnji značilo je izjavu ljubavi bez upotrebe riječi. Za srednjovjekovni senzibilitet nijedna druga kombinacija nije predstavljala toliko moćan kontrast kao što su to činile crvena i bijela (Pastoureau, 2016:85).

Crvena ruža simbol je ljubavi i vjernosti. Prema grčkoj legendi Adonisa je u lovu ubio divlji vepar i iz njegove krvi niknule su crvene ruže. U grčkoj mitologiji crvena ruža simbol je ciklusa rasta i propadanja, a ujedno znak ljubavi i privlačnosti. Crvena ruža posvećena je Afroditi, božici ljubavi i rimskoj božici Veneri. U našoj seoskoj kulturi crveno licitarsko srce i jabuka znak su ljubavi. Crvena jabuka znak je pristanka na brak. Crvene pisanice djevojke su poklanjale mladićima u znak naklonosti i ljubavi. U velikom dijelu Europe u seoskim je zajednicama crvena vjenčanica bila uobičajena još u 19. stoljeću. Takvu su vjenčanicu nosile i mladenke u Kini, Indiji te u velikom broju drugih azijskih zemalja (Brenko, 2009:21).

## **5.9. Boja upozorenja, opasnosti, zabrane i kontrole**

Vrlo uočljiva u prirodi, crvena djeluje kao simbol opasnosti i upozorenja ili kao sredstvo seksualne privlačnosti. U sferi kulture ona predstavlja sličan dualizam, budući da crvena boja krvi simbolizira i život i smrt. U Starom zavjetu crvena asocira na iskušenje, krivnju i zabranu. Plodovi drveta spoznaje (najvjerojatnije se radilo o naru) crvene su boje. U Egiptu to je boja Setha, boga zla i svega što je štetno. Crvenom tintom označavale su se i riječi zlokobnog proročanstva, imena Apopisa, zmije-demona neprijateljstva. Egipćani su crvenu boju koristili i za naslove poglavlja u knjigama, nazive bolesti i uputstva za doziranje lijekova. Na uputstvima za korištenje lijekova, upozorenja o prekoračenju doze i danas se ističu crvenom bojom. Tijekom srednjeg vijeka u zapadnim se društvima uvriježio latinski termin *rubrica* koji je u početku označivao crvenu boju, a s vremenom je postao termin za tekst koji slijedi iza crvenog naslova. Ispravci u tekstu ili zadaćama također se označuju crvenom

bojom. Od 18. stoljeća crvena krpa signalizira opasnost. Crveno svjetlo na semaforu znak je zabrane, crveni karton u nogometu znak za isključenje. Alarm i crveni telefon služe za upozorenje (Brenko, 2009:19).

### **5.10. Zastave**

Crvena je očito dominantna, prisutna u više od tri četvrtine (77%) zastava 200-tinjak zemalja koje se smatraju "neovisnima" u 2016. godini. To su ogromne proporcije. Sljedeća u nizu je bijela, zelena, plava, žuta te crna. Zašto je crvena sveprisutna? Nije dovoljno reći kako je to zbog najjače simboličke moći te boje. Mora se uzeti u obzir kako je, današnji sistem zastava na 6 kontinenta, zapadna tvorevina. Stvoren je prema senzibilitetu i kodifikaciji koji originalno pripadaju kršćanskoj Europi i tek su se nedavno proširili po cijelome svijetu. Linija koja veže grbove i zastave nije direktna ali veksilologija je neporecivo dijete heraldike, sistema znakova u kojem crvena dugo biva dominantnom bojom. Osnovni razlog sveprisutnosti crvene u zastavama leži u tome, ali ne samo u tome. Drugi bitan faktor je kako zastava nikad ne postoji u izolaciji, ona često odgovara jednoj ili mnogim drugim zastavama čije boje prisvaja i reorganizira. Primjerice, zastava SAD-a koja potječe iz 1777., namjerno ponavlja plavo-bijelo-crvenu Britanske zastave, neprijateljske zastave, ali ih slaže na drukčiji način. Nešto nedavnije, u komunističkom svijetu, mnoge zastave duguju svoju crvenu zastavi SSSR-a i, manje direktno, mitskoj crvenoj zastavi. Još je jedan sustav znakova potekao iz Europe i proširio se svijetom a daje crvenoj dominaciju: cestovni znakovi. Također nasljedstvo srednjovjekovne heraldike, gradi svoja upozorenja kao pravi grbovi, čak i više nego što to čine zastave. Uistinu, gotovo svi cestovni znakovi slijede heraldičko pravilo korištenja boja i mnogi mogu biti opisani heraldičkim jezikom (Pastoureau, 2016:177).

### **5.11. Mitologija vezana uz crvenokose**

Različiti stručnjaci pokušavali su objasniti diskriminirajući položaj ljudi riđe kose u europskoj kulturi. U skladu sa srednjovjekovnom tradicijom, izdajnici, vjerolomci, ubojice, nevjernici i lažljivci ikonografski su se prikazivali s riđom kosom ili bradom: Kain, Dalila, Šaul, Ganelon, Mordret i sl. Juda je vjerojatno najpoznatiji primjer. Boja izdaje, kako ju opisuje Pastoureau, bila je mješavina loše žute i crvene. U toj je mješavini prevladala crvena. Po grčkoj mitologiji Tifon, golemo čudovište, neprijatelj Zeusa, imao je crvenu kosu, a prema nekim izvorima za žrtvu su mu prinosili riđokose ljude. Slični podaci postoje u Egiptu, gdje su Sethu, zlom božanstvu, također žrtvovali riđokose. U traktatu o fizionomiji iz 3. stoljeća prije Krista koji

se smatra Aristotelovim, riđima se pripisuju osobine poput pokvarenosti, podmuklosti, surovosti i prijetvornosti. U germansko-skandinavskoj mitologiji, s obzirom na svjetlokosu nordijsko stanovništvo, očekivao bi se bolji tretman crvenokosih u odnosu na njihov položaj u mediteranskoj kulturi. No i tamo nailazimo na slične ideje vezane uz crvenokose i riđobrade. Gnjevni bog Thor, kao i njegov pomagač Loki koji sije zlo i uništenje, crvenokosi su. Crvene životinje poput crvendaća, lisice i vjeverice, bile su Thorovi sveti simboli. Srednjovjekovno kršćanstvo samo je nastavilo i ojačalo tradiciju po kojoj crvenokosi imaju lošu reputaciju. U tom kontekstu i crvenokose žene dobivaju reputaciju vještica i prostitutki. Postoje različite hipoteze koje pokušavaju objasniti takav stav. Osobito su neuvjerljiva tumačenja temeljena na biološkoj osnovi koja tvrde da nedostatak pigmentacije kože i kose svjedoči o genetskoj ili etničkoj degeneraciji, što onda dovodi u pitanje i moralne osobine takve osobe. U svim kulturama, uključujući keltsku i skandinavsku, riđi su drugačiji, oni čine manjinu te na taj način krše poredak i zato bivaju diskriminirani. S vremenom je crvena boja postala oznakom i drugih pripadnika marginalnih skupina (Brenko, 2009:21).

## 5.12. Folklorni tekstil u Hrvatskoj

U hrvatskoj seoskoj kulturi postojala su nepisana, ali od zajednice sankcionirana pravila o odijevanju. Žena je u okviru seoske zajednice jače podvrgnuta društvenoj kontroli, pa njezina odjeća više ističe pripadnost pojedinoj društvenoj kategoriji. U Hrvatskoj, kao uostalom i cijeloj Europi, postojalo je statusno rangiranje žena na djevojčicu, djevojku, isprošenu djevojku, mladenku, udanu ženu, udovicu, rastavljenu i neudanu majku. Crvena boja bila je rezervirana samo za mlađe dobne skupine. Premda psihoanalitičari nude raznovrsne interpretacije odjeće Crvenkapice, možda je objašnjenje sasvim jednostavno; to je bila uobičajena odjeća djevojčica tog uzrasta u cijeloj Europi. Nakon rođenja prvog djeteta u nekim ruralnim sredinama u Hrvatskoj, žena više nije smjela nositi crvenom bojom ukrašenu odjeću. Što je starija, to je njezina odjeća manje upadljiva, s manje crvenog ukrasa. U Hrvatskoj Posavini jarka crvena boja karakteristična je za mlađu dobnu skupinu, a boje u mat tonovima tzv. terakotaste nazivale su se *gospockim bojama* i njima se ukrašavala odjeća žena srednje dobi. Različiti tonovi crvene boje imali su drugačije konotacije. Između dvaju svjetskih ratova, prema istraživanju Jagode Vondraček-Meser, kustosice Muzeja Sesevskog prigorja, odjeća i kućni tekstil u tom području bili su ukrašavani bojama koje su se dijelile na *šare* i *proste* (Brenko, 2009: 25). U Konavlima je crvena boja također osnovna boja ukrasa, a ona je varirala od svijetlocrvene, koju su nazivali *šipkova* boja, do zagasito crvene, koja se i

danas naziva *turska* ili *pjana* boja i koja je bila primjerenija starijim ženama. Opozicija bojene i nebojene tkanine također predstavlja ženin status u okviru zajednice. U panonskom dijelu Hrvatske opozicija bijele (nebojene) i crvene omogućavala je iskazivanje gotovo svih vrijednosnih odnosa oblikovanih oko opreka kao što su jednostavno/ukrašeno, žalosno/veselo, mlado/staro, svečano/svakodnevno i slično. Za razliku od ostalih područja, u primorskom se dijelu crna ranije pojavljuje u smislu korotne boje pa su crvena, bijela i crna boja iskazivale specifične rituale i socijalne statuse. Bojena odjeća javlja se kao obredna: crvena za mladenku, crna za udovicu, a nebojeno sukno bilo je oznaka ritualno i socijalno sigurnih statusa djevojke i udane žene. Postojanje opozicije bijelo i mrko omogućavalo je razdvajanje tih dvaju statusa. (Brenko, 2009: 27).

### **5.13. Crvena u političkom kontekstu**

Crvena je postala i boja revolucije spajajući kršćanske predodžbe (krv mučenika) s militarističkim simbolizmom. Od Francuske revolucije 1789. godine, crvena boja dobiva i značenje krvi prolivene za slobodu. Kasnije revolucije promijenile su naglasak od slobode na ideju klasne borbe. Sovjetska Rusija prihvatila je crvenu zastavu 1918., a Kina 1949. Crvena je zastava ubrzo postala sinonim za komunizam kao i ultraljevicu. Budući da nosi snažnu političku i ideološku simboliku, crvenu je teško koristiti u drugom političkom kontekstu. Oduzimanjem intenziteta crvenoj, ružičasta postaje simbolom socijalista, što je relativno novija pojava. Pripadnici Socijal-demokratske partije u Hrvatskoj ističu crvenu kravatu kao svoj znak. U zapadnoj kulturi crvena ima snažne političke konotacije. *Better dead than red* (*Bolje mrtav nego crven*), poznati je slogan iz vremena hladnog rata. Crna svastika nacionalsocijalista nacrtana je na crvenoj podlozi kako bi sugerirala vezu s radničkom klasom.

### **5.14. Psihologija**

Crvena je boja emocija bijesa i srama. Kada netko gubi kontrolu kažemo da mu se zacrvenilo pred očima. Crvena je i stimulirajuća boja koja otvara apetit. Aperitivi su često crvene boje. Omiljena je kod djece te je poznata njihova sklonost crvenim slatkišima, voću i igračkama. S druge strane, crvena potiče agresiju i nasilje. U reklamama se crvena boja koristi za pobuđivanje erotskih osjećaja (crvene usne, nokti i sl.) ili kao dinamična boja povezana s energijom (energetski napici, sportske igre, auti i sl.) (Brenko, 2009: 28).

## 6. TEKSTURA

Kakav je osjećaj prostora podjednako je bitno onome kako izgleda. Boje i uzorci mogu biti prvi elementi koje ćete uočiti kada uđete u prostoriju, ali što više vremena u njoj provodite, teksture postaju bitnije. One mogu učiniti da se osjećamo ugodno kao kod kuće ili neobjašnjivo nelagodno. Ovo nije iznenađujuće uzimajući u obzir kako nam razumijevanje teksture omogućava poimanje naše okoline na direktan i tjelesan način. Tekstura tkanine određena je tipom vlakna od kojega je sačinjena i načinom na koji je pređa ispredena; također utjecaj imaju i tip tkanja i gustoća upotrijebljenih pređa. Ovo znači kako su nebrojene varijante tekstura tkanine dostupne na izbor. Na primjer, pamuk može biti napravljen kao paperjast frotir, kruto platno, gaza ili meki baršun. Isto tako, od grubog sjaja konjske dlake do meke teksture kašmira, od "hrskavosti" lana do topline filcane vune, kreativna upotreba teksturiranih tkanina zasigurno može unijeti život u prostoriju.

Ako je odjevni predmet pak produžetak tijela, onda se njegova površina može sagledati kao produžetak kože. Bilo da je površina od kože, krzna, prirodnih vlakana, metalnih vlakana ili sintetičkih materijala, površina je to krcata značenjem. Modne površine mogu biti višeslojne i višedimenzionalne i mogu biti napravljene tako da privlače ili odbijaju poglede. Mogu biti tako bogato ukrašene da privlače oko promatrača, ili pak, ukrašene teksturama koje su toliko odbojne da gledalac ustukne od straha.

Modne tkanine više su od puke fasade: birane su prema svojim sposobnostima maskiranja konstrukcije odjevnog predmeta i prirodnog prilagođavanja fizičkoj pojavnosti svojega nositelja. Odjeća se može oslanjati na konture tijela i naglašavati njegovu prirodnu formu, ili se mogu nositi korzeti, steznici i punjenja kako bi se tijelo oblikovalo u idealiziranu formu. Nekada se tijelo maskira u potpunosti, koristeći se krutim materijalima koji ga u potpunosti redefinišu ili se čak "učahuri" odjevnim komadima arhitektonski inspiriranih proporcija (Quinn, 2012).

## 7. MODA I SKULPTURA

### 7.1. Taktilna epistemologija i modni dizajn

Kod modnog dizajna kinestetička osjetljivost kontrolirajuća je sila koja diktira dizajnerovu viziju. Osnovna vještina potrebna studentu modnog dizajna nameće mu kako ne treba otpočeti dizajnirati prije prethodnog shvaćanja cijelog jednog opsega osnovnih razmatranja, kao što su obraćanje pažnje na ljudsku formu i poznavanje kretanja tijela u prostoru, oboje stečeno crtanjem, ali također i razumijevanjem fizičkih ograničenja koja se mogu nametnuti kroz dizajn, primjerice, poistovjećivanje tipa tkanine sa prvotnim dizajnerskim konceptom. Poznavati osjećaj i ponašanje tkanine krajnje je važno jer upućuje na mogućnosti i ograničenja dizajna. Na primjer, mekanija tkanina neće stvarati strukturirane oblike i obrnuto. Za modne dizajnere i slične umjetnike povezivanje tih osnovnih razmatranja u stvarnoj situaciji jednako je važno kao i dobar dizajn ili kompozicija. Madame Grès započinjala bi proces svog dizajniranja manipulacijom tkanine na umanjenim oblicima ljudske figure. Umjetnik Joseph Beuys vjerovao je u "promišljanje formi", to jest, ono kako započinjemo oblikovati zamisao slično je onom "kako oblikujemo svijet u kojem živimo", što se u modnoj praksi stalno dodiruje. Kakvoća površine materijala kada se dotakne, ono je što odjeći daje njen status i time odgovarajući status njenom nositelju. Kvaliteta tkanine i njen osjet u ruci poistovjetit će se, kako sa mišlju, tako i sa emocijom njenog oblikovatelja time dajući informaciju o procesu dizajna. Kulturološka teoretičarka Laura Marks tvrdi, u sličnom stilu kao i njeni filozofski prethodnici Herder i Lipps, kako poimamo znanje kroz "taktilne epistemologije", kao nešto stečeno ne samo vidom već i fizičkim kontaktom. Njena poanta je kako ono što doživljavamo kao fizičku realnost, također je i taktilna epistemologija, uključujući i odnos, prema Theodorean Lippsu, sa pojmom mimesisa. Mimesis, pojam izveden od grčke riječi, značenja "oponašati", upućuje kako pojedinac razumije neku stvar time što je sposoban ponašati se kao ta stvar ili pokušavajući prisvojiti neku njenu osobinu. Time je mimesis oblik reprezentacije zasnovane na zabilježbi o materijalnom kontaktu sa nečim drugim – bez obzira radi li se o osobi ili neživom objektu. Mimesis, koncept duboko ukorijenjen u zapadnjačkom promišljanju, pretpostavlja kontinuum između stvarnog doživljaja svijeta i znakova o tom svijetu. U ovom kontekstu mimesis jest ono gdje je modni dizajner u mogućnosti sjetiti se prisutnosti i osobnosti neke druge stvari. Za modnog dizajnera, biti u mogućnosti prisvojiti kvalitete određenog materijala i pojmiti karakteristike potencijalnog nositelja, osnova je dobrog dizajna (Swindells, 2016:15).



## 7.2. Skulpturalna moda Isseyja Miyakea

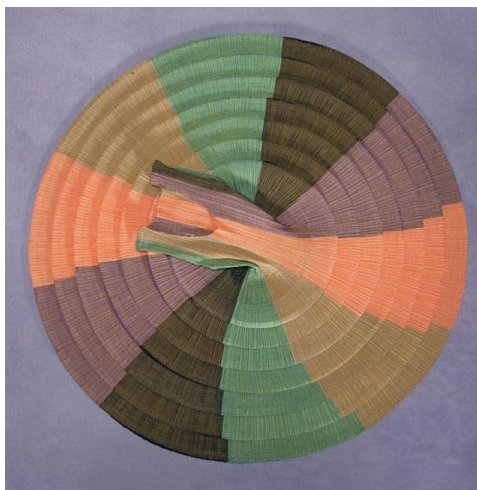
Početak visoke mode smatra se 1865. godina, a njenim ocem Charles Frederick Worth, dizajner koji je prvi ušio etiketu sa svojim imenom u svoje dizajnerske komade. Bio je prvi dizajner u Parizu koji je imao svoj butik, *The House of Worth*, sa izložbenim primjercima modela koji su prikazivali njegov dizajn i jedinstvene odjevne komade napravljene po mjeri osobe koja će ih nositi. To je odjevne komade činilo vrlo skupima i vremenski zahtjevnima za proizvesti, stoga su bili dostupni i namijenjeni isključivo visokoj, bogatoj klasi, dok su niže klase posjedovale svega dva odjevna komada koja bi onda izmjenjivali po potrebi i mijenjali na njima neke detalje poput ovratnika i gumba, kako bi donekle pratili tijek modnih promjena. Godine 1760. zbog početaka industrijske revolucije, tkanine postaju jeftinije, njihova proizvodnja se mehanizirala zbog čega je bila brža i jeftinija, a moda masovnija i dostupnija, te se brže mijenjala. Od 1900-tih nosila se odjeća s polica ("off the rack") u velikoj varijaciji veličina. Međutim modne kuće, kao što su Chanel, Dior, Versace i dalje postoje te uobičajeno proizvode dvije različite vrste modnih kolekcija; liniju visoke mode ("haute couture") i "ready to wear" namijenjenu prodaji u dućanima. Uloga komada visoke mode bila je izraziti kreativnost i pomicati granice trendova na modnim pistama. Prodavali su se elitnim klijentima, a neki čak nisu nikada bili ni obučeni, dok su se "ready to wear" komadi prodavali i za razliku od komada visoke mode bili su prizemljeniji, dostupniji svakodnevnom čovjeku. Jedan od pionira visoke mode je i Issey Miyake, podrijetlom japanski dizajner. Rođen je 1938. u Hiroshimi, preživio je i njeno bombardiranje, nakon čega je djelovao u Parizu i New Yorku, da bi se naposljetku ipak vratio u rodni Japan. Usavršio je i bio izrazito dobar u skulpturalnom oblikovanju modnih komada. Osnovao je *Miyake Design Studio* i 1980-ih započeo eksperimentirati s nabranim tkaninama koje su imale tisuće sitnih nabora. Iako to nije bila potpuna novost jer je talijanski dizajner Mariano Fortuny već nešto slično (svilene haljine sa tisućama sitnih nabora) radio i prije, Miyake je otišao korak dalje i od svojih kreacija učinio komade koji su izgledali gotovo kao skulpture. Koristio je okvire od savijenih šipki (nešto što podsjeća na tzv. verdugade ili farthingale iz povijesnog odijevanja) koji su pridržavali delikatne i meke svilene tkanine, pa je od njih proizvodio i razne komade za svakodnevnicu, vrlo ugodne za nošenje. Svima nam poznata crna dolčevita, koju je Steve Jobs vjerno nosio i u kojoj ga se često moglo vidjeti u javnosti, upravo je Miyakeov dizajn. Mnogo toga što i sami nosimo je moguće inspirirano njegovim dizajnom. Zanimljivo je kako modni dizajn može funkcionirati kao nešto vrlo praktično ili pak kao više ili manje nosivi umjetnički komad. U

Cincinnatijevom *Museum of Art* nalaze se i poneki Miyakeovi komadi kao što je recimo haljina sa slike 1.

Ta je haljina jedna od njegovih kreacija bogata sitnim naborima čiju tkaninu pridržavaju obruči različitih promjera. Obučena ili obješena dobiva svoj oblik, a prepuštena gravitaciji sama se složi u plošnu, dvodimenzionalnu formu koncentričnih krugova povezanih tkaninom. Laka je i ugodna za nošenje, a istovremeno skulpturalna. Inspirirana je japanskom tehnikom i umijećem savijanja papira poznata kao origami. Kod ove je haljine zanimljiva činjenica kako su nabori napravljeni tek nakon konstrukcije. Za potrebe izložbe u muzeju izvade se dijelovi haljine, a ostatak vremena čuvaju ju u posebnim prostorijama gdje svjetlost ne utječe na tkaninu i time ju oštećuje. Tkanina je poliesterska i nabori su trajni. Svoj rad s tekstilima započeo je koristeći prirodne tekstile, kao što su pamuk i lan, ali zbog velikog interesa za tekstilnu tehnologiju, njen napredak i nove materijale, počinje uvoditi i sintetske. Uvijek je tražio nove načine kako unaprijediti tekstile koje koristi, kako bi bio inovativan i pomicao granice, ali i kako bi tkanina bila ugodna pri nošenju.



Slika 01. Issey Miyake: "The Minaret Dress", 1995.  
izvor: <http://www.manuscriptdaily.com/2015/05/see-japanese-folds/> (27.04.2019.)



Slika 02. Issey Miyake: "The Minaret Dress" kada nije na tijelu, 1995.  
izvor: <http://www.manuscriptdaily.com/2015/05/see-japanese-folds/> (27.04.2019.)

### 7.3. Skulpturalna moda Iris Van Herpen

Iris Van Herpen nizozemska je modna dizajnerica, široko prepoznata kao jedna od najtalentiranijih suvremenih dizajnera naprednog razmišljanja, koja stalno pomiče granice modnog dizajna. Još od svoje prve revije iz 2007. godine okupirana je izumom novih formi i novog načina krojačkog izraza pomoću kombiniranja najtradicionalnijih i najradikalnijih materijala i metoda odjevnih konstrukcija sa svojom specifičnom estetskom vizijom. Van Herpen predstavlja simbol vrhunca korištenja 3D ispisa u proizvodnji odjevnog predmeta i smatra se inovatorom koji se osjeća ugodno koristeći tehnologiju kao jedno od vodećih načela njenog rada zbog njihove skulpturalnosti i neviđene forme. Njena namjera je spojiti prošlost i budućnost u prepoznatljivu verziju sadašnjosti koristeći tehnologiju ali i tradicionalnu modnu umješnost. Zbog svoje specifične estetike surađivala je s mnogim muzičarima i glumcima kao što je, primjerice Björk, za čiju je turneju i video napravila više haljina. Na popisu poznatih koji su ju nosili također su i Cate Blanchette, Tilda Swinton, Cara Delevigne, Miley Cyrus, Lady Gaga, Naomi Campbell, Solange Knowles itd. Njeni posebni projekti uključivali su oblačenje glumice Scarlett Johansson u filmu "Lucy" i Beyoncé u videu za pjesmu "Mine". Kao nekadašnja balerina radila je i na kostimima za parišku Operu i *New York city Ballet* surađujući sa koreografom Benjaminom Millepiedom i plesnom skupinom Sashe Waltza u Berlinu. Za sebe kaže kako je njen kreativni proces temeljen na eksperimentu i metodi pokušaja i pogrešaka, istražujući tako nove načine izrade koji preobraćuju tradicionalnu

visoku modu kroz nove temelje inovacije i multidisciplinarnu pristupe u suradnji umjetnika, arhitekata i znanstvenika.



*Slika 03. Kreacija Iris Van Herpen u časopisu "System Magazine"*  
izvor: <http://system-magazine.com/issue10/iris-van-herpen/> (27.04.2019.)



*Slika 04. Kreacija Iris Van Herpen za koju koristi elemente kišobrana  
izvor: <https://www.irisvanherpen.com/haute-couture/chemical-crows> (27.04.2019.)*

#### **7.4. Skulpturalna moda Madame Grès**

Madame Grès kaže kako se osjećala kao kipar podjednako koliko i modni dizajner. Željela je postati kiparica. Rad sa kamenom i tkaninom, kaže, za nju je jednaki proces. Drapirala je i nabirala tkanine direktno na modelu bez korištenja ikakvih pomagala i uglavnom bez korištenja škara i igala. Postala je prvakinja bešavnih odjevnih komada. U radu je prolazila razne stilske periode, od helenističkih, drapiranih večernjih haljina, preko modernih, minimalističkih komada i ugladenih kupaćih kostima, ali je uvijek vjerna svom jedinstvenom stilu: razborito, skulpturalno i krajnje ženstveno. Njeni kupci bili su slavna lica njenog vremena, uključujući Edit Piaf, Jackie Kennedy i Grace Kelly. Surađivala je s najpoznatijim fotografima, a njen trag ostavljen na suvremenoj modi inspiracija je velikim imenima kao što su Jean Paul Gaultier, Yohji Yamamoto i Haider Ackerman.



Slika 05. Haljina Madame Grès  
izvor: <https://paulineweber.com/2011/03/30/madame-gres-quand-couture-rime-avec-sculpture/> (27.04.2019.)

## 8. EKSPERIMENTALNI DIO

### 8.1. Uvod

Crvena je boja ljubavi i romantike, ali i boja bunta, aktivacije, revolucije, pomicanja ustaljenih granica i pravila. Upravo ta njena buntovnička strana zaintrigirala me više nego ona romantičarska. U tom kontekstu započela sam svoje modno-tekstilno promišljanje i rad na ovoj kolekciji. Naglasak nije toliko na emocionalnom utjecaju crvene boje na čovjeka (premda je on neporecivo jak i svakako igra određenu ulogu), već na utjecaju boje na doživljaj površine i međusobni odnos boje i površine. To u prvi plan stavlja teksturi i prostorni doživljaj korištenih materijala. S obzirom kako je prva na umu prilikom oblikovanja kolekcije bila površina (sa svim svojim svojstvima) od nje se i kretalo, što konkretno znači kako je namjera ovog dizajna bila naglasiti odnos površine odjevnih predmeta i prostora, a ne toliko odjevnog predmeta i tijela. Naravno, odnos tijela i odjevne površine je u modnom dizajnu neizbježan i ne iskazuje se kako on ne postoji, već kako je eksperiment u najvećem dijelu usmjeren na nešto drugo. Iz toga proizlaze dvije stvari.

Prva stvar jest određena neudobnost za tijelo prilikom nošenja komada, barem u kontekstu svakodnevnog života. U kontekstu svakodnevnice oni su nepraktični i neudobni. S obzirom na njihov prvi dojam (krutost, bodljikavost, glomaznost ili nerastezljivost) koji ljudskoj percepciji komunicira neprilagođenost tijelu pa se očekuje kako je nošenje praktički nemoguće, zapravo potpuna nenosivost ili velika neudobnost uopće nisu obilježja kolekcije, već je potrebna dodatna pažnja prilikom oblačenja i kratki period zapažanja kako se odjevni predmet ponaša kada je već na tijelu. Vrlo brzo postaje jasno kako odjevni predmet funkcionira i reagira na pokret te se uz manje prilagodbe u njemu može komotno bivati i po nekoliko sati (konkretno isprobano prilikom fotografiranja komada na modelu).

Druga stvar jest također stavljanje krojeva i skica u drugi plan. Kako se razmišljalo o stvaranju prvenstveno teksturalnog tjelesnog oplošja, njegov krojeni oblik sveden je na ulogu nečega što teksturu i površinski oblikovan materijal samo pridržava na tijelu i ne čini puno više od toga. Dakle, pažnja nije posvećena toliko umjetničkom i kreativnom oblikovanju kroja, već je kraj samo nešto bazično, više neizbježno potrebno nego poželjno, kako bi se komadi mogli staviti u kontekst s ljudskim tijelom. Zato nisu korištene stroge krojene forme i nije se obaziralo na ustanovljena pravila krojenja i šivanja, već se kraj radio intuitivno, isprobavajući formu direktno na tijelu, konstantno oblačeći nedovršeni komad sa svakim novim zašivenim dijelom kako bi se vidjelo paše li tijelu i ponaša li se onako kako je idejno



zamišljeno u glavi. Nisu se koristile skice, rad je bio strogo diktiran vizijom u glavi, neprenesenom na papir. Možemo reći kako je rad potpuno eksperimentalan, vođen metodama pokušaja i pogrešaka.

Koristili su se nekonvencionalni, netekstilni materijali kao što su najloni, slamke i kupaonske prostirke propitkujući na taj način granice i mogućnosti tih materijala u ulozi tekstila. To su materijali koji se ne daju bilo kako oblikovati, teško ih je šivati, to jest, moguće je bilo isključivo ručno šivanje, zahtijevaju potpuno drugačiji pristup izradi odjevnog predmeta u svakom aspektu kreativnog procesa. Teško su ukrotivi i time je, već krenuvši od korištenih materijala, iskazan bunt. Bunt je također i u estetici. Obzirom na okomito sašivene slamčice dobiven je prsluk koji izgleda šiljasto, poput ježinca punog bodlji. Takva forma promatraču daje osjećaj kako predmet nije jednostavan za nošenje, bode pri oblačenju i time komunicira neugodu pa možda čak i bol. U kombinaciji s odabranim tonom boje koji, kako je već u teorijskom dijelu navedeno, simbolizira krv, poruka je usklađena na svim razinama. Osim toga kolekcija ima element promišljanja granice umjetnosti i mode, gdje završava jedno a počinje drugo. Kako se komadi poigravaju većim ili manjim ulaženjem u prostor, te prostorom koji ulazi u njih, bilo zbog prošupljenosti odjevnog komada ili njegove prozirnosti, u kojem trenutku takav predmet prestaje biti modni komad, a postaje skulptura? Primjerice, prsluk od slamčica izuzetno zadire u prostor, zanimljiv je na opip. Sagledan iz različitih uglova daje različit dojam, forma mu se može u potpunosti promijeniti; jednostavnim uzimanjem škara u ruke i podrezivanjem slamčica nastaje nešto sasvim novo. Može li se to onda smatrati skulpturom? Time dolazimo do propitkivanja skulpturalnosti u modi, međutim to je tema za sebe, opsežna i višestruko obrađena prije, stoga se nje samo kratko dotičemo unutar sfera teksturalnih eksperimenata.

## **8.2. Pojava ideje**

Tema crvene boje prvotno je bila zadana u sklopu kolegija *Kreiranje odjeće VI*.

Zadatak je bio realizirati jedan odjevni predmet, a bitno je bilo jedino poštivati zadanu boju. Vrata kreativnosti bila su potpuno otvorena i nisu postojala nikakva druga ograničenja. Svatko je imao priliku iskazati svoj senzibilitet; igrati se unutar domene vlastitih interesa, isprobavati nešto potpuno novo čime se još nikada prije nije kreativno izrazio ili pak oboje od navedenog u kombinaciji. Skice su isto tako bile više ili manje potrebne, ovisno o sveukupnoj viziji i ideji rada. Uglavnom bi se skicama izražavalo u kojem smjeru je tko krenuo i to je za većinu bio prvi korak kako bi dali do znanja profesoru u kojem pravcu promišljaju svoje kolekcije. Iz



toga su razloga skice na nastavi bile poželjne i tražile su se u okviru kolegija. U ovom slučaju to nije bilo tako. Ideja se nametnula momentalno, gotovo automatski i bez puno razmišljanja. Sinula je, kao iz vedrog neba, pomisao o korištenju slamčica unutar modnog dizajna. To je bilo ono prvotno od čega se dalje sve razvijalo. Kako je ideja došla tako automatski može se pripisati činjenici kako je autorica kolekcije već prije razvila fascinaciju spram prostornosti modnog dizajna i njegove umjetničke forme koja nadilazi odjevni predmet. Već u prijašnjim radovima, uzorcima tekstila koji su se radili u sklopu kolegija *Kreiranje tekstila*, korištene su slamke koje su tada bile okomito lijepljene super ljepilom na papirnatu podlogu (u ranijim radovima) ili ručno šivane na tekstilnu podlogu manjih dimenzija (u kasnijim radovima). Čak i prilikom dvodimenzionalnih radova u Adobe Photoshop-u vidi se stalna tendencija i prisutnost razmišljanja o trećoj dimenziji, jer uzorci koji nastaju svom silom pokušavaju vizualno dočarati prostornost. Efektnost kojom su takvi radovi rezultirali ostala je upisana negdje u podsvijesti, i prilikom zadane teme "Crveno" misao o trećoj dimenziji se ponovno pojavljuje. Nametnula se ideja o izazovu realizacije cijelog odjevnog predmeta sačinjenog od slamčica. Već od početka te su slamčice bile zamišljene u okomitom položaju u odnosu na tijelo, kasnije se razmatralo mnogo različitih varijanti njihovog položaja, ali u realizaciji prvog odjevnog komada ipak se najzanimljivijom činila ona inicijalna misao koja se javila poput vizije. Kako je kreativni proces uzeo maha i realizacija ideje započela, javila se želja za stvaranjem cijele kolekcije izvan okvira nastave, u svrhu vlastitog eksperimenta i propitivanja granica tekstila, mode, umjetnosti, vlastitih sposobnosti i snage volje.

### **8.3. Faktori realizacije**

Nakon kreativne ideje, koja je došla sama po sebi, uslijedila je realizacija. Prilikom realizacije ništa više ne dolazi samo po sebi, već je potrebno dosljedno i dubinsko razmatranje konačnog cilja i, u skladu s njime, detaljno promišljanje odgovarajućih praktičnih sredstava njegovog postizanja. Tu se stvari obično počinju komplicirati jer kako bi se slika iz glave i izgled finalnog proizvoda poklopili, potrebna je određena količina iskustva, znanja i poznavanja materijala i njihovih ponašanja. Kod tekstilnih materijala javlja se cijeli spektar karakteristika koje kasnije utječu i na performanse odjevnog predmeta. Svaki tekstil priča je za sebe, nosi svoj komplet osobina i nudi svoj spektar mogućnosti i ograničenja. Vrsta tekstila je napretek, izbor je velik i potrebno je znati što točno želimo određenim materijalom postići te koji bi materijal za to bio najpogodniji. Jako je puno faktora koji određuju ponašanje materijala; od toga je li materijal tekstilni ili netekstilni, je li tekstil tkan ili ne, je li uopće tkanina ili pletivo.

Ako se radi o tkanini, kojim vezom je otkana i od kakve pređe; sve to utječe na rastezljivost, krutost, propusnost, savitljivost, nabiranje, udobnost, postojanost boje i oblika, mogućnost daljnje obrade materijala, itd. Sve te karakteristike dizajner bi trebao poznavati kako bi ih uzeo u obzir prilikom realizacije i mogao donijeti najbolju odluku o materijalu koji je potreban za kvalitetnu realizaciju njegove jedinstvene ideje. Poznavanje dostupnosti potrebnih sredstava za realizaciju na samom tržištu također je vrlo bitno. Nije svaki materijal dostupan svugdje i ako postoji točno određena vizija materijala kojim bismo se voljeli baviti, potrebno je znati gdje se on može nabaviti. Postoji li, i ako da, gdje, kako i po kojoj cijeni se može kupiti. Kada se materijal jednom nabavi potrebno ga je transportirati tamo gdje je potreban i gdje će se odvijati realizacija. To je također jedan od problema s kojim se dizajner susreće, pogotovo zato što je transport trošak, a i zahtjeva određeni stupanj organizacijskih sposobnosti. Prostor u kojem se rad odvija isto je svojevrsna problematika. On mora pružiti sve mogućnosti za rad; opremljenost, prostranost, osvjetljenost i sl. Treba ustanoviti način rada pogodan odabranim materijalima, što znači kakvo je šivanje moguće i koji pribor za to treba. Bitno je i poznavati svoje mogućnosti, u smislu efektivnosti i produktivnosti, poznavati koliko smo sposobni raditi kvalitetno prije nego dođe do zamora kako bismo onda mogli procijeniti vrijeme koje nam je potrebno kako bi sve bilo realizirano u roku. Sve su to bitna pitanja koja nas u radu više ili manje ograničavaju i odlučuju o realnosti početne kreativne ideje. Ima ih još mnogo, a spomenuta su samo neka koja su došla do izražaja prilikom realiziranja Crvene kolekcije.



*Slika 06. Kreativni kaos ograničenog prostora za rad, 2019.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*

#### 8.4. Nabavljanje materijala za realizaciju

Budući je sve krenulo od ideje prsluka od slamki prvo se javila misao o realizaciji istog, odnosno što je sve potrebno. Jasno je samo po sebi kako su potrebne crvene slamčice, i to puno njih kako bi se oblikovao cijeli jedan odjevni predmet. Međutim, što još? Kakva će biti podloga tih slamki? Hoće li biti sve u slamkama ili će se ipak pojavljivati još pokoji element. Prilikom promišljanja prvog komada kolekcije razvija se misao i o drugim materijalima koji bi se mogli upotrijebiti i sve je krenulo smjerom promišljanja nekonvencionalnih materijala u modnom dizajnu, netekstilnih ili netkanih tekstila. To je ono što sačinjava veći dio kolekcije, samo se kao podloga javljaju materijali poput trapera koji se izvana uopće ni ne vide. U pletenom komadu javljaju se tekstilne pređe koje su uobičajeno korištene u modnom dizajnu, ali opet ne na ovakav način. Nakon ideje o slamkama, uslijedila je ideja o kupaonskim prostirkama, zatim najlonima. Odmah je postalo jasno kako neće biti dovoljno otići u prodavaonicu tkanina i pribora, obaviti kupnju svega što je potrebno odjednom i tako jednostavno, te se baciti na rad, nego će biti potrebno tražiti, raspitivati se i nalaziti neke alternativne izvore i zamijene u slučaju neuspjeha pri nalaženju točno zamišljenog materijala. Tako je i bilo, počevši od slamčica. Logično, prvo je potraga započela u najbližem okruženju te se zatim širila. Kod slamčica je bio problem što se svugdje prodaju uglavnom u manjim pakiranjima, mješovitih boja, a potrebna je bila velika količina samo crvenih slamčica. Ako su i postojali paketi od samo jedne boje, to su uglavnom bile crne. Naišlo se na slamčice svih vrsta, šaljive slamčice za djevojačke večeri, slamke koje svijetle u mraku, tanje, deblje, s uzorcima, na određenu tematiku kao što su likovi iz crtića, itd., ali jednobojnih crvenih nigdje. Od Mullera, SuperKonzuma, Offertissime, Bauhauusa, Peveca, Narodnih Novina, do specijaliziranih trgovina za "party" opremu – ništa. Nakon prehodanog cijelog Zagreba i propitivanja svakoga za savjet ako zna gdje bi se slamke mogle nabaviti, konačno rješenje je pronađeno – internet narudžba. Preko interneta misija potrage je, ipak, bila uspješnija i nudio se paket od tisuću crvenih slamki iz Engleske za 12 funti. To je bilo jedino rješenje, tako da su slamke morale biti naručene i stigle su kroz kojih tjedan, dva. Realizacija je mogla otpočeti, a vrlo brzo postalo je jasno kako će trebati još jedan paket, pa je naručen još jedan, i tako 9 puta. Otprilike je 8 tisuća slamki bilo utrošeno u dizajn prsluka, nekolicina ih je utrošena za kaput od najlona i kupaonske prostirke, a nešto slamki je i ostalo.

Sljedeći materijal koji je iskrsnuo kao ideja bila je kupaonska prostirka. Nakon uočavanja crvene prostirke u vlastitoj kupaoni proradio je "kliker" kako bi to bio materijal odličan

upravo za traženu namjenu. Čvrst je i stoji kruto, a napravljen je od spužve što znači da ga nije problem probosti iglom. Činio se kao savršeno rješenje za kruće forme, kao zanimljiv teksturalni dodatak prsluku od slamčica. Obzirom kako oboje (slamke i prostirka) imaju izražene linije u svojoj formi, ali su drugačije teksture, svaka zanimljiva i inovativna za modni dizajn, činilo se kako bi se to dvoje moglo skladno međusobno estetski nadopunjavati. Odluka je pala i materijal je bilo lako za pronaći, već na prvom posjećenom prodajnom mjestu – Nama. Metar je koštao pedesetak kuna, širine 60cm (što je u nekim situacijama prilikom šivanja bilo malo problematično jer je izrada znala zahtijevati veću širinu) i za dodatke na prsluku od slamki dva su metra materijala bila sasvim dovoljna. Kasnije se trebalo vraćati po još materijala, ali to nije predstavljalo problem jer je lagan i može se saviti pa ga je lako spakirati i nositi.

Sljedeća ideja bila je nabaviti materijal proziran ali u crvenoj boji, gumenast, tip materijala od kakvih se rade madraci na napuhavanje koje obično vidamo po plažama. Od takvih materijala se zna susresti tu i tamo poneki modni komad na modnim pistama ili modni dodatak, kao što su, recimo, prozirni ruksaci (pa onda u varijantama prozirnih boja). Međutim, nikada takav materijal ne susrećemo u prodaji samog za sebe, na metre i na malo. Bilo je jasno odmah kako će biti borba naći takav materijal ali trebalo je pokušati. Niti u jednom dućanu tekstilnih materijala nije, naravno, bilo moguće pronaći ga, niti u Zagrebu, a ni izvan. Nije ga čak bilo niti u dućanima koji prodaju razne vrste najlona i svakakve druge materijale potrebne prilikom građevinskih radova. Niti na Jakuševcu nije bilo ničeg odgovarajućeg, iako se tamo nekad moglo naći takvih materijala u obliku kupaonskih zavjesa za tuš ili slično. Nakon silnog raspitivanja i istraživanja kako i gdje doći do njega jedini zaključak je bio kako bi se trebalo obratiti nekom konkretnom proizvođaču materijala i kupiti na veliko jer im se zasigurno ne isplati prodavati nekoliko metara. Takvo što je za ovaj projekt bio prevelik, financijski neisplativ zalogaj koji si mogu priuštiti veliki ustanovljeni brendovi koji naručuju na veliko i rade čitave kolekcije. Bilo je potrebno naći alternativno rješenje i proširiti horizonte razmišljanja kako bi se našla zadovoljavajuća zamjena. Odluka je pala na izradu vlastitog materijala koji bi bio nešto najbliže prvotnoj zamisli. Definitivno je trebao biti nekakav najlonski materijal, ali pitanje je bilo kako najlon, koji je u prodaji gotovo uvijek bezbojno proziran, učiniti crveno prozirnim, a da se boja ne ispire, uništava ili ostavlja tragove. Trebalo je nekako napraviti solidan materijal u kojem je boja integrirana u samom sastavu, a nije u obliku intervencije na površini. Jedino što je uspjelo bila je dorada prozirnog bezbojnog najlona peglanjem. Prozirno crveni najlonski listovi iz mesnice u koje mesari obično pakiraju

svježe meso prije pakiranja u papirnati omot, uspješno je nabavljeno u većim količinama kod jednog mesara dobre volje, koji je donirao sasvim dovoljne količine za izradu sljedećeg odjevnog predmeta nakon prsluka od slamki. Za izradu obojenog prozirnog najlona bili su potrebni papir za pečenje, veliki prozirni bezbojni najlon, manji prozirni crveni najloni nabavljeni u mesnici i pegla. Pod se prekrpio papirom za pečenje na koji se onda stavio veliki prozirni bezbojni najlon (obično korišten prilikom građevinskih radova za prekrivanje površina) koji se prekrpio manjim crvenim prozirnim najlonima iz mesnice, zatim bi se ponovno sve prekrilo papirom za pečenje te se preko svega prelazilo vrućom peglom kako bi se najloni zapegli zajedno u jedinstven crveni prozirni najlon. Pod utjecajem vrućine najloni su se otapali i međusobno stapali u jedno, a kao posljedica nastajale su i sitne nepravilnosti nalik malim mjehurićima po cijeloj površini najlona. Nepravilnosti su nastajale jer se najlon prilikom izlaganja vrućini pegle počinje ponašati kao da diše i proizvodi sitne mjehuriće koji ostaju vidljivi i nakon peglanja. Osim toga, na nekim mjestima se najlon manje ili više skupljao ili čak nepravilno presavio pa su nastajale zanimljive igre slučajnosti kojima je dobivena jedinstvena tekstura najlona, pomalo nalik na prozirnu zmijsku kožu. Takav materijal nije bio ono što je prvotno bilo zamišljeno, jednoličan i ujednačen u boji i zaglađen u teksturi, ali je njegova površina toliko zanimljiva da je ispao čak i zanimljiviji od početne ideje. K tome, činjenica kako je vlastoručno izrađen takvim kakav je, dodatno mu daje na vrijednosti, kako estetskoj tako i konceptualnoj. Za njega se može reći kako je pribavljen "u dijelovima", a onda vlastoručno sastavljen.

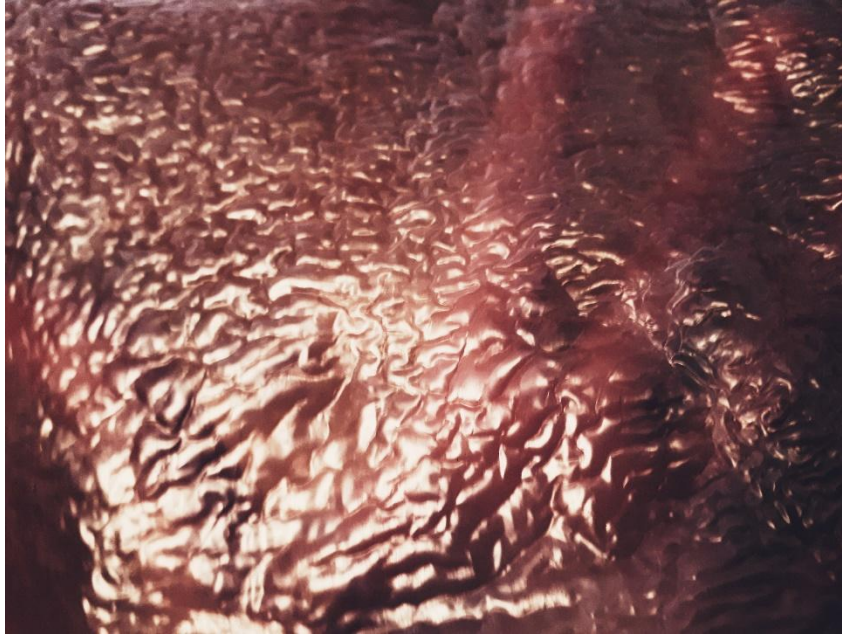
Otuda nadalje krenulo je razgledavanje i uočavanje svakog nekonvencionalnog i netekstilnog crvenog materijala te biranje estetski zanimljivog i potencijalno iskoristivog u daljnjoj izradi kolekcije. Tako se nabavka materijala u velikom dijelu svodila na istraživanje prodavaonica kao što su Bauhaus, Pevec, Kemoboja i razni drugi specijalizirani trgovački lanci i trgovine. Uglavnom su to bile trgovine građevinskog materijala i opreme, boja i lakova i kućanskih potrepština. Tu se našlo materijala kao što su različite mreže, polietilenske vreće (vreća za krumpire), crveni kabeli, spužvaste mrežice, tzv. *bubble wrap* materijal (plastični materijal s brojnim mjehurićima koji služi kao zaštita od oštećenja prilikom transporta), koji su se činili zanimljivima za ovaj eksperiment i pobuđivali su kreativne ideje. Informacije o takvim prodajnim mjestima sakupljale su se ispitivanjem i traženjem savjeta svakoga s nekim iskustvom u tome, posjećene su bile manje i veće trgovine takvim priborom, sa svih strana Zagreba, koje su prije ovog projekta bile potpuno neistraženo područje. Bilo je potrebno izdvojiti vrijeme i voziti se uokolo, razgledavati i uspoređivati cijene. Cijene su često kod

takvih materijala bile visoke i za nekoliko metara trebalo je izdvojiti više stotina kuna, kako za koji materijal. Osim toga, takva potraga zahtijevala je puno vremena i vožnje od jedne do druge prodavaonice koje su često bile raštrkane, a nekada smještene i po rubovima grada, industrijskim zonama i slično. Ukratko, nisu u samom centru grada, uvijek lako i brzo dostupne. Za takvu kupovinu prijevoz autom bio je prijeko potreban. Nadalje, u većini prodavaonica nakon razgledavanja ipak se ne bi našlo ništa odgovarajuće, unatoč silnom prijednom putu i utrošku vremena i goriva.

Sagledavši sada već jasno izražen izbor materijala, postalo je jasno kako do kraja neće biti moguće koristiti mašinu pri šivanju, već će sve biti potrebno sašiti ručno. Za to je trebalo naći pogodan konac. To nije mogao biti tanki konac korišten za šivanje na mašini, ovo je zahtijevalo deblju končanu pređu koja će moći snažno držati materijale na okupu kada ih se jednom sašije. Takvu pređu bilo je moguće pronaći također u Nami, dugačka je cca 150m, težine 50g, od 100% pamuka, finoće 100 tex x 4, crvene boje, po cijeni od 17 kn. Bilo je potrebno vraćati se barem tri puta po novo klupko, a možda čak i više. Zbog debljeg konca koristila se igla šire ušice kroz koju je konac bilo moguće provesti.

Obišla se nekoilicina "hobby art" dućana u kojima se odradila nabavka dodataka kao što su magneti (koji će imati funkciju gumba), sprejeva za tekstil i ostale površine (kojima će se naknadno bojati poneka vuna za pletivo) i boja za tekstil namijenjena bojanju u mašini za pranje rublja. Uglavnom posjećivani "hobby art" dućani bili su Chemaco (Ulica grada Vukovara), Tapiker (Heinzlova ulica) i Hobby Shop (Frankopanska ulica).



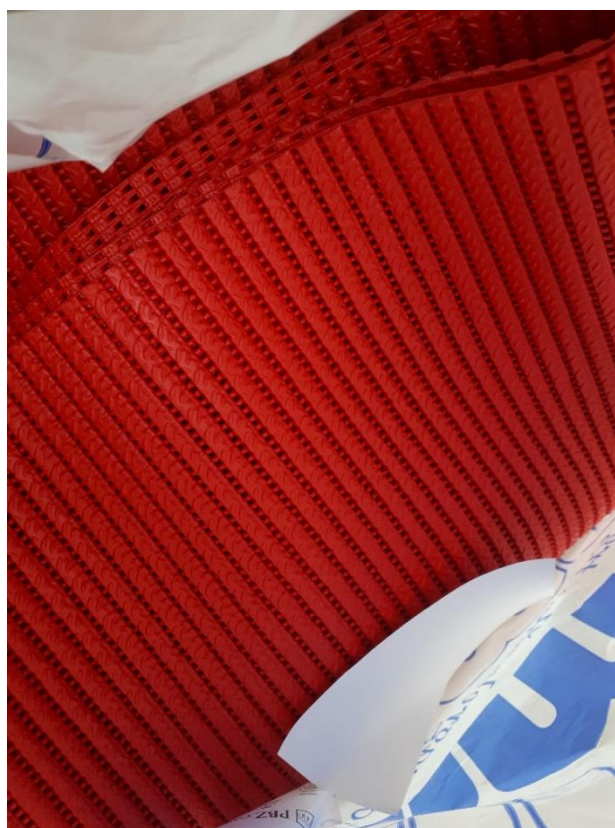


*Slika 07. Tekstura peglanog najlona, 2018.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*





*Slika 08. Biranje materijala u Pevecu, 2019.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*



*Slika 09. Kupaonska prostirka, 2018.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*



*Slika 10. Konac korišten za šivanje, 2018.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*

## 8.5. Izrada prsluka od slamki

Kada je donesena odluka o izradi odjevnog komada na kojemu bi slamke bile zašivene okomito na površinu podloge prvo se nametnulo pitanje kakva ta podloga mora biti, to jest, od kakvog materijala. Materijal mora biti čvrst kako bi forma bila postojana i nenarušena propadanjem i savijanjem pod težinom osam tisuća slamki. Osim što mora biti čvrst ipak ga mora biti moguće probiti iglom. Zaključak je bio kako bi podloga od malo čvršćeg traperera bila sasvim odgovarajuća i mogla bi podnijeti izazove. Odlučeno je slamke zašiti na jednostavan prsluk od traperera i kompletno mu time promijeniti ne samo površinu, već i formu.

Klasični plavi traper prsluk prvo se bojom za tekstil bojao u crveno u mašini za pranje rublja. U paketu se dobije vrećica s pigmentom i bočica fiksatora boje, koji se oboje otvore i polože na komad koji želimo obojiti, u ovom slučaju plavi traper prsluk. Pokrene se program brzog pranja i po završetku programa odjevni komad je obojen, prazna vrećica i bočica samo se bace, a iz mjera predostrožnosti, mašinu se može praznu staviti na program brzog pranja, osiguravajući se od zaostataka pigmenta po njenim stjenkama. Nijansa konačnog tona ovisi o postojećem obojenju odjevnog predmeta. Na potpuno bijelim tkaninama dobiva se ton koji je najbliži onom označenom na kutiji proizvoda za bojenje. Tkanine koje nisu u potpunosti bijele daju tonove koji su više ili manje bliski prikazanom tonu na kutiji, ovisno o postojećem obojenju odjevnog komada prije procesa bojenja. Traper prsluk je tako ispao tamno crven, zagasitog tona, što je bilo i poželjno obzirom na to kako su slamke žarko crvene. Suprotnosti su doprinijele određenom vizualnom skladu. Međutim, čak i da je boja ispala nesavršeno, ne bi bila velika greška jer se od silnih slamčica traper izvana ni ne vidi, već je vidljiv tek kada prsluk otvorimo i zagledamo unutarnju stranu.

Nakon što je prsluk obojan moglo je započeti šivanje. Trebalo je odlučiti koja je forma poželjna na kraju, jer shodno tome treba prilagoditi duljinu na koju će se rezati slamke. Odlučeno je kako je najbolje započeti s kratkim komadićima slamki odozdo te produljivati slamke, penjući se prema ovratniku, čineći gornji dio izraženije bodljikavim a donji dio prsluka vizualno nešto mirnijim. Konac je uveden u iglu, pri kraju je klasično napravljen čvor. Početni ubod išao je s unutarnje strane prsluka i probijao na vanjsku, tada se iglom slamke probijalo na jednom njihovom kraju, i nizalo ih se na konac jednu za drugom, njih desetak. Potom ih se zašilo na traper probijanjem igle s vanjske strane prema unutarnjoj te se onda cijeli proces odvijao otpočetak. Zabadaње igle s unutarnje strane prema vanjskoj, nizanje desetak slamčica na konac i zabadaње konca s nizom s vanjske strane prema unutarnjoj. I

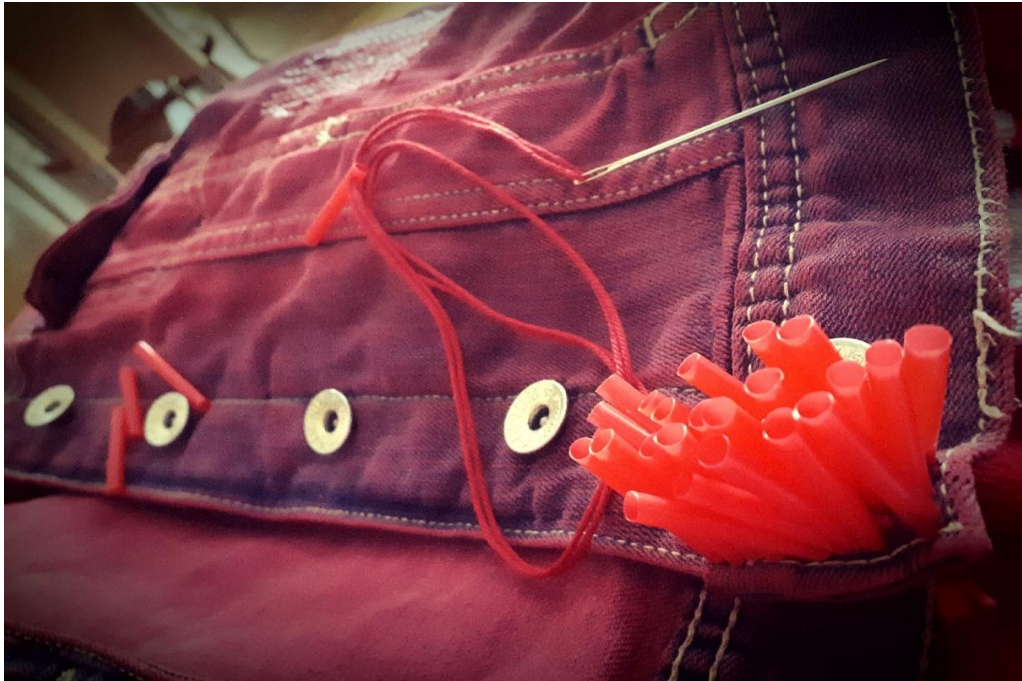
tako repetitivnom, tisućama puta ponovljenom radnjom, polako se površina popunjavala slamkama koje su se međusobno držale sa svih strana u uspravnom položaju. Prsluk se kopča na metalne gumbe koje nije bilo moguće skinuti bez oštećenja prsluka pa je slamčice trebalo šivati oko gumba koji su kasnije prelakirani crvenim lakom kako bi se uklopili i bili manje uočljivi.

Traper je na nekim mjestima bilo lakše probiti, dok je to na mjestima šavova i džepova bilo jako teško, igla je teško prolazila, ponekad je bilo potrebno puno snage kako bi ju se iščupalo iz debelog sloja traperu. Prilikom toga su, uslijed trzaja kada igla odjednom probije do kraja kroz materijal, često nastajale ozlijede iglom. Uz više uzastopnih bolnih i krvavih uboda u istu točku na prstu, javljali su se i žuljevi kao posljedica višesatnog i višednevnog pritiska na isto mjesto prsta. Također se javljao grč kao posljedica nepromijenjenog položaja šake i prstiju tijekom šivanja.

Bio je to spor i dugotrajan proces, trebalo je vremena da se stekne potrebna razina spretnosti i da pokreti postanu dijelom naviknute rutine pa da se radnja odvija nešto brže. Višesatno sjedenje i šivanje značilo je tek pokoji centimetar kvadratni slamkama popunjene površine, a zbog ozljeda, bolova i ukočenosti od nepromijenjenog položaja sjedenja sve je bilo još dugotrajnije, teže i zahtjevnije ali moralo se, usprkos tome, obavljati kako bi se u skorije vrijeme vidio neki napredak. Konkretno govoreći o vremenskom periodu izrade prsluka, on je započeo na proljeće 2018. godine, u travnju. Dio sa slamkama dovršen je u srpnju, a komad je u cijelosti bio dovršen u rujnu iste godine. Šivanje samo tog komada oduzelo je pet punih mjeseci, i nešto više. Prilikom šivanja bila je pauza tijekom ljeta, a ostalo vrijeme provodilo se dosljedno šivajući skoro svaki dan u prosjeku po 5, 6 sati. Ponekad se šivalo 2 sata dnevno, a ponekad 10 sati dnevno, ovisno o tome kako su prilike i mogućnosti dopuštale.

Kada je šivanje slamki bilo gotovo, trebalo je sašiti ovratnik i produljenje prsluka od kupaonske prostirke. Od kupaonske prostirke izrezane su tri deblje trake, različitih širina te su međusobno zašivene jedna na drugu i onda zašivene na prsluk. Naknadno su rubovi odrezani škarama kako bi bili blago zaobljeni. Dobiven je troslojni visoki i čvrsti ovratnik, koji stoji uzdignut, kojeg je s prednje strane moguće preklopiti ili ostaviti rastvorenim. Tijekom cijelog procesa šivanja prsluk se oblačio na tijelo kako bi se vidjelo je li ga u svakoj novonastaloj fazi i dalje moguće odjenuti i kako izgleda odjeven. Produljenje prsluka kupaonskom prostirkom napravilo se izrezivanjem kupaonske prostirke u obliku jednostavnog pravokutnog komada potrebne širine (koja odgovara duljini donjeg ruba prsluka, u struku) te direktnim šivanjem pravokutnika na prsluk. Naknadno su škarama blago zaobljeni donji rubovi.





*Slika 11. Početak izrade prsluka, 2018.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*



*Slika 12. Prsluk u procesu izrade, 2018.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*



*Slika 13. Prsluk u procesu izrade, 2018.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*



*Slika 14. Prsluk izložen u TTF galeriji, 2019.  
(Autor fotografije: Zvonimir Ferina)*





*Slika 15. Detalj prsluka, 2018.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*

## **8.6. Izrada kaputa od najlona, kupaonske prostirke i slamki**

Sljedeći komad za realizaciju bio je kaput kod kojeg su prednost imali drugi materijali, a slamke su se pojavljivale kao detalj. Kod prethodnog komada igralo se ekstremnim teksturama, a ovdje je cilj bio ispitati suptilnije površinske igre, teksture koje nisu toliko uočljive na prvu, već je potrebno proučiti ih izbliza i obratiti pažnju na detalje. Osim teksture



druga misao koja je igrala ulogu jest ona o prozirnosti i pitanju sakrivenosti tijela. Mora li značiti ako je tijelo pokriveno da je istovremeno i sakriveno? Cilj je bio pokazati kako oblačenjem tijela nije nužno odvajanje tijela od oka promatrača. Tijelo je ponekad odjeveno, cijelo pokriveno, a istovremeno skroz razotkriveno pogledu. Kako bi se jače naglasila igra vidljivosti i nevidljivosti tijela kroz odjevni predmet koristio se princip asimetrije, koja je stvarala određenu vizualnu igru za promatrača. Jedan dio tijela (lijeve polovinu prsa) uopće nije moguće vidjeti kroz jedan materijal (kupaonska prostirka), dok je njemu simetričan dio (desna polovina prsa) napravljen od drugog materijala, prozirnog (peglani najlon), i time promatraču u potpunosti omogućuje sagledavanje dijela tijela koji je simetričan onom vizualno potpuno nedostupnom. Tako se direktno, jedno do drugog, u opreku stavljaju prozirnost i neprozirnost pomoću asimetrije u korištenju materijala, stvarajući estetski zanimljiv i dinamičan doživljaj.

Kod ovog odjavnog predmeta bilo je potrebno više različitih komada materijala međusobno spojiti u odjevno oplošje koje će pristajati tijelu, što bi značilo kako komad zahtjeva krojenje. Međutim, kako je vizija kolekcije izrada nosivih, ne-krojenih odjavnih predmeta ili barem sa minimalnom upotrebom krojenja, krojenje i bilo kakve krojne skice nastojalo se izbjeći. Umjesto toga pokušalo se, eksperimentalnim putem i isprobavajući sve oblačenjem, modelirati materijale direktno prema tijelu i međusobno ih spajati kako bi odgovarali, kako bi ih bilo moguće odjenuti te da odjevni djeluju privlačno, uredno i smisleno.

Vođeni tim principom, najlon i kupaonska prostirka izrezani su u dijelove koji su spojeni ponovno ručnim šivanjem, upotrebom istog konca kao i do sada. Leđa, ramena i lijevi dio prsa načinjeni su od kupaonske prostirke, dok su desni dio prsa i sve od struka na niže (i sprijeda i straga) načinjeni od prozirnog najlona. Prva po redu je bila izrada gornjeg dijela, počevši od leđa, koja su izrezana i na njih sašiveni komadi za ramena. Na to je našiven komad koji prekriva lijevi dio prsa. Zatim je na to šivan najlon koji nije prethodno bio izrezan u potreban oblik nego je kao veliki pravokutnik odmah zašiven za potrebne rubove, a višak je naknadno odrezan i sada je najlonski dio odjavnog predmeta poprimio svoj oblik, pokrivajući desni dio prsa i sve od struka na niže. Kako je najlonski materijal nastao zapeglavanjem dvaju različitih vrsta najlona zajedno, mjestimice bi se između dva najlona umetnuli sitni komadići kupaonske prostirke i najlon se zapeglavao oko njih, tako da su komadići ostali unutar samog materijala, zarobljeni između dva sloja najlona. Oni su u svojevrsnom zračnom džepu, međuprostoru nezapeglanih dijelova najlona, unutar kojeg se mogu pomicati prilikom kretanja tijela i materijala. Po svim najlonskim rubovima napravljen je rub od kupaonske prostirke jer je sam

najlonski rub bio neuredan, djelovao je nedorečeno i nepromišljeno. Rub od prostirke dao mu je sklad i urednost i ukrotio njegovo ponašanje prilikom bivanja na tijelu. Sada je sve to djelovalo skladnije i urednije.

Zatim je trebalo našiti rukaviće s detaljem od slamki na ramenima. Prvo je našivena podloga od krute sintetičke imitacije vune koja je nekad činila prsluk iz kojega su izrezani polukrugovi. Ti polukružni dijelovi sintetičkog, vunenog, debelog materijala činili su se sposobni podnijeti na sebi slamke ružnog propadanja kada nisu na tijelu. Cilj je bio napraviti rukave koji fiksno stoje u svom položaju cijelo vrijeme. Polukrugovi su našiveni kao produžetak ramena i na njih je započelo šivanje slamki. Međutim, materijal nije podnosio težinu slamki kako je zamišljeno, savijao se i djelovao neuredno. Stoga, kada je dovršeno šivanje slamki, napravljene su dvije dugačke trake od kupaonske prostirke. Rubovi su savijeni prema unutra i zašiveni i tako je dobivena cjevasta forma, kao zadebljana traka od kupaonske prostirke. Napravljene su dvije, za svaki rukavić po jedna. Obje su zašiveni u krug, prateći liniju šupljine kroz koju se provlači ruka. To je učinilo rubove skladnijima i doprinijelo je čvrstoći, kompaktnosti ali i estetici koja je time djelovala upotpunjeno. Na polukružni rub rukava također je zašivena kupaonska prostirka savinuta na pola, zbog pojačane stabilnosti. To je rukavu s vanjske strane dalo uredan rub i potrebnu čvrstoću. Slamke više nisu propadale i rukav je fiksno stajao na mjestu bez obzira visi li komad na vješalici ili je odjeven na tijelo.

Potrebno je bilo još samo izrezati komad prostirke za ovratnik u poželjnom obliku. Izrezana je prema lijevom i desnom rubu nešto šira traka, te nešto je uža u sredini. Kada je našivena dobiven je ovratnik nešto viši kod lica, a niži se prema stražnjem dijelu vrata. Rubovi su naknadno blago zaobljeni škarama.

Zvuči dosta jednostavno, no u praksi je bilo veoma komplicirano. Za svaki najmanji pomak bilo je potrebno prislanjati na tijelo, oblačiti i vidjeti je li sašiveno tako da se ne deformira kada se obuče (što se događalo često), stalno je trebalo prije rezanja prislanjati na tijelo kako bi se vidjelo koliko velik komad odrezati. Pogreške su bile mnogostruke. Materijal se često odbijao ponašati sukladno viziji njegovog ponašanja u glavi. Nakon što bi ga se zašilo on bi stvorio svoje neke neočekivane forme i s time se trebalo uhvatit u koštac i popraviti ako je potrebno. Trebalo je često sve rasparati, neke dijelove dodatno podrezati ako su preveliki ili drugačije sašiti u slučaju drugačijih oblika kada se navuku na tijelo, zatim ponovno sašiti natrag. To su izazovi praktičnog rada, pogotovo eksperimentalnog, a greške su neizbježne.



*Slika 16. Izrada kaputa, 2018.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*



*Slika 17. Detalj slamki na rukavu kaputa, 2019.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*



*Slika 18. Detalj slamki na rukavu kaputa, 2019.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*

### **8.7. Izrada kaputića od kupaonske prostirke**

Ovaj komad načinjen je samo od jednog materijala i to je kupaonska prostirka. Potpuno je nosiv i nije krut kao prva dva komada. Budući je u području prsa i pazuha uži zbog toga ga ne može obući osoba bilo kakvih dimenzija, inače je zbog svojih svojstava u potpunosti prilagodljiv tijelu. Prostirka je rezana na trake koje su na svojim krajevima zašivene za dva patentna zatvarača, jedan s prednje strane po sredini i drugi s leđa, također po sredini. Trake su nanizane jedne iznad druge i prepuštene utjecaju gravitacije, tako da slobodni pad stvara oblik i odlučuje o dijelovima tijela koji će biti pokriveni, a koji ne. Dok je prsluk od slamki inspiriran buntom i revolucijom, tj. prkosom naspram ustaljenih pravila i iskazuje to bodljikavom formom koja prkosi teksturi i zadire u skulpturu, ovaj je komad inspiriran simbolikom crvene koja se tiče ljudske seksualnosti, strasti i bludnosti. Ovaj komad tijelo više otkriva nego pokriva i igra se ljudskim umom nudeći mu pogled na golo tijelo koje se nalazi ispod ali ne u potpunosti. Tako ljudski um ostaje zaintrigiran, željan saznati više, vječito u iščekivanju. Modni komad koketira s fetišizmom.

Praktičan je, otvara se patentnim zatvaračima, a zbog činjenice da se oni nalaze i s prednje i stražnje strane komad se može odvojiti, dok dijelove na mjestu zajedno održava samo područje ovratnika gdje su patentni zatvarači na njega zašiveni. Na ovratnik je zašivena i kapuljača napravljena po istom principu kao i ostatak: na središnji komad nadovezuju se trake

od kupaonske prostirke, jedna do druge, a između njih je prazni međuprostor. Sve skupa podsjeća na neku formu poput rebara ili kakvog kostura.

Bio je to zapravo najjednostavniji od komada za izradu jer nije bilo nikakvih krutih materijala i muke oko šivanja, a još manje oko krojenja. Komad savršeno pristaje na ljudsko tijelo, a krojevi i skice nisu uopće bili potrebni. Bilo je puno manje rizika da nešto bude krivo zašiveno ili da će se materijal drugačije ponašati kada se odjene. Sve je išlo glatko, nije bilo potrebno prepravljati i nešto parati pa šivati ispočetka, stoga je bio gotov u puno kraćem roku. Ovaj komad je definitivno najzahvalniji za izradu i najudobniji pri nošenju.



*Slika 19. Isprobavanje kaputića, 2019.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*





*Slika 20. Kaputić izložen u TTF galeriji, 2019.  
(Autor fotografije: Zvonimir Ferina)*



*Slika 21. Kaputić izložen u Tehničkom muzeju Nikola Tesla u Zagrebu, 2019.  
(Auto fotografije: Nera Gržin)*

## 8.8. Izrada pletiva

Jedna od ideja kako izbjeći krojenje bila je obavijanje plošne tekstilne površine oko tijela. Ovo je misao vodilja prilikom izrade sljedećeg odjevnog predmeta. S obzirom na poznavanje tehnika ručnog pletenja odlučeno je kako će se tome prostora i unutar sfera pletiva poigrati se teksturama koje donose različite nijanse crvene i različite finoće pređa. Pređe su nabavljene u Pamigo prodavaonici, korištene su one sitne, s kojima je napredak bio spor i dugotrajan, a postupno su se birale sve krupnije i voluminoznije pređe do tzv. *oversized* pređa. Vrlo su skupe, jedno klupko koštalo je oko 130kn, a ono je dostatno za svega desetak centimetara pletiva, što znači, za značajniju duljinu trebalo ih je više. Ukupno su kupljena četiri klupka, a osim njih kupljen je još čitav niz krupnijih i sitnijih pređa. Financijski utrošak u par metara ovakvog pletiva ogroman je.

Osim prema masivnosti, pređa je birana i prema bojama. Ciljano su kombinirane prošarane, jednolične, svjetlije i tamnije pređe, a neke su naknadno bojane crvenim sprejem za tekstil. Različitim nijansama također je postignuta površinska zanimljivost.

Obzirom na *oversized* pređe trebalo je kupiti i igle za pletenje namijenjene takvom pletivu. Radi se debelim iglama promjera 30 mm. Pletene su lijevo-lijevim prepletom, osim *oversized* pređa, koje su ispletene desno-lijevim prepletom. Krenulo se najsitnijom pređom prema krupnijoj, zatim na pola puta pletivo ponovno ide od krupnije prema sitnijoj pređi. Nakon pletenja, jedan segment koji je ispletan od bijele pređe obojan je crvenim sprejem.

Pređe su uglavnom sintetske ili kombinacija, a jedino *oversized* pređe su čista vuna. Pletivo je dugačko oko 4.5 m, velikim dijelom glomazno i njime se zaista može obaviti i prekriti tijelo. Zbog svoje glomaznosti također ulazi u prostor, no na drugačiji način nego što to čine slamke i ostali materijali. Dobivene se drugačije teksture koje su u suprotnosti s prijašnjim dobivenim teksturama. Ove su mekanije, prirodnije, klasičnije u tekstilnim sferama, iako pletivo estetski nije nimalo klasično. Ovaj komad unutar cijele kolekcije pruža ugodni kontrast krutom, netekstilnom i plastičnom osjećaju.

Za ovaj se komad može reći kako je svoju inspiraciju pronašao u aspektima crvene boje koji su povezani sa simbolikom topline, ljubavi, ljepote i nježnosti. Shodno tome je i sam komad mekan, voluminozan, grije, udoban je i u potpunosti prilagodljiv tijelu. Ovdje je još jednom u potpunosti uspješno izgubljen element kroja, a pletivo, različitim načinima omotavanja oko tijela, može poprimiti neograničen broj varijacija formi.



*Slika 22. Detalj ručnog pletenja, 2019.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*



*Slika 23. Proces pletenja, 2019.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*





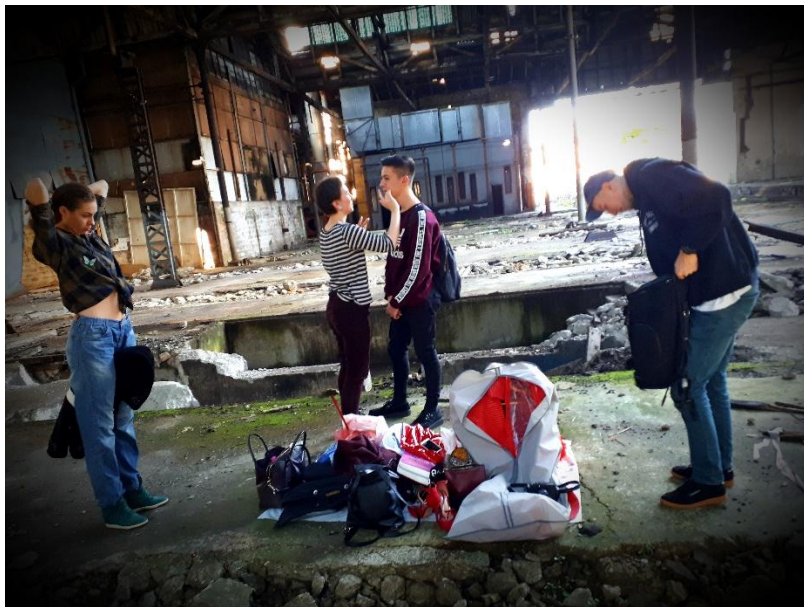
*Slika 24. Pletivo, 2019.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*

## 8.9. Fotografiranje radova

Kolekciju je u njenom nastajanju trebalo i profesionalno fotografirati što je dovelo do suradnje s fotografom Darijom Dunajem za snimanje prva dva komada iz kolekcije. Pletivo i kaputić od kupaonske prostirke nastali su kasnije, stoga nisu tada fotografirani. Bilo je bitno uskladiti viziju kolekcije i estetski izričaj fotografa, što nije bio problem jer su se po dinamici i interesima ideje i vizije poklopile. Estetika se do kraja komunicirala slanjem uspješnih primjera modne fotografije koje su smatrane bliskima ovom projektu, i željenoj fotografskoj estetici. Tako je fotograf nepogrešivo dobio dojam o smjeru u kojem se želi ići.

Odluka je bila snimati sa ženskim i muškim modelom unutar javnog, napuštenog, urbanog prostora koji je zagasit i u potpunosti stavlja naglasak na odjevni komad. Cilj je bio fotografijom prikazati alternativni pristup modnom dizajnu, stoga studio nije dolazio u obzir. Uz minimalnu i neutralnu šminku i kosu jednostavno zalizanu unatrag, cjelokupni naglasak bio je na odjevnim predmetima i njihovom položaju u prostoru. Prostor snimanja bila je ogromna, napuštena tvornica vlakova i koja je pružala neograničene kreativne mogućnosti. Dijelovi prostora su bili lošije ili bolje osvijetljeni i svi su pružali drugačiju, no estetski zaokruženu priču.

Za vrijeme snimanja, koje je trajalo otprilike 4 sata, napravljeno je više stotina fotografija od kojih je probrano 20-ak najboljih koje su potom digitalno obrađivane.



*Slika 25. Šminkanje prije fotografiranja, 2018.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*



*Slika 26. Fotografiranje u napuštenoj tvornici vlakova Gredelj, 2018.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*





*Slika 27. Fotografiranje u napuštenoj tvornici vlakova Gredelj, 2018.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*

9. MODNE FOTOGRAFIJE



























Fotografija: Darijo Dunaj

Styling: Nera Gržin

Modeli: Marko Marić, Mihaela Štimac – Rojtinić

Make-up artist: Iva Bohaček

Zagreb, 2018. godina



# JOURNAL

---

@MODNE VIJESTI

## IZLOŽBA RADOVA KOJI BRIŠU GRANICE IZMEĐU SKULPTURE I MODE

Srijeda, 23. siječanj, 2019.



*Slika 28. Članak izašao povodom otvorenja izložbe u TTF galeriji, 2019.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*



MODA

# *Zanimljiva izložba mladih talenata o suvremenom pristupu modi*

Boja sa stavom!



*Slika 29. Članak izašao povodom otvorenja izložbe u TTF galeriji, 2019.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)*



# SUPER1

LOOK FIT SNAGA RELAX EMOCIJE

---

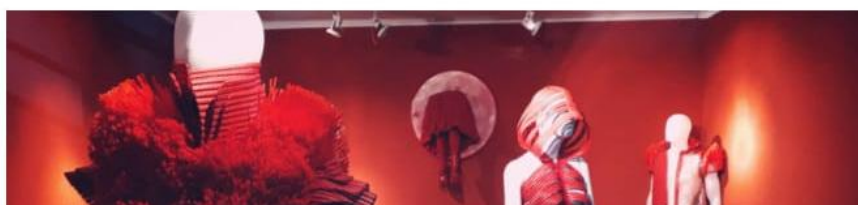
## KULTURA

---

U galeriji TTF-a se otvara modna izložba posvećena isključivo crvenoj boji. Evo kako će izgledati

BY SUPER1 • LOOK • 24.01.2019. •

90 PREPORUKA



Slika 30. Članak izašao povodom otvorenja izložbe u TTF galeriji, 2019.  
(Autor fotografije: Nera Gržin)

## 10. ZAKLJUČAK

Unutar obrađivane teme, sagledano je i proučeno više različitih aspekata boja koji su relevantni prilikom ispitivanja njihovog utjecaja na doživljaj površine u modnom dizajnu, s posebnim naglaskom na crvenu boju koja je činila temelj svakog kreativnog procesa i bila osnovna misao vodilja cijeloga rada. Rad je podijeljen na teorijski i eksperimentalni dio kako se i odvijao u stvarnosti. Unutar teorijskog dijela osvrnulo se na neke tehničke aspekte boja, koji su relevantni prilikom površinskog oblikovanja odjevnog predmeta koje je uslijedilo u praktičnom dijelu. Tu se osvrvalo na optička i fizikalna svojstva, sustave uređenosti boja, načine sistematiziranja i problematiku prilikom istoga zbog specifičnosti ponašanja boja unutar uređenih sustava. Prikazan i čovjekov doživljaj boja, koji se problemi, koji dodatno otežavaju njihovo definiranje, tu javljaju (subjektivnost), te shodno tome kako se boje mogu koristiti u unaprjeđenju različitih čovjekovih djelatnosti (primjerice u modnom marketingu). O bojama općenito navedeno je najbitnije za ovu temu, ali glavnina rada posvećena je crvenoj boji i to njenim kulturno-društvenim ulogama. Detaljno se prošlo kroz simboliku crvene, crkvenu i svakodnevnu, vezanu uz Biblijski ili mitologijski doživljaj crvene pojedinih starih civilizacija. Njena simbolika smještena je u vremenske periode i prostorno područje jer se vremenski-prostorno i mijenjala. Uglavnom se dotičući europskih područja, posebice zapadne Europe, ali i područja drevnih civilizacija (primjerice Egipta), proučavane su: prve palete crvenih tonova, bojadisanje tkanina crvenim pigmentima, simbolika vatre i krvi, iskazivanje moći odijevanjem crvene boje, njena funkcija kao znak upozorenja, opasnosti, zabrana i kontrole, crvena kao pojam ljubavi i ljepote, crvena u hrvatskom folklornom tekstu, mitologija vezana uz crvenokose, psihologija crvene boje, njena uloga u političkom kontekstu, te smo smjestili crvenu boju unutar rječnika. Svaki praktični rad zahtijevao je sistematsko teorijsko proučavanje boja, tekstura i forme unutar mode. Tako se osvrnulo i na teksturalnost i skulpturalnost u modi, što su, uz boju, druga dva obilježja kolekcije. U njihovu se širinu nije išlo s obzirom na glavnu misao vodilju- boju, ali ih je bitno spomenuti jer se boja propitivala prvenstveno u odnosu na površinsko oblikovanje i teksturu odjevnog oplošja. To jest, nijanse, jednoličnost i prošaranost, prozirnost i neprozirnost, veće i manje zadiranje teksture u prostor. Eksperimentalni dio detaljno opisuje i slikovno prikazuje proces izrade odjevnih predmeta, od kreativne ideje do realizacije. Obrazlaže se kako kreativni proces prati teorijsku podlogu i zašto je estetika kolekcije upravo takva kakva jest. Prikazano je idejno promišljanje pojedinog komada, nabava materijala, zatim njegova konkretna primjena. Svaki odjevni komad obrađen je u poglavlju posvećenom samo njemu. Navedeni su korišteni materijali, gdje i kako ih se

nalazilo te vremenska i financijska zahtjevnost pojedinog odjevnog komada. Iskazan je redoslijed i način izrade te stupanj kompliciranosti. Dočarane su silne prepreke i problemi koji su po putu nailazili te kako su rješavani te na koji način se pronalazila alternativa. Na kraju je ukratko opisano snimanje modnih fotografija u sklopu kolekcije koje su ju zaokružile, estetski nadopunile i učinile je šire vizualno dostupnom, izvan galerijskog izlaganja.

Kolekcija je nastojala pratiti buntovni duh crvene i u skladu s njenom simbolikom komunicirati estetiku koja je drugačija, revolucionarna, buntovna, ponekad bolna za nošenje, ponekad ugodna, ali u svakom slučaju izražava novitet. Zato je kolekcija rađena eksperimentalno, izbjegavajući krojenje već nudeći drugačija rješenja pokrivanja tijela. U tome se spajaju teorija o crvenoj kao boji revolucije i napretka i praktični rad koji teži potpuno novom načinu formiranja odjevnog oplošja. Crvenu možemo voljeti ili mrziti, ali ne može se poreći njena moć privlačenja pažnje. Kolekcija je bila izložena u TTF galeriji i Tehničkom muzeju Nikola Tesla u Zagrebu i nitko nije prošao ne primijetivši ju, a najčešće bi ljudi zastali proučiti malo detaljnije ili čak i načiniti koju fotografiju mobitelom.

Istraživanje je rezultiralo modnom kolekcijom koja je idejno i estetski usklađena. Može se zaključiti kako crvena boja pojačava zamjetljivost tekstura, koje ne bi bile toliko zanimljive i magično privlačne niti u jednoj drugoj boji. Kako je crvena boja dinamična i ima visok energetska nivo, površinu je učinilo još dinamičnijom i teksturu izraženijom. Svojom sposobnošću privlačenja pažnje, crvena je u ovoj kolekciji pridobila pozornost mnogih. Učinila ju je življom i dinamičnijom.

Izbjegavanje krojenja i korištenje nekonvencionalnih, netekstilnih materijala rezultiralo je radom koji je bio dugotrajan, bolan i često naporan. Bilo je potrebno uložiti jako puno vremena i pažnje, ali i financija. Izrada je zahtijevala stalno oblačenje i isprobavanje. Međutim upravo zbog toga su postignute jedinstvene forme i teksture koje nagingu skulpturi, nove i do sada neviđene. Nepoštivanje pravila dovelo je do svojevrsnog napretka, iako je put bio kompliciran i zahtjevan. Upravo tu misao crvena je simbolizirala prilikom brojnih revolucija. U ovom je slučaju, njenom prisutnošću, ta ista misao prenesena na promatrača i zbog nje se, bez puno analize, na prvu vidi kako je riječ o nečem novom i drugačijem.

## 11. LITERATURA

1. Pastoureau, M. (2016) *RED: The History of a Color*. 1. izd. New Jersey: Princeton University Press.
2. Brenko, A. et al. (2009) *Moć boja: Kako su boje osvojile svijet*. Zagreb: Etnografski muzej.
3. Swindells, S.; Almond, K. (2016) *Reflections on Sculptural Thinking in Fashion*. Leeds: Taylor & Francis.
4. Loschek, I. (2009) *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*. New York: Berg.
5. Parac – Osterman, Đ. (2013) *OSNOVE O BOJI I SUSTAVI VREDNOVANJA*. 2. izd. Zagreb: Tekstilno-tehnološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
6. Dorfles, G. (1986) *Moda*. Novi Sad: Bratstvo Jedinstvo.
7. Quinn, B. (2012) *Fashion Futures*. London: Merrell Publishers Limited
8. Riello, G.; McNeil, P. (2010) *The fashion history reader: global perspectives*. New York: Routledge.
9. Chan, D. (2008) *Young asian fashion designers*. Köln: Daab GmbH.
10. Jestrjević, I. (2011) *Studija MODE: znaci i značenja odevne prakse*. Beograd: ORION ART.
11. Collins, J. (2007) *Sculpture today*. London: Phaidon Press Limited.
12. Holborn, M. (1995) *Issey Miyake*. London: Benedikt Taschen Verlag GmbH.
13. Scully, K.; Johnston Cobb, D. (2012) *Color forecasting for fashion*. London: Laurence King Publishing Ltd.
14. Riley, C. A. (1995) *Color Codes: Modern Theories of Color in Philosophy, Painting and Architecture, Literature, Music and Psychology*. London: University Press of New England.
15. Nieto-Galan, A. (2001) *COLOURING TEXTILES: A History of Natural Dyestuffs in Industrial Europe*. Dordrecht: Springer Science+ Bussines Media.
16. Hallett, C.; Johnston, A. (2010) *Fabric for Fashion: A comprehensive guide to natural fibers*. London: Laurence King Publishing Ltd.

## 12. ELEKTRONSKI IZVORI SLIKA

1. Slika 01. Issey Miyake: "The Minaret Dress", 1995.,  
izvor: <http://www.manuscriptdaily.com/2015/05/see-japanese-folds/> (27.04.2019.)
2. Slika 02. Issey Miyake: "The Minaret Dress" kada nije na tijelu, 1995.,  
izvor: <http://www.manuscriptdaily.com/2015/05/see-japanese-folds/> (27.04.2019.)
3. Slika 03. Kreacija Iris Van Herpen u časopisu "System Magazine",  
izvor: <http://system-magazine.com/issue10/iris-van-herpen/> (27.04.2019.)
4. Slika 04. Kreacija Iris Van Herpen za koju koristi elemente kišobrana,  
izvor: <https://www.irisvanherpen.com/haute-couture/chemical-crows> (27.04.2019.)
5. Slika 05. Haljina Madame Grès,  
izvor: <https://paulineweber.com/2011/03/30/madame-gres-quand-couture-rime-avec-sculpture/>  
(27.04.2019.)