

# Prugicama do održive mode

---

Rumora, Ira

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Textile Technology / Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno-tehnološki fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:201:155270>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-23**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Textile Technology University of Zagreb - Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET

PRUGICAMA DO ODRŽIVE MODE:

**DIPLOMSKI RAD**

IRA RUMORA

Zagreb, rujan 2021.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET  
Zavod za dizajn tekstila i odjeće

PRUGICAMA DO ODRŽIVE MODE:  
STRIPES AND SUSTAINABILITY IN  
CONTEMPORARY FASHION

**DIPLOMSKI RAD**

Mentor  
doc. art. Paulina Jazvić

Izradila:  
Ira Rumora  
Broj indeksa:  
TMD/MD 11034

Zagreb, rujan 2021.

ZAVOD U KOJEM JE IZRAĐEN RAD: ZAVOD ZA DIZAJN TEKSTILA I ODJEĆE

BROJ STRANICA: 41

BROJ SLIKA: 32

BROJ LITERATURNIH IZVORA: 7

ČLANOVI POVJERENSTVA:

doc.art. Ivana Mrčela-članica

doc. art. Paulina Jazvić - mentor

doc. dr. sc. Renata Hrženjak - članica izv.

doc. art. Marin Sovar- zamjenik člana/ice

Datum predaje rada – 24.09.2021.

Datum obrane rada – 28.09.2021.

## **SAŽETAK:**

Proučavanjem povijesti i načina korištenja motiva pruga kroz povijest i suvremenu modu te paralelno istraživanjem „brze mode“ i negativnih posljedica koje modna industrija ima na okoliš, dobiveni su temelji za koncept modnih ilustracija tehnikom kolaža.

**Ključne riječi: pruge, sociologija mode, „brza moda“, održiva moda, modna ilustracija**

**Key words: stripes, sociology of fashion, fast fashion, sustainable fashion, fashion illustration**

## **SADRŽAJ**

<b>1. UVOD</b>	<b>2</b>
<b>2. PRUGE</b>	<b>3</b>
2.1. Povijest pruga	3
2.2. Pruge u suvremenom odijevanju	8
<b>3. PROBLEMATIKA „BRZE MODE“</b>	<b>18</b>
3.1. Razvoj „brze mode“	18
3.2. Štetni utjecaji „brze mode“ na okoliš	20
3.3. Održiva moda	24
<b>4. KONSTRUKCIJA ODJEVNOG PREDMETA</b>	<b>26</b>
4.1. Opis modela haljine	26
<b>5. MODNE ILUSTRACIJE INSPIRIRANE PRUGICAMA I PROBLEMATIKOM „BRZE MODE“</b>	<b>32</b>
5.1. Tehnike modnih ilustracija	32
5.2. Prugice i „brza moda“ kao inspiracija za modnu ilustraciju	32
<b>6. ZAKLJUČAK</b>	<b>34</b>
<b>7. POPIS SLIKA</b>	<b>35</b>
<b>8. BIBLIOGRAFIJA</b>	<b>36</b>

## 1. UVOD

Ovaj diplomski rad bavit će temom zapadnjačkog pogleda na motiv pruga kroz povijest. Takav jednom jednostavnom i sveprisutnom motivu pridodat će se mnogo atributa, karakteristika i konotacija kroz različite vremenske etape. Jednostavnost i efektivnost ovog motiva dokazala se kao idejni medij kojeg uporno koristimo za naglašavanje ili upozoravanje kod društvenih i odjevnih normi.

Prvi dio diplomskog rada fokusirat će se na kronološkom slijedu kako smo kao zapadnjačko društvo doživljavali i koristili pruge. pokušat će naći razloge zašto smo kroz Srednji vijek pridodavali prugama attribute devijacije, malignosti i negativnih atributa, te na posljetku kako je od toga došlo do današnjeg shvaćanja i prihvaćanja pruga. Osim toga ovaj diplomski rad nastojat će prikazati presudne modne momente te kako su prugice igrale bitnu ulogu u istom.

Drugi dio diplomskog rada ukazivat će na nedostatke i posljedice trenutnog modnog sustava proizvodnje, odnosno *fast fashion* način proizvodnje. Bavit će se ekološkim aspektom posljedica kao što su otpadne vode koje uništavaju ekosisteme i rijeke, emisije štetnih tvari, problemi plastičnih vlakana i njihov veliki udio u tekstilu, prekomjerne potrošnje prirodnih resursa radi proizvodnje vlakana, problem transporta i naravno prevelika proizvodnja koja rezultira brdima tekstila i otpadnog materijala. Istraživat će i *slow i sustainable fashion* kao moguće rješenje na trenutnu situaciju.

Zadnji dio diplomskog rada objedinjuje prva dva dijela u formi mape digitalnog kolaža. Kolažiranjem prugica i prugica u modi obrađivat će različite karaktere prugica kroz povijest odnosno kulture te će koristiti vizuale ekoloških katastrofa odnosno posljedica „brze mode“ i efektivnost prugica da naglasi i upozori na isto.

## 2. PRUGE

### 2.1. Pruge u povijesti

Pruge su jedan od prvih primjera tkanog tekstila kojeg kroz povijest opetovano nastavljamo viđati u modnoj industriji. Pruge definiramo kao liniju boja ili kao jednu od nekoliko linija boja koje su blizu jedna drugoj. Pruge se razlikuju od ostalih uzoraka time što dezen nije sastavljen od nekakvog oblika već je riječ o strukturi, dinamičnoj i naizmjeničnoj, pravilnoj ili nepravilnoj, horizontalnoj ili vertikalnoj [2]. Suvremeni pogled na pruge pretežito je neutralan te najčešće asocira na ljetu, mornare ili poslovnu odjeću, dok je nekoć pogled na prugasti uzorak imao zloćudnije konotacije.

U Srednjem vijeku prugasta odjeća bila je svojevrsni simbol odnosno znak izopćenika, nekoga koga je trebalo obuzdati, nekoga na marginama društva ili nekoga društveno neprihvaćenog na ovaj ili onaj način. U svakom slučaju u zapadnjačkom društvu koristili bi se prugastim odjevnim predmetom da razdvoje i označe osobu ili grupu od ostatka naroda. Prugastim odjevnim predmetom ili dijelom odjeće bi se označavalo najčešće: dvorske lude, prostitutke, luđake, kriminalce, nevjerne/nepoštene vitezove i heretike –to se ne bi odvijalo dobrovoljno, već prema službenim naredbama. Klasifikacijsko svojstvo odjeće, osobito u Srednjem vijeku, nadjačavalo je utilitarističku i estetsku funkciju odjeće. Tada su pruge bile idejni simbolički medij za označavanje bilo koga tko je izvan tadašnje norme. Iz današnje perspektive postavlja se pitanje zašto bi se na takav jednostavni uzorak gledalo kao na nešto pogrdno i devijantno? Odgovor se nalazi u kršćanskom srednjovjekovnom tumačenju Starog zavjeta gdje u 19 poglavlju Leviticusa, 19 redak, nalaže *..You will not wear upon yourself a garment that is made of two..* što bi se u slobodnom prijevodu mogli tumačiti kao zabranu nošenja odjevnog predmeta izrađenog ili od dvije boje ili od dvije vrste materijala [1].

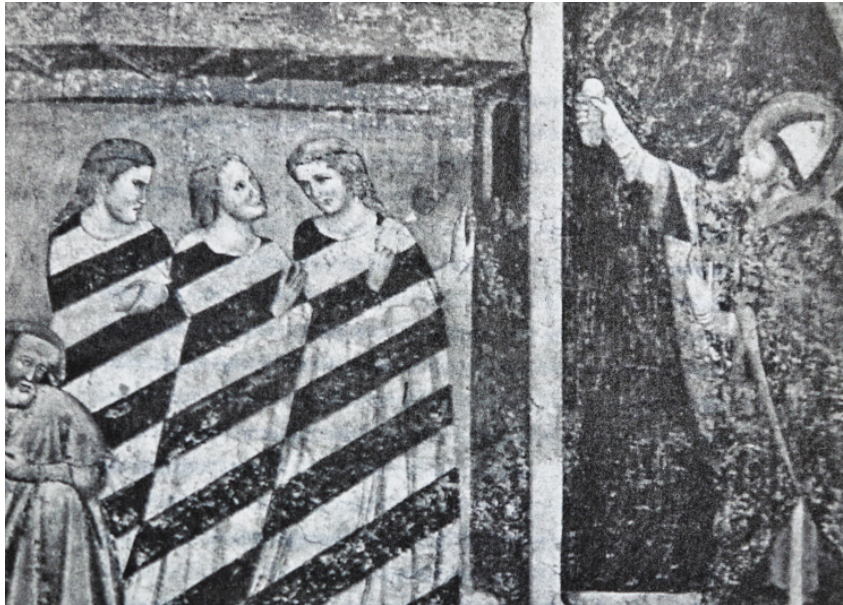
Među najranijim primjerima pogrdnog gledanja na pruge u odjevnom smislu je slučaj sa karmelićanskim ogrtačem. Na ljetu 1254. kada se Sveti Luj vratio u Francusku iz križarskog rata iz Svete Zemlje sa sobom je doveo nekolicinu redovnika među kojima su bili braća Karmelićanskog reda. Karmelićani su imali ogrtač sastavljen od



krznenih bijelih i smeđih debelih uzdužnih pruga. Vrlo brzo pri dolasku u grad Karmelićani postaju predmet javnog izrugivanja, ne samo ruganja već i optužbi za pohlepu, licemjerje i izdaju. Razlog izrugivanja jest upravo taj ogrtač i njegov prugasti izgled koji odstupa od dosadašnjih jednobojskih i običnih ogrtača. To odstupanje spomenutih pruga na ogrtaču rezultira time da Papa Aleksandar IV. nalaže odbacivanje Karmelićanskog ogrtača kao simbola reda te na posljetku i zabranu bilo kakvih prugastih habita za sve religijske skupine. Već ovaj primjer nam pokazuje kako su u Srednjem vijeku gledali na pruge kao nešto degradirajuće i nešto što zahtjeva zabranu. Netom nakon toga na snagu stupaju odredbe odnosno dekreti koji zabranjuju klericima nošenje dvobojskih, prugastih ili kockastih odjevnih predmeta.

Još jedan primjer netrpeljivosti prema nošenju pruga je zapis slučaja kada je jedan „navodni“ klerik osuđen na smrtnu kaznu zato što je oženjen i „uhvaćeni“ u prugastoj odjeći [1].

Kasnije u društvu dolaze i na snagu zakoni, običaji i regulacije koji propisuju odijevanje odmetnika u prugastu ili dvobojsnu odjeću. Npr. u Germanskom običajnom zakonu takva odjeća rezervirana je za kopilad odnosno izvanbračnu djecu, kmetove i osuđenike. Na jugu Europe u kasnijem srednjem vijeku Zakoni protiv raskoši nalažu da prostitutke, žongleri i klaunovi moraju nositi ili prugastu odjeću ili prugasti artikl (kao što je šal, kapa, halja, hlače ili kapuljača). U germanskim gradovima istim zakonima podvrgnuti su gubavci, bogalji, boemi, heretici te ponekad i Židovi. Posvuda riječ je o nametanju vizualnih simbola koji na neki način indiciraju odstupanje kako bi se spomenuti razlikovali od poštenih građana [1].



Slika 1: Tri mlade žene osuđene na prostituciju, spašene od Sv. Nikole, sjeverna Italija, 1340.

Kada je riječ o srednjovjekovnom pogledu na odijevanje- funkcija običaja i zakona protiv raskoši je ekonomska i etička, no prije svega socijalna i ideološka. Za segregaciju temeljenu na odijevanju pruge su idealni medij pošto su izrazito uočljive te tako vrlo jasno postaju simbol za prikazivanja prijestupa od društvenih normi. Moglo bi se reći da na isti način na koji individue označene prugama prestupaju društvene ili etičke norme, na sličan način pruge prestupaju kromatske norme odnosno norme odijevanja u srednjem vijeku.

Također dokaze o simbolici „pogrdnih“ karakteristika pruga možemo naći i u prikazima biblijskih figura na ilustracijama, muralima i ostalim medijima kod prikaza likova kao što su: Kain, Delilah, Saul, Salomon, Juda [1].

Pogrdna i „dijabolična“ priroda pruga proteže se i na prugaste životinje. Smatralo se da ne samo crne, već i prugaste mačke, tigrovi, zmiје i hijene imaju zloćudne osobine. Iako je u Srednjem vijeku samo mali broj Europljana znao za postojanje zebri, katolički naturalisti opisali su zebre kao opasne i dijabolične zvijeri. Zebre su smatrane zvijerima sve do doba reformacije kada je nova generacija zoologa pridonijela novo uvjerenje bliže realnijem opisu zebre.

Oko 15. stoljeća uz pruge se vežu nove asocijacije budući da polako postaju dio odora sluga i osoblja (često robovi iz Afrike ili s Istoka). Odjeveni su u halje/hlače dvobojnog karaktera (crno-žute boje) a kasnije uzastopno prugastog. Upravo ta kombinacija crno-žutih pruga kasnije u SAD-u postaju norma za batlere i valetе [1]. Upravo tako egzotičnost i istočnjačko podrijetlo postaju novi atributi koji su vezani uz uzorak pruga. Kroz sljedeće stoljeće uzdužne pruge poprimaju aristokratske karakteristike dok horizontalne pretežito ostaju pokorne.

Nakon 1775. pogled na pruge drastično se mijenja- Američka revolucija donosi potpuno novu i romantičnu viziju pruga. Revolucionarne pruge počinju preuzimati svijet odijevanja, tekstila, ambleme i dekor. Nagla rasprostranjenost pruga najednom objedinjuje sve socijalne i ekonomske klase mijenjajući vizualni i kulturološki pogled na pruge. Američka zastava se tada sastojala od 13 crvenih i bijelih pruga, koje simboliziraju 13 američkih kolonija. Postala je svojevrsni simbol slobode i novih ideja te pobune protiv Britanske vlasti. Pruge su se mogle naći na gotovo svim odjevnim predmetima: haljine, prsluci, frakovi, suknje, podsuknje, bluze, hlače, čarape, pregače, marame...

Ono što je Američka revolucija započela sa spajanjem pruga uz ideologiju slobode i novih ideja, Francuska Revolucija (1789.) je preuzela kao jedan od svojih glavnih vizualnih simbola uz Trobojnu Rozetu, sliku Marianne, Liberty kapu, štuku i snopove. Revolucionarne pruge sastoje se od crvenih, bijelih i plavih pruga te simboliziraju slobodu, patriotizam, neovisnost, odbacivanje starih načina radi prihvaćanja novih, boljih načina. Prevladavaju vertikalne pruge romantičnog karaktera uz ponovnu pojavu orijentalnih pruga. Iako pruge nikada nisu doista izgubile vezu s devijantnošću, do 18. stoljeća uzorak je postao mnogo češći i običniji dio mode u zapadnim kulturama.



Slika 2: Prugasti frak i čarape 1786.



Slika 3: Francuska revolucija, 1789.

Sada po prvi puta odijevanje u pruge može označavati nešto pozitivno i dobro, pruge više nisu nužno rezervirane za izopćeni i marginalni dio društva kao što je to bilo kroz Srednji vijek, već su razlog za slavlje i promoviranje novih ideala.



Slika 4: Revolucijske prugice, Francuska 1789.

Paralelno s krajem 18. stoljeća u Americi nastaje dobro poznati „kostim“ zatvorske uniforme koja se sastoji od debljih kontrastnih pruga - kojeg početkom 19. stoljeća preuzimaju neki njemački i engleski zatvori, kaznene kolonije u Austriji, Sibiru te Osmansko Carstvo. Deblje kontrastne pruge na zatvorskim uniformama čine zatvorenika lakim za vidjeti iz daljine, razlikovati od zaštitara te lakim za uočiti u slučaju pokušaja bijega ili slično. One su ovdje ponovno znak isključenosti iz društva, društvene stigme te uz kombinaciju jeftinih materijala dodaju efekt degradiranja zatvorenika. Spomenuta svojstva mogu se uočiti i na primjeru uniformi zatočenika u koncentracijskim logorima u nacističkoj Njemačkoj [1].



Slika 5: Zatvorenici Utah, cca 1885.



Slika 6: Uniforma iz koncentracijskog logora

## 2.2. Pruge u suvremenom odijevanju

Pruge kao simbol, metafora za određene skupine ljudi, često se pojavljivao u povijesti. Također, pruge su promijenile svoj značaj kroz povijest. U srednjem vijeku, pruge su bile znak prijestupa, uz njih se dakle vezala negativna konotacija. Kasnije, tijekom Francuske revolucije pruge mijenjaju svoj značaj i postaju simbol političkog pokreta. U Sjedinjenim Državama, pruge i zvijezde, značile su slobodu. 1858. majica s prugicama postaje službena uniforma francuskih mornara, koju su izvorno nosili bretonski ribari.

U 20. stoljeću pruge su postale ključni dio modne ikonografije mnogih marki. Pionir je bio Adidas, koji je svoje tri pruge predstavio 1928. godine, na teniscama koje je nosila sportašica Lina Radke. Zatim, Sonia Rykiel, koja je krajem 60-ih počela dizajnirati vlastitu odjeću [2].



Slika 7: Sonia Rykiel naslovnica Elle France „Poor boy sweater“ 1960-ih

Slika 8: Sonia Rykiel *Queen of knitwear* 1989.

Njezin prvi odjevni komad bio je gotovo nadrealističan, jednostavan, ali ekscentričan prugasti pulover koji je postao hit međunarodnog tiska i dospio na naslovnicu Elle France. Krajem 80-ih, američki dizajner Tommy Hilfiger dodatno je naglasio snagu pruga kombiniranjem crvenih, bijelih i plavih. Povezane s bojama američke zastave, postale su pravi simbol američkog sna.

Većina dizajnera koristila je prugasti uzorak barem jednom u svojim kolekcijama. Svaki od njih uspio je predstaviti pruge na vlastiti način. Tako je Jean Paul Gaultier, na primjer, razbio je spolne razlike svojom bretonskom kolekcijom odjeće, koja je inspirirana *queer* filmom *Querelle*, homoerotičnom pričom o belgijskom pomorcu. S pomorskom tematikom također su povezane pruge Ottavija i Rosite

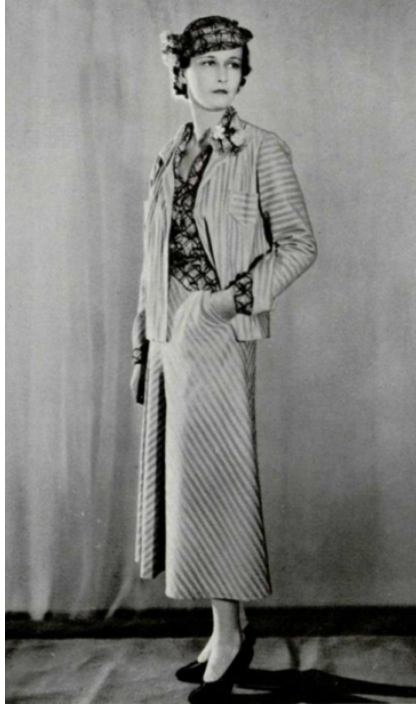
Missoni, šareni prugasti uzorak pletenja po uzorku pletiva za ležaljke, koja je utkana u njihove šarene pletene kreacije.

Kasnije u 20. stoljeću bretonsku košulju usvojila je gotovo svaka moguća umjetnička skupina. Umjetnici poput Pabla Picassa i Andyja Warhola uzeli su bretonsku košulju, te napravili vlastitu odjeću inspiraciju prugama.

U 1950–im, filmske zvijezde poput Marilyn Monroe, Audrey Hepburn ili Brigitte Bardot uspješno su privlačile pozornost noseći odjeću na horizontalne pruge. Također, Jamesa Deana koji je nosio bretonsku košulju u filmu *Buntovnik bez razloga*. Šezdesetih godina prošlog stoljeća književni pokret Beat Generation uzeo je bretonske crte i ugradio ih u modernu modu svoje subkulture.

Pruge su postale omiljene ne samo filmskim zvijezdama - glazbenici su ih također voljeli. Na primjer, Kurt Cobain u video spotu za pjesmu *Smells Like Teen Spirit*. Tijekom 60-ih i 70-ih pruge su smatrane buntovnim uzorkom i nosili su ih samo oni koji su umjetničkom interpretacijom htjeli preispitati modni autoritet. Upravo zbog konotacije s kojom se povezuju pruge dolazimo do Op Arta koji se, iako je umjetnički pravac, često pojavljivao u modi kao inspiracija. 60-te godine obilježili su prugasti uzorci koji su se razlikovali od tradicionalnih. Pojavljivale su na klasičnim odjevnim predmetima ali sada su prešli iz uređenih linija u optičke iluzije, koje su lako izazvale stariju simboliku pruga: poremećaj. Oni koji su nosili te stilove bili su dio kontrakulture vremena koja se oslobodila starih tradicija. Subkulture su nastavile koristiti pruge za svoje ciljeve, uključujući hipije, pankere i pripadnike *grunge* pokreta. Svaka od ovih skupina nosila je uzorak na svoj način, iako su sve koristile nekadašnji klasični dizajn kao oblik bunta protiv društva koje ih je pokušavao ograničiti.

Početak 20. stoljeća modna dizajnerica Coco Chanel otputovala je u Francusku rivijeru. Kad je stigla tamo, vidjela je radnike u marini kako nose svoju ispletenu mornaricu i bijele prugaste košulje. Uvijek utjecajna Coco Chanel voljela je minimalizam pruga te nije iznenađujuće što se upravo tamo rodila inspiracija za novu nautičku kolekciju. Predstavila je kolekciju u Francuskoj u svojoj trgovini u Deauvilleu 1917. Zahvaljujući Coco Chanel započela je modna pomama za nautičkim prugama. Među njezinim dizajnima isticao se ženski prugasti komplet inspiriran mornaricom.



Slika 9: Chanel komplet, 1933.

Prvo večernje žensko odijelo kreirao je Yves Saint Laurent 1966. godine i nazvao ga *'Le smoking'*. Žensko odijelo jedna je od inovacija slavnog kreatora koje su se tada smatrale radikalnima. Ovaj odjevni predmet, čija namjena je bila zaštititi odjeću od cigaretnog dima, izvorno je bio rezerviran samo za muškarce. Ovakvim radikalnim potezom dao je ženi moć jer ju je obukao u kruto prugasto odijelo s pripadajućim hlačama (a ne suknjom). Osim smoking, Saint Laurent je ženskom tijelu prilagodio i tradicionalno muško odijelo. Rukavi su bili opušteniji, struk opasan pojasom, dok su široke hlače komotno padale. Saint Laurentovi modeli su uz tipično ženske dodatke, poput štikli i nakita, nosili kravatu i šešir od filca. Prvo žensko odijelo imalo je tekstilni uzorak bijelih prugica na crnoj podlozi. Vertikalne pruge doprinijele su vizualnom produljenju siluete.





Slika 10: YSL prvo žensko odijelo, 1967.

Zasigurno vrijedan spomena kada se priča o prugama i odstupanju treba se spomenuti audio-vizualnog umjetnika Davida Bowieja. Za njega je odjeća bila način ekspresije, moćno oruđe u komuniciranju individualnosti u njenom najekstremnijem, svjetlucavom i kreativnom izdanju. Seksualno dvosmislen, poželjan i muškarcima i ženama, njegov lik Ziggyja Stardusta plameno crvene kose s munjom nacrtanom preko lica i dalje je jedna od najtrajnijih i kulturnih slika popularne kulture. Razlog zašto je Bowie bio toliko nevjerovatno utjecajan bio je to što je istraživao vezu između glazbe, mode i umjetnosti. Bowie je prvi put vidio djelo japanskog modnog dizajnera Kansaija Yamamota na izložbi Kansai u Londonu 1971. Pošto si nije si mogao priuštiti originalne dizajne pa je umjesto toga kopirao izgled, zaposlio je prijatelje poput Natasha Korniloff i Freddieja Burrettija kako bi stvorili jeftinije verzije Yamamotovih bodija i čizmi na platformu. Nakon uspjeha Ziggy Stardusta, Bowie je prišao

Yamamotu i naručio set još raskošnijih scenskih kostima za turneju *Aladdin Sane toure* 1973. To je uključivalo pletene jednodijelne predmete s uzorkom i voluminozne ogrtače, među kojima se isticalo prugasto odijelo. Ovi odjevni predmeti inspirirani su stilom japanskih samuraja i kabukija. Avangardne siluete netipične morfologije ulazile su u prostor i postizale efekt iluzije. Specifična za ovaj kostim bila je upotreba uzdužnih prugica koje su dodatno naglašavale pretjeranu siluetu koja se širila oko područja nogu. Iako je Yamamotov dizajn nedvojbeno pomogao Bowieju da učvrsti svoj androgeni imidž koji je prkosio rodnim normama. Njihova suradnja bila je bazirana na međusobnom divljenju i poštovanju.



Slika 11: David Bowie u Yamamoto Tokyo Pop Jumpsuit, 1973.

Slika 12: David Bowie i Kansai Yamamoto, 1972.

Slika 13: Kansai Yamamoto Jumpsuit, 1973.

Dizajnerski dvojac Missoni bio je cijenjen zbog iznimne pletenine te se njihov dizajn često smatrao umjetnošću. Prepoznatljivi aspekti njihovog pletiva bili su boja i afinitet prema umjetnosti. Missoni je svojim pletivima donio živahan osjećaj mašte te ih „spasio“ od staromodnih aspekata ručno i strojno pletenih konvencionalnih proizvoda. Kao i kod mnogih proizvoda talijanskog poslijeratnog razdoblja, njihova vrijednost nije bila u ručnom radu, već u neupitnoj nadmoći dizajna postignutog uz pomoć strojeva. Od samog početka bili su vrlo inovativni: po prvi put su koristili šivaći stroj *Rachel* za odjeću (u to vrijeme se koristio samo za šalove) i usredotočili se na uzorak, kršeći sve standardne i fiksne norme. Iako su strojevi bili vrlo jednostavni i mogli su stvarati samo linije, isprobavali su sve vrste pruga - okomite, vodoravne i dijagonalne. Odjeća je bila

iznimno šarena i lagana. Od njihove prve kolekcije haljina šarenih linija "MilanoSympathy" koja se pojavila u Rinascenteu 1958. i prve modne revije 1966., uspjeh brenda bio je neosporiv. Kako su se tekstilni strojevi poboljšavali 70-ih, Missonijevi su uzorci postali složeniji i slobodniji, nadilazeći sva pravila u ženskoj i muškoj odjeći, poput prepoznatljivog cik-caka i "scozzesea", koji je kombinirao vodoravne i okomite pruge. Missoni uvodi u modu trikotažu i sportsku odjeću od pletiva.



Slika 14: Missoni haljina, 1958.

Op Art (skraćeno za optičku umjetnost) bio je umjetnički pokret nastao 60-ih godina. Pri promatranju ovih umjetničkih djela može se dobiti dojam kretanja, uočiti skrivene slike i podebljane uzorke. Op Art djela su svojim apstraktnim izričajem i crno bijelom bojom često inspiracija dizajnerima.

1965. godine se u New Yorku održala umjetnička izložba pod nazivom „*The Responsive Eye*“ koja je potaknula fascinaciju Op Artom. Ovaj trend bio je prisutan u svim granama dizajna i umjetnosti. Jedan poznatijih primjera je papirnata haljina koja je prikazala djela poznatih Op Art umjetnika Victora Vasarelyja i Bridget Riley.

Bridget Riley je 60-ih godina počela razvijati svoj specifični Op Art stil koji se sastojao od crno-bijelih geometrijskih uzoraka. Tako je istraživala dinamiku vida te dezorijentirajući vizualni efekt.



Slika 15: Bridget Riley, 1969.

60-te su bile desetljeće kršenja modnih pravila. Tinejdžeri koji su bili u sukobu sa svjetonazorom svojih roditelja počeli su svojim oblačenjem izražavati bunt, individualnost i odstupanje od starijih generacija. To je bila posljedica utjecaja glazbe, mode, filma i društvenih promjena.

U tom periodu dizajneri počeli izrađivati odjeću namijenjenu tinejdžerima i mladima, što je bila prekretnica za tadašnje tržište odjeće. Modna dizajnerica Mary Quant pripadala je pokretu 'Youthquake' te je promijenila pojam mladenačke mode što je rezultiralo pojavom tzv. „*Mod looka*“. Za spomenuti imidž bio je karakterističan oštar, odvažan, minimalistički i futuristički izgled. Op Art je svojim geometrijskom estetikom i zadebljanim linijama upotpunjavao „*Mod look*“.

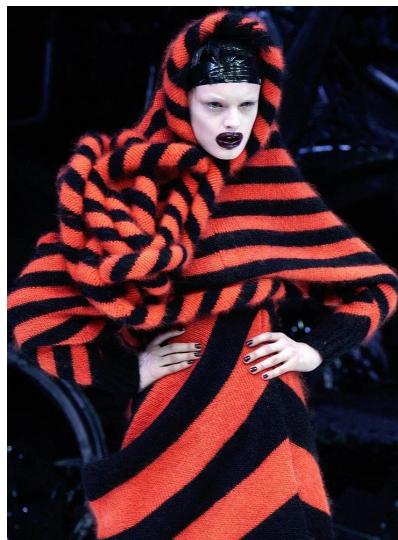


Slika 16: Mod look dress



Slika 17: Op Art Fashion: Brigitte Bauer, Bathing Suit by Sinz, 1966.

Modni dizajner Alexander McQueen je svojom kolekcijom *Horn of Plenty* (*Rog obilja*) kritizirao probleme u modnoj industriji. Širokim pletivom s uzorkom crno crvenih pruga kao iskazivao je bunt protiv pohlepe i pretjerivanja.



Slika 18: Alexander McQueen: Horn of Plenty

2013. godine Marc Jacobs je dizajnirao kolekciju inspiriranu New Yorkom 60-ih i radom Andyja Warhola. Odjeća nadahnuta Op-Artom uključivala je ženske kombinezone s Möbius uzorkom i haljine s kapuljačom ukrašena širokim crno bijelim prugama.



Slika 19: Marc Jacobs S/S13

Modni dizajner Yoshiyuki Miyamae proslavio je brend Issay Miyake složeno oblikovane odjevne predmete u tzv. *Baked Stretch*. Spomenuti proces proizvodnje uključuje iscrtavanje valovitih linija ljepila na odjeći, dodavanje boja duginih tonova u praznine i završno pečenje u pećnicu. Rezultat su bile poletne haljine, hlače, kaputi i suknje koje su poskakivale dok su manekenke šetale pistom.



Slika 20: Miyake

### 3. PROBLEMATIKA "BRZE MODE"

#### 3.1. Razvoj "brze mode"

Za razliku od ostalih grana prerađivačke industrije, na modnu industriju i njezin krajnji proizvod snažno utječe promjena. Dok moda uključuje osobne predrasude stila, individualnoga ukusa, dizajna i kulturne evolucije, odjeća kao njezin krajnji rezultat podrazumijeva funkcionalnost kao jednu od temeljnih ljudskih potreba.

Modna djelatnost se temelji na funkcijama i položajima pojedinaca koji su u nju uključeni. S njom su posredno ili neposredno povezani tekstilni i modni dizajneri, umjetnici, prodajno osoblje, radnici u tvornicama, modeli, novinari, publicisti i mnogi drugi.

Yuniya Kawamura ističe da je cjelokupno poimanje mode doživjelo prekretnicu nakon industrijske revolucije. Tada je izrada odjeće postala napredna industrija potpomognuta tehnološkim napretkom koji je doveo do razvoja tvornica za masovnu proizvodnju.

Proizvodnja se razvila na brojnim područjima vezanim uz tekstil i odjeću, te je početkom 20-og stoljeća postalo moguće iznimno brzo proizvesti velike količine tekstila. Također se pojavila mogućnost brze, povoljne i jednostavne proizvodnje vjernih kopija skupljeg dizajna. Na taj je način širim potrošačkim masama postala dostupna odjeća u skladu s posljednjim modnim trendovima. Prije razvoja masovne proizvodnje značajan doprinos širenju mode imali su anonimni proizvođači odjeće, iako javnost nije u potpunosti bila svjesna njihovog postojanja.

Promjena i brzina kao karakteristike modne djelatnosti dovele su do termina "brze mode" odnosno *fast fashion*. Ovaj izraz je prvi puta upotrijebio *New York Times* početkom 90-tih kako bi opisao nevjerojatno brzi proizvodni model, pri kojem cijeli proces izrade odjeće, od dizajna do gotovog proizvoda u trgovini traje samo dva tjedna. "Brzu modu" obilježavaju niske cijene koje potiču kupce na pretjeranu konzumaciju mode na štetu kvalitete proizvoda. Povoljna odjeća je rezultat jeftine proizvodnje, pri

kojoj se koriste nekvalitetni materijali. Zbog toga se takva odjeća može nositi ograničen broj puta jer se uništava pri pranju te ubrzo poprima izbljedjeli i istrošeni izgled. Upravo zato nekvalitetna odjeća ubrzo završava na otpadu, a kupci neprestano pune ormare novom kratkotrajnom odjećom. Ovakav poslovni model ima iznimno negativan utjecaj na okoliš, društvo i zdravlje ljudi.

Na razvoj koncepta "brze mode" u velikoj su mjeri utjecale globalizacija i inovacije u menadžmentu lanaca opskrbe na modnom tržištu. Modna djelatnost je izrazito brza i unosna, a trend koji se trenutno čini atraktivnim preko noći može postati nezanimljiv. Upravo je to veliki izazov za modne brendove jer moraju odgovoriti na stalne promjene te uspješno komunicirati svoje ideje i dizajn kako bi dobili lojalne kupce.

Pionir među zagovornicima "brze mode" je Inditex, koji uključuje brendove Zara, Bershka, Stradivarius, Pull & Bear, Massimo Dutti, Oysho i Uterqüe. Ovi brendovi pri dizajnu svojih odjevnih komada najčešće preuzimaju izgled i elemente odjeće vodećih luksuznih modnih kuća. Njihovi proizvodi nastaju velikom brzinom i prodaju se po vrlo niskim cijenama.



Slika 22: Radnici u tekstilnoj tvornici u Indoneziji



Devedesetih godina modni brendovi počinju prodavati odjeću preko interneta, te glavnu ulogu preuzimaju marke "brze mode". 1994. je pokrenut Amazon, a godinu dana nakon eBay. Online prodaja potrošačima je predstavila široku ponudu proizvoda te dodatno pojednostavila kupovinu jeftine odjeće kratkog vijeka.

"Brza moda" utječe i na temelje modne industrije jer briše granice između pojedinih sezona i tako dovodi u pitanje predstavljanje kolekcija na za to predviđenim tradicionalnim modnim događajima.

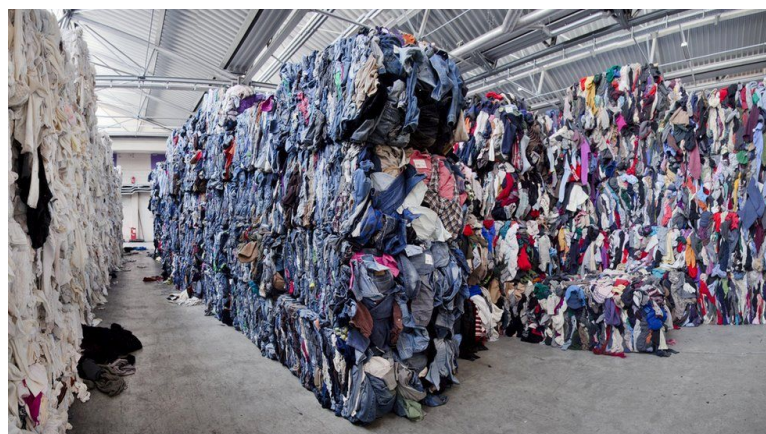
### **3.2. Štetni utjecaji "brze mode" na okoliš**

Nakon naftne industrije, modna industrija je najveći zagađivač okoliša na svijetu, a šteta koju uzrokuje raste paralelno s neprestanim razvojem "brze mode". Poslovni model "brze mode" doveo je do enormnog povećanja količine odjeće koja se proizvodi, prodaje i odbacuje. U razdoblju od 2000. do 2014. godine, zahvaljujući padu troškova, pojednostavljenom poslovanju i rastućoj potrošnji, proizvodnja odjeće se udvostručila, a broj odjevnih predmeta koje prosječni potrošač kupi godišnje porastao je za čak 60%. [3].

Procjenjuje se da potrošači odjevne komade s najnižim cijenama smatraju gotovo jednokratnima, odbacujući ih nakon samo sedam ili osam nošenja. Europski modni brendovi su 2000. godine u prosjeku nudili dvije kolekcije godišnje, a već 2011. njihov je broj porastao na pet. Švedski konfekcijski gigant H&M godišnje izbacuje između 12 i 16 kolekcija, dok ih Zara nudi čak 24.



Slika 23: Odlagalište tekstila u UK



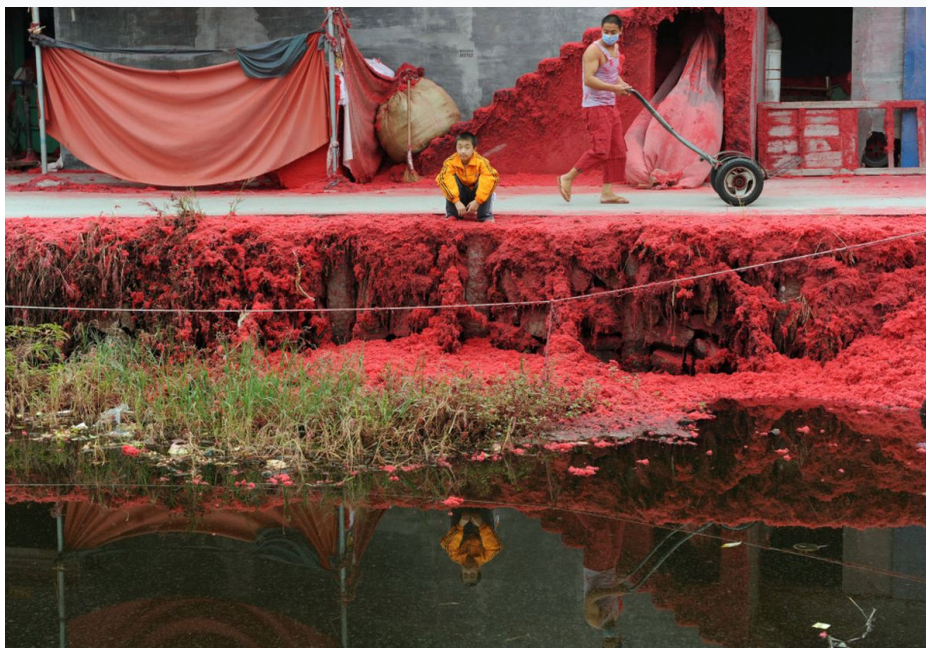
Slika 24: skladište *second hand* robe

Modna industrija je uzročnik značajnih ekoloških i društvenih problema poput stvaranja otpadnih voda i otpadnih tkanina, emisije štetnih tvari, prekomjerne potrošnje prirodnih resursa te korištenja ekološki neprihvatljivih izvora energije.

U većini zemalja u kojima se proizvodi odjeća, neobrađene otrovne otpadne vode iz tekstilnih tvornica bacaju se izravno u rijeke. To direktno utječe na floru i faunu rijeke te na zdravlje ljudi koji žive na njihovim obalama.



Slika 25: Rijeke oko Tirupura često su crvene ili ljubičaste s otjecanjem iz obližnjih tvornica



Slika 25: Zagađenje od tvornica za bojadisanje, kod grada Shishi, Kina

Pamuk se obično uzgaja u toplim i suhim područjima ali za njegov rast su potrebne velike količine vode. Za proizvodnju samo jednog kilograma pamuka potrebno je do 20 000 litara slatke vode. Sirova pamučna vlakna moraju proći niz kemijskih procesa kako bi ih se moglo preraditi u gotove proizvode.

Ogromne količine vode troše se i pri proizvodnji svilenih i celuloznih vlakana, kao i kod postupka bojanja te dorade odjeće. Između 10 i 15% boje ispušta se u okoliš tijekom procesa bojenja, što čini vodu obojenom i zagađenom kemikalijama.

Veliki ekološki problem koji je posljedica "brze mode" također je i gomilanje tekstilnog otpada. Samo 13% tekstilnog otpada se reciklira ili daruje, a ostatak odlazi na odlagališta ili se spaljuje.

Čak 72% odjeće izrađeno je od sintetičkih vlakana, poput poliestera, akrila i najlona, koja nisu biorazgradiva te njihova razgradnja može potrajati više od 200 godina. Pri proizvodnji i transportu odjevnih predmeta stvara se velika količina stakleničkih plinova [3]. Proizvodnja sintetičkih vlakana, koja sadržavaju fosilna goriva, energetski je znatno intenzivnija od proizvodnje prirodnih vlakana. Također jedan od problema je i mikro plastika koja završava u vodama tijekom pranja odjeće.

Još jedan od štetnih utjecaja današnje modne industrije na okoliš veže se uz transport. Naime, tekstilni proizvod se sastoji od više komponenti koje dolaze iz različitih krajeva svijeta. Odvojeni procesi proizvodnje i obrade vlakana, dorade te pakiranja često se odvijaju u različitim tvornicama, smještenim u nekoliko država. To iziskuje velik broj transportnih vozila, čiji ispušni plinovi povećavaju stopu emisije ugljičnog dioksida [4].

Godišnje se sijeku tisuće hektara ugroženih i starih šuma kako bi se zamijenile nasadima stabala koje se koristi za izradu tkanina. Od drveća se dobiva popularna tkanina rajon, koju koriste brojni veliki modni brendovi. Ovakve se tkanine mogu proizvesti održivom šumarskom praksom, no nerijetko se dobivaju krčenjem šuma. Viskozna vlakna također se proizvode od celuloze iz drvne pulpe [5]. Kako bi se zadovoljile potrebe modne industrije, svake godine se siječe sedamdeset milijuna stabala diljem svijeta.



Slika 26: April group (proizvodnja viskoze) deforestacija u Borneu

### 3.3. Održiva moda

Kako bi se smanjilo očišćenje okoliša izazvano djelatnostima povezanim s modnom industrijom, sve više vodećih poslovnih organizacija koje se bave proizvodnjom i prodajom odjeće i modnih dodataka počelo je graditi konkurentnost na temelju održivosti.

Posljednjih godina konstantno raste interes kupaca za ekološki prihvatljivim modnim proizvodima. Ovaj trend djelomično je uzrokovao niz skandala pri kojima su vodeći modni brendovi poput Nikea, Levi'sa, Bennettona, Adidasa i C&A optuženi za loše uvjete rada ili onečišćenje okoliša tijekom procesa proizvodnje odjeće. Danas brojni brendovi razvijaju vlastite standarde za očuvanje okoliša te su započeli s provođenjem interne kontrole u svrhu postizanja optimalne razine sukladnosti s dobavljačima. Mnogi od njih nastoje usvojiti održive strategije kojima se uravnotežava ekološka, ekonomska i društvena učinkovitost [4].

Primjerice, H&M je uočio da je 51% njihovoga ispuštanja ugljičnog dioksida u 2009. godini posljedica transporta. S ciljem smanjenja emisije onečišćenja započeli su praksu izravnih pošiljki, izbjegavanja privremenih skladišta te smanjenja broja pošiljki morem, zrakom i željeznicom.

Dok su se neki brendovi odlučili certificirati u jednom ili više neovisnih programa akreditacije te raditi na poboljšanju poslovanja, drugi su uključeni u proces tzv. "zelenog pranja" (*greenwashing*). Takve tvrtke iskorištavaju emocionalnu privlačnost ekološki prihvatljive odjeće i često lažno predstavljaju svoje proizvode kao "zelene" bez pridržavanja ikakvih kriterija. H&M se našao na meti optužbi zbog *greenwashinga* nakon što je izbacio svoju kolekciju "*Conscious Collection*" koja je navodno izrađena od organskog pamuka i recikliranog poliester. Kasnije se ispostavilo da podaci o kolekciji nisu bili dovoljno precizni po pitanju količine recikliranog materijala po odjevnom komadu.

Ljudi pridaju sve više pozornosti problemu krčenja šuma u svrhu proizvodnje tekstila te se stvara pritisak na velike modne brendove. Udruge koje se bave ovim problemom, primjerice *The Rainforest Action Network*, rade na pronalaženju održivijih izvora drvne celuloze.

Budućnost recikliranja odjeće najviše ovisi o primjeni recikliranih materijala u odjevnoj industriji te stvaranju inovativnih metoda ponovnog korištenja. Dugoročno, održiva rješenja ne zahtijevaju samo velika ulaganja i tehničke inovacije, već i temeljne političke, društvene i ekonomske promjene koje zahtijevaju određeno vrijeme. "Spora moda" i održivi poslovni modeli predstavljaju pomak prema pažljivijoj proizvodnji, poboljšanim pravima radnika i prihvatljivim radnim uvjetima te prirodnim materijalima [7]. Primjeri dobre prakse održive mode su brendovi Patagonia, Filipa K, Boomerang, Nudie Jeans, Reformation, Toms Shoes i Miret.

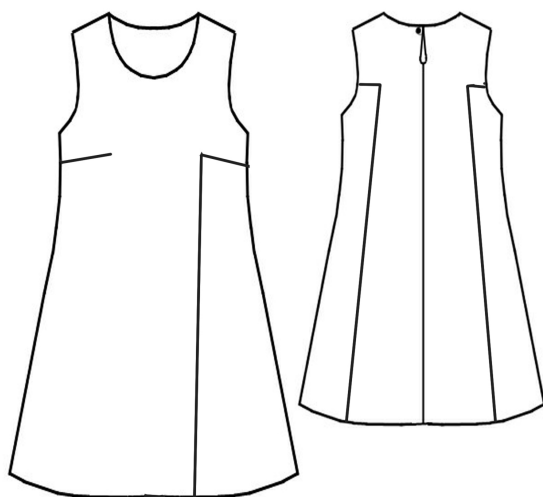
Osim podržavanja održivih modnih brendova, potrošači mogu doprinijeti smanjenju štetnog utjecaja "brze mode" na različite načine. Jedan od njih je voditi se za konceptom "Četiri R mode" koji uključuje pojmove Reduce (smanjiti), Reuse (ponovno upotrijebiti), Repair (popraviti) i Resale (preprodati). Često se ovom popisu dodaju i

Research (istražiti), Rent (unajmiti/iznajmiti), Refuse (odbiti kupovati proizvode brendova koji na neki način štete okolišu, svojim radnicima ili potrošačima). Također, recikliranjem rabljenog tekstila smanjuju se troškovi odlaganja otpada, štedi se energija, smanjuje se zagađenje i pritisak na nove resurse [6,].

## 4. KONSTRUKCIJA ODJEVNOG PREDMETA

### 4.1. Opis modela haljine i temeljni kroj ženske haljine

Haljina je inspirirana *Mod Look*-om 60-ih godina, duljine iznad koljena, A kroja i bez rukava. Duljina haljine je 85 cm od 7. vratnog kralješka. Temeljni kroj haljine je proširen za 6 cm sa svake strane. Prednji dio haljine je asimetričan i sastoji se od dva dijela: jedan bočni dio i jedan veći prednji središnji. Prsni ušitak je s ramena prebačen 4 cm ispod orukavlja, a ostatak ušitka je zanemaren kako bi dobili na komociji. Stražnji dio je simetričan te se sastoji od 3 krojna dijela: 2 bočna i jedan središnji stražnji na kojem se nalazi patent zatvarač duljine 16 cm.

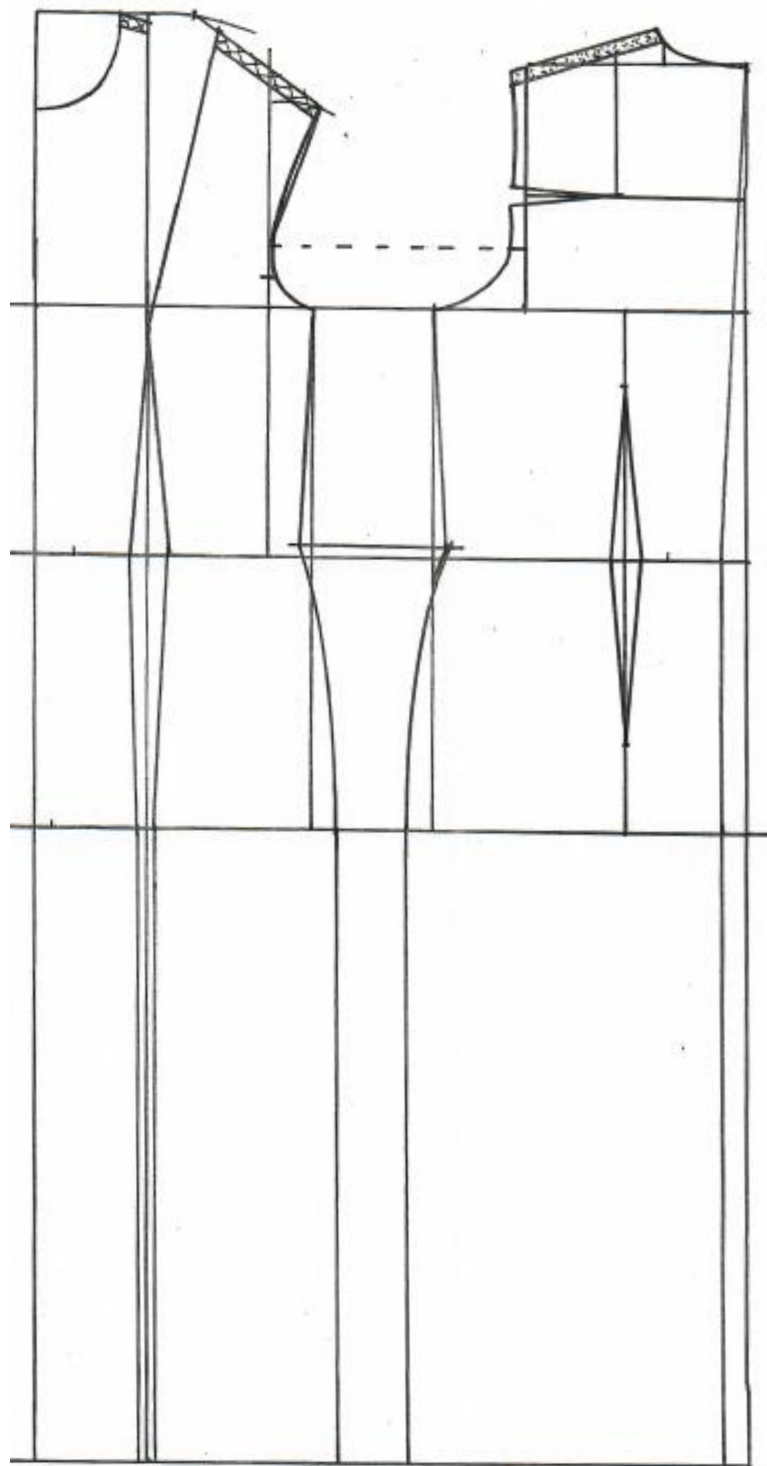


Slika 27: Tehnički crtež haljine

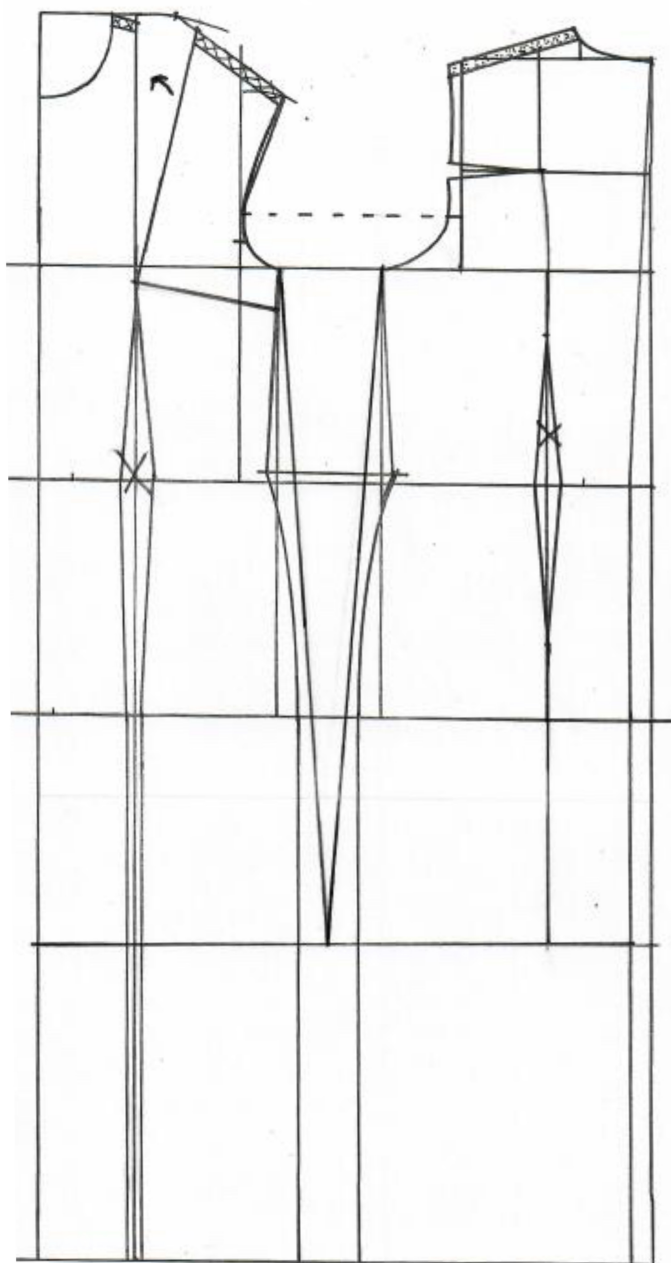


Slika 28: Skica haljine

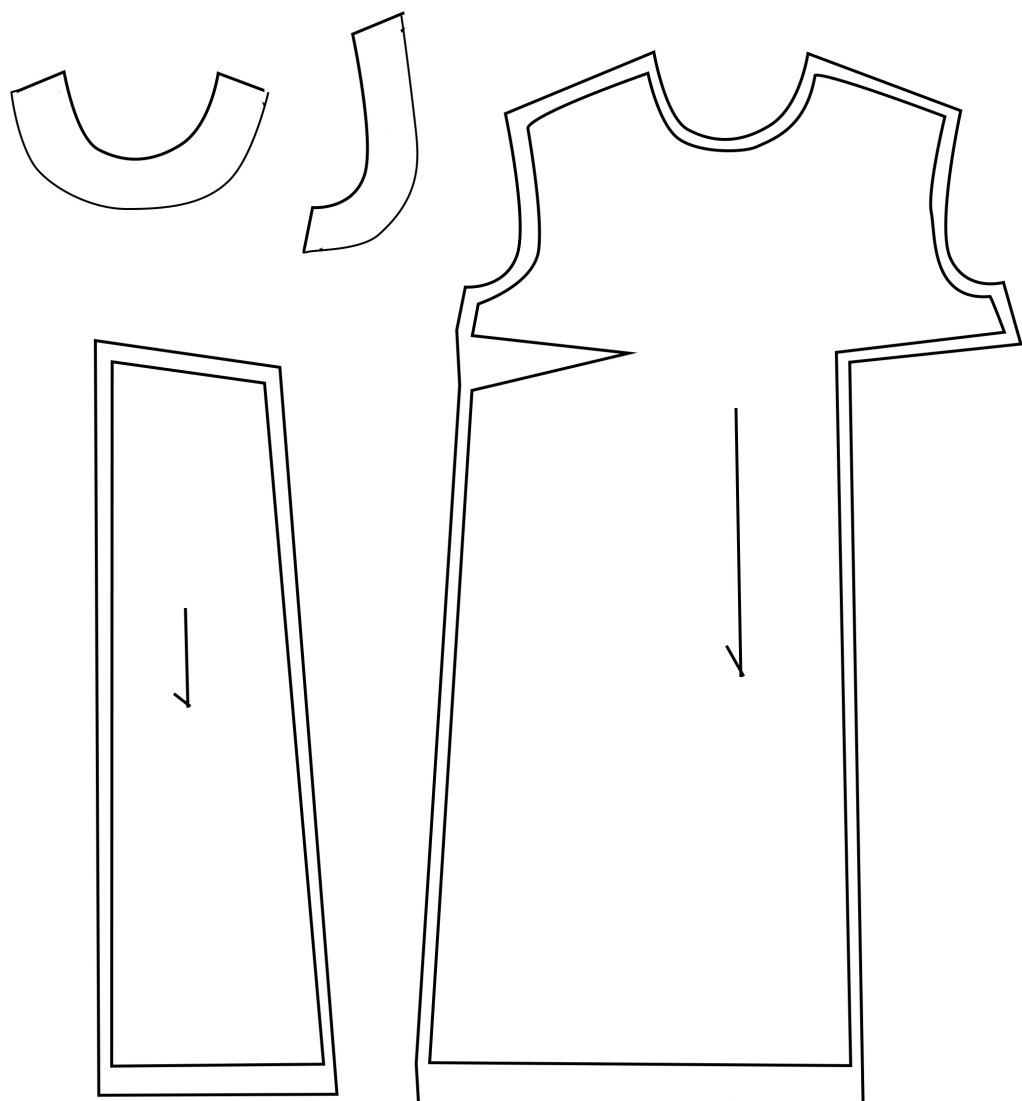




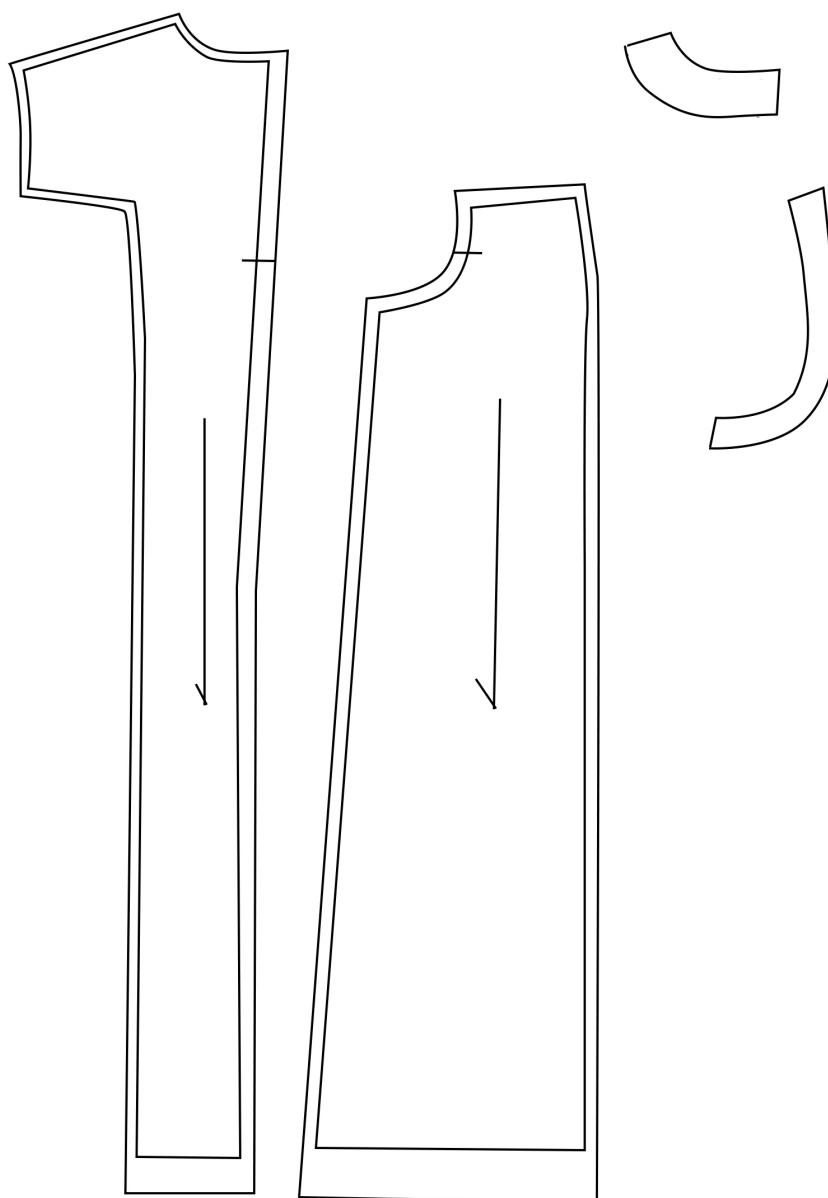
Slika 29: Temeljni kroj ženske haljine



Slika 30: Modeliranje ženske haljine



Slika 31: Krojni dijelovi prednjeg dijela ženske haljine sa šavnim dodatcima



Slika 32: Krojni dijelovi stražnjeg dijela ženske haljine sa šavnim dodatcima

## **5. MODNE ILUSTRACIJE INSPIRIRANE PRUGICAMA I PROBLEMATIKOM „BRZE MODE“**

### **5.1. Tehnike modnih ilustracija**

Modne ilustracije napravljene su tehnikom digitalnog kolaža u programu Adobe Photoshop CC 2018. Izvorno tehnika kolaža (od francuskog: *collage*) označava slikarsku tehniku koja se sastoji se od lijepljenja raznih materijala ili vizuala (papira, kartona, fotografija, novinskih izrezaka i sl.) u jednu novu cjelinu.

Računalni program Adobe Photoshop CC 2018. metodom *Cut - Paste* (Izreži - Zalijepi) nudi mogućnost kombiniranja više različitih fotografija ili izrezanih dijelova fotografija kako bi se postigla jedna grafika koja može prenositi više poruka, igrajući se s konceptualnim aspektom kao glavnim alatom.

Rad s više fotografija ili elemenata olakšava nam upotreba slojeva (Layers), koji omogućuju da na pojedini element djelujemo bez djelovanja na druge elemente u drugim slojevima. Slojevima možemo mijenjati vidljivost, prikaz i dodavati im stilove, npr. sijenu, teksturu, linije ili neki drugi element.

Elementi korišteni pri digitalnom kolažiranju u izradi modnih ilustracija za diplomski rad pretežito su fotografije, ilustracije i grafike. Selektiranjem određenih segmenata spomenutih vizuala te multiplikacijom istih postiže se dinamičnost.

### **5.2. Prugice i „brza moda“ kao inspiracija za modnu ilustraciju**

Prugice imaju sposobnost zaokupljanja pažnje te često uz to sa sobom nose različite konotacije koje su prikupile od Srednjeg vijeka do danas. Upravo ta svojstva istraživat će se i kombinirati s raznim vizualnim ili simboličkim elementima.

Na pojedinim kolažima kompozicijom i rasporedom elemenata te kombiniranjem Op Art vizuala i prugica postiže se ritmična dinamika te se zaokružuje vizualna cjelina.

Pretežito crno - bijela geometrijska estetika Op Art i struktura pruga međusobno stvaraju ritmične cjeline čija je svrha dodatno naglasiti alarmantnost posljedica „brze mode“.

Metodama multiplikacije i ponavljanja istih elemenata u kolažu stavlja se naglasak na problem gomilanja tekstilnog otpada koje je jedna od posljedica „brze mode“. Naglašeni kontrast između idiličnih crno-bijelih fotografija 50-ih i raznobojnih fotografija ekoloških katastrofa simbolizira lažnu idilu u kojoj zanemarujemo zastrašujuće posljedice modne industrije na okoliš.

Na ponekim kolažima istražuju se karakteri prugica, kao što su na primjer revolucijske prugice, zatvorske prugice, cirkuske prugice, poslovne prugice te pruge koje su označavale ljude s ruba društva.

Pojedini kolaži ironično pristupaju temi poslovnih pruga kroz kritiku na direktore najvećih tekstilnih firmi. S druge strane par radova je posvećeno umjetnicima, kao što su Bowie i Riley, koji su imali više ili manje odnos s prugama.

Pri digitalnom kolažiranju koristile su se stare fotografije iz zbirki ili povijesnih izvora, stručnih članaka o ekologiji, fotografije određenih umjetnika, povijesnih ličnosti i starih modnih editorijala. Doradom monokromatskih modnih fotografija (ili ilustracija) i komponiranjem istih na šarene pozadine tekstilnog otpada spajamo dva naizgled suprotna svijeta, na neki način prošlost i budućnost odjevnih predmeta. Daljnjim dodavanjem elementa prugica dodatno se ukazuje na kontrast i zapravo nužnost za održivom modom.

## 6. ZAKLJUČAK

Pruge kao motiv su utkane u našu kulturu vjerojatno od samog početka čovječanstva, izrazito su jednostavne i jednako toliko su efektne. Kroz povijest su dobavile mnoge atribute od oznaka izopćenja iz društva, do upozorenja, preko uslužnih djelatnosti pa na posljetku i do romantičnih karakteristika. Iako su veliki dio zapadnjačke povijesti imale negativnu čak degradirajuću konotaciju, u današnjem pogledu pretežito su prihvaćene kao pozitivan motiv. Naravno da je nemoguće gledati potpuno crno i bijelo jer i danas se nalaze primjeri gdje ćemo htjeli - ne htjeli podsvjesno doživjeti pruge u negativnom smislu što možda i nije tako loša stvar budući da je njihova prvotna funkcija gotovo uvijek upozoriti nas na nešto ili u najmanju ruku barem skrenuti pažnju. Iz tog razloga, ali i iz ljubavi prema uzorku, odabrala sam upravo taj motiv kao medij za naglašavanje problematike modne industrije.

Brzina i način kako se moda danas proizvodi krajnje je neodrživa za naš planet i eko sustav. Iako je jedan pošten dio odgovornosti na proizvođačima koji izbacuju 12 do 24 kolekcija godišnje, također je dio odgovornosti i na nama, potrošačima, da im dokažemo da potražnja ne mora nužno biti tolika te da postoje alternativna, sporija i kvalitetnija rješenja kao što su *slow fashion*, održiva moda, recikliranje i općenito moralniji pristup modi i izradi odjeće.

## 7. POPIS SLIKA:

Slika 1: Tri mlade žene osuđene na prostituciju, spašene od Sv. Nikole, sjeverna Italija, 1340.

Slika 2: Prugasti frak i čarape 1786.

Slika 3: Francuska revolucija, 1789.

Slika 4: Revolucijske prugice, Francuska 1789.

Slika 5: Zatvorenici Utah, cca 1885.

Slika 6: Uniforma iz koncentracijskog logora

Slika 7: Sonia Rykiel naslovnica Elle France „*poor boy sweater*“ 1960-ih

Slika 8: Sonia Rykiel *queen of knitwear* 1989.

Slika 9: Chanel odijelo, 1933. Slika 10: YSL prvo žensko odijelo, 1967.

Slika 11: David Bowie u Yamamoto Tokyo Pop Jumpsuit, 1973.

Slika 12: David Bowie i Kansai Yamamoto, 1972.

Slika 13: Kansai Yamamoto Jumpsuit, 1973.

Slika 14: Missoni haljina, 1958.

Slika 15: Bridget Riley, 1969.

Slika 16: Mod look dress

Slika 17: Op Art Fashion: Brigitte Bauer, Bathing Suit by Sinz, 1966.

Slika 18: Alexander McQueen: Horn of Plenty Slika 19: Marc Jacobs S/S13

Slika 20: Miyake

Slika 21: Jean Paul Gaultier Haute Couture, S/S18

Slika 22: Radnici u tekstilnoj tvornici u Indoneziji

Slika 23: „Smetlište“ tekstila u UK

Slika 24: *second hand* roba skladište Slika 25: Rijeke oko Tirupura često su crvene ili ljubičaste s otjecanjem iz obližnjih tvornica

Slika 25: Zagađenje od tvornica za bojadisanje, kod grada Shishi, Kina

Slika 26: April group (proizvodnja viskoze) deforestacija u Borneu

Slika 27: Tehnički crtež haljine

Slika 28: Skica haljine

Slika 29: Temeljni kroj ženske haljine

Slika 30: Modeliranje ženske haljine

Slika 31: Krojni dijelovi prednjeg dijela ženske haljine sa šavnim dodatcima

Slika 32: Krojni dijelovi stražnjeg dijela ženske haljine sa šavnim dodatcima



## **8. BIBLIOGRAFIJA**

### **Knjige:**

1. Pastoureau M.: The Devil's Cloth – a History of Stripes
2. Hampshire M. & Stephenson K.: Stripes – Communicating with Pattern
3. Thomas D.: Fashionopolis - The Price of Fast Fashion and the Future of Clothes, Penguin Press, 2019.
4. Shabbir M.: Textiles and Clothing: Environmental Concerns and Solutions, New Jersey, John Wiley & Sons Inc, 2019.
5. Rooms: Current Perspectives on Fashion and Textiles Conference, 2007.
6. Jastram, S. M., Schneider, A.: Sustainable Fashion, Springer International Publishing, 2018.
7. The F Team: F\*\*k Fast Fashion: 101 ways to change how you shop and help save the planet, Hachette UK, 2020.

### **Članci i znanstveni radovi:**

Gavranović, A.: How to deal with new challenges? Economic, technological and social aspects of the textile and clothing industry, Textile leather review, 1(1), 2018., 29-33

Grilec A., Omazić M. A., Šabarić I.: Razvoj koncepta održivog razvoja u modnoj industriji - pregled literature, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, godina 15, br. 2., 2017., 166-175

Back, J.: Sustainable and Ethical Practices for the Fast Fashion Industry, Occidental College, UEP Student Scholarship, 2017., 12-14

Online izvori:

Hayes, A.: Investopedia, Fast fashion,

<https://www.investopedia.com/terms/f/fastfashion.asp>, stranica posjećena 15.8.2021.

Mc Fall-Johnsen, M.: World Economic Forum, These facts show how unsustainable the fashion industry is, <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/fashion-industry-carbonunsustainable-environment-pollution/> stranica posjećena 13.8.2021.

The World Bank: How Much Do Our Wardrobes Cost to the Environment?,

<https://www.worldbank.org/en/news/feature/2019/09/23/costo-moda-medio-ambiente> stranica posjećena 13.8.2021.