

Geometrija kao poticaj za istraživanje, kreiranje i izradu kolekcije posteljnog rublja

Znaor, Zoe

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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:201:781496>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-01**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

**Geometrija kao poticaj za istraživanje, kreiranje
i izradu kolekcije posteljnog rublja**

ZOE ZNAOR

ZAGREB, ožujak 2019.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET
Zavod za dizajn tekstila

DIPLOMSKI RAD

**Geometry as an incentive to research, creating
and making a collection of bed linen**

Zagreb, ožujak 2019.

Članovi komisije

Predsjednik/ica: doc.dr.sc. Alica Grilec

Član/ica: izv.prof.art Koraljka Kovač Dugandžić

Član/ica: izv.prof.dr.sc Martinija Ira Glogar

Zamjenik člana/ice: predavač Marin Sovar

SAŽETAK

Tema ovog rada je geometrija kao poticaj za istraživanje i kreiranje kolekcije postelnog rublja. Istraživala sam fenomen kruga, dizajnere i umjetnike kojima je krug bio inspiracija. Izradila sam kreativnu mapu u kojoj se bavim vlastitim doživljajem kruga. Mapa kolekcije predstavlja realizaciju u tekstilu. Poseban naglasak stavila sam na ekonomski aspekt samog proizvoda.

KLJUČNE RIJEČI

Materijal : Pamuk

Material : Cotton

Posteljina

Bedclothes

Tehnika : Ručno oslikavanje

Kapanje i prskanje kistom

Tehniue : Hand painted

Dripping

Uzorak : Geometrijski uzorci

Pattern : Geometric patterns

Razrada prodaje proizvoda

Development of product sales

Sadržaj

2. UVOD	1
3. TEORIJSKI DIO	2
3.1 Simbolika i značenje kruga	2
3.2 Krug kao poticaj za izradu kolekcije.....	7
4. DIZAJNERI	10
4.1 Hella Jongerius.....	10
4.2 Elfs	11
4.3 I - gle	12
4.4 Trussardi	13
4.5 Paulin Machado.....	13
4.6 Martin Bergstrom	14
4.7 Shantalles companies	15
4.8 Lull	16
5. UMJETNICI	17
5.1 Takehito Koganezawa.....	17
5.2 Yayoi Kusame.....	18
5.3 Pablo Picasso	19
5.4 Jackson Pollock.....	20
5.5 Ivan Picelj.....	21
6. RAZRADA IDEJE ZA KOLEKCIJU POSTELJNOG RUBLJA.....	22
6.1 Kreativni proces i opis procesa.....	22
7. LIKOVNA ANALIZA	23
8. RAZRADA PRODAJE.....	25
8.1 Vizija i Misija	25
8.2 SWOT analiza	26
8.3 SWOT analiza za otvaranje prodajnog mjesta.....	26
8.4 SWOT analiza za otvaranje webshopa.....	26
8.5 Istraživanje tržišta.....	27
8.6 Definiranje ciljne skupine	28
8.7 Plan promocijskih aktivnosti.....	29
8.8 Definiranje cijene proizvoda.....	30
8.9 Prodaja.....	31
8.10 Zaključak razrade prodaje	33

9. ZAKLJUČAK.....	34
10. POPIS LITERATURE.....	38

2. UVOD

Tema mog diplomskog rada je krug kao poticaj za istraživanje i inspiraciju u realizaciji kolekcije posteljnog rublja. Tehnika izrade za ovu temu je ručno oslikavanje tekstila. Uzorci su temeljeni na geometrijskim elementima. U realizaciji ovog rada koristila sam i tehniku prskanja i kapanja kao kontrast ravnim linijama i čistim plohama. U žargonu povijesti umjetnosti tehnika kapanja naziva se dripping, a to je slikarska tehnika u kojoj se boja kapa ili lijeva na podlogu.

Kao materijal za izradu koristila sam pamučno tkanje, jer je taj materijal jako mekan i podatan što je bitno za kolekciju posteljine. Prije oslikavanja materijal sam iskuhala i oprala kako se u kasnijem pranju ne bi skupljao ili da se barem smanji postotak skupljanja.

Također, u radu sam opisala i strategiju prodaje proizvoda brenda, a jedan od proizvoda koji bi bio u prodaji je i set posteljine.

Opis također, sadrži i pregled suvremenih umjetnika i dizajnera koji su u svojem likovnom ili dizajnerskom radu imali krug za polazište.

3. TEORIJSKI DIO

3.1 Simbolika i značenje kruga

„Krug je uz središte, križ i četvorinu drugi temeljni simbol“ (prema CHAS, 24).

1. Krug je ponajprije proširena točka; srodni su po savršenstvu. I točka i krug imaju zajednička simbolička svojstva: savršenost, homogenost, odsutnost razlikovanja ili podjele . . .

Krug može simbolizirati ne samo skrivena savršenstva praiskonske točke, nego i stvorene posljedice; drukčije rečeno, svijet ukoliko se razlikuje od svojeg počela.

Koncentrični krugovi predočuju stupnjeve bitka, stvorenje hijerarhije; oni su sveopće očitovanje jedinog i ne-očekivanog bitka. U svemu tome, krug se promatra u svojoj nepodijeljenoj cjelokupnosti . . .

Kružno je gibanje savršeno, nepromjenljivo, bez početka, bez kraja i bez odstupanja; stoga simbolizira vrijeme. Vrijeme se određuje kao neprekidan i nepromjenljivi slijed trenutaka koji su svi jedan drugome istovjetni . . .

Krug simbolizira i nebo kružnog i nepromjenljivog gibanja . . .

„Na drugoj razini tumačenja, nebo i samo postaje simbol, simbol duhovnog, nevidljivog i transcendentnog svijeta. Krug simbolizira kozmičko nebo, a posebno nebo u njegovim vezama sa zemljom. U tom kontekstu krug simbolizira djelatnost neba, njegovo dinamično uključanje u svemir, njegovu uzročnost, njegovu primjerenost i njegovu ulogu u providnosti. Po tome se krug pridružuje simbolima božanstva zaokupljenog stvaranjem kojemu ono proizvodi, sređuje i određuje život“ (CHAS, 28).

„Prema filozofskim i teološkim tekstovima krug može simbolizirati božanstvo koje nije sagledano samo u njegovoj nepromjenljivosti, nego i u rasprostranjenoj dobroti, kao ishodište, opstanak i trošenje svih stvari; kršćanska predaja kaže: kao alfa i omega “ (CHAS, 29)

2. *„Pseudo – Dionizije Areopagit opisao je kao filozof i mistik veze stvorenog bića s njegovim uzorkom, služeći se simbolizmom središta i koncentričnih krugova: udaljavanjem od središnjeg jedinstva sve se dijeli i umnožava. Nasuprot središtu kruga sve zrake koegzistiraju u jednom jedinom jedinstvu, i samo jedna točka sadrži u sebi sve ravne crte, koje su jedinstveno izjednačene jedne spram drugih, a sve zajedno spram jedinog počela od kojeg sve potječu. U samom središtu njihovo je jedinstvo savršeno; ako se od njega malo udalje, malo se i razlikuju; ako se od njega više odijele, više se i razlikuju. Ukratko,*

što su bliže središtu, to je njihovo uzajamno sjedinjenje tješnje; što su od njega udaljenije, razlika je među njima veća” (PSEO, 132, 133).

U zen budizmu često se susreću crteži koncentričnih krugova, koji simboliziraju posljednju etapu unutrašnjeg usavršavanja, postignuti sklad duha.

3. Krug je znak ishodišnog jedinstva i znak neba; pokazuje njegovu djelatnost i ciklično gibanje. Krug je razvijanje središnje točke, njezino očitovanje: Sve točke kružnica nalaze se u središtu kruga, koje je njihov početak i njihov kraj, piše Proklo.

Prema Plotinu, središte je otac kruga, a prema Angelusu Silesiusu, točka sadrži krug. Brojni autori, a među njima i Henri Suso, primjenjuju istu usporedbu središta i kruga na Boga i stvaranje.

Krug je lik nebeskih ciklusa, posebno planetarnih obrtanja i godišnjeg ciklusa što ga prikazuje Zodijak. Krug obilježava ekspanzivnu težnju. Prema tome, znak je sklada, pa se arhitektonske norme često zasnivaju na razdiobi kruga. Zašto se nebo kreće kružnim gibanjem? Pita Plotin. Zato što oponaša razum. Simbolizam Zodijaka nalazimo i u drugim sličnim zračenjima oko sunčanog središta: dvanaest Aditya u Indiji, Vitezovi Okruglog stola, Dalaj – Lamino Okruglo vijeće.

Praiskonski oblik zapravo je manje krug nego kugla – lik jajeta svijeta. Međutim, krug je kalež ili projekcija kugle. I zemaljski je raj bio kružni. Prijelaz četverokuta u krug, kao na primjer u mandali prijelaz je prostorne kristalizacije u nirvanu, u ishodišnu neodređenost; prema kineskoj terminologiji, to je prijelaz zemlje u nebo.

„Simbolizam ipak nije uvijek tako jednostavan, jer nebeska nepromjenljivost nalazi svoj izraz i u četverokutu, a zemaljske promjene u krugu. Oba se aspekta primjenjuju u tradicionalnom indijskom građevinarstvu koje počiva na preobrazbi kruga u četverokut i četverokuta u krug. Krug, simbol oživljenja, uobičajeni je oblik svetišta u nomadskih naroda, dok je četverokut oblik hramova u naroda sa stalnim boravištem“ (BURA, BENA, DANA, GUEM, GUEC, GUER, GUES, KRAT, SECA).

4. *„Oblik kruga, kombiniran s oblikom četverokuta, evocira ideju kretanja i promjene reda ili razine. Kružni lik pridružen četverokutnom liku ljudski psihizam tumači kao dinamičku sliku dijalektike između transcendentnog nebeskog, kojemu čovjek teži, i zemaljskog, gdje se zasad nalazi i gdje sebe shvaća kao subjekt prolaska što se već sada ostvaruje zahvaljujući pomoći znakova” (CHAS, 131).*

Shema četverokuta iznad kojega je luk (odlomak kruga) ili koji se lukom produžuje, te strukturu kocka-kupola, koje su tako česte u muslimanskoj, a i u romaničkoj umjetnosti, materijaliziraju tu dijalektiku zemaljskog i nebeskog, nesavršenog i savršenog. Takav složeni oblik dovodi do raskida ritma, crte i razine, koji poziva na potragu za kretanjem, promjenom i novom ravnotežom; on simbolizira težnju za višim svijetom ili za razinom

višeg života. Postao je klasična slika slavoluka ispod kojega prolazi pobjednički junak; u intelektualnom redu junak je genij koji je riješio zagonetku; u duhovnom redu junak je svetac koji je svladao niske težnje svoje prirode. Svaki od njih unutar svoga reda pristupa drugom svijetu života, sudjelujući iz veće blizine u životu božanstva, promatranog u njegovoj moći, mudrosti ili svetosti.

„Krug upisan u četverokut kabalistima je dobro poznat simbol. Predočuje iskrnu božanskog skrivenu u materiji, iskrnu koja materiju oživljuje vatrom života” (GRIA, 234).

5. Krug je i simbol vremena: kotač se okreće. Od najdavnijeg doba krugom se iskazivala cjelovitost, savršenstvo, njime se vrijeme obuhvaćalo da bi se bolje mjerilo. Babilonci su se služili krugom za mjerenje vremena: podijelili su ga na 360°, rastavili na šest segmenata po 60°: njegov naziv shar značio je univerzum, svemir. Babilonsko vjersko umovanje izvelo je iz njega potom pojam beskonačnog, cikličkog, sveopćeg vremena; naslijedila ga je antika, npr. grčka epoha, u liku zmije koja se grize za rep. U kršćanskoj ikonografiji motiv kruga simbolizira vječnost; tri spojena kruga simboliziraju trojstvo Oca, Sina i Duha Svetoga.

„I u sjevernoameričkih Indijanaca krug je simbol vremena, jer dnevno vrijeme, noćno vrijeme i mjesečeve mijene krugovi su iznad svijeta, a vrijeme godine krug je oko ruba svijeta ” (Recit du Chef Epee, Shaman Dakota, u ALEC, 22).

6. U Kelta krug ima magijsku funkciju i vrijednost. Cuchulainn urezuje natpis ogamskim slovima na drveni krug (načinjen od savinute hrastove grane) da bi zaustavio irsku vojsku koja napada Ulster. Krug je pričvršćen o stup, a natpis nalaže svakome tko ga pročita da prihvati dvoboj. Krug dakle simbolizira čarobnu granicu nepremostivog. (Općenito o simbolizmu kruga: Louis Hautecoeur, *Mystique et architecture: Symbolisme du cercle et de la coupole*, Paris 1954.) Krug nalazimo i u religiji: prema hargiografskim napisima veliki idol Irske (Falski kamen ili Cromm Cruaich) okružen je s dvanaest nešto nižih kamena, razvrstanih u krug. U Perigueuxu (Dordogne) i u Allonneu (Sarthe) postoje galorimski kružni hramovi upisani u četverokut, što je slika veza između neba (krug) i zemlje (četverokut). Vercingetoriks je, u trenutku predaje, jašući na konju opisao veliki krug oko Cezara.
7. a) Židovske i kršćanske predaje. Kruga nema u biblijskim građevinama; bizantskog je porijekla. U građevinarstvu prethodi kupoli. Po uzoru na jeruzalemski Sveti grob romaničke crkve prihvaćaju zaobljeni oblik: takve crkve izgrađuju templari, takve su opatije u Charrouxu i Fontevraultu. Apsida romaničkih crkava ima polukupolu.

Graditelji su mogli oponašati antičke spomenike i bizantske oblike. Sveti grob u Jeruzalemu evocira veliki svod univerzuma, koji čovjek simbolizira lubanjom. Honorije iz Autuna prihvaća takvo dvostruko viđenje, pa govori o crkvi križnog tlocrta (četvorina) i o okrugloj crkvi; pritom se služi uobičajenom terminologijom i simboličkim smislom koji ona sadrži.

b) Krug izražava dah božanstva bez početka i bez kraja. Taj se dah nastavlja bez prestanka i u svim pravcima. Da se dah zaustavi, odmah bi nastupila resorpcija svijeta. Sunce i njegova slika, zlato, označuju se krugom. Negda se kružni tlocrt povezivao s kultom ognja, heroja i božanstva. Krug posjeduje univerzalni smisao (orbs-orbite) koji kugla i simbolizira. Okruglost univerzuma i čovjekove glave oznake su savršenstva.

c) Romanička je crkva predodžba čovjekove slike, ali nudi prvenstveno sve simbole savršenog čovjeka, to jest Isusa Krista. Spomenimo uostalom da riječ Isus u hebrejskom pismu znači čovjek. Kad je Riječ postala čovjekom i preuzela čovječanstvo, uzela je ljudske proporcije. „*Utjelovljenjem sjedinjuje svoje božanstvo sa čovječanstvom, povezuje nebo i zemlju, a u krug ubacuje lik četverokuta koji odgovara čovjekovu obliku: Riječ upisuje četverokut u krug božanstva. Četverokut iskazuje moć, što potvrđuje i Danielovo Viđenje četiri zvijeri i četiri kralja*” (Danijel, 7, 1-28). Krist Otkupljenjem razbija četverokut, jer on je svrgnuti kralj. Od četverokuta ostaje samo križ. Tako Krist polaže svoju ljudsku prirodu u krilo božanske, a četverokutan se čovjek i sam Utjelovljenjem i Otkupljenjem upisuje u krug. Drugim riječima, čovječanstvo je povezano s božanstvom, kao što je vrijeme s vječnošću, vidljivo s nevidljivim, a zemaljsko s nebeskim.

Suvremeni autori rado govore o crkvi koja je sazdana po uzoru na raspetoga Krista. I jest i nije. Cijela je ljudska priroda raspeta, jer čovjekov lik simbolizira križ i označuje stožerne osi.

„*Tako se i hram uvijek gradi na sliku i priliku čovjekovu. Kršćanski hram proizlazi iz kvadrature prema stožernim osima uvedenima u krug. Tlocrt indijskog hrama predočenog u Vastu Paruša-mandali također je četverokutni lik, a izraz je četvorne diobe velikoga kruga koji simbolizira solarni ciklus*” (DAVS, 190-192; HAUM, 3-4; BURH, 364).

8. a) U islamskoj predaji kružni se oblik smatra od svih najsavršenijim. Pjesnici kažu da je krug što ga tvore usta najljepši oblik, jer je savršeno okrugao.

„*Skupljen sam u sebe, bez početka i bez kraja, ispunjen i savršen, krug je znak apsolutnog. U islamskoj arhitekturi postavio se problem prijelaza sa četverokuta na krug, budući da je mjesto okupljanja vjernika četverokutna dvorana, ali je samo kupola dostojna da predoči božansku neizmjerljivu veličinu. U Meki crna kocka Ka'be stoji u bijelom kružnom prostoru, pa povorka hodočasnika ispisuje oko crne kocke krug neprekidnih molitava*” (BAMC, 120). „*Običaj je da se načini krug oko mauzoleja svetaca, oko mošeja ili oko mjesta gdje je žrtvovana životinja u trenutku kada dijete dobiva ime*” (WESR, 441, 462-464).

b) Rozete ili ruže s više latica, čest motiv veziva, dekoracije, amajlija i građevinarstva, nalazimo na Srednjem istoku već u predislamskim civilizacijama. Premda su, možda, imale profilaktičko značenje protiv uroka, čini se da su i slika kotača u obliku cvijeta, te simbol života, tj. trajanja zemaljskog života. U Donjoj Mezopotamiji O je savršeni broj koji izražava sve, dakle univerzum. Podijeljena na stupnjeve O predstavlja vrijeme. Iz kruga i iz

ideje o vremenu rođen je prikaz kotača, koji iz njih potječe; on sugerira sliku ciklusa koja odgovara ideji jednog vremenskog razdoblja (etimološki, hebrejski jezik povezuje toranj koji je kružni s korijenom okretati, a ljudsko pokoljenje s korijenom okretati se ukруг). Simbolizam kruga podudara se sa simbolizmom vječnosti ili neprestanih početaka.

c) Svod nebesa koji se okreće i nebeski kotač u perzijskoj su književnosti ustaljeni izrazi. Podrazumijevaju ideju sudbine. Omar Khayyam piše:

„Kako se Kotač neba nikad nije okretao po volji mudraca,

Čemu izbrojiti njegovih sedam ili osam nebesa.”

Kružni ples derviša malvalija (derviši obrtači) nadahnut je kozmičkim simbolizmom: oni oponašaju kruženje planeta oko sunca, kovitlac svega što se kreće, ali i potragu za Bogom kojega simbolizira sunce. Njihov osnivač, najveći pjesnik sufizma, slavio je obilazak duše: Okretao sam se, kaže on, sa devet otaca (planeta) u svakom nebu. Godinama sam se okretao sa zvijezdama ... Neplatonička usporedba Boga s krugom čije je središte svugdje tema je koju nalazimo i u sufija, posebno u Jalad-od-Din-Rumijevom Matrnavigiju, u Mahmud Shabestarijevom Goloshan-i-Razu (Ružičnjak tajni), itd. Rumi suprotstavlja materijalno kruženje pojavnog svijeta krugu apsolutnog bitka. Kad bi se otvorilo zrno prašine, kaže Rumi, i u njemu bi se našli sunce i planeti koji uokolo kruže. Ne kažu li to i atomski fizičari?

d) *„Osnova Božjeg prijestolja jest krug: tu je najviši obzor, Khatt al istima, oko kojega je za Mi'raja Muhamed načinio krug. Muhamedanska ekstaza sastojala se dakle u izvođenju kruga oko Božje nedostupnosti ”* (MASH, 849-850).

e) *„Krug simbolizira i različita značenja govora: prvi krug simbolizira doslovni smisao, drugi krug alegorijski, a treći mistički smisao. Tawhid, znanje o potvrdi da je Bog jedan, al-Hallaj predočuje jednim likom sastavljenim od triju koncentričnih krugova: prvi krug obuhvaća djela (Božja, ad extra), a drugi i treći njihove tragove i posljedice: to su dva koncentrična kruga stvorenog. Središnja točka označuje Tawhid, znanje. Zapravo je to znanje o neznanju”* (MASH, 850).

f) Općenito, krug je simbol onoga što je nebesko: neba, Boga i duše (Platon je psihi predočio kuglom). Već u Babilonaca postoji spoj nebo-zemlja koji se iskazuje krugom i četverokutom. Četverokut skuplja u granici; krug izražava neograničeno.

„Po Jungu je simbol kruga arhetipska slika cjelovitosti psihe, simbol jastva, dok je četverokut simbol zemaljske materije, tijela i zbiljnosti ” (JUNS, 240-249).

9. Kao oblik koji poput zatvorena kruženja obavija, krug je simbol zaštite, koju i jamči unutar svojih granica. Otud u magiji upotreba kruga kao obrambenog pojasa oko grada, oko hramova, oko grobova, koji će spriječiti neprijatelja, lutajuće duše i demone da prodru. Borci bi prije nego što započnu borbu nacrtali krug oko svojih tijela.

„Zaštitni krug kod pojedinaca poprima oblik prstena, narukvice, ogrlice, pojasa ili krune. Prsten-talisman, ili prsten-amajlija, čarobni krug oko prsta, upotrebljava se od najdavnijih vremena i u svih naroda; dovodi se u vezu s izravnom zaštitom najosjetljivijih točaka, prstiju na rukama, koji su, kao prirodni instrumenti odašiljanja i primanja magičnog fluida, vrlo ranjivi ” (MARA, 342).

„Ti krugovi nisu bili samo ukras, nego i stabilizatori što odražavaju koheziju duše i tijela... Takav simbolizam objašnjava zašto su antički ratnici nosili toliki broj narukvica. Vjerojatno su ih dobivali od svih osoba koje su ih nakon povratka željele vidjeti u dobrom stanju, duše čvrsto vezane uz tijelo” (LOEC,164).

„Tu je i objašnjenje običaja da se prsteni ili narukvice skinu ili zabranjuju onima čija se duša mora vinuti, kao u mrtvih, ili uzdići prema božanstvu, kao u mistika. U posljednjem slučaju može nadjačati druga simbolička vrijednost, jer prsten znači i odanost i dobrovoljnu neopozivu predaju; zato ga nose redovnice. Kad se nekoliko simboličkih vrijednosti sukobi, ona izabrana otkriva njoj pripisanu povlaštenu važnost, ali u ovom slučaju ne postoji manja ni zasjenjena vrijednost ” (Chevalier J., Gheerbrant A.: Rječnik simbola, 320 – 324).

3.2 Krug kao poticaj za izradu kolekcije

Odabrala sam simbol kruga jer po mom mišljenju krug ima mnogo različitih značenja.

Jedno od prvih je krug života (jer, i u našem se životu sve vrti u krug).

Drugo je njegovo značenje koje možemo gledati u psihologiji. Jung ga tumači kao krajnje stanje jedinstva. Po Jungu je simbol kruga arhetipska slika cjelovitosti psihe, simbol jastva. Također, i u raznim nam se religijama krug prikazuje kao najsavršeniji oblik.

Treće je njegovo značenje, koje možemo gledati iz povijesti umjetnosti kao okrugle prozore na građevinama, ali i za današnje umjetnike on je dosta bitan simbol pogotovo zbog kruga boja.

Krug boja je krug primarnih, sekundarnih i tercijarnih boja. U prvome trokutu, koji se nalazi u sredini kruga smještene su primarne boje (plava, crvena i žuta). U drugome trokutu nalaze se sekundarne boje (zelena, ljubičasta i narančasta), a one su smještene između dvije primarne boje iz kojih one nastaju. Tercijarnih boja je ukupno 6, i one se nalaze u vanjskom dijelu

kruga, a to su boje koje se dobivaju kombinacijom jedne od sekundarnih boja sa primarnom bojom iz koje je ona dobivena (crveno-narančasta, žuto-narančasta, žuto-zelena, plavo-zelena, plavo-ljubičasta i crveno-ljubičasta).

Navodim citate koji su mi najzanimljiviji.

„Krug simbolizira kozmičko nebo, a posebno nebo u njegovim vezama sa zemljom. U tom kontekstu krug simbolizira djelatnost neba, njegovo dinamično uključenje u svemir, njegovu uzročnost, njegovu primjerenost i njegovu ulogu u providnosti. Po tome se krug pridružuje simbolima božanstva zaokupljenog stvaranjem kojemu ono proizvodi, sređuje i određuje život.“ Taj je citat zanimljiv upravo zbog toga jer nam prikazuje kako simbol kruga može imati značenje u našem životu.

„Udaljavanjem od središnjeg jedinstva sve se dijeli i umnožava. Nasuprot središtu kruga sve zrake koegzistiraju u jednom jedinom jedinstvu, i samo jedna točka sadrži u sebi sve ravne crte, koje su jedinstveno izjednačene jedne spram drugih, a sve zajedno spram jedinog počela od kojeg sve potječu. U samom središtu njihovo je jedinstvo savršeno; ako se od njega malo udalje, malo se i razlikuju; ako se od njega više odijele, više se i razlikuju. Ukratko, što su bliže središtu, to je njihovo uzajamno sjedinjenje tješnje; što su od njega udaljenije, razlika je među njima veća.“ Ovaj sam citat odabrala zato što nam objašnjava postojanje koncentričnih krugova; jer je ovdje upravo rečeno da se od manjih krugova ide prema većima i udaljavamo se od središta, a možemo raditi i na obrnuti način te od najvećeg kruga ići prema manjima i približavati se središtu. Također, jako mi je zanimljivo objašnjenje o sličnosti i razlikama između onoga što se nalazi bliže i dalje samom središtu kruga, jer i sama povremeno razmišljam o sličnim stvarima.

„Krug je i simbol vremena: kotač se okreće. Od najdavnijeg doba krugom se iskazivala cjelovitost, savršenstvo, njime se vrijeme obuhvaćalo da bi se bolje mjerilo. Babilonci su se služili krugom za mjerenje vremena: podijelili su ga na 360°, rastavili na šest segmenata po 60°.“ Ovaj citat izdvojila sam, jer se i njime potvrđuje važnost kruga. Danas vrijeme mjerimo pomoću kružnog oblika te kazaljki koje po njemu prolaze. Također, oblik kruga bitan nam je i zbog prolaska mjeseci u godini.

„Riječ upisuje četverokut u krug božanstva. Četverokut iskazuje moć, što potvrđuje i Danielovo Viđenje četiri zvijeri i četiri kralja“ (Danijel, 7, 1-28). „Krist Otkupljenjem razbija četverokut, jer on je svrgnuti kralj. Od četverokuta ostaje samo križ. Tako Krist polaže svoju ljudsku prirodu u krilo božanske, a četverokutan se čovjek i sam Utjelovljenjem i Otkupljenjem upisuje u krug. Drugim riječima, čovječanstvo je povezano s božanstvom, kao što je vrijeme s vječnošću, vidljivo s nevidljivim, a zemaljsko s nebeskim.“ Ovaj citat sam izabrala zbog toga što nam s pomoću Božanske simbolike objašnjava način na koji smo opet s pomoću simbola kruga povezani sa nebeskim. Osim ovih poveznica u Crkvi baš i ne nalazimo ostale simbolike povezane sa krugom. No, prikaz kruga za nas je i svjetlost (simbolizira Sunce).

„Kao oblik koji poput zatvorena kruženja obavija, krug je simbol zaštite, koju i jamči unutar svojih granica. Otud u magiji upotreba kruga kao obrambenog pojasa oko grada, oko hramova, oko grobova, koji će spriječiti neprijatelja, lutajuće duše i demone da prodru. Borci bi prije nego što započnu borbu nacrtali krug oko svojih tijela. Zaštitni krug kod pojedinaca poprima oblik prstena, narukvice, ogrlice, pojasa ili krune. Prsten-talisman, ili prsten-amajlija, čarobni krug oko prsta, upotrebljava se od najdavnijih vremena i u svih naroda; dovodi se u vezu s izravnom zaštitom najosjetljivijih točaka, prstiju na rukama, koji su, kao prirodni instrumenti odašiljanja i primanja magičnog fluida, vrlo ranjivi.“ Ovdje nam je objašnjeno kako simbol kruga nama pruža vječitu zaštitu. To mi se čini jako bitnim jer obično oko sebe i u prirodi uviđamo jako puno kružnih oblika i kružnog gibanja, a sada kada ovo znamo možda ih počnemo uočavati još i češće.

4. DIZAJNERI

Dizajneri koji su u svom dizajnerskom stvaralaštvu koristili krug kao poticaj.

4.1 Hella Jongerius

Hella Jongerius rođena je 1963. u Nizozemskoj. Studirala je dizajn na Akademiji za dizajn Eindhoven. Dobila je Rotterdam Design Prize. Prvenstveno se bavi industrijskim dizajnom. U Rotterdamu je 1993. osnovala svoj dizajnerski studio. Radila je i kao profesorica na fakultetu kojeg je i sama pohađala. Radila je za razne brendove Američki Maharam, Nizozemski KLM, Švicarski Vitra, Švedsku IKEA i Španjolski Camper, Njemački Nymphenburg te Nizozemski Royal Tichelaar Makkum. Također, njezini radovi izlagani su i u mnogim muzejima diljem svijeta, a ovdje ću navesti neke od njih: National Hewitt Design Museum i MoMA u New Yorku, Muzej Stedelijk u Nizozemskoj, Muzej Boijmans Van Beuningen u Rotterdamu, Muzej za dizajn u Londonu i Galerija Kreo u Parizu.

Hella Jongerius zanimljiva je zbog istodobnog spajanja suvremenog dizajna i tehnika koje su se koristile u prošlosti. Koristeći uglavnom iste šarene boje u svom dizajnu stvara njihove različite nijanse, a to dobija kombinirajući ih sa različitim akromatskim tonovima u podlozi (crna, bijela, siva).



Slika 1 Hella Jongerius



Slika 2 Hella Jongerius

4.2 Elfs

Dizajneri modnog brenda Elfs su Ivan Tandarić i Aleksandar Šekuljica. Ivan je rođen 1982. u Zagrebu, a Aleksandar 1985. godine u Malom Lošinj. Godine 2009. završili su Tekstilno – tehnološki fakultet, a paralelno sa studiranjem razvijali su i svoj vlastiti modni brend. Elfs svoje kolekcije izlaže na samostalnim modnim revijama. Prepoznatljivi po komercijalnom dizajnerskom pristupu te po poimanju mode kao zabave. Iz sezone u sezonu iznova oduševljavaju kritiku i publiku svojim revijama.

Sa brendom su se poistovjetile i mnoge naše estradne zvijezde što je doprinijelo njihovoj velikoj popularnosti. U Zagrebu imaju jedan dućana, kao i u Rijeci i Splitu, a imaju dućane izvan Hrvatske (Frankfurt am Mein i Mostar).

Najčešće vidljiv uzorak na njihovim radovima je cvjetni. U svojim kolekcijama koriste i uzorke sa puno boja, ali i uzorke koji su samo u crno bijelim tonovima. Osim odjeće za žene i muškarce, u prodaji imaju i modne dodatke (torbe, ruksaci, bilježnice, pernice, olovke, kape, rukavice) te odnedavno i kolekciju tekstila i ostalih stvari za kućanstvo.

Modni brend Elfs zanimljiv je zbog toga što osim odjeće u svojim modnim kolekcijama imaju i druge predmete. Također, zanimljivo je i to što uz liniju za žene imaju i liniju muške te dječje odjeće. Uz cvjetne motive koriste i životinjske motive te je upravo po tome njihov brend najprepoznatljiviji.



Slika 3 Modni brend Elfs

4.3 I - gle

Dizajnerice modnog brenda I - gle su Martina Vrdoljak Ranilović i Nataša Mihaljčičin. Martina je rođena 1972 u Zagrebu, a također i Nataša. Završile su Tekstilno – tehnološki fakultet.

I - gle u Zagrebu imaju svoj dućan u kojem prodaju svoje proizvode, ali i u njihov se studio može doći kako bi za klijenta napravile nešto krojeno baš po mjeri.

Pretprošle godine imale su kolekciju u kojoj su njihove modele nosile „stvarne žene“, to jest njihove prijateljice i ljubiteljice njihovog dizajna. Time podcrtavaju ljepotu mode u stvarnom susretu sa stvarnim identitetom. U kolekciji imaju sve modne elemente u kojima reinterpetiraju modnu povijest (klasična haljina, suknja couture izričaja, lelujave forme oslobođene nametljivog kroja). Ovaj modni kroki iskrojen zanesenom maštom i očaranošću modom, nesputan trendom i uronjen u srž kreativnosti, najavljuje kompleksni miks jednostavne geometrije, kompliciranog reza i okrugle grafičke mekoće, elegantni sukob bijele i crne boje, drski proboj žute, distingviranost duboke plave, al' i akvarel tonove mekih haljina i mozaičku obojanost. Ovom kolekcijom one same postavljaju i neka pitanja, a jedno od najbitnijih je razlika u odjeći koja nastaje u malim manufakturama, u odnosu na onu koja se multiplicira u velikim nakladama.

Prošle jeseni napravile su po prvi puta i kolekciju za djecu.

Modni brend I - gle prepoznatljiv je po svom šarenom dizajnu koji se sviđa mnogim ženama. Njihove proizvode moguće je kupiti u njihovom dućanu po nešto nižoj cijeni, kao i model izrađen po mjeri u njihovom salonu. Iz osobnog iskustva znam da prema potencijalnim klijentima imaju divan odnos koji je vidljiv već pri prvom dolasku u salon. Također, jako su susretljive i spremne pomoći pri odabiru materijala i davanja savjeta o kroju budućeg proizvoda. Sam krajnji model ispada doista predivan.



Slika 4 Modni brend I - gle



Slika 5 Modni brend I - gle

Od siječnja 2019. godine njihov zajednički brend kojeg su stvarale 20 godina više ne postoji.

4.4 Trussardi

Modna kuća Trussardi osnovana je 1911. godine. Od 2014. godine vlasništvo u modnoj kući naslijedili su Tomaso (glavni izvršni direktor), Gaia (kreativni direktor) i Maria Luisa (predsjednica Trussardi grupe). Na samom početku svojeg djelovanja imali su samo kožnu galanteriju, krajem prošlog stoljeća počeli su s proizvodnjom konfekcijske odjeće, a imaju i kolekciju tekstila za dom (Trussaardi Casa). Ta je linija predstavljena 2014. godine na sajmu u Milanu. Trussardi se uz dizajn za dom bavi i dizajnom tekstila za plovila. U svojoj kolekciji imaju i posteljinu.



Slika 6 Modna kuća Trussardi



Slika 7 Modna kuća Trussardi

4.5 Paulin Machado

Paulin Machado je dizajnerica. Trenutno živi i radi u Indiji. Godine 2017. zajedno sa još nekoliko dizajnera kreirala je za IKEA kolekciju JASSA koja je bila inspirirana indonezijskim i jugoistočno azijskim dizajnom. Proizvodi iz te kolekcije nastali su u suradnji sa lokalnim obrtnicima u Vijetnamu i Indoneziji gdje su radili na kombiniranju modernog dizajna s prirodnim materijalima i tradicionalnim obrtničkim metodama. Dizajnerica je bila posebno oduševljena indonezijskom sklonošću za miješanje boja i uzoraka. Boje koje je koristila u kolekciji bile su ružičasta, žuta, zelena. Osim jastuka ova kolekcija sadrži i ležaljke, prostirke, svjetiljke.



Slika 8 Paulin Machado



Slika 9 Paulin Machado

4.6 Martin Bergstrom

Martin Bergstrom švedski je modni dizajner i dizajner uzoraka. Rođen je 1978. Školovao se u Berlinu. Za IKEA-u je 2018. godine radio kolekciju ANNANSTANS. U njoj se sa suvremenim konceptom dizajna (računalni dizajn) spaja izraz vještih ruku obrtnika iz Indije, Rumunjske i Tajlanda. U kolekciji jastuka postoji osam komada, i različitih su dimenzija. Na svakoj strani nalaze se različiti računalno napravljeni uzorci. Indijskom vezu dodao je čar ručnog dizajna.



Slika 10 Martin Bergstrom

4.7 Shantalles companies

Ova tvrtka posluje iz Amerike. Osnovana je prije više od 20. godina. Oni nude ekskluzivne i ručno oslikane tekstilije i jastuke, kao i ručno rađene kućne potrepštine i draperije. Materijal od kojeg izrađuju svoje proizvode za posteljno rublje većinom je svila. Iako za svaku sezonu imaju određene uzorke sa svojim se kupcima mogu dogovoriti i oko izrade uzorka kojeg su prije imali u svojoj ponudi, broju boja, dimenzijama samog proizvoda. U svome se poslovanju uz to što svojim kupcima žele osigurati što bolju kvalitetu proizvoda, brinu i o zaposlenicima svoje tvrtke.



Slika 11 Shantalles



Slika 12 Shantalles

4.8 Lull

Lull je modni brend kućanskog tekstila. Njegova je vlasnica Zrinka Kos. Prije pokretanja svog vlastitog brenda sedamnaest godina radila je u tekstilnoj industriji ali na menadžerskim pozicijama, zato što je završila ekonomski fakultet. Dizajnerica u ovom brendu je Ivana Zozoli Vargović. Ona je završila Tekstilno – tehnološki fakultet, a uz dizajn bavi se i kostimografijom.

Značenje naziva brenda u hrvatskom jeziku je mir, tišina, odmor. Kolekcije posteljine nose naziv Dream On, True Colors, Gajba, Keep it simple. Kolekcija Dream on sanjiva je i romantična, a bogata je detaljima kao što su volani i čipka. Kolekcija True Colors sugerira pozitivan stav i otvorenost za nova iskustva, a zbog jake eksplozivnosti boja linije proizvoda su čiste. Kolekcija Gajba snažna je i sirova, a prevladava tamna paleta boja te je prilagođena i muškom spolu. Kolekciju Keep it simple označavaju jednostavne linije i osnovne boje.



Slika 13 Lull



Slika 14 Lull

Uzela sam dvije veće firme, jednu manju, te dva dizajnera iz IKEA-e. Kod većih firmi jedna koju sam odabrala bavi se tiskom na posteljno rublje, a druga je firma koja se bavi ručnim oslikavanjem tekstila. Kod njih je jako dobro to što njihovi kupci mogu sami izabrati ono što bi oni htjeli na svojim proizvodima unatoč tome što se nalazi u njihovoj trenutnoj kolekciji. Kod dizajnera koji rade za IKEA-u dobro je to što je kreator uz moderan dizajn i tisak na proizvode izabrao i doradu ručnom tehnikom, a druga je cijelu kolekciju izradila ručnom tehnikom. Također, je dobro i to što se pri izradi proizvoda vode i razgovorom sa lokalnim stanovništvom iz zemalja iz kojih ti uzorci potječu. Brend Lull odabrala sam zbog puno šarenih boja na kojima se bazira njihov dizajn.

5. UMJETNICI

Umjetnici koji su u svom umjetničkom i dizajnerskom stvaralaštvu koristili krug kao poticaj.

5.1 Takehito Koganezawa

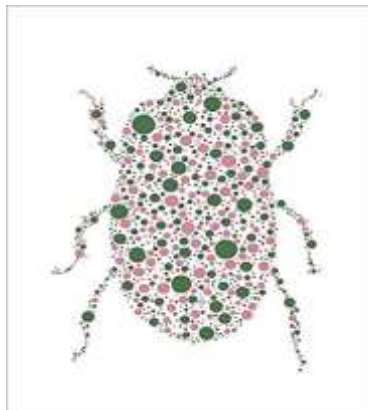
Takehito Koganezawa rođen je 1974. godine u Japanu (Tokyo). Fakultet je završio također tamo (Musashino Art University). Godine 2002. odlazi u London, a u Berlinu je od 2005. godine. Bavi se raznim vrstama umjetnosti (slikarstvo, novi mediji, ali i dizajn). Mnogi njegovi radovi povezani su sa prirodom i njezinim fenomenima, a uz jedan takav ovdje prikazan imamo i video radove koji se baziraju na vodama i pticama.

Od 1997. do danas izlagao je na više od 50 skupnih i 17 samostalnih izložbi (godine 1998. Švedska, 2001. Njemačka i Španjolska, 2005. Kalifornija, 2006. Japan, 2007. Pariz). Godine 2018. je osvojio nagradu na Asian Art Award. Uz sve navedene izložbe sudjelovao je i u raznim projektima (The Eco, Festival of Future Nows, The Empire of Sights), a i u performansima uživo (Route for Food, Probably Something, Blind Date).

Kod Takehita Koganezawe zanimljivo je to što od minijaturnih geometrijskih oblika dobiva veće. Koristi puno šarenih boja koje se međusobno dobro uklapaju. U svojoj video umjetnosti koristi se i povijesnim ali i suvremenim elementima. Od povijesnih elemenata imamo na primjer starinski televizor na kojeg su mnogi od nas već zaboravili, a projekcija na zid u šarenim bojama primjer je uporabe moderne tehnologije.



Slika 15 Takehito Koganezawa



Slika 16 Takehito Koganezawa

5.2 Yayoi Kusame

Yayoi Kusame rođena je 1929. godine u gradu Matsumoto. Studirala je Nihonga slikarstvo. Od 1968. godine bavi se dizajnom. Yayoi Kusame je japanska suvremena umjetnica. Njezini najpoznatiji radovi nastali su u skulpturi i instalaciji, ali radi i u slikarstvu, modi, kostimografiji, filmu.

Osnovala je svoju modnu kuću koja nosi naziv Kusama Fashion Company Ltd, a počela je i prodavati svoju avangardnu odjeću u dućanu Bloomingdales u kojem ima svoj vlastiti modni kutak. Također, 2009. godine kreirala je i mobilne telefone. Jedan pod nazivom Handbag for Space Travel, mobilni telefon u obliku ručne torbice. Drugi pod nazivom My Doggie Ring-Ring, ružičasti isprekidani telefon u pratećem držaču u obliku psa. Treći pod nazivom Dots Obsession, crveno bijeli točkasti telefon unutar zrcaljane, isprekidane kutije. Godine 2011. radila je i sa Marc Jacobsom na liniji Louis Vuitton proizvodima, koji su od 2012. godine dostupni u SoHo pop up dućanu, kojih je nakon toga otvorenih još nekoliko u svijetu. Također, radi i dizajn za omote za knjige, novčanike, bočice parfema, privjeske za ključeve.

Kod Yayoi Kusame je dobro to što kombinacijom samo dvije boje priča cijelu svoju umjetničku priču; a u to uklapa i boju kose svojih modela.



Slika 17 Yayoi Kusame



Slika 18 Yayoi Kusame



Slika 19 Yayoi Kusame

5.3 Pablo Picasso

Pablo Picasso rođen je 1881. u Španjolskoj. Studirao je na umjetničkoj akademiji u Madridu. Umro je 1973. godine. Bio je slikar, kipar, grafičar, a bavio se i književnošću. Veći dio svojega života proveo je u Francuskoj. Njegovi periodi u slikarstvu bili su: Plava faza, Ružičasta faza, Kubizam, Neoklasicizam, Surrealizam. Još jedna od njegovih faza bila je Afrička umjetnost i primitivizam. Time se bavio u razdoblju od 1906. do 1909. Ta se faza naziva još i Crni period. Picassov je interes izazvao Henri Matisse koji mu je pokazao afričku masku. Njegovi radovi potaknuti tom tematikom su: *Gospođice iz Avignona*, *Poprsje žene*, *Majka i dijete*. Inspiracija afričkom maskom napravila je revolucionarni preokret u modernoj umjetnosti početka 20 stoljeća. Bavio se kostimografijom za Ruski balet.



Slika 20 Pablo Picasso



Slika 21 Pablo Picasso



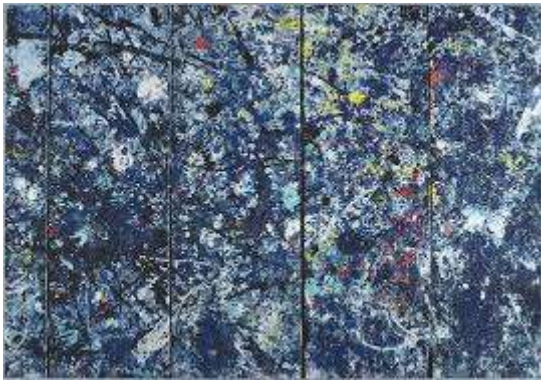
Slika 22 Pablo Picasso

5.4 Jackson Pollock

Jackson Pollock rođen je 1912. godine. Studirao je na umjetničkoj školi Manual Arts u Los Angelesu. Umro je 1956. godine. Bio je američki slikar i pokretač apstraktnog ekspresionističkog pokreta. Tehnikom kapanja po kojoj je najpoznatiji radove je na svojim platnima mogao stvarati iz svih kutova. Radio je i murale, no više je bio posvećen radovima na platnu na kojima se mogao baviti tehnikom razlijevanja boje. Tom se tehnikom bavio od 1947. do 1950. godine. Svoj umjetnički studio imao je u New Yorku.

Slikanjem tehnikom kapanja upotrijebio je cijelo svoje tijelo pri izradi radova te se odmaknuo od standardne uporabe štafelaja i kista. Svoju je umjetnost opisao kao pokretna vidljiva sjećanja uhvaćena u svemiru. Nakon umjetnikove smrti bila je organizirana izložba njegovih radova u MoMA muzeju u New Yorku.

Jackson Pollock radove je izvodio na principu kapanja, lijevanja i prskanja bojom.



Slika 23 Jackson Pollock



Slika 24 Jackson Pollock

5.5 Ivan Picelj

Ivan Picelj rođen je 1924. godine. Studirao je na Akademiji likovnih umjetnosti u Zagrebu. Umro je 2011. godine. Bio je hrvatski dizajner, slikar, arhitekt i grafičar. Uređivao je Jugoslavenski paviljon na mnogim međunarodnim izložbama zajedno sa još dvojicom svojih kolega. Također, osnovao je likovnu grupu EXAT 51 i sudjelovao u njoj od njenog osnivanja 1951. sve do njenog raspada 1956. godine. Osnovao je i Studio za industrijsko oblikovanje (SIO), a sudjelovao je i u organiziranju prve izložbe industrijskog dizajna u Zagrebu. Nakon toga počinje djelovati kao samostalni umjetnik.

U sklopu međunarodnog pokreta koji nosi naziv Nove tendencije izlaže u mnogim muzejima diljem svijeta. U kasnijim se razdobljima svoga djelovanja vraća spajanju ta svoja dva likovna razdoblja u jedno zajedničko.

Poznate su nam njegove 3 velike grafičke mape.

Mapa koja nosi naziv 8 serigrafija izdana je 1957. godine u Zagrebu i u njoj se nalaze slikarski radovi nastali u doba grupe Exat 51.

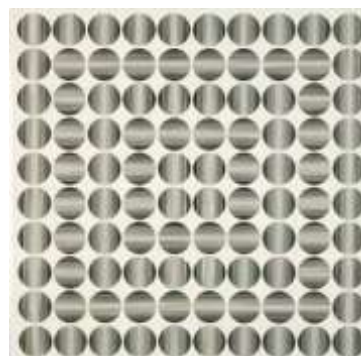
Mapa koja nosi naziv Oeuvreprogramme e N°1 izdana je 1966. godine u Parizu i prikazuje njegove radove nastale nakon faze Exat 51.

Mapa koja nosi naziv Remember izdana je 1986. godine u Zagrebu i u njoj se nalazi 29. grafičkih listova posvećenih nekima od velikih umjetnika (Kazimir Maljević, Piet Mondrian, Aleksandar Rodčenko).

Ivan Picelj jedan je od rijetkih umjetnika čiji mi se radovi samo u akromatskim tonovima dopadaju. Na radovima na kojima koristi boje dobiva odlične kombinacije korištenjem minimalnog broja boja (svoga dvije do tri). Igra se sa pravokutnim oblicima slažući ih u koncept labirinta, a takve je njegove radove također moguće gledati na različite načine.



Slika 25 Ivan Picelj



Slika 26 Ivan Picelj

6. RAZRADA IDEJE ZA KOLEKCIJU POSTELJNOG RUBLJA

6.1 Kreativni proces i opis procesa

Ideju za izradu ovog rada dobila sam nakon što sam ručno oslikavala navlaku za ukrasni jastuk, i onda krenula da vidim kako bi izgledala posteljina na kojoj bih imala ručno oslikane elemente. Tema mog diplomskog rada htjela sam da budu geometrijski elementi i slobodni dinamični potezi, koje ću ručno oslikavati.

Posteljiniu sam izradila od pamučnog materijala (žutica). Prije samog procesa oslikavanja i šivanja materijal sam iskuhala i oprala u mašini kako se u kasnijem pranju ne bi skupljao te zbog toga on više nema svoju karakterističnu žutu boju. Dimenzije posteljine su za krevet za jednu osobu. Koristila sam boje za tekstil (tri nijanse plave i tri nijanse zelene boje).

Najprije sam oslikala krugove, a zatim sam izvela ručno špricanje boje na tekstil. Prije bojanja krugova napravila sam skicu u umanjenom omjeru, da bih iskombinirala raspored krugova, a potom sam napravila tehnički nacrt u omjeru 1:1. Napravila sam i nekoliko proba za ručno špricanje kako bih vidjela što će mi najbolje odgovarati, lagano kapanje i lijevanje nije dobro ostalo pa sam zaključila da je najprikladnije energično mahanje sa kistom. Tekstil je bio raširen i po njemu špricam boju, tako sam kontrolirajući zamahe kistom postigla vrtlog kapljica većih i manjih dimenzija.

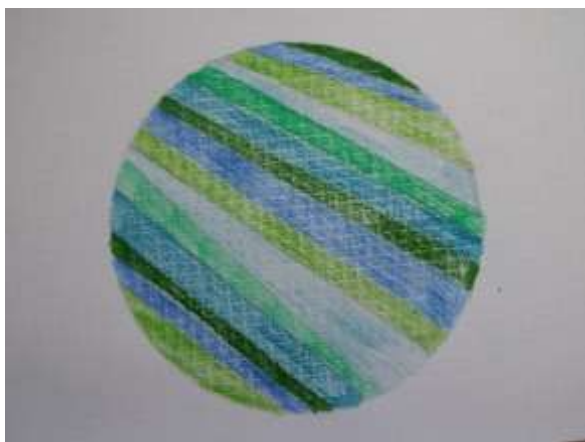
Nakon bojanja i špricanja, a prije samog šivanja materijal sam opeglala da bi se boja učvrstila i postala trajnija. Nakon peglanja na materijal sam sa špenadloma pričvrstila izrezane krugove koje ću kasnije na mašini šivati. Prije samog šivanja krugova mašinom za obradu rubova prolazi se rub na kojeg će biti postavljen patent. Najprije se šiva sam patent, zatim se prišivaju krugovi, a zatim se opšiva čitava jastučnica. Nakon šivanja samog proizvoda opet mašinom za obradu rubova prolazim ostale rubove samog proizvoda kako bi oni bili što uredniji. Naziv kolekcije je U zemlji snova.

7. LIKOVNA ANALIZA

Tema mog diplomskog rada je kolekcija postelnog rublja. Kao likovni element uzela sam kružnice razbijene sa plohama ravnih i zakrivljenih linija.

Razradila sam plohu jastučnice i plohu popluna tako da sam na svaku aplicirala dva kruga, jedan sa ravnim usporednim linijama koji djeluje umirujuće a drugi sa ukrštenim dijagonalama koji djeluje dinamično. Pozadinu krugova odnosno čitavu površinu platna isšpricala sam tamno plavim tonom energičnim zamasa kistom, kontrolirajući zamahe postigla sam rastirani vrtlog kapljica većih i manjih dimenzija.

Prvi krug podijelila sam na 10 širokih površina ravnih linija obojenih naizmjenično sa tri plava i tri zelena tona.



Slika 27 1.krug



Slika 28 2.krug

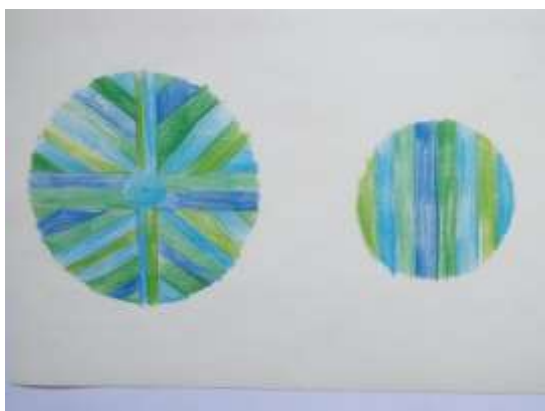
Drugi krug sam podijelila na tri kružnice sa istim ishodištem osi. Vanjski najveći krug podjelila sam zrakasto ravnim linijama koje dolaze iz osi. Dva unutarnja kruga podjeljena su usporednim linijama iste širine s time što je unutarnji najmanji krug zaokrenut za 45°.

Tako sam izvela dva kruga, jedan koji djeluje smirujuće i drugi koji djeluje dinamično. Međutim, nijanse plave i zelene boje koje sam upotrijebila djeluju umirujuće i uspavljujuće. Ove elemente izvela sam na platnu za navlaku popluna. Krugovi su veličine cca 72 cm, a veličina navlake je 200 X 140 cm.



Slika 29 krugovi popluna na podlozi

Treći krug podijelila sam tako da je u središtu krug veličine za $\frac{1}{5}$ promjera kruga. Kroz središte osi provukla sam ukrštene linije a uz rub manjeg kruga provukla sam linije tako da prave križ sa dvije trake, koje sam obojila naizmjenice plavo i zeleno u zadanim tonovima. Po dijagonali križa povukla sam usporedne linije koje izlaze zrakasto iz središta. Četvrti krug ponovila sam usporedne linije kao kod prvog kruga, ove elemente sam uklopila u navlaku za jastučnicu. Krugovi su veličine 35 cm i 23 cm a ploha jastučnice je veličine 77 X 68 cm.



Slika 30 3. i 4.krug



Slika 31 3. i 4.krug na podlozi

8. RAZRADA PRODAJE

8.1 Vizija i Misija

Proizvod koji danas predstavljam je kolekcija ručno oslikane posteljine. Presentacija je namijenjena budućim kupcima mog proizvoda.

Sam proizvod bio bi izrađen od pamučnog materijala, imao bi dobru održivost boja pri pažljivom rukovanju njime (pranje na 30°C, peglanje preko tkanine); a boje ostaju postojane minimum 30 ciklusa pranja. Uz proizvod dolazi i garancija što znači da ako se boja sa proizvoda skine u roku od 2 godine moguće je dobiti povrat novca ili dobiti sličan proizvod, a moguće je i da se na proizvodu naprave jednostavniji popravci. Također, cijeli je proizvod proizveden u Hrvatskoj što mu daje još jednu prednost.

Voljela bih sada nešto reći i o svome brendu, a i samim proizvodima. Sam brend nosio bi naziv Zoe On Earth (čitanjem početnih slova njegova naziva dobiva se moje ime, brend i sami proizvodi vode brigu i o očuvanju okoliša a sam brend nosi naziv planeta Zemlje, a kao još jedan razlog imam to što većina umjetnika za sebe govore da žive u oblacima, a ja iako se smatram umjetnicom draži mi je ovaj svijet i život na zemlji te je to još jedna stvar zbog koje se nalazi riječ earth). Smatram da naziv koji je na stranom jeziku može zapamtiti i većina naših kupaca, a kako bih kasnije pokušavala sa probojem na strano tržište ne bih morala mijenjati naziv samog brenda. Kolekcija posteljine nosila bi naziv U zemlji snova. Na taj sam se naziv odlučila jer mi je bilo bitno da ga ljudi mogu povezati sa samom funkcijom mogega proizvoda.

Cilj je upoznati moje buduće klijente sa svim vrstama proizvoda koji će se moći naći u ponudi, načinom proizvodnje (gdje se nabavljaju sirovine i ostali aspekti same proizvodnje), načinom na koji će proizvodi biti oslikani. Modeli bi se prodavali putem webshopa te u mom vlastitom prostoru kojeg bih koristila i za rad. Prodaja bi uz webshop mogla biti moguća i putem facebook stranice (Zoe On Earth) koja je već osnovana i na kojoj se zasad mogu naručiti torbe i ruksaci.

Na mojem webshopu nalazile bi se i vizija te misija mog brenda. Mislim da je to dobar potez jer kada budući klijenti vide da to imam istaknuto imati će više povjerenja u moj budući brend, a i veća je vjerojatnost da će ako ih netko od njihovih poznanika pita da li poznaju nekoga kod koga se mogu kupiti proizvodi kakve ja radim preporučiti upravo mene.

Vizija je proizvoditi visoko kvalitetnu posteljinu. Misija je poboljšati odnos ljudi prema proizvodu koji se koristi svakodnevno. To će se osigurati kroz nabavu sirovina za izradu proizvoda iz naše zemlje, ručno oslikavanje proizvoda za razliku od industrije gdje se upotrebljava tisak, moj specifičan dizajn i mnoštvo boja, izrada manjih prepravaka na proizvodima (zamjena gumba, zatvarača), te kroz mogućnost dogovora o specifičnom izgledu

svakog proizvoda. Ciljevi i principi kojih ću se pridržavati su osvještavanje o štetnosti bacanja velike količine tekstila u okoliš.

8.2 SWOT analiza

SWOT analizu sam napravila na 2 načina, za prodajno mjesto i samo webshop.

Snage	Slabosti
razvoj prijateljskog odnosa s kupcima	plaćanje najma
ne postoji slična vrsta proizvoda u trgovinama	boravak na prodajnom mjestu
Prilike	Prijetnje
kupci mogu vidjeti proizvod	konkurencija

8.3 SWOT analiza za otvaranje prodajnog mjesta

Snage su razvoj prijateljskog odnosa s kupcima čega nema kod prodaje preko interneta, u dućanima ne postoji slična vrsta proizvoda proizvedena na način na koji to namjeravam raditi.

Slabosti su plaćanje najma i boravak na prodajnom mjestu.

Prilika je to da kupci mogu vidjet proizvod prije kupnje.

Prijetnje su konkurencija, trgovine u kojima se prodaju proizvodi napravljeni na sličan način.

Snage	Slabosti
više vremena za kreativni rad	kupac ne može isprobati proizvod
nema plaćanja najma	drugačiji odnos
Prilike	Prijetnje
više vremena za razvoj novih ideja	konkurencija

8.4 SWOT analiza za otvaranje webshopa

Snage su mogućnost provođenja više vremena u izradi i oslikavanju proizvoda, ne postoji trošak najma za prodajni prostor.

Slabosti su to što kupac ne može isprobati proizvod prije kupnje, a i drugačiji je odnos kupca prema mom brendu ili našim proizvodima (manje prijateljski).

Prilikom vidim u tome što imam više vremena za razvoj novih ideja i novih proizvoda.

Prijetnja je, kao i u prvom slučaju konkurencija jer moji konkurenti imaju i webshopove i prodajna mjesta za prodaju svojih proizvoda.

8.5 Istraživanje tržišta

Na tržištu postoji mnogo dućana koji se bave prodajom posteljine. Neki od njih su:

Posteljina.hr

Dota

Family.hr

Stilex d.o.o

Zara Home

IKEA

Osnovne karakteristike navedenih dućana.

Posteljina.hr svoja prodajna mjesta ima u nekoliko gradova u Hrvatskoj (Zagreb, Zadar, Vinkovci, Slavonski Brod, Split, Šibenik, Rijeka, Pula, Osijek, Dubrovnik, Čakovec), i u svima od se nalaze u robnim kućama osim u Zagrebu gdje ih nalazimo i u centru grada, a imaju i svoj webshop. Od materijala se koriste pamuk i mikrofibra ili samo pamuk. Uzorci su cvjetni motivi, morski motivi, geometrija, popularni natpisi; a kod boja baza je crna ili bijela te uzorci u drugim bojama. Poplun i jastučnica mogu se kupiti u kompletu, a jastučnica se može kupiti i zasebno, dok se plahta može kupiti samo zasebno.

Dota ima 12 prodavaonica diljem Jadranske obale, prodajno – izložbeni salon i veleprodaju u Dugopolju (za hotele) i webshop. Od materijala se koriste pamuk i saten. Uzorci su cvjetni motivi, lišće, geometrija; a boje su bež, ljubičasta, siva, bijela, crvena, zelena, plava. Posteljina se može kupiti kao set s navlakom ili set s plahtom.

Family.hr ima svoja 32 prodajna mjesta u 19 Hrvatskih gradova (Zagreb, Split, Rijeka, Zadar, Pula, Dubrovnik, Samobor, Sinj, Solin, Poreč, Knin, Rovinj, Nova Gradiška, Trogir, Vodice, Biograd na Moru, Sveti Križ Začretje, Karlovac, Imotski) i webshop. Od materijala se koriste pamuk i flanel. Uzorci su morski motivi, cvjetni motivi, geometrija, Hrvatski gradovi (nazivi gradova + znamenitosti); a boje su ljubičasta, siva, bež, srebrna, roza, plava, zelena, bijela. Poplun i jastučnica mogu se kupiti u kompletu, a jastučnica se može kupiti i zasebno, dok se plahta može kupiti samo zasebno. Osim standardnih dimenzija pružaju uslugu šivanja posteljine po mjeri.

Stilex d.o.o ima prodajno mjesto u Puli za maloprodaju i veleprodaju za hotele i webshop. Od materijala se koristi pamuk. Uzorci se baziraju na geometriji; a boje su bijela, ljubičasta, narančasta, crvena. Poplun i jastučnica se mogu kupiti samo u kompletu, a plahta kupuje zasebno. Osim standardnih dimenzija pružaju uslugu šivanja posteljine po mjeri.

Zara Home ima nekoliko prodajnih mjesta diljem Hrvatske i webshop. Od materijala se koriste pamuk i lan. Uzorci su životinjski, cvijeće, geometrija; a boje koje se koriste su žuta, plava, bijela, siva, ljubičasta, smeđa, crvena, zelena. Poplun i jastučnica mogu se kupiti u kompletu, a jastučnica se može kupiti i zasebno, dok se plahta može kupiti samo zasebno.

IKEA ima svoje prodajno mjesto u Zagrebu i webshop. Od materijala se koristi pamuk. Uzorci su perje, lišće, cvijeće, geometrija; a boje su crno bijele varijante te njihove kombinacije uz dodatak drugih boja. Poplun i jastučnica se mogu kupiti samo u kompletu, dok plahta kupuje zasebno.

8.6 Definiranje ciljne skupine

Za početak bih za ciljanu skupinu uzela teenagerice te uz njih djevojke i mlade žene između 20 i 40 godina (pošto je u počecima posteljina samo za jedan krevet bilo bi dobro da nisu u vezi ili braku, ili da barem ponekad vole odspavati u krevetu za samo jednu osobu).

Također, jedna od poželjnih osobina bila bi da vole prirodu te da brinu o očuvanju okoliša. Trebale bi voljeti šarenilo i različite boje, no pošto se o odabiru boja samnom uvijek može dogovoriti to nije baš prva stvar na listi prioriteta.

Pošto uz posteljenu u brendu imam torbe i ruksake, i to se može pokazati da možebitna veza budućih klijentica ne mora biti prepreka. Kod torbi i ruksaka također imam varijantu brige o okolišu, jer kad se ide u kupnju može se jednostavno uzeti torba ili ruksak te u njih staviti kupljene stvari.

Također, bilo bi dobro da djevojke ne vole baš pretjeranu strogoću linija (jer, koliko god da se brend bazira na geometriji; linije baš i nisu pretjerano stroge).

Modni stil može se kretati od običnih majica, traperica i tenisica, pa sve do haljina i suknji ali pošto su ovo proizvodi koje možemo upotrebljavati svaki dan onda bi i modni stil trebao biti takav.

Posao kojim se djevojke bave također ne igra neku veliku ulogu (jer već sada među svojim klijenticama imam od radnica za velike korporacije, likovnih umjetnica i profesorica u školi, do onih koje imaju svoj vlastiti biznis i same se bave proizvodnjom određenih proizvoda).

U slobodno vrijeme vole se baviti različitim aktivnostima (sama umjetnost u bilo kojem njezinom obliku, sport, ili samo spontano druženje s prijateljima). Od glazbe vole slušati rock u svim njegovim oblicima i vrstama.

Omiljeno prijevozno sredstvo pogotovo za lijepog i sunčanog vremena im je bicikl.

Bitna karakteristika je da podržavaju osobe koje se bave svojim vlastitim biznisima te pokušavaju stvoriti nešto samo i isključivo svoje.

Od svojih klijentica sam već čula da su im torbe i ruksaci jako dobro došli tijekom ljeta i odlaska na plažu jer su mogle sve potrebne stvari ponijeti u njima; a i stvari su im bile sigurne i na zatvorenom pa su mirno mogle uživati u ljetnim aktivnostima.

8.7 Plan promocijskih aktivnosti

Promocija mojih proizvoda bazirala bi se najviše na društvenim mrežama upravo zato što se moje klijentice njima svakodnevno služe (instagram za generaciju između 14 i 30, a za ove nešto starije facebook). Kada bi prodaja kretala sa našeg prema stranim tržištima koristila bih crowdfunding kampanju kako bih svoje strane klijente upoznala sa svojim brendom i svojim proizvodima. Oglašavanje bih samim time bazirala na tim istim društvenim mrežama. Osim stranica na društvenim mrežama imala bih i webshop. I objave na društvenim mrežama i webshop bi u početku vodila na hrvatskom jeziku, a kad bih krenula prema stranim tržištima koristila bih engleski i talijanski jezik kojima se služim jako dobro i sama bih mogla pisati objave i statuse na tim jezicima, a ako bi se ukazala potreba za još nekim jezikom morala bih tražiti prevoditelja. Na mojim bi se stranicama i u webshopu mogle pronaći fotografije gotovih proizvoda, ali i fotografije klijentica zajedno sa svojim proizvodima (naravno, onih koje bi mi to dopuštale).

Drugi korak bio bi promocija prodaje. Prodaju ću također promovirati putem interneta; ali i putem promotivne prodaje te osobne prodaje, a te bih stvari oglašavala i u časopisima. Pošto bih imala i svoj mali prostor u kojem bih izrađivala radove, ali i u kojeg bi kupci mogli doći i razgledati ponuđene proizvode kada bih koristila promociju prodaje koristila bih ju za promociju novih proizvoda u ponudi, ali i za promociju svog samog dućana u kojeg kupci mogu dolaziti.

Treći korak bio bi nešto što bi se odnosilo samo na osobe koje bi proizvode naručivale preko webshopa. Moji proizvodi naručeni preko interneta imali bi besplatnu dostavu, što je još jedna stvar koja bi pomogla mojoj budućoj prodaji.

Četvrti korak odnosio bi se na poklone i bodove lojalnosti. Također, imala bih i poklone te bodove lojalnosti, te niže cijene proizvoda mojim klijenticama koje su uz mene od mojih početničkih koraka (zadrugarska cijena). Pokloni koje bih nudila mogli bi biti razni. Jer, u

dućanu bi se uz kupljeni set posteljine mogli odabrati i torba ili ruksak u jednakom ili različitom uzorku, ili bi se mogle dobiti male slike koje bi također mogle biti u jednakom ili različitom uzorku zajedno sa setom posteljine. No, pokloni se ne bi dobivali samo kada bi bili kupljeni cijeli setovi, nego bi se mogli skupljati bodovi i kupnjom drugih proizvoda (npr. za kupljene slike 10 bodova, za kupljene jastučnice 15 bodova, za kupljene navlake za plahte 20 bodova, a za kupljenu torbu ili ruksak 25 bodova), a pokloni bi se dobivali nakon 200 skupljenih bodova i za poklon bi se moglo birati bilo što iz ponude. Klijentice koje se koriste webshopom također bi na isti način mogle skupljati bodove.

Nekoliko puta u godini bilo bi razdoblje kada bi klijentice mogle skupljati duple bodove (minimum 2 puta u trgovini, a 2 puta preko webshopa). Također, 15 dodatnih bodova bi se dobilo i kada bi neka od klijentica meni donijela tekstil koji je skupljala a kojeg bih ja mogla koristiti u proizvodnji svojih budućih radova.

Peti korak odnosio bi se na blagdanske popuste i sezonska sniženja. Blagdanske promocije bi postojale jer se proizvodi koje ću ja izrađivati upravo najviše i poklanjaju u vrijeme blagdana. Sezonske rasprodaje se ne bi događale, jer se uzorci koje planiram koristiti mogu upotrebljavati gotovo uvijek, a i proizvodi bi u većini slučajeva bili izrađivani tek nakon narudžbe te ne bih imala pretjeranih viškova robe u skladištu.

8.8 Definiranje cijene proizvoda

Za ruksake i torbe cijena je već definirana. Ona prava je 120 kuna; dok je ona zadrugarska 100 kuna.

No, sada bih voljela definirati cijene za posteljinu (samo onu pravu jer će moje vjerne klijentice koje su uz mene od samih početaka uvijek imati nešto nižu cijenu).

Jastučnica kao zaseban proizvod koštala bi 60 kuna. Plahta bi koštala 80 kuna. Set sa poplunom i jastučnicom koštao bi 200 kuna.

Mislim da su cijene korektne pogotovo iz razloga što se dobiva garancija od 2 godine na proizvod; a moguće je na proizvodima raditi i manje popravke. Naravno, kada prodaja krene bolje mogla bih razmišljati i o korekciji cijena.

Mislim da su cijene ovakve kako su sada postavljene dobre za neki početak (mogu platiti sav materijal za rad, web dizajnera za izradu i održavanje stranice, oglašavanje na društvenim mrežama, najam za prostor), a kako bih ja bila jedina osoba koja je zaposlena plaću moram imati samo za svoje potrebe.

Pogledala sam cijene i kod drugih dućana koji se bave prodajom posteljine. Neki od njih imaju manju cijenu od mene, dok neki imaju i veću; ali moje je mišljenje da ću sa cijenama

koje nisu previsoke lakše privući svoje klijente koji će se kada se uvjere u kvalitetu mojih proizvoda vraćati s povjerenjem u moj dućan.

Cijena koju sam navela bila bi ponuđena u dućanu, dok bi cijena u webshopu bila 10 kuna veća zbog troškova dostave, koja bi bila uračunata u cijenu narudžbe preko webshopa.

8.9 Prodaja

Prodaja mog proizvoda biti će moguća u mom vlastitom dućanu. Dućan bi bio ili zajedno sa prostorom u kojem bih radila ili odvojeno. Prednosti za samo jedan prostor bi bile da klijenti mogu uz to što mogu kupiti moj proizvod pogledati i prostor u kojem radim te bih time možda stvorila neku sigurnost kod njih u ono što kod mene mogu kupiti; a i morala bih plaćati najam za samo jedan prostor. Također, moja bi prodaja išla i putem interneta (webshop) te društvenih mreža (facebook za klijentice koje imaju oko 30 godina jer se njime i dalje koriste, a instagram za one mlađe).

Dizajn mojih proizvoda mogao bi se prepoznati po tome što je sve puno šarenih boja, a i većinom po samim formama mojeg uzorka koji bi bio baziran na geometrijskim formama.

Uz to bih kao prepoznatljive znakove za svoj brend uzela svoj potpis i znak. Potpis bi se sastojao od dva spojena slova Z jedno iznad drugog. Boja samih slova ovisila bi o bojama na samim proizvodima.

Znak bi bio mali vanzemaljac. On je također u geometrijskoj formi (pravokutnik, ali ne običan nego ima neke stepenice u svom vanjskom obliku; unutar kojeg se nalazi podjela na nekoliko polja i ljestve i dvije antene). Polja su u svijetlozelenim i tamnozelenim nijansama a svijetlozeleno polje na samom vrhu ima dva plava kvadratića i jedan pravokutnik koji predstavljaju oči i usta. Jedan od dijelova stepenica i ljestve su u crnoj, plavoj i bijeloj boji. Jedna od antena je tamnoljubičasta crta sa svjetlo ljubičastim crticama, a druga svjetlo ljubičasta crta sa tamnoljubičastim crticama.

Potpis bi se nalazio na kartončiću koji bi se dobivao uz proizvod i na posteljini, dok bi se vanzemaljac nalazio samo na posteljini.

Kartončić se na prednjoj strani ponovno sastoji od uzoraka koje sama radim. Taj crtež se zatim lijepi za karton u nekoj određenoj boji (bijela, crna, plava, crvena, bež). Sa druge strane kartončića ispisuju se Upute za uporabu, a ona se sastoji od 2 ili 4 točke. Točke koje se sigurno nalaze napisane su prati na 30°C, sa šarenom robom, izvrnuto i peglati s izvrnute strane i između staviti krpu. Ako se radi o torbama ili ruksacima pojavljuje se i nositi s veseljem te koristiti za nošenje raznih stvari. Na ideju za izradu kartončića s uputama došla sam kada je jedan od proizvoda išao klijentici za koju sam vidjela da neke stvari ne zna od

prije pa je uz proizvod dobila i upute kako bi se sjetila stvari koje sam joj i usmeno rekla kod pranja ili peglanja samog proizvoda.

Proizvodi kupljeni u dućanu bili bi pakirani u kutije (pogotovo kod setova posteljine), dok bi se za druge proizvode iz kolekcije posteljine koristila vrećica – i jedno i drugo sa mojim potpisom, a kod kolekcija torbi i ruksaka mislim da to ne bi bilo niti potrebno. Ako bi mi klijenti rekli da je proizvod kupljen za poklon nudila bih i usluge zamatanja. Kada bi se proizvodi kupovali putem webshopa ili društvenih mreža i slali tada bih za sve vrste proizvoda koristila kutije (kutije bi bile bijele, a slova na kutijama crna). Tvrtku koja bi se bavila izradom kutija također bih pronašla u Hrvatskoj.

Arhetipovi moje marke, a samim time i njenih proizvoda bile bi Nevin i Običan čovjek. Arhetip Nevin veže se uz marke koje hoće biti sigurne i vide dobro u svemu, dok se arhetip Običan čovjek veže uz marke čovjeka kojeg vidimo u ogledalu. Voljela bih kada bi kupci uz samu moju marku vezivali osobine bez predrasuda, vesela, brine o prirodi, pažljiva.

Slogan koji mi se čini kao dobar za moju marku bio bi Sa Zoe On Earth zajedno se brinemo o prirodi (With Zoe On Earth we care about Earth). On bi bio istaknut na mojoj web stranici te na društvenim mrežama.

Također, na njih bih postavljala i slike.

Slike svojih gotovih proizvoda koje već imam (i mogu se naručiti te kupiti odmah), proizvoda za koje mi je potrebno neko vrijeme za izradu (naravno uz sami dogovor oko dizajna), novih proizvoda koji su još uvijek u fazi izrade prvog komada te fotografije mojih vjernih sadašnjih i budućih klijentica s proizvodom (naravno uz njihovu dozvolu).

Kada bi se sve proširilo i došlo do potrebe za crowdfunding kampanjom ona bi morala biti detaljno isplanirana. Prvi korak bio bi nalaženje fotografa koji mi može snimiti dobre fotografije i zna ih posložiti u video formu koju zahtjeva platforma za koju sam se odlučila. Nakon toga morala bih osmisliti kratku priču koja stoji iza mog brenda i osmisliti što mogu ponuditi kao nagrade. Fotografije koje bih postavila u video bile bi izgled interijera u kojem moji proizvodi nastaju, moji proizvodi nakon što su nastali, te moje klijentice i njihovi proizvodi koje bi fotografirao isti fotograf koji radi i ostale fotografije te montira video. Nakon što bi video bio montiran i postavljen na platformu uslijedila bi faza promocije mog videa kako bi ga što više ljudi vidjelo. Nakon toga bi ovisno o uplaćenim iznosima i obećanim nagradama slijedilo njihovo slanje mojim uplatiteljima.

8.10 Zaključak razrade prodaje

Ovim radom došla sam do zaključka da bih mogla osnovati svoj vlastiti posao.

Na početku bih imala samo jedan prostor u kojem bih izrađivala radove i prodavala ih a imala bih i prodaju putem interneta.

Mislim da bih mogla privući kupce, jer bi cijene proizvoda bile prihvatljive a privukao bi ih i moj šareni dizajn. Ideja da uz proizvod razmišljam o očuvanju okoliša, kao i to da se radi uglavnom o hrvatskom proizvodu moglo bi biti važno za krajnjeg kupca. Klijenti će mi se opet vraćati i kupovati moje proizvode ako imaju širu sliku o meni ali još je važnija postojana kvaliteta mog proizvoda.

9. ZAKLJUČAK

Ovo istraživanje i moj gotov rad bavili su se dizajnom setova posteljina. Samo je istraživanje dovelo do zaključka da u Hrvatskoj ne postoji baš puno dizajnera koji se bavi dizajnom postelnog rublja.

Zaključila sam da od onih koji postoje neki i dolaze iz samog područja dizajna odjeće a neki iz nekih drugih područja, ali se bave i dizajnom postelnog rublja. Brend Lull svoje posteljine prodaje samo putem webshopa. Mislim da je to dobro jer su tako bliži svojim kupcima koji danas većinu stvari kupuju preko interneta, a i lakša je mogućnost širenja na buduće strano tržište nego otvaranje poslovnice dućana u stranoj državi. Ova kolekcija nastala je tek prije nekoliko godina.

Kod nas se, do prije nekoliko godina izbor setova postelnog rublja svodio samo na ponude u dućanima a to su proizvodi koji nisu niti dizajnirani niti proizvedeni u našoj zemlji.

No, mislim da bi se u tom smjeru mogao dogoditi pomak kada bi neke od većih industrija otkupljivale dizajn proizvoda hrvatskih dizajnera te od toga proizvodili i prodavali kolekcije posteljine. Mislim da bi neki od njih mogli biti IKEA ili Čateks. Ikeino otkupljivanje našeg dizajna moglo bi im dobro doći za bolje probijanje njihovog dizajna van granica naše zemlje. Jer, oni imaju trgovine po mnogim europskim i svjetskim zemljama, a probitak van granica naše zemlje, pa čak i to da se samo čuje za njihovo ime moglo bi dobro doći mnogim našim dizajnerima. Također, ljudi koji kupe set mogli bi kasnije tražiti da se u prodaju uvrste i proizvodi istog tog dizajnera koji se mogu koristiti za neke druge namjene (npr. zavjese, ručnici, kućanski tekstil), a samim time bi se opet došlo do promocije hrvatskog dizajna i dizajnera van granica naše države. Kod dizajna za Ikeu dobro je to što se za svaku novu seriju istog uzorka dobiva novac koji je dogovoren, te se prodajom samo jednog uzorka Ikei ako to bude nešto što njihovi kupci dobro prihvate može steći dobra zarada.

Kod Čateksa dogodila bi se bolja promocija dizajnera na našem vlastitom tržištu, ali mislim da je to za dizajnera koji je na samom početku svoje vlastite karijere i to jako dobro. Također, oni imaju prednost pred stranim brendovima jer svoj dizajn, ali i materijale za svoje proizvode nabavljaju u našoj zemlji. Imati dizajnersko rješenje i samu izradu proizvoda u njihovom industrijskom pogonu čini mi se jako dobro zbog toga što je njihova firma te njihov dizajn poznat i dostupan gotovo svim generacijama građana naše zemlje niti su koncentrirani samo na jednu dobnu skupinu. Također, dobro je to što imaju cijelu liniju koja objedinjuje sav kućanski tekstil kojeg se može pronaći, a linija se naziva Compago home. Uz posteljno rublje u toj se liniji mogu naći i kuhinjske krpe, pregače, rukavice, hvatači, stolnjaci, dekorativni jastuci, jastuci za vrtne garniture te kupac uz odabrani dizajn koji mu se sviđa može imati više vrsta proizvoda.

Kao i za Ikea dizajn se izrađuje na računalu te se onda tekstil tiska. Mislim da je to jedini problem kod obje industrije jer bi uz izradu metraže i tisak trebali razmišljati i o tome da možda u svoju ponudu uvedu proizvode koji su izrađeni ručno, i od kojih se ne može dobiti metraža ali mislim da bi im to moglo pomoći jer bi mogli privući svojim proizvodima i tvrtkama još različitih vrsta kupaca, zato što postoje i kupci koji bi radije htjeli nešto što je ručno oslikano i proizvedeno u manjoj seriji nego nešto što je metraža.

Izrazito mi se sviđa to što sam saznala da postoji još brendova koji se brinu za vrstu materijala koje će koristiti za izradu svojih proizvoda posteljnog rublja. Jer, i sama planiram polagati veliku pažnju na to. Danas postoje mnoge osobe koje su alergične na neke vrste materijala, a smatram da je i za njih ali i za ostale kupce što bitnije da su materijali za izradu proizvoda što prirodniji. Također, drago mi je da postoji još ljudi koji imaju razmišljanje slično mome i trude se što veći mogući broj sirovina za izradu vlastitih proizvoda nabaviti u vlastitoj zemlji. To smatram pozitivnim, jer naša industrija a i sami naši dizajneri trebali bi tražiti mogućnost kupnje sirovina u našoj zemlji, jer time mi kao industrija ili dizajneri pomažemo još boljem razvoju i oporavku naše zemlje i industrija koje u njoj postoje.

Što se tiče dizajna na materijalu on se većinom i u velikim industrijama i kod malih dizajnera radi tehnikom tiska, a to je činjenica koja mi se baš i nije sviđala. Jer, ja svoj dizajn izrađujem ručno i planiram i dalje svoje uzorke izrađivati na taj način. Smatram da na taj način sam proizvod postaje puno osobniji i prilagođeniji samom kupcu, a danas postoji puno ljudi koji traže upravo takve stvari. Danas ima puno ljudi koji ne žele imati ono što imaju i svi drugi pa zato žele da njihovi budući proizvodi koje oni nose ili posjeduju budu baš onakvi kakvima ih oni sami žele. Naravno, kod posteljine koja se oslikava ručno svaki se set mora izrađivati zasebno te bi kupac morao čekati neko vrijeme od narudžbe do izrade gotovih proizvoda te mislim da se iz tog razloga većina dizajnera odlučuje na tisak na posteljenu kako bi njihovi kupci manje čekali na izradu gotovog proizvoda (jer, proizvod je potrebno samo sašiti od gotovog tekstila). Također, mislim da većina dizajnera bira tisak kako bi svojim kupcima pomogli pri brizi o njezi proizvoda. Pri korištenju mojih proizvoda mora se jako paziti na temperaturu na kojoj se peru, na način na koji se glačaju i na ostale stvari koje se redovito dobiju ispisane na malom kartončiću pri kupnji mojih proizvoda, a kod tiska na tkaninu budući kupac ne mora toliko razmišljati o samoj njezi proizvoda.

Svoju posteljenu smatram posebnom jer ću sa svakim kupcem dogovarati dimenzije njihovog vlastitog kreveta prije izrade proizvoda. Jer, svi ostali dizajneri koriste se standardnim dimenzijama pri izradi posteljine, a ja prva u svojoj sobi imam krevet koji nije standardnih dimenzija te mi je u trgovinama koje nude posteljenu teško pronaći neku koja bi bila prikladna upravo za moju sobu i za moj vlastiti krevet. Smatram da je dobro da si svaka osoba može sama odabrati kakve ona točno želi boje, uzorke i forme u svojoj vlastitoj spavaćoj sobi na kupljenom setu posteljine a u dućanima se ne nude niti različite boje niti različiti oblici i forme. Ono što možemo pronaći budu ili crno bijele kombinacije bez dodatka nekih boja, ili isključivo hladne boje ili isključivo tople boje. Moja će prednost biti u tome što

će moji budući klijenti moći sami birati kakav izbor boja žele, na proizvodu kojeg će oni kasnije koristiti.

Oblici i forme koji se nude su uglavnom različiti popularni natpisi, cvjetni motivi i motivi iz prirode, različiti animirani likovi, pruge, krugovi. No, smatram da se klijentima treba ponuditi i neka kombinacija različitih navedenih motiva (kao što ja na ovom setu imam krug, ali i pruge spojene u jedan zajednički uzorak), ali i dodatni element koji se dobiva kapima a koje na standardnim posteljinama kupljenim u dućanima nije moguće pronaći. To smatram svojom prednošću, jer oni bazični uzorci nikad se neće prestati koristiti, a razni natpisi ili neke druge stvari koje su popularne samo dok su u žiži interesa pa će se nakon nekog vremena vjerojatno prestati koristiti.

Moja posteljina se može koristiti sa obje strane. Ako budućem kupcu dosadi strana koja na sebi ima krugove može posteljinu okrenuti na drugu stranu i koristiti je na onoj strani na kojoj se nalaze samo kapi. Zbog takve kombinacije smatram da ona budućem kupcu ne može dosaditi te da ju može koristiti nekoliko godina. Također, sada postaju sve popularniji setovi posteljina koji svoj uzorak nemaju preko cijelog seta, nego samo preko jednog dijela seta; a drugi dio ostaje u prirodnoj boji materijala ili boji koja je dobivena nekim postupkom prije izrade uzorka i bojenja materijala, a i moj je set takav jer uz krugove i kapi povremeno izvire i boja iskuhanog materijala.

Smatram da se mojim klijentima može svidjeti i to što samnom budu mogli dogovoriti i najsitnije detalje, na primjer konac kojim će se šivati ili vrstu zatvaranja na samom setu. Ja sam za ovaj set izabrala konac krem boje i boje šampanjca te zatvaranje na patent koje smatram najjednostavnijim. Osim što je ono najjednostavnije za šivanje, i pri budućoj uporabi klijent će imati najmanje problema sa postavljanjem i presvlačenjem posteljine napravljene sa ovakvom vrstom zatvaranja.

Vjerujem da niti sa cijenama za posteljinu nisam pretjerala. Prije razmišljanja o cijeni pregledala sam različite stranice na kojima se prodaju setovi posteljina i sama odredila cijenu koju smatram prihvatljivom za svoj proizvod. Svoj proizvod prodavati ću preko webshopa, ali i u svom vlastitom prostoru kako bi kupac mogao doći i izabrati boje i uzorke koji mu se najviše sviđaju. Kako imam još neke proizvode dobila sam ideju da bi kupac pri samoj kupnji seta posteljine mogao pronaći i neku sliku koja mu se sviđa, a koja bi se onda mogla uklopiti u spavaću sobu mog klijenta. Smatram da time što sam za neke ljude ostavila nižu cijenu, sebi i svojoj budućoj proizvodnji nisam našla, a ljudima koji su uz mene i potiču me od samih početaka moga rada time pokazujem koliko su mi i dalje bitni. Isto tako, smatram da je pošteno da i ljudi koji mi pomažu u mojoj vlastitoj sadašnjoj i budućoj proizvodnji bilo samo savjetima i podrškom, ali i pomoći pri izradi mojih vlastitih proizvoda zaslužuju nižu cijenu proizvoda od ljudi koji će me upoznavati tek kroz moj budući rad.

Riječ unikat znači jedini primjerak nečega koji je zbog toga osobito vrijedan i dragocjen. U našoj zemlji postoji mnogo unikatnih proizvoda koji se nalaze u našoj baštini ili su ih izradili naši umjetnici te se koriste većinom kao suveniri za strance koji posjećuju našu zemlju. Moje je mišljenje da je unikatni proizvod onaj u kojega sam dizajner stavlja dio svoje osobnosti te mu to daje veću vrijednost. Kod izrade takvih proizvoda dizajner sam izrađuje svoje konačne proizvode, te oni time dobijaju svoju posebnu vrijednost. Jer, kod unikata svaki je predmet drugačiji i barem se po nečemu razlikuje od predmeta izrađenog prije njega; a kod serijske proizvodnje proizvodi iz jedne serije su slični jedni drugima. U našoj se zemlji u ponudi najčešće nalazi nakit, predmeti izrađeni od drveta, no ima i tekstilnih proizvoda (majce, torbe). No, i kod nas se u zadnje vrijeme može pronaći sve više ljudi koji za sebe traže upravo unikatne proizvode jer žele imati nešto što je drugačije od drugih ljudi. To je dobro zato jer to daje priliku našim dizajnerima i umjetnicima koji se vole izražavati na takav način da prodaju svoj proizvod. Također, kada otkriju nekog dizajnera ili umjetnika čiji im se likovni izričaj sviđa većinu predmeta koji su im potrebni naručuju kod njega (npr. dizajner koji im je napravio posteljину, pa vide da ima u svojoj ponudi i slike, pa od njega naruče i sliku koju mogu staviti u spavaću sobu a koja se slaže sa izabranim dizajnom posteljine). Prednost je i u tome što će kada nađu nekog svog poznanika koji također voli unikatne proizvode preporučiti onoga tko je njima napravio rad kojeg posjeduju ukoliko su sa samim predmetom zadovoljni. Mislim da sve više osoba privlače unikatni proizvodi i zato što se mogu dogovoriti sa samim umjetnikom koji izrađuje rad o broju i vrsti boja, uzorku, a taj dogovor je kod izrade proizvoda serijske proizvodnje nemoguć.

10. POPIS LITERATURE

1. Chas de Champeaux G., Introduction au monde des Symboles, Paris, 1966.
2. Chas de Champeaux G., Introduction au monde des Symboles, Paris, 1966.
3. Chas de Champeaux G., Introduction au monde des Symboles, Paris, 1966.
4. Pseudo – Denys L' Aeropagite, Euvres completes, Paris, 1943.
5. Buckhardt Titus, Art and thought, London, 1947.
Benoist L., L'Art du monde, Paris, 1941.
Danielou Jean, Le mystere de l'Avent, Paris, 1948.
Guemon R., Le roi du monde, Paris, 1927.
Guemon R., Le symbolisme de la croix, Paris, 1931.
Guemon R., Le regne de la quantite et les signes des temps, Paris, 1945.
Guemon R., Symboles fondamentaux de la Science Sacre, Paris, 1962.
Karmisch Stella, The hindu temple, Kalkuta, 1946.
Seckel Dietrich, L'art du Bouddhisme, Paris, 1964.
6. Chas de Champeaux G., Introduction au monde des Symboles, Paris, 1966.
7. Grillot de Givry, Le muse des sorcies, mages et alchimistes, Paris, 1929.
8. Alexander Hartley Burr, Le Cercle du Monde, Paris, 1962.
9. Biblija, knjiga Danijel, 7 glava, 21 – 28 red
10. Davy M. – M., Un traite de la vie solitaire: lettre aux Freres du Monte Dieu, 2 vol., Paris, 1940 – 1946.
Hauteceur L., Mystique et arhitecture, Paris, 1954.
Buckhardt Titus, La genese du temple hindu, in Etudes tradition nelles, Paris, 1953.
11. Bammate Nadj Oud Din, La Croix et le Croisant, in la Table Ronde, Paris, 1957.
12. Westermarck E., Ritual and Belief in Marocco, 2 vol., Paris, 1922.
13. Massignon L., La passion d' Al – Hallaj, 2 vol., Paris, 1922.
14. Chas de Champeaux G., Introduction au monde des Symboles, Paris, 1966.

15. Jung C. – G., L' homme et ses symboles, Paris, 1964.
16. Marques – Riviere Jean, Amulettes, talismans et pentacles dans les traditions orientales et occidentales, Preface de Paul Masson – Oursel, Paris, 1938.
17. Loeffler – Delachaux M., Le cercle, Geneve, 1947.
18. URL: <http://www.jongeriustlab.com/> pristupljeno (28_03_2019)
19. URL: https://www.google.com/search?biw=1366&bih=695&tbm=isch&sa=1&ei=kvycXM-HoetgwfOqK2wCw&q=dizajneri+elfs+zagreb+modeli&oq=dizajneri+elfs+zagreb+modeli&gs_l=img.3...27429.39808..40339...0.0..3.266.4642.0j27j5.....2....1..gws-wiz-img.....0..35i39j0i0i67j0i10j0i30j0i5i30j0i24j0i8i30.ayHo8ku8kT4#imgrc=HrzMzFlgtGowM: pristupljeno (28_03_2019)
20. URL: <https://100posto.hr/bubble/beskompromisni-dizajn-modnog-dvojca-i-gle-otvorio-prvu-vecer-modnog-tjedna> pristupljeno (28_03_2019)
21. URL: https://www.google.com/search?biw=1366&bih=695&tbm=isch&sa=1&ei=Of-cXMDFIjisAfxglmYBw&q=trussardi+radovi+posteljina&oq=trussardi+radovi+posteljina&gs_l pristupljeno (28_03_2019)
22. URL: <https://www.google.com/search?q=Paulin+Machado+Jassa+collection&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=rHsVnVSfndpxoM%253A%252CKqQEXrA9Y9X8EM%252C &vet=1&> pristupljeno (28_03_2019)
23. URL: https://www.ikea.com/PIAimages/0651538_PE708846_S5.JPG?f=s pristupljeno (28_03_2019)
24. URL: <https://www.shantallesstudio.com/our-story/> pristupljeno (28_03_2019)
25. URL: https://www.fashion.hr/easyedit/UserFiles/rwd_images/2017-ljeto/rujan/lull/_rwd_true-colors/true-colors_840_472.jpeg pristupljeno (28_03_2019)
26. URL: <https://www.artsy.net/artist/takehito-koganezawa> pristupljeno (28_03_2019)
27. URL: https://d7hftxdivxxvm.cloudfront.net/?resize_to=fit&width=300&height=200&quality=80&src=https%3A%2F%2Fd32dm0rphc51dk.cloudfront.net%2FV5OnI6ncZNkK2cXMa64DEg%2Flarge.jpg pristupljeno (28_03_2019)
28. URL: <https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj3hNODybPhAhWpx4UKHaE1Dw4Qjhx6BAgBEAM&url=https%3A%2F%2Fwww.pinterest.com%2>

[Fpin%2F395894623465918838%2F&psig=AOvVaw2rdOn6fUSL1YLv3QP4b3nG&ust=1554367741304950](https://www.fpin.com/2F395894623465918838%2F&psig=AOvVaw2rdOn6fUSL1YLv3QP4b3nG&ust=1554367741304950) pristupljeno (02_04_2019)

29. URL: <https://assets.saatchiart.com/saatchi/983048/art/5077309/4147131-GIORNVQK-6.jpg> pristupljeno (28_03_2019)

30. URL:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/hr/thumb/c/cc/4.Ivan_Picelj%2C_mapa_%27%27Oeuvre_programm%C3%A9e_N%C2%B01%27%27_%E2%80%93_CM_%E2%80%93_10_-_I.%2C_1964.%2C.jpg/120px-

[4.Ivan_Picelj%2C_mapa_%27%27Oeuvre_programm%C3%A9e_N%C2%B01%27%27_%E2%80%93_CM_%E2%80%93_10_-_I.%2C_1964.%2C.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/hr/thumb/c/cc/4.Ivan_Picelj%2C_mapa_%27%27Oeuvre_programm%C3%A9e_N%C2%B01%27%27_%E2%80%93_CM_%E2%80%93_10_-_I.%2C_1964.%2C.jpg) pristupljeno (28_03_2019)