



## MODNI ATELJE U NOVOM SADU

### FASHION ATELIER IN NOVI SAD

Milica Vukotić, *Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad*

#### Oblast – ARHITEKTURA

**Kratak sadržaj** – Rad se bavi istraživanjem u oblasti mode, čiji je rezultat projektovanje enterijera modnog ateljea u Novom Sadu.

**Ključne reči:** Arhitektura, enterijer, dizajn, moda

**Abstract** – The thesis includes research in the field of fashion. The result of investigation is interior design of fashion atelier in Novi Sad.

**Key words:** Architecture, interior, design, fashion

#### 1. UVOD

Predmet rada jeste istraživanje tematike modnih ateljea, njihov razvoj kroz istoriju i društveni uticaj i značaj. Rezultat istraživanja je projektovanje enterijera savremenog modnog ateljea u Novom Sadu. Analizom relevantnih primera očuvanja industrijskog nasleđa kroz promenu namene, prepoznaje se pogodan ambijent za umetničke i kulturne aktivnosti na predmetnoj lokaciji - *Kineska četvrt*. Kreativni sektor je jedan od prvih aktera u svetu koji je prepoznao vrednost industrijskog nasleđa i kroz svoje delovanje je uticao na unapređenje kvaliteta ovih prostora, te ukazao na njihovu vrednost. Eksperiment u pristupu koji je u vezi sa aktivnostima ovih aktera je značajan, jer je često nemoguće predvideti namene i potrebno je planirati razvoj pažljivo i u fazama, ostavljajući mesta fleksibilnosti i transformaciji. Istraživački deo u priloženom radu prevashodno se zasniva na teorijskim istraživanjima samog fenomena mode, kreativnosti, istorijskog razvoja, ali i svih socijalnih, prostornih i arhitektonskih faktora koji na njega imaju značajan uticaj. Teorijska istraživanja su se u najvećoj meri zasnivala na proučavanju pisanih i elektronskih izvora, ali i na usmenim konsultacijama i razgovorima sa adekvatnim i kompetentnim osobama.

#### 2. ISTORIJA MODE U SRBIJI

Krajem 19. i početkom 20. veka, po ugledu na Pariz kao svetski modni centar, u Srbiji su nikli brojni modni saloni [1]. Dok su na početku 20. veka saloni Morica Gelera, Sofije Švarc ili Berte Štajner-Alkalaj kopirali gotove modele pariskih i bečkih dizajnera ili šili toalete prema publikovanim krojevima, dodvoravajući se ukusima zahtevne klijentele iz redova buržoazije u međuratnom Beogradu, pored zadržavanja stare prakse kopiranja i interpretacije neke vlasnice modnih salona su se odvažile i na samostalne kreacije. Tako je Lenka Lam Majer, koju

su savremenici poredili sa Pol Poareom i Madam Paken, sama kreirala. Dakle, podražavanje zapadnoevropskog modnog sistema označilo je i pojavu prvih personalizovanih modnih dizajnera na balkanskim prostorima. Javnost je slavila damske krojače kao vrhunske umetnike i dignitet iskristalisane profesije modnih dizajnera je bio osiguran.

Uporedo sa otvaranjem modnih salona, u tadašnjoj Jugoslaviji razvijala se i industrijska konfekcija. Tako su beogradske trgovačke radnje *Eškanazija i Hercoga i Talvija i Mandilovića* prodavale konfekciju domaće izrade. Varaždinska tvornica za izradu tkanina i gotovih odela „Tivar“ ili tvornica rublja i odela i trgovinski dom „Stemecki“ iz Celja, primeri su razvoja *ready to wear* industrije na prostoru bivše Jugoslavije.

Završetak Drugog svetskog rata doneo je promenu u jugoslovenskom ekonomskom i političkom sistemu. Sveobuhvatne promene kojima su bili izloženi država i društvo imale su odraza i na modni sistem. Novouspostavljeni socijalistički režim odbijao je zapadnjačku modu, a sam termin *moda*, sledeći boljševičku ideologiju, zamenjen je terminom *ukus*. Ukidanje mode značilo je „progonstvo“ personalizovanih modnih dizajnera, čije su lične vizije stvarale prepoznatljivije proizvode na pretrpanom tržištu. Novoproglašena funkcionalna, jednostavna i besklasna odeća imala je za zadatak da udovolji novim krojačkim zahtevima *radne žene*.

List Duga iz 1950. godine otkriva nam ko su tehnička lica zadužena za realizaciju novih odevnih kodova. Kada je u jesen održana *Revija savremenog odevanja*, opšta ocena je bila da „naši majstori krojači imaju smisla za lepo, a skromno“. Nova politika stila svela je predratne „modne kreatore“ i „vrhunske umetnike“ na puke zanatlije.

*Šezdesete godine prošlog veka* donele su korenite promene u jugoslovenskom modnom sistemu. Transformaciju modne proizvodnje uzrokovali su brojni faktori, od kojih su najznačajniji: privredna reforma, šoping turizam i otvorenost zemlje prema Zapadu, uspon socijalističke srednje klase, aspiracija prema potrošačkoj kulturi prouzrokovane porastom ličnih dohodaka, ali i podražavanjem zapadnih potrošačkih navika i naposletku, direktni bojkot nemodernih i neestetizovanih proizvoda od strane socijalističkog potrošača. Novu estetizaciju modne produkcije omogućio je povratak nekada nepoželjnih modnih poslenika – modnih dizajnera.

Privredna reforma proglašena jula 1965. godine otvorila je puteve racionalnijeg poslovanja. Šoping turizam bio je možda najbolji način upućivanja u sezonske hirove zapadne modne produkcije. Od kada je liberalizovan vizni režim sa zemljama Zapadne Evrope, broj Jugoslovena

#### NAPOMENA:

Ovaj rad proistekao je iz master rada čiji mentor je bio dr Marko Todorov.

koji je putovao u inostranstvo rapidno se povećavao. Moderni jugoslovenski potrošači, pripadnici socijalističke srednje klase bili su razočarani proizvodima tadašnje jugoslovenske modne industrije. U skladu sa društvenim zahtevima za novom dizajnerskom industrijom ukusa, list Bazar pokrenuo je naredne godine akciju pod nazivom „Stil Bazar“ čiji je osnovni cilj definisan kao saradnja modnog lista i proizvođača da bi se na tržištu pojavili lepi i prihvatljivi modeli.

Ova akcija inaugurisala je Aleksandra Joksimovića u glavnog propagatora novog dizajna. U „Stilu Bazar“ predstavljena je Joksimovićeva kolekcija ogrtača za plažu od frotira, kao i njegova kolekcija tašni, pojaseva i rukavica za preduzeće „29. novembar“. Kolekcija kožne galanterije bila je otkupljena odmah po prikazivanju, te je štampa nastavila glorifikaciju odnos umetnik-industrija.

Iste 1968. godine u skladu sa novom kulturnom politikom koja je uzdizala umetnika kreatora, Beogradski međunarodni sajam „Moda u svetu“, ustanovio je nagradu „Zlatni paun“. Ovu nagradu dizajnerima su dodeljivali modni novinari za iskazanu kreativnost u celokupnim kolekcijama. Gotovo čitavu deceniju bila je namenjena isključivo Aleksandru Joksimoviću kao neprikosnovenom lideru novog jugoslovenskog dizajna. On postaje autentična zvezda, njegove kolekcije se nestrpljivo iščekuju i bude veliku radoznalost. Reprizno prikazivanje revija Joksimovićevih modela bilo je gotovo redovna pojava, one su bile centralni događaji u okviru priređivanih muzičkih spektakala.

Domaća štampa je Aleksandra Joksimovića nazivala „Jugoslovenskim Diorom“, „ambasadorom naše mode“ i raznim drugim imenima, da bi ga 2003. godine napoljetku, kada je već uveliko bio u penziji, novinar Milan Mitić krunisao za kralja jugoslovenske mode za sva vremena, dok ga je američka javnost poredila sa Iv Sen Loranom, a za Francuze je bio jugoslovenski Karden.

### 3. KARAKTERISTIKE I POSLEDICE POTROŠAČKOG DRUŠTVA

#### 3.1. Stanje potrošačkog društva u Srbiji

Ponašanje stanovnika u potrošnji je, između svih ostalih značajnih faktora, u velikoj meri uslovljeno ekonomskim faktorima. Da bi se danas analiziralo ponašanje prosečnog Srbina, u eri potrošačkog društva treba poći od njegovih prihoda. Kada se prosečan fond zarada i penzija podeli sa brojem stanovnika dolazi se do podatka da se u Beogradu i Novom Sadu živi sa po 23-24 hiljade dinara po stanovniku mesečno, a u ostatku Vojvodine i Centralne Srbije sa upola manje novca.

U Beogradu i Novom Sadu živi oko 27% ukupnog broja stanovnika Srbije (bez Kosova i Metohije). Ostalih 5,3 miliona ljudi živi u siromaštvu ili ne više od 50% iznad granice siromaštva. Ovi podaci ukazuju na činjenicu da četvrtina stanovnika Srbije može da se kvalifikuje za status „potrošača“ dok tri četvrtine stanovnika preživljava i priče o modi, trendovima i slično su im bezpredmetne. Navedeno je u skladu sa tzv. Engelovim zakonima po kojima se sa opadanjem prihoda stanovništvo najpre odriče svega što nije neophodno i predstavlja luksuz, statusni simbol i slično. Potrošnja se u tim segmentima stanovništva svodi na neophodne proizvode.

### 3.2. Zaključak

Potrošači današnjice su spremni da koriste sve prednosti tehnološkog razvoja i poboljšanja kvaliteta života [2]. Novi potrošač je daleko informisaniji, sofisticiraniji i zahtevniji što uslovljava uspeh kompanija koje su spremne da se prilagode njihovim zahtevima [2]. Takođe, sve je više zakona i raznih drugih vrsta zaštite potrošača koji deluju u korist njihovog zadovoljstva i lojalnosti, čime se ponovno ukazuje na centralnu ulogu koju savremeni potrošač zauzima u globalnom okruženju [2]. Potrebno je da potrošači razvijaju svest o svetu oko sebe i da se češće pouzdaju u sopstveni razum, ne verujući u reklamne slogane baš svih proizvoda koji se nude. Svi akteri društvene zajednice, zajedničkim snagama treba da utiču na ponašanje potrošača, da ih edukuju u pravcu održive potrošnje i da ih učine svesnim društvene odgovornosti za očuvanje i zaštitu životne sredine.

## 4. LOKACIJA

### 4.1. Istorijski značaj

Kompleks nekadašnje fabrike „Petar Drapšin“ (Kineska četvrt) se prostire na površini od 2,65 hektara i obuhvata desetine objekata [3]. Ovaj objekat predstavlja jednu od najvećih celina industrijskog nasleđa u gradu i sastoji se od 27 magacina, hangara, hala i drugih objekata, od kojih je 20% urušeno i ne koristi se [3]. Kompleks predstavlja gradsku celinu pod prethodnom zaštitom [4]. Kao glavni potencijal lokacije su prepoznati: velike dimenzije objekata, fleksibilnost objekata pri adaptaciji, kvalitet gradnje, ambijentalna vrednost celine, pozicija u gradu [4]. Aktivacija napuštenih objekata u Kineskoj četvrti je počela posle izmeštanja industrije, kada su je najpre koristile zanatlije za različite radionice, da bi kasnije postepeno bili uvođeni sadržaji iz oblasti kulture [5].



Slika 1. Kineska četvrt

Status prethodne zaštite Kineske četvrti je istekao marta 2016. godine [5]. Kroz mnoge primere u svetu se pokazalo da vaninstitucionalni akteri mogu imati veliku ulogu u zaštiti industrijskog nasleđa [5]. Kada je reč o uvođenju inovacija koje potiču iz kreativnog i civilnog sektora u sistem, značajno je pomenuti inicijativu organizacije „Pro.Polis“, formirane s namerom da se bavi pitanjima zaštite Kineske četvrti [5]. Osnivači organizacije, koji iznajmljuju radionicu i atelje u Kineskoj četvrti, izradili su 2009. godine „Nacrt strateškog plana revitalizacije Kineske četvrti“ [5]. Kao model revitalizacije predlaže se postepeno uvođenje programa, bez naglih i velikih intervencija [5]. Program *Youth Creative Polis*, koji bi trebalo da se realizuje u

Kineskoj četvrti, bio je zajednički, noseći stub saradnje timova koji su pripremali kandidaturu Novog Sada za Evropsku prestonicu kulture i Omladinsku prestonicu Evrope i ujedno, presudan projekat koji je i doneo te dve prestižne titule [5]. Kineska četvrt je odabrana jer je prepoznata kao prostor koji ima potencijal i u kom već postoji osnova u vidu organski započetih procesa koji mogu da se nadograde [5]. Potencijal se ogleda u pretvaranju lokacije u turističku tačku i nešto po čemu će Novi Sad postati identitetski poznat, i kroz kreiranje lokacije koja je arhitektonski atraktivna, a čiji je nukleus omladinski centar i kreativna industrija [5].

U četvrti se danas nalaze: zanatske radionice, kafei, restorani i klubovi, multimedijalni studio, „Manual“ muzej zaboravljenih umetnosti, sportski klubovi, Studentski kulturni centar i Društveni centar, kao i mnogobrojni umetnički ateljei [5]. Zahvaljujući poredama za Evropsku prestonicu kulture 2021. i Omladinsku prestonicu Evrope 2019. godine, Kineska četvrt se ponovo našla u fokusu i prepoznata je kao važna gradska lokacija [5]. Usvajanjem Plana detaljne regulacije tog prostora, koji je usledio posle dobijanja ovih titula, kompleks je sačuvan od rušenja i pretvaranja u tržni centar ili kompleks stambenih objekata [5]. Sledeći korak koji podrazumeva razvoj, odnosno odluke o budućem razvoju Kineske četvrti, biće donet jedino kroz usvajanje kulture dijaloga [5]. Uprava za kulturu Grada Novog Sada i Fondacija „Novi Sad 2021“ pripremili su nekoliko faza izgradnje dijaloga o budućem razvoju Kineske četvrti [5]. Uskoro će početi istraživački proces koji predviđa mapiranje prostora, anketiranje građana i ispitivanje primera dobre prakse transformacije industrijskog nasleđa [5].

#### **4.2. Analiza užeg područja**

Zadata lokacija se nalazi na Bulevaru Despota Stefana u Kineskoj četvrti u Novom Sadu. Kineska četvrt je karakterističan kvart Novog Sada koji je zadržao industrijski ambijent u čijem opsegu se nalazi oko 30 objekata. Površina lokacije iznosi oko 24 850 m<sup>2</sup>, a površina objekata 18 270m<sup>2</sup>. Objekti su izgrađeni 1930. godine i prvobitna namena je bila fabrika vijaka i žičane robe. Blizina Dunava doprinosi vrednosti ove lokacije, ali ta veza nije još uvek dovoljno razrađena. Prepoznatljivost i ambijentalni kvaliteti doprineli su očuvanju i unapređenju ove celine. Takođe, okruženje je definisano underground ugostiteljskim objektima, koji svojim jedinstvenim urbanim identitetom doprinose osobenosti i atraktivnosti lokacije. Na određenim susednim objektima su izvršene intervencije, što je rezultovalo oživljavanjem četvrti. Danas u ovoj četvrti prevladavaju ugostiteljski i kulturni sadržaji.

#### **4.3. Analiza objekta**

Zadati prostor predstavlja repetitivnu sekciju nekadašnje fabrike. Zato je treba posmatrati kao deo jedinstvene celine, a njenu džentrifikaciju kao osnov za dalje intervencije u ostalim jedinicama. Na krovu su postavljene lanterne u pravilnom ritmu, koje predstavljaju glavni izvor osvetljenja u svakoj jedinici. S obzirom da zadati program po svojoj suštini predstavlja radni prostor, on zahteva veliku količinu indirektnog prirodnog osvetljenja. Lanterna postavljena dužinom središnje ose zadatog prostora predstavlja odgovor na zahtev programa, dajući ovom prostoru posebne ambijentalne vrednosti. Spratnost

objekta je P+Pk i objekat ima samo jednu slobodnu fasadu, dok se ostale tri strane nadovezuju na susedne objekte. Konstrukcija je masivna, armiranobetonska u srednje očuvanom stanju. Krovna konstrukcija je metalna, u kombinaciji sa crepom i salonitom. S obzirom da se radi o prostoru čija je prvobitna namena bila magacin, na fasadi nisu uočljivi neki posebni i prepoznaljivi elementi za industrijski stil. Unutrašnji prostor iako veoma zapušten, odiše prostranošću. Komunikacija između prizemlja i galerije nije prisutna.

#### **5. KONCEPT**

S obzirom na to da je po Planu detalje regulacije predviđeno da se na ovoj lokaciji nalaze kreativne radionice, modni atelje predstavlja idealnu sponu između kreativnosti i manufakture, pri čemu je osnovna ideja da se iskoristi potencijal prostora, industrijsko nasleđe kao i celokupan kontekst Kineske četvrti. Koncept savremenih modnih ateljea iza kojih najčešće stoji potpis renomiranih modnih dizajnera uglavnom se bazira na trenutnoj inspiraciji kreatora koji je prenosi na kreacije, nudeći tržištu gotov proizvod. Novoprojektovani modni atelje u Novom Sadu ima za cilj da vrati nekadašnji pristup u kreiranju koji su negovali modni ateljei od ranih početaka, a to je da klijent ima učešće u stvaranju ideje.

Osim što će kupci moći da uživaju u izboru gotovih proizvoda, na raspolaganju će im takođe biti i široka paleta materijala gde će moći da sami prave kombinacije boja, a za posebno inspirisane, postojaće mogućnost kreacije garderobe po meri i želji uz saradnju sa dizajnerom. U sklopu ateljea je predviđena i krojačka radionica, tako da će celokupan proces moći da se odvija na jednom mestu. Osnovna ideja je da se ovakav objekat posmatra kao mala umetničko-zanatska radionica, gde su kreativnost, pristupačnost i kvalitet glavne odrednice i osnovni metod funkcionisanja, pri čemu je jasno uočljiva težnja da se zadrži industrijski stil koji je prepoznatljiv u ovom delu grada.

#### **6. PROGRAMSKO-PROSTORNA ORGANIZACIJA**

Po pitanju prostorne organizacije, može se reći da je prostor podeljen na dva osnovna nivoa, prizemlje koje je pretežno javnog karaktera, i galeriju rezervisanu više za zaposlene, uz povremene sastanke sa klijentima. U prizemlju je predviđeno da se nalazi prodajno-izložbeni prostor sa pratećim sadržajima kao što su kabine za presvlačenje, ostave itd. Jedan segment je izvojen kao sanitarni blok, na koji se nadovezuje čajna kuhinja i koji se fizički izdvaja od izložbenog prostora. Galerija je prvenstveno namenjena zoni kreiranja i stvaranja. Zamišljena je kao otvoreni prostor sa transparentnim zvučnim pregradama, koje odvajaju krojačku radionicu i salu za sastanke od prostora u kojem su smešteni dizajneri.

#### **7. KONSTRUKCIJA**

Zbog želje da se očuva kulturno nasleđe, ideja je da se zadrži postojeća konstrukcija objekta, uz adekvatnu revitalizaciju, a sve postojeće instalacije da se zamene novim koje bi bile identične kao prvobitne ili neznatno modifikovane. Najveće ulaganje bi zapravo bila rekonstrukcija krova, odnosno lanterne koja se proteže celom dužinom objekta i koja predstavlja jedan od najvećih potencijala ovog prostora. Ugradnjom prozora na daljinsko



otvaranje, kao i grejača za otapanje snega, nova lanterna bi trebalo da doprinese i boljoj ventilaciji unutar samog objekta. Sve postojeće rešetkaste konstrukcije se zadržavaju i jasno uočavaju u enterijeru novog objekta. Uvođenjem novih stepenica, koje su takođe u industrijskom stilu, prizemlje i galerija su fizički povezani, međutim postojećim kosim staklenim zidom, oni su zvučno razdvojeni tako da se na oba nivoa mogu nesmetano odvijati poslovi.

## 8. FASADA

Postojeća fasada izvedena u malteru, sadrži veliki portal za kolski ulaz, uz bočne prozorske otvore na obe strane. Kod fasade dolazi do otvaranja izloga i vizuelnog izlaska na ulični front. Postojeći pozori se menjaju velikim staklenim profilima, dok se celokupna fasada oblaže fasadnom opekom, jednim od osnovnih elemenata industrijskog dizajna.

## 9. INSTALACIJE, VENTILACIJA I KLIMATIZACIJA

Objekat je priključen na postojeću gradsku kanalizaciju, vodovodnu i elektroenergetsku mrežu. Tehnički blok je predviđen u donjoj etaži, odakle bi se instalacije dalje razvodile po objektu. Da bi se obezbedili što bolji radni uslovi, koristi se kombinovani sistem prirodne i veštačke ventilacije. Ceo objekat je klimatizovan, čime je rešeno njegovo zagrevanje i hlađenje.

## 10. MATERIJALIZACIJA I OSVETLJENJE

Od materijalizacije prevladavaju opeka, čelik, drvo i granit, uz prisustvo staklenih vertikalnih pregrada koje uglavnom imaju zadatak da propuste svetlost ili kao zvučna izolacija. Pod je u prizemlju pokriven granitnim pločama debljine 2 cm, dok je za galeriju predviđen liveni pod. Stepenece imaju čeličnu konstrukciju sa drvenim gazištima. Jedan od najznačajnijih faktora u svakom enterijeru je, svakako, osvetljenje. Osim karakterističnog zenitalnog osvetljenja koje se proteže duž celog objekta, otvaranjem izloga je takođe u mnogome povećana prirodna osvetljenost prostora. U radnim zonama je predviđeno tačkasto i panelno osvetljenje, pozicionirano na različitim visinama, dok je u izložbenom delu ateljea svetlost regulisana reflektorima postavljenim na šinama dužine 2m, koji su funkcionalni i mogu da stave svetlosni akcenat na određenu tačku.



Slika 2. Prikaz enterijera modnog ateljea

## 11. ZAKLJUČAK

Ideja da se od Kineske četvrti stvori prostor koji će revitalizovati, formirati i osvežiti kulturološki centar grada, čini se dobra ne samo radi vizuelne transformacije gradske četvrti koja se već uveliko smatra ruglom grada, nego bi omogućila razvoj kreativno-zanatskog sektora koji na našim prostorima polako odumire. Mogućnost da se na jednom mestu nađu kreativne radionice, praćene malim zanatskim i trgovinskim radnjama, modnim, slikarskim i vajarskim ateljeima, predstavlja značajan podstrek i motivaciju svim umetnicima, kao i zaboravljenim zanatima. Na taj način bi se očuvalo domaće zanatstvo i rukotvorine, podstakao razvoj turizma i stvorio kreativan i funkcionalan prostor za rad.

Potreba za prostorom ovog tipa je svakako prisutna. Mogućnost da na jednom mestu nađu prodajni prostor sa izložbenim delom, uz opciju odabira materijala, šivenja po meri i konsultacije sa vrhunskim dizajnerima, postepeno ruši barijere stvorene na nivou kreator-korisnik, i na ovaj način oni ne samo da blisko saraduju, nego su korisnici uključeni u sam proces stvaralaštva.

Transformacija magacinskog prostora Kineske četvrti u modni atelje istovremeno doprinosi kvalitetu života savremenog korisnika i ističe vrednost industrijskog nasleđa na poseban način. Prenamenom i obnovom magacina, objekat će dobiti novu ulogu i postaći značajan činilac društvenog, kreativnog i kulturološkog života u Novom Sadu.

## 12. LITERATURA

- [1] Velimirović, D. Aleksandar Joksimović, *Moda i identitet*, Utopija, 2008.
- [2] Žnideršić Kovač, R., Grubor, A., Salai, S., & Marić, D. *Knowledge as the power of new consumers in the global environment*. Celje, 2012.
- [3] Dević, D., Komnenić, B. i Mikić, H., „*Novi kreativni prostori Vojvodine*“, Novi Sad: Zavod za kulturu Vojvodine, 2015.
- [4] Korać, I. i Marković, P., „*Inicijativa za izradu projekta i nacrt strateškog plana za revitalizaciju stare fabrike „Petar Drapšin“ u Novom Sadu*“, Novi Sad, 2009.
- [5] Novi Sad 2021, „*Kineska četvrt sačuvana, dijalogom do njenog razvoja*“, 2017.

### Kratka biografija:



**Milica Vukotić** rođena je 1992. godine u Novom Sadu. Zvanje diplomirani inženjer arhitekture stiče 2016. godine. Master rad brani iz oblasti Dizajn enterijera na FTN-u u Novom Sadu, 2019. godine.