

## ***Craftivism*: kreativni društveni pokret kao oblik životnog stila, aktivizma i umjetnosti**

**Martina Križanić\*, dr. sc. Silva Kalčić\*\***

\* *Studentica diplomskog studija Kostimografije na Tekstilno tehnološkom fakultetu.*

*Kolegij: Suvremena umjetnost i dizajn A  
(e-mail: mkrizanic1@gmail.com)*

\*\* *Mentor, Zavod za dizajn tekstila i odjeće, Tekstilno tehnološki fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Prilaz baruna Filipovića 28a, Zagreb 10000.  
(e-mail: silva.kalcic@tf.hr)*

**Sažetak:** Društveni pokret *craftivism* nastao je iz utjecaja postmodernizma, kontrakulturnih i subkulturnih previranja, demokratizacije mode te suvremene politike identiteta. Stoji u opoziciji prema korporativnoj kulturi i masovnoj proizvodnji stvaranjem alternativnog tržišta i novog tipa potrošača koji konzumira u skladu s vrijednostima kao što su održivi razvoj i zaštita životinja. Unutar pokreta, znanja se razmjenjuju i potiče se kreativnost. Značajna je feministička komponenta pokreta, jer su njegovi članovi u velikom broju žene koje sferu ručnog rada koriste kako bi stekle financijsku stabilnost, formirale žensku kulturu, ali i iskazale političko mišljenje. Sam ručni rad se modificira i poprima dimenzije političkog aktivizma i umjetnosti.

**Ključne riječi:** *Craftivism*; kreativni aktivizam; ručni rad; umjetnost proširenih medija; feminizam



Slika 1. Označavanje u javnom prostoru. Prijevod teksta glasi: „Ružna strana mode: Reissovo profit iznosi 8.5 milijuna funti. Reissovi zaposlenici u odjevnoj industriji u Rumunjskoj su plaćeni 99 penija po satu... Čemu ova neravnopravnost?“ U potpisu: Craftivist Collective, javni prostor Londona, 2015.

## 1. UVOD

U suvremenom svijetu susrećemo se s novim globalnim pokretom koji ponajveći utjecaj bilježi u umjetničkoj i dizajnerskoj zajednici. Mediji vezani uz produkt dizajn i modu izbacuju naslove u kojima odzvanjaju riječi kao što su DIY, *redesign*, *upcycling*, *craftivism*. Sada već gotovo svaki od njih ima svoju rubriku ulične mode i uradi sam kutka („uradi sam“ je izraz koji u ovom tekstu zamjenjuje imperativnu rečenicu na engleskom jeziku „do it yourself“, u akronimu „DIY“) u kojima se čitatelje upućuje kako da nešto sami izrade ili redizajniraju. Izvještava se o sve snažnijem trendu takozvanog kreativnog rada i samoiniciranih kreativaca koji su proteklih godina osnovali i značajan broj udruga. Ono što se u tim časopisima naziva novim trendom zapravo niti nije toliko novo, a niti jedan od brzo prolaznih trendova. Ova pojava usporedno prati promjene u društvu, pa tako i u modi i dizajnu još od 1960-ih godina u kojima se moda demokratizira, oslobađa, dok pravo na njeno korištenje, ali i modifikaciju, ima svaki pojedinačni korisnik. U pozadini te pojave leži potreba za slobodom izgradnje osobnog identiteta – svatko od nas postaje dizajner, ponajprije svog vizualnog i kulturalnog identiteta.



Slika 2. Projekt grupe Knit the city u javnom prostoru Londona, autorica fotografije je Lauren O'Farrell, 2009.

## 2. IZLAGANJE TEMATIKE

### 2.1 Pokret za oslobađanje individualnog identiteta

Spoj ručnog rada, to jest kreativnosti, umijeća, zanata (engl. *craft*) te aktivizma (engl. *activism*), u svijetu je poznat pod nazivom *craftivism* (kreativni aktivizam). On otvara pravo na slobodno kreativno izražavanje, izgradnju identiteta i životnog stila, demokratizira modu i dizajn i izmješta umjetnost u javni prostor. Pokret osposobljava korisnike u korištenju „uradi sam“ alatki, kao i umjetničkog pribora, oni se upućuju u stvaranje unikatnih predmeta vezanih uz osobni identitet i vrijednosti tj. iz njih proizašlih. Rezultat je oblik umjetničke akcije putem zahvata u odijevanju, interijeru, uporabnim predmetima te u konačnici u svim segmentima života izraženima u javnom prostoru. Umjetnost postaje život sam i postaje dostupna svima. Vrijednost takve oslobođene umjetnosti može biti upitna, izrazito loša ili uopće to nije, ili je pak izvanredna. Ali značaj je u tome što postaje slobodno pravo svakog zainteresiranog pojedinca kao njegov jedinstveni izraz osjećanja, osobnosti, životnog stila i političkog stava.

Ono što je započelo s malim brojem umjetnički nastrojenih osobnjaka koji su pomicali granice vlastita stila i identiteta, sada ima sve veći broj korisnika, a postaje i norma za sve članove demokratskih, tehnološki i ekonomski razvijenih društava. Da bi se to ostvarilo, osobi koja gradi svoj identitet daju se u ruke oruđa, oprema je se znanjem kako da razbije ustaljene kodove, pomakne granice u kojima se trenutno nalazi. Znanje treba biti slobodno dostupno svima zainteresiranima i besplatno, a širi se ponajprije putem Interneta. To je upravo logika uradi sam kulture, razvitak sposobnosti oblikovanja i modifikacije predmeta te prosljeđivanje znanja. Ipak, sve ovo ne umanjuje komercijalnu komponentu koju ovaj pokret ima, uz njega se razvilo cijelo jedno novo tržište i potrošači koji zahtijevaju upravo takve predmete. A ono što traže mora imati u sebi još jedan neizbježan faktor. Taj je da se proizvodnja vrši po načelima održivog razvoja, očuvanja lokalne kulture i proizvodnje, zaštite dostojanstva života ljudi i svih bića ovog planeta.

Stoga taj pokret predstavlja svjesnu opoziciju tržišnom stanju u kojemu vladaju globalne korporacije, a robe se proizvode u ultimativnom diktatu niske cijene, kratkotrajnosti i nekvalitete, da bi se što brže na tržištu zamijenile novima. One postaju ispražnjene od dubljih značenja, jedina vrijednost im je novina, osjećaj zabavljenosti nečim novim koji pružaju potrošaču i koji brzo nestaje. Potrošač gubi dublji dodir s predmetom, pa tako i svijest o štetnom globalnom utjecaju kakav takva proizvodnja ima. Upravo nasuprot toga nastupa ovaj pokret, nudeći ručno izrađene, unikatne robe iza kojih ne stoji nasilje i iskorištavanje, čijom kupovinom se podupiru lokalna ekonomija, male manufakture, humani radni uvjeti, zaštita prirode. No bitno je napomenuti da, kada se kaže da je taj pokret u opoziciji, to ne znači da se on suprotstavlja samom kapitalizmu i potrošačkom društvu. Upravo suprotno, on djeluje unutar njega, ali se suprotstavlja postojećem stanju tako što nudi drugačije rješenje, on sustav hakira, što znači da pomiče granice i mijenja kodove (Von Busch, 2008.).



Slika 3. Rad umjetnice Sarah Corbett i osnivačice skupine Craftist Collective pod nazivom "Craftivism Tree". Prava zadržava Craftist Collective, 2014.

## 2.2 Tri dimenzije kreativnog aktivizma

Autor izraza *craftivism* Betsy Greer, također autorica mnogih tekstova na tu temu. Njime opisuje pokret koji počiva na „uradi sam načelima“, to jest ručnoj izradi kao nečega što se protivi masovnoj proizvodnji i korporativnoj kulturi. Otto von Busch iz njenog rada izvodi sljedeću definiciju: „Kreativni aktivizam (*craftivism*) je reinterpretacija, to jest novoizumljeni ručni rad putem ažuriranja ili hakiranja tradicije, tako da se on pretvara u sredstvo za otvaranje političkih pitanja“ (Von Busch, 2008., str. 69, u prijevodu autorice teksta). Ovaj pokret, dakle, ne označava ručni rad u tradicionalnom smislu riječi, već novu pojavu koja ima mnoge dimenzije, a one nisu samo aktivističke. Njih u konačnici možemo svesti na tri krovne sfere:

- a) političko-aktivistička dimenzija;
- b) umjetnička dimenzija;
- c) dimenzija izgradnje identiteta.

Naravno, one nisu međusobno isključive, već se i preklapaju. Političko-aktivistička dimenzija ima snažnu usmjerenost na pitanja ekologije i održivog razvoja, prava ljudi i životinja, rodna pitanja i feminizam, multikulturalizam, „glokalizam“, urbanizam. Dimenzija izgradnje identiteta odnosi se na načine formiranja identiteta u suvremenom društvu, a ono isto ima političku dimenziju kao politika identiteta koja podrazumijeva slobodu razlika i pravo na njihovo izražavanje (Haralambos i Holborn, 2002.). Identitet se oslobađa ranijih zacrtanih kategorija i ograničenja pa se stvaraju novi transkulturalni i transnacionalni identiteti, nove rodne identifikacije; ukratko, identitet postaje naše pravo izbora. Izražavamo ga putem životnih stilova, to jest konzumerizma. Kao potrošači biramo robe i sadržaje koji odgovaraju vrijednostima na kojima počiva naš identitet te njima komuniciramo u društvu, oni označavaju, odnosno kodiraju tko smo mi i za što se zalažemo.

Pojedinci koji su uključeni u sferu kreativnog aktivizma kao proizvođači i potrošači na isti način izražavaju vrijednosti tog pokreta. Oni žele kupovati lokalno proizvedenu robu, ručne izrade ili proizvedenu u malim manufakturama, koja ima, naizgled ili pripisane, osobine političkih uvjerenja s kojima se slažu. Ona mogu biti i očitito izražena, natpisom na samom proizvodu ili se nalaze u pozadini značenja proizvoda, kao što je proizvodnja koja uključuje humane uvjete rada. Zanimljivo je da se ovaj pokret ponekad pogrešno definira kao opozicija konzumerizmu. On je zapravo potpuno uronjen u njegova načela, kao i u sudjelovanje na tržištu. Mnogi članovi pokreta djeluju kao proizvođači takvih proizvoda, što je izvor njihove egzistencije. Konzumerizam je osnova suvremene tvorbe identiteta i izražavanja životnog stila, bez njega je i kreativni aktivizam nemoguć.

No prava opozicija ovog pokreta jest korporativna kultura i masovna proizvodnja. *Craftivism* naglašava potrebu za usporavanjem procesa u svijetu koji neprestano ubrzava u materijalnom i simboličkom smislu (npr. na način potrošnje modnih stilova), te za integracijom etičkih načela u području proizvodnje. Izražava otpor nestanku tradicionalnih zajednica i koncepta susjedstva, tehnologizaciji života te potrebu povratka starim obrtima i zanatima čime se približava udruženjima nalik na srednjovjekovne cehovske zajednice Arts and Crafts, Wiener Werkstätte i Deutscher Werkbund na prijelazu 19. i 20. stoljeća.

## 2.3 Postmoderna previranja

Kreativni pokret nije slučajni kuriozitet suvremenog doba, već dio šireg spektra dijela suvremenih povijesnih stremljenja koje su usmjerene prema demokraciji, liberalizaciji i humanosti. Prostor za to su otvorile postmodernističke promjene koje su srušile stare sustave elita i društvenih klasa, visoke umjetnosti i mode rezervirane za povlaštene, a manifestiraju ih kontrakulturalni pokreti i uzlet supkultura 1960-ih i 1970-ih godina. Oni su pripremili tlo za osmozu utjecaja ulične mode Velike Britanije 1970-ih i 1980-ih prema visokoj modi, što je u konačnici dovelo do stvaranja potpuno nove industrije i novih kulturalnih radnika, kako ih naziva Angella McRobbie (1998.). Oni predstavljaju novu društvenu skupinu koja je u svom začetku 1970-ih i 1980-ih došla iz svih slojeva društva i etničkih pozadina, različitih rodni i seksualnih orijentacija, profesija, a u konačnici je za sebe stvorila nova radna mjesta i uopće nove vrste poslova temeljenih na umjetnosti, dizajnu i vizualnoj kulturi.

„Uradi sam“ ideologija je proizašla iz subkultura, ponajprije punka 1970-ih koji je srušio elitni modni kod i zauvijek obilježio britansku modu kao dio popularne kulture, kao suprotnost elitnoj pariškoj modi. Osobita karakteristika te nove vrste kulturalnih radnika je da ih u nadmoćnom broju čine žene, koje su iz područja tradicionalnog ručnog rada pripisanog ženskoj sferi i po prvi puta u povijesti dostupnog umjetničkog obrazovanja uspjele razviti uspješne poslove i financijsku samostalnost. One su stvarale snalazeći se u početku korištenjem jeftinih rabljenih materijala (*second hand* odjeće), redizajnirajući ih i reciklirajući ručnim radom. Radile bi samostalno ili u malom kolektivu, u jeftinim i derutnim prostorima urbanih periferija (McRobbie, 1998.).



Slika 4. Tzv. feminističko vezenje. Uzorci za oponašanje radova poput ovoga se besplatno dijele na Internetu. Autor, mjesto i godina nastanka ovog rada nepoznati.

#### 2.4 Karakteristike feminizma

Kako je ovaj kreativno-aktivistički pokret potekao iz subkulturnog „uradi sam“ principa, tako se nastavilo i daljnjih godina, a njegova vezanost uz ženski identitet nepobitno je povezala pokret s feminizmom. U 1990-ima javlja se ženska subkultura *riot grrrl*, kao mješavina feminizma i punk kulture. Djevojke koriste kreativni aktivizam za političko djelovanje i označavanje vlastitog životnog stila a njihov utjecaj se nastavlja do danas. Značajan broj sudionika u kreativno-aktivističkoj zajednici su žene, a one formiraju i svoje feminističke umjetničke kolektive. Ručni rad kao tradicionalno ženska djelatnost vezana uz podčinjenost u kućnoj, privatnoj sferi sada se pretvara u oruđe osnaženja novih ženskih umjetničkih pokreta.

Minna Haveri (2013.) naglašava kako je umjetnost u svom tradicionalnom poimanju bila nešto čime dominiraju muškarci, ona je elitna, istaknuta u javnoj sferi, glasovita, monumentalna, ostavlja dojam na promatrača. S druge strane, ručni rad je nešto što je postavljeno u privatnu sferu, anonimno, praktično, tradicionalno se smatra ženskim područjem. Kućanstvo i odijevanje gotovo su sinonim za ženstvenost (Haveri, 2013.). No žene koje su sudionice kreativno-aktivističke scene dokinule su tradicionalno poimanje ručnog rada, tako da su ga pretvorile u nešto s čime su prešle u javnu sferu, na samom početku kako bi stekle financijsku stabilnost i zaradile za život, ali zatim i kao sredstvo komunikacije političkih ideja, ostvarivanje ženskih mreža i izgradnje solidarnosti te u konačnici stvaranje novih oblika suvremene umjetnosti koja počiva na netradicionalnim tehnikama i medijima.



Slika 5. Rad pod nazivom "Heygate Ladies" umjetnice Reene Makwane, pokazan na izložbi „The Great Outdoors“, Galerija Nest, London, UK, 2012./2013.

## 2.5 Osnaživanje društvene zajednice

Ručni rad je oduvijek imao oznaku kolektivne aktivnosti, a tu dimenziju nastavlja imati i danas. Jedna od glavnih odrednica ovog pokreta koja privlači ljude je ta da daje mogućnost povezivanja, stvaranja i razvijanja odnosa. Otvara mogućnost okupljanja, rasprave, razlaganja informacija, dijeljenja, osjećaja sjedinjenja i povratka domu, osnaživanja zajednice. Omogućuje dijalog, ne samo unutar zajednice već i u komunikaciji na van, prema svijetu, potiče na pitanja vezana uz smisao života i stanje društva (Tapper, 2011.). Kroz osnaživanje društvene svijesti otvara se i mogućnost društvenog djelovanja, aktivizma. Sudionicima ove scene zajednički je zahtjev za većom etičnosti u društvu, a tako se trude i organizirati svoju proizvodnju, kao i potrošnju. Iako kreativni aktivizam u svom temelju ima „uradi sam“ mentalitet kao ideju odbijanja potrošnje putem stvaranja i popravljivanja stvari za sebe, ovaj pokret ide korak dalje tako da stvara novo tržište koje počiva na vrijednostima koji sami zastupaju, pa u skladu s njima izrađuju i kupuju predmete koje te vrijednosti reprezentiraju.

Održivi razvoj je protežna ideja pokreta, to se odnosi na rad sa *second hand* odjećom kao i odbačenom odjećom i tekstilom, njihovom reciklažom i redizajnom. Oni su prirodna činjenica ove scene jer odgovaraju DIY logici popravka i prepravka umjesto kupovine novog, suprotstavljanja masovnoj proizvodnji koja globalno stvara iznimne količine otpada i negativno utječe na okoliš pa na kraju i radi same naravi široko dostupnih starežnih materijala pomoću kojeg se mogu stvoriti izrazito unikatna i raznolika roba, niske proizvodne, pa stoga i prodajne cijene. S jačanjem ove scene, podjelom znanja i unaprjeđenjem tehnika i vještina jača i svijest o tome koliko truda i vremena zapravo stoji iza proizvodnje jednog predmeta (Von Busch, 2008.). Samim time se osvješćuje i pitanje potlačenosti radnika u tekstilnim tvornicama za masovnu proizvodnju, a kod pojedinca jača želja da takve proizvode bojkotira, posebice kada se poveže s lokalnom zajednicom koja nudi alternativu, od ponude odjeće do hrane i higijenskih potrepština. Zajednica i tržište ovakvog pokreta postaju u potpunosti samoodrživi, imaju znanja i sposobnosti izlaziti izvan zadanih okvira i više ne ovise o širem društvenom sustavu s čijim premisama se ne slažu. To je pokret prema kontroli vlastitog života (Handmade Nation, 2009., prijevod autorice teksta).

## 2.6 Ručni rad kao umjetnost

Kada govorimo o umjetničkoj dimenziji kreativnog aktivizma, taj se govor ponajprije odnosi na definiciju suvremene umjetnosti kao one gdje dolazi do jednačenja umjetnosti i života, koja se aktivira u društvu, ukazuje na probleme društva i nudi načine za njihovo razrješavanje. Otvara područje umjetničkog djelovanja kao nečeg dostupno svima, pa i onima koji nisu obrazovani u tom području, pa čak ni posebno nadareni u crtanju i slikanju (Millet, 2004.). *Craftivism* je pokret koji je proizašao iz umjetničke zajednice, one koja je počela dijeliti svoja znanja sa zajednicom. Velik broj proizvođača tog pokreta danas isto čine školovani umjetnici. Razlog je neslaganje s elitističkom naravi „službene“ umjetnosti, problem nesigurnosti životne egzistencije na kompetitivnom umjetničkom tržištu, nesnalaženje u galerijskom umjetničkom sustavu ili jednostavno želja za igrom i eksperimentom u umjetnosti prožetom sa svakodnevnim životom.



Slika 6. Kreativni moto Agate Oleksiak: „Život i umjetnost su nerazdvojivi.“ / "Life and art are inseparable." Naziv rada je „Crocheted Apartment“, Crocheted Olek, New York, SAD, 2012.

Došlo je do „...eksplozije umjetnosti u ručnom radu i ručnog rada u umjetnosti: sve granice su izrazito zamućene.“ (Citat iz Handmade Nation, 2009, prijevod autorice). Oni članovi pokreta koji nemaju formalno obrazovanje opisuju kako su od malena odgajani da budu kreativni. Takav odgoj nije usmjeren samo na razvijanje sposobnosti djeteta, da bude vješto s bojicama i papirom, već kreativan odgoj razvija sposobnost za razvijanje kreativnih rješenja, sagledavanje šire slike, razmišljanje izvan okvira; razvija imaginaciju, snalažljivost, a svime time i samopouzdanje djeteta. Time se odgajaju budući kritičari društva i njegovi pokretači, jer su sposobni vidjeti stvari iz mnogih kutova i na nove načine.

Pokret kreativnog aktivizma nesumnjivo stvara neke od velikih umjetničkih djela ovog vremena. Ali, kako objašnjava Scheuing: problem prepoznavanja te umjetnosti je u tome što ne potpada pod staru definiciju nečega uzvišenog ili lijepog, a niti se prepoznaje u području suvremene umjetnosti jer često izgleda prelijepo, preslatko ili preženstveno da bi djelovala kao da iza nje stoji politički komentar (Scheuing, 2010.).

## 2.7 Umjetnice aktivistice

Veliku problematiku stvara poimanje ručnog rada kao privatne ženske aktivnosti, za razliku od etablirane umjetnosti. Kada kreativne aktivistice i umjetnice djeluju u javnom prostoru to zbunjuje publiku, jer se radi o ručnom radu, tajnim gerilskim akcijama na način gerilskog pletenja, engl. „guerilla knitting“, i izvangalerijskim prostorima.

Jedan od najpoznatijih oblika kreativno-aktivističke umjetnosti je djelovanje u javnom prostoru pletivom (na engl. jeziku poznato kao *knit tagging*, *knit bombing* ili *yarn bombing*). To je oblik ulične ili urbane umjetnosti (*street art*, *urban art*) kod kojega se urbane strukture i urbani mobilijar poput stupova, ograda, klupa i slično, takoreći „odijevaju“ u pletene predmete. Razlozi za takve akcije su razni, a počinju s ublažavanjem „hladne“ atmosfere grada kako bi joj se pridodali elementi koji evociraju toplinu i ugodu i potiču bolje raspoloženje putem boja i šarenila, na način empatijskog dizajna. Razlozi su i umjetnički te aktivistički, pa se tako pletivom napadaju, re-kreiraju gradske skulpture ili se ispleću aktivističke tekstualne poruke.



Slika 7. Knit bombing mostASankt Annæ Gade u Copenhagenu, Danska. Autorica fotografije je Lindsay Simmonds, 2012.

Za razliku od grafita kao najpoznatijeg (a za mnoge i jedinog poznatog) oblika ulične umjetnosti, ovaj način obilježavanja u gradu ima takozvanu meku dimenziju utjecaja, to jest pletiva se lako uklanjaju, ali i mijenjaju kada su se zaprljala i istrošila. Označavanje pletivom stoji uz bok sličnim oblicima urbanog aktivizma i umjetnosti kao što su na primjer i gerilsko vrtlarjenje te neinvazivno grafitiranje, u kojima prolaznici i stanovnici grada mogu uživati ili ih po želji lako ukloniti čime ovaj utjecaj u javnom prostoru gubi dimenziju vandalizma kakav imaju standardni grafiti. Neinvazivno grafitiranje ili *reverse graffiti* je čin u kojemu se na javne površine utječe čišćenjem umjesto bojanjem – tamne i prljave površine grada obilježavaju se porukama koje su na njima izribane i očišćene. U grafitiranju mahovinom slike i poruke se nanose slojem tekućine iz koje će kasnije izrasti mahovina, koja se lako uklanja.

Ovakva djelovanja su u svom načelu feministička. Mogu biti izravna i jasna, kao što su napadi pletivom na javna umjetnička djela muških autora, ili se radi o portretnoj plastici zaslužnih muških osoba, kako bi se izrazila kritika umjetnosti ali i povijesti kao one dominantno muške, pa ih se takvim „odijevanjem“ feminizira. Ali mogu biti i suptilna, jer su navedena „meka“ djelovanja označavanja proizašla iz ručnog rada i sfere kućanstva suprotstavljena grafitima kao pojavi proizašloj iz tradicionalno maskuline subkulturne zajednice usmjerene na bunt kroz destrukciju (Haveri, 2013.). Tako stereotipno žensvene aktivnosti postaju i sredstvo izražavanja svih rodova u javnom prostoru jer u ovim aktivnostima osim žena sudjeluju i muškarci te sudionici *queer* i *trans* kulture. Kreativni aktivizam stoga se ne odnosi samo na izradu objekata, već i na sve oblike kućanskog ručnog rada, uključujući i kuhanje te vrtlarstvo. Hrvatska ima značajnu kraftivističku scenu u tim područjima, a ističu se Mali plac na tavanu i udruga Parkticipacija.





Slika 8. Danska umjetnica Marianne Jorgensen kritizira rat u Iraku „razoružavanjem“ tenka ružičastim pokrivačem, u sklopu izložbe „TIME“, Copenhagen, Danska, 2006.

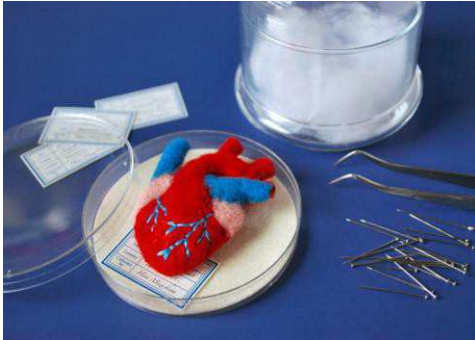


Slika 9. Brončana skulptura vojnika (visine 8 metara) na kojemu je umjetnica Magda Sayeg pletivom presvukla pištolj i bodež, simbole nasilja, Bali, Indonezija, 2010. Prava na fotografiju zadržava Magda Sayeg.

### 3. ZAKLJUČAK

Kreativni aktivizam u svom suprotstavljanju postojećem stanju u društvu počiva na izgradnji i stvaranju, njegovanju zajednice, slobodnom protoku znanja, pravu na različitost i osobno izražavanje. Teži društvenim pomacima ka humanijem, tolerantnijem i slobodnijem svijetu. Njegov sve veći i konzistentan globalni utjecaj svjedoči da nije riječ samo o još jednom pomodnom trendu, već značajnim, iako malim, povijesnim promjenama u kapitalističkom društveno-ekonomskom sustavu. Kraftivističko tržište je samoodrživo, jača i širi se te ima sve više sljedbenika. Dominantno kapitalističko tržište nastoji doskočiti tome tako

da imitira ove promjene stvarajući masovno proizvedene predmete koji oponašaju izgled i vrijednosti kreativnog aktivizma. Iako većina potrošača takve stvari kupuje jer još nisu dublje upućeni u ideologiju *craftivisma*, ipak im sve veća popularnost ovog pokreta daje uvid u važna pitanja koja stoje iza njega te se sve više osvješćuju o tome što stoji iza proizvoda koje kupuju, odnosno kako je on nastao. Otvara se put kreativnom odgoju novih generacija, što prije svega uključuje njihovo kritičko promišljanje svijeta i sklonost inovativnim rješenjima, a granice poimanja umjetnosti se šire i u njenu sferu prodire sve veći broj korisnika, posebice žena. Pokret *craftivisma* ima veliku težinu za feministički pokret te rodna pitanja i radi svoje komunikacije s konceptom ženstvenosti kao društvenog konstrukta koji je podložan raznim manipulacijama i interpretacijama.



Slika 10. Ljudsko srce izrađeno od filca umjetnice Hine Mizushima, 2015.

## POPIS LITERATURE

- Haralambos M. i Holborn M. (2002.) *Sociologija: teme i perspektive*, Golden marketing, Zagreb.
- Haveri, M. (2013.) *Urban Knitting – the Soft Side of Street Art*, Synnyt – Taiteen tiedonala 2, 1–19.
- McRobbie, A. (1998.) *British Fashion Design: Rag trade or image industry?*, Routledge, London.
- Millet, C. (2004.) *Suvremena umjetnost*, Muzej suvremene umjetnosti i Hrvatska sekcija AICA, Zagreb.
- Scheuing, R. (2010.) *Urban Textiles: From Yarn Bombing to Crochet Ivy Chains*, Textile Society of America 12th Biennial Symposium, Nebraska. Google scholar, 2014. <http://digitalcommons.unl.edu/tsaconf/50/> (18.12.2014.)
- Tapper, J. (2011.) *Craft activism : People, ideas, and projects from the new community of handmade and how you can join in*, Potter Craft, New York.
- Von Busch, O. (2008.) *FASHION-able: hacktivism and engaged fashion design*, School of Design and Crafts (HDK) Faculty of Fine, Applied and Performing Arts, Gothenburg.
- Levine F. (2009.) *Handmade Nation*, dokumentarni film, Milwaukee DIY, Wisconsin, SAD.

## Izvori slika

- Slika 1: <http://www.flickr.com/photos/craftivist-collective/16220237746/> (10.01.2015.)
- Slika 2: <http://knitthecity.com/2009/07/09/yarnstorm-the-third-the-phonebox-cosy> (10.01.2015.)
- Slika 3: <http://www.flickr.com/photos/craftivist-collective/12998625634/in/photostream> (10.01.2015.)
- Slika 4: <http://www.pinterest.com/pin/357754764120484475> (10.01.2015.)
- Slika 5: <http://departmentofcoffee.com/2012/10/welcoming-in-the-great-outdoors/> (10.01.2015.)
- Slika 6: <http://nicolemonjeau.tumblr.com/post/73196745293/craftandmemory-a-loop-after-a-loop-hour-after> (10.01.2015.)
- Slika 7: <http://www.theprisma.co.uk/2012/01/02/craftivism-it%E2%80%99s-art-with-attitude/> (10.01.2015.)
- Slika 8: <http://www.flickr.com/photos/90418382@N00/7972410770> (10.01.2015.)
- Slika 9: <http://www.magdasayeg.com/work#6> (06.1.2016.)
- Slika 10: <http://www.flickr.com/photos/sheishine/16033722089/in/pool-knithacker/> (10.01.2015.)