



Eleventen

OVER
LEJDEN
BEVRIJDEN

A large, stylized orange graphic element that resembles a person's silhouette or a large ampersand, positioned behind the text.



Mode is van oudsher een persoonlijk expressiemiddel, een medium om betekenis mee uit te drukken, een tool voor het creëren van status.

Een **T-shirt** is een populair kledingstuk voor het bovenlichaam met korte mouwen. Het wordt gedragen door jong en oud en bij verschillende gelegenheden. De naam is afkomstig van de hoofdletter T omdat het in uitgelegde vorm deze letter vormt.

Het T-shirt is een eenvoudig doch sterk item : we gaan de kracht van mode inzetten om een statement te maken/aandacht te vragen.

Opdracht

Je bedenkt een tekst om “een lijdend onderwerp” aandacht te geven/ er aandacht voor te vragen.

Deze tekst ga je vormgeven en plaatsen “op een t-shirt”.

criteria

- pakkende boodschap
- “goed” geformuleerd
- “draagbaar” ontwerp
- goede lay out/compositie
- goede werkhouding
- interessant eindresultaat



Yun Takahashi- UnderCover 2014



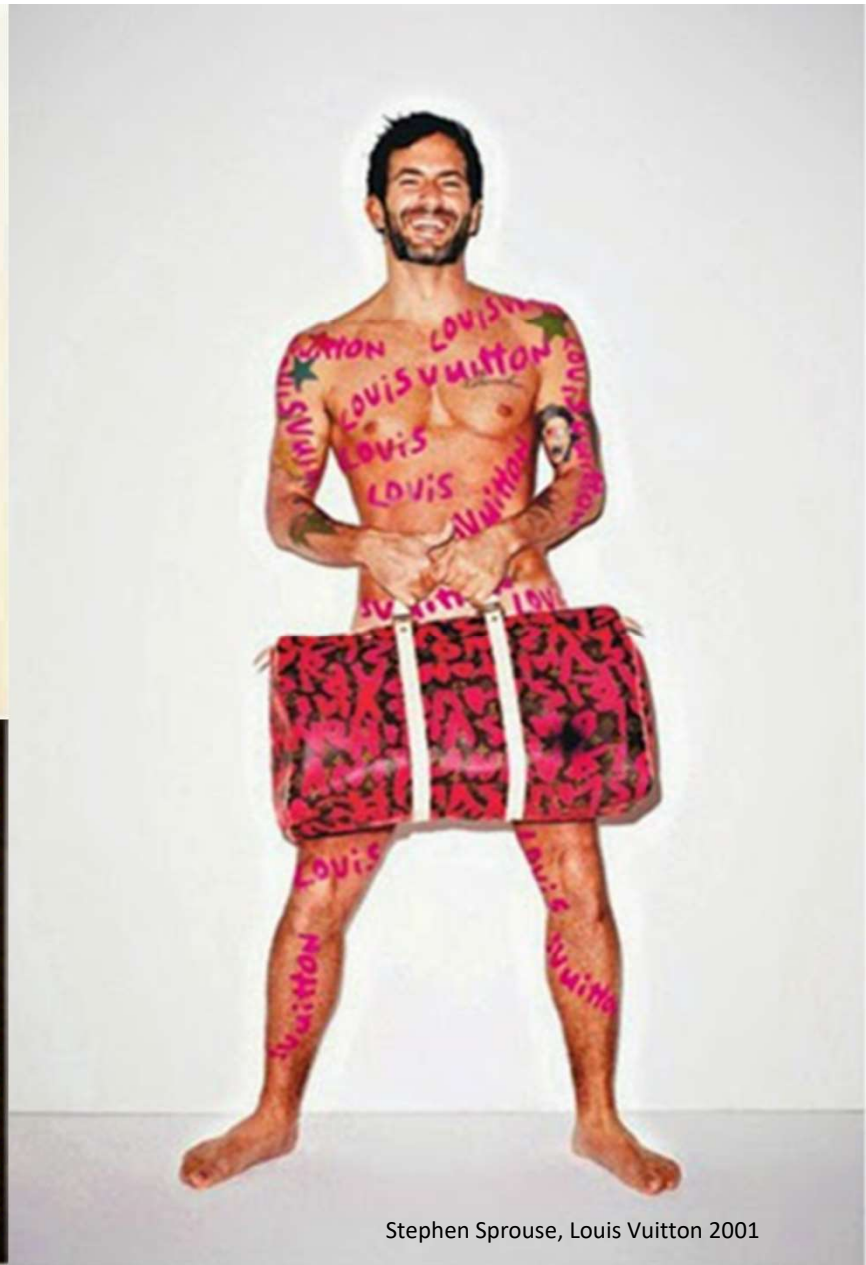
Katherine Hamnett



Louis Vuitton



Viktor & Rolf voor Hema

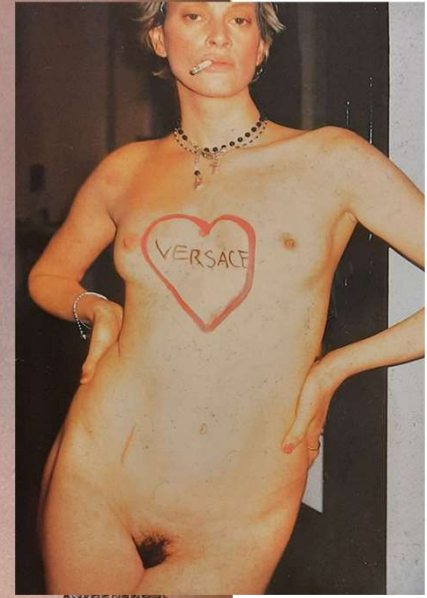
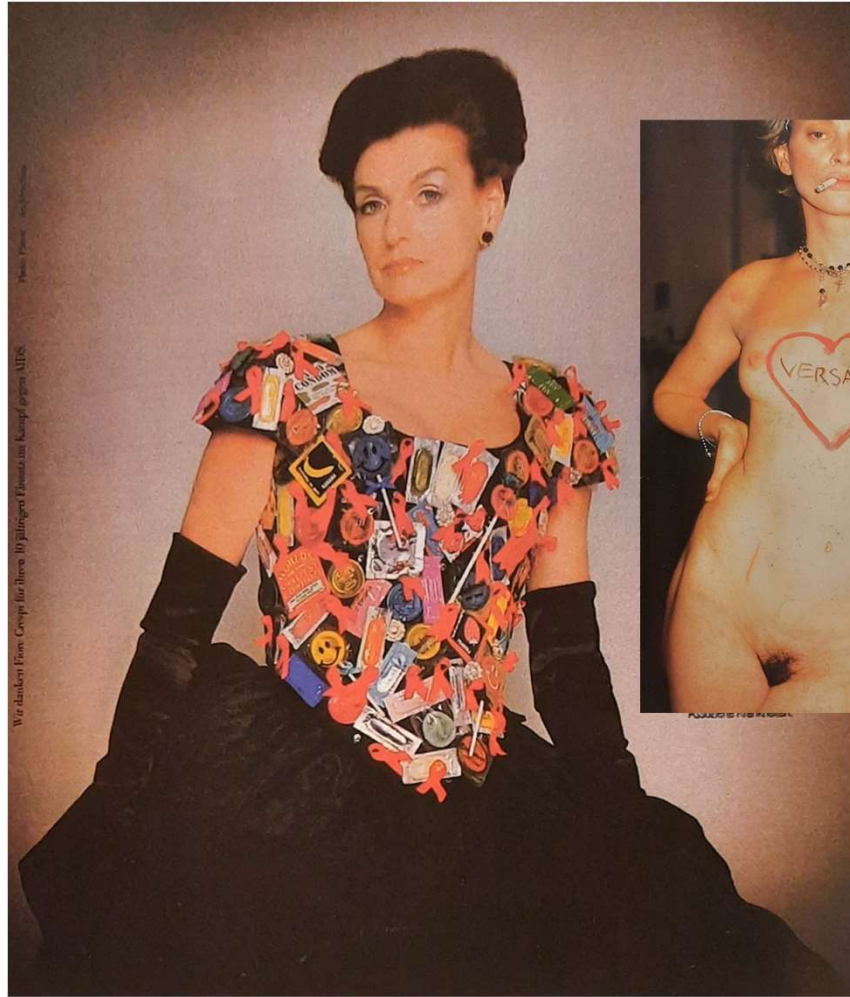


Stephen Sprouse, Louis Vuitton 2001



Bas Kosters





MOSCHINO





Francois Curlet



Walther van Beirendonck



FRAGILE
W:A.R.
MY PLANE!
MY FUTURE

FRAGILE
CHERISH YOUR CREATIVITY
DARE TO
W:A.R.
MY PLANE!
MY FUTURE

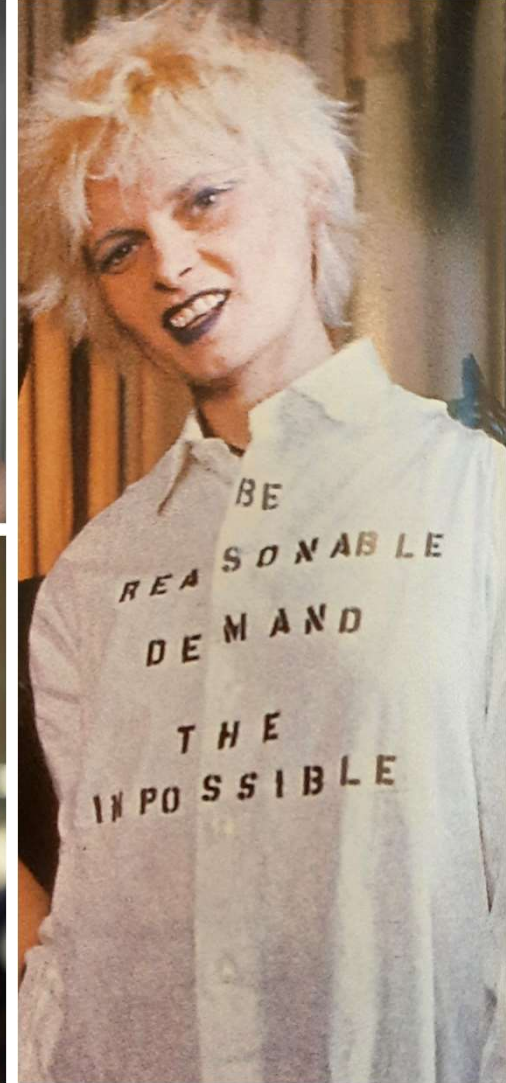
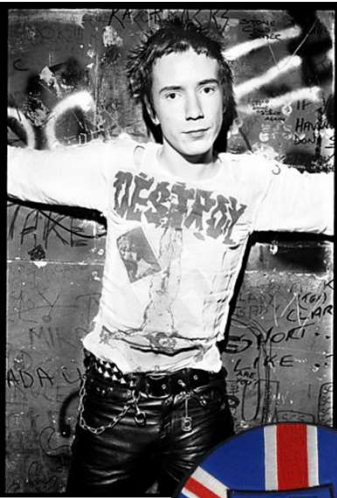
FRAGILE
DARE TO
W:A.R.
MY PLANE!
MY FUTURE

FRAGILE
STOP BUYING FAST!
CHEAP FASHION NOW
W:A.R.
MY PLANE!
MY FUTURE



Walther van Beirendonck





Vivienne Westwood



Vivienne Westwood



Olympisch atleet en breifanaat Tom Daley



Lucy Orta, Studio Orta Nexus Architecture x 50 Intervention Köln, 2001



Cindy Crawford





Melanie Trump <https://edition.cnn.com/videos/politics/2018/10/13/melania-trump-jacket-sot-ctn-vpx.cnn>



Bethany Williams: duurzaamheid







Alexandria Ocasio-Cortez: "Belast de rijken"



Cara Delevingne



Carolyn Maloney

Viktor & Rolf





Viktor & Rolf



Campagne van Stichting Kledingbank Eindhoven

<https://www.adformatie.nl/campagnes/merkwaardige-t-shirts-om-moeten-armoedeprobleem-aankaarten>



Katharine Hamnett: 40 years of trying to save the planet



Waar komt jouw tekst te staan?

stappenplan

- Ga op zoek naar een onderwerp/persoon/groepering/ issue etc. Welk verhaal intrigeert je, of welke boodschap vind jij dat de rest van de wereld moet horen?! Of wat vind je “ongelooflijk” of bizar en wil je onder de aandacht brengen?!
- Bedenk zelf een tekst of ga op zoek naar een geschikte tekst (die je wellicht aan kan passen).
- Bedenk hoe “ de boodschap” over wil brengen (subtiel, into your face of..). Een tekst hoeft niet altijd heel letterlijk te zijn, soms heeft een “poëtische” zin meer impact omdat je erover na moet denken.
- Bespreek de gekozen tekst met anderen en kijk of deze scherp genoeg is.
- Als je nog twijfelt over de formulering dan werk je verder met de verschillende zinnen en kijk je later wat het beste werkt. Soms is een tekst die niet helemaal klopt juist het sterkst!
- Bedenk op welke plek van het shirt je tekst moet komen staan en in welk formaat
- Het is een zoektocht naar het beste lettertype bij je boodschap: ga lekker experimenteren en werk zowel digitaal als handmatig (schilderen/tekenen). Je kan ook combinaties maken met digitaal en handmatig: dat werkt soms ook heel goed. Maak minimaal 4 verschillende schetsen.
- Bespreek de schetsen, verbeter daar waar nodig, bespreek deze opnieuw en werk de beste uit.
- Het eindresultaat wordt digitaal verwerkt in een programma naar keuze, handgeschreven teksten kunnen worden ingescand.
- Je plaatst je ontwerp digitaal op het shirt op de juiste plek
- Als je het ontwerp daadwerkelijk op je shirt wil printen moet je de tekst in spiegelbeeld zetten: je kunt het dan printen op transfer-papier en op je t-shirt strijken.
- Plaats je gekozen onderwerp(de inspiratiebron) bij je shirt en schrijf een motivatie (waarom heb je dit onderwerp en tekst gekozen, wat is je boodschap, wat vind je van het eindresultaat etc)