



Osnovna šola  
**JAKOBA ALJAŽA KRANJ**

Ulica Tončka Dežmana 1

4000 Kranj

39. DRŽAVNI FESTIVAL  
TURIZMU POMAGA LASTNA GLAVA

Tradicija v trendu



»NAGLA MODA«

Turistična naloga

**Avtorji:** Neža Likozar, Aleksej Hodnik Gavranović, Taja Lara Bandel, Dan Duraković, Metka Pušavec, Julija Cuznar, Brina Brovč, Katarina Grošelj, Nina Bojić

**Mentorica:** Anja Zupančič

Šolsko leto 2024/2025

Kranj, februar 2025



## ZAHVALA

Člani turističnega krožka OŠ Jakoba Aljaža Kranj bi se naprej zahvalili učiteljici Anji Zupančič za mentorstvo, spodbudo in pomoč pri izvedbi projekta turizmu pomaga lastna glava. Za posredovanje informacij in pripravljenosti za sodelovanje se zahvaljujemo tudi:

- Zavodu za turizem in kulturo Kranj za informacije o trženju turističnih izdelkov in pripravljenost na nadaljnjo sodelovanje pri promociji in prodaji naših turističnih produktov;
- Akademski folklorni skupini Ozara Kranj za predano znanje o narodni noši in slovenski oblačilni kulturi;
- učiteljici likovne umetnosti Zdravki Rihtaršič, ki nam je pomagala z vizualnimi idejami in prispevala material za izdelavo vrečk;
- učitelju Antonu Golobu, ki nam je pomagal pri tiskanju našega motiva in prispeval material za nalepke;
- vsem lokalnim ponudnikom, ki so bili ali bodo vključeni v izdelavo naloge in turističnega proizvoda.

OŠ JAKOBA ALJAŽA KRANJ

Ulica Tončka Dežmana 1, 4000 Kranj

Tel: (04) 280 15 10

E-pošta: [info@os-jakobaaljaza.si](mailto:info@os-jakobaaljaza.si)

## **NASLOV NALOGE: NAGLA MODA**

Avtorji: Neža Likozar, Aleksej Hodnik Gavranović, Taja Lara Bandel, Dan Duraković, Metka Pušavec, Julija Cuznar, Brina Brovč, Katarina Grošelj, Nina Bojić

Mentorica: Anja Zupančič, učiteljica zgodovine in angleščine

### **POVZETEK:**

Dandanes ljudje prehitro pozabimo na svoje korenine ter nad tradicionalnim vihamo nos. Še posebej med mladimi je zaradi vse lažje dostopnosti do interneta vse bolj pogosto zgledovanje po globalnih trendih. Ker pa nočemo, da bi Slovenci izgubili stik s svojo preteklostjo in narodnimi simboli, smo se odločili tradicijo združiti s trendom v liniji modnih dodatkov navdihnjenih po narodni noši.

Z upoštevanjem trendov in interesov mladih, jim želimo pomembnost ohranjanja slovenske kulture predstaviti na čim bolj zanimiv način. Združili smo simbole Slovenije s sodobnimi modnimi dodatki, ki jih mladi pogosto nosijo. Zato smo oblikovali bele nogavice s posodobljenim motivom rdečega naglja in tekstilno vrečko izdelano po podobi avbe.

Kot rdečo nit našega turističnega ustvarjanja smo izbrali gorenjski nagelj, ki ima v naši tradiciji posebno vlogo, saj nas kot simbol slovenstva spremlja ob pomembnih dogodkih v našem življenju, krasi pa tudi našo narodno nošo.

Cilj naše turistične naloge je približati tradicijo mlajšim generacijam. V njihovo vsakdanje življenje želimo vključiti prepoznavne simbole Slovenije, ki jih bodo opominjali na pomembnost našega naroda.

Za oglaševanje in trženje naših izdelkov bi uporabljali priljubljena družabna omrežja kot sta Instagram in TikTok, ter šolsko spletno stran. Oglaševali in prodajali bi v živo na stojnicah na raznih festivalih in kulturnih dogodkih. Sodelovali pa bi tudi z Zavodom za turizem in kulturo Kranj, kjer so že predlagal, da bi naše izdelke razstavil v poslovalnici TIC v Kranju.

**Ključne besede:** nagelj, narodna noša, nogavice, tekstilna vrečka, trženje izdelkov.

## KAZALO

1. UVOD .....	4
2. RAZVIJANJE IDEJE IN NAČRT DELA .....	5
3. CILJI TURISTIČNE NALOGE .....	6
4. TRADICIJA .....	6
4.1. Narodna noša .....	6
4.2. Nagelj.....	7
5. OBLIKOVANJE IN IZDELAVA TURISTIČNEGA PROIZVODA .....	7
5.1. Nogavice .....	7
5.2. Vrečka.....	8
6. PREDSTAVITEV TURISTIČNEGA PROIZVODA.....	9
6.1. Modne nogavice z motivom rdečega naglja .....	9
6.2. Tekstilna vrečka po podobi avbe .....	9
7. PREDSTAVITEV IN POMEN LOGOTIPA.....	10
8. TREŽENJSKI NAČRT .....	11
8.1. Ciljni trg.....	11
8.2. Distribucija .....	11
8.3. Stroški in cena izdelka .....	12
8.4. Promocija.....	12
9. PREDSTAVITEV PROIZVODA NA TURISTIČNI TRŽNICI.....	13
10. ZAKLJUČEK.....	14
11. VIRI IN LITERATURA .....	15
11.1. Viri slik .....	15

## 1. UVOD

Tema letošnjega festivala Turizmu pomaga lastna glava je T&T: Tradicija v trendu - združuje torej kulturno dediščino Slovenije z modernimi pristopi, ki jih poznamo v turizmu danes. Ko sami pomislimo na tradicijo, nam pred očmi plešejo podobe moških in žensk oblečenih v slovensko narodno nošo, zato smo se odločili, da bo naša naloga povezana z narodno nošo in tradicionalnimi slovenskimi motivi, kot je rdeč gorenjski nagelj. Ker smo skupina ustvarjalnih učencev in smo dobro seznanjeni s trenutnimi trendi v svetu mladih, smo zasnovali linijo modnih dodatkov navdihnjenih po narodni noši.

Problem današnje družbe je, da pri svoji potrošnji velikokrat o nakupih ne premislimo dobro. Na nas hitro vplivajo reklame, ki jih vidimo na socialnih omrežjih ali televiziji in nam pravijo, da moramo slediti najnovejšim trendom. V takem okolju cveti prodaja hitre mode, ki je aktualna le nekaj mesecev, potem pa je čas, da jo odvržemo in kupimo nekaj novega. V primerjavi s hitro menjajočimi trendi, je narodna noša ohranila svojo podobo že od konca 19. stoletja. Vendar narodne noše razen pri folklori ne nosi skoraj nihče več.

Naša ideja je torej poiskati vmesno pot z linijo modernih dodatkov, katere tradicionalni motivi delajo brezčasne. Tako bomo hitro modo nadomestili z **NAGLO MODO**.

## 2. RAZVIJANJE IDEJE IN NAČRT DELA

Naše delo se je pričelo z nabiranjem idej. Skupaj z mentorico smo si prebrali razpis za letošnji festival in se odločili kakšne vrste produkt želimo ustvariti. Odločili smo se, da bomo oblikovali linijo edinstvenih modnih dodatkov navdihnjenih po narodni noši, saj se nam je le ta zdela zanimiva, a smo ugotovili, da ne vemo veliko o njej. Zamisel je padla: če se lahko skozi oblikovanje turističnega proizvoda naučimo nekaj o narodni noši, se morda iz našega produkta lahko kaj naučijo tudi drugi.

Začeli smo z iskanjem idej in literature. Pri tem nam je pomagala Iza Krامل Zupančič, članica Akademske folklorne skupine Ozara Kranj, ki nam je pokazala slike narodne noše, nam povedala nekaj o njenih značilnostih ter nas poučila o razliki med narodno nošo in vsakdanjo oblačilno kulturo ljudi v preteklosti.

Pri narodni noši sta nas pritegnila predvsem dva elementa: bele pletene nogavice in očarljiva avba. Pletene bele nogavice so nas spominjale na bele športne nogavice znanih blagovnih znamk, ki so trenutno popularne med mladimi in jih nosimo tudi sami. Taka povezava med tradicijo in trendom nam je bila izredno všeč, saj smo ugotovili, da si mi in naši predniki nismo tako različni v okusu za modo. Odločili smo se, da bomo ustvarili modne bele nogavice in jih okrasili s slovenskimi motivi. Avba se nam je zdela nenavadna a tudi zelo lepa, zato smo si želeli oblikovati turistični produkt povezan z njo. Mentorica Anja Zupančič nam je predlagala, da oblikujemo naramno tekstilno torbo, ki spominja na narobe obrnjeno avbo. Skupaj smo nato naredili načrt in idejo spravili na papir.

Kot osrednji motiv naše turistične naloge smo izbrali gorenjski nagelj, ki je simbol slovenstva, njegova podoba pa pogosto krasi narodne noše. Odločili smo se, da bomo nogavice okrasili s posodobljenim motivom rdečega naglja, na vrečko v stilu avbe pa narisali bolj tradicionalne vzorce naglja. Dogovorili smo se kdo bo delal kaj ter se za nasvete in pomoč pri izdelavi obrnili na učiteljico za likovno umetnost in učitelja za tehniko in tehnologijo.

Ker je bila naša ideja dobro dodelana in smo čakali, da dobimo material za izdelavo turističnih proizvodov, smo se lotili oblikovanja logotipa za naš projekt. Ko so prispeli materiali smo se po pouku večkrat dobili v učilnici za zgodovino in tam skupaj z mentorico ustvarjali.

Medtem, ko so nekateri ustvarjali ročna dela smo drugi pisali seminarsko nalogo ter oblikovali promocijski material. Pri oblikovanju trženjskega načrta so nam pomagali na Zavodu za turizem in kulturo Kranj, kjer so nas sprejeli, nam predstavili svoje projekte in trgovino s spominki ter odgovarjali na naša vprašanja o tem kako bi bilo najbolje tržiti naš produkt.

O promocijskem spotu smo najprej razmišljali vsak posebej, na koncu pa smo ideje združili in si razdelili zadolžitve. Nekateri so pisali scenarij, drug so bil zadolženi za snemanje, spet tretji so se preizkusili v vlogi igralcev.

Za konec smo tudi že začeli oblikovati našo stojnico in pripravljati načrt, kako bomo izdelke, ki smo jih naredili na njej tudi predstavili.

### **3. CILJI TURISTIČNE NALOGE**

Cilj naše turistične naloge je seznanjanje mlajših generacij s tradicionalno podobo slovenske noše. V njihovo vsakdanje življenje želimo vključiti prepoznavne simbole Slovenije, ki jih bodo opominjali na pomembnost našega naroda. Ker pa se zavedamo, da mladi želijo razvijati tudi svojo kulturo ter, da jim je pomembno, da se lahko poistovetijo s svojimi sovrstniki, jim bomo nošo približali na način, ki ni vsiljiv in upošteva tudi njihove interese. Upamo, da bomo s svojo nalogo premostili prepad med tradicijo in trendom ter povečali zanimanje mladih za slovenske izdelke in modo, ki je navdihnjena po elementih narodne noše.

### **4. TRADICIJA**

#### **4.1. Narodna noša**

Noša je ena glavnih pokazateljev naše kulturne dediščine. Noša je oblačilo določene družbene skupnosti. Po vzorcih, vezenju in barvi so se ljudske noše razlikovale ne le po regijah, ampak celo po vaseh. Pri nas se tipi noše delijo po pokrajinah, vsaka ima svojo zgodovino, ki sega tudi več stoletij v preteklost. V nasprotju z modo, se je noša razvijala počasneje in postopno. Do 17. stoletja nimamo virov o pokrajinskih različicah ljudske noše, saj se šele ob koncu 17. stoletja začne govoriti o Gorenjcih, Dolenjcih, Vipavcih, Kraševcih in Istranih. Ob koncu 18. stoletja in v začetku 19. stoletja so ločili 3 glavne tipe kmečkih noš: panonski, alpski in sredozemski tip. Tudi posamezni tipi noš niso bili enotni, saj so se razlikovali glede na spol, starost, stan in premoženje nosilca ter namen nošenja oblačila. Sredi 19. stoletja je v oblačenju zaradi novih družbenih razmer in tehničnega razvoja prišlo do velikih sprememb. Obleke kmetov so bile vedno bolj pod meščanskim vplivom. Način oblačenja se je poenotil, pokrajinske različice so postopno izginjale. Ljudska noša se je v celoti ohranila do konca 19. stoletja le še kot delovno oblačilo.

Slovenska narodna noša, kakršno poznamo še danes in je skupna vsem Slovencem, se je oblikovala šele v času narodnega prebujenja nekje v 2. polovici 19. stoletja. Za narodno nošo



je bila izbrana nekoliko polepšana noša iz okolice Bleda. Po protokolu naj bi bila narodna noša najbolj svečano oblačilo, veliko višje uvrščeno na lestvici pomembnosti kot navadna obleka. V današnjem času pa je žal tako, da narodna noša večini Slovencev ne predstavlja več neke vidne vrednote. S pridružitvijo Evropski uniji in vse večjo globalizacijo so se številni naši razpoznavni znaki razgubili in med njimi je tudi narodna noša, ki so si jo ljudje nekdanj oblačili z največjim ponosom. Folklorna društva se sploh v zadnjem času zelo zavzemajo, da bi ljudem ponovno približala ta del kulture. Za to, da se naša ljudska zgodovina ne pozabi, skrbijo tudi muzeji, ki hranijo številne modele noš iz različnih obdobij ter mnoga pisna in ustna pričevanja. Tudi mi s tem projektom želimo ohranjati naše tradicije.

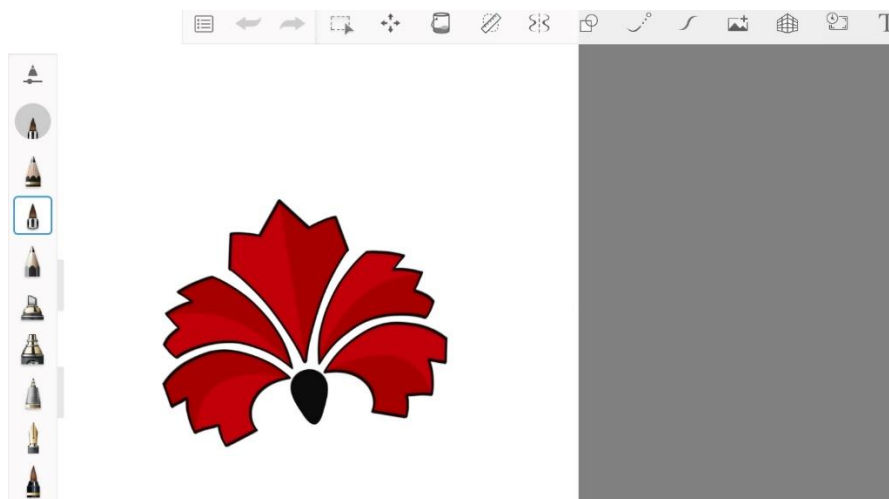
#### **4.2. Nagelj**

Nagelj ima med Slovenci posebno mesto. V ljudskem izročilu in vsakdanjem življenju Slovencev ne boste našli druge cvetlice, ki bi bila tako cenjena in opevana kot nagelj. Kot okrasno cvetje nas nagelj spremlja na pomembnih dogodkih v življenju, še posebej pri krščanskih praznikih in svetih zakramentih. Krasi naše balkone, okna in vrtove, pogosto pa zaide tudi v vazo sredi mize. Podoba naglja je poleg srca, najpogosteje uporabljen motiv v okrasju slovenskega pohištva in tkanin. Nagelj zasledimo izrezljanega na posteljah, izvezenega na prtih in narodni noši, naslikanega na posodah. Je ljubezenska in ljudska roža, mi pa jo pogosto zaradi njene priljubljenosti imenujemo tudi slovenska roža. Pri tem je med Slovenci seveda najbolj priljubljen ravno gorenjski nagelj s svojimi zvezdastimi cvetovi živo rdeče barve.

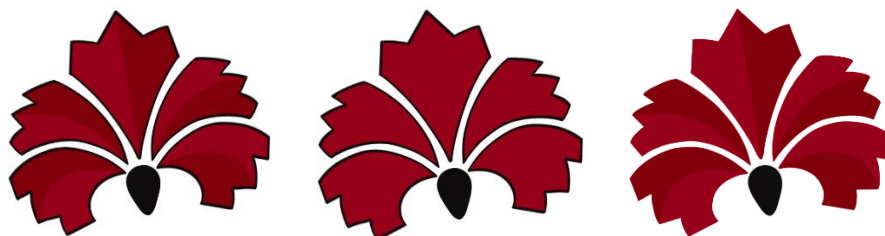
### **5. OBLIKOVANJE IN IZDELAVA TURISTIČNEGA PROIZVODA**

#### **5.1. Nogavice**

Pri izdelavi nogavic je bilo najprej potrebno oblikovati motiv naglja in ugotoviti kako ga bomo prenesli na nogavice. Prvotno smo planirali, da bomo motiv na nogavice odtisnili s pomočjo linoreza, vendar smo po posvetu z učiteljico za likovno umetnost Zdravko Rihtaršič, to idejo opustili. Za pomoč smo prosili učitelja tehnike in tehnologije Antona Goloba, ki je predlagal uporabo termalno prenosljive nalepke. Motiv naglja iz našega logotipa, ki smo ga narisali v programu Autodesk Sketchbook, smo za uporabo na nogavicah rahlo poenostavili, potem ga je učitelj Anton izrezal iz folije. Folijo smo nato z likalnikom prenesli na nogavice.



*Slika 1: oblikovanje motiva v programu Autodesk Sketchbook.*



*Slika 2, 3, 4: različne verzije motiva naglja.*

## 5.2. Vrečka

Na belih vrečkah smo najprej s svinčnikom označili, kako velik del želimo pobarvati na črno in okrasiti. Zgornji del vrečke smo nato s čopičem in akrilno barvo pobarvali na črno. Motiv, ki smo ga na vrečkah želeli upodobiti, je učenka Neža najprej narisala na list papirja, potem ga je vsak izmed nas malce po svoje s svinčnikom prerisal na eno stran vrečke in čez osnutek nanesel zlato 3D barvo. Ko je bila poslikava končana, smo na spodnji in zgornji rob črnega dela vrečke prilepili trak čipke in s tem je bila naša vrečka narejena po podobi avbe končana.



*Slika 5: izdelava tekstile vrečke po podobi avbe.*

## 6. PREDSTAVITEV TURISTIČNEGA PROIZVODA

Čeprav v turizmu z besedo »proizvod« najpogosteje mislimo na neko storitev, smo se v naši nalogi odločili, da bom naredili prav materialen proizvod, ki se lahko v turizmu trži kot spominek ali kot vsakdanji modni dodatek. Naši izdelki so tako namenjeni vsem: tujim gostom, slovenskim turistom in domačinom. Predvsem pa so namenjeni mladim, v katerih želimo z našimi izdelki vzbuditi narodno zavest in cenjenje slovenske kulture.

### 6.1. Modne nogavice z motivom rdečega naglja



Slika 6: modne nogavice z motivom rdečega naglja.

Včasih so ženske pod krila narodne noše oblekla pletene nogavice, ki so segale do kolen. Nosile so se rdeče in modre, zdaleč najbolj pogoste pa so bile bele, narejene iz tanke domače volne. Kasneje so se nogavice pletle iz bombaža in so jih krasile bunkice, mi pa smo svoje nogavice, ki segajo čez gleženj okrasili s posodobljenim motivom rdečega gorenjskega naglja. Nagelj je sestavljen iz petih venčnih listov, ki se simetrično razprostirajo na vsako stran cvetne čaše. Je živo rdeče barve in je natisnjen le na eno stran nogavice, tako da pri nošenju leži na zunanji strani noge.

Nogavice so predvsem namenjene mladim kupcem in navdušencem nad barvnimi nogavicami, ki so v zadnjih nekaj letih postali kar pogosti. Poleg tega so zaradi svoje uporabnosti in priročne velikosti popoln spominek za turiste, ki imajo radi praktične spominke.

### 6.2. Tekstilna vrečka po podobi avbe

Naša tekstilna vrečka je oblikovana kot narobe obrnjena avba. Spodnji del vrečke, ki je bele barve predstavlja nabrano kapo avbe. Črna podlaga okrašena s stiliziranim zlatim motivom naglja obdanega z listi predstavlja čelnik avbe. Tako kot pri avbi, je okrasni del obdan z belo čipko. Vrečka je vizualno zelo privlačna in ohranja stilizirani motiv naglja, kakršnega vidimo na tradicionalni noši.



Slika 7: tekstilna vrečka po podobi avbe.

Vrečka je vsestranska, saj se lahko nosi kot modni dodatek, kot vsakdanja naramna torba tako za moške kot za ženske ali pa se uporablja kot nakupovalna vrečka. Je popoln produkt za vnašanje tradicionalnih motivov v vsakdan modernega človeka. Privlačna je tako za mlajše kot za starejše kupce, njena unikatna podoba pa je zanimiva tudi za turiste, ki bi radi domov odnesli košček slovenske tradicije.

## 7. PREDSTAVITEV IN POMEN LOGOTIPA

Rdeča nit našega turističnega ustvarjanja je gorenjski nagelj, kar odraža tudi ime naše naloge in naš logotip.

Ime naše naloge, **Nagla moda**, je besedna igra in ima dvojni pomen. Z besedno zvezo nagla moda namigujemo na hitro modo, ki je trenutno eden večjih onesnaževalcev našega planeta saj s svojo hitro in prisiljeno menjavo trendov proizvaja tone oblačil, ki so slabe kvalitete in hitro končajo na odpadkih. Naša ideja je bila, da naglo modo predstavimo kot nasprotje hitre mode, saj je njen namen ohranjati tradicijo in jo povezati z modernostjo na način, ki ji bo zagotovil brezčasen videz. Prav tako so naši izdelki ročno narejeni oz. dokončani v manjših količinah, kar jih naredi tudi bolj trajnostne. V imenu pa se skriva tudi beseda nagelj zapisana v narečni gorenjski izgovorjavi »nagl'« kar dodatno poudarja našo osrednjo temo in nas povezuje z regijo od koder izvira cvetlica pa tudi mi.



*Slika 8: logotip Nagla moda.*

Za logotip smo si izbrali modernizirano podobo gorenjskega naglja. Pri oblikovanju smo se oprli na tradicionalni motiv rdečega naglja, ki je pogosto upodobljen s petimi venčnimi listi, ki se končajo v treh špičkah. Naš motiv naglja je tradicionalni podobi dodal pridih modernosti. Simetrični listi so sestavljeni iz mešanice ukrivljenih in ostrih linij, različna odtenka rdeče, ki ločujeta vsak venčni list na dva dela, pa naglju dajeta tridimenzionalen videz.

Nagelj smo narisali v programu za digitalno ustvarjanje Autodesk Sketchbook in mu s pomočjo programa Canva dodali še napis.

## **8. TREŽENJSKI NAČRT**

Modne nogavice z motivom rdečega gorenjskega naglja in tekstilna vrečka ustvarjena po podobi avbe sta edinstvena turistični produkta, ki združujeta slovensko tradicijo in sodobne modne trende. Namen proizvoda je približati slovensko kulturno dediščino mlajšim generacijam ter ustvariti prepoznaven in modno dovršen spominek za turiste. Prednost našega produkta je edinstven dizajn, ki prepleta zgodovino in sodobnost, linija modnih dodatkov pa ima tudi potencial razširjanja in dodajanja novih proizvodov.

### **8.1. Ciljni trg**

- Mladi (13–35 let), ki cenijo modo in unikatne dodatke
- Ljubitelji tradicije in etno oblikovanja
- Turisti, ki želijo avtentičen in uporaben spominek iz Slovenije

### **8.2. Distribucija**

Lokacijsko se bomo sprva omejili na Kranj, kot središče Gorenjske, vendar bi s časom in glede na uspešnost proizvodov distribucijo lahko razširili na celotno Gorenjsko regijo. Izdelke bi prvotno prodajali in promovirali na turističnih tržnicah in kulturnih prireditvah. Po festivalu Turizmu pomaga lastna glava imamo že planirana dva dogodka kjer bomo predstavljali svoj produkt, in sicer na zaključni razstavi mednarodnega projekta Dadin likovni natečaj, ter na tradicionalnem Aljažkovem dnevu, ki ga naša šola organizira v sodelovanju z mestno občino Kranj.

Prav tako nam je bila že ponujena možnost prodaje naših produktov v poslovalnici turistično informativnega centra (TIC) v Kranjski hiši (Glavni trg 2, 4000 Kranj), ki jo upravlja Zavod za turizem in kulturo Kranj. Od tu bi prodajo lahko razširili tudi na druge butiki s spominki, muzejske trgovine ter turistično informativne centre v drugih krajih.

Za širjenje in večjo dostopnost, bi lahko izdelke prodajali tudi preko lastne spletne trgovine ali prek internetnih platform namenjenih butični prodaji, kot je na primer Etsy.

### 8.3. Stroški in cena izdelka

#### Tekstilna vrečka po podobi avbe:

Material	Cena
Bela tekstilna vrečka	2,50 €/kos.
Akrilna barva (črna)	8,89 €/250 ml
Zlata 3D barva	1,90 €/30ml
Čipka	1,50 €/kos
<b>SKUPNI STROŠEK</b>	39,59 €
	Cca. 6,20 €/kos

Po analizi trga smo ugotovili, da se strojno potiskane vrečke podobnih dimenzij prodajajo za ceno cca. 12-16 €. Naš izdelek je ročno izdelano umetniško delo, vsaka vrečka je unikatna, zato smo temu primerno oblikovali tudi ceno.

**Predvidena cena izdelka: 20 €/kos**

#### Modne nogavice z motivom rdečega gorenjskega naglja:

Material	Cena
Bele nogavice	cca. 0,70 €/par
Nalepka za potisk	Donacija učitelja Antona Goloba
<b>SKUPNI STROŠEK</b>	Cca. 18,20 €

Analiza trga je pokazala, da se poslikane nogavice prodajajo za ceno cca. 10-15 €/par. Ker smo del materiala dobili kot donacijo in ker želimo, da naš produkt ostane dostopen, smo se odločili, da bomo nogavice prodajali po nekoliko nižji ceni, pri tem pa 20% dobička namenili šolskemu skladu.

**Predvidena cena izdelka: 10 €/par**

### 8.4. Promocija

Za oglaševanje naših izdelkov bomo uporabljali priljubljena družabna omrežja kot so Instagram, Facebook in TikTok, ter šolsko spletno. Svoje izdelke bomo na stojnici predstavljali tudi na različnih dogodkih in sejmih, s poudarkom na kulturnih in etno festivalih ter sejmih

domače in umetnostne obrti. Za promocijo se bomo obrnili tudi na medije kot so šolski in lokalni radio ter modne in turistične revije. Podatki o naši ponudbi pa bod o na voljo tudi v obliki zgibanke. Naš predstavitveni video bomo predvajali na ekranih lociranih po naši šoli in s tem pritegnili interes svojih sošolcev.

## **9. PREDSTAVITEV PROIZVODA NA TURISTIČNI TRŽNICI**

Na turistični tržnici bomo svoj turistični produkt predstavljali z ekipo devetih učencev. Svoje izdelke bomo razstavili tako, da si jih bodo obiskovalci lahko pobližje ogledali, jih potipali in se celo slikali z njimi. Na voljo bomo imeli **Nagli** foto kotiček, kjer bodo obiskovalci lahko naredili lastne fotografije z našimi izdelki in raznimi drugimi rekviziti na temo naglja, narodne noše in seveda **Nagle** mode.

Stojnica bo vizualno privlačna z razgibano tematsko kuliso, šopki nagljev in ekranom na katerem se bo vrtel naš promocijski video. Pozornost obiskovalcev na sejmu bomo pritegnili tudi z našim usklajenim videzom.

Na stojnici bomo člani turističnega krožka ustno predstavljali naš produkt in odgovarjali na morebitna vprašanja obiskovalcev. Dva učenca bosta ves čas sejma krožila po celotnem sejmskem prostoru in obiskovalcem delila zgibanke s kratko predstavitvijo našega projekta. Zgibanke bodo seveda na voljo tudi na sami stojnici, na njihovi zadnji strani pa bo kviz, ki ga bodo obiskovalci lahko rešili, če bodo želeli sodelovati v naši nagradni igri.

Izmed obiskovalcev, ki bodo pravilno rešili kviz in oddali listek s svojimi podatki, bomo po zaključku sejma izžrebali dva srečna dobitnika, ki bosta nagrajena z enim od naših izdelkov (le te jim bomo naknadno poslali po pošti).

## 10. ZAKLJUČEK

V turističnem krožku smo letos sodelovali učenci vseh treh oddelkov 9. razreda. Z načrtovanjem smo začeli že v oktobru, večino dela pa smo intenzivno opravljali v decembru, januarju in februarju, ko smo se dobivali vsako sredo in skupaj ustvarjali, snemali in pisali.

Želeli smo izdelati turistični produkt, ki bi premostil razpad med tradicijo in trendom ter ustvariti linijo modnih dodatkov, ki bi pritegnila interes vseh generacij, še posebej pa mladih, in mislimo, da nam je to tudi uspelo. Naša izdelka, modne nogavice s podobo naglja in vrečka izdelana po podobi avbe, ki se skupaj združita pod imenom projekta **Nagla** moda, sta resnično unikatna in estetsko privlačna ter imata po našem mnenju velik potencial za uspeh na trgu.

Pri turističnem delu smo se zelo zabavali in se naučili marsikaj novega. Želimo si, da bi skozi naše izdelke tudi drugi spoznali pomembnost ohranjanja tradicije in vključevanja kulturne dediščine v vsakdanje življenje.



## 11. VIRI IN LITERATURA

<https://www.posavskiobzornik.si/panorama/nagelj-roza-bogov-delavstva-in-slovenske-tradicije-103526>

<https://www.druzina.si/clanek/slovensko-etnolosko-bogastvo-narodna-nosa>

<https://www.klubgaia.com/si/rastline/rastline/981-nagelj>

<https://www.vrtnarava.si/rastline/opisi/trajnice/nagelj>

<https://deloindom.delo.si/vrt-in-zivali/okrasni-vrtovi/ena-roza-nagelj>

<https://www.trigo.si/index.php/pokrivala/avba-detail>

<https://trigo.si/index.php/zenska-narodna-nosa/nogavice>

Kambič Lara, Diplomsko delo: Možnosti vzgoje matične rastline gorenjskega naglja (*Dianthus sp.*). Ljubljana, 2019.

Sukič Hojka, »Slovenska narodna noša,« Male objave 3. Pokrajinski muzej Maribor, 2008.

### 11.1. Viri slik

*Slika 3: osebni arhiv učiteljice Anje Zupančič*

*Slika 4, 3, 4: osebni arhiv učiteljice Anje Zupančič*

*Slika 5: osebni arhiv učencev turističnega krožka*

*Slika 6: osebni arhiv učencev turističnega krožka*

*4Slika 7: osebni arhiv učencev turističnega krožka*

*Slika 8: logotip Nagla moda.*