

Moda i najutjecajniji dizajneri 20. stoljeća

Jauk, Laura

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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:201:895452>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-22**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO – TEHNOLOŠKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

MODA I NAJUTJECAJNIJI DIZAJNERI 20. STOLJEĆA

Laura Jauk

Zagreb, rujan 2021.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO – TEHNOLOŠKI FAKULTET
Zavod za dizajn tekstila i odjeće

ZAVRŠNI RAD
MODA I NAJUTJECAJNIJI DIZAJNERI 20. STOLJEĆA
Laura Jauk

Mentorica:

izv. prof. art. Paulina Jazvić, ak. slik.

Student:

Laura Jauk / TMD

Zagreb, rujan 2021.

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Zavod za dizajn tekstila i odjeće

Broj stranica: 57

Broj slika: 12

Broj likovnih ostvarenja: 20

Broj literaturnih izvora: 9

Članovi povjerenstva:

1. doc. art. Ivana Mrčela, (predsjednik/ica)
2. izv. prof. art. Paulina Jazvić (član/ica)
3. doc. dr. sc. Renata Hrženjak (član/ica)
4. doc. art. Marin Sovar (zamjenik člana/ice)

SAŽETAK

Tema ovog završnog rada je moda i najutjecajniji dizajneri 20. stoljeća. Najprije je prikazan osvrt na modu kroz stoljeće, zatim je opisan rad i karijera dizajnera, a na kraju je prikazana kolekcija inspirirana radom dizajnera prošlog stoljeća. Kroz rad susrest ćemo se s obilježjima mode 20. st poput glavnih elemenata odjeće kao što su razne haljine (kraće, ravne, padajuće, bez rukava – dopuna s tankim trakama i rukavima krilima, otvorena leđa bez donjeg rublja, upotpunjene vezom), modno nabiranje, modne pidžame, pojava kupaćih kostima za žene što dovodi do modne revolucije na plaži. Također je odjeća izrađena od pristupačnijih tkanina, a pletenina postaje otkriće. Kao dio modnog sportskog stila, osim hlača, postoje i kratke hlače. Najupečljivije obilježje je klasičan izgled crne Chanel haljine.

KLJUČNE RIJEČI: moda, 20. stoljeće, dizajneri, povijest, kreiranje

SUMMARY

The theme of this final thesis is fashion and the most influential designers of 20th century. This thesis contains a review of the fashion throughout the century, describes designer work and careers, and shows a collection inspired by designers of the last century. Throughout this thesis we'll come across important features of the 20th century fashion such as the main element of clothes - dresses (shorter, straight, with a fall, without sleeves – supplemented with ribbons and wing sleeves, with open back without underwear, with embroidery), fashion folding, fashion pajamas, first bathing suits for women that caused a fashion revolution on the beach. Clothes are also made from affordable fabrics, but knitwear is a discovery. As a part of the sport style, apart from trousers, there are also shorts. The most impressive feature is a classic look – black Chanel dress.

KEY WORDS: fashion, 20th century, designers, history, designing

SADRŽAJ

SAŽETAK	4
1. UVOD	6
2. MODA KROZ 20. STOLJEĆE	8
2.1. Prva polovica stoljeća.....	8
2.2. Druga polovica stoljeća.....	8
3. NAJUTJECAJNIJI DIZAJNERI 20. STOLJEĆA.....	10
3.1. CHARLES FREDERICK WORTH.....	10
3.2. PAUL POIRET.....	10
3.3. GABRIELLE CHANEL.....	11
3.4. JEAN PATOU.....	13
3.5. ELSA SCHIAPARELLI.....	14
3.6. CRISTOBAL BALANCIAGA.....	16
3.7. CHRISTIAN DIOR.....	16
3.8. HUBERT DE GIVENCHY.....	17
3.9. RUDI GERNREICH.....	18
3.10. YVES SAINT LAURENT.....	19
3.11. VALENTINO.....	21
3.12. KARL LAGERFELD.....	21
3.13. ISSEY MIYAKE.....	23
3.14. CALVIN KLEIN.....	23
3.15. YOHJI YAMAMOTO.....	25
3.16. VIVIENNE WESTWOOD.....	25
3.17. GIANNI VERSACE.....	26
3.18. JEAN PAUL GAULTIER.....	27
3.19. DOLCE&GABBANA.....	28
3.20. MIUCCIA PRADA.....	29
3.21. MARTIN MARGIELA.....	30
4. ZAKLJUČAK.....	32
5. VLASTITI RADOVI.....	33
5.1. KONSTRUKCIJA SUKNJE.....	33
5.2. KOLEKCIJA MODNIH CRTEŽA.....	36
POPIS LITERATURE.....	56
PRILOZI.....	57

1. UVOD

Moda dolazi od latinske riječi *modus* što znači način. Moda je naziv za nove i prolazno prihvaćene oblike života. Termin moda obično se primjenjuje za odijevanje, frizuru, pokućanstvo, nakit, pravila javnog ponašanja, načine zabavljanja, ali i na tendencije i kriterije koji vladaju u književnosti, likovnim umjetnostima, glazbi itd.

U novije vrijeme ulogu „modnih diktatora“ sve više preuzimaju utjecajni ljudi s filma i iz svijeta sporta. Važan dio promoviranja mode je objavljivanje članaka i priloga o modi u medijima poput časopisa, novina, na televiziji, modnim internetskim stranicama i sl. Na početku 20. stoljeća u modnim časopisima počele su se pojavljivati fotografije modela, moda je postala najvažnija. Širom razvijenog svijeta takvi časopisi bili su vrlo traženi te su imali velik utjecaj na poimanje mode. Američki časopis „Vogue“ osnovan je 1892., te ima najdužu tradiciju od modnih časopisa. Razvojem kvalitete tiska i pojavom fotografija u boji, modni časopisi postali su još popularniji i utjecajni. Televizijske emisije o modi javljaju se od 1960-ih godina. U 1990-im pojavljuju se i specijalizirani tv-kanali za modu. Razvojem interneta pojavile su se i internetske stranice posvećene modi.. Danas najveći utjecaj imaju modni časopisi.

U razvijenim zapadnim državama dolazi do stalnog mijenjanja mode što se posebno odnosi na žensku modu. U antičkoj Grčkoj ili antičkom Rimu kao ni u drugim velikim civilizacijama to se nije događalo sve do posljednjih desetljeća. Na prostorima Irana, Turske, Japana, Kine i mnogih drugih istočnih država nosi se ista moda kao desetljećima i stoljećima prije toga. Na zapadu u usporedbi s njima moda je vrlo promjenjiva što diktira modna industrija radi što veće zarade.

Odjeća – odjevni predmeti prvobitno su bili namijenjeni zaštiti čovjekovog tijela od klimatskih i drugih vanjskih utjecaja, Sa vremenom počinje zaštita tijela zbog magičnih (ruho pri obavljanju religijskih obreda), estetskih (ukrašavanje tijela npr. komadima krzna), radnoj aktivnosti (vatrogasac, ronilac i sl.) ili potječe od osjećaja stida. Na način odijevanja utječu običaji, stupanj kulture, tehnički napredak i društveni položaj ljudi.

Neki modu slijede, a neki je uvode i stvaraju. Tako smo stigli do moje teme moda 20. stoljeća i modnih dizajnera koji su je obilježili. Dizajneri odjeće djeluju kao drugi pokretač i oblikovatelj faktora. To mogu biti potpuno jednostavni ljudi koji na novi način vide svijet mode i pokušavaju svoju percepciju prenijeti na druge. Ili posebno obučeni majstori kojima su dosadili vjekovni kanoni iste vrste. Važno je da se u određenoj povijesnoj fazi pojavljuju pojedinci koji lako manipuliraju ukusima i osjećajima drugih, nudeći idealnu odjeću za zahtjeve vremena i raspoloženje koje se sve više širi. Danas su to legendarni modni dizajneri čija su imena postala robne marke, karakteristike stilova, raspoloženja, razdoblja. Tako su modu 20. stoljeća obilježili neki modni dizajneri o kojima sam pisala, a koji su napravili velike promjene i pomake u modi.

Modu 20. stoljeća obilježava ulazak sporta sve sigurnijim koracima, sportskim likovima muškoga tipa, a ženski obrasci postupno su počeli gubiti važnost i popularnost. Idealna je vitka dama s uskom kukovima bez ikakvog nagovještaja poprsja. Grudnjaci se još nisu nosili već bodiji, fine košulje, a žene su steznicima grudi držale stisnutima. Čarape su postale tanje, svilene, a glavni modni šešir su šeširi, rukavice do zgloba i danas popularna "clutch" torbica. Cipele su bile neudobne s prosječnom petom od pet centimetara i kopčale se na gumbe. U modu na velika vrata ulazi i bižuterija.

Žene odjećom počinju pokazivati karakter, a željele su izgledati snažnije i provokativnije. Žudjele su za jednakošću sa muškarcima. Žene su se počele zapošljavati na muškim poslovima te nosile kratku bob frizuru, To je vrijeme Charlstona čije su plesačice u prozirnim haljinama s resicama simbolizirale zavodljivu i neovisnu ženu. Žene prestaju nositi korzete i počinju nositi hlače koje u modu unosi reformator i revolucionar u modi ovog razdoblja slavna Choco Chanel (Gabrielle Chanel). Po uzoru na čiju modnu odjeću rade i mnoge modne kuće danas.

Dizajnerski modeli bili su dekorativni, s obiljem nakita, m vezanih u cik-cak stilu. Taj stil je dobio ime „Art Deco“, a proizlazi iz imena izložbe moderne dekorativne i industrijske umjetnosti u Parizu 1925. godine. To je bio stil uređenja i uređnja. Dekorativni elementi prisutni su na namještaju, posuđu i na ženskim haljinama. Modne cipele ukrašene su vezom ili aplicama po ukusu popularnih krojača tog vremena. Art Deco je elektički stil u kojem se afrički apstrakcijski egzoticizam miješa s geometrijskim oblicima kubizma; nekonvencionlani jeftini i jednostavni materijali pomiješani s visokokvalitetnim, skupim tradicionalnim materijalima. Kombinacija nekompatibilnih pomiješana u jednom stilu...

2. MODA KROZ 20. STOLJEĆE

2.1. PRVA POLOVICA STOLJEĆA

Ranih godina 20. st. odjeća koju su dizajnirali Paul Poiret i Mariano Fortuny otkriva najbogatiji dokaz povijesnih i multikulturalnih izvora. Na Poireta je utjecaj imala umjetnost i dizajn Bliskog istoka i Indije. Oko 1910. posjetio je muzej dizajna i umjetnosti u Londonu pod imenom V&A kako bi proučavao indijske turbane, a nekoliko tjedana kasnije njegova prilagodba istih haute coutureu počela se prodavati u Parizu. Za bal koji je održao 1911. pod nazivom "1002. noć", svoju suprugu odjenuo je u tuniku u obliku lampe i haremske hlače, u čemu je našao inspiraciju za jednu cjelinu 1912. pod nazivom "Sorbet". Fortuny je bio inspiriran raznim kulturama i povijesnim dobima, te je slobodno kombinirao istočno azijske, koptski egipatske, sjeverno afričke, klasične grčke i renesansne izvore. Njegova fino plisirana, crna "Delphos" haljina potječe od kipa kočijaša nađenog u Delfima, a jaknu koja se nosila s njom inspirirao je kimono. Kada je polegnuta jakna je pravokutnog oblika, a bočni šavovi završavaju nešto prije ramena kako bi se dobili otvori za ruke. Izrađena je od svilenog pliša, što se smatralo najplemenitijom renesansnom tkaninom. Mali naturalistički dizajn, tiskan metalnim pigmentima, također je inspiriran talijanskim tekstilom iz 16. stoljeća. Tijekom ranih 20-ih godina kuće visoke mode ukrašavale su večernje haljine dekoracijama poput vezova ili perlica u kineskom stilu ili pak slično ruskoj seljačkoj tradiciji. Za razliku od 20-ih, u 30-ih moda je doživjela pomak prema ženstvenijoj silueti, s odjećom užeg kroja izrađene od glatkih tkanina koje naglašavaju prirodne obrise tijela. [6]

Kasnih 30-ih svjedočimo pomaku od odjeće koja se polako uklanjala prema prema haljinama s korzetima, krinolinama i bustelima po uzoru na povijesno odijevanje. Taj trend vidljiv je u svijetlo rožoj haljini dizajnera Molyneuxa izrađena od rebraste svile 1939., a sastoji se od dvoslojne suknje punog kruga koju pridržavaju 4 drvena obruča. Manje ekstremni primjer perioda oživljavanja prošle mode je crno večernje odjelo od marokaina (krep svilene tkanine) sa satenskom podstavom dizajnerice Else Schiamparelli iz 1938. Sastoji se od rukava izrađenih od ovčje kože, uskog struka, a upotreba tkanine marokaina i šešir s nojevim perjem su obilježja mode 19. st. Dok je upotreba rajon svilene tkanine, ne plastični zatvarač karakterističan za Schiamparelli. Tijekom II. svjetskog rata odjeća je bila podložna kvantitativnim i dizajnerskim ograničenjima, čemu je cilj bio očuvanje resursa, ali također i zadržavanje stila. Takva odjeća, proizvedena u sklopu Utility sheme u Velikoj Britaniji i prema propisima L85, ne otkriva nikakve značajne povijesne ili međukulturne utjecaje. [5]

2.2. DRUGA POLOVICA STOLJEĆA

1947. Christian Dior predstavio je kolekciju "New Look" koja je bila u izravnoj suprotnosti s odjećom koja se nosila za vrijeme rata, odisala je luksuzom i kreacijama inspiriranim korzetima 19. st. Njegovo odijelo "Bar" iz 1947. izrađeno od krem svile indijske bube i crne fine vune, sa strukom koji je 45,5cm širok, a za suknju je iskoristio nešto manje od 7,5m tkanine. Iako ga je mali broj žena smatralo zastastarjelim, "New Look" postigao je ogroman

uspjeh među populacijom umornom od rata, kojoj je dočarao stabilnost prethodnog doba i utjelovio nadu za bolju budućnost. Promocija pretjerano ženstvene figure bila je u skladu s prevladavajućim stavom da bi se žene trebale odreći plaćenog posla kojeg su preuzele za vrijeme rata i vratiti se kući. 50-ih trendovi koji oživljavaju prošlu modu, evidentni u ženskoj odjeći, također su se uvukli u redove muške visoke mode. Jednoredno "Edwardian" odijelo od sive vune iz 1951., sastoji se od kape s kuglicom, pripijene jakne, užih hlača koje se nose s ogrtačem uskog struka i baršunastog ovrtnika, otkriva upravo taj trend koji postaje izvor za tzv. "Teddy" muški ulični stil. [6]

Od 1960. do oko 1967. moda je slavila modernost i znanstveni napredak. Međutim, unatoč upotrebi novih materijala i slikovitosti svemirskog doba, kratki pomak oblika ženske odjeće koja je dominirala ovim vremenom potječe iz 20-ih. Uzorci na površini tkanina u ovom periodu također su inspirirani poviješću: psihodelični vrtložni oblici imali su korjene u secesiji. Do kraja 60-ih optimizam se pretvorio u zabrinutost jer su do izražaja došli sve veća inflacija, nezaposlenost i pitanja okoliša. Dizajneri su počeli inspiraciju tražiti u tzv. zemljama trećeg svijeta i nostalgичno su se okrenuli prošlosti, osobito 30-im i 40-im godinama za smjernice stila. U luksuznom svijetu visoke mode, Bill Gibb proslavio se svojom odjećom ukrašenom aplikacijama i vezenim dizajnom. [6]

Haljina iz 1972. sa suknjom punog kruga i odgovarajućim turbanom odražava težnju ka odjeći s nježnim etničkim utjecajem. Izrađena je od krpanih pamučnih tkanina koju su dizajnirale Susan Collier i Sarah Campbell za Liberty, s apliciranim kožnim trakama. Nakon slikovite punk teme 70-ih, Vivianne Westwood kreirala je nostalgичnu, neoromatičnu "Pirate" kolekciju. Odjevna kombinacija iz te kolekcije sastojala se od tunike i pojasa, sakoa i hlača s izbočinom (dva ugla), šeširom i teškim čizmama iz 1980. godine osvrće se na razne izvore iz povijesti i kulture. Na primjer, dugi prorezi na rukavima jakne upućuju na modu 16. i 17. st u kojoj se mogla pronaći razrezana odjeća. [6]

Japanski dizajner Issey Miyake pokazuje zanimljivu kombinaciju utjecaja na haljini "Rhythm Pleats" iz 1990. godine. Fini nabori (plise) podsjećaju na rad Fortunya. Međutim odabir tkanine (mješavina visoko tehnološkog poliestera i lana koji se peku u pećnici za dobivanje nabora) znači da odjevni predmet stvara kutne, skulpturalne oblike na tijelu umjesto da se zaliepi za njega što je bio slučaj kod Fortunya. Nedostatak zabrinutosti za otkrivanje tijela i jednostavnost osnovnog oblika (kada je haljina polegnuta ravno tada tvori pravokutnik) dokaz su istočnoazijske tradicije. U 90-im modni dizajn postaje sve više raznolik. Svadbena haljina Christiana Lacroixa iz 1993. inspirirana je Velazquezovom slikom "Les Meninas", Španjolskom u 17. st. i romskim izvorima. Odijelo Paula Smitha izrađeno je od raskošnih krpanih tkanina iz Afganistana prema krojevima 50-ih, dok je odjeća Helen Storey otkrivala moderne ulične i sportske odjevne kombinacije koje sadrže vezene ukrase inspirirane etničkom pripadnošću. Koristili su moderne rastezljive tkanine od Lycre, kao i kožu.[6]

3. NAJUTJECAJNIJI DIZAJNERI 20. STOLJEĆA

3.1. CHARLES FREDERICK WORTH

Englez Charles Frederick Worth bio je prvi dizajner visoke mode modernog doba. U vremenu prije Charles-a Worth-a, žene su izrađivale odjeću, a muškarci krojeve ili galanteriju, također su klijenti kupovali tkanine, a potom ih donosili krojačima koji bi potom od njih izradili odjeću. Worth se u izradi odjeće fokusirao na kvalitete koje su srž haute couture-a, a to su konstrukcija i samo pristajanje odjeće. Bio je dominantan u razvitku mode u zapadnoj Europi, te je razvio mnogo temeljnih komponenata mode modernog doba kao što su: kolekcije za sljedeću sezonu, stilovi tj. trendovi koji bi trebali trajati oko 5 godina, te stvaranje tzv. "modne marke". Inovacija vrijedna pažnje, tada je prošla nezapaženo, naime, dok je radio u Gagelinu uvjerio je svoje nadležne da mu dopuste otvaranje odjela za izradu odjeće, što je do tada bilo neviđeno jer se izrada odjeće i tekstila nikad nije našla na istom mjestu i nikad prije muškarac nije izrađivao odjeću. 1855. godine u Parizu osvaja prvorazredu medalju za haljinu sa šlepom koji je bio prikvačen za ramena, a ne za struk što je bilo uobičajeno. 1858. godine udružuje se s Otto-m Bobergh-om i otvara modnu kuću Worth et Bobergh. Pravi uspjeh za Worth-a dolazi tek nakon što je carica Eugenia zatražila novu haljinu za svaku prigodu, od kojih je prva bila izrađena od brokata iz Lyona, a taj korak su sljedili i posjetitelji njenih balova, maskenbala i sl. Za samo jedan bal bilo je 1000 naručenih haljina, a kako bi izradio sve narudžbe iskoristio je novo tehnološko otkriće; Singer šivaću mašinu za duge šavove. Worth je industrijalizirao taj proces tako što je kreirao standardne uzorke koji su mogli biti korišteni kao baza za nove dizajne, a razvijeno je bezbroj varijacija sličnih haljina koje su osvježene samo dodacima. Što se tiče boja bio je suzdržan jer je bijela boja bila obavezna na haljinama za dvor, a srebrna boja imala je dekorativnu ulogu, dok je bio opušteniji pri izradi kostima za maskenbale. Za caricu Eugeniju je kreirao i suknje do gležnjeva što je također bila inovacija nakon što se dugi niz godina nosila suknja do poda. Neke od Worthovih inovacija su također i; izrada krinoline koja se širila sa stražnje strane, a ne s bočne kako bi se laše prolazilo kroz vrata, suknja čiji su nabori širi na porubu, a uži na struku, zamijena bonneta (ženskog šešira) s kapom, te potpuno napuštanje krinoline 1868. godine. Međutim to nije bio kraj njegovih inovacija pa tako kreira Princess haljinu iz jednog djela sa naglašenim strukom bez šava na struku, a 1880 predstavlja krinoletu (dotadašnji bustel). Nakon njegove smrti 1895. godine modnu kuću prvo su preuzeli njegovi sinovi, a potom unuci, ali na kraju prestaje s radom kao modna kuća kada je 1954. godine kupuje tvrtka parfema. Iako je tzv. otac umro, svijet haute coutur-a je tek počinjao, a moderni sistem kojeg je kreirao Charles Frederick Worth dominirao je sve do 1960-ih godina. [7]

3.2. PAUL POIRET

Najznačajniji dizajner počta 20. st. bio je Paul Poiret kojeg se još naziva i ocem visoke mode, ali vrijedi i spomenuti njegovo oživljavanje modne ilustracije izdavanjem knjige modnih crteža pod nazivom " Les choses de Paul Poiret vues par Georges Lepape". Njegova lista uspjeha u dizajnu bila je sepektakularna, počevši od oživljavanja neoklasičnog francuskog

stila odijevanja za koji je karakteristična odjeća visokog struka koja prati liniju tijela. Odgovoran je i za kreaciju tzv. hobble skirt – suknje koja se sužava prema dnu i time otežava hodanje, što je javnost ismijala. Svojim modnim, te dizajnom interijera na događaju Exposition des Arts Decoratifs, otvorio je put za razvitak Art Deco stila. Prvi uspjeh doživio je radeći za J. Doucet-a 1898. godine kada je kreirao crveni vuneni plaš koji je naručilo 400 klijenata. 1903. godine otvara svoju vlastitu modnu kuću u Parizu, te počinje velikom brzinom dizati prašinu. Smatrao je korzet svojim neprijateljem pa je 1906 godine odlučio odbaciti korzet i zamjeniti ga pojasom i grudnjakom što se smatra njegovim izumom. Uvijek je dizajnirao na živim modelima, kretao je od ramena, a kreirao je liniju začuđujuće običnih haljina koje prate liniju tijela. Njegove kreacije i nova prirodna silueta smatra se temeljnim pomakom mode od krojenja do mode bazirane na drapiranju tj. omatanju tkanine oko tijela po uzoru na grčki hiton, japanski kimono i sjevernoafrički kaftan. Pojavljivanjem na trkama s 3 žene koje su nosile haljine s prorezom kroz koji su se vidjele čarape u boji, izazvao je ogorčenje javnosti. Velika senzacija bili su kostimi za predstavu Le Minaret, gdje je lik Mata Hari nosio tuniku-krinolinu u obliku lampe. Poiret je nalazio inspiraciju u svemu, od haremskih dimija preko kimono kaputa do indijskih turbana koje uvodi u modu. Također se isticao i po odabiru različitih tonova crvene, narančaste, zelene i ljubačste boje koje se do tada nisu koristile. 1913 odlazi u SAD promovirati svoje kreacije po robnim kućama i obavlja to uspješno, ali u tome ga zaustavlja prvi svjetski rat i kriza nakon njega. Bio je prvi dizajner koji je predavao, a privukao je veliku publiku diljem Europe i SAD-a-. Nakon rata nastavlja sa svojim kolekcijama, međutim njegovi dani slave su prošli, a 1929 godine njegova ekstravagancija dovodi do zatvaranja modne kuće. Paul Poiret uspio je osloboditi tijelo žene iz teške odjeće i nju zamjenio lakšom i praktičnijom odjećom, te predstavio odjeću novog doba i time utkao put modernoj modnoj industriji. [4]

3.3. GABRIELLE CHANEL

Coco Chanel je najcjenjenija dizajnerica u povijesti mode, te se ni jedan dizajner ne može usporediti s njom i njenim utjecajem na žensku modu. Njezine kreacije su jednostavne, ali u isto vrijeme elegantne. Predstavila je opušten način odijevanja današnje žene, te zamjenila nepraktičnu odjeću funkcionalnim stilom. S radom je započela 1910. godine, kada je otvorila svoj butik sa šeširima, međutim s obzirom na njene sposobnosti ubrzo uvodi i suknje od džerseja, te modne dodatke, a u Parizu 1915. otvara modnu kuću. 1920. je prepoznata kao dizajnerica koja započinje eru opuštenog načina odijevanja prikladnog za razne prigode, te kreira ugodnu odjeću bez korzeta čime oslobađa tijelo žene. 1916. Chanel predstavlja džersej, tkaninu mekog elastičnog prepleta, kao tkaninu koja će se sada koristiti i u modi, a ne više samo za izradu donjeg veša. Vuneni džersej koristila je za laganiju odjeću. Izrađivala je haljine od džerseja u mornarsko plavoj i sivoj boji, rezane tako da laskaju figuri žene. Potražnja za njenim kreacijama, pogotovo uspjeh koji je postigla s korištenjem džerseja, potaknulo ju je da kreira svoj vlastiti dizajn tkanine od džerseja koji je proizvodio Rodier. Chanel je ideje tražila u muškoj modi, prilagođavajući krojeve za mušku odjeću ženskoj. Prilagodila je jahačke hlače, hlače širokih nogavica, sakoe, veste i džempere. Klasična ravna suknja i vesta postaju standardne kombinacije različitih odjevnih predmeta. Veste izrađivane

od tvida i džerseja iniciraju popularno "Chanel odijelo" koje se sastoji od 2 do 3 komada odjeće, a to su jakne rađene po uzoru na veste koje su na rubovima imale prišiven njen zaštitni znak pozlaćeni lanac, jednostavna suknja i bluz. Boje koje je češće koristila bile su mornarsko plava, siva i bež u različitim tonovima. Jedna od Chanelinih inovacija bila je i tzv. "mala crna haljina" namjenjena kao dnevna i večernja odjeća, ali i koktel haljina ovisno o kombinaciji s modnim dodatcima. Također je poznata i po nakitu koji je kombinirala s odjećom kao npr. kombinacija pravih i lažnih dragulja, kristala i bisera, te manšete okićene draguljima, što je stvaralo kontrast njenom jednostavnom dizajnu odjeće. Interesantni aspekt njene karijere bilo je ponovno otvaranje modne kuće nakon drugog svjetskog rata tijekom kojeg je njen parfem Chanel No.5 iz 1922. bio jedina stvar koja se prodavala. 1954. ponovno predstavlja Chanel odijelo (ovog puta suknje su kraće, a jakne su ukrašene pletenicama) koje je baza svih njenih kolekcija, te je postalo njeno obilježje. [2]



Slika 1. Chanel odijelo



Slika 2. Crna Chanel haljina

3.4. JEAN PATOU

Jean Patou je dizajner koji je pomogao širenju modne industrije predstavljanjem sportske odjeće i najskupljeg svijetskog parfema Joy, naglašavanjem modnih dodatka, ali i širenjem svojih kreacija na američko tržište. 1920. idealna žena bila je zdrava, mlada i fizički sposobna, a atletsku ženu je utjelovila tenisačica Suzanne Lenglen 1921. noseći njegovu odjeću izvan, ali i na terenu. Patou je prepoznao potrebu sportske odjeće pa 1925. u Parizu otvara butik gdje su se mogle pronaći cjelokupne odjevne kombinacije za jahanje, pecanje, tenis, golf, jedrenje itd., a zbog čestih putovanja njegovih klijenata, otvara i salone u Deauville-u i Biarritz-u gdje su se mogli pronaći setovi vesta i džempera, kupaći kostimi i modni dodatci. Iste godine putuje u SAD gdje zapošljava 6 žena koje vodi u Pariz kako bi za kreiranje imao modele koji predstavljaju američku siluetu čime postaje pristupačniji američkom tržištu, a istovremeno za nju interesira i europsko tržište. Njegove kreacije su bile jednostavnog kroja često nadopunjene arhitektonskim linijama šavova, vezovima, s posebnom pažnjom na odabir tkanina, ukrase, dužinu i finu obradu. Metodama bojanja niti postizao je ekskluzivne i jedinstvene boje tkanina. Prvo smoking odijelo krojeno prema muškim večernjim jaknama bilo je Patouovo djelo. Patou je kreirao tkaninu za kupaće kostime koja je otporna na skupljanje i blijeđenje što zadovoljava plivače, a 1929. podiže liniju struka, ali i dužinu suknje. Jedna od njegovih kreacija i klasik tzv. kubističke veste i džemperu što je istaknulo njegovu modnu kuću. Prodaju mu je povećalo uvođenje suknja, marama, šešira, kapa i dr. modnih dodataka koji su se podudarali s kubističkim vestama. Strojevima je revolucionirao proizvodnu pletačku industriju. Patou je također na svoje kreacije sportske odjeće aplicirao svoj monogram što je bila prva vidljiva dizajnerska oznaka tj. etiketa. Preminuo je 1936. godine, a tvrtka je pripala njegovoj obitelji. [4]

3.5. ELSA SCHIAPARELLI

Elsa Schiaparelli počela je s dizajniranjem haljina za sebe i prijateljice 1915. Smatrali su je izumiteljicom odjeće koja je odmah bila avangardna, individualna, ekscentrična, ali ujedno ju je bilo lagano nositi. Njezin rani rad karkteriziraju sportska odjeća, odjeća za plažu s kojom se podudaraju torbe i cipele. Osim toga karkteristične su i tkanine za tapeciranje i frotir tkanina koju je koristila kod odjeće za plažu, te na zatvaračima kod skijaške opreme. Prvi uspjeh postigla je s tromp l'oeil džeperima koji su na vratnom izrezu imale upletene mašne, nakon čega otvara svoju trgovinu u Parizu 1927. Ti džemeperi su bili toliko utjecajni da su uslijedile nove varijacije sa remenima, rupčićima, te muškim kravatama, a koristila se jedinstvena metoda armenskih pletilja. Schiaparelli je bila prva dizajnerica koja je koristila zatvarače jarkih boja počevši 1930. na sportskoj odjeći, a 1935. na večernjim haljinama. Surađivala je s tekstilnim kućama kako bi razvili neobične nove printove i jedinstvene tkanine. Kada je predstavljena celofan tkanina, Rhodophane, izradila je tunike koje su imale nalik čašama. Koristila je antracit boju tkanine, rayon u boji poput ugljena, mat krep koji je naborima zgužvan tako da izgleda kao kora, te tkanine s printom novinskog papira. Također je surađivala s umjetnicima poput Christian-a Berard-a, Jean-a Cocteau-a i Salvador-a Dali-a što je dovelo do ekscentričnih dizajna kao npr. šešir nalik janjećem kotletu, šešir nalik mozgu, šešir nalik cipeli, te odijelo s džepovima na prsima koji izgledaju kao ladice. Predstavila je i prevelike gumbe u obliku kikirikija, bumbara i ovnovne glave. Schiaparelline naizgled obične kreacije su jednostavne i lake za nositi, ali kroz razne teme poput vojske, horoskopa, cirkusa i sl. koje na njima primjenjuje one postaju jedinstvene i unikatne. Proučavala je metode šivanja, drapiranja i uvijanja vela iz Tunisa čime uvodi u zapadnu modu arapske dimije, izvezene majice, turbane koji se omotavaju, šešire s porubom od tila, barbarske pojaseve, nakit, te cipele s platformom koje su ostale u modi tijekom 20. st. U svoje uobičajene krojeve dodaje hlače čime nesvjesno utječe na koncept kombiniranja sportske odjeće što je bilo prepoznato tek 50 god. kasnije. Predstavila je odijela s hlačama za svaku prigodu, a nakon što je prihvaćena uža suknja koja je podjeljena na 2 dijela, odlučuje istu suknju skratiti čime proizvodi hlače do ispod koljena koje izgledaju kao suknja. Najviše je voljela koristiti crnu boju ili kombinaciju crne i bijele boje, a 1936. predstavila je ružičastu boju koja je postala obilježje njene modne kuće. 1949. širi svoje kreacije diljem SAD-a gdje prodaje odijela, haljine i kapute, te predstavlja šokantno ružičasto donje rublje koje je bilo odlično prihvaćeno. Shiaparelli je nastavila dizajnirati kolekcije, te je uvela i parfeme, sve do 1954. kada odlazi u mirovinu.[2]



Slika 3. Ružičasta haljina



Slika 4. Šešir nalik cipeli

3.6. CRISTOBAL BALANCIAGA

Cristobal Balenciaga je najuspješniji bio u krojenju, prepoznat je kao virtuoz koji poznaje i laska tijelu. Njegova stručnost u krojenju može se demonstrirati u tzv. tour de force jednoslojnom kaputu čiji je oblik formiran od bezbroj nabora na jednoj tkanini. Zbog njegove kreativnosti i poznavanja krojeva dolazi na ideju spajanja kimona i sarija sa španjoskom tradicionalnom haljinom valovitog i prilagdljivog oblika, tako kreirajući haljine koje bi se "napunile zrakom" dok se osoba kreće. Kod Balencige je linija struka mogla biti jako niska, ali i na rebrima, mogla je biti prikrivrena tunikom ili širokim gornjim dijelom u kontrastu s ravnom suknjom. Kreirao je idealnu odjeću koja je bila u skladu s ljudskim nesavršenostima, pa tako npr. presavinuti ovratnik daje dojam mekoće linije vrata prema tijelu, rukav do podlaktice laska ženama određenih godina, dok su drapirani kaputi i jakne nalik šatoru bili elegantni na klijentima koji nisu imali savršeno tijelo. Tkanine koje je najčešće koristio bile su robusne vune s teksturom, gazar svilu, samt i teksturiranu svilu. Lagano podizanje linije struka na prednjici ili u proporciji kod tunika-haljina tvori harmoniju Balenciagine odjeće. Njegove kreacije često sadrže elemente španjolske tradiciionalne odjeće, ali i umjetnosti što je vidljivo kod vezova, jakne nalik plaštu, kepleta i bolera koji podsjećaju na odjeću toreadora, dok plaševi proizlaze iz njegove ljubave prema rustikalnoj odjeći. Balenciaga 1957. kreira "Baby doll" haljinu na kojoj je čipka na ramenima spojena, ali pada slobodno niz tijelo, dok se ispod nazire krojena haljina. Najčešći komadi odjeće koje kreira su tunika-haljina, tunike, odijela (šireg gornjeg dijela s ravnom uskom suknjom), kaput sa zadivljujućim intervencijama na rukavima. 1951. kreira svileno crno odijelo koje ima fokus na silueti; uzak i visoki struk, izražen sjajni peplum koji se nalazi ispod, te široki rukavi do podlaktice. 1968. Balenciaga odlazi u mirovinu i zatvara svoju modnu kuću. [9]

3.7. CHRISTIAN DIOR

Christian Dior jedan je od najpoznatijih modnih dizajnera 20. st., te postaje legenda godinama nakon predstavljanja svoje prve kolekcije 1947. godine. Otvorio je modnu kuću u Parizu 1946. uz pomoć tekstilnog velikana Marcela Boussaca. Diorova prva kolekcija bila je revolucionarna, novinari su je nazvali "New Look", međutim on ju je imenovao "Corolle Line". Tom linijom Dior otkriva novu siluetu sastavljenu od zaobljenih ramena, naglašenog poprsja, stisnutog struka i okrugle zvonolike suknje izrađene od luksuznih tkanina. Naravno "New Look" nailazi na kritike; jedni smatraju da se žene pokušavaju vratiti u uloge iz prošlosti s naglaskom na podstave, korzete i krinoline, dok su drugi bili šokirani ekstravagantnim korištenjem ornamenata i tkanine u vrijeme dok je odjeća još uvijek bila samo potreba. Bez obzira na kritike "New Look" je ubrzo postao poslijeratni kulturni simbol za mladost, nadu i budućnost. Nakon prve kolekcije koja je izazvala lavinu komentara, Dior sebi osigurava ulogu dizajnera koji planira kreacije unaprijed i koji s njima pritom oprezan. Uslijedile su i druge kolekcije, s krojenom odjećom na visokom nivou, kao nastavci na prethodnu, a nazvane su prema opisu vlastite siluete; Zig Zag Line, A line, Y line, Arrow Line itd. Sve te kolekcije realizirane su najfinijim krojenjem i raskošnim bogatim tkaninama poput satena, fine vune, tafta i raskošnog veza, te su bile vrlo uspješne. "Lily of the Valley" bila je njegova najnestrukturiranija kolekcija, davala je dojam mladosti, svježine i nesofisticiranosti, a

sastojala se od ležernih jakna u kombinaciji s nabranim suknjama, te bluza s mornarskim ovratnikom. Osim kreiranja odjeće, Dior je licencirao internacionalnu proizvodnju modnih dodatka, koja se nakon njegove smrti proširuje, pa u proizvodnju ulaze i parfemi, krzna, marame, korzeti, pletenina, donji veš, nakit i cipele. Također jedna od njegovih inovacija bio je hod tijekom kojeg su modeli bili nagnuti prema nazad, čime se postizala arogancija koju je odavala odjeća. Christian Dior preminuo je 1957. godine. [4]

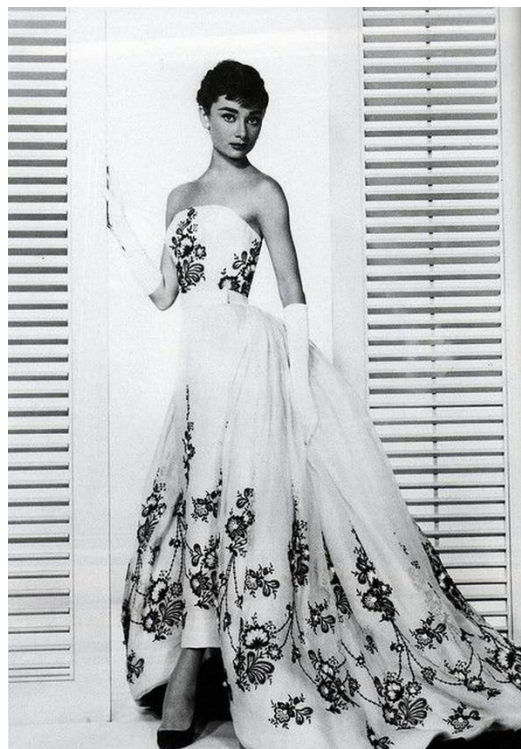


Slika 5. New Look

3.8. HUBERT DE GIVENCHY

Hubert de Givenchy je danas hvaljeni modni dizajner, no 1952. scena visoke mode dala mu je epitet blagog užasa. Predstavio je neobičnu kolekciju temeljenu na zasebnim komadima odjeće u kojoj je čak i večernja odjeća pripala konceptu odjeće koja se može kombinirati na različite načine. U toj prvoj kolekciji velikodušno je koristio bijeli pamuk tj. platno za izradu košulja, a godinama kasnije koristi upravo tu tkaninu za "Bettina" košulju zvonolikih rukava koja je njegov zaštitni znak. Njegove kreacije privlačile su mlade žene među kojima je najpoznatija bila Audrey Hepburn koja u filmu "Sabrina" nosila upravo njegovu odjeću, međutim došlo je do nesporazuma, pa tako Oscara za kostimografiju dobiva Edith Head dok Givenchy ostaje bez priznanja. Hepburn je to smatrala nepravdom pa kreće u suradnju s Givenchyom, te insistira upravo na njegovoj odjeći u svakom narednom filmu koji je snimala, ali i u privatnom životu odjevala je većinom baš njegove kreacije. Givenchy dijeli ideal kreiranja savršene jednostavne haljine s jednom linijom sa svojim idolom Balenciagom, kojeg

konačno upoznaje 1953., te postaju dobri prijatelji, ali također je od njega mnogo naučio o modi. Pomogao je u tome da njegove kreacije budu dostupne širem tržištu dizajnirajući sportsku odjeću za mlađe uzraste koju je izrađivala američka proizvodnja od američkih tkanina, a pojavljuje se i u časopisima "Seventeen", te "Glamour" u prosincu 1955. Kod Givenchya kreiranje započinje s odabirom ili razvitkom tkanine, često luksuzne i profinjene, te veza s velikim rasponom boja od kojih izrađuje odjeću visoke mode. Poznat je po jednostavnim dnevnim haljinama, vrhunsko krojenim odjelima, kaputima, raskošnim koktel haljinama, ekstravagantnim večernjim haljinam, te fantastičnim šeširima. 90-tih nastavlja dizajnirati odjeću, s postupnim promjenama od jedne sezona i stila do druge, a u svoju kolekciju za 40. godišnjicu rada uključuje uzorak inspiriran Matisom. Svoju zadnju kolekciju predstavlja 1995., a njegova modna kuća koju je prodao 1981. ostaje u vlasništvu Louis Vuitton grupe. [4]



Slika 6. Audrey Hepburn u Givenchy haljini u filmu Sabrina

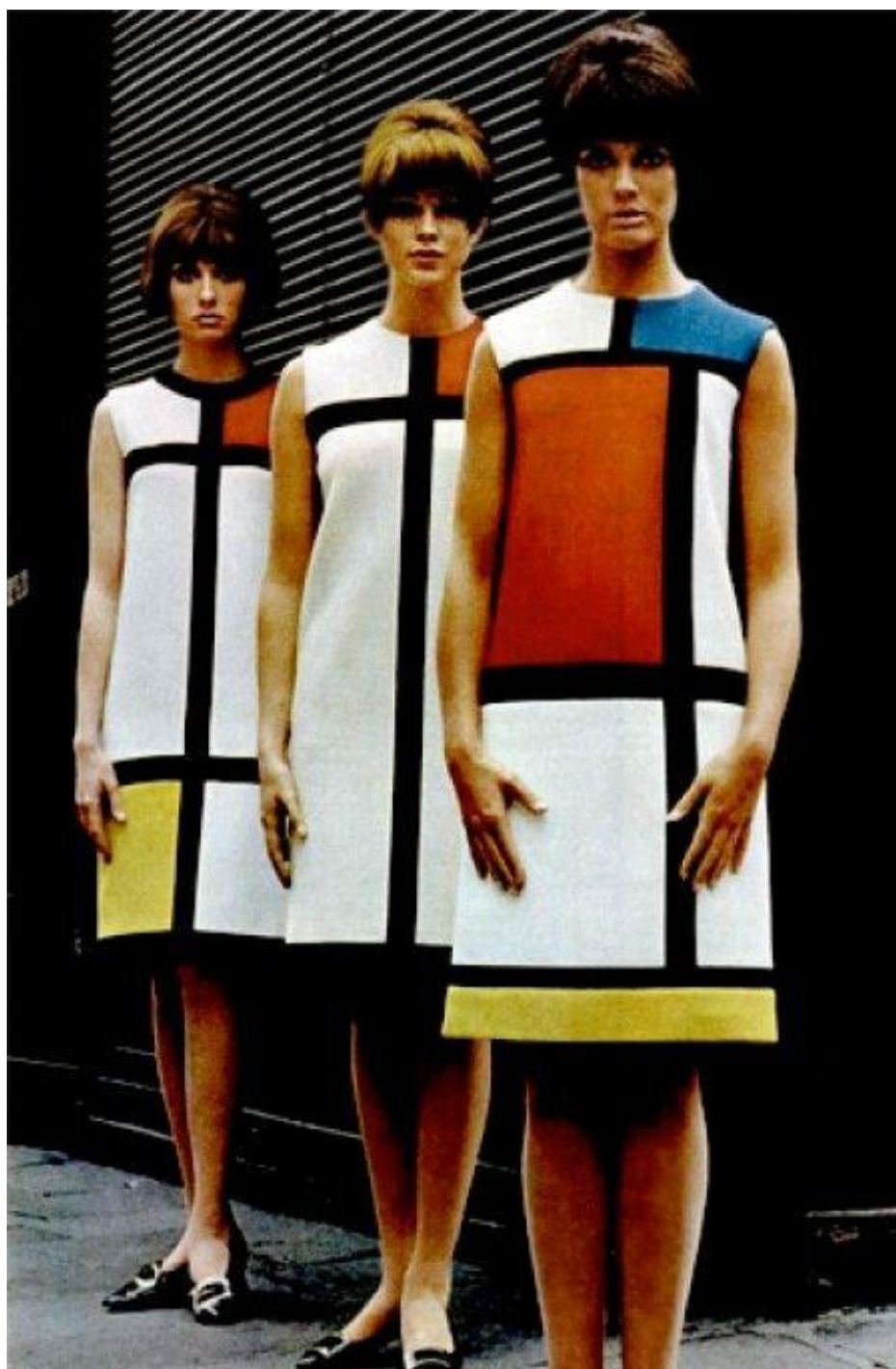
3.9. RUDI GERNREICH

Rudi Gernreich jedan je od najrevolucionarnijih dizajnera 20. st. Inspiriran odjećom plesača, ali i pod utjecajem funkcionalnošću Bauhauusa, 1960. kreira odjeću pripijenu uz tijelo koja dolazi u kompletu. Taj pothvat oslobađa tijelo za razliku od dizajna kupaćeg kostima iz 1952. u kojem nema nikakve konstrukcije koja je bila obavezna do 1950. Revitalizirao je pleteni kupaći kostim iz 20-tih godina izradivši ga od elastične tkanine kako bi pratio liniju tijela, a takve eksperimente nastavlja s pletenom uskom haljinom 1953. 50-ih kreira ležernu, udobnu odjeću izrađenu od vune, džerseja i sl. fleksibilnih tkanina, u jednoj boji s raznim geometrijskim oblicima. 60-ih pak odlučuje koristiti neobične tkanine s hrabrim odabirom kombinacija boja kao npr narančasta i plava ili crvena i ljubičasta. Gernreich početkom 60-ih

otvara salon u New Yorku gdje izlaže svoje popularne kreacije. Neke od njegovih kreacija su jakne s jednim urezanim i jednim zaobljenim reverom, smoking od bijelog satena, toples kupaći kostim iz 1964. koji odražava novu modu tzv. toples sunčanja. Jedna od njegovih inovacija 1964, bio je "no bra" grudnjak, što u prevodu znači grudnjak bez grudnjaka, izražen od meke najlon tkanine bez punjenja i žica tj. konstrukcije. 1971. predstavlja kolekciju za žene koja je sadržavala vojnu safari odjeću, metalne pločice tj. oznake, te mitraljeze. Odgovaran je i za razvitak unisex odjeće, izrađuje odjeću koju muškarci i žene mogu razmjenjivati kao što su dugi kaftani, te bijele pletene hlače zvonolikih nogavica u paru s bijelo crnim kratkim topićima. 1975. predstavlja donji veš za žene u Y obliku. Njegove kreacije su i prva haljina-majica od šifona, prozirne bluze, kompleti koji sadrže haljine, torbice, šeširi, čarape, mini haljine koje imaju umetnute prozirne trake, te kupaći kostim koji se sastoji od tzv. tanga. Eksperimentirao je s krojenjem s različitim materijalima poput plastike, vinila, te tkanina s različitim uzorcima npr. mješanjem karirane tkanine s točkastom. Njegova namjera oslobađanja tijela dostiže vrhunac 1982. kada predstavlja pubikini – kupaći kostim srebrne boje koji otkriva intimno područje modela. Rudi Gernreich preminuo je u travnju 1985. godine. [8]

3.10. YVES SAINT LAURENT

Yves Saint Laurent smatra se jednim od nautjecajnijih modnih dizajnera druge polovice 20. st. Poznat je po raznim temama koje koristi u svom radu, od Ballet Russes-a do spisa Marcel Prousta koji su inspirirali haljine od tafta 1971., potom Picassove slike, te Modriana i de Stijl pokret prikazani na haljinama od vune i džerseja 1965. Svoju ljubav prema kostimografiji i kazalištu iskazuje kroz niz svojih kreacija kao npr. vjenčanica od brokata i damasta iz 1980. inspirirana Shakespeareom, te eksravagantni komadi odjeće inspirirani ruskom haljinom. 1958. postaje dizajner modne kuće Dior, ali ubrzo odlazi i otvara vlastitu modnu kuću. 1960. predstavlja Left Bank kolekciju koja sadrži pletene dolčevite, crne kožne jakne, jakne od krokodilske kože s krznenom ovratnikom, te krznena jakna s pletenim rukavima. 1968. proizvodi kolekciju krojenih hlača, iskazujući empatiju prema studentskim marševima u Parizu, crne boje koje dolaze s modnim dodacima poput resica i traka za glavu. Yves Saint Laurent je kreirao seriju elegantne dnevne odjeće npr. košulja koja postaje sastavni dio ženske odjeće 1970-ih godina. Hvaljen je za oštro krojena odijela sa suknjom ili hlačama, le smoking (jednostavno crno odijelo sa satenskim reverom), safari jakne i mornarske kapute. Kroz njegove kreacije vidljivo je razumijevanje printanog tekstila i luksuzne tkanine. Često je surađivao s tiskačima svile kako bi proizveo sjajne tkanine koje sadrže paletu boja koje se međusobno sukobljavaju poput kričavo ružičaste, lila ljubičaste i safirno plave. Njegova dnevna odjeća je romantična, jednostavna i praktična, dok je večernja odjeća zavodljiva, ukrašena perlicama, vezom, satenom i prozirnim tkaninama kao što je svileni šifon. 1966. odlučio je proizvesti ready to wear liniju pod nazivom Rive Gauche. Yves Saint Laurent uvijek će se smatrati klasičarom koji je kreirao elegantnu, sofisticiranu odjeću s ukusom. 90-ih prodaje svoju modnu kuću Gucci Grupi, a 2002. godine odlazi u mirovinu. [2]



Slika 7. YSL haljine iz kolekcije inspirirane Modrianom

3.11. VALENTINO

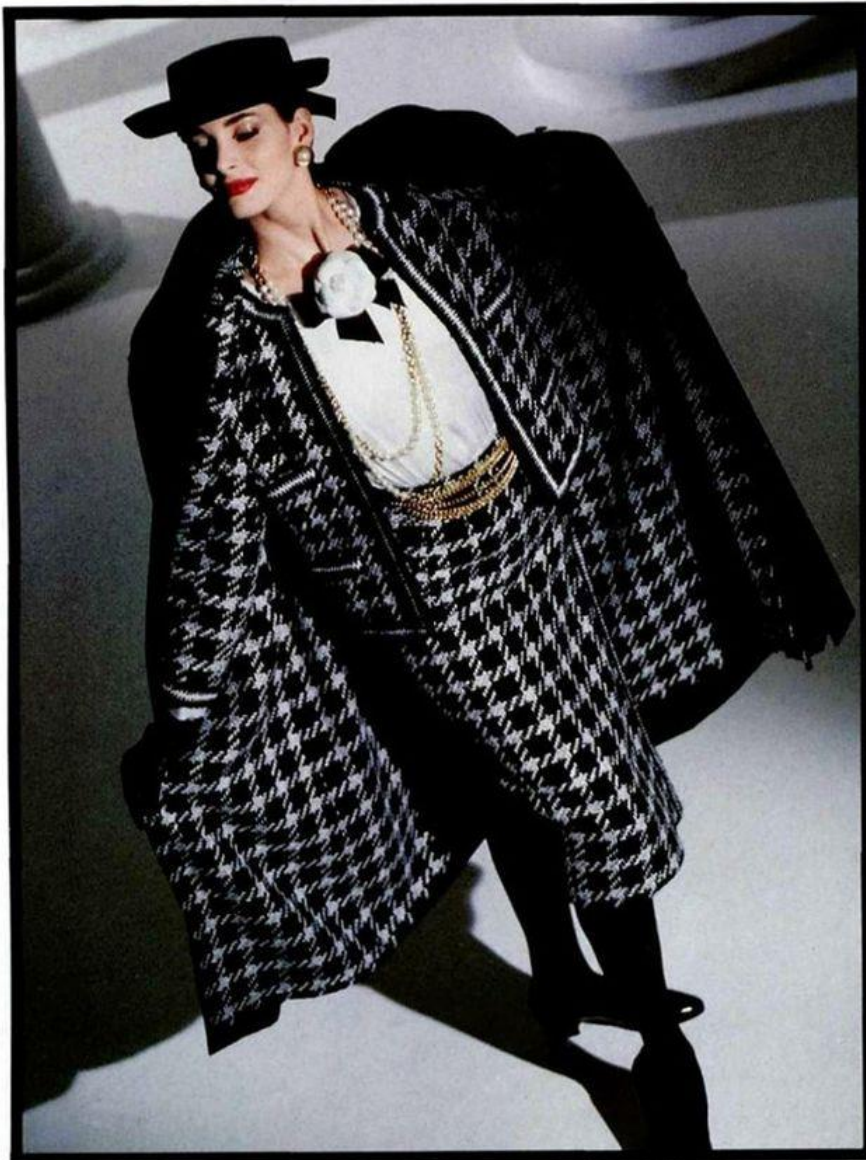
Valentino Clemente Ludovico Garavani je talijanski dizajner čija odjeća odiše svježinom trenutnih trendova, a njegove kolekcije spokojnošću koja okružuje njegov salon u Rimu otvoren 1960. Njegove kreacije bazirane su na tradiciji haute couturea, kvaliteti, luksuzu i dozi ekstravagancije. Klijente privlači i savršeno izrađenim, šarenim i elegantnim kreacijama. Sredinom 60-ih predstavlja prepoznatljive elegantne hlače koje mogu biti dio i dnevne i večernje odjeće. 1968. predstavlja senzacionalnu kolekciju "White Collection" koja sadrži kratke haljine s čipkastim čarapama i jednostavne ravne cipele. Iste godine izrađuje dvodijelnu svilenu vjenčanicu obrublenu čipkom s plisiranim donjim dijelom za Jacqueline Kennedy. Kroz kolekcije često upotrebljava zaštitnu Valentino crvenu boju, posebice kod raskošnih večernjih kreacija ukrašenih vezovima i sl. divnim detaljima. Vrijedne zapažanja sui večernje jakne skroz prekrivne detaljnim dekoracijama poput perla i sl. Tipični detalji za Valentinovih kreacija su šiljasti ukrasi i porubi, raglani rukavi, okrugli volani, igra s proporcijama, ekstravagantne mješavine uzoraka i teksture npr. kompincija čipke, pliša i karirane tkanine u jednoj odjevnoj kombinaciji. 80-ih princeza Diana odijeva njegova odijela širokih ramena, s uskom suknjom i zlatnim gumbima što upotpunjuje zlatnim nakitom i potpeticama. Mlađu publiku privukao je ležernom linijom "Oliver" koja je i dalje profinjena Valentinovom senzibilnošću. Također kreira specijalnu kolekciju luksuzne večernje odjeće "Valentino Night". Valentino je hvaljen zbog širokog ranga ponude kao što su haute couture odjeća, ready to wear odjeća, osim toga i modni dodatci, muška odjeća, galanterija, naočale, krzna i parfemi. Senzibilnost Valentina obuhvaća bezvremenost i originalnost prikazanu kroz posvećenost luksuznom načinu života i predanost prikazivanju tog načina života kroz kolekcije. 2000. proslavio je 40. godišnjicu rada, a 2008. predstavljanjem zadnje kolekcije odlazi u mirovinu.[2]

3.12. KARL LAGERFELD

Karl Lagerfeld je modni dizajner čija se reputacija zasniva na brojnim kreacijama i kolekcijama koje je godišnje predstavljao. Svaka modna kuća za koju je radio imala je svoj vlastiti izražaj kojem je Lagerfeld dodao svoj pečat. Od 1983. radio je za modnu kuću Chanel gdje je kreirao inovativna raznovrsna prepoznatljiva odijela od tvida kojima je dodavao dašak uličnog stila npr. kombinirajući tradicionalnu Chanel jaknu s traper suknjom i prepoznatljivim pozlaćenim gumbima i lancima. Također je rupičastim bodijem i cvijetom kamelije na grudima u kombinaciji s čizmama na vezanje, suknjom od georgetta i kožnom jaknom privukao mlađi naraštaj. Svoje ideje širi ready to wear linijom, pa se Chanel logo našao na gaćicama 1993. a 1992. predstavlja pamučne prsluke s tiskom cvijeta kamelije, te oni postaju elementi o kojima se tada najviše pričalo. Lagerfeld također ima i svoju vlastitu modnu kuću "KL" prepoznatljivu po odvažnim krojevima, vestama na kopčanje u svijetlim bojama, te oblikovanom pleteninom. U 70-ima do izražaja dolazi i njegov rad za modnu kuću Chloe gdje radi većinom večernju odjeću za koju je karakteristična drapirana pastelna haljina od šifona ukrašena cvijetnim uzorkom, što je rekreirao povratkom u tu modnu kuću 1993. godine. Oživio je haljinu bez podstave, bespotrebnih šavova i pretjeranih detalja. Kod modne kuće Fendi 1970. stanjuje prepoznatljive krznene kapute i čini ih jednoslojnim, te 1973. posebno

tretira krzno kako bi proizveo lagane i meke kapute raglanih rukava s pojasevima što komplementira ležernoj odjeći koju je kreirao za tu kuću. Iz modne kuće Chloe odlazi 1997., a u modnoj kući Chanel ostaje do svoje smrti 2019. godine. Karl Lagerfeld dokazao je svoje velike mogućnosti kroz odvažne pothvate kod Chanel, oblikovanje delikatne odjeće kod kuće Fendi, te kroz živahne klasike svoje vlastite modne kuće. [2]

CHANEL



CHANEL
BOUTIQUE



31, RUE CAMBON
PARIS 1^{er}

42, AVENUE MONTAIGNE
PARIS 8^e

Slika 8. Chanel reklama s Lagerfeldovom kreacijom iz 1984. godine

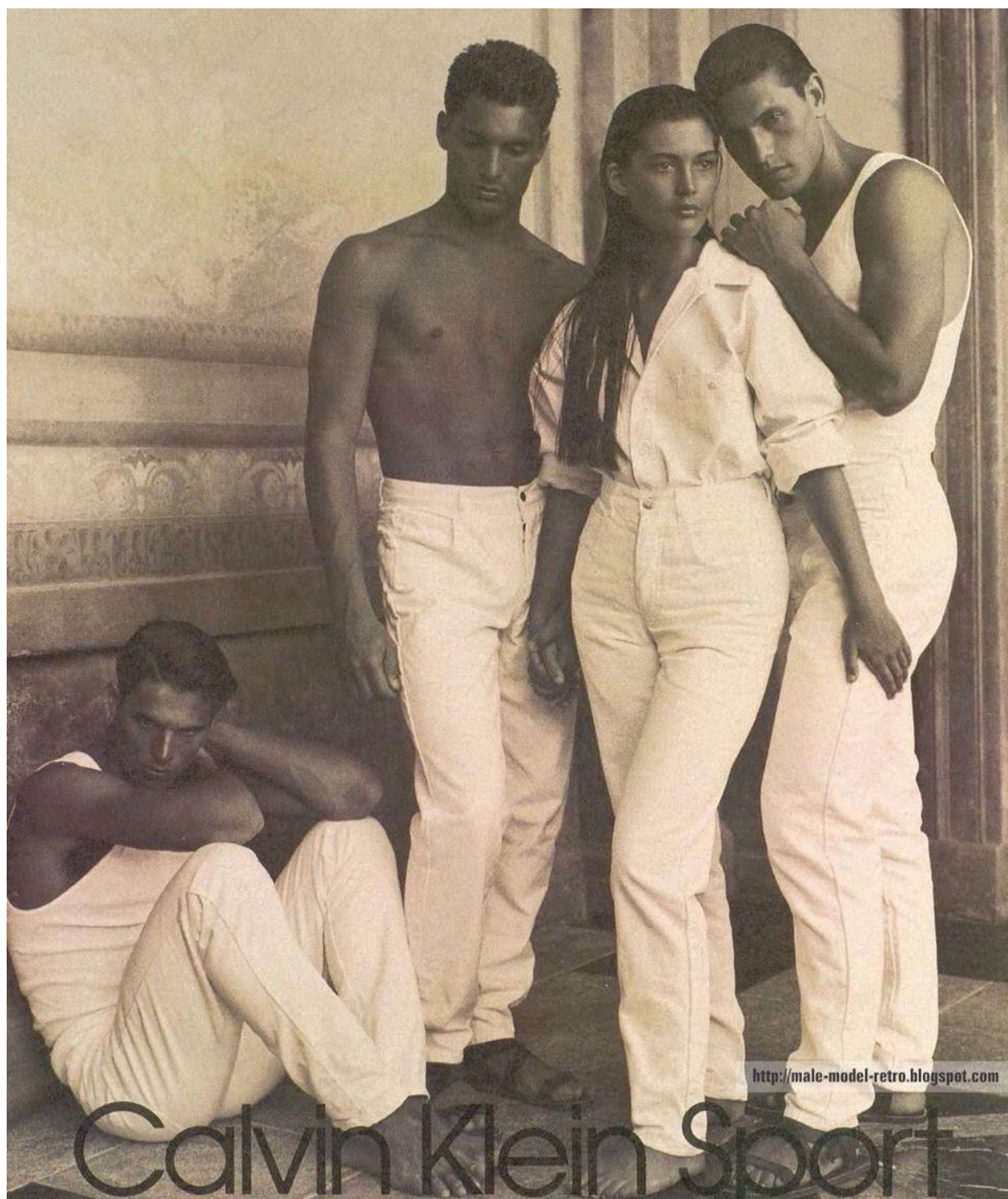
3.13. ISSEY MIYAKE

Issey Miyake je modni dizajner čiji se rad zasniva na istraživanju funkcionalnosti odjeće iz cijelog svijeta, kao i svih mogućih upotreba i oblika odjeće. Istraživanjem tehnologije tkanina otkriva tj. kreira geometrijski oblik tkanine koja se drapira oko tijela, te se prilagođava pokretu tijela. Najuspješnija kreacija su mu vjetrovke tj. kabanice koje omotavaju tijelo i obilnu odjeću, ali i pružaju prilagodivost svog oblika prilikom rastezanja i slaganja. Težio je novim ekstravagantnim idealnim odjevnim predmetima, pa 1976. kreira pravokutnu pletenu tkaninu s rukavima koja kasnije postaje kaput koji se nosi uz kupaći kostim, a za kolekciju jesen/zima 1989-90 predstavlja kolekciju plisirane odjeće koja je njegovog kubističkog viđenja ljudskog tijela i pokreta. Miyake također radi i s tradicionalnim kimonom, te eksperimentira s papirom i drugim sl. materijalom kako bi našao baš onaj savršen za svoju odjeću. Kreacijama istražuje svenmirske oblike, ali one su nosive, postoje u jednoj formi, a transformiraju se u drugu trodimenzionalnu prilikom nošenja. Te transformacije vidljive su u velikom broju plisirane odjeće iz 1989., a 1993. i u "Pleats Please" liniji u kojoj je odjeća prvo iskrojena, a zatim podvrgnuta procesu plisiranja, što je suprotno od uobičajenog. Veliki krojevi odjeće od laganog poliestera stavljeni su u stroj za plisiranje, a rezultat toga je odjeća koja se lako pere, brzo suši i ne gužva. Prvu "Pleats Please" trgovinu otvara 1998. u New Yorku, a njegovo stalno istraživanje dovodi do važne revolucije u dizajnu odjeće – masovne proizvodnje odjeće koja je dizajnirana kako bi je svaka osoba individualizirala na svoj način. 1999. predstavlja "A-POC" liniju u kojoj se nalazi pleteni komad odjeće u obliku cijevi, a kupac škaram reže određeni dio prema uputama kako bi izradio svoj komad odjeće, određujući dužinu kroja, rukava i oblik ovratnika, te iste godine otvara istoimenu trgovinu. Issey Miyake transformira tkaninu (prirodnu ili umjetnu) u odjeću, a 2016. godine proslavio je 45. godišnjicu rada. [1]

3.14. CALVIN KLEIN

Calvin Klein je modni dizajner koji prikazuje senzibilnost prema minimalističkoj estetici koja je i danas vidljiva kao nekada. Kreacije večernje odjeće daju dojam delikatnosti i profinjenosti, zaobilazeći komplicirane krojeve kako bi se u njima lako kretalo. Minimalna konstrukcija odjeće potiče masovnu proizvodnju odjeće koja može biti svih veličina i za sve oblike tijela, a odabir kvalitetne tkanine poput vune, kašmira, pamuka i sl. luksuznih tkanina osigurava luksuznu, ali jednostavnu odjeću. Njegovi krojevi su rijetki i nenametljivi. Dosljednom promocijom parfema, traperica i donjeg veša, Klein ne propušta priliku u naglašavanju spola i seksualnosti. Počevši od reklame 1998. s mladim modelom Broole Shields, Klein pomiče i postavlja nove parametre promocije senzualnosti u svrhu mode, s reklama koje se vrte sve od tv-a, preko bilborda u Times Square-u, do tiskanih medija. Kampanje su mu sve naprednije, svaka nova reklama nadmašuje provokacije i prihvaćanje one prošle. Kreacije traperica i donjeg veša podiže na novi nivo, 90-ih uvodi parfeme koje mogu koristiti oba spola, a kroz promocije sve više naglašava seksualnost. Dnevnu odjeću izrađivao je od flanela, a jakne koje su krojene po uzoru na široke majice kombinirao je sa suknjama ili hlačama. Novinske naslove puni iz godine u godinu; 1976. večernja haljinom nalik spavaćici, 1977. odjećom s efektom metalika 1978. haljinom od pamučnog džerseja, te

mekim nekonstruiranim komadima odjeće od kože i antilopa, te 1983. pamučnim gaćicama s zatvaračem za žene. 1994. Calvin Klein Inc. postaje carstvo modne industrije proizvedeći mušku odjeću, žensku odjeću, parfeme, kozmetiku, naočale, čarape, jastučnice itd. 1995 uvodi liniju za dekoraciju doma pod nazivom " Calvin Klein Home". Calvin Klein ostaje dosljedan svojoj filozofiji da odjeća mora biti moderna, sofisticirana i minimalistička. [2]



Slika 9. Calvin Klein reklama iz 80-ih

3.15. YOHJI YAMAMOTO

Yohji Yamamoto japanski je dizajner koji smatra da mora postojati interakcija između osobe koja nosi odjeću, tijela i kreacije. U svom radu koristi metode slaganja slojeva, drapiranja i omatanja tijela, skrivajući ga mračnim, nestrukturiranim, zavijenim komadima odjeće baziranim na kimonu. Konstrukcija njegove odjeće nije vertikalna već kružna, ne izrađuje se od vrata prema dolje nego pravolinijskim dvodimenzijalnim pristupom koji istražuje asimetriju. Zbog toga njegove kreacije imaju čudne poklopce, džepove, slojeve, kose ovratnike i porube. Yamamoto umjesto klasičnih dekoracija koristi tkanine poput lana i rayon svile koje su sklone gužvanju, te tkanine teško pletenih površina. Inspiriran je praktičnom odjećom radnica sa streljivom 40-ih, pa kreira sličan kaput s reverom. Poznat je po korištenju crne boje koja je u njegovoj kulturi usko povezana sa samuraima, no 80-ih koristi mornarsko plavu i ljubičastu od čega ubrzo odustaje. Njegova modna kuća utemeljena 1976. proizvodi eksperimentalne "Yohji Yamamoto" linije, "Y&Y" liniju za muškarce sastavljenu od odjeće koja je jednostavna za nošenje, te "Workshop" liniju sastavljenu od ležerne odjeće. 1999. otvara svoj prvi butik u SAD-u, u New Yorku. U Parizu početkom 2000. predstavlja romantičnu liniju koja sadrži kapute, haljine od antilopa, te izvanredna odijela inventivno krojena drapiranjem, a krajem godine predstavlja liniju koja odiše elegancijom. Kolekcije Yohija Yamamota dan danas se smatraju čudnima i teškima za razumjeti, a ispunjene su slojevima simbolike i značenja. [1]

3.16. VIVIENNE WESTWOOD

Vivienne Westwood dizajnerica čije se kreacije opisuju kao izopačene, nebitne i nenosive, ali također se opisuju kao genijalne, subverzivne i nevjerojatno utjecajnim. Ona je među prvima koja je shvatila srž anti mode prepoznajući subverzivnu moć punk stila. U Londonu 70-ih s mužem Malcomom McLarenom drži butik "Let It Rock" koji je promijenio naziv nekoliko puta, 1972. "Too Fast To Live, Too Young To Die", 1974. "Sex", a 1977. "Seditionaries". Ime butika 1972. inspirirano je sloganom s motorističke crne kožne jakne koji najavljuje brutalnost koja se ubrzo širi kroz uličnu, ali i visoku modu. Kolekcija "Bondage" iz 1976. vrlo je bitna, kroz kolekciju se proteže crna boja, posebice crna koža i guma, a odjeća je ukrašena zakovicama, remenjem, vezicama, lancima i zatvaračima. Takva odjeća imala je mnogo značenja kako je sama Westwood izjavila "Odjeća iz Bondage kolekcije na oko djeluje ograničavajuće, ali kada je odjenete dobijete osjećaj slobode". Westwood je osuđena zbog majica na kojima su tiskane pornografske slike koje su bile protumačene kao upute na zlostavljanje djece, silovanje, agresivno ponašanje, a neke su imale svastiku iscrtanu preko slike grupe Queen. U modu je uvela donji veš kao regularnu odjeću kao npr. grudnjak koji se nosi preko haljine, a također uvodi i ekstreme poput cipela s leopardskim uzorkom, visoke platforme i čizme s puno remenčića. 1981. predstavlja "New Pirates" kolekciju u kojoj revitalizira šešire i majice iz 18. st., a figurata pirata predstavlja buntovnika. 1980. mijenja ime butika u "World's End", a 1981. počinje prikazivati svoje kreacije u Parizu i postaje priznata dizajnerica. Kolekcija "The Savages" 1982. inspirirana plemenom sadrži tzv. oversized (preveliku) odjeću izrađenu od grubih tkanina s vidljivim šavovima. Naknade kolekcije poput "Buffalo", "Hoboes", "Witches" i "Punkture" nastavljaju kolaž raznih oblika i

slika. 1985. predstavila je "mini-crini" kratku suknju s obručem inspiriranu krinolino, koju je iskombinirala sa sakoem i plaformama. Revitalizirala je korzet, prisvojila je odjeću u kompletu, tvid tkaninu, te tradicionalne simbole kraljevstva. Otvara butik u Tokiju 1996., a 1997. predstavlja kolekciju "Anglomania" izrađenu od trapera. Vivienne Westwood nastavila je kreirati odjeću koju predstavlja iz sezone u sezonu. [2]

3.17. GIANNI VERSACE

Gianni Versace je modni dizajner prepoznatljiv po odjeći koja se lako odijeva, koja je udobna, a koja ističe tijelo. Pokazao je raskošnu i fascinantnu odjeću inspirarnu različitim temama, bojama i silueatama na svijetskoj pozornici. Njegove kreacije su osebujne, postižu estetiku avangarde i komercijalni uspjeh održive odjeće. Bio je organizator svog stila, zahtjevao je vlast nad svojim imidžem, promocijom, muškom odjećom, ženskom odjećom i modnim dodacima. Njegov dizajn odjeće karakterizira zainteresiranost za tkanje, vezovi, metalne mreže, crno bijele mreže i njihove preinake, te otkrivanje tijela dramatičnom i seksipilnom odjećom za žene. Kontura je važan dio većine njegovih odijela, haljina, i kaputa čiji rubovi tkanine određuju obrise struka, ramena i sredine prednjice. Brinula ga je tzv. metamoforična odijela koja se mogla shvaćati i nositi na nekoliko različitih načina pa se u svojim kreacijama ugledao, osim na Milano i Pariz, na Tokijo. Njegove metalik hlače za žene (variraju od širokih do uskih hlača), galanterije za žene, te krupni šljokasti modni dodatci kreirali su sliku žene kao mješavine sirene i amazonke. Njegov logo glava meduze postaje zaštitni znak 80-ih. Elegantne osobine njegovih kreacija vidljive su u korištenju biserne boje, uzorcima geometrijskih oblika, asimetričnim ovratnicima i raskošnim uzorcima tkanina. Luksuzne tekstilije, klasične reference, dijagonalni krojevi, kombinacije kao npr. tkanine s 2 lica (koža i vuna), vezom optočena tijela, meke graciozne suknje, načinio je prepoznatljivim Versace stilom. Muške kreacije također su naglašene odijevanjem tijela u kožu, odvažnom siluetom, i prevelikim veličinama. Čak i u muškoj odjeći eksperimentira s asimetrijom i dijagonalnim krojem. Te kreacije često su bile osuđivane kao futuristične jer su zbog prevelikh ramena i tehničim detaljima podsjećale na znanstvenu fantastiku. Gianni Versace ubijen je 1997. godine, a njegovu modnu kuću nasljedili su njegova sestra i brat Donatella i Santo Versace. [2]



Slika 10. Versace haljina iz 90-ih

3.18. JEAN PAUL GAULTIER

Jean Paul Gaultier je modni dizajner poznat po uvođenju uličnog stila u visoku modu čime ga čini glamuroznim. Naizmjenice nadrealna, ali ne i bizarna, buntovna, ali nosiva odjeća koju je kreirao redefinira pojmove ukusa i elegancije odjeće. Njegova odjeća često sadrži povijesne i književne reference što je vidljivo u heraldičkim motivima koje koristi kasnih 80-ih i u kolekciji inspiriranoj slikarom Toulouse-Lautrecom iz 1991. 80-ih korzet, koji se prije nosio kao dio donjeg veša, uvodi kao zaseban dio odjeće, te 1982. čak predstavlja i korzet haljinu. Ta njegova zamisao zaludila je javnost kada je dizajnirao kostime za Madonninu turneju "Blond Ambition" 1990. Gaultier je 1984. odlučio izrađivati i mušku odjeću jer je primjetio da muškarci kupuju njegove ženske jakne zbog neobičnog kroja i odabira tkanine, te je započeo s preradom prugastih odijela i za muškarce i za žene. Redizajnirao je klasike poput mornarskog sakoa i tzv. Fair Isle džempera, te ruši granice suknjama, korzetima i tutama za muškarce u kolekciji "Man-Object". Na jednoj njegovoj reviji su upravo zbog tog prikaza rušenja granica, ženski modeli pušili lule, dok su muški modeli hodali u proziranim, čipkastim suknjama. Gaultierovi redefeinerani krojevi muške odjeće prepoznatljivi su po detaljima poput metalnih šiljaka na ovraticima i proširenja ramena. Strukturirani komadi odjeće poput jakna su prerađeni tako da su dužne između kukova i sredine bedra čime se postiže silueta oblika pješčanog sata. Tkanine koristi na neobični način kao npr. šifon za hlače ili delikatne tkanine koje se inače koriste za večernju odjeću koristi za svakodneve komade odjeće. To je rezultiralo uzorkom tekstila koji ima glavu Mickey Mouse-a, te pletenim džeperima koji su produženi u haljine koje na mjestu grudi imaju ispletne šiljke. 1998. predstavlja jesensku kolekciju koja sadrži pletene džempere ukrašene perlama i karirane suknje što je oduševilo kritičare jer je bila inovativna, a nosiva i elegantna. Najkontroverznija kolekcija predstavljena

je 1993., a inspirirana je tradicionalnom odjećom hasidskih židova. Ostale kolekcije 90-ih inspirirane su odjećom mongola, subkulturom punk iz Londona, kulturom eskima i sl., među njima se pronašla i kolekcija posvećena dizajneru Pierre Cardinu, te kolekcija inspirirana serijom "The Love Boat". 1997. otvara svoju modnu kuću, te stvara reputaciju neobične odjeće kvalitetnog kroja kao npr. odjeća bez naramenica i traper haljina ukrašenu perjem. U proizvodnju uvodi nove kategorije kao što su satovi, cipele i parfemi. Jean Paul Gaultierove kolekcije možda se čine avangardnima, ali uvijek su temeljene na sjajnim krojevima koji su inovativni, ali uvjerljivi. [3]



Slika 11. Kostim za Madonninu turneju 1990. godine

3.19. DOLCE&GABBANA

Najuspješniji dvojac u povijesti mode Domenico Dolce i Stefano Gabbana pojavili su se na modnoj sceni s prvom kolekcijom ženske odjeće 1985. Stvari poput satenskih korzeta, crnih samostojećih čarapa, mrežastih čarapa i spavaćica ukrašenih krznom modernizirali su i sklopili na način da postanu dio otmjene odjevne kombinacije glamuroznog izgleda 90-ih. Samopouzdanje i ironija su ključ Dolce&Gabbane; njihove klijentice imaju kontrolu, da li s bodijem ukrašenim sjajnim lažnim dijamantima koji je odabrala Madonna za pojavljivanje na Cannes Film Festivalu 1991, ili s plišanim sakoom empirijskog kroja i tajicama. Njihovi zajednički interesi daju osjećaj zajedništva kolekcijama, te njihov odmah prepoznatljiv izgled, a revije nose supermoseli i zvijezde s malih ekrana. To je slučaj i kod muške odjeće, prvi put prikazane 1990., dizajnirane kako bi komplementirala ženskoj. Zaposlili su krojačice za proizvodnju kolekcije muške odjeće u zemljanim tonovima smeđe boje, te crne i grimizne po uzoru na sicilijske bandite s maramama oko vrata, te na tetovirane motoriste s kožnim jaknama što su ublažili dodavanjem prepoznatljivih Dolce&Gabbana tajica. Pravi primjer toga je ljetna kolekcija iz 1992. inspirirana tehnikom tie-dye (tehnika bojanja tkanine vezanjem) 70-ih, nestrukturiranim odijelima, temeljena na visokom kopčanju i užem kroju u stilu 19 st., te pletenini kojom istražuje sve njene teksturalne mogućnosti. Utjecajna i inovativna odjeća izražava pouzdani, seksipilni glamur koji koliko god da je moćan, ne nadjačava osobnost

osobe koja je nosi što Dolce&Gabbana čini jednom od najvažnijih talijanskih modnih sila 20. st. 2001. održali su prvu reviju izvan Milana, a odabrali su da se održi u Los Angelesu nakon čega otvaraju butike diljem Azije, Sjeverne Amerike i Europe. Svoju ponudu šire uvođenjem parfema, naočala, odjeće za plažu, donjeg veša, namještaja za dom i kolekcije za tinejdžere. 1999. podijelili su liniju na 2 dijela pod nazivom Black koja sadrži odvažnije krojeve, te White koja je bila uobičajena i ležerna. Kroz kolekcije prisutni su životinjski uzorci, živahne boje, visokotehnološke i eksperimentalne tkanine, inspirirane donjim vešom, u kojima se kombiniraju stilovi i materijali poput konstruiranog korzeta. Zaštitni znak im je kombiniranje luksuza i udobnosti, a odjeća im uvijek sadrži dozu ležernosti. Dolce&Gabbana žele postići ležernu eleganciju što je opis senzibiliteta tipičnog za njihove kolekcije. [3]

3.20. MIUCCIA PRADA

Miuccia Prada modna je dizajnerica koja je obiteljski nasljedila modnu kuću Prada, koja se većinski bavila galanterijom, 1978. godine, a naučena je cijeniti kvalitetnu izradu kreacija. 80-ih godina počela je širiti asortiman svoje modne kuće modnim dodacima, ready to wear linijom i cipelama. Česti motivi koji su prisutni u njenim kreacijama su avangarda, bitnici i bohemi. Bila je među prvima koja je proizvela praktični, lagani, najlonski ruksak, te torbice od istog vodootpornog materijala na kojem se nalazio metalni Pradin logo, a ovisno o prigodi i godišnjem dobu mogle su se pronaći i kožne, u raznim bojama, te s resicama, a najelegantniji izbor bila je ona crne boje. Modna kuća Prada nastavila je s proizvodnjom galanterije kao što su antilopi ukrašeni pasmentarijom i svilenim resicama, kožni novčanici na kojima su utisnuti konstruktivistički motivi, role za nakit od teleće kože s snatilop podstavom, kovečezi od svinjske kože, te kožni privjesci za ključeve. Ready to wear linija predstavljena je 1989. godine. Inspirirana je njenim prvim kolekcijama crno bijelih haljina i sportske odjeće, izrađuje kostime za filmove Michelangela Antoninija. Prva kolekcija cipela bila je spoj klasicizma i elemenata avangarde što je vidljivo u tzv. oxford cipelama i izvezenim, te ukrašenim perlicama antilop papučama. 1994. diljem svijeta radilo je 45 Prada trgovina i 2 Miu Miu (nova linija odjeće koja je dobila ime po Miuccijinom nadimku) trgovine. Proizvodnja kolekcija za Miu Miu liniju pomogli su nekonvencionalni načini kombiniranja prirodne tj. ručne i strojne izrade. 1992. inspirirana odjećom iz svog ormara kreira kolekciju koja sadrži heklanu i zakrpanu odjeću, torbice inspirirane sedlom, te jakne, čizme i klompe od ovčje kože. Kreirala je novu liniju odjeće baziranu na prirodnim bojama i materijalima koji su odraz malih butika 60-ih. Njen izbor tkanina često je povezan s haute couture-om, ali je pojednostavljen za svrhu izrade sportske odjeće koja su svileni baloneri, dvostrana odjela od kašmira i najlonskim parkama ukrašenim krznom kine. U kasnim 90-im Prada se ponovno širi s novom trgovinom u Los Angelesu, a popularnost Miu Miu linije postaje sve veća i otvara se i nova Miu Miu trgovina u New York-u. 1999. Prada počinje i s proizvodnjom kozmetike, donjeg veša, te namještaja za dom. Miuccia Prada nastavila je kreirati i u 2000-tim godinama, a Prada je i dalje uzbudljiva modna kuća prepoznatljiva po eleganciji, te Miu Miu liniji odjeće. [2]



Slika 12. Pradina kolekcija iz 90-ih

3.21. MARTIN MARGIELA

Martin Margiela utjecani je modni dizajner avangardne mode koji je svoju prvu kolekciju predstavio 1989. i odmah postigao kulturni status. Kreirao je tzv. poderanu odjeću, a inspiraciju za rezanje odjeće pronašao je u poderanim majicama punkera, te u hlačama koje su poderotine dobile rezanjem sa žiletom. Raspleo je stare vojne čarapa i prekrasio ih u džempere, haljine od tila u jakne, crne kožne kapute u haljine, a od starih plastičnih torba za prljavi veš načinio je mnoge nove komade odjeće. Njegova inovacija bila je jakna, savršenog kroja od 3 različite tkanine, s rukavima koji su strgnuti, ali mogu se prikopčati na jaknu za što je inspiraciju našao u odjeći srednjeg vijeka. Čizme s prorezom na prstima u obliku devinog papka, te ćipkasta traka zavezana oko prstiju ruke, također su njegova inovacija, ali i iskaz buntovništva prema ortodoksiji u svijetu visoke mode. Margiela daje novi život starim i odbačenim komadima odjeće, reciklirajući ih, te naglašava prioritet individualne kreativnosti. 80-ih odabire prazan bijeli komad tkanine za svoju modnu kuću, te odbija pričati s medijima o tome što njegova odjeća znači. Njegova prednost je što je odličan krojač koji zna šivati, a odjeća iako je neobična savršeno je dekonstruirana. Takva estetika vidljiva je i na njegovim revijama koje se održavaju na neobičnim mjestima kao što su napušteno parkiralište u naselju siromašnih imigranata u Parizu, arena vojske spasa, a najveću pažnju dobila je revija održana na groblju gdje su istovremeno prikazane dvije kolekcije; jedna koja sadrži svu odjeću u crnoj

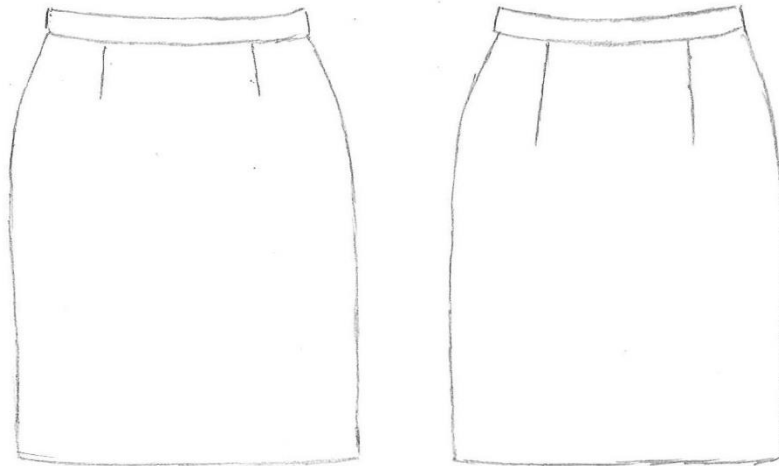
boji, a druga koja sadrži svu odjeću u bijeloj boji. Boje koje se nalaze u njegovoj paleti većinom su crna, bijela i crvena. Iznenadjuć korak u njegovoj karijeri bila je suradnja s modnom kućom Hermes, no ta suradnja pokazala se uspješnom jer je Margiela nastavio tradiciju luksuza karakterističnog za Hermes. Kolekcije su se sastojale od nježnih haljina, minimalističkih dvostranih džempera, te kaputa koji se mogu nositi kao plaševi. Martin Margiela nastavio je razvijati svoju modnu kuću, otvorio je prvi butik 1999. u Tokiju, s medijima komunicira isključivo putem fax-a, a u mirovinu je otišao 2009. [2]

4. ZAKLJUČAK

Kroz izradu ovog završnog rada susrela sam se s mnogobrojnim dizajnerima prošlog stoljeća, te izdvojila one čiji je rad ostavio trag u povijesti mode. Kroz stoljeće moda se mjenjala sukladno sa situacijama koje su zadesile društvo, nekad je šokirala, a nekad je bila vrlo prihvaćana u javnosti. Istraživanjem tih promjena mode saznala sam informacije o tome kada su se određeni komadi odjeće pojavili, tko je zaslužan za njihovu pojavu, kako su bili prihvaćeni, te kako su se nosili. Inspiraciju za izradu svoje kolekcije pronašla sam upravo u nekim od najupečatljivijih kreacija 20. stoljeća kao što su klasična Chanel odijela, ružičasta boja koja je zaštitni znak Else Schiaparelli, Diorova "New Look" kolekcija, te Versaceova kolekcija sa upotrebom zlatnih lanaca iz 90-ih. Kolekciju sam prikazala kroz 20 modnih crteža, te konstrukciju jednog odjevnog predmeta.

5. VLASTITI RADOVI

5.1. KONSTRUKCIJA SUKNNJE



Glavne tjelesne mjere:

Tv – tjelesna visina = 160 cm

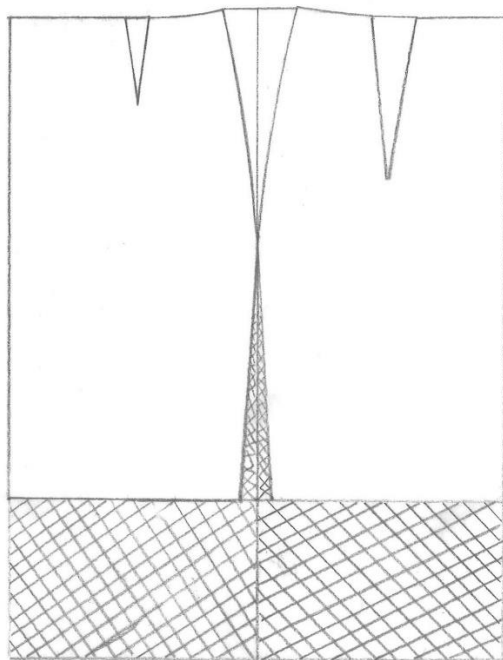
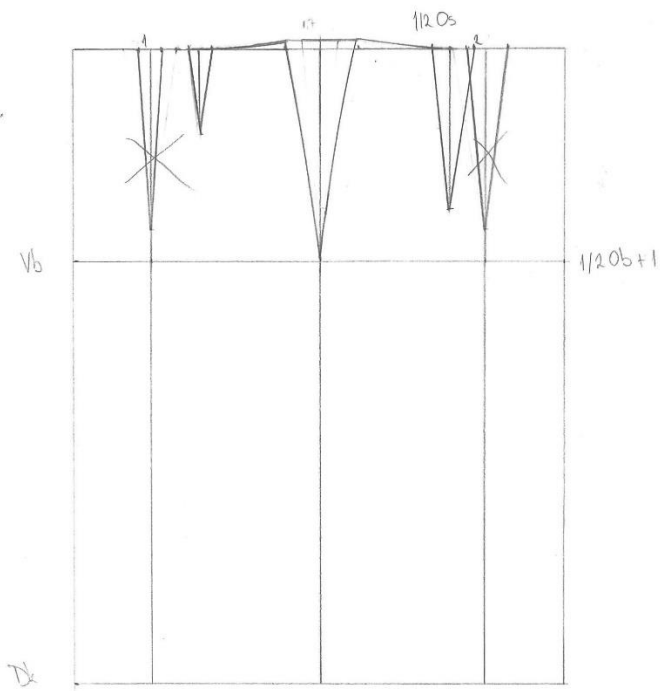
Os – opseg struka = 64 cm

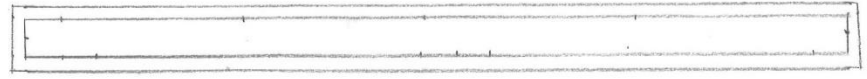
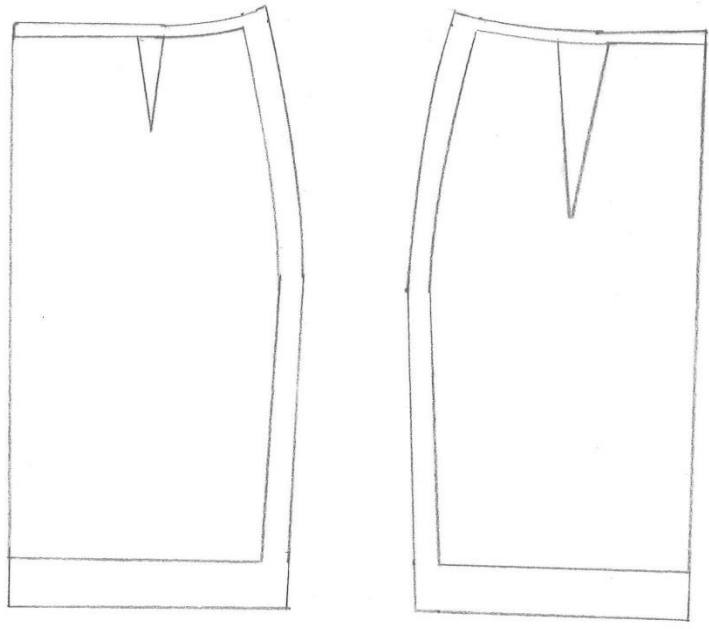
Ob – opseg bokova = 91 cm

Konstruktivske mjere:

Dk – duljina kroja = $\frac{3}{8}Tv = 60$ cm

Vb – visina bokova = $\frac{1}{8}Tv = 20$ cm¹





5.2. KOLEKCIJA MODNIH CRTEŽA







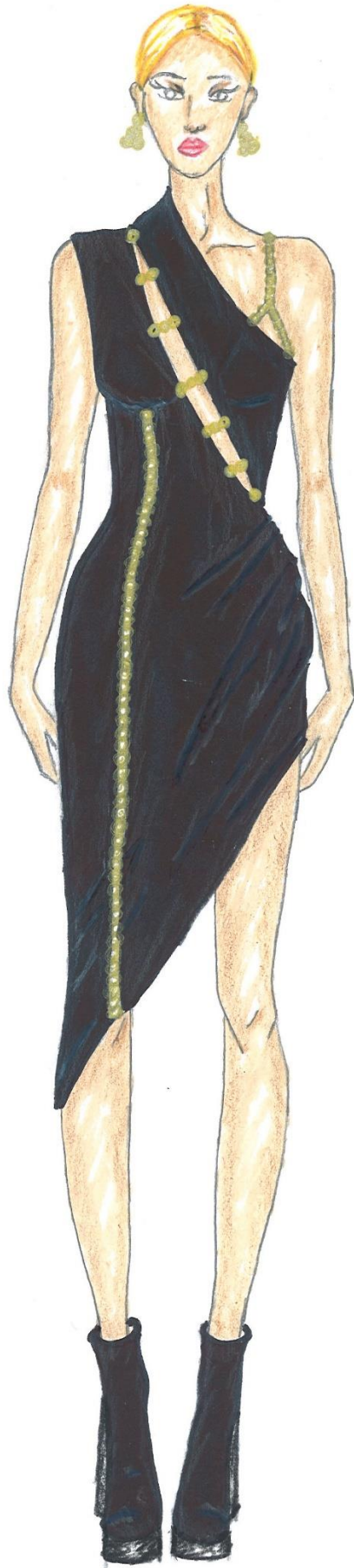


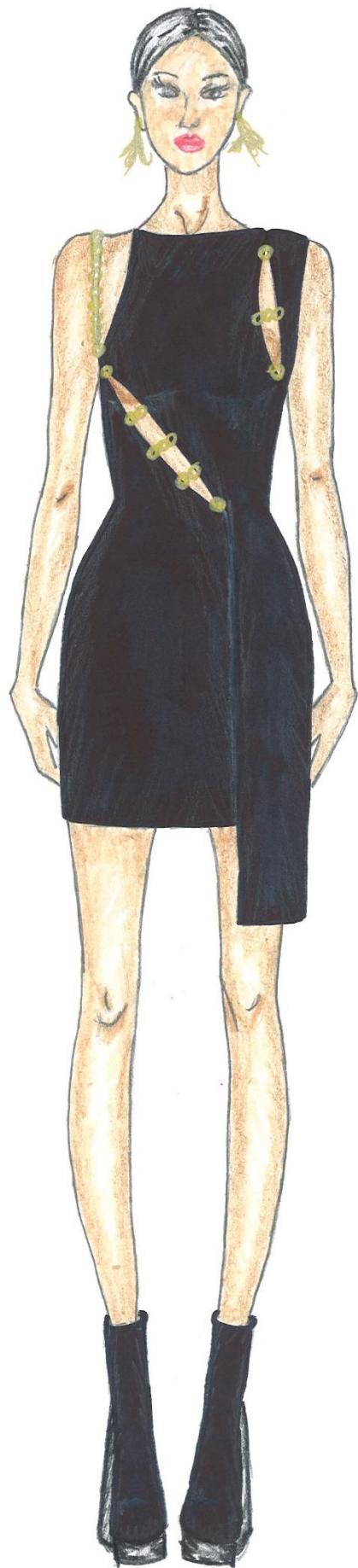
































POPIS LITERATURE

1. English, B: Japanese Fashion Designers, The Work and Influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo (2011)
2. Benbow-Pfalzgraf, T: Contemporary Fashion, Second Edition (2002)
3. Vinken, B: Fashion Zeitgeist, Trends and Cycles in the Fashion System (2005)
4. Polan, B., Tredre, R.; The Greatest Fashion Designers (2009)
5. Victoria and Albert Museum <http://www.vam.ac.uk/content/articles/i/introduction-to-20th-century-fashion/> (1.9.2021.)
6. The Fashion Folks <https://www.thefashionfolks.com/blog/quick-guide-20th-century-fashion/> (1.9.2021.)
7. Victorian Era <http://victorian-era.org/charles-frederick-worth-biography.html> (20.8.2021.)
8. Wikipedia https://en.wikipedia.org/wiki/Rudi_Gernreich (26.8.2021.)
9. Encyclopedia <https://www.encyclopedia.com/people/literature-and-arts/fashion-biographies/cristobal-balenciaga> (23.8.2021)

PRILOZI

Slika 1. Chanel odijelo <https://www.crfashionbook.com/fashion/a26551426/history-of-chanel-tweed-suit/> (4.9.2021.)

Slika 2. Crna Chanel haljina <https://www.dw.com/en/the-iconic-little-black-dress-turns-90/a-35932701> (4.9.2021.)

Slika 3. Ružičasta haljina <https://www.film-costumes.com/post/163947995124> (4.9.2021.)

Slika 4. Šešir nalik cipeli <https://www.npr.org/2014/10/11/354636723/schiaparelli-the-shocking-shadowed-life-of-a-fashion-icon?t=1631630881831> (4.9.2021.)

Slika 5. New Look <https://www.harpersbazaar.com/fashion/designers/g5139/christian-dior-1940s-photos/> (4.9.2021.)

Slika 6. Audrey Hepburn u Givenchy haljini u filmu Sabrina <https://www.flickr.com/photos/likeabalalaika/3826634324/> (4.9.2021.)

Slika 7. YSL haljine iz kolekcije inspirirane Modrianom <https://www.pinterest.com/pin/348958671099364151/> (4.9.2021.)

Slika 8. Chanel reklama s Lagerfeldovom kreacijom iz 1984. godine <https://www.pinterest.cl/pin/135952482484923974/> (4.9.2021.)

Slika 9. Calvin Klein reklama iz 80-ih <https://www.pinterest.com/pin/367113807108317352/>

Slika 10. Versace haljina iz 90-ih <https://www.vogue.fr/jewelry/galerie/the-most-incredible-vintage-chanel-jewelry-from-the-1980s-and-1990s> (4.9.2021.)

Slika 11. Kostim za Madonninu turneju 1990. godine <https://www.vogue.com/article/madonna-blonde-ambition-jean-paul-gaultier-cone-bra> (4.9.2021.)

Slika 12. Pradina kolekcija iz 90-ih <https://www.icon-icon.com/en/the-iconic-aesthetics-prada-geek-chic-and-pretty-ugly/> (4.9.2021.)