

Interpretacija dekonstrukcije kroz usporedbu dizajnera Issey Miyakea, Yohjia Yamamotoa i Rei Kawakubo

Petrić, Lorena

Undergraduate thesis / Završni rad

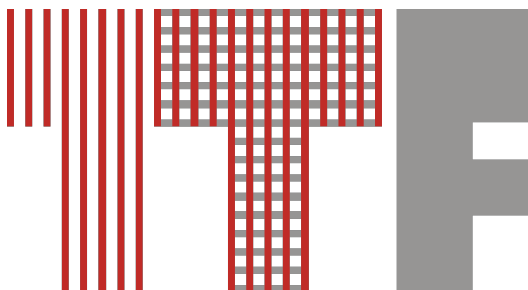
2022

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:201:041467>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-05-03**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO- TEHNOLOŠKI FAKULTET
ZAVOD ZA TEKSTILNI I MODNI DIZAJN

ZAVRŠNI RAD

**INTERPRETACIJA DEKONSTRUKCIJE KROZ USPOREDBU DIZAJNERA ISSEY
MIYAKEA, YOHJI YAMAMOTO I REI KAWAKUBO**

Mentorica: Izv.prof.art. Paulina Jazvić, ak.slik.

Puno ime autora: Lorena Petrić, 0117230528

Zagreb, Svibanj, 2022.

UNIVERSITY OF ZAGREB
FACULTY OF TEXTILE TECHNOLOGY
TEXTILE AND FASHION DESIGN
FASHION DESIGN

FINAL PAPER

INTERPRETATION OF DECONSTRUCTION THROUGH THE COMPARISON OF FASHION
DESIGNERS ISSEY MIYAKE, YOHJI YAMAMOTO AND REI KAWAKUBO

Mentor: Iyv. Prof. Art. Paulina Jazvić, ak. Slik.

Student full name: Lorena Petrić, 0117230528

Zagreb, May, 2022

DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Zavod za dizajn i tekstil

Broj stranica: 33

Broj slika: 34

Broj literaturnih izvora: 12

Broj likovnih ostvarenja: 30

Članovi povjerenstva:

1. Doc.art. Ivana Mrčela, predsjednica
2. Izv. Prof. Art. Paulina Jazvić, menotrica
3. Izv.prof. Blaženka Brlobašić Šajatović, članica
4. Doc.art. Marin Sovar, neposredni voditelj

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
2. RAZRADA TEME	2
2.1. DEKONSTRUKCIJA	2
2.2. JAPANSKA REVOLUCIJA	3
2.3. ISSEY MIYAKE	4
2.4. YOHJI YAMAMOTO	15
2.5. REI KAWAKUBO	24
3. ZAKLJUČAK	33
4. LITERATURA	34

SAŽETAK

U završnom radu ću se baviti japanskim dizajnerima Issey Miyake, Yohji Yamamoto i Rei Kawakubo, predstavnici japanske dekonstrukcije te ću navesti neke druge važne dizajnere koji su u većoj mjeri povezani s navedenim dizajnerima po kreativnim idejama. U eksperimentalnom dijelu će biti prikazane modne ilustracije nastale inspiracijom na njihov kreativni rad te ću koristeći se tehnikama akrilnih, uljanih i grafičkih tehnika predočiti vlastitu interpretaciju pojma dekonstrukcije.

Dekonstrukcija u modi predstavlja odricanje od tradicije, pobunu protiv svih dotadašnjih normi te preispituje shvaćanja temeljnih društvenih pojava kao što su spol, ljepota i estetika[1]. Prvi dizajneri koji su pojam dekonstrukcije u modi predstavili široj publici su dizajneri Rei Kawakubo i Yohji Yamamoto 1980- ih godina, a u sljedećem desetljeću će belgijski dizajneri Martin Margiela i Ann Demeulemeester postati glavni predstavnici dekonstruktivizma. Svaki od navedenih dizajnera su predočavali vlastitu interpretaciju ideje dekonstrukcije kroz svoje kreativno stvaralaštvo, zbog čega su na osebujan način ostavili trag na modni svijet i dali veliki doprinos u proširivanju do tada nedotaknutih društvenih koncepcija i njihove veze s odjećom i modom[2].

Kroz proučavanje rada i kreativnog razvoja Miyakea, Yamamotoa i Kawakubo te promatranje ideje dekonstruktivizma ne samo u modi već i šire, predočila sam vlastito shvaćanje dekonstrukcije u obliku 15 radova, A3 formata. Svaki rad uzima inspiraciju od neke druge kreacije i kolekcije.

KLJUČNE RIJEČI

Dekonstrukcija, anti moda, rastavljeno, nedovršeno, deformirano

1. UVOD

Japanska moda me interesira od samog početka studija, kada sam svoje prve modne ilustracije spontano krenula crtati inspirirajući se tradicionalnom odjećom i motivima iz različitih perioda japanske povijesti. Kada sam se susrela s japanskim dizajnerima Issey Miyake, Rei Kawakubo i Yohji Yamamoto fascinirao me njihov način razmišljanja i njihov radikalni pristup modi, koji je bio u kontrastu s tadašnjom modom sa zapada. Zaintrigirao me način gledanja na odjeću kao događaja koji se u trenutku formira i deformira, dajući promatraču i nositelju slobodu da samostalno interpretira smisao i svrhu odjeći. Dok se Issey Miyake ističe po korištenju inovativnih materijala kao što su pojedini sintetički materijali, razne vrste i oblici metala, žice i papira, Rei Kawakubo i Yohji Yamamoto se više ističu po svojim jedinstvenim i inovativnim oblicima i krojevima. [3]Svojim skandaloznim i prividno rastavljenim kreacijama kritizirali su tadašnje ideje ljepote i ženstvenosti, kao i dotadašnje nasljeđe mode. U svojim kolekcijama iznova eksperimentiraju s novim materijalima, oblicima, krojevima i efektima, postižući neočekivane i neobične rezultate, čime su trajno ostavili utisak na modnu industriju. Mada se ne privržavaju za tradicionalnu odjeću svoje rodne domovine, srž njihove filozofije je u neraskidivoj vezi s japanskim duhom, što se može vidjeti kroz njihovu fascinaciju sa nesavršenim i smisao za jednostavnost i funkcionalnost. Temeljitim promatranjem njihovog dugogodišnjeg kreativnog rada prikazati ću svoja dosadašnja prikupljena saznanja u nadolazećim poglavljima te ću, inspirirajući se njihovim kreacijama i kreativnim idejama naslikati 15 modnih ilustracija.

2. RAZRADA TEME

2.1. DEKONSTRUKCIJA

Kako bismo mogli jasno razumjeti kreativno stvaralaštvo japanskih dekonstruktora, prvo se treba razumjeti što predstavlja pojam dekonstrukcije, koji se prvi put javlja 1960-ih godina te cirkulira u različitim znanstvenim i umjetničkim poljima, točnije prvotno u filozofiji te zatim u obliku teorijske prakse u filmskoj umjetnosti, arhitekturi, grafičkom dizajnu, modnom dizajnu i multimedijским umjetnostima[4]. Dekonstruktivski pokreti se mogu karakterizirati kao jedinstvena razmjena između filozofije i pojedinih umjetničkih disciplina, gdje se stvaraju nove formacije brisanjem granica u sagrađenim društvenim konceptima pojedinih polja i koje su opće prihvaćene kao razlike u društvu. Kod Rei Kawakubo i Yohji Yamamotoa se to najjasnije može vidjeti u brisanju razlika između spolova, nositelja, i nosača te prostora i šupljine, dok kod Issey Miyakea ta ideja je vidljiva kod brisanja granica između tijela i odjeće. Važno je razumjeti da dekonstrukcija kakva je postojala 1980-ih godina nije se mogla definirati kao jedan jedinstveni pokret koji se može jasno karakterizirati jer nije još postojala metoda ili praksa kakvom ju se danas raspoznaje, zbog čega ju se opetovano pokušavalo pojednostavljeno opisati pridjevima poput 'rastavljeno', 'nedovršeno', 'reciklirano', itd [4]. Mada to jesu logični opisi odjeće kakvu su pravili japanski i belgijski dizajneri toga vremena, to aludira da postoji nekakva formula po kojoj se može napraviti dekonstruktivska odjeća, što je u kontrastu s idejom kakvo nudi francuski pisac Jacques Derrida, koji je prvi dao moguća tumačenja pojma dekonstrukcije. Po naglascima Alison Gill koja se referirala na Derridove riječi upućene pismom Toshihiko Izutsu (1988.) dekonstrukcija se ne može gledati kao 'metodu' koja ima određeni set pravila koje se moraju zadovoljiti kako bi bila legitimna niti ne može biti karakterizirana kao nekakva signatura, već ju je opisao kao događaj, koji je nezavisan o organizaciji i svijesti objekta[5][6].

Dekonstrukcija je danas poznata kao jedan vrsta pobune protiv svih tradicionalnih pravila i koja pruža sasvim novi način gledanja na umjetnost i okolinu te pruža novi način umjetničke komunikacije između kreatora, nositelja i promatrača. I dok se broj modnih dizajnera i umjetnika koji se bave dekonstrukcijom povećao u proteklih godina, osim triju japanskih dizajnerima o kojima će biti riječ u nadolazećim poglavljima, među najutjecajnije dizajnere dekonstruktore se

ubrajaju i belgijski dizajneri Martin Margiela, grupa dizajnera poznati kao Antwerp six¹ te Hussein Chalayan.

2.2. JAPANSKA REVOLUCIJA

Ono što je važno naglasiti prije analiziranja rada Issey Miyake, Yohjia Yamamotoa i Rei Kawakubo jest što se Miyake jasno stilistički izdvaja od Yamamoto i Kawakubo, osobito po pitanju načina prakticiranja dekonstrukcije. Mada svi troje dizajnera pripadaju generaciji koja odrastala u poslijeratnom Japanu i posljedice koja su nanijela ratna razaranja neupitno su utjecali na njihov način razmišljanja i cjelokupni kreativni rad. Kod Miyakea se taj utjecaj vidi više kroz optimistički pogled na budućnost i idelizirani pogled na odjeću koja je istovremeno kreativna i pristupačna ljudima bez obzira na klasu. Kada je 2009. dao intervju za New York times, po prvi put je iskazao na koji način je ratno razaranje i pad atomske bombe na njegov rodni grad Hiroshimu utjecao na njegov život i umjetničko izražavanje, iskazao je kako 'preferira razmišljati o stvarima koje se mogu stvoriti, a ne uništiti, te koje donose ljepotu i sreću. Gravitirao sam prema polju modnog dizajna djelomično zato što je to kreativni format koji je moderan i optimističan' (Miyake 2009.) [8]. Uzimajući u obzir Miyakeov način razmišljanja, može se jasno vidjeti razlika u načinu ekspresije tog iskustva kroz modu i kako pristup koji uzimaju Yohji Yamamoto i Rei Kawakubo više naginje pobuni, anti modi i estetiziranju ružnoće i izdeformiranosti, stvarajući kreacije koje su po svemu bile suprotne od tadašnjeg pariškog glamura. Dok se tada u visokoj modi fokusiralo na glamurozne kreacije koje ističu ženske obline sa širokom paletom boja i materijala, Yamamoto i Kawakubo su prezentirali predimenzionirane kreacije nepravilnog kroja sa neobično pozicioniranim džepovima i mjestimično poderanim i nedovršenim dijelovima, bez jasnih naznaka za koji spol i građu je odjeća napravljena, a još manje davajući dojam da je to odjeća koju bi se nosilo na svečanim ili formalnim prilikama. I dok su po modnim pistama vladale najšarenije palete boja, kod Yamamoto i Kawakubo se u ranim kolekcijama jedino mogla vidjeti crna, po čemu su postali najprepoznatljiviji u ranim 1980-ima i po čemu se njihov utjecaj na modu najjasnije mogao vidjeti. Već od ranih 1980-ih crna boja postaje dominantna boja u svakodnevnoj i večernjoj odjeći. Manekenke koje su nosile kreacije se još manje mogu opisati kao 'glamurozne' i 'ženstvene', sa rasčupanom i prljavom

¹ *Antwerp six* je naziv za skupinu od šest dizajnera koje povezuje dekonstrukcijski pristup modi i dizajnu te koji su završili Antwerp školu za modu i dizajn, a među njih se ubrajaju Dries Van Noten, Ann Demulemeester, Dirk Van Saene, Walter Van Beirendonck, Dirk Bikkembergs, i Marina Yee. [9]

kosom i šminkom koja je davala dojam da su manekenke imale modrice po licu te bolesne i bljedunjave puti, dodatno iskazujući fascinaciju sa nesavršenosti i nekonvencionalnom ljepotom[8]. No, prije dolaska na parišku scenu i stvarajući šok u tadašnjem modnom svijetu, Yamamoto i Kawakubo su do tada već značajne uspjehe ostvarili u svojoj rodnoj zemlji Japanu, no u kojoj nisu imali željeni prostor za kreativnije izražavanje, zbog čega će ih putevi dalje odvesti u Pariz.

2.3. ISSEY MIYAKE

Issey Miyake rođen je 1938. godine u Hiroshimi, Japanu. Miyake je završio grafički dizajn u Tokyo, a prvu modnu kolekciju prezentirao je 1963. godine pod nazivom 'Poem of cloth and stone' u kojem se bavi konceptima mode i trenda, koji u tadašnjem Japanu nisu imali jasnu razliku, što ga je potaknulo da pokuša sam definirati njihove razlike. U toj izložbi, Miyake predstavlja dvije glavne ideje: Prikaz mode kakvu se predstavlja potrošačima u promidžbenim fotografijama i kakvu ju se prezentira u modnim časopisima. U kolekciji predstavlja koncept kojeg će se držati i cijelu svoju karijeru, a to je stvaranje nosive odjeće.[7]



Sl.1.: Issey Miyake, 2014.

1965. godine Miyake odlazi u Pariz polaziti školu *Chambre syndicale de la couture parisienne* te će raditi kao učenik za modne dizajnere Guy Laroche i Givenchy do 1969. godine kada odlazi za New York gdje će postati pomoćni dizajner u modnoj kući Geoffrey Beene. 1970. se vraća u Japan gdje osniva *Miyake design studio*, modnu firmu koju će sljedećih 20 godina voditi uz potporu dizajnera Naoki Takizawe, tekstilne dizajnerice Makiko Minagawa, Midori Kitamure i drugih dizajnera koji će kasnije imati uspješne samostalne modne karijere.

Te iste godine će sudjelovati u jednoj izvedbi *The Toray Knit Exhibition*, u kojoj je glavna tema bila 'Constructible clothes' i u kojoj će nagovjestiti svoje nadolazeći dugogodišnji projekt *A piece of cloth*, što će uvelike zabilježiti njegovu karijeru dalje. Odjeća u izvedbi je napravljena od više različitih komada tkanine koje su modeli skidali jedno po jedno tijekom izvedbe, no prilikom

ponovne rekonstrukcije ti isti komadi tekstila formirali su jedinstvo koje simbolizira rane faze razvoja industrijski proizvedene odjeće[7]. U kreacijama se vidi Miyakova inspiracija tradicionalnom japanskom odjećom, ali i njegoa usmjerenost prema bezvremenskoj modi[7].



Sl. 2. Issey Miyake, *Constructible Clothes*, 1970.

Izložba je sumirala njegovo tadašnje kreativno stvaralaštvo te je predstavila koncept kojem će se iznova vraća u svojem kreativnom stvaralaštvu, a to je naglas na stvaranje industrijski proizvedene odjeće, eksperimentiranje s novim umjetnim sintetičkim materijalima te fokus na davanje maksimalne slobode tijelu za pokret. Svoju prvu kolekciju u inozemstvu izlagat će u New Yorku 1971. godine, a 1973. izlaže svoju prvu kolekciju u Parizu gdje će nastaviti izlagati svake godine po dvije kolekcije sve do danas[7].

1978. godine Miyake objavljuje knjigu *Issey Miyake East Meets West*, u kojoj je prikazao svoje kreativno stvaralaštvo u periodu od 1970. do 1977. godine. U knjizi se vidim Miyakeova svestranost i njegoa želja za stvaranjem odjeće koja nadilazi kulturološke granice, spajajući odjeću inspiriranom raznim svjetskim kulturama i time gradeći novu predodžbu o odjeći i o tome tko ju može nositi i kako ju se može nositi. Takav način doživljavanja odjeće je u velikoj mjeri

povezan s vremenom u kojem je Miyake odrastao, kada je Japan tek počinjao osjetiti zapadnjački utjecaj na njihovu kulturu i to je neizbježno imao utjecaj i na njegov kreativni rad, kako objašnjava u intervjuu 1984., 'Upravo nedostatak zapadnjačke tradicije je bio ključni faktor u mom kreiranju moderne i univerzalne mode. Međutim, ja kao Japanac dolazim iz jedne kulture bogate nasljeđem... Kada sam shvatio te dvije prednosti kojima sam blagoslovljen počeo sam eksperimentirati sa stvaranjem novim žanrom odjeće, koja nije niti zapadnjačka niti istočnjačka nego ona koja nadilazi nacionalnosti. Nadam se stvaranju nove, univerzalne odjeće koje je izazovno za naše doba'(Miyake, 1984)[8]. 1979.



Sl. 3. Issey Miyake *East meets west*, 1978.

Nakon objavljivanja ove knjige Miyake će proširiti svoj kreativni rad dalje na umjetnost, dizajn interijera, arhitekturu i druge umjetničke grane, što je sve više umjetnika tada prakticiralo pod utjecajem postmodernističkog pokreta. Svojim izrazito kritičkim pristup naspram tadašnjeg društva, umjetnici su kroz eksperimentiranje s različitim poljima sve više surađivali, stvarajući jedinstvene umjetničke kolaboracije, što se u slučaju mode osobito može vidjeti njezinim povezivanjem s arhitekturom i glazbenom umjetnošću. [7]

Od 1983. do 1985. Miyake će prezentirati svoju 1. samostalnu izložbu pod nazivom *Issey Miyake Spectacles: Bodyworks*, koja se izlagala u galerijama od San Francisca preko Londona do Tokya. U ovom periodu Miyake se počinje temeljito baviti nekonvencionalnim tehnikama i materijalima za izradu svojih radova i posvetio je veliku pažnju u proučavanju plastičnosti ljudskog tijela, prije svega naglašavajući konceptualne ideje ženske ljepote. Miyake će nakon *Bodyworks* izložbe nastaviti se baviti proučavanjem novih materijala za korištenje pri realiziranju svojih radova, što će nanovo uroditi plodom u obliku sedamdeset i šest kreacija u kolekciji pod nazivom *A- UN*, održanom 1988. godine

Sl. 4. *Issey Miyake Spectacles: Bodyworks*, 1983.





Sl 5. *Issey Miyake Plastic body, 1983.*



Sl.6. *Issey Miyake Wire body, 1983.*

U kolekciji se koristi najnaprednijim tehnologijama u području proizvodnje odjeće kako bi pretvorio razne prirodne materijale kao što su svila, pamuk i bambus u sintetičke i pristupačnije materijale koji se mogu masovno proizvesti, a koji također dobivaju nova i zanimljiva fizikalna svojstva. A-UN također predstavlja Miyakeov početak s eksperimentiranjem s plisiranim materijalima te preusmjeravanje prema jednostavnim i funkcionalnim formatima odjeće[8].

Miyake će u svojoj karijeri surađivati sa raznim konceptualnim umjetnicima i fotografima, a u periodu između 1986. i 2000. napraviti će seriju fotografija i knjiga sa cjenjenim američkim fotografom Irving Penn. Penn dobiva kompletnu slobodu u odabiru i načinu prikaza kreacija te ih prikazuje s fokusom na geometrijske oblike koji čine pojedine odjevne komade te ih pretvara u

gotovo apstraktne plohe, što postiže pokrivanjem gotov u cijelosti modele te korištenjem neutralne bijele pozadine[8]. Kolaboracija sa Pennom je bila značajna za Miyakea jer mu je pružalo dodatno inspiracije i usmjerilo ga u nove kreativne smjerove, kako i sam kaže u intervju sa Kazuko Sato ' Da nisam radio s Irving Pennom, vjerovatno bi postao komercionalno uspješan, no vjerovatno ne bi napravio doprinos u području dizajna. Mislim da bi zaboravio motivaciju koju sam imao dok sam započinjao karijeru'[7]. Fotografije su se tijekom godina skupile u niz knjig, među koje se ubrajaju *Issey Miyake: photographs by irving Penn* (1988.), *Issey Miyake by Irving Penn* (1989.) i *Irving Penn regards the works of Issey Miyake* (1999.))[8].



Sl. 7. *Issey Miyake, Irving Penn, 1991.*

Među najuspješnije Miyakeove projekte zasigurno se može uvrstiti kolekcija *Pleats pleas*, realiziranom 1993. nakon pet godina intenzivnog ulaganja i istraživanja. Inspiriran plisiranim kreacijama španjolskog modnog dizajnera Mariano Fortunia, Miyake bazira kolekciju na plisirane haljine, ali od industrijski proizvedenih sintetičkih materijala s idejom da ju može obući svaka žena bez obzira na dob i oblik tijela, koja je relativno financijski pristupačna i koja je napravljena sa dotada najrazvijenijim tkaninama u području sintetičkih vlakana. Radi se o kreacijama napravljenima isključivo od plisirano poliestera različitih boja i modela, no ono što čini proizvodnju ove kolekcije revolucionarnom je što su plisevi na tkaninu dodani nakon što se već model sašio i skrojio, što je obrnuti redosljed od klasičnog procesa pravljenja plisirane odjeće, koja se uvijek plisira prije krojenja i šivanja modela. Proces je započinjao tako što se model prvo reže i sastavlja dok je 2 i pol do 3 puta veći od svoje pravilne veličine, nakon čega se pomoću peglanja, savijanja i pomoćnih šavova prave privremeno ravne linije. Tkanina se nakon toga stavlja u tiskarski stroj između dva komada papira gdje u konačnici postane plisirana.[7]



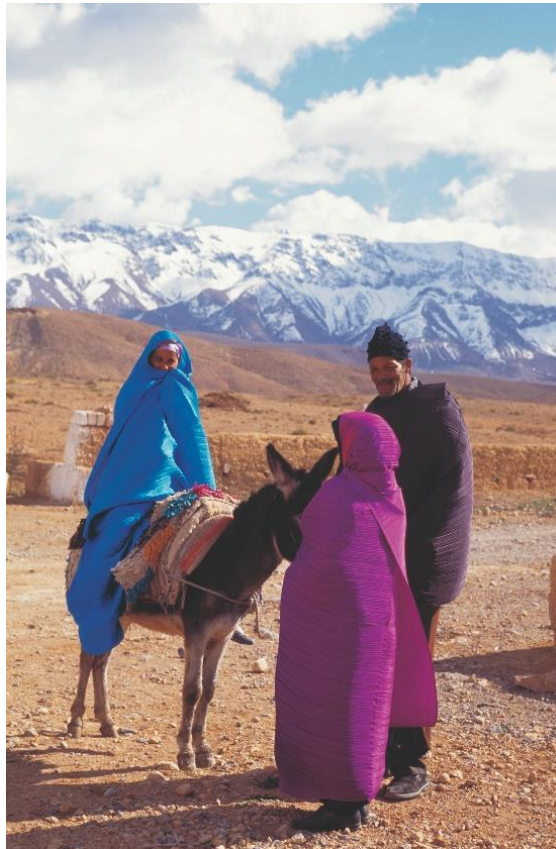
Kolekcija je bila fotografirana na različitim lokacijama oko svijeta i na ženama raznih etničkih podrijetla i dobnih skupina, čime je Miyake htio predložiti svoju želju da pravi odjeću za sve žene, bez obzira na njihovo podrijetlo, rasu i dobnu skupinu. Miyake je primjetio da je takava vrsta proizvodnje tkanine idealna za plesачke kostime te potaknut interesom za promatranje odnosa između tijela i odjeće te kako se oni ponašaju u pokretu rezultirati će kolekcijom plisiranih kreacija za plesачku izvedbu Williama Forsythea 1990. godine. Kolaboracija će ga dodatno inspirirati na eksperimentiranje s plesачima kao glavnim modelima svojih odjevnih kolekcija, što će se prenijeti i na modnu pistu[8].

Sl. 8. Issey Miyake *Please, please* kostim za plesnu izvedbu frankfurtskog baleta u

koreografiji Williama Forsythea, 1991.



Sl.9.: Issey Miyake Pleats pleas travell through the planet , 1997.



Sl. 10. Issey Miyake Pleats pleas travell through the planet, 1997.[9]



Sl. 11. *Pleats please Issey miyake guest artis: Yasumasa Morimura, pret- a- porte kolekcija za ljeto/zima 1996 [12]*

Miyake će nakon *Pleats please* kolekcije početi izbacivati dvije *pret- a- porte* kolekcije godišnje, iznova nastojeći biti inovativan surađujući s novim umjetnicima, među koje se ubrajaju Nobuyoshi Araki, Tim Hawkins, Yasumasa Morimura i Cai Guo-Qiang s kojima će praviti *Guest artist* seriju u kojoj svaki umjetnik predočava svoj umjetnički koncept na pojedine plisirane kombinacije za *pret- a- porte* kolekciju *Pleats please Issey Miyake*. [7] Ovakvim kolaboracijama Miyake iskazuje svoju ustrajanost u stvaranju pristupačne i industrijski proizvedene odjeće koja je pristupačna svakodnevnim ljudima, a koja pri tome ne gubi na svojoj autentičnosti kao samostalna kreacija u serijski proizvedenoj kolekciji.

1999. godine Miyake predstavlja *A-POC* ('*A piece of cloth*') revolucionarni projekt na kojem je eksperimentirao proteklih 10 godina uz pomoć tekstilnog dizajnera Dai Fujiwara. Radi se o projektu gdje je odjeća napravljena od jedne niti te sastavljena pomoću industrijskog tkalačkog stroja programiran pomoću računala[10]. Glavna ideja koja leži iza projekta je ne rezati materijal kako bi se maksimalno sačuvale njezine fizikalne karakteristike i iskoristio njezin oblik, ali i kako bi se minimizirao trošak materijala prilikom proizvodnje, davajući naglasak na ekološku održivost odjeće. To je futuristički i interaktivni modni sistem u kojem odjeću prodaje kao 'enasmble', ne utiskivajući svoje ime na odjeću, ostavljajući mogućnost da kupac sam izreže i oblikuje odjevni komad, davajući im mogućnost da sami postanu svoj dizajner[10]. Kada je kolekcija prvotno bila lansirana postigla je uspjeh u Tokyu, no u Parizu se nije pokazalo toliko uspješno kada mu se otvorila tamošnja prva prodavaonica 2000. godine. No bez obzira na manjak zainteresiranosti od strane tadašnjih europskih kupaca, način proizvodnje koji je Miyake predstavio u *A-POC*-u je revolucionaran jer se radi o proizvodnji u kojoj se ne koriste šavovi ušiveni šivaćim strojem već o mehaničkoj proizvodnji programirana računalom, što ima potencijal radikalno promjeniti današnju industrijsku proizvodnju odjeće[8].



Sl.12. Issey miyake, *A-poc* (*A piece of cloth*), SS1999.[13]



1998. Miyake organizira izložbu *Making things* u *Cartier fondation of contemporary art* u Parizu gdje izlaže svoje radove koje je napravi u proteklih 10 godina. Osim raznih kreacija iz kolekcija *Pleats, please* i *A-POC* u sklopu izložbe je također bila uključena linija *Starburst*, kojoj je cilj obratiti pozornost na negativni ekološki utjecaj koji modna i tekstilna industrija ima na okoliš i demonstrirati kako se može doći do inovativnih rješenja .

Sl.13.: Issey Miyake, *Starburst*(kolekcija jesen/zima 1998), prizor sa izložbe *Making things*, Pariz, 1998.[13]

Sl. 14. Issey Miyake, *Starburst*(kolekcija jesen/zima 1998.)[14]

U liniji *Starburst* Miyake se koristi tehnikom termalnog tiskanja kako bi dobio metalik papir u kombinaciji s različitim iskorištenim odjevnim predmetima sastavljeni od materijala kao što su pamuk, vuna i jersey[7]. Kada bi se odjevni predmet nosio metalizirani papir bi mjestimično pucao ili se rastezao, otkrivajući tkaninu koja se nalazi u sloju ispod metala. Miyake je *Starburst* kolekcijom predstavio samo još jedan od niza inovativnih i ekoloških načina proizvodnje odjeće, dok pri tome i dalje ostaje u industrijskoj proizvodnji koja daje nositelju mogućnost samostalog određivanja načina nošenja te odjeće i da uživa u kreativnosti i individualnosti tog odjevnog predmeta.



Kao i mnogi drugi dizajneri, Miyake je izdao liniju muških i ženskih parfema, od kojih je prvi bio ženski parfem *L'eau d'Issey* 1992. godine, nakon čega su uslijedili muška verzija *L'eau d'Issey Pour Hommes* 2004., *L'eau Bleue d'Issey Eau* 2006. godine, *Drop on a petal* 2007. godine i *Reflection on a drop* 2008. godine. Miyake je kroz svoju dugu karijeru uvijek demonstrirao jedan optimistični pogled na stvarnost i na budućnost, tražeći nove načine proizvodnje i kreativnog izražavanja, kao i smisao za jednostavnost. Njegove kolekcije odišu bezvremenskom kreativnošću i zaigranošću, ne davajući dojam da je išta rezervirano samo za posebne i privilegirane pojedince, već da ju može nositi žena ili muškarac bez obzira na podrijetlo, dob i izgled. Naprotiv, u kolekcijama se, ponekad manje ili više očito, šaljivo izruguje glumom i elitizmom koji prati modu kroz njezinu povijest. I mada se od 1990- ih posvećuje istraživačkim radom u području proizvodnje te se od 2012.. posvećuje vođenju prvog japanskog muzeja dizajna 2121 DESIGN SIGHT, Miyakeov utisak koji je ostavio na modu se nastavlja vidjeti, zbog čega će ostati neizostavni dio ne samo povijesti mode, već umjetnosti 20. stoljeća općenito.

2.4.YOHJI YAMAMOTO

Yohji Yamamoto se rodio 1943. godine u Tokyu. Nakon što završava pravo, upisuje se na *Bunka fashion collage* koji završava 1969. godine. Yamamoto je od ranih nogu izložen modi pod utjecajem svoje majke koja se bavila krojenjem, zbog čega će rano razviti interes za stvaranjem odjeće i biranjem mode kao svog životnog poziva. Nakon diplomiranja na *Bunka fashion collage* odlazi u Pariz, radeći modne ilustracije i druge usluge za razne modne kuće, što prvotno nije urodilo uspješnim poslovnim rezultatima zbog čega se vraća ubrzo u Tokyo raditi u krojačkom salonu svoje majke. Tamo će kroz godine značajno usavršiti vještine krojenja i to će kasnije biti ključno za njegov daljnji rad. Ono po čemu se Yamamoto oduvijek ističe jest njegova preferenca za stvaranjem radikalno moderne odjeće za žene, kojoj nije cilj naglašavati ženinu seksualnost i njezine obline, već njezinu samostalnost i individualnost, omogućavajući ženama da izražavaju svoj karakter kroz odjeću[8]. Yamamoto će osnovati svoju firmu 1973. i otvoriti će prvu prodavaonicu u jednom trgovačkom centru u Tokyu 1976. godine pored novotvorene trgovine *Comme des Garçons* od Rei Kawakubo. Tijekom tog perijoda će se upoznati sa Kawakubo koja je isto tada počinjala izgrađivati svoj brend i sa kojom će ubrzo prepoznati zajednički interes i

estetski izražaj. Istovremeno će otići u Pariz 1981. godine i zajedno će prezentirati svoju prvu kolekciju, s kojom će uzorkovali val reakcija i veliki šok na pariškoj modnoj sceni, ostavljajući snažan utisak na publiku i kritičare. Ta snažna reakcija će im poslužiti prvotno kao odskočna daska, ali kasnije i kao veliki izazov.[8].



Sl.15.: Yohji Yamamoto, Pariz, 1981.[15]

Mada su negativne kritike bile intenzivne, njihov intelektualni pristup modi i apstraktna ekspresija unutarnjeg stanja uma kroz revolt protiv izgrađenih ideja ljepote su stvorili neizmjernu fascinaciju mnogih, osobito umjetnika i intelektualaca, koji su prihvatili njihovu odjeću kao svojevrsnu uniformu. I dok je Kawakubo doživljavala kritiku kao dodatni poticaj za stvaranje, Yamamoto nije bio zadovoljan sa prvotnim reakcijama, očekivajući jednostavno predstavljanje svjeg brenda na pariškoj sceni bez prevelike medijske pozornosti. Ono što je osobito prepoznatljivo oduvijek kod Yamamotovih kreacija je taj dojam istrošenosti i otrcanosti, promatrač je dobivao jedan dojam melankolije i potištenosti, kao da kroz odjeću pokušava iskomunicirati isti osjećaj koji je vladao u njegovom rodnom Japanu u posljernatnim godinama. Naime, Japan je prolazio kroz jedno veliko ekonomsko i kulturološko siromaštvo u prva dva desetljeća nakon drugog svjetskog rata. Ljudi su, potaknuti potrebom za nečime novim i željom

za napretkom preferirali zapadnjačke ideje naspram starih japanskih ideala. Kasnije će stari japanski običaji i elementi kulture ponovno postajati privlačni novijoj generaciji od 1970-ih, što i Yamamoto i Kawakubo izražavaju kroz svoje rane kolekcije. Još jedan razlog zašto je europska publika doživjela njihove rane kolekcije toliko fascinantnim i stranim može biti, među ostalom i radi jedne vrste paradoksalnog doživljavanja ljepote koji je specifičan za japansku kulturu i koju Harold Koda(Martin i Koda 1993:97) naziva 'estetika siromaštva'[8].



[8] Sl.16.: Yohji Yamamoto,1983.

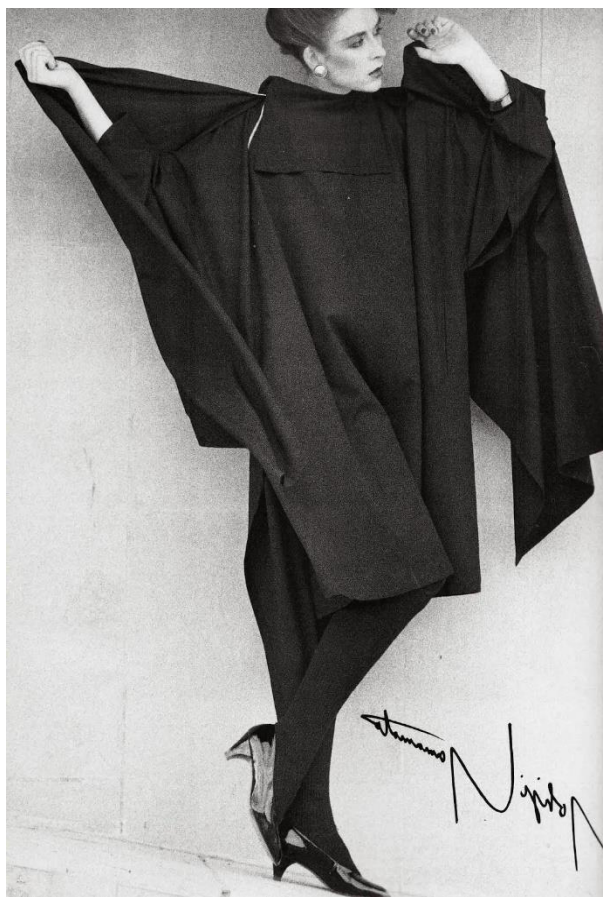
Takva pojava se vidi u raznim aspektima japanske kulture i običaja, od ceremonije čaja, arhitekture do *No* drama predstava i pjesništva, kontinuirano se pojavljuje element pridavanja pažnje nesavršenom i iskazivanju fascinacije sa svime prolaznim. Jedan takav sličan element koji je ključan za Yamamotov estetski izražaj je *hifu*, termin koji se često koristi u *No* drami. Riječ *hifu* bi u najbližnjem prijevodu značilo 'netočno' i u Yamamotovim kreacijama taj element se prenosi kroz odjeću tako što je namjerno učinjena neurednom i otrcanom kako bi komunicirala unutarnje stanje nositelja i njegovu emocionalnu ranjivost. Radi korištenja takvih elemenata

stvara se jedinstvena harmonija između estetskog, intelektualnog i apstraktnog svijeta zbog čega se Yamamotove revije često doživljavaju kao jedna vrsta performativne umjetnosti.

1983. godine *Vogue* časopis pridaje priznanje Yamamotou i Kawakubo za svoj neupitni utjecaj na modu koji se već nakon dvije godine osjetio, potvrđujući njihovu važnost i reputaciju koju su izgradili kao avangardni i revolucionarni dizajneri. Njihov buntovnički i radikalni estetski izražaj se može povezati s Punk pokretom, koji je u slično vrijeme dobivao sve veću kulturnu važnost sa svojim anti establišmentskim i anti konzumerističkim porukama, isto naglašavajući uništeno i nesavršeno, no s jasnim i prepoznatljiv kičastim i seksualnim vizualnim elementima koji su ih ključno razlikovali od japanskog izražaja, koji je tu pobunu izražavao pasivnije i



Sl.16.: Yohji Yamamoto, 1983



18. Yohji Yamamoto, 1981.

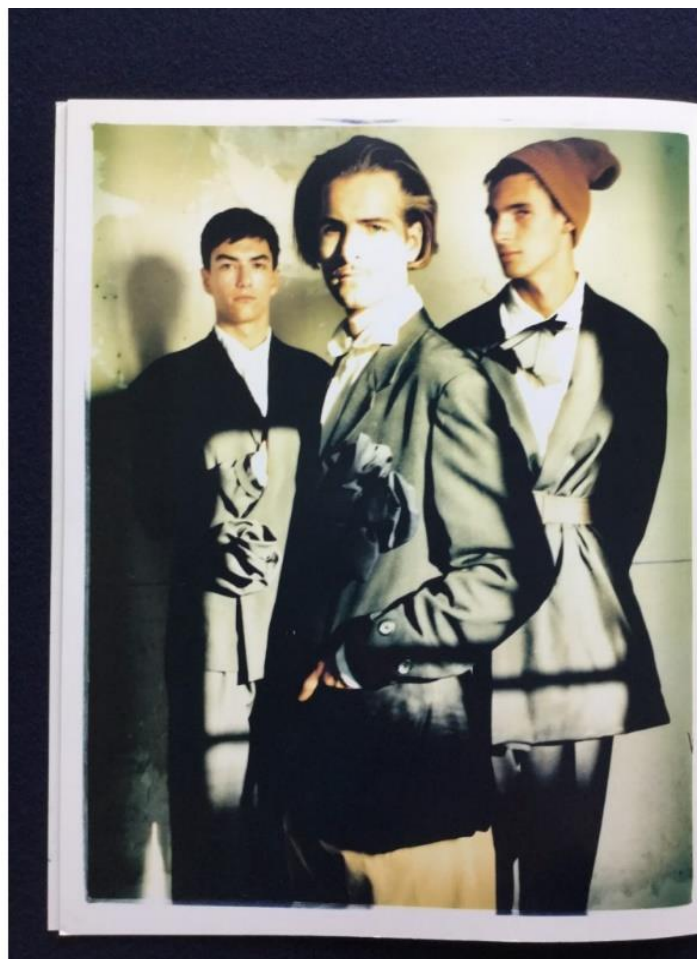
diskretnije te se manje gledala kao jedan generacijski pokret, a više kao reakcija na političku situaciju koja je tada bila prisutna u Japanu. Jedan od najprepoznatljivijih elemenata kod Yamamotovih kreacije je boja crna, koja je u simboličkoj skladnosti s njegovom vizijom i emocijama koje želi prenijeti na odjeću. Melankoličnost i potištenost koju komunicira kroz otrcan i nedovršeni izgled se jednako komunicira i kroz korištenje boje crne. Treba se uzeti u obzir i simboličko značenje koje ima boja crna i kako se ona razlikuje na zapadu i na istoku. Na zapadu crna simbolizira tugu, melankoličnost, ozbiljnost, ali i pobunu, dok u Japanu simbolizira misterioznost i tajnovitost te ju se povijesno asocijalo sa Samuraima. Nakon popularizacije crne boje i njezine integracije u svakodnevnu odjeću crna dobiva proširenje svog značenja, što je Yamamoto iznova uspijevao prezentirati, koristeći se crnom bojom kako bi na nove načine prikazao dinamiku intelektualnog i duhovnog života. Kao što i Miyake želi praviti odjeću koja je bezvremenska i koja nadilazi promjenjive modne trendove, tako i Yamamoto pokazuje fascinaciju s odjećom koja djeluje staro i istrošeno, koja izgleda kao da ima neki život iza sebe,

čime daje promatraču dojam da je odjeća neovisna o dizajneru koji ju je osmislio, konstruktoru koji ju je napravio ili o nositelju koji ju nosio. Takva odjeća dobiva jednu uzvišenu razinu vrijednosti koja se ne može više mjeriti financijskim i statusnim oznakama, čime dobiva jednu apstraktnu ljepotu svojom pojavom. Odjeća tako uzrokuje emocionalnu reakciju kod nositelja i promatrača te potiče da vidi duhovnu vrijednost odjeće, zbog čega mnogi smatraju da njegova odjeća ima umjetničku kvalitetu, kako ju mnogi kustosi prezentiraju, izostavljajući njezinu funkciju kao nosivi predmet i više ju tretirajući kao apstraktna skulpturalna djela[8]. I u ovom slučaju se može naći veza s japanskom kulturom, konkretno sa Šintoizmom, vjerom koja je specifična za Japan u kojoj se štuje i komunicira s duhovnim entitetima koji se zovu *kami*, za koje vjernici Šintoizma vjeruju da postoje u svim materijalnim i nematerijalnim pojavama u svijetu. Po tome, Japanci vjeruju da svaki predmet i svaka pojava imaju neku duhovnu i uzvišenu esenciju s kojom pojedinac može uspostaviti komunikaciju te, ovisno o tome na koji način i s kojom svrhom odluči komunicirati s *kamijem*, može utjecati na prirodne pojave ili na druge pojedince u svojem životu[9].



Sl.19.: Yohji Yamamoto, muška
kolekcija za jesen/zima 2020./2021.[19]

Najčešći način na koji se kamijima pridaje poštovanje je kroz pridavanje njege i pažnje tom pojedinom predmetu u kojem se kami nalazi, pa što se duže čuva taj predmet i što mu se više pažnje pridaje, njegov životni vijek će biti duži i time će dobivati na većoj duhovnoj vrijednosti. Tako Yamamoto predočava tu fascinaciju sa starom odjećom, koja ga, kako on kaže, podsjeća na



1987./1988.[19]

starog pijatelja ili člana obitelji[8].

Yamamoto će u kolekciji za jesen/zimu 1985/1986. predstaviti revolucionarnu reinterpretaciju Diorovog *New looka* iz 1947. Kolekcija se sastoji od muških odjela koje je Yamamoto u pravom smislu riječi dekonstruirao- zaoblilo je ramena, spustio je kopčanje te je produžio rukave i skratio dužinu hlača, stvarajući asimetrični izgled. Hlače ne samo da su se skratile u duljini već su postale slobodnijeg kroja i vrečastog izgleda, podsjećajući na turske 'harem' hlače. Odijelo više nije izgledalo oštro već je postalo laganije i komotnije[8].

Sl.20.:Yohji Yamamoto pour homme

Ovakav 'new look' je redefinirao mušku modu, u kojoj je do tada muško odijelo predstavljao simbol zrelosti i predstavljao je jedini oblik muške formalne odjeće gotovo 150 godina pa se to i prenosilo na pojedine konstrukcijske elemente, odnosno ramena su dobivala vizualno u širini postavljanjem podstave te se kopčanjem struk činio užim, dodatno davajući naglasak na širinu ramena i davajući prividno veći volumen gornjem dijelu tijela. Yamamoto će se nastaviti baviti muškim odjelima kroz svoju karijeru pokušavajući opustiti siluetu i stvarajući mekše proporcije, čime će popularizirati razne odjevne kombinacije koje se danas smatraju normalnim načinom odijevanja, kao što je kombinacija nošenja bijele majice kratkih rukava s crnim sakoom,

nošenje širokih i opuštenih hlača uz sako, dvoredni sakoi asimetričnog kroja itd. Kada se gledaju muška i ženska odjeća kod Yamamotovih kolekcija često se može primijetiti kako nema nekih značajnih razlika u kroju i namjeni, kako i muškarci i žene bi mogli nositi odjeću iz ženske i iz muške kolekcije. Yamamoto se često igra s dinamikom muške i ženske energije u ženi te na kontradiktoran način prikazuje erotičnost ženskog tijela, zatvarajući ju u više raznih slojeva i stavljanjem ju u odjeću koja podsjeća više na mušku nego na žensku odjeću. Yamamoto smatra da vizija žene kompletno pokrivena odjećom ili u muškoj odjeći vrlo erotična jer potiče imaginaciju, potiče da se čovjek zapita što se nalazi ispod te odjeće, što daje jednu dimenziju misterioznosti ženi[8]. Uzimajući u obzir različite ideje koje Yamamoto komunicira kroz svoju odjeću, bilo to ideja o ljepoti u staroj odjeći, u odjeći koja pokriva tijelo i koja daje ne samo tijelu da se slobodno kreće već i da sami odjevni komad se slobodno kreće po prostoru neovisno o nositelju, može se vidjeti jedna jedinstvena ideja koja povezuje njegov kreativni rad, što Yamamoto sam zove 'demokratizacija mode', negirajući posve pojam 'dotjerivanja' ili 'sređivanja', smatrajući da svaki odjevni predmet može imati formalnu ili neformalnu svrhu, ovisno o tome kako nositelj izabere gledati na taj odjevni predmet. Smatra da odjeća u suštini ne može nju ili njega definirati, da 'odjeća ne može učiniti čovjek ljepšim ili simpatičnijim' (Yamamoto:2002.)[8], opet pridavajući veću važnost duhovnim vrijednostima i da, kako čovjek tako i odjeća, imaju bogatstvo i ljepotu koje nadilazi vanjštinu.



Sl.21.: Yohji Yamamoto, *vest and skirt*, kolekcija jesen/zima 1991[20]

Kao što se Miyake koristi inovativnim materijalima, Yamamoto isto nerijetko nalazi nekonvencionalne materijale za svoje kolekcije, a među njima se svakako ističe kolekcija ljeto/zima 1991. u kojoj je napravio kombinaciju suknje i veste sastavljena od drvenih letvica, što će ponoviti na kolekciji 1992. za muško odijelo. Inspiraciju je našao u kreaciji *Plastic link* haljini iz 1967. dizajnirana Pacco Rabannea, *Enfant terrible* francuske mode 1960-ih i pionir u eksperimentiranju s nekonvencionalnim materijalima za izradu odjeće. Yamamoto se kroz svoju dugu karijeru kontinuirano referira na zapadnjačku i istočnjačku povijest mode, inspirirajući se i davajući počast raznim modnim dizajnerima ili pojedinim povijesnim periodima u modi.



Sl.22.: Yohji Yamamoto, *Red bustle*, 1986.[21]

Jedan od prvih takvih inspiracija može se vidjeti kod kolekcije za sezonu jesen/zima 1986./1987. u kojem inspiraciju nalazi u Viktorijanskoj *Bustle* haljini. Kolekcija ostala zapamćena po kulturnoj fotografiji Nicka Knighta, modnog fotografa s kojim će Yamamoto dugi niz godina surađivati u raznim projektima. U kolekciji za jesen/zima 1993./1994. će se ponovo naći inspiraciju u prošlosti, konkretno u haljinama Edvardijanskog doba, odnosno prva dva desetljeće 20. stoljeća kada je došlo do velike promjene u ženskoj modi

U kolekciji za proljeće/ljeto 1995. se po prvi put okreće rodnom Japanu kao centralna inspiracija za kolekciju dok istodobno ju posvećuje dizajnerima iz 1950-ih i 1960-ih, a u periodu između 1997. i 2001. će se početi igrati s *Haute Coutureom*, što će se vidjeti prvo na kolekciji za jesen/zima 1997. u kojoj kroz dekonstrukciju pridaje počast Dioru, a 2003. godine će isto tako pridati počast Yves Saint Laurentu. Mnoge dizajnere citira kao svoju inspiraciju i nerijetko

pridaje priznanja svojim suvremenjacima i povijesnim dizajnerima kao što su Azedine Alaia, John Galliano, Karl Lagerfeld, Madeleine Vionnet, Chanel, Dior i mnogi drugi. U istom razdoblju će se početi interesirati i u sportsku odjeću, tražeći način kako da napravi odjeću koja je i dalje udobna i lagana za nositi, a da je istovremeno pristupačna različitim generacijama. Interes za kolaboraciju sa Adidasom se javlja s popularizacijom raznih neobičnih stilova tenisica koje su tada postajala sve popularnije, pa je Yamamoto došao do ideje kako bi napravio svoju verziju Adidas tenisica koje bi bile jedinstvena kombinacija sportskog stila i visoke mode. Rezultat kolaboracije je bio Y- 3 tenisice, što će se postepeno razviti u samostalnu sportsku liniju koja će postići velike uspjehe i dignuti Yamamotovu karijeru u više razine, kako poslovno tako i u kreativnom smislu. Prva Y- 3 kolekcija se sastojala od tenisica, od jakni, vesti i odjela, sve s ciljem napraviti jedinstvenu kombinaciju ugodne i komotne odjeće koja je nosiva u bilo kojoj prigodi. Yamamoto će time doprinijeti ne samo razvoju sportske odjeće već će značajno popularizirati koncept *athleisure* odjeće, koja je do tada imala samo značajnu relevantnost u



njegovom rodnom Japanu, gdje su od ranih 1990-ih dizajneri kao što su Nigo, Hiroshi Fujiwara, Jun Takahashi i mnogi drugi pokretali promjene u svakodnevnoj *streetwear* odjeći. Prva Y-3 trgovina otvorit će se u Tokyu 2003. te će kroz nadolazeće godine otvoriti dućane po cijelom svijetu, surađujući s raznim modnim dizajnerima i brendovima koji se bave odjećom, obućom i nakitom[8].

Sl.23.: Y-3 kolekcija jesen/ zima 2017./ 2018. [22]

2002. godine Yamamoto će izdati modnu knjigu *Talking to myself* u sklopu 20. obljetnice njegove karijere, u kojoj opisuje svoj dotadašnji kreativni rad, predočavajući svoju filozofiju čitatelju pomoću fotografija

prikupljenih tijekom godina od raznih modnih fotografa koji su na svojevrsan način komunicirali vlastitu interpretaciju njegovih modnih kreacija.

Mada je znakovito promijenio svoj pristup modi otkako je prvi put došao na parišku modnu scenu 1981.godine, s prvotno buntovničkim i antimodnim pristupom, s vremenom je razvio slobodniji pristup zapadnjačkoj modi, koristeći ju ne samo kako bi ju kritizirao već da bi prikazao njene ljepote i njeno kreativno bogatstvo. I dok su ga kritizirali i dok su ga hvalili, Yamamoto je ostao vjerodostojan svom poetičnom senzibilitetu u kreiranju odjeće koja nadilazi modne trendove, stvarajući svojevrsna umjetnička djela kojima će se dizajneri zasigurno nastaviti inspirirati još mnogo godina.

2.5. REI KAWAKUBO I *COMME DES GARÇONS*

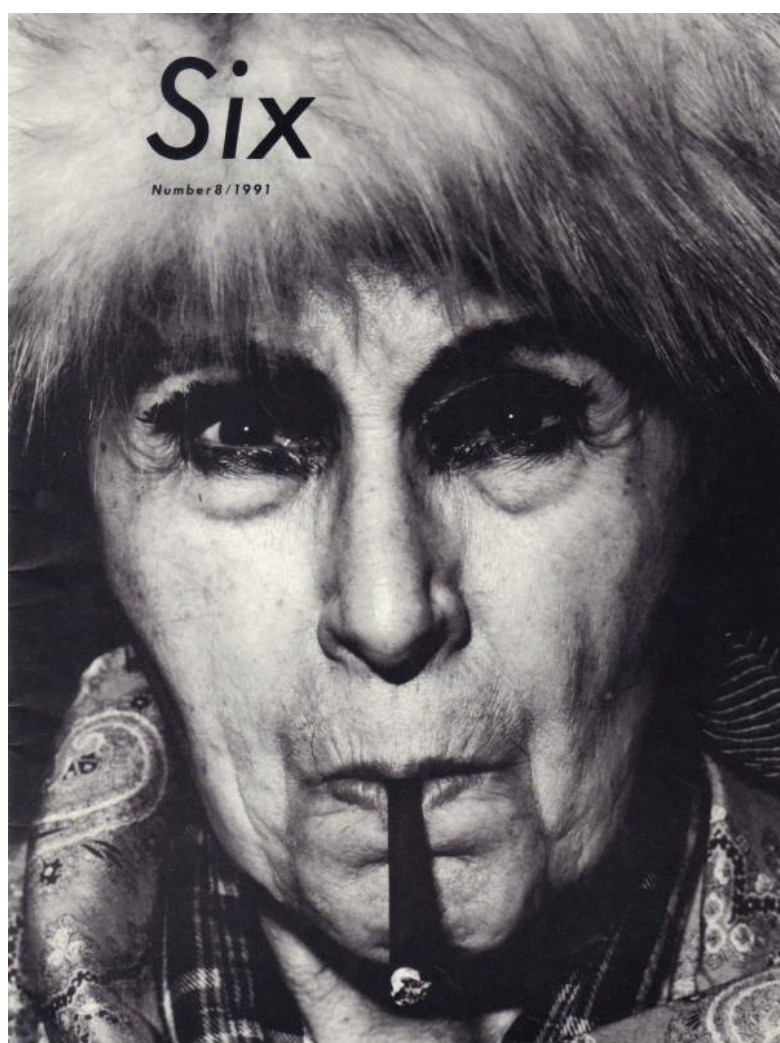
Rei Kawakubo rođena je 11. Listopada 1942. godine u Tokyu, Japanu. Odrastajući u poslijeratnom Japanu, Kawakubo je pod velikim utjecajem ekonomske i kulturne nestašice koja uslijedila nakon katastrofalnih ratnih razaranja, ali isto tako je i pod utjecajem novih kulturoloških pojava koje zapadnjačke zemlje, konkretno SAD, počinju predstavljati Japanu. Jedna od takvih pojava je feminizam, koncept koji je bio nastran narodu u kojem se ženu smatralo inferiornu naspram muškaraca i koje su bile društveno obavezane prioritizirati svoje majčinske dužnosti naspram ulaganja u samostalne karijere. Kako su se feminističke ideje polagano proširivale kroz japansko društvo prvih desetljeća, tako će se i Kawakubo susresti s takvim utjecajem. Taj utjecaj će konkretno vidjeti na svojoj majci, koja će se razvesti od njezinog oca kako bi postala učiteljica, odbijajući dati otkaz nakon poroda djeteta, kao što je bio običaj za žene u tadašnje vrijeme. Taj potez će ostaviti neizbrisiv utisak na Kawakubo, koja će se nastaviti okretati feminističkim idealima kao jedna od ključnih elemenata u svom kreativnom stvaralaštvu.

Sl.24.: Rei Kwakubo, 1967. [23]



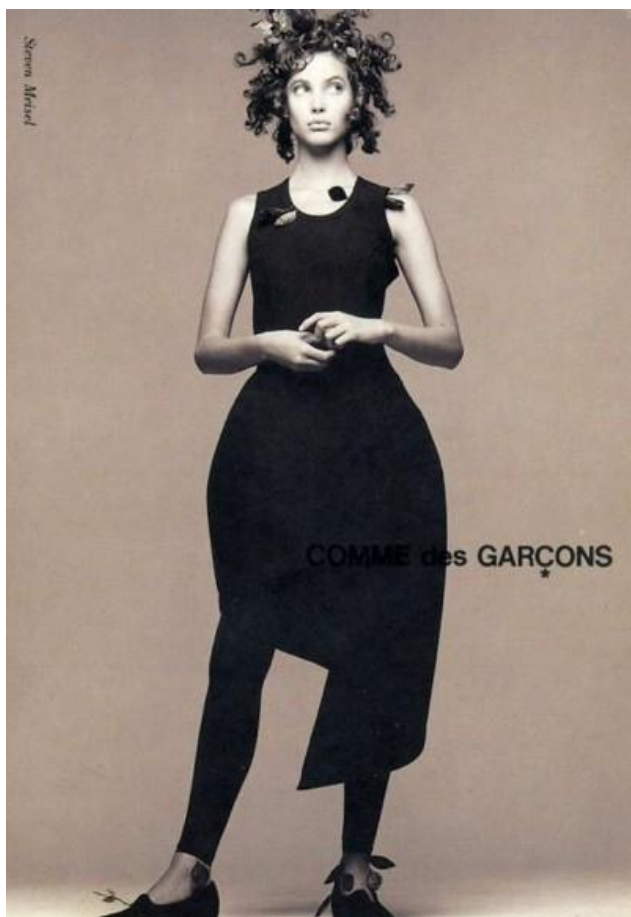
Svoje obrazovanje će prvo započeti na *Keio* sveučilištu gdje će završiti povijest estetike, te će se nakon fakulteta zaposliti za jednu tekstilnu firmu, što će ju potaknuti da postane *freelance* stilistica od 1967. godine. Od 1969. će početi dizajnirati svoju odjeću, a svoj brend *Comme des Garçons* službeno će osnovati 1971[10]. *Comme des Garçons* na francuskom se najbolje može prevesti 'kao dječaci', inspirirano pjesmom Françoise Hardyja '*Tous les Garçons et les filles*' (što u prijevodu sa francuskog znači 'svi dječaci i djevojčice')[10]. Kawakubo će uspješno pokrenuti svoj brend te će kroz narednih 10 godina ostvariti uspjehe u Japanu, otvarajući nove prodavaonice i redovito organizirati nove kolekcije. No, ambicije su je vodile u više i dalje smjerove, konkretno u Pariz gdje će s Yohji Yamamotom organizirati kolekciju s kojom će fascinirati zapadnjačku publiku i ostvariti nove kreativne i poduzetničke uspjehe. Kawakubo će, kao i Yamamoto prakticirati dekonstrukciju kroz kreiranje odjevnih predmeta koji su predimenzionirani, višeslojni, nedovršeni i na nekim dijelovima konstrukcijski nelogično napravljeni, ne davajući dojam da se radi o odjeći koja se izlaže među najekstravagantnijim *Haute Couture* revijama. I dok su Yamamoto i Kawakubo djelovali posve skandalozni pored luksuznih kreacija pariških dizajnera, njihov dolazak u Pariz vrlo temeljito je isplaniran, u kojem su svoj uspjeh računali ne na stvaranju sukoba s vladajućom modnim režimom već kritiziranjem ustaljenih društvenih koncepcija spola, klase i statusa, čime su samo obogatili modni svijet svojim radikalno drugačijim interpretiranjem svakodnevnih društvenih pojava, pružajući nove načine kreativnog izražavanja kroz odjeću i modu. Kawakubo će ubrzo izgraditi reputaciju kao avangardna i revolucionarna dizajnerica, što dokazuje izložba koju je organizirao *Fashion institut of technology* 1984. godine u New Yorku u čast triju modnih dizajnerica koje su ostavile trajan trag na modni svijet, među koje su uvrstili i Kawakubo, zajedno s Madeleine Vionnet i Clair McCardell. Takva razina posvete i priznanje bila je golema čast za Kawakubo koja je tek prije tri godine po prvi put predstavila svoju kolekciju pariškoj publici. Priznanja i uspjesi će se nastaviti i u obliku nagrade za dizajnericu godine 1988. te proširivanjem brenda dodavanjem linija *Comme des Garçons Hommes*, *Tricot* i *Robe de Chambre*.

Iste te godine Kawakubo će pokrenuti časopis *Six*, koji će zamijeniti njezine klasične modne kataloge i u kojima će vizualno prezentirati svoje kolekcije, dva puta godišnje, odnosno za sezonu proljeće/ljeto i jesen/zima. Fotografije su poetično izražavale Kawakubine mnogobrojne izvore inspiracije za pojedine kolekcije[8]. Kawakubo će također biti prva dizajnerica koja će zapošljavati razne poznate i slave ličnosti kao svoje modele za promidžbene kampanje, čime će se i glavna urednica *Vogue* časopisa Anna Vintour inspirirati i početi inkorporirati u svoj modni časopis i time će Kawakubo popularizirati koncept korištenja slavnih i utjecajnih ličnosti kao modeli za naslovne stranice modnih časopisa[8].



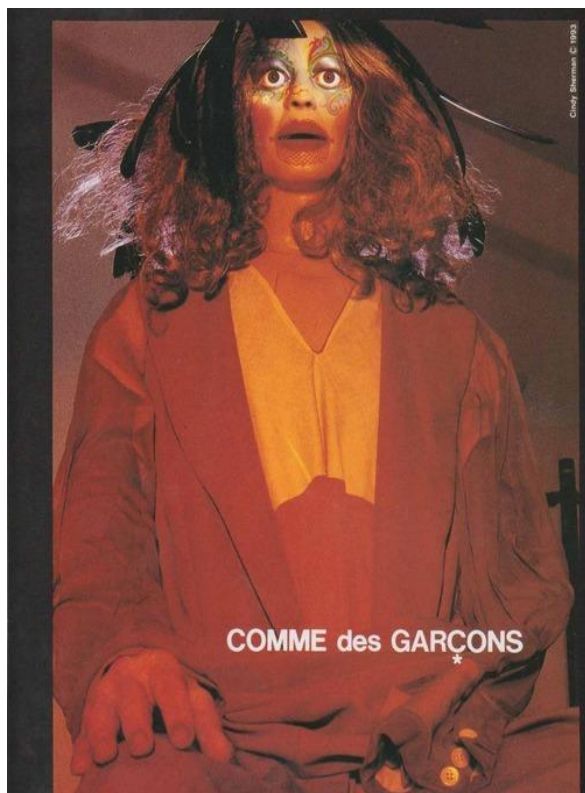
Kawakubo će, kao i Yamamoto, kroz svoje kreacije od početka iskazivati veliku fascinaciju s ljepotom nedovršenog, što će prenositi ne samo kroz svoje modne kreacije već i u razne aspekte vizualnog uređenja svog brenda. Kawakubo i Yamamoto su po mnogo čemu bili slični gledano filozofije i način na koji su pristupili kreiranju odjeće, zbog čega im je odjeća bila često toliko slična da ju publika nije mogla povremeno razlikovati[8]. S vremenom će oboje dizajnerski evoluirati i polagano će se razdvajati, svako u svom pravcu, što će postati evidentno 1998. kada se Kawakubo okreće crvenoj kao glavnoj boji u svojim kreacijama, proglašavajući 'Crvena je nova crna'[8].

Sl.25.: Rei Kawakubo: naslovnica časopisa *Six*, 8. izdanje, 1991.[24]



Sl. 26. *Comme des Garçons*, 1986.

Mada je taj potez djelovao iznenadan, gledajući da su ona i Yamamoto koristili boju crnu kao jednu od svojih glavnih estetskih značajki, Kawakubo je isto tako primijetila utjecaj koji su napravili na modu u obliku popularizacije i normalizacije crne boje u svakodnevnoj odjeći. Gledajući Kawakubinu karijeru, može se vidjeti jedna jasna karakteristika, a to je njezina neumorna potraga za nečim novim, za nečim ne istraženim. Tako taj potez simbolično predstavlja novu fazu u njezinom kreativnom i poslovnom razvoju. Kawakubo se oduvijek isticala u modnom svijetu po kolaborativnom pristupu koji ima sa svojim kolegama i partnerima, često davajući kreativnu slobodu svojim konstruktorima i dizajnerima prilikom osmišljavanja novih kolekcija. Takav pristup se vidi i u njezinim suradnjama s raznim umjetnicima i fotografima s kojima je napravila razne projekte tijekom godina, a među najpopularnije kolaboracije svakako se ubraja projekt s feminističkom fotografkinjom Cindy Sherman, poznata po svojim otkaćenim autoportretima kojima na jedinstven način povezuje umjetnost i modu[8].



Sl.27.: Cindy Sherman i *Comme des garçons*, f/w 1994.[25],



Sl. 28.: Cindy Sherman i *Comme des garçons*, f/w 1994. [26]

1997. godine kreira kolekciju *Dress meets body, body meets dress*, poznata i kao 'Bump' kolekcija, jedna od njezinih najprepoznatljivijih kolekcija u kojoj izdeformira žensku siluetu korištenjem podstave napunjenom paperjem, raspoređene po raznim dijelovima tijela, koristeći se tartanom i raznim drugim tkaninama koje su pristupačne i u širokoj upotrebi. Kawakubo kolekcijom poziva na preispitivanje načina na koji moda seksualizira žensko tijelo, pretvarajući tijelo u doslovno skulpturalno djelo te naglašava ideju da žene imaju mogućnost gledati na modu kao način ekspresije, a ne kao način naglašavanja svojih oblina kako bi privukle pažnju muškaraca[8]. Iste te godine Kawakubo će surađivati sa slavnim plesnim koreografom Merce Cunninghamom u stvaranju 'Scenario', performansa u kojem je Kawakubo osmislila dizajn kostima i u kojoj se Cunningham inspirira upravo *Bump* kolekcijom[8].



Sl.29. i Sl.30.: *Comme des Garçons, Dres meets body, body meets dress*, kolekcija proljeće/ljeto 1997.

Ono po čemu se Kawakubo ističe je i njezin istančan smisao za poduzetništvo i brendiranje. Tijekom godina će surađivati s mnogobrojnim brendovima i dizajnerima, kao što su Levi's, Speedo, Nike, Moncler, Lacoste, H&M, Louis Vuitton i mnogi drugi, te će eksperimentirati s posve novim konceptima maloprodaje. Dekonstruktivsku praksu će prenijeti i na uređenje prodavaonica, koje su izgledale posve suprotno pariškim luksuznim prodavaonicama gdje je svaki posjetitelj neupitno bio svjestan luksuza brenda i odjeće koja se prodaje. Kawakubo uređuje svoje prodavaonice industrijskim i minimalističkim stilom, s limitiranim asortimanom izloženim u trgovini, dok je prostor često izgledao nedovršeno ili kao da je napravljen u svrhu skladišta, goli i mjestimično napukli cement dominirao je prostorom bez ikakvih detalja i ukrasa, sa sklopivim stolovima i policama izvučenih iz raznih prijašnje upotrebljenih namještaja kao što su kuhinjski i skladišni elementi kako bi se koristili kao podloga za izlaganje odjeće[8]. 1998. godine započinje kolaboraciju s arhitektonskom firmom *Future systems*, s kojom će napraviti tri velika projekta. Prvi će biti New Yorku u kojem je stvorila dućan u sklopu stare zgrade s idejom da dekonstruira koncept kupnje i prodaje odjeće, namjerno birajući stara, neodržavana i izolirana mjesta u gradovima s limitiranim promidžbom otvorenja trgovina. Trgovina je ubrzo postala

svojevrsan pop-art spomenik, davajući potpuno novo iskustvo kupnje u kojem je kupac stavljan u poziciju samostalnog istraživanja i otkrivanja prodavaonice. Sljedeća kolaboracija s *Future system* će biti 1999. godine kako bi napravila *Comme des Garçons* spomenik, ovaj put u pristupačnom i popularnom modnom *Minami Aoyama* distriktu u Tokyu, dok će treća kolaboracija s *Future systems* biti u svrhu dizajniranja parfumerije u Parizu. U oba prostora Kawakubo arhitektonski želi predložiti ideje s kojima se igra i kroz odjeću, konkretno s vizualnom metaforom što se nalazi unutra, a što vani, koristeći se staklom kao glavni arhitektonski element[8]. Jedan od važnih doprinosa koji je Kawakubo dala u području maloprodaje i modnog marketinga je koncept 'Guerrilla' trgovine, s kojom je glavna ideja prolaznost i kratkoročnost trgovine, opet prenoseći dekonstrukcijsku ideju prolaznosti. Trgovine su se spontano pojavljivale u raznim Europskim gradovima, s prvom otvorenom u Berlinu 2004. godine. Trgovine bi bile na jednoj lokaciji maksimalno godinu dana, bez obzira jeli prodaja bila profitabilna ili ne, a prostor bi često bio u industrijskim i izoliranim dijelovima grada[8].



Sl.31.: *Comme des Garçons* Guerilla shop smješten u prostoru bivše voćarne korištena u doba komunizma, Varšava, Poljska, 2007.[29]



Sl.32.: *Comme des Garçons* Guerilla shop otvoren u staroj socijalističkoj tvornici, Krakov, Poljska, 2007.[30]

Iste godine kada se otvorio prvi *Guerrilla* shop u Berlinu, *Dover street market* je dobio svoju prvu prodavaonicu na šestom katu stare poslovne zgrade u Londonu, gdje je Kawakubo angažirala razne dizajnere da izbacuju svoje limitirane kolekcije u dućanu, pritom im davajući slobodu da dizajniraju svoj dio dućana po svojoj volji. Među dizajnere se ubrajaju Azzedine Alaia, Hedi Slimane, Jun Takahashi (osnivač brenda Undercover) i mnogi drugi. Glavna ideja koja leži iza *Dover street marketa* je otvoriti mini boutique u stilu 'pop-up' trgovine, svakih pola godine angažirajući druge dizajnere i brendove da prodaju svoje proizvode u trgovini. Koncept *Dover street marketa* Kawakubo je osmislila inspirirajući se Kensington placom u Londonu iz 1970-ih [8]. Glavna ideja *Dover street marketa* leži u pružanju spontane i zabavnog načina kupovanja u kojem klijent nikada ne zna koji brend je dio asortimana trgovine te je fokus na ljepotu kaotičnosti rasporeda same trgovine, odmicanju kupcu pažnje od same kupnje i više na ljepotu prostora koji okružuje te proizvode [8]. Kawakubo će nastaviti prenositi svoju filozofiju i estetiku i kroz parfeme, s izbacivanjem prvog 'anti- parfema', *Odeur 53* 1998. godine. Parfem se sastojao od 53 različitih nekonvencionalnih mirisa kao što su mirisa laka za nokte i miris izgorjele gume. Parfemi se prave u limitiranim izdanjima, kratkog trajanja i koji imaju

mirise koji se inače ne koriste u drugim parfemima. Kawakubo je time bila među prvim dizajnerima koja je prepoznala potencijal u popularizaciji *Niche* parfema, koji su i danas ostali u velikoj potražnji i popularnosti[8].

Kawakubo je ostavila neizbrisiv traga na modnu industriju kao niti jedan drugi dizajner, što dokazuje da gotovo svaki utjecajni dizajner današnjice ju spominje kao jednu od inspiracija.[8] Kawakubo je bila počašćena i brojnim nagradama tijekom njene duge karijere, među koje se ubrajaju *Excellence in design* nagrada od *Harvard University Graduate School of Design* 2000.godine te ju francuska vlada počastila kao *chevalier in order of arts and letters* 1997. godine. No možda najveće priznanje će dobiti je u obliku izložbe *Comme des Garçons/ Art of the in between* u *Metropolitan museum of arts* 2017. godine, što je ujedno bila i tema za *dress-code* Met Gale[11].

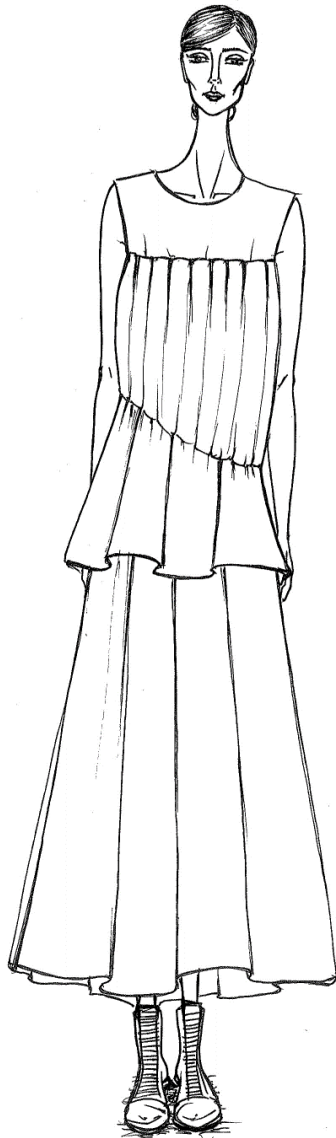


Sl.33.: Rei Kwakubo/ *Comme des garçons: Art of the in between*, izložba u *Metropolitan museum of arts*, New York, 2017.[31]

3.ZAKLJUČAK

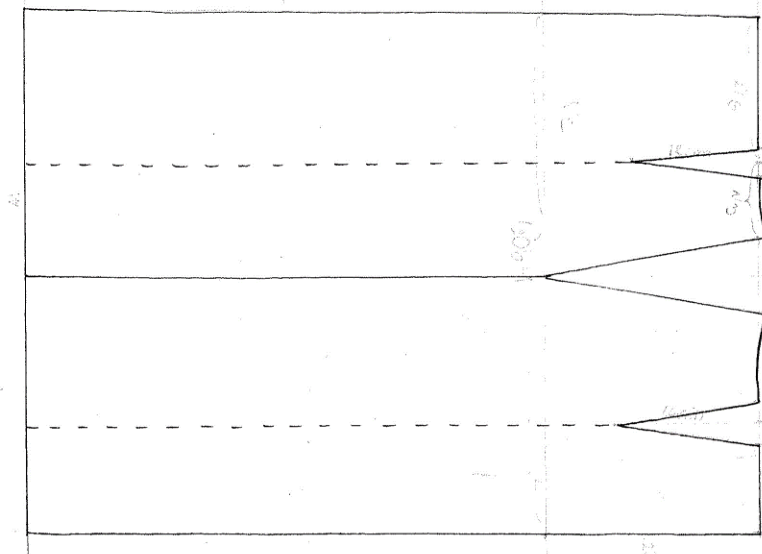
Dekonstrukcija je pokret koji je revolucionarizirao modu 20. stoljeća i ostavila je neizbrisiv trag na modu, no zasigurno ne bi ostavila takav učinak bez japanski dizajnera Issey Miyake, Yohji Yamamoto i Rei Kawakubo, koji su se prvi počeli koristiti dekonstrukcijskom praksom u oblikovanju odjeće. Miyake je prvi dizajner koji je demonstrirao jedinstvenu vezu između mode i umjetnosti te je predstavio jedinstveni koncept udobne, multifunkcionalne i industrijski proizvedene odjeće, brisajući društvene i kulturološke granice s ciljem pravljenja odjeće za ljude, bez obzira na spol, dob i građu. Yamamoto je majstorskim vještinama krojenja revolucionarizirao mušku i žensku svakodnevnu odjeću, pokazivajući duhovno bogatstvo odjeće kroz prolaznost i istrošenost odjeće te kroz njezinu sposobnost prikazivanja unutarnjih emocija nositelja i dizajnera, dok Kawakubo svojim buntovničkim duhom nastavlja razbijati stereotipe ženstvenosti i glamura te je svojom neumornom potragom za novim i neotkrivenim pružala neizmjereno bogatstvo kreativnih i poduzetničkih ideja kojima nastavlja inspirirati modni svijet iz desetljeća u desetljeće, što se može vidjeti kroz brojne dizajnere novije generacije kao što su Junya Watanabe, Dai Fujiwara, Jun Takahashi i mnogi drugi[8].

PRAKTIČNÍ DIO

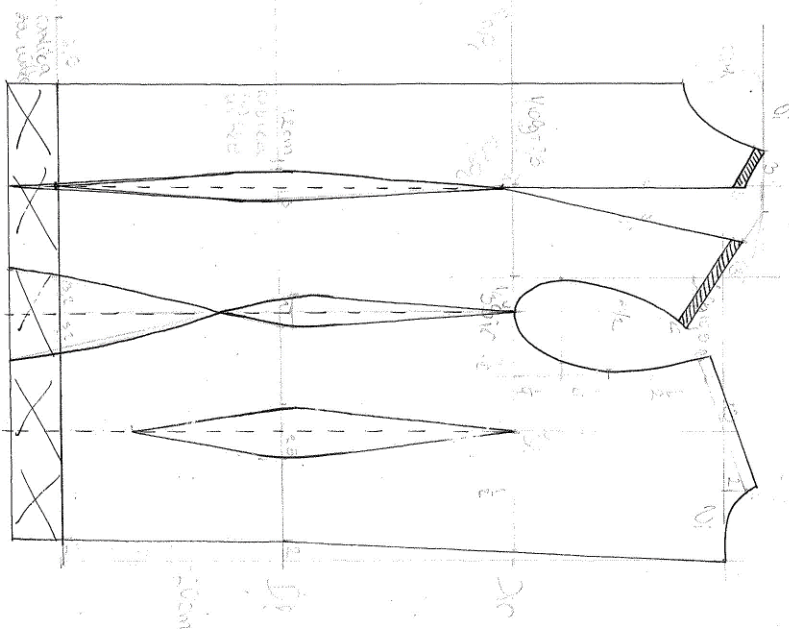


Lucie P.

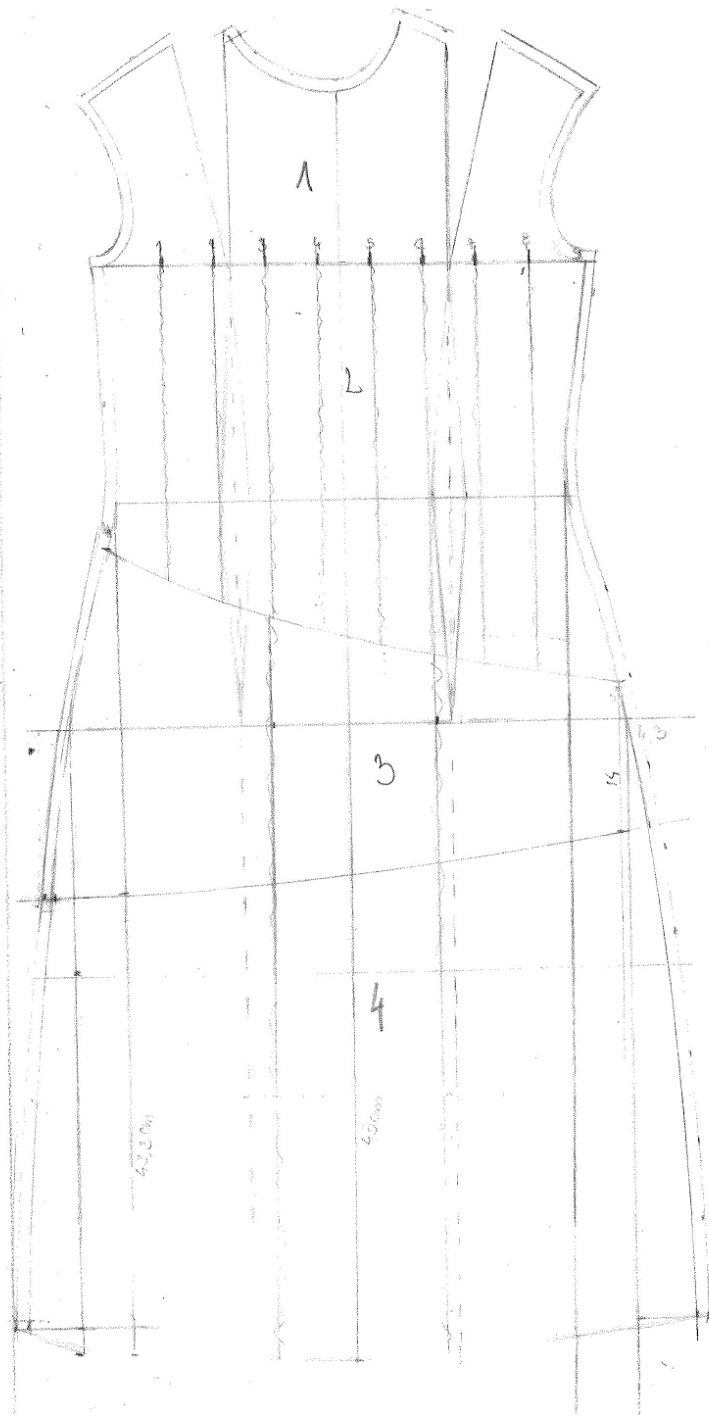
KLASIČNA SUKNJA



ŽENSKI OSNOVNI KROJ

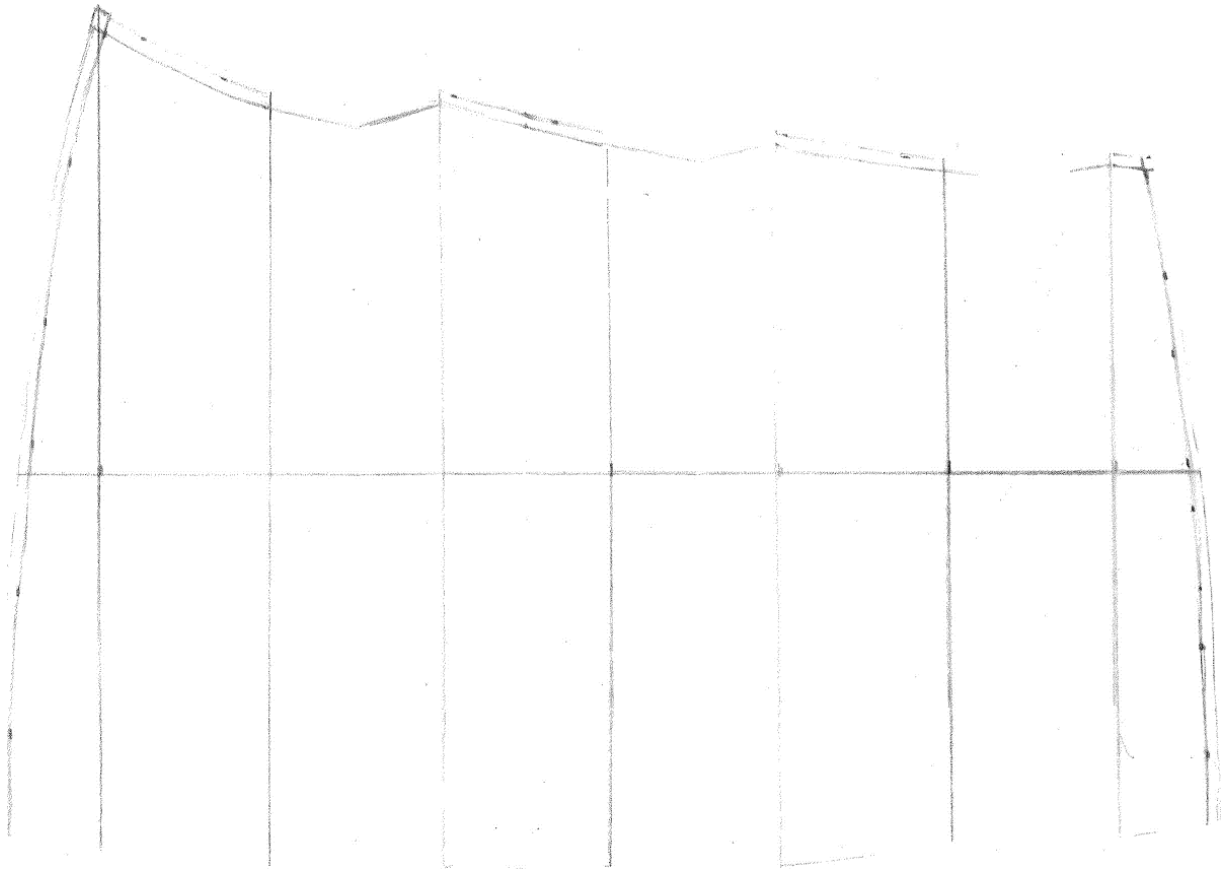


PREDNÍČKA

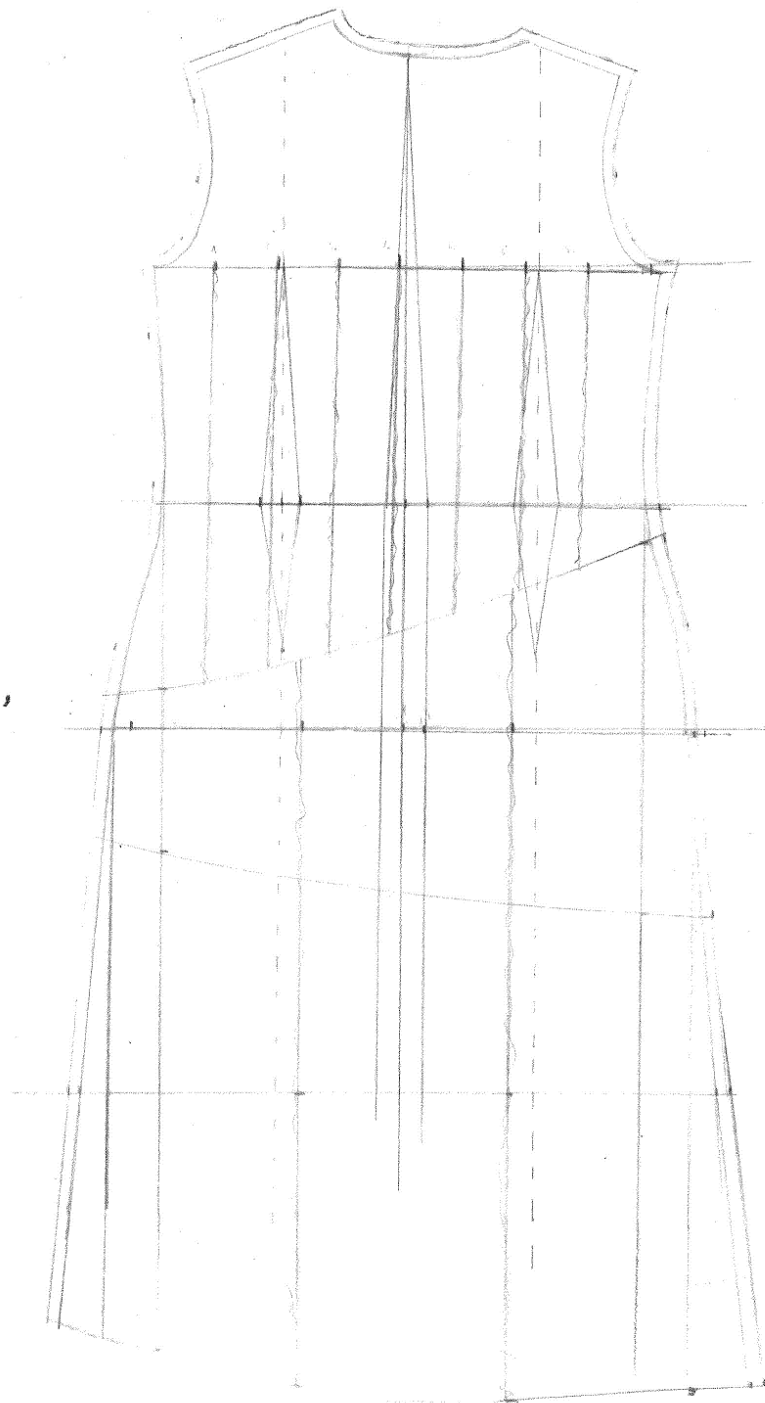


EDNJICA

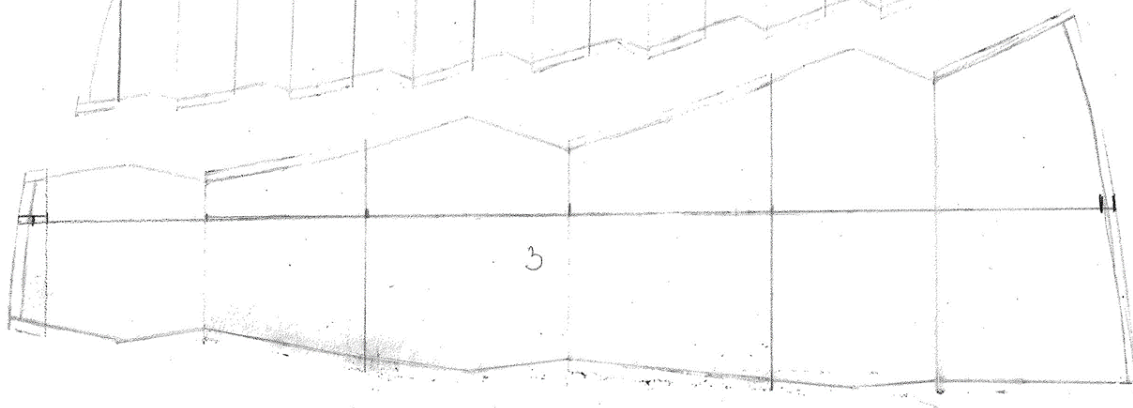
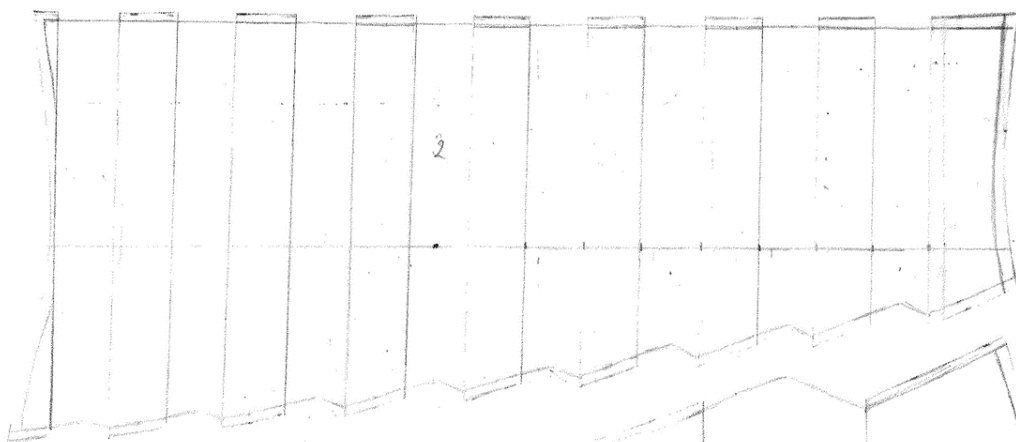
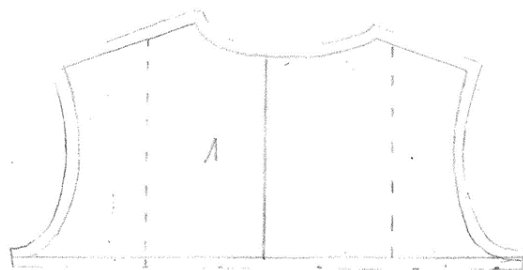




STRAŽNJI DIO



STRAŽNJI DIO



STRAŽNJI DIO







MODNE ILUSTRACIJE

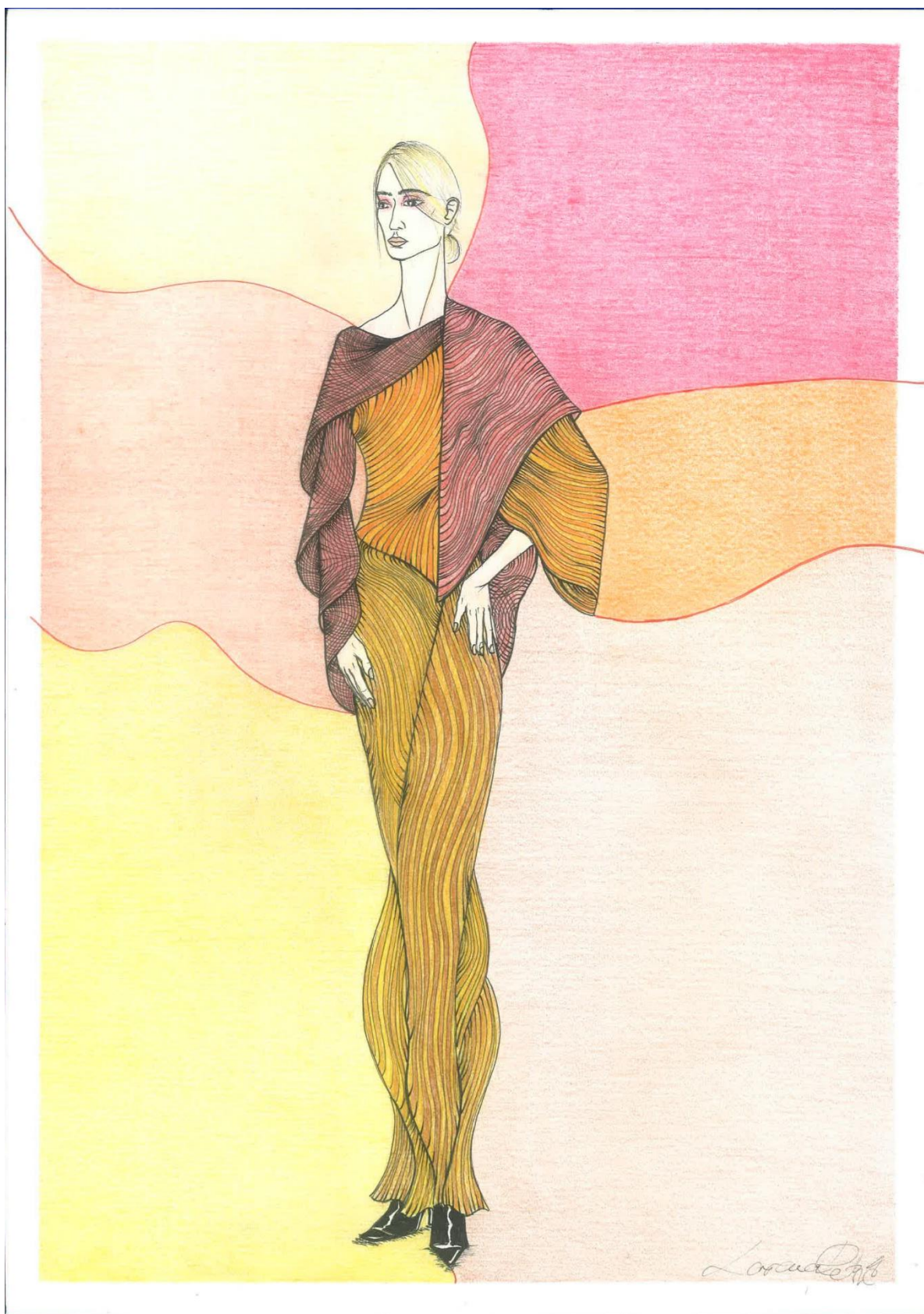
Issey Miyake











Yohji Yamamoto











Rei Kawakubo, Comme des Garçons











LITERATURA:

- [1] Buxbaum, G.: Icons of fashion: the 20th century, Prestel Verlag, Munich, Germany, 2005.
- [2] Lehnert, G.: A history of fashion: in the 20th century, Konemann mbH, Cologne ,Germany, 2000.
- [3] Wilcox, C.: Radical fashion, V&A Publications, The board of Trustees of the Victoria&Alber museum, London, England, 2001.
- [4] Gill, A.: Deconstruction Fashion: The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes, Fashion theory; <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/136270498779754489> , od 25. do 49. str., 2005.
- [5] Zborowska, A.: Deconstruction in contemporary fashion design: Analysis and critique, International Journal of Fashion Studies Volume 2 Number 2, University of Warsaw, Poland, 2015.
- [6] Gill, A.: Deconstruction fashion: the making of unfinished, decomposing, and re- assembled clothes, New York, 2007.
- [7] Miyake, I.: Making things, Fondation Cartier pour l'art contemporain, London, England, 1999.
- [8] English, B.: Japanese fashion designers: The work and influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo, Berg, London, 2011.

INTERNETSKI IZVORI:

- [9] Arslanian, S.: <https://theculturetrip.com/europe/belgium/articles/the-antwerp-six-belgium-s-most-influential-avant-garde-fashion-collective/>, 02.06.2022.
- [10]

[9] Shintoism; <https://worldreligions.wordpress.ncsu.edu/shintoism/> , 26.05.2022.

[11] Joseph Furness; <https://www.farfetch.com/style-guide/brands/rei-kawakubo-and-comme-des-garcons-history/> , 30.05.2022.

[12] Naomi Blumberg; <https://www.britannica.com/biography/Rei-Kawakubo>, 01.06.2022.