

# Utjecaj Cristobala Balenciage na suvremenu modu

---

Miljanović, Marija

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

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:201:314397>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-26**



Repository / Repozitorij:

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



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**  
**TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI RAD**

**UTJECAJ CRISTÓBALA BALENCIAGE NA SUVREMENU MODU**

**MARIJA MILJANOVIĆ**

**Zagreb, srpanj 2017.**

**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**  
**TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET**  
**TEKSTILNI I MODNI DIZAJN**

**ZAVRŠNI RAD**

**UTJECAJ CRISTÓBALA BALENCIAGE NA SUVREMENU MODU**  
**THE INFLUENCE OF CRISTÓBAL BALENCIAGA ON CONTEMPORARY**  
**FASHION**

**DOC.DR.SC. KATARINA NINA SIMONČIĆ**

**MARIJA MILJANOVIĆ**

**TMD-6550**

**Zagreb, srpanj 2017.**

**TEKSTILNO - TEHNOLOŠKI FAKULTET**  
**TEORIJA I KULTURA MODE**

- broj stranica: 51
- broj slika: 12
- broj literaturnih izvora: 22

**Članovi povjerenstva:**

- 1. Doc. dr. sc. Katarina Nina Simončić, predsjednik**
- 2. Dipl. inž. Irena Šabarić, član**
- 3. Izv. prof. dr. sc. Martinia Ira Glogar, član**
- 4. Doc. mr. um. Jasminka Končić, zamjenik člana**

- datum predaje rada:
- datum obrane rada:

## SAŽETAK

Tema rada analiza je kreativnog doprinosa Cristóbalu Balenciagi estetici suvremenih modnih dizajnera na kontekstualnoj povijesno-kulturalnoj podlozi europske visoke mode sredinom 20. stoljeća. Posebna pažnja posvećena je Parizu, gdje ujedno u 50-im i 60-im godinama nastaju najznačajniji radovi koji odjeke šalju u siluetu mode druge polovice stoljeća. Centralna os analize kreće se linijom neobičnih i revolucionarnih volumena koje dizajner umeće između ženina tijela i odjeće, rušeći tako standardizirani model ženske siluete pješčanog sata. Osvrtom na nekoliko modnih dizajnera druge polovice 20. st. i početka 21. stoljeća slijedila sam logičnu progresiju ideje i mutacije siluete, koja, premještena iz konteksta *haute couture* mode u doba još njene legitimne vezanosti za društvo, nastavlja dalje u postmodernoj modi kroz hiperdimenzionirane naglaske, posebice analizirane kod dizajnera japanskog podrijetla koji dijele jednaku eksperimentalnu i plastičnu kvalitetu koju uočavamo u radovima Cristóbalu Balenciagi.

Ključne riječi: Cristóbal Balenciaga, moda, silueta, volumen, haute couture, ready-to-wear, Pariz, Japan

## SUMMARY

The paper explores the creative contribution of Cristóbal Balenciaga to the aesthetics of contemporary fashion designers within the context of historical and cultural backdrop of European high fashion of the mid 20th century. A fair amount of attention was given to Paris, where the most significant work was produced during the 50's and 60's, which continues to perpetuate its echoes through the fashion silhouette of the second half of the 20th century. The axis of the paper is concentrated along the lines of unusual and revolutionary volumes which the designer inserts between the women's body and the clothes, and by doing so tears down the standardized model of the female hour glass silhouette. By analyzing a few designers of the second half of the century and the beginning of the 21st century I followed a logical progression of ideas and the silhouette mutability, which, translated from the haute couture fashion still tied to its legitimate connections to the social, continues on within the postmodern fashion through hyper-

inflated accents, especially revised through the work of Japanese designers, which share the same experimental and plastic quality observed in Cristóbal Balenciaga's work.

Key words: Cristóbal Balenciaga, fashion, silhouette, volume, haute couture, ready-to-wear, Paris, Japan

# SADRŽAJ

## 1. UVOD

## 2. CRISTÓBAL BALENCIAGA: ŽIVOT I DJELO

### 2.1. Odrastanje i rane godine u Španjolskoj

### 2.2. Preseljenje u Pariz

#### 2.2.1. Ratne i postratne godine u Parizu

### 2.3. Krojač svih krojača

## 3. PROMJENA SOCIO-EKONOMSKE KLIME I UMIROVLJENJE

### 3.1. Smrt *Couturiera* i uspon *ready-to-wear*a

### 3.2. Umirovljenje

## 4. UVOĐENJE NOVE SILUETE

### 4.1. Rušenje tradicionalne zapadnjačke estetike i premještanje erogenih zona

## 5. SUVREMENA MODA I JEKA BALENCIAGINIHIH STILOVA

### 5.1. Suvremena moda

### 5.2. Dizajneri koji perpetuiraju nasljeđe

#### 5.2.1. Issey Miyake

#### 5.2.2. Martin Margiela

#### 5.2.3. Rei Kawakubo

#### 5.2.4. Iris van Herpen

#### 5.2.5. Yohji Yamamoto

#### 5.2.6. Nicolas Ghesquière

## 6. RETROSPEKTIVE I IZLOŽBE

## 7. ZAKLJUČAK

## 8. LITERATURA



## 1. UVOD

Tema moga istraživanja je analiza koja će pratiti ovjekovječivanje značajnog reza, jednog uistinu revolucionarnog trenu sredinom 20. stoljeća kada je kodificirano standardno pravilo trenutne siluete pješčanog sata, koje je dominiralo zapadnjačkom modom i pogledom na ženu, prelomljeno idejnom i krojačkom revolucijom jednoga od najvećih *couturiera* koji je odredio ritam visoke mode - Cristóbal Balenciaga.

Krenut ćemo inicijalno od kratkog izlaganja biografije koja slijedi Balenciagin život i djelo kao postavljanje prostorno-vremenskog kostura orijentiranog na europski kontinent i modna previranja koja se od 40-ih godina nadalje šire visokom modom i pratimo ih do posveta u radovima suvremenih dizajnera današnjice. Proći ćemo otvaranje prve vlastite kuće 1919. u San Sebastianu, zatim druge 1935. u Madridu i potom trajnog preseljenja u Pariz 1937. i pristupiti analizi promjena koje uvodi u idealiziranu formu siluete pješčanog sata svojom naklonjenosti eksperimentalnoj arhitekturalnosti pristupa kroju i svojstvima materijala. Balenciaga između ženina tijela i tkanine uvodi volumene i prostore, oslobađa ga i premješta erogene zone sa struka (koji je u mnogim njegovim radovima u potpunosti negiran) na zapešća ili vrat, za razliku od ostalih modnih dizajnera svoga doba koji teže isticanju struka - "pješčanom satu". Time je otvorio vrata kasnijem pritoku japanske estetike i eksperimentima s predimenzioniranjem i stvorio prostor za mnoge mlade dizajnere koji su ostavili masovni trag na suvremenoj modi. Potom slijedi osvrt na promjenu socio-ekonomske situacije kao pozadine na kojoj *couturieri* bivaju izgurani kako se nestankom određenih klasa i unutar novostvorenih socijalnih prstenova stvara glad za *ready-to-wear* masovno proizvedenom odjećom.

No nešto ipak ostaje kao jeka u naraštajima dizajnera koji dolaze. Kažu da jedino tri stvari trajno mijenjaju i onemogućuju povratak na staro - ljubav, smrt i ideja. Upravo ideja je ona koja šalje dalje koncentrične valove u kojima *retro*, *remake* i *revival* postaju mnogo manje prazni, prenamijenjeni za novo doba. Tu logiku namjeravam slijediti kroz radove suvremenih dizajnera i istražiti načine na koje je Balenciaga ostavio svoj pečat unutar njihove osobne estetike. Upravo je ova ideja beskrajne pažnje spram kroja, inovacije i maksimalnog eksperimentiranja s mogućnostima tkanine specifična linija jednoga naslijeđa koja će biti razmatrana i potkrijepljena vizualnim primjerima u radovima dizajnera kao što su Issey Miyake, Martin Margiela, Rei Kawakubo, Iris Van Herpen, Yoji Yamamoto i Nicolas Ghesquière. Ovdje ću na primjerima kratkih biografija i

objašnjenja utjecaja staviti originalno djelo Cristóbal Balenciage i njegovu suvremeniju referencu. Kvalitetne ideje nastavljaju živjeti i bez svojih stvaraoca!

Kao gradivni materijal ovog razmatranja paralele inovacija Christóbal Balenciage i njegovih odjeka u radu suvremenih dizajnera koristim višestruke izvore koji uključuju, knjige pojedinačnih autora, zbornike, časopise, kao i internetske izvore. Časopis Fashion Theory ni u jednom trenutku ne posvećuje čitav segment Balenciagi, ali dakako pruža vrijedan osvrt na pojedine elemente fenomena koji se bave raspravom o tome može li se moda smatrati umjetnošću<sup>1</sup>, konceptom šika<sup>2</sup>, problematikom tijela u modi<sup>3</sup>, preobrazbom mode u sliku<sup>4</sup>, translacijom socijalnog konteksta u nešto primarno konzumirano kao spektakl i vizualni narativ<sup>5</sup> ili pak dodiruje pokušaj hvatanja efemernog pojma glamura<sup>6</sup>.

Vladislavić, Bartlett i Cvitan-Černelić (2002.)<sup>7</sup> u Zborniku tekstova "Moda" donose na jedno mjesto okupljenje relevantne tekstove koji se osvrću na promjenu interpretacija mode 60-ih godina cvjetanjem konzumerističkog društva i bave se modom kao masovnim fenomenom, dok ujedno u svoj zbornik ugrađuju i prve semiološke analize suvremene mode poput onih Rolanda Barthesa ili Jeana Baudrillarda, koje će biti inkorporirane u središnji teorijski dio rada koji dodiruje temu promjene ravnoteže modne moći i njene demokratizacije i diseminacije izvan povlaštene visoke klase.

---

<sup>1</sup> Sun Bok, K.: Is Fashion Art?, Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Volume 2, Number 1, Feb 1998, pp. 51 - 72, Berg Publishers

<sup>2</sup> Finkelstein, J.: Chic - A Look That's Hard to See, Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Volume 3, Number 3, Aug 1999, pp. 363-386, Berg Publishers

<sup>3</sup> Arnold, R.: The Brutalized Body, Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Volume 3, Number 3, Nov 1999, pp. 487- 502, Berg Publishers

<sup>4</sup> Evans, C.: The Enchanted Spectacle, Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Volume 5, Number 3, Aug 2001, pp. 271 - 310, Berg Publishers

<sup>5</sup> Evans, C: Fashion at the edge: Spectacle, Modernity and Deathliness, Yale University Press, New Haven & London, 2003.

<sup>6</sup> Wilson, E.: A Note on Glamour, Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Volume 11, Number 1, Mar 2007, pp. 96 108, Berg Publishers

<sup>7</sup> Vladislavić, A.T; Bartlett, Đ., Cvitan-Černelić, M: Moda - Povijest, sociologija i teorija mode, Školska Knjiga, Zagreb, 2002.

Evans (2003.)<sup>8</sup> je fantastičnim osvrtom na modu kasnog dvadesetog stoljeća, "Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity and Deathliness", pokušala razlučiti koje to traume društvenog vuku unutar mode u doba ubrzanja potrošnje. Analizirajući ovaj traumatični aspekt koji dovodi do mračnijih slika mode s kraja 20.st. koja u sebe ugrađuje motive raspadanja, smrti, bolesti i ovisnosti, dotiče se u svojoj analizi i nekih od suvremenih dizajnera koji će se zateći među odabranima za analizu, a specifično zanimljiv element jest da se potisnuto uvijek vraća kao simptom koji se ponavlja u pokušaju razrješenja.

Paić (2007.)<sup>9</sup> će nam aluzijom na kulturni Hitchcockov film *Vertigo* kroz razmatranja u knjizi "Vrtoglavica u modi" pomoći razmotriti što se to plašimo pogledati u trenu kada shvatimo da je promjena koju je Balenciaga uveo bila stvarna i još vezana za društveno čime je ujedno i mogla biti revolucionarna, dok danas moda konstruira samu kulturu, obrćući uloge i je li moguće da u doba kada je moda "mrtva" tragovi Balenciaginih stilova ikada postanu išta više od kopije. Je li to uopće više važno u doba kada je original izgubio svoju auru?

Pochna (2008.)<sup>10</sup> pristupa biografski primarno karijeri Christiana Diora, ali poslužit će i kao potporanj proširenja konteksta jednoga razdoblja iz pozicije estetski i idejno dijametralno suprotnog kolege. Pochna pristupa kao arheolog, sakupljač i biografičar, bilježeći kronološki činjenice, anegdote i vizualne materijale koji su ostali nakon bogate karijere.

Skov i Cumming (2010.)<sup>11</sup> kao i Steele (2010.)<sup>12</sup> pružaju generalni pregled mode koncentrirajući se na specifična razdoblja i poslužit će kao činjenično proširenje kojim ćemo smjestiti Balenciagin rad u širi kontekst. Blume (2013.)<sup>13</sup> se pak pridružuje već spomenutim biografičarima koji analiziraju jednog od najsamozatajnijih dizajnera koji je

---

<sup>8</sup> Evans, C: Fashion at the edge: Spectacle, Modernity and Deathliness, Yale University Press, New Haven & London, 2003.

<sup>9</sup> Paić, Ž.: Vrtoglavica u modi, prema vizualnoj semiotici tijela, Altagama Zagreb, 2007.

<sup>10</sup> Pochna, M.F.: Christian Dior, The Overlook Press, New York, 2008.

<sup>11</sup> Skov L., Cumming, V.: Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion, vol 8/10 - West Europe, Berg Publishers, 2010.

<sup>12</sup> Steele, V.: The Berg Companion to Fashion, Berg, Oxford, 2010.

<sup>13</sup> Blume, M., The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013.

pustio da njegov rad priča sam za sebe. Poslužit će kao jezgra biografske okosnice jer je smatram nešto relevantnijom od ostalih biografskih izvora zbog narativa koji je autorici iz prve ruke prenijela prva žena koju je Balenciaga zaposlio po dolasku u Pariz, Florette Chelot.

Druga polovica rada, koja se posvećuje raslojavanju i raspetljavanju niti strukture stila i poigravanja siluetom i tkaninom na tragu Balenciaginih ideja u drugoj polovici 20. stoljeća i danas, pretežito će biti poduprta materijalima sa internet stranica s relevantnim podacima o obrađenim dizajnerima, a na ovaj način će biti pribavljeni i fotografski materijali.

## 2. CRISTÓBAL BALENCIAGA: ŽIVOT I DJELO

"Elegancija je eliminacija" ili "*Couturier* je arhitekt dizajna, skulptor oblika, slikar boja, glazbenik harmonije, i filozof umjerenosti" - dva su citata samoga majstora kojima započinje priča i koja otvaraju prozor u ideološke margine Cristóbala Balenciage, savršeno sabijajući logiku i filozofski punkt s kojega je čitavog života, gotovo opsesivno u potrazi za boljim kroz evoluciju oblika, stvarao jedan od najvećih iz posljednjeg vala realne mogućnosti postojanja *couture* mode, prije njene masovne demokratizacije 60-ih godina.

Balenciaga je bio samozatajni radoholičar koji je rijetko svoje misli dijelio s bilo kime izvan uskog kruga prijatelja, prezirao je medije, dao samo jedan intervju u životu i nikada se nije izašao nakloniti na kraju revije. Izbjegavao je biti dio pariških socijalnih tokova i tiho stvarao zatvoren u studiju, sasvim nedirnut prolaznim hirovima.

Za razliku od skromnih anonimnih početaka dječaka rođenog 21. siječnja 1895. u malom ribarskom selu Getaria koji je učio uz majčine vješte šivaće prste, preko San Sebastián, Madrida, Barcelone i zatim Pariza, njegova smrt 1972., četiri godine nakon zatvaranja modne kuće, odjeknula je na naslovnici *New York Timesa*. Unatoč tome što nije govorio javno, ili baš zbog ovog odsustva riječi, sve oči bile su uprte u jedinu stvar koju je želio da se vidi - u njegov rad, u formu, oblik i estetsko, u ono što je, svjestan uloženog truda i vremena, uvijek nazivao zanatom, a ne umjetnošću. A sada ću poći na kratku priču kroz život čovjeka koji je sve što je imao rekao rukama i idejama.

### 2.1. ODRASTANJE I RANE GODINE U ŠPANJOLSKOJ

*„U centru ulice zatamnjene sjenama njenih debelih kamenih kuća, žena je hodala leđima okrenutima svjetlu s mora. Nosila je blijedo odijelo do gležnja od šantung svile. Opasne kuće su je obujmile, zatvarale.*

*Gledao ju je dječak.*

*Došla bi mu gotovo nadomak, a on bi otrčao uz sporednu ulicu ribarskog sela načinjenu u potpunosti od stuba. Spustio bi se dolje ponovo niz drugu i iznova bio ispred nje.*

*Tada bi buljio.*

*Jednoga dana ju je zaustavio i pitao može li načiniti odijelo za nju. Dječak je imao otprilike 13 godina, tamnu kosu, još tamnije oči i osmijeh koji će zadržati čitav život,*

*„Zašto želiš ovo učiniti?“ upitala je.*

*„Zato što mislim da mogu“ odgovorio je.*

*Dječak je bio Cristóbal Balenciaga...“<sup>14</sup>*

Najbolji način za stvoriti legendu o sebi samome je biti samozatajan i ne davati nikakve gradivne elemente priče - ne nužno jer legendu želiš, već jer ti jednostavno nije važno. Ako je ono što radiš zanimljivo, intrigantno, kvalitetno ili drugačije i odvija se unutar društvenog konteksta, kuloari - tada još nezabavljeni količinom masovnih medija koje danas posjedujemo i mnogo više naklonjeni socijalnom kapitalu sočne priče ispričane oči u oči - će već sami sastaviti tvoju osobnu legendu. Činjenice ove priče se mijenjaju ovisno o tome tko je priča, no istinu temeljenu na stvarnim arhivima izvukla je baskijska kustosica Miren Arzalluz koja je 2010. objavila svoja saznanja o ranom životu protagonista.

Cristóbalova obitelj nije bila bogata, ali je bila poštovana. Otac, inače ribar, kratko je služio i kao gradonačelnik Getarije, majka je rodila petero djece od kojih dvoje nije preživjelo, a Cristóbal je bio najmlađi uz sestru Augustinu i brata Juana Martina, koji su kroz čitav daljni život radili u Španjolskim podružnicama kuće. Nakon što je otac imao moždani udar, kako je dvoje starijih već radilo, 11-godišnji Cristóbal ostao je pomagati majci Martini Eizaguirre, koja je već učila djevojke iz sela šiti i šivala za privatne klijente, pa bi Cristóbal nerijetko polazio i na probe.<sup>15</sup>

Između ostalog, klijent je bila i Marquesa de Casa Torres koja mu je omogućila da s 12 postane naučnik krojača u San Sebastiánu. Baš ova uloga obilježila je ostatak karijere superiornom vještinom krojenja i konstrukcije predmeta. Kako je Coco Chanel svojevremeno navela, bio je jedan od rijetkih *couturiera* koji je "bio sposoban rezati

---

<sup>14</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (11-12)

<sup>15</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (13 -15)

tkaninu, sastaviti odjevni predmet i sašiti ga rukom". Paralelni snažni katolički utjecaj, koji je dominirao mjestom odrastanja, ostavio je svoj trag u istraživanju mogućnosti jednostavnijih oblika tkanine dok korištenje boja poput crne, sive, zemljanih tonova, krvavo crvene, fuksije ili ljubičaste, kao i obilno ukrašavanje vezom ili čipkom, neodoljivo vuku u korijen prvim utjecajima kojima je bio izložen - španjolskim nacionalnim nošnjama i kostimima prikazanim na slikama sunarodnjaka, posebice iz razdoblja od 1500 do 1900.<sup>16</sup>

Do 1913. već su ga slali u Pariz kao kupca gdje je prvo vrijeme samo proučavao i kopirao i, nakon nekog vremena provedenog u Bordeauxu kako bi naučio francuski, 1918. započelo je podizanje prvog vlastitog salona, *Balenciaga y Compañia*, u San Sebastiánu uz šestogodišnji ugovor i financijsku podršku dvije sestre. Po isteku roka imao je konačno dovoljno kapitala za granati se dalje u Madrid i Barcelonu, koji će za čitavog života dalje poslovati pod imenom Eisa u čast majci, a iz u Španjolskoj baziranih kuća odijevao je španjolsku kraljicu Victoriu Eugénie, kraljicu majku Mariu Christinu i infantu Isabel Alofonu. Otvaranje prve kuće došlo je u idealno vrijeme jer je Španjolska, u doba kada je svijet dizao puške prema nebu u osvit 1. svj.r., ostala neutralna i ekonomija je cvjetala, posebice u San Sebastiánu u koji je oko 1917. krenula pristizati nova europska elita izuzetno privlačna francuskim *couturierima*. Upravo u ovo doba započinje prijateljstvo s tada već uspješnom Madeleine Vionnet, koja će ostati jedna od najbližijih prijatelja do posljednjeg dana i s kojom je dijelio pogled na odjeću kao drugu kožu koja mora biti iskrena. Povezivao ih je ujeno i prijezir prema skiciranju – jer je to za dizajnere koji nemaju osjećaj za tkaninu. Upravo njena estetika čistog interijera modne kuće preslikat će se kasnije u interijer salona kojima je posvetio radni vijek, a slijedio je i njeno pravilo jednostavnog fotografiranja modela kako bi se zaštitio od kopiranja.<sup>17</sup> No prekrasne godine učenja i uspona u Španjolskoj uskoro će biti zamućene sve nepovoljnijim političkim previranjima i nemirima, a na horizontu novoga stajala je još neistražena meka – Pariz.

---

<sup>16</sup> Steele, V.: *The Berg Companion to Fashion*, Berg, Oxford, 2010. (40.)

<sup>17</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (17-22)

## 2.2. PRESELJENJE U PARIZ

Trzavice, napetosti i problemi s kretanjem luksuznih roba započeli su ubrzo nakon što je vlast preuzela Druga Republika u travnju 1931. Ekonomija Španjolske bila je opasno ugrožena lošim vođenjem diktatora Miguela Prime de Riviere. Balenciaga je pak bio potpuno apolitičan. No, apolitičan ili ne, kao već iskusan poslovni čovjek vidio je da je vrijeme za pokušati nešto novo i na početku građanskog rata odlazi za Pariz 1936., uz pratnju Nicolasa i Virgilije Bizzcarondo, koji kasnije postaju partneri u podizanju pariške modne kuće i čovjeka kojega je volio i s kojime je dijelio 20 godina života i poslovanja, Wladzia Jaworowskog d'Attainvillea.<sup>18</sup>

Nakon pada španjolske monarhije Balenciaga je izgubio važne klijente koje je držao 1920-ih kao što su španjolsko plemstvo i aristokrati koji su ljeta provodili u San Sebastiánu. Zatvorena španjolska kuća iznova je otvorena uz dodatak - iz nule podignutu parišku podružnicu 1939. Pariz je bio centar svjetske visoke mode, nedodirljivo središte koje je funkcioniralo uz punu podršku francuske vlade, svjesne količine novca koji donosi izvoz i socijalnog kapitala donesenog luksuzom življenja. Sve se odvijalo pod strogim nadgledanjem trgovinske organizacije *Chambre Syndicale de la couture parisienne* koja je učinkovito strukturirala prikazivanja najnovijih modela organizirajući ih tako da veliki kupci iz drugih dijelova Europe, SAD-a i Japana mogu unaprijed planirati svoj dolazak i što sve žele vidjeti i kupiti. Pariz je bio jedini grad s tako kompleksno razvijenom modnim sistemom prije II. svj.r.<sup>19</sup>

Druga polovica 30-ih godina prethodnoga stoljeća donijela je nespokoj na ulice metropole. U ustajaloj društvenoj klimi razočaranja i zasićenja bilo je vrijeme za novo lice i mašinerija se već pokrenula. Nova kuća službeno je registrirana, samo nekoliko blokova od one gospođe Vionnet, na 10 Avenue George V 7. srpnja 1937. sa skromnim kapitalom za *couture* od 100 000 franaka, gdje je Bizcarrondo držao 75% dionica, d'Attainville 20% i Balenciaga 5%. Prva revija narednoga mjeseca prikazana je uglavnom novinarima i lovcima iz robnih kuća jer nitko još nije znao tko je Cristóbal Balenciaga; u Španjolskoj već ustoličeni dizajner počinjao je iznova. Zaposlio je svoju prvu prodavačicu Florette i postavio solidnu, trijeznu i savršeno izvedenu reviju. Oslanjao se

---

<sup>18</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013.(24 -27)

<sup>19</sup> Steele, V.: *The Berg Companion to Fashion*, Berg, Oxford, 2010. (40-41)



na evoluciju same ideje i spontanu i promišljenu mutaciju oblika, te perfekcionizam izrade i nakon tihog uspjeha prve revije nitko nije bio svjestan da budućnost donosi velike stvari za iz javnosti povučenog 42-godišnjaka.<sup>20</sup>

Velike stvari su se zaista i događale, ne samo u jednom životu već i na makroskopskoj slici svijeta. 1938. donijela je sa sobom mješavinu straha, iščekivanja i neobične sposobnosti mode da gleda u ono što tek ima doći. Stoga, sasvim svjesna nadolazeće katastrofe koja već vreba iz prikrajka, sezona 1939. dolazi kao najveselija i najekstravagantnija do tada. Nijemci su umarširali u Pariz 14. lipnja 1940. Mnoge modne kuće zatvorile su vrata u ratnom radoblju, no kako je Španjolska ostala neutralna i Njemačka ju je vrbovala kao saveznika, Balenciagina modna kuća je, izuzev jednog kratkog perioda, ostala otvorena zahvaljujući intervenciji španjolske ambasade.<sup>21</sup>

### 2.2.1. RATNE I POSTRATNE GODINE U PARIZU

*Chambre Syndicale de la Haute Couture* čekala je teška borba jer je uzurpator krenuo činiti ono što po definiciji pojma radi – iščupati *haute couture* iz srca Pariza i preseliti svu industriju u Berlin. Ovakav rasplet bio bi sasvim vjerojatan da glava sindikata, Lucien Lelong, nije kao osobnu misiju uzeo pokretanje sveg socijalnog kapitala koji je posjedovao kako bi visoka moda ostala tamo gdje pripada. Njemačka, uvjerena lobiranjem da bi preseljenje, restrikcije i vađenje iz pariške hranjive podloge, rezultirali raspadom sustava odlučuje dozvoliti Francuskoj da zadrži *haute couture*, a odluka je do kraja rata dovedena u pitanje čak 14 puta.<sup>22</sup>

Do oslobođenja 25. kolovoza 1944. Pariz je gladovao, stvarnom fizičkom glađu kao i onom kreativnom, umjetničkom i trgovinskom. U jednom trenu sa smanjenim kapacitetom ostalo je raditi tek 30 modnih kuća, potrošnja tkanine bila je strogo regulirana i iznosila 50% prethodne, dok je broj modela u kolekciji bio ograničen na

---

<sup>20</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (27 -42)

<sup>21</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (43-50)

<sup>22</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (54-56)

stotinu, eskalirajući do 1944. na samo 60. Pravila su bila stroga, ali su postigla svrhu održavajući 97% radnika modne industrije na njihovim radnim mjestima. Baš kao i svi ostali *couturieri* i Balenciaga je imao sasvim novi poprečni presjek klijentele smijući prodavati samo onima koji su nosili sa sobom dozvolu da smiju kupovati *couture*. Bilo je tu i Nijemaca, žena i ljubavnica vojnih dužnosnika, preprodavača i ratnih profitera. Kao Španjolak, Balenciaga je ujedno imao i jednu prednost pred ostalima – mogao je po tkanine u Španjolsku. Lošije kvalitete no one prije rata, ipak su bile bolje od onoga na raspolaganju u Parizu. Tišina, paranoja i konstantna međusobna špijunaža, strah od kodiranih poruka u križaljka i ne govorenja francuskog na telefon većini je bila mučno sputavanje, no introvertu je dozvolila potrebno odsustvo buke i upravo ratne godine zatvorenosti u studiju u kojem je proučavao svojstva svakog komadića tkanine kojeg se mogao domoći otvorile su put poznijim radovima koji su obilježili jednu karijeru, a Pariz, naoko nedirnut ratom, još jednom postaje najveći izvoznik *couturea*.<sup>23</sup>

### 2.3 KROJAČ SVIH KROJAČA

U Balenciaginom radnom vijeku nastupa najvažnija etapa, ona u kojoj ga je Dior - iako na osobnoj, ideološkoj, poslovnoj, društvenoj i estetskoj razini njegova protuteža - nazvao dirigentom dok su svi ostali u modi samo dio orkestra, u kojoj ga je Coco Chanel, s kojom će kasnije prekinuti prijateljstvo u ružnom ispadu, smatrala jedinim *couturierom* među dizajnerima, graditeljem naspram ukrašivača. Uspjeh *New Looka* i njegov odjek europskim i sjeverno američkim kontinentom još nije jenjao kada je 14. prosinca 1948. izgubio poslovnog i životnog suputnika Wladzia i uslijedila je najmračnija, tužna, u crno zamotana revija. 50-e godine za zauvijek promijenjenog Cristóbalu nadošle su po prvi puta sa stvarnim razumijevanjem. Kolektivno je napokon sustiglo njegovu osobnu ideologiju i svijet je bio spreman u posljednjim trzajima onoga što će visoka moda ponuditi u ekstravagantnoj finoći eksperimenta i opsesivno savršene izrade naspram naznaka nadolazeće industrije masovne proizvodnje *ready-to-weara* koja će pomesti 60-e.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (47-69)

<sup>24</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (73-83)

Ponekad kratak fitilj, stroga pravila za *press* koji nije prvih mjesec dana imao pristup modelima, opsesivna samokritičnost koja je rezultirala beskonačnim satima usavršavanja u samoći studija, tjeskobe i umori prije i nakon revija i potraga za mirom u rodnoj zemlji, inzistiranje da se odjeća ne šalje na snimanja već da se snima na lokaciji, afinitet spram mesnatijih žena na kojima je volio eksperimentirati oblikovanje tijela varkama tkanine i kroja, neprekidno popravljajanja i reizum rukava ili recimo izbacivanje Twiggy iz kuće, i pokoji neobični incident psovanja na španjolskom i bijega od novinara i fotografa - sve ovo ga je učinilo baš onime koji jest. No ništa toliko kao gladno istraživanje međugre forme i materijala.

Tkanina, struktura i konstrukcija tri su okosnice onoga što je činio od kada je prvi puta primio u ruke škare i špenadle. Ništa mu nije bilo strano, tkanine su mu se pokoravale u naborima i padovima - od mekih lakih svila, šifona i čipke, pa sve do krućih sirovih materijala ili težih vunениh tkanina, onih glatkih, teksturiranih, s vezom ili dragim kamenjem. Upravo ovaj eksperimentalni moment onaj je zbog kojeg Richard Martin, bivši direktor Arts Magazina, smatra da između mode i umjetnosti ne postoji neka velika kvalitativna razlika. Njegova korelacija između velikog umjetnika i velikog dizajnera poput Balenciage jest da dozvoljava svom mediju da priča priču - u slučaju Balenciage da tkanina govori svojim prirodnim ekspresivnim potencijalom<sup>25</sup>. Esencijalni doprinos modnom naslijeđu Balenciaga je dao odmicanjem tkanine od tijela i eksperimentima koji su se igrali uvriježenim vizualno prihvaćenim volumenima - premjestio bi, recimo, naglasak haljine na zanemareno područje leđa, ili pak negirao tijelo samo da bi naglasio marginalne strukture zapešća ili vrata. Dnevne haljine kao prioritet su postavljale ugodu i pročišćene linije bez puno potpornih struktura, no večernje su često, u naizgled jednostavnoj vanjskoj liniji, postajale remek djela skrivene konstrukcije s otvrdnućima, podsuknjama, naborima i stolama, spajanjem materijala koji ne bi naizgled, zbog svojih disparatnih kvaliteta, mogli stajati zajedno u rukama prosječnog krojača.<sup>26</sup>

Baš zato što jest krojač svih krojača znao je koliko dobar krojač vrijedi. Jedino logično tako je bilo i nagraditi odanost i virtuoznost zaposlenika. Krojači u radionicama su stoga u razdoblju oko 1953. i 1954. bili plaćeni 20 – 30% više od voditelja i nadglednika čitavih

---

<sup>25</sup> Sun Bok, K.: Is Fashion Art?, *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, Volume 2, Number 1, Feb 1998, pp. 51 - 72, Berg Publishers (57)

<sup>26</sup> Skov L., Cumming, V.: *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion*, vol 8/10 - West Europe, Berg Publishers, 2010. (277 -278)

radionica. Balenciaga je dobro znao na čemu je njegova kuća izgradila ugled te je kao seniore na parišku lokaciju uvodio radnike iz španjolskih poslovnica - iskusne odane ljude, koji znaju svoj posao i vjeruju u istu viziju.<sup>27</sup>

Sama činjenica da je evolucija bila značajniji momentum od jeftinog mazanja očiju novitetom i da je univerzalna bezvremenska elegancija bila točka upravljanja svih stremljenja i klijentela je logično slijedila ove linije, bivajući sačinjena uglavnom od zrelih dobrostojećih žena iz visokog društva. Nitko nije znao odjenuti ženu za formalnu priliku tako kao Balenciaga. Ideju odjavnog predmeta u nastajanju, u jednakoj mjeri kao i osobna vizija dizajna, oblikovala su sama svojstva tkanine, mogućnosti drapiranja ili skulpturalnog potencijala koje bi njena svojstva mogla nositi. Nije se libio eksperimentirati ni s novim sintetičkim mješavinama niti odreći se poticaja koje je francuska vlada dodjeljivala *couturierima* čije kolekcije se sastoje od 90% francuskih tekstila.<sup>28</sup> Cilj je bio nabaviti najkvalitetniju ili najnoviju tkaninu koju može i nije imao nikakvu namjeru dozvoliti da ga lokalna ekonomska politika ograničava ili namami.

Ekperimenti su u konačnici 1961. doveli do revolucionarne ideje bešavnog kaputa. Ovaj drapirani labavi kaput strukturirano je padao s tijela i dakako nije nastao iz ničega već je slijedio progresivnu liniju mutirajućih oblika iz 50-ih, gdje je 1955. obilježila tunika, 1957. nadolazi vrećasta haljina da bi 1958. obilježili *Empire* stilovi tubularnih linija. Sakoi i jakne su od prvobitne faze u ranijim godinama, kada su blisko, savršeno skrojeno i s besprijelekorim sjedanjem rukava grlili tijelo, također teleskopirani u svoje labavije protuteže, sve prilagođenije aktivnijem životnom stilu žene 60-ih. Večernje haljine išle su paralelnom linijom otpuštanja strogog hvata za, u korzet utegnuto ili pojačanjima sapeto, tijelo. Čak ni u prvim rigidnijim haljinama, ova podstruktura nikada nije bila očita u finalnoj vizuri predmeta, sakrivena u naborima, preklopima i draperijama. Kontrast sa 60-ima je sasvim očit. Kao da je pokušavao, što je više osjećao kako se kraj jedne ere bliži, realizirati svaku ideju i odjvnu fantaziju koju je vrijeme dopuštalo. Umjetno cvijeće, perje ili polikromatski vez zamijenjeni su skulpturalnošću forme i supstancijalnošću tkanine, pridajući im gotovo samostanski prizvuk.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Steele, V.: *The Berg Companion to Fashion*, Berg, Oxford, 2010. (42)

<sup>28</sup> Steele, V.: *The Berg Companion to Fashion*, Berg, Oxford, 2010. (43)

<sup>29</sup> Steele, V.: *The Berg Companion to Fashion*, Berg, Oxford, 2010. (42-44)

### 3. NAZNAKE PROMJENA SOCIO-EKONOMSKE KLIME I UMIROVLJENJE

*New Look* i njegovo posljedično rasipanje europskim i američkim kontinentima u jeftinim varijantama nameće se već kao prvi miš koji skače s *couture* broda, koji će neminovno u svom dotadašnjem obliku manje ili više dostojanstveno potonuti usponom hiperkonzumerizma u narednim dekadama. Balenciaga, iako zgrožen time kako se tkanina tretira i guši u kući Dior, ipak ga nije smatrao suparnikom. Jednostavno su bili prerazličiti da bi se uopće borili u istoj domeni i samo su zauzeli svatko svoj dio trona. U jednom periodu visoka moda je trebala obojicu – jednoga koji se brinuo za elitni spektar i drugoga koji je bio produkt svoga vremena i stvarao umjetnost za masu.<sup>30</sup> Dior je čak po vijesti o umirovljenju s Balmainom pošao do Balenciage ne bi li ga razuvjerio i objasnio koliki gubitak bi njegov odlazak predstavljao za pariški *couture*, noseći u rukama Braqueov crtež kao poklon.

No godinama prije ove točke, 1947. odvela je Diora u Ameriku gdje je dio pomodara bio zadivljen *New Lookom* dok je istodobno Mrs. Louise Horn pokrenula peticiju protiv novoga stila, kako su joj suknju zbog njenog obima i dužine uhvatila vrata autobusa i bila je tako vučena čitav blok. Uskoro se peticijama pridružuju i muževi i ni od kuda medijskim tsunamijem Dior postaje glavno ime razvučeno američkim tiskom. Ovo je bio prvi puta da je shvatio kolika je moć kontroverze, a iskusno oko trgovačkog genija Stanleya Marcusa uskoro je uočilo potencijal medijske halabuke i radikalno novog stila u doba kada su se taman opozivale odluke strogih ograničenja odjevne industrije "L-85".<sup>31</sup> Intervjui, večere, fotografije, paparazzi, pa još intervju. Dior je postao ono što Balenciaga nikada ne bi mogao biti, prilagodio se novom svijetu u nastajanju i postao *celebrity*.

Prošlo je samo nekoliko mjeseci dok se *New Look* nije pojavio u izlozima i uslijedila je vrtoglava prilagodba masovnom tržištu. 400\$, fina tkanina i 15 jardi u suknji uskoro je postalo 110\$, gumbići su zamijenjeni patentnim zatvaračem, tkanina je jeftinija i broj jardi tkanine u suknji reduciran je na 11, da bi kroz nekoliko mjeseci gornji dio bio zamijenjen topom s ušicama i bio dostupan za samo 8.95\$. U samo nekoliko tjedana

---

<sup>30</sup> Pochna, M.F.: Christian Dior, The Overlook Press, New York, 2008. (192)

<sup>31</sup> Pochna, M.F.: Christian Dior, The Overlook Press, New York, 2008. (197-200)

prodani su milijuni komada.<sup>32</sup> *Couture* je mogao mirno spavati još neko vrijeme, znajući da je jedini način da se održi upravo suradnja s masovnim proizvođačima kojima su krojevi slani dva puta godišnje i dana im je dozvola da jeftinije verzije prodaju s primamljivim dodatkom „*Paris Original*“<sup>33</sup>. Ovo je bio početak uskoro standardne prakse prodavanja licenciranih krojeva kuća visoke mode trgovačkim lancima. Pravi konzumerizam još je bio u povojima, ali prva lasta onog što će kasnih 60-ih za Balenciagu rezultirati umorom i konačnim povlačenjem, u svijetu koji mu više ne pripada, je puštena. Nikada nije želio biti brend, nikada nije želio da se njegovo ime nastavlja.

### 3.1. SMRT *COUTURIERA* I USPON *READY-TO-WEARA*

Madeleine Vionnet već je predvidjela neminovni pad *couturea* kakvog je poznavala u aktivnim godinama. Po njenom mišljenju to nije imalo nikakve veze s talentom već jednostavno tektonskim pomakom modernizacije životnog stila, u kojemu putovanje avionom postaje norma i golemu prtljagu zamjenjuje ona laka i prijenosna. Jet set se rješavao svega suvišnog.<sup>34</sup> Da bi nešto živjelo nešto drugo mora umrijeti, to je jednostavno životni ciklus kulturnih praksi.

U 60-ima svijet je bio vrtlog ekstaze novoga. *Couture* mladih dizajnera nadilazi moderno i prelaze u futurističke forme. Moda odraslih, koja je do tada u nešto labavijim preslikama oblikovala mladenačku modu, gubi svoju zakonodavnu moć pojavom nove društvene skupine u 50-ima, koja se, prikladno uhvaćena u filmsku umjetnost svoga doba, buni bez razloga (ili s njime) i umjesto da slijedi modu odraslih namjerno se od nje odvaja kao znak bunta. Suknje se dižu do bedara, nastaje nova moda namijenjena pokazivanju gotovo dječaćkog *teenagerskog* tijela, a ne zrelih ženskih oblina. Mladost postaje nova valuta i Saint-Laurent čak po preuzimanju kuće Dior u Beat reviju 1960. uvodi već elemente mladenačke mode bitnika i drugih pobunjeničkih mladenačkih skupina.

---

<sup>32</sup> Pochna, M.F.: *Christian Dior*, The Overlook Press, New York, 2008. (203-207)

<sup>33</sup> Skov L., Cumming, V.: *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion*, vol 8/10 - West Europe, Berg Publishers, 2010. (30)

<sup>34</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (168)

Klackalica se obrnula. Ulica je sada oblikovala visoku modu i jednom infiltrirana, više nije mogla biti izbačena..<sup>35</sup>

Rebecca Arnold napominje kako otvaranje popularne kulture u 60-ima seksualizira sve oblike dizajna. Sex i gola koža postaju dobitnici novog labavijeg moralnog kodeksa koji kontrolu koju tijelu nameće *couture* zamjenjuje lepršavim i zamjenjivim masovnim komadima.<sup>36</sup>

Ovo dakako nije nimalo nova ideja. Već je Charles Worth s otvaranjem prve moderne krojačke ustanove u Parizu 1858. uveo praksu korištenja lutaka kako bi pokazao novi dizajn i ujedno je i nulta točka ideje da bi se modeli mogli izvoziti kako bi mogli biti rastavljeni i kopirani na drugim lokacijama. Ovo je već naznačilo neminovnu ljubavnu vezu koju će *couture* i masovna proizvodnja stvoriti kroz narednih stotinu godina. Na prelasku stoljeća dakako postojale su žene iz visokog društva koje su odijevali dizajneri u svrhu kopiranja modela u oponašanju *trickle down* metodom jeftinijim tkaninama. Pariz je već od 1868. imao mogućnost registriranja dizajna u onome što je danas poznato kao *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, no u drugim zemljama Europe i Americi ova praksa je izostala. 20-e i 30-e nadolaze s ilegalnim kopijama kako su dozvole bile zaista skupe, no ipak tek spomenuto Diorovo putovanje u Ameriku i diseminacija *New Looka* u jeftinijim varijantama otvorile su kutiju koju Pandora više nije mogla zatvoriti. Koliko zla i koliko dobra je proizašlo iz spoznaje *couturiera* da je jedini način opstanka povezivanje s masovnim proizvođačima neutemeljeno je stajalište ovisno o točki gledišta.<sup>37</sup>

Pitanje koje se postavlja jest - je li *ready-to-wear* zaista bio razloga Balenciagina odlaska? Odgovor je dvojak. Dok je u jednu ruku istina da je nadolazilo novo vrijeme i da je Balenciaga čak tu i tamo i kupio pokoji komad kako bi sa zanimanjem proučio njegovu konstrukciju, razlog povlačenja i odbijanja nije bio neprihvatanje novog, već jednostavna rečenica podijeljena s prijateljem Hubertom de Givenchyjem, kako bi probao da je mlađi čovjek. U jesen karijere činilo se suludim razvodnjavati vještinu do koje je držao čitav

---

<sup>35</sup> Skov L., Cumming, V.: Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion, vol 8/10 - West Europe, Berg Publishers, 2010. (190-191)

<sup>36</sup> Arnold, R.: The Brutalized Body, Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Volume 3, Number 3, Nov 1999, pp. 487- 502, Berg Publishers (491)

<sup>37</sup> Skov L., Cumming, V.: Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion, vol 8/10 - West Europe, Berg Publishers, 2010. (30)

život zbog nečega što njegova odabrana klijentela uopće ne želi. Vrlo kriva pretpostavka je da je Cristóbal bio povučeni osobnjak koji se koncentrirao isključivo na kreativno. Bio je sposoban poslovni čovjek koji je svoju kuću uspješno prilagođavao vremenu. Jednako je kriva i ideja kako se grozio *ready-to-wear*. Čak se u njemu okušao i to iznimno uspješno. Naime, kao klijent se javila Air France s molbom bi li dizajnirao uniforme za stjuardese u ljetnoj i u zimskoj varijanti. Nastale 1968., uniforme su bile sjajne, s poluremenom, čizmama do koljena, elegantne, čistih linija i ostale su u proizvodnji narednih 10 godina.<sup>38</sup>

Finkelstein napominje kako je u prvoj polovici 20. st. *haute couture* imao gotovo auratsku prirodu koja bi se mogla izjednačiti s onom visoke umjetnosti, odjevni predmeti su bili unikati i, iako je svaka modna kuća imala svoj *look*, zajedno su stvarali nešto veće od sebe samih. Tržište bilo relativno malo i klijentela ograničena, no ipak su postavljali standarde generacijama muškaraca i žena. Napominje kako je pojam *haute couture* danas sveden na senzacionalne skulpturalne kostime, koji paradiraju pistom. *Couture* je sada samo reklama, promovira kuću ne zarađujući joj novac, jer on više ne stiže kroz ekskluzivne odjevne predmete već putem masovne proizvodnje i dodataka poput parfema ili prtljage.<sup>39</sup> Elizabeth Wilson radove Diora i Balenciage smatrala je vrhuncem glamura. Glamur je za nju nešto što je rezultat truda i rada, ali u svojoj konačnoj formi ga skriva, djelujući kao da se spontano dogodio. Glamur je ekskluzivan i time neprenosiv u masovno jer je jedna od njegovih poruka da se možeš truditi, ali da ga nikada nećeš postići. On stoji iznad komercijalnog i nije na prodaju. Ne postaješ glamurozan/na samo kupnjom haljine. Mnogo je ozbiljnije, predstavlja klasu, profinjenu čistoću koja sebe uzima vrlo ozbiljno, a kako bolje to izraziti no u minimilastičkom modernističkom glamuru savršenog skulpturalno tkaninom oblikovanog tijela<sup>40</sup> - Balenciaga je bio upravo majstor ovoga.

Brigitte Bardot 1959. objavila je već kako je *haute couture* za bakice, a 1954. londonski *Queen* magazin proglasio je Balenciagu i *haute couture* službeno mrtvima. Fotograf

---

<sup>38</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (177-179)

<sup>39</sup> Finkelstein, J.: *Chic - A Look That's Hard to See*, *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, Volume 3, Number 3, Aug 1999, pp. 363-386, Berg Publishers (368)

<sup>40</sup> Wilson, E.: *A Note on Glamour*, *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, Volume 11, Number 1, Mar 2007, pp. 96-108, Berg Publishers (100)



David Bailey pridružio se komentaram kako *couture* nestaje u korelaciji s pojavom motorizirane kamere jer je haljina u visokoj modi bila hladna nedodirljiva skulptura, a sada to više nije mogla ostati. Yves Saint Laurentov prvi Rive Gauche butik otvoren je 1966. Yves je na novo doba odgovorio novim hibridom stvarajući *ready-to-wear* sa stilom. On je razumio svoje doba i zakoračio je u njega. Balenciaga je također razumio, ali nije imao nikakvu namjeru sudjelovati.<sup>41</sup>

### 3.2. UMIROVLJENJE

Želja za umirovljenjem javila se tri godine prije stvarnog povlačenja, ali je odgađao zatvaranje shvaćajući koliko ljudi ovisi o modnoj kući i koliko ih uzdržava. *Couture* kuće zatvarale su se jedna za drugom, a Cristóbal je 1967. odlučio iznova, u možda posljednjem pokušaju prilagođavanja novim strujama, pustiti novinare na revije. 1967. nastupa kao apsolutno spektakularno finale i kulminacija čistih ideja kada u zamahu nastaje četverostrana „envelope“ haljina, „chou“ haljina s velikom nakupinom tkanine oko lica koja se mogla spustiti na ramena, kao i jedna od možda najprepoznatljivijih haljina ikada, savršeno skrojena vjenčanica gotovo skulpturalne kvalitete. Naredne godine je stavio ključ u bravu bez upozorenja, grubo. Trebao je biti čisti rez i radnici su samo obaviješteni o prekidu operacija. No nikako nije bilo čisto, jer je još bilo narudžbi koje su trebale biti dovršene i dostavljene. 26. travnja pojavila se prva vijest u tisku spektakularim napisima, 31. svibnja 400 zaposlenika obaviješteno je pismima o otkazu. Neki su od šoka pomišljali na tužbu, no na kraju nitko tužbu nije podigao. Majstor je bio umoran i svi su znali da je nastavljaio posljednjih godina samo na nagovor nećaka. Godinama kasnije nitko od zaposlenika nije želio govoriti o vremenu koje su proveli u Balenciaginoj modnoj kući, prisjećajući ih se jednostavno kao jednih od najboljih u životu.<sup>42</sup>

Bliski prijatelji naveli su kako se u kratke 4 godine nakon umirovljenja činio pomalo izgubljen. Bilo je za pretpostaviti da će umirovljenje imati neobičan utjecaj na nekoga tko je poznao samo rad. Nikada nije dao intervju, ali godinu prije smrti razgovarao

---

<sup>41</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (172-176)

<sup>42</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (180-187)

je Prudence Glynn iz londonskog Timesa koja je objavila samo kratki članak naziva „*Balenciaga and la vie d'un chien*“ referirajući se na ono kako je on gledao svoj život. Nije se smatrao umjetnikom već čovjekom koji je za svoj zanata radio kao pas.

23. ožujka 1972. u mjestu Javea u Španjolskoj bio je njegov posljednji dan. Smrt je nastupila nakon infarkta i instantno završila na naslovnici New York Timesa. Obitelj je tvrdila kako oporuka nikada nije postojala pa su stoga kao nasljednici preuzeli kuću i nastavili dalje baratati imenom koje je već steklo ugled pretvarajući ga u *brand*. Ime je kasnije kupio Gucci, kojega je također preuzeo francuski tajkun François Pinault i postaje dio jednog golemog PPR carstva. Potrošačko društvo ne zanimaju tvoje želje, zanima ga prodaješ li se.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Blume, M., *The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013. (199-205)

#### 4. UVOĐENJE NOVE SILUETE

Najznačajnija ostavština Balenciage upravo je odmicanja odjevnog predmeta od tijela do točke gdje je ono gotovo poništeno. Često kritiziran, da ne stvara za ženu svoga doba, njegove ideje su postale baza nekih od najpopularnijih ženskih odjevnih predmeta druge polovice 20.st.

Za razliku od navodne ljubavi spram ženske siluete konstrukcijom varljiva obrisa pješčanog sata i kritika Balenciagi da ne razumije i ne prihvaća žensko tijelo, situacija je zapravo bila paradoksalno obratna. Stvarna *New Look* haljina, prije masovnog razvodnjavanja, bila je toliko ojačana, podebljana i očvrsnuta da joj žensko tijelo nije ni bilo potrebno kako bi ju oživjelo, mogla je stajati zasebno bez da je žena odjene u više manje nepromijenjenom obliku. Balenciagine siluete, nasuprot ovome, trebale su žensko tijelo kako bi živjele i kako bi ideja načinila puni krug. Dok je Dior zauvijek ostao poistovjećen s *New Lookom*, Balenciaga se odbijao podati samo jednoj silueti, pa nastaje balon haljina, *baby doll*, *empire* haljine kao i kaputići koji su se ponašali kao čahure. U sferi ideje Balenciaginih linija žena je bila slobodnija od Diorovih regresija na erotski potencijal *Belle Epoque* s čipkanim korzetima, utegnutim strukom, dubokim dekoletima, finim rubljem, podsuknjama i naborima.<sup>44</sup>

##### 4.1. RUŠENJE TRADICIONALNE ZAPADNJAČKE ESTETIKE I PREMJESTANJE EROGENIH ZONA

Tijelo je sirovina za oblikovanje u svijetu koji je iz biti degradirao u imati i potom u izgledati, olakšavajući nam svojom plastičnom formom svrstavanje u kategorije. Lyon i Barbalet navode kako ga ne treba shvaćati samo kao individualno i biološko, već kao i ono u kojem se križaju društveni odnosi. To je tijelo koje ima socijalnu ulogu – *social body* - društveno tijelo u koje se tada upisuju značenja.<sup>45</sup>

Baš takvo društveno tijelo oblikuje i moda, nastala sama od istog toga društva koje ga nastoji pokoriti i zauzdati. Žensko tijelo je za Zapad oduvijek bilo oruđe razmjene,

---

<sup>44</sup> Pochna, M.F.: Christian Dior, The Overlook Press, New York, 2008. (206)

<sup>45</sup> Lyon, M.L. i Barbalet, J.M. Society's body: emotion and 'somatization' of social theory, u Embodiment and experience: the existential ground of culture and self, Cambridge: Cambridge University Press 1994. (55-56)

okupiralo je maštu, kodificirano i idealizirano, zastrašujuće i obožavano od pjesnika i umjetnika i smatrano prljavim i grešnim od purista, istodobno kao izvor nježnosti i iskušenja. Zapad je kroz sve promjene pojedinačnih estetika debljeg ili vitkijeg, oblijeg ili utegnutijeg, tamnijeg ili bljeđeg tijela nekako uvijek kružno nakon kratkog perioda lutanja završavao na *default* postavci slavljenja erotskog potencijala onoga što smatra naglašeno femininim - bujne grudi i bokove u omjeru s mnogo manjim strukom - tražeći istodobno od svojih žena da budu krhke i mjesta odmora za umornu mušku maštu i prste, voleći svoje žene u literaturi i umjetnosti jednako privlačnima i otvoreno seksualizirano nabijenima, fokusirajući se na ove primarne krivulje ženskog, dok ih paralelno želi daleke i nedostižne, sputane u naborima elaboriranih konstrukcija (koje su prema tumačenju nekih feminističkih teorija dakako korištene kako bi žena bila što imobilnija, nesposobna za samostalan rad i u potpunosti ovisna o muškarcu).

Azijska estetika s druge strane mnogo je mobilnija. Ono otkriveno postaje seksualizirano, ali ono što je prikriveno biva definirano kompleksnijim pojmom – erotično. Za razliku od fokusa na obline koje Zapad slavi kao vrhunac ženske ljepote, Azija svoje žene tretira kao remek djela i kolaže, gdje naznaka gležnja, zapešća ili stražnja strana vrata nose jednaki potencijal erotičnosti. Uvriježeno mišljenje je da su istočnjačke žene nosile podređene društvene funkcije, no ovo mišljenje je uvelike definirano zapadnjačkim liberalnim pogledom na Aziju kao egzotičnu i sputanu. Dok je zapadnjački dominantni diskurs slobode i individualizma još uvijek svoje žene sputavao i zaista nije bilo neke kvalitativne razlike u tome da je žena u bilo kojoj kulturi podređena željama oca i zatim muža, Azija je istovremeno gejša gledala kao jedne od najcijenjenijih sudionika društvenog života gdje su erotske konotacije nadolazile jednako od superiorne vještine (socijalne, umjetničke, glazbene, narativne) kao i vanjštine u koju je upakirana.

Ovaj drugačiji pogled na feminitet prisutan je i u radovima Cristóbal Balenciage koji premješta fokus oka na leđa u velikom broju radova, koji skraćuje rukav otkrivajući krhkost zapešća i naglašava čiste linije dekoltea premještajući pogled na krivulje vrata. Moda koja je svakako odgovarala i starijim ženama koje se više nisu mogle pohvaliti idealnom figurom, dok im je simultano omogućavala eleganciju i u poznijim godinama. Upravo ovi momenti Balenciagina stvaralaštva prokrčili su put japanskim dizajnerima

kao što su Rei Kawakubo, Issey Miyake i Yohji Yamamoto, koji se strelovito uspinju 70-ih i eksperimentiraju s nekrojenim tkaninama.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Skov L., Cumming, V.: Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion, vol 8/10 - West Europe, Berg Publishers, 2010. (134)

## 5. SUVREMENA MODA I JEKA BALENCIAGINIHI STILOVA

### 5.1. SUVREMENA MODA

Sve do 16. st. govoriti o modi bila bi promašena kategorija jer njeni glavni principi nisu postojali. Duga ljudska povijest prije toga trena samo je povijest odijevanja, zaštite tijela od vanjskih elementa. Životinjska koža prebačena preko ljudske nije bila moda, već nužnost preživljavanja. No moment koji sve mijenja onaj je da se u samu modu odmah ugrađuje zastarijevanje i da se kotač vrti pogonjen izmjenama i promjenama. Novost je ona koja pumpa svježu krv u njene vene, u ranijim aspektima možda još više vezana za životno kao logična progresija stilova ili današnjim poimanjem da je novo u modi nemoguće pa se jednostavno perpetuira kao beskonačni citat *retra*, *remakea* i *revivala*. Moda kao kulturalni i društveni fenomen ujedno postaje i legitimna tema analize od Simmelovih analiza viših klasa koje su se modom željele distancirati od nižih i time utvrditi svoj superiorni položaj, preko Veblenove teorije dokoličarske kase i potom teorije koja ju definira kao veliki supermarket iz kojega odabiremo vlastiti životni stil u drugoj polovici 20.st. Suvremena moda sa sobom svakako nosi i nova pitanja. Ako se moda pojavljivala kao produkt strukture društvenog što dalje s njom ako se ono društveno raspada? Je li moguće načiniti išta više što neće biti referenca ili jeka prošloga? Gilles Lipovetsky je ustvrdio kako se moda dovršila tako da je svoju formu proširila na čitav svijet života i zavladała njime pojmovima „efemernosti, privlačnosti i marginalne diferencijacije“, a glad za promjenom i neprestano novim zavladała je društvom, ekonomijom i mentalnim životom.<sup>47</sup>

Da je moda kod koji oblikuje nije promaklo ni Jeanu Baudrillardu. Lišena svega onoga za što je bila vezana sada je slobodna da svaki njen produkt postane samo znak koji se bez teškoća vrti i izmjenjuje s ostalim znakovima. "Naime moda se može shvatiti istodobno kao najpovršnija društvena igra i kao najdublji društveni oblik - kao nezaustavljivo širenje koda na sva područja". Sve ono što je već bilo moda je razlomila i samljela u prazan znak koji se u nedogled može kombinirati s drugim znakovima, samo

---

<sup>47</sup> Vladislavić, A.T; Bartlett, Đ., Cvitan-Černelić, M: Moda - Povijest, sociologija i teorija mode, Gilles Lipovetsky, Carstvo prolaznog: Dvršena moda, Školska Knjiga, Zagreb, 2002. (115-120)

se niže jedno iza drugoga u spirali koja se s vremena na vrijeme vraća na početak i krug počinje iznova.<sup>48</sup> Suvremena moda na ovaj način tvori nepovezani dislocirani mozaik kakav možemo vidjeti u strukturi informacija novog digitalnog doba, gdje se informacija zamjenjuje novom bez ikakvog reda ili unutarne koherentnosti. No moda je ovdje iskrenija. Ona ne pretendira na smisao, ne taji ni u jednom trenu da će usmrtniti prethodni oblik kako bi na njegovo mjesto došao novi.<sup>49</sup> Moda koja je dugo bila smatrana komunikacijom unutar zajednice od koje je nastala sada u obliku u kojem se s njome susrećemo danas to više nije. „Moda simulira samo sporazumijevanje, ona ga pretvara u beskonačno uvlačenje u igru značenja bez priopćavanja“<sup>50</sup>

Moda danas konstruira samu kulturu svojim slikama obrćući prethodni proces, njena slika prethodi onom realnom i postaje element koji ugrađujemo u konstrukcije vlastitog identiteta i „kao predmet nove vizualne semiotike moda ulazi izravno i neizravno u cjelokupno područje svijeta života (kulture) i svijeta sustava (tehnologija).<sup>51</sup>

Kada se u realnosti već sve dogodilo jedina stvar koja ostaje je translacija u svijet ideja. Umjetnost suvremenog doba oljuštila sa sebe sve slojeve društvenog, političkog i religijskog i zatim prognala ljudski lik, da bi naposljetku zaživjela samo kao koncept "u novom tipu misaonog prostora" (Grau) i baš kao što se umjetnost više ne prosuđuje po materijalnom tragu koji iza sebe ostavlja za naše udivljenje, već nadilazi čin i nastoji prenijeti umjetnost kao ideju te seli u virtualno u prostor koji realno ne postoji,<sup>52</sup> čini se da se jednako događa s modom njenim preseljenjem u konceptualnu, kao recimo showpiece komad, prema Evans samo znak ideje koja živi sama za sebe oslobođena od svoje materijalnosti.<sup>53</sup> Nije li takva moda upravo prikladnija i lakše uklopiva u društvo koje je i samo proizvedeno načelom simulacije događaja i znakova? Balenciaga je u

---

<sup>48</sup> Vladislavić, A.T; Bartlett, Đ., Cvitan-Černelić, M: Moda - Povijest, sociologija i teorija mode, Jean Baudrillard: Moda ili čarolija koda, Školska Knjiga, Zagreb, 2002. (191)

<sup>49</sup> Vladislavić, A.T; Bartlett, Đ., Cvitan-Černelić, M: Moda - Povijest, sociologija i teorija mode, Jean Baudrillard: Moda ili čarolija koda, Školska Knjiga, Zagreb, 2002. (192-193)

<sup>50</sup> Vladislavić, A.T; Bartlett, Đ., Cvitan-Černelić, M: Moda - Povijest, sociologija i teorija mode, Jean Baudrillard: Moda ili čarolija koda, Školska Knjiga, Zagreb, 2002. (198)

<sup>51</sup> Paić, Ž.: Vrtoglavica u modi, prema vizualnoj semiotici tijela, Altagama Zagreb, 2007. (12-16)

<sup>52</sup> Paić, Ž., Vizualne komunikacije, Centar za vizualne studije, Zagreb, 2008 (19-20)

<sup>53</sup> Evans, C: Fashion at the edge: Spectacle, Modernity and Deathliness, Yale University Press, New Haven & London, 2003. (46-47)

nekoliko navrata u revije uvrštavao već showpiece komade, ali oni su još uvijek služili stvarnoj svrsi, recimo bivajući sami po sebi iznimno distinktivno ekscentrični naglasci španjolskog naslijeđa kako bi pomogao tisku, naviknutom na kategorije, da ga smjesti unutar modnog konglomerata.

Kao što je slučaj s prodorom japanskih umjetnika i njihove dislocirane estetike vezane za društveni komentar 70-ih čini se da se radi o pokušaju razrješavanja trauma u svijetu koji ubrzava do točke gdje je nemoguće sve procesuirati, što rezultira naposljetku gubitkom identiteta koji se uvijek iznova treba ocrtavati na pozadini eksponencijalno sve bržih društvenih, ekonomskih i tehnoloških promjena. Evans smata da digitalna tehnologija, modernizacija i homogenizacija svih društava na planetu uzrokuje neuroze i masovno generiranje slika na raspolaganju za izgradnju ovog identiteta koji više nije moguće fiksno odrediti kao u prethodnim razdobljima. Za nju novi tip dizajnera smatra dakle licemjernim koncentrirati se samo na lijepo i prpošno dok pod kožnom razorenog društvenog bujaju traume koje će se kad tad vratiti kao simptom kako bi nas iznova mučio, dok će se pokušaji razrješavanja nastavljati ponavljati u dominantom diskursu današnjice, onom vizualnom.<sup>54</sup> Revija tako postaje ono što se već naslućivalo kada su u 60-ima manekenke u minicama krenule iskakati na pozornicu na lagane pop note, postaje spektakl koji sasvim prikladno u latinskom korijenu nosi „vidjeti“. Postaje ono što nikako nije sjedalo mirnoj eleganciji obrisa Balenciaginih ideja dostojanstva odjevnom predmeta koji je još bio upisan u stvarne društvene odnose. Guy Debord je već predvidio da će na kraju 20. st. kultura postati pokretačka sila ekonomije i revija će postati spektakl sama za sebe koja zavodi novošću i slikom same sebe, kako i kapital postaje slika koja dalje generira samo društveno.<sup>55</sup>

U postmodernoj kulturi sve mora oživjeti svoju opreku kako bi samo sebi dalo legitimitet pa tako neprekidno „nova“ moda stvara iluziju novosti neprekidnim recikliranjem staroga. Vrijeme se preklapa i uvrće, svi vremenski periodi supostoje, vrijeme je anakrono i zamrznuto, ispražnjeno od značenja no ipak kao da gledamo reprizu, neodređeni osjećaj već viđenog koji ipak progoni - to je ono što je Herbert Blau nazvao

---

<sup>54</sup> Evans, C: *Fashion at the edge: Spectacle, Modernity and Deathliness*, Yale University Press, New Haven & London, 2003. (4-7)

<sup>55</sup> Evans, C: *Fashion at the edge: Spectacle, Modernity and Deathliness*, Yale University Press, New Haven & London, 2003. (37)



„postmodernim željenjem“<sup>56</sup>, dok Benjamin metodu spajanja nespojivog naziva "dijalektičkim slikama" koje uvijek daju novo treće značenje.<sup>57</sup>

## 5.2.DIZAJENRI KOJI PERPETUIRAJU NASLJEDE

### 5.2.1. Issey Miyake

Issey Miyake ubraja se u val velikih japanskih dizajnera koji nadiru na suvremenu scenu nakon što je Balenciagino poigravanje estetikom pokrenulo prvi sloj lavine preispitivanja legitimnosti zapadnjačke percepcije siluete ženskog tijela.

Gospodin Miyake nije imao nikakvo formalno modno obrazovanje, no imao je ideju i to onu koja je pomela pariške modne piste u samoj svojoj različitosti spram mode koja je upala u petlju nemogućnosti novog. Kao najznačajnija poveznica s Balenciagom nameće se upravo igra volumenima. No kako svako vrijeme nosi svoje modifikacije, tako Miyake u ovom istraživanju nije nužno poštovao pravila gravitacije. No baš kao i Balenciaga, bio je ekspertni manipulator predimenzioniranih formi stvarajući nosivu umjetnost u svojim siluetama. Tijelo unutar odjevnog predmeta je slobodno mijenjati se, forma mu nije nametnuta. Ostavio je golemi trag na 80-ima i 90-ima da bi se povukao 1999., no, zainteresiran za mogućnosti materijala baš poput njegova prethodnika, Miyake je nastavio raditi na istraživanju tehnologije materijala.<sup>58</sup>

Fotograf Francis Giacobetti, koji je fotografirao kreacije možda najpoznatije „Pleats Please“ linije od 80-ih nadalje, komentirao je:

"Njegove su kreacije kao glazba. Glazba koja okružuje tijela i žene. Njegovi sanjivi izumi su kao poziv na ples. Miyake je *couturier* koji je već dao oblik i eleganciju budućemu."

Iako bismo u Isseyevom radu mogli pronaći nekoliko direktnih poveznica poigravanja prostornom koje korelira s Balenciaginim radom ovdje sam odabrala vrlo prepoznatljivu, vrlo Balenciaga krivulju leđa izvedenu u sasvim predimenzioniranoj napuhanoj formi sa stražnje strane dok je prednji dio savršeno ukrojen i prati liniju prsa. Miyake je u ovome

---

<sup>56</sup> Evans, C: Fashion at the edge: Spectacle, Modernity and Deathliness, Yale University Press, New Haven & London, 2003. (20)

<sup>57</sup> Evans, C: Fashion at the edge: Spectacle, Modernity and Deathliness, Yale University Press, New Haven & London, 2003. (33)

<sup>58</sup> <http://the-rosenrot.com/2012/08/the-brilliance-of-issey-miyake-a-retrospective.html>

odjevnom predmetu, sasvim u skladu istočnjačkih tendencija relokacije pogleda, Balenciagin šapat alternativne siluete leđa amplificirao i poslao poruku poigravajući se zanemarenim volumenima oko tijela direktno u lice gotovo uvijek na *en face* koncentrirane mode Zapada.<sup>59</sup> (usporedi Sl.1 i Sl.2)



Sl.1. Arhivska snimka, Cristóbal Balenciaga

---

<sup>59</sup> <http://blog.momu.be/2016/exhibition/looking-back-towards-the-future-the-work-of-issey-miyake/>



Sl.2 Issey Miyake (foto: Irving Penn )

### 5.2.2. Martin Margiela

Martin Margiela belgijski je dizajner koji 1988. osniva modnu kuću Maison Margiela u Parizu. Obilježje kuće radikalno je različita silueta od uobičajene mode svoga vremena kao i poigravanje i zamučivanje rodni identiteta muškog i ženskog kroz oblikovanje plastične forme. Baš kao i Balenciaga, Margiela se na suvremenijem vremenskom naličju od modne kritike smatra jednako vrijednim u smislu da nikada nije slijedio druge već je vođen vlastitim logičkim evolucijama odjevnog predmeta, destrukcijama i prikazivanjima u novom idejom prostoru. Kao kreativni direktor kuće 2014. nastupa John Galliano, a do tada Margiela se poigravao hiperdimenzioniranjem i iskonskim *couture* metodama stvaranja unikatnih predmeta ručno, od recimo odbačenih, pronađenih, vintage ili prenamijenjenih materijala - zbog kojih 2006. službeno postaje i član *Chambre Syndicale de la Haute Couture*. Eksperimentirao je ujedno i s pojmovima identiteta prekrivajući lice modela.<sup>60</sup>

S Balenciagom je dijelio povučeni životni stil, tiho dopuštajući da kreativni rad govori sam za sebe. Iz žiže, u kojoj se nikada nije osjećao ugodno, povukao se diskretno bez pompe 2009. jednostavnom objavom za medije da "napušta biznis".<sup>61</sup>

Oko prelaska tisućljeća Margiela se odaje eksperimentu s predimenzioniranjem odjevnih predmeta i naziva kolekciju 2000. jednostavno nepretenciozno "Oversized Collection". Prikazala je neobične proporcije, oblike koji se odmiču od tijela i omataju ga u sasvim svoju logiku prostornog, prošireni gdje bi se očekivala sužavanje i neobičnih konusnih silueta. Upravo iz ove kolekcije biti će i analizirani odjevni predmet (sl.4) koji se postavlja uz bok s možda najspektakularnijim odjevnim komadom ikada stvorenim u Balenciaginom studiju - vjenčanicom savršenog lasersko čistih linija iz 1967. godine (Sl.3), samo godinu prije umirovljenja. Zvijezde sjajne najjače upravo prije gašenja.

Margielin nekonvencionalni pristup od siluete vjenčаницe načinio je kaskadno uslojavanje košulje i prsluka - naizgled strogih odjevnih predmeta preuzetih iz muškog odijevanja u suprotnosti s ženskim predmetom vjenčаницe. Naglašeni struk zamjenjuje golemo neproporcionalno proširenje u disonanci sa sitnim tijelom modela gdje, odmičući se od struka, stvara gotovo piramidalnu formu slojeva. Naizgled nekrojeno i slobodno

---

<sup>60</sup> <https://www.maisonmargiela.com/hr/lamaison>

<sup>61</sup> <https://www.wmagazine.com/story/mystery-man-martin-margiela-is-working-on-a-museum-retrospective>

zapravo je savršeni primjer konstrukcije s rukavima koji jednako lako traže svoju finalnu točku što je dalje moguće od tijela modela, noseći sami svoju težinu. Iako u drugom vremenu i prostoru, jedna za formalnu i druga za neformalnu prigodu, ideja ipak reže kroz sve slojeve značenja.



Sl.3. Balenciaga vjenčаница 1967.



Sl.4. Maison Martin Margiela, AW 2000-01 (foto: Marina Faust)

### 5.2.3. Rei Kawakubo

Rei Kawakubo sama bi svoj rad opisala ovako: "Uvijek sam tražila novi način razmišljanja o dizajnu... nijećući utvrđene vrijednosti i ono što se generalno prihvaća kao norma. Modaliteti izražavanja koji su mi uvijek bili najvažniji su fuzija... disbalans... nedovršeno... eliminacija... i odsustvo namjere"

Još jedna od japanskih snaga koje su pokorile zapadne piste, Rei Kawakubo započela je svoj put bez namjere da bude revolucionarna. Istraživala je samo ono što je smatrala snažnim i lijepim. Comme Des Garçons prvi label otvara u Tokyju 1975., da bi kasnije dobio i mušku liniju Homme Comme Des Garçons 1978., a ranih 80-ih sjeda na pariške piste. Trenutno s izložbom preko 120 radova u Metropolitanskom muzeju umjetnosti (*Art of the in-between*), glavna okosnica dizajnerice uvijek je bila sloboda da stvara i istražuje, da kombinira utjecaje prošlosti kao derutne ili degradirane, iskorištene tekstile kako bi stvorila nešto ultimativno futuristički. Dinamika rada oblikuje se kroz suprotstavljene polove entiteta koji postoje na marginama sebe i drugoga, objekta i subjekta i mode i antimode.<sup>62</sup>

Baš kao i Issey Miyake estetika poigravanja pomaknutim nekonvencionalnim volumenima može se pratiti kroz mnoštvo kolekcija, no specifično zanimljiva je ona proljeće/ljeto 1997. naziva "Body Meets Dress - Dress Meets Body". Izbočenja, "deformacije", dislokacije normalnog mesa, ispupčenja na idealnoj ženskoj figuri graniče s estetikom ružnog ili razmatraju haljinu samu kao oklop i čahuru koja mijenja tijelo nosioca.

Kawakubo sama je reviju komentirala riječima: "Tema je... tijelo upoznaje haljinu, tijelo postaje haljina, haljina postaje tijelo". U ovom slučaju ono što ona čini manipulacijom volumenima upravo je komentar na čitavu lozu modnog odijevanja. Jednako kao i njenim ispupčenjima na haljini, tijelo je kroz povijest postajalo haljina recimo korzetom, zadebljanjima, podstavama ili u 20.st. tijelo postaje kozmetika. Naglašavanje ove perverzne logike manipulacije formom ženskog tijela ga istodobno, ukazivanjem na baš ovu činjenicu, oslobađa i asocira na poremećene omjere koje nalazimo kod Balenciage - tijelo potvrđeno negacijom svojih prirodnih margina kao u modelu iz jesen /zima 1967., točno trideset jeseni i zima prije onoga koji donosi Rei Kawakubo. Iako linija možda više nalikuje Balenciaginom primjeru iz Sl.1, namjerno uzimam ekstremno drugačiji

---

<sup>62</sup> <http://www.musemagazine.it/art-of-the-in-between/>

koncentrirani volumen "chou" haljine, koja iako ne slijedi jednaku siluetu, idejno bi se jednako lako mogla svojom neprimjernom „izraslinom“ unutar uvriježenih silueta definirati „tumorskom“ – kao što je haljine Kawakubo definirao prodavač u jednoj njujorškoj poslovnici.<sup>63</sup>



Sl.5 Arhivska fotografija, Cristobal Balenciaga, AW 1967

---

<sup>63</sup> Evans, C: Fashion at the edge: Spectacle, Modernity and Deathliness, Yale University Press, New Haven & London, 2003. (269)





Sl.6 Rei Kawakubo for Comme des Garçons, “Body Meets Dress - Dress Meets Body,”  
ss 1997 (Foto: Paolo Roversi)

#### 5.2.4. Iris van Herpen

Iris van Herpen Nizozemka je koja s Balenciagom dijeli isti pogled na dizajn i inovativne metode prikaza i interpretacije odjevnog predmeta, spajajući najtradicionalnije i najsuvremenije radikalne materijale i neuobičajene procese izrade, a sama svoj dizajn voli zvati redefiniranim imenom kojim se još sidri za staro no ujedno se od njega i namjerno odmiče - "*New Couture*".

Najistaknutija faceta njenog rada svakako je njihova skulpturalna priroda gdje meka tkanina stvara čvrste forme sjedeći negdje na križištu besprijekorne *couture* izrade i mogućnosti novih tehnologija, a rad se, osim na najutjecajnijim globalnim pistama mogao zateći i u muzejskim prostorima (High Museum of Art in Atlanta, Metropolitan Museum of Art, Victoria & Albert Museum, Cooper Hewitt museum i Palais de Tokyo). Gotovo arhitekturni oblici doveli su spontano i organski i do suradnji s umjetnicima poput Jolana van der Wiela i Barta Hessa kao i arhitektima Philipom Beesleyem i Benthem & Crouwel Architects.<sup>64</sup>

Haljina koju sam odabrala iz sezone je proljeće/ljeto 2012. i revije naziva "*Micro*". Revija ispunjena skulpturalnim krutim siluetama i intrigantnim kompleksnim 3D konstrukcijama nosi sve potpise dizajnerice - korištenje novih tehnologija, nesvakidašnji pogled na svakidašnje, predimenzioniranje i inspiracije iz svijeta znanosti i mikroskopskih organizama koji za nju nose "ljepotu na pola puta između nevjerojatnog i bizarnog", a inspiracija je došla putem fotografija mikroskopske faune Stevea Geschmeissnera<sup>65</sup>. Uz tim suradnika, profesionalaca u svojim zasebnim područjima, nastaju kreacije iz sasvim neuobičajenih materijala kao što je plexiglass, antikna bronca, lateks i tekstili za sjenila za lampe u rasponu od bijelog i bež pa sve do tonova smeđe, sive, metalnih ljubičaste i duboke metalno sive.

Naziv "*Micro*" jednako lako se može odnositi na inspirativni moment zadiranja iz našeg makro svijeta u ono što se ne vidi golim okom mikroskopom. Zaštićene u svojim 3D printanim objektima žene djeluju baš poput mikroorganizama - otporne, jake i veće od života. U izradi odabranog primjera ipak uočavamo poznato poigravanje volumenom, širenje oko tijela u nekonvencionalnim osima i visinama. Brana tkanine je zamata i čini

---

<sup>64</sup> <http://www.irisvanherpen.com/about>

<sup>65</sup> <https://edelscope.com/2012/02/09/fashion-inspiration-iris-van-herpen-springsummer-2012-haute-couture-inspired-by-the-scientific-photography-of-steve-gschmeissner-2/>

nedodirljivom onom vanjskom, čini je superiornom i elegantnom figurom izdvojenom iz okoline. Ovdje u suvremenoj varijanti izvedena u glatkoj reflektivnoj plastici, jednako je futuristička u svom vremenu kao što je bila i silueta originalnog Balenciaginog večernjeg plašta od crnog tafta. Ono što je stari majstor udvojio oponašajući siluetom donjeg dijela gornji, Iris je fokusirala na jedan čisti oblik mase u predjelu trupa (kako bi ostavila ipak erotsku privlačnost golih nogu i svjesno iskoristila ovaj momentum konzumerističkog društva možda - to možemo samo nagađati) . Apsolutno ništa što su Balenciaga (Sl. 7) i Iris u suvremenom odjeku njegove siluete (Sl.8) učinili nije bilo mikro po svom učinku.



Sl.7 Večernji plašt, crni taft, Cristóbal Balenciaga, (foto: Irving Penn)



Sl.8 Iris Van Herpen, 'Micro', SS 2012 (foto: Ronald Stoops)

### 5.2.5. Yohji Yamamoto

Yohji Yamamoto još je jedan dio japanske slagalice koja je presložila prioritete zapadne mode na kraju 20. i početku 21. stoljeća i jedan od rijetkih koji uspijeva konstantno ostati relevantan i u umjetničkom i robnom smislu, zamućujući granicu između robne i umjetničke razmjene. Nije mu strano ništa, od običnog T-shirta pa sve do odjevnih mobilnih skulptura. Jednako je pedantan u savršenoj *couture* izradi bilo da se referira na povijesnu građu *ancien régime* ili *belle époque* ili pak istražuje vlastito japansko naslijeđe varijacijama kimona.

S Balenciagom ga povezuje nekoliko životnih niti - odrastanje s majkom udvicom koje pruža intenzivan ženski utjecaj u ranim godinama, a majke su čak i dijelile isti zanat. Yojijeva majka ohrabivala je sina da ne zaglavi u njenom položaju u društvu gdje nije mogla biti nagrađena za svoju vještinu, no nesuđeni pravnik ipak je postao jedna od najvećih globalnih modnih sila. Posebice je zainteresiran za dekonstrukciju, priču koju odjevni predmet priča u svim slojevima koji se kod dovršenog objekta ne vide, a kao bazičnu paletu boja uzima jednostavnu crnu koja postaje gotovo sinonimna s njegovim radom i u nešto eksperimentalnijim modelima i u onima prilagođenim ulici. Njegovo korištenje crne pribavlja mu i nadimak *karasuzoku* ili član vranina plemena.<sup>66</sup>

U prijeziru spram hiperseksualizirane ženske siluete, uglavljene u pete i umotane u prozirne lepršave tkanine, on zamućuje granicu spolova, s posebnim naglasom da žene odijeva u mušku modu, i čak ih i koristi kao modele za prikazivanje muških kolekcija. Ne propušta prenijeti suzdržanost, intelektualni rad uložen u konstrukciju. S Balenciagom ga također povezuje i posvećivanje pažnje leđima, čak se i bilježi da je rekao kako konstrukcija započinje na leđima predmeta, a baš kao i kasniji radovi iz najkreativnije Balenciagine ere, i Yojijevi su uglavnom lišeni ornamenata kako bi sva pažnja bila posvećena obrisu predmeta. Baš kao i Balenciagu, zanimaju ga ogoljene forme do finalnih granica održivosti čiste ideje, no u suprotnosti s njime, odrastanje u drugoj kulturi u postratnom periodu za Yamamota je rezultiralo hrabrošću da jednako voli i nesavršene i naizgled izvana nedovršene predmete, sa savršenom unutarnjom rafiniranošću.

Za usporedbu je odabrana krivulja Balenciaginog predimenzioniranog konusnog plašta iz 1954. (sl.9) koji u potpunosti poništava tijelo modela i usmjerava pažnju na lice još jednim golemim volanom. Narančasti plašt slijedi bazičnu Balenciaginu logiku

---

<sup>66</sup> <http://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-clothing-industry/fashion-designers/yohji-yamamoto>

prikazivanja elegancije marginalnih struktura zapešća i gležnjeva. Yamamotova verzija (kao i većina kaputa u danj reviji) iz sezone jesen/zima 2014/15 (Sl.10), ostavlja frekvenciju iste siluete. Ono što kod Balenciage služi gotovo kao iščekivanje skidanja kako bi se razotkrila haljina ispod, kod Yamamota dijeluje gotovo kao zaštita od radijacije i elemenata.



Sl.9. Balenciaga kaput, salonu Parizu 1954. (foto: V&A Museum)



Sl.10 Yohji Yamamoto, Jesen/Zima 2014/15

### 5.2.6. Nicolas Ghesquière

Analiza dakako ne bi bila potpuna kada se ne bismo dotakli čovjeka koji je modnu kuću Balenciaga vratio s ponora irelevantnosti u novom dobu - Nicolas Ghesquièrea. Početak 90-ih brand se pod lošim vodstvom zapleo u samo pokoji parfem i vjenčanicu i proizvodnju golf palica za japansko tržište, kreativno mrtav i živeći na slavi staroga imena koje joj je Balenciaga ostavio. No s Nicolasom stiže i novo doba balansiranja idejnog i tržišnog kroz novu kreativnu energiju. Došavši kao 25-godišnjak, proveo je 15 godina kao njen kreativni direktor. Ovaj legendarni inovator na poziciju je došao neobičnim putem nakon što je dizajnirao sporednu japansku liniju i priča počinje 1997. U samo nekoliko godina, od anonimnosti ime je postalo razvikano po najznačajnijim modnim časopisima i ulazi u 100 najutjecajnijih ljudi na svijetu. Izuzetno predan, običan momak s nevjerojatnom radnom etikom i sposobnošću da balansira na ivici toga da zna što komercijala želi, i da je svjestan da im može ponuditi nešto bolje, svojom glavom i kreativnošću stvorio je novu auru oko branda reanimirajući ga za 21. stoljeće i stvarajući čak i internet hit komentar na sve novo "Balenciaga did it first", pa nastavlja dalje sa svojom vizijom za kuću kada je 2001. kupuje PPR konglomerat.<sup>67</sup>

Stvarao je spojeve pripijenog i predimenzioniranog, kao uske hlače visokog struka i goleme bluza ili uske majice hiper rukava. Između toliko svježine i noviteta svako toliko imao je ekskluzivno pravo zaviriti u arhive nakon čega bi nastajale prekrasne homage revije prilagođene za novo doba. Je li slučajnost baš da su često kao centri posveta uzimani kaputići, a ne recimo večernje haljine neprikladne za današnji životni stil? Vjerojatno nije, jer je Nicolas znao držati interes javnosti smislenim prosudbama bez rušenja umjetničkog integriteta.

Odabran originalni odjevni predmet iz kojega slijedimo siluetu Balenciagin je kaput iz 1963. (Sl.11). U potpunosti bez ovratnika u standardom Balenciaginom oslobođenju i eroticiziranju vrata, s dvorednim kopčanjem i naborima koji proširuju donji dio kaputa od visine stvarnoga struka sve do polovice bedara. Linija je sasvim čista neometana stezanjem rukava jer su široki i otvoreni, dužine malo ispod lakta, idealni za duge rukavice u doba u kojem je dama na vrhuncu elegancije još skrivala ruke u javnosti. Suvremena varijanta dolazi iz jedne od homage revija, jesen/zima 2006/07 (sl.12) i

---

<sup>67</sup> <https://032c.com/2013/the-story-of-nicolas-ghesquiere-and-how-balenciaga-became-21st-century-fashion/>



izrađena je u sivoj boji, identičnih linija i namijenjena je kao direktni citat a ne parafraza. U igri s idejom discipline kroja i krivulja rigidnih nabora Nicolas je na svoj model dodao i šešir koji nalikuje kacigi i čini se dodatno i u krućoj tkanini naglasio širenje donjeg dijela kaputa za apsolutno spektakularan volumen oko tijela modela u zvonolikoj odjevnoj skulpturi.



Sl.11 Cristòbal Balenciaga, 1963. (foto: V&A Museum)



Sl.12 Nicolas Ghesquière Jesen/Zima 2006/07

## 6. RETROSPEKTIVE I IZLOŽBE

Bilo je potrebno 15 godina nakon Balenciagine smrti da utjecaj koji je imao na španjolsku modnu industriju postane toliko važan da je Španjolsko ministarstvo industrije i energije 1987. prvu i jedinu modnu nagradu u zemlji nazvalo po njemu, a 2000. je ujedno i ubrizgalo 3.2 milijuna \$ u dobrotvornu zakladu koja je postavljena u Getariji njemu u čast. Cilj zaklade je „čuvati, širiti i naglasiti transcendenciju, važnost i prominentnost koju je Don Cristóbal Balenciaga imao na svijet mode“.

Retrospektive i izložbe niču posvuda i analiza različitih točaka gledišta na istu temu kroz njih bi mogla postati sama svoj rad, no navest ću ovdje najznačajnije retrospektive i izložbe, nove i stare, koje su ostavile najveći trag.

Godinu nakon Balenciagine smrti, 1973. u njujorškom Metropolitan Museum of Art, pod pokroviteljstvom španjolske vlade, postavljena je izložba naziva "The World of Balenciaga" i otvorena je 23. ožujka. Kako su ga čitav pariški radni vijek mediji, zbog nekonvencionalnih metoda i silueta koje se nisu uklapale, teško mogli smjestiti u određenu kategoriju, modni urednici olakšavali su si posao time da su ga jednostavno nazvali "vrlo španjolskim". Diana Vreeland je pišući Moni Bismarck o izložbi dodatno naglasila španjolsku temu - "Imali smo Goye, Velasqueze, Picassa, oklop Charlesa I i golemog bijelog konja - flamenco glazba je tiho svirala, a čulo se kliktanje potpetica i kastanjeta". Sasvim prikladno i za očekivati je bilo da će u reviji podržanoj od španjolske vlade sama ontologija Cristobálove španjolske biti ekstremno naglašena. Izložba je potrajala do 30. lipnja.

Nakon Givencyjeve proljetne revije Bismarck Fundacije, koja je uključivala 40 Balenciaga komada koje je Mona Bismarck ostavila, i 7 posuđenih vjenčanica, 5. srpnja 2006. otvorena je izložba u Musée des Arts décoratifs u Parizu pod kuratorskom palicom Pamele Golbin, koja se osvrnula na neprekidno povlačenje španjolskog naslijeđa. Svakako da je jedna od prvih haljina u Parizu bila "Infanta" s očitim španjolskim utjecajem i dakako da je utjecaj uniforme toreadora ili plesačice flamenca tu i tamo provirio kroz odjeću, ali Pamela napominje: "Radio je bolera, ali u svakoj reviji je bilo 150 do 200 komada i ako su se ovdje zatekla 3 ili 4 bolera to nije značilo da sve stiže direktno iz Španjolske." Otvaranje je bilo golemi uspjeh uz slavna lica Micka Jaggera, Hughha Granta i Marthe Stewart i internacionale pomodare. Izložbu je posjetila i prva ikada zaposlena prodavačica u Parizu Florette, čiji prvi dojam je bio pomalo kao natruha

samoispunjavajućeg proročanstva. Komentirala je da se haljine u staklenim vitrinama čine kao da su u lijesovima, kao da je nešto napokon bilo konačno i dovršeno u vezi modne kuće kojoj je posvetila život. Samo nekoliko mjeseci kasnije, na 95. rođendan bilo je vrijeme i za Florettin lijes.

2010.- 2011. bila je značajna zbog izložbe „Balenciaga: Spanish Master“ koja se održavala u New Yorku i San Franciscu. Počasni predsjednik izložbe bio je Oscar de la Renta, a kurator ekspert na temu Balenciaginog života i djela, Hamish Bowles. U ovom slučaju španjolski utjecaj je također bio naglašen, no krenuli su ponešto drugačijom linijom, u kojoj se specifično naglašavalo naslijeđe španjolskih slikara i način na koji je izloženost njihovom radu utjecala na rad i estetiku Cristóbala Balenciage, pa se recimo spektakularna neobična četverostrana „envelope“ haljina iz posljednjeg izdaha 1967. uspoređuje s apstraktnim oblicima Miróa. Kako je ujedno nastupilo i novo doba činilo se kao da je možda vrijeme za intimniji profil onoga o čijem se životu izvan salona i studija tako malo znalo, pa je u nježnosti i posveti počecima i podrijetlu izložba postavljena na pozadinu fotomontaže fotografija Getarije.

Izložba je postavljena 19. studenog 2010. u New Yorku, u Queen Sofia Spanish Institute i trajala je do 19. veljače 2011. Prikazivala je preko 70 komada sakupljenih iz velikog broja izvora, da bi u San Franciscu bila izložena u De Young Museum od 26. ožujka do 4. srpnja.

Uz fantastičnu izložbu u Antwerpenu u Mode Museum - "Game Changers – Reinventing the 20th Century Silhouette" - koja je istražila radikalno nove forme Balenciagina izraza 50-ih i 60-ih godina 20. st., u usporedbi s onima koji su došli prije i onima koji su nastavili rušenje tradicionalnog nakon njegove smrti, u ovome trenutku dostupna je fantastična obećavajuća retrospektiva u visoko cijenjenom i progresivnom londonskom Victoria & Albert muzeju.

Nazvana je "Balenciaga: Shaping Fashion", a postav je otvoren do 18. veljače 2018. i, za razliku od Antwerpen inačice, koja je uključila višestruke ličnosti i njihovu zaslugu u obilovanju nove siluete, tekuća izložba koncentrira se isključivo na rad Cristóbala Balenciage i utiska koji je ostavio na suvremenu modu. Sastoji se od preko 100 odjevnih komada samoga majstora kao i njegovih štićenika i suvremenih dizajnera koji nastavljaju u istoj tradiciji.

Svakako je vrijedno napomenuti da se u ljeto 2011. u rodnome selu otvorio muzej posvećen isključivo Balenciagi, a na otvarnjau se pojavila i španjolska kraljica Sofia. Smješten je u opsežni stakleni dodatak domu njegove prve patrone Marquese de Casa Torres, a kao kuratorica koja nadgleda postav od 200 komada, od kojih najraniji sežu u 1912., odabrana je Miren Arzalluz. Vlasti Getarije napokon su plaketom obilježile i kuću u kojoj je odrastao.

## 7. ZAKLJUČAK

Društveni fenomeni specifični su i zanimljivi jer su stvoreni unutar društvenog od društva i za njega - kao ogledalo koje gazi uvijek jedan korak naprijed i društvu samome reflektiraju njegovu vlastitu sliku natrag. Moda, koja se perpetuira od 16. st. uvođenjem koncepta novoga, promjene i ugrađenog zastarijevanja, upravo je jedan od ovih fenomena, sve do 60-ih godina 20. stoljeća striktno vezana za društvo preslikavajući njegove unutarnje odnose.

Progresiju rada koja analizira utjecaje kreativnosti Cristóbala Balenciage na suvremenu modu i način na koji se dalje njeni odjeci odražavaju započela sam analizom pozadine koja *couturiera* naposljetku dovodi u Pariz gdje nastaju i najvažniji eksperimentalniji radovi 50-ih i 60-ih godina 20. stoljeća. Kako nije odrastao u modnoj meci Pariza, već u malom španjolskom selu s naglašenim katoličkim utjecajem za čitava života je nastavio eksperimentirati sa specifičnim jednostavnijim oblicima kakve bismo mogli uočiti u eklezijastičkom odijevanju, dok je španjolska nota naglašena utjecajima slikara svoga područja. Sretna okolnost šegrtovanja kod krojača u djetinjstvu rezultirala je golemom razlikom u radnoj etici koja ga je izdvajala od većine dizajnera *haute couture* mode svoga doba superiornom krojačkom vještinom. Dok su se oni bavili pojavnošću i vanjskom formom, rijetko izlazeći iz sigurnosti uvriježene zapadne slike feminiteta, Balenciaga je svu svoju pažnju usmjerio na virtuoznost izrade i kroja, proučavanja svojstava tkanine i njene manipulacije kako bi prenio čistu ideju. Nikada nije tražio slavu već je bio u vječnoj potrazi za evolucijom ideje i oblika koja je u postratnim godina u Parizu rezultirala nekim od najrevolucionarnijih silueta koje je zapadnjačka moda imala prilike iskusiti.

*Couture* moda je dolaskom novog doba sve više bivala izgurana na margine i smatrana preostatom sfere jednog društvenog sloja koji više ne nosi nikakvu funkciju. Dostojanstvo odjevnog predmeta kreće ubrzano gubiti svoj stvarni i socijalni kapital demokratizacijom mode unutra konzumerističke logike masovne potrošnje i stvaranjem *ready-to-wear* mode. Visoka moda je vrlo intuitivno područje i još se neko vrijeme uspijevala prilagoditi konzumerizmu shvaćanjem da je jedina opcija preživljavanja uparenje s masovnim podizvođačima i distributerima stvarajući tako jeftinije varijante svojih krojeva i prodajući ih proizvođačima kojima je dozvoljeno tada koristiti privlačnu etiketu "Paris Original". No kako original sve više gubi svoju posebnost i potrošnja postaje svrha sama sebi, sredina 60-ih donosi i odjevnu revoluciju i *couture* moda se

povlači uglavnom u objekte poznate kao *showpiece* komad koji postaju više reklama, a manje izvor prihoda modne kuće koja sada većinu kapitala stječe jeftinijim masovno proizvedenim verzijama.

Zaključila bih da je ono što je Balenciagu učinilo tako značajnim hrabrost da proba drugačije i oslobodi tijelo od nametnute sputanosti zapadnjačkog pogleda i privlačnost koja se manifestira kroz neprekidno perpetuiranu figuru pješčanog sata u svim njenim varijacijama, s naglašenim grudima i bokovima i uskim strukom. Slijedio je ono što ga zanima, a to su oslobođeni gotovo skulpturalni oblici, ponekada nazivani čudima konstrukcije koji su između tijela i tkanine umetali neuobičajene i neočekivane volumene i prostore, koji će posljedično postati plodno tlo istraživanja dizajnera japanske estetike. Skratio je rukav oslobodivši zapešća, maknuo ovratnik pokazujući čistu krivulju vrata ili stavio najspektakularnije elemente odjavnog predmeta na prostor leđa. No svakako najznačajniji doprinos je odmicanje od fiksacije uskoga struka pa ga u najznačajnijim radovima u potpunosti poništava koncentrirajući se na sasvim neobične siluete kao što je *baby doll*, balon suknja, golema koncentracija materijala u gornjem predjelu trupa kao što je slučaj kod "chou" haljine ili četverostrani šiljci "envelope" haljine, dok se kao golemi rez s tradicionalnom estetikom smatra vjenčanica iz 1967. kojoj tkanina zadobiva gotovo mramornu kvalitetu.

Novo doba pristiglo je s jasnijim rušenjem starih struktura i eksperiment je postao više pravilo nego iznimka, no sama reinterpretacija Balenciaginih ideja u radovima nekih od najeksperimentalnijih dizajnera ujedno i naglašava koliko su zaista njegove ideje bile revolucionarne kada su stvorene, poduprte strujom suvremenih dizajnera koja se odmakla od komercijalnog i u novome reinterpreterala mnoge ideje i obrise koje su se prvo pojavile u doba Cristóbalu Balenciage. Poigravanja spolnim identitetima i istraživanja mogućnosti materijala mogla su se slobodno odvijati sada kada *couture* više nije primarni izvor prihoda i nema imperativ toga da treba biti prihvaćen kao onaj koji će se prodavati. Ova pozicija nudi određenu slobodu. Bilo je značajno promotriti kako se ista ideja reinterpretera u novim materijalima i novim tehnikama u sasvim drugačijem dobu i još uvijek zadržava istu snagu i posvetu originalnoj strukturi.

Niti utjecaja sežu tako daleko da bismo do u nedogled mogli pronalaziti primjere onoga što više nikada nakon Balenciage ne može, samim njegovim postojanjem, biti smatrano revolucijom. Ali ni jedna revolucija nikada nije jednaka, povijest se možda ponavlja

poput refrena koji ulazi u uho, ali uvijek u drugoj intonaciji. Nove revolucije nisu same po sebi ni dobre ni loše, jednostavno su drugačije, jer su oni koji ih interpretiraju drugačiji.



## 8. LITERATURA

Lyon, M.L. i Barbalet, J.M. Society's body: emotion and 'somatization' of social theory, u Embodiment and experience: the existential ground of culture and self, Cambridge: Cambridge University Press 1994.

Sun Bok, K.: Is Fashion Art?, Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Volume 2, Number 1, Feb 1998, pp. 51 - 72, Berg Publishers

Finkelstein, J.: Chic - A Look That's Hard to See, Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Volume 3, Number 3, Aug 1999, pp. 363-386, Berg Publishers

Arnold, R.: The Brutalized Body, Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Volume 3, Number 3, Nov 1999, pp. 487- 502, Berg Publishers

Vladislavić, A.T; Bartlett, Đ., Cvitan-Černelić, M: Moda - Povijest, sociologija i teorija mode, Školska Knjiga, Zagreb, 2002.

Evans, C: Fashion at the edge: Spectacle, Modernity and Deathliness, Yale University Press, New Haven & London, 2003.

Wilson, E.: A Note on Glamour, Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Volume 11, Number 1, Mar 2007, pp. 96 108, Berg Publishers

Paić, Ž.: Vrtoglavica u modi, prema vizualnoj semiotici tijela, Altagama Zagreb, 2007.

Paić, Ž., Vizualne komunikacije, Centar za vizualne studije, Zagreb, 2008

Pochna, M.F.: Christian Dior, The Overlook Press, New York, 2008.

Skov L., Cumming, V.: Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion, vol 8/10 - West Europe, Berg Publishers, 2010.

Steele, V.: The Berg Companion to Fashion, Berg, Oxford, 2010.

Blume, M., The Master of Us All: Balenciaga, His Workrooms, His World, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2013.

<http://the-rosenrot.com/2012/08/the-brilliance-of-issey-miyake-a-retrospective.html>;

pristupljeno 26/6/17

<http://blog.momu.be/2016/exhibition/looking-back-towards-the-future-the-work-of-issey-miyake/>, pristupljeno 26/6/17

<https://www.maisonmargiela.com/hr/lamaison>, pristupljeno 26/6/17

<https://www.wmagazine.com/story/mystery-man-martin-margiela-is-working-on-a-museum-retrospective>, pristupljeno 26/6/17

<http://www.musemagazine.it/art-of-the-in-between/>, pristupljeno 26/6/17

<http://www.irisvanherpen.com/about>, pristupljeno 27/6/17

<https://edelscope.com/2012/02/09/fashion-inspiration-iris-van-herpen-springsummer-2012-haute-couture-inspired-by-the-scientific-photography-of-steve-gschmeissner-2/>, pristupljeno 27/6/17

<http://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-clothing-industry/fashion-designers/yohji-yamamoto>, pristupljeno 27/6/17

<https://032c.com/2013/the-story-of-nicolas-ghesquiere-and-how-balenciaga-became-21st-century-fashion/>, pristupljeno 27/6/17