

Značenje crne boje u modi: semiotička analiza

Gvozden, Mirna

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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:201:964776>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-17**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

ZNAČENJE CRNE BOJE U MODI:

Semiotička analiza

Mirna Gvozden

Zagreb, rujan 2020 g.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET

Zavod za dizajn tekstila i odjeće

DIPLOMSKI RAD

ZNAČENJE CRNE BOJE U MODI:

Semiotička analiza

Mentor: prof.dr.sc. Žarko Paić

Mirna
Gvozden

8092/TMD-TKM

Zagreb, rujan 2020 g.

SAŽETAK

Crna boja prožima svijet od samog početka odijevanja do industrijske revolucije i pojave mode kakvu poznajemo danas. Ona je postala znak koji se uzima i koristi da bi čovjek opisao svoje stavove, postojanje i djelovanje. Nekada davno kroz neznanje i praznovjerje, kroz pravila odijevanja u srednjem vijeku, preko industrijske revolucije i crnog odjela, umjetnika i egzistencijalista, male crne haljine Coco Chanel, anarhista, pankera, glamuroznih 90-ih, crna boja je uvijek prisutan znak kako modni tako i antimodni, sve do danas kada je crni ekran simbol beskrajnih (privednih) mogućnosti umreženog svijeta.

Ona oduvijek izranja, nekada jača nekada slabija iz centra ili iz sjene, uvijek prisutna i kao mat i kao sjajna, bez obzira što su se razlike u lingvistici izgubile.

Promatrati tijek postojanje crne boje u spektaklu života/mode znači razumjeti i povijest i sadašnjost i budućnost, znači prihvatiti i razumjeti suprotnosti a ter i niger pojmova u kontekstu ambivalencije same mode .

Moda, crna boja, znak, ambivalentnost

SUMMARY

The black color permeates the world from the first clothes to the industrial revolution and the emergence of fashion as we know it today. It has become a sign that has been taken and used to describe one's attitudes, existence and actions. It has been present in ancient times through its ignorance and superstition and through the dress code in the Middle Ages; through the industrial revolution and the black suit, through the works of artists and existentialists and the little black dress of Coco Chanel; through anarchists, punks and the glamorous 90s. It has been always present as a sign of both fashion and anti-fashion, until today when the black screen is a symbol of the endless (apparent) possibilities of the networked world.

It always emerges, sometimes stronger sometimes weaker, from the center or from the shadow but always present both as matte as well as glossy, disregarding that differences in linguistics have been lost.

To observe the course of the existence of black in the spectacle of life / fashion means to understand history, present and future. It means to accept and understand the opposites of *ater* and *niger* concepts in the context of the ambivalence of fashion itself.

Fashion, black color, sign, ambivalence

SADRŽAJ

| | |
|----------------------------------|----|
| 1. Uvod..... | 6 |
| 2. Teorijski dio | 7 |
| 2.1. Povijest crne boje..... | 7 |
| 2.2. Lingvistički pristup..... | 8 |
| 2.2.1. Jezik odjeće..... | 9 |
| 2.3. Kemijski pristup..... | 11 |
| 2.3.1. Sistematizacija boja..... | 12 |
| 2.3.2. Tehnike bojanja..... | 13 |
| 2.3.3. Tehnološke boje..... | 14 |
| 2.4. Antropološki pristup..... | 16 |
| 3. Crna kroz paradigme mode..... | 20 |
| 3.1. Moderna moda..... | 21 |
| 3.2. Postmoderna moda..... | 27 |
| 3.3. Suvremena moda..... | 34 |
| 4. Zaključak..... | 43 |
| 5. Literatura..... | 45 |
| 6. Slike..... | 46 |

Uvod

Od prvih crteža pronađenih u pećinama, preko keramičkih predmeta različitih vremenskih razdoblja utisnuta je crna linija stvarajući poruke koje iščitavamo danas.

Crna boja je znak prije znaka.

Prvi dio rada odnosi se na njenu pojavnost kroz povijest, u čijem stvaranju je ova boja imala istaknuto mjesto. Od prvih crteža pronađenih u pećinama, preko keramičkih predmeta različitih vremenskih razdoblja utisnuta je crna linija stvarajući poruke koje iščitavamo danas.

Promatrajući je u lingvističkom aspektu, njena pojavnost se očituje kroz latinske nazive ater i niger. Crno je dualno, složeno i jednostavno, mat i sjajno, mistično i okultno. Uključena je kroz različite ljudske načine izražavanja i stvaranja predmeta, priča, vjerovanja, najčešće uz bijelu i crvenu.

Rijetka je u prirodi a zahtjevna za bojanje, konstantno ambivalentna.

Samim bivanjem bojom i onda proglašenjem ne-bojom, crna boja poprima još dublje značenje, te nije izgubila na snazi svoje pojavnost, nego je čak stekla dodatnu snagu.

Kroz odjevni predmet do srednjeg vijeka nasumično se pojavljuje, najčešće u vjerskom kontekstu. Srednji vijek joj urezuje nova značenja. Crna odjeća koja se nosi na dvoru dodjeljuje simbolična značenja skoro svakom odjevnom predmetu, koji će se kasnije kroz povijest reciklirati i pojavljivati kao modni.

Drugi dio se bavi semiotikom crne boje i njenom pojavnosti u odjevnom predmetu kroz 3 glavne paradigme mode: moderna moda, postmoderna moda i suvremena moda. (Paić 2007: 21)

Sve tri paradigme mode obuhvaćaju određeni vremenski period u kojem su društveno-politička, ekonomska, socijalna i kulturna zbivanja i promjene pratile i promjene u pojavnosti i značenju crne boje u modi.

2. TEORIJSKI DIO

2.1. Povijest crne boje

Zahvaljujući jeziku i potrebi za sporazumijevanjem svijeta ostvarena je komunikacija. Prvo na najbanalnijem nivou znakova a onda razvojem čovjekove svijesti artikulirala se u jezike, iskonska potreba za imenovanjem stvari da bi dokazali da one postoje. Tako i slike u pećinama predstavljaju početak znakova kojima potvrđujemo događaj ili želju da se nešto dogodi. Vizualni znakovi iz najranije otkrivene povijesti naše komunikacije su slika u crnoj, crvenoj i bijeloj boji.

Kroz pisanu i oslikanu povijest svijeta, crnoj boji pripisivana su mnogobrojna značenja. Prvobitno objašnjenje nastanka svijeta kako u mitologijama tako i u Bibliji povezuje se sa prvobitnom noći, u početku bijaše noć kao preduvjet postvarenja života na svijetlu dana. Crna boja bila je i oznaka plodne zemlje i početka svijeta ali i boja smrti, kraja i nestajanja. Bila je i boja straha ali i boja utočišta i zaštite u tami pećine.

Jednu boju ne možemo promatrati samu za sebe jer samo postojanje boje funkcionira jedino u njenom suodnosu sa drugom bojom odnosno bojama. Potpuni smisao i funkciju boja ima tek kada je promatramo iz društvene, umjetničke i simboličke perspektive i u tom kontekstu boja dobiva ili gubi na snazi svoje pojavnosti. (Pastoureau 2008: 8)

Izostanak opisa boja u ranim povijesnim razdobljima ne znači i ne zanimanjem svijeta za njih, jer svijet je bio pun boja, iako izgleda kao da čovjek nije bio svjestan njegovog šarenila. Povezanost boja i jezika bitna je u proučavanju same povezanosti jezika i mišljenja.

U početku su nazivi za boje nastali prema predmetima za koje su karakteristični, a kasnije se napredovanjem u izradi tekstila i bojanju sirovine povećao opseg u imenovanju te se uključio i osjetilni aspekt boja. (Tanhofer 2008: 18)

Nezainteresiranost se tijekom razvoja čovječanstva nikada nije odnosila na tri boje i to na crnu, bijelu i crvenu koje se pronalaze na većini arheoloških otkrića od crteža u pećinama pa sve do dugo nakon izlaska iz njih.

2.2. Lingvistički pristup

Lingvistički pristup bojama potaknut osjetom oka prvenstveno se odnosio na stupanj zasićenost, da bi se dočarala snaga i jačina neke boje. Postojala je velika razlika u etimologiji riječi i to se odnosi na sve boje. Glavna karakteristika kod opisa boje je bila u svojstvu dočaravanja njene zasićenosti, mat ili sjajna, svjetla ili tamna, gusta ili rijetka, tek nakon toga dolazi određivanje polja kojem boja pripada.

U staro-latinskom jeziku za crnu boju se koriste dva naziva **ater** za mat, uznemirujuću, zlokobnu crnu i **niger** za sjajnu, raskošnu crnu kao i za sve nijanse crne koje se nalaze u prirodi. U staro-njemačkom postojao je naziv **swarz** za mrtvu crnu i **blach** za sjajne tonove crne, u staro-engleskom **swart** za mrtvu crnu i **blaek** za sjajne crne. Ovakvih primjera ima za sve boje ali s vremenom su se izgubile finese i počela se koristiti samo jedna riječ za crnu ili bijelu, kao i za ostale boje. (Pastoureau 2008: 23)

Danas lingvističkim pristupom svođenje boje na jednu riječ ne znači da se ona u stvarnosti reprezentira jednoznačno; jezični epiteti, pridjevi i imenice se koriste da bi se opisala i dočarala nijansa boje.

Stari Egipćani su od spaljenog drveta izrađivali crnu boju s kojom su bojali kosu i ocrtavali oči, drvenih figura koje su postavljali u grobnice a boju su nazvali **km**, istu riječ su koristili za imenovanje crne plodne zemlje Nila, tako su i svoju zemlju nazvali Km. Riječ km imala je niz značenja u starom Egiptu, ali je značila "crno". Ta njihova crna bila je i naša crna, a to se najbolje vidi u muzejima. (Harvey 2013: 18)

Povijesni pregled nam pokazuje da su **black**, **noir**, **schwarz**, **nero** ili **mavro** sve jezični nazivi za jednu boju hrvatskog naziva **crno**. U hrvatskom jeziku **crno** je ime za široku paletu crnih tonova, ponekad i vizualno netočnih, na primjer naziv za crno vino kojem je stvarna boja crvena. Crnim imenujemo i stanje psihe svjesni da ona nema boju kao takvu. Preuzeli smo i crnu zemlju iako je na našem području nema ali imamo crnogoricu kao naziv za zimzeleno drveće.

Mnoštvo primjera upućuje na arbitrarnost značenja crne u njima. Znakovi su prihvaćeni u govoru i pismu, protkali su život i kao takvi traju i najčešće se ni ne propitkuju.

Iako se konstrukcije izraza u pojedinim jezicima razlikuju, značenje za neke od njih je isto npr. crna burza, crni petak, crni labud, crna ovca, crna magija, crna kutija, crne rupe.

Umjetnici su oni koji su imali najviše doticaja sa bojama pa su tako i odigrali najveću ulogu u kreiranju i nastajanju naziva boja. Boja kao alat i način izražavanja trebala je ime za sve tonove i nijanse koje prvenstveno nastaju iz prirodnih materijala zato su najčešće korištena imena materijala iz kojih nastaju ili im je glavno obilježje. Dajući im imena stvarali su kako materijalnu tako i lingvistički, bogatu paletu novih tonova i nijansi.

Zbog toga boju ne možemo promatrati samo lingvistički jer taj pristupu boju otuđuje od njene mnogostruke pojavnosti kao znaka. Bez oka nema slike, bez slike nema riječi, bez riječi nema povijesti koja nam boju stavlja u spoznajni kontekst.

Zato se proširila paleta jezičnih epiteta kojima se dočaravala prisutnost ili odsutnost zasićenja kod boja, tako je i crna stekla cijelu paletu kojom se označavala. Crna kao riječ i kao znak prisutna je i u slikarstvu, glazbi, modi pa tako i u životu svih ljudi.

2.2.1. Jezik odjeće

Kada komuniciramo jezikom odjeće tada možemo pretpostaviti da i odjeća ima svoj jezik a to znači da ima i svoj rječnik i gramatiku. (Luri 2002: 165)

Tada boja odjeće može biti ekvivalent gramatičkoj oznaci, a ipak je nemoguće boju smjestiti u točno određeni gramatički pojam. Razlog je jednostavan jer ako je odjeća znakovni sustav, znakovni jezik onda je paleta tih znakova puno šira i ovisi o više čimbenika kao i načina na koje se njom koristi.

U jeziku mode crna je omiljena i često korištena baš kao i u umjetnosti. Na crnoj podlozi neke boje vrište dok se neke savršeno uklapaju u njen misticizam. Crna se često koristi sa svojom opozicijom bijelom stvarajući uzorak od oku ugodnog do uznemirujućeg, koji se poigrava logikom oka i mozga.

Crna boja svojim habitusom može se poistovjetiti sa samom modnom odjećom jer u sebi nosi pojam ambivalencije. Baš kao i riječi i rečenice, tako i odjevni predmeti i njihovo smještanje i razmještanje, ritam i ton, stvaraju kontekst, tako da modni govornik kao i pisac

može biti manje ili više uspješan. Ponekad se crna uzima kao nepogrešiv izbor u odijevanju ali baš kao što ne može svatko napisati najjednostavniju rečenicu sa dubokim značenjem, tako ne može svatko ni nositi crnu s porukom.

Jednostavan stilski izričaj pjesnika je kao i jednostavna haljina dizajnera, zvučno i magično, jedinstveno u svojoj jednostavnosti a bremenito u značenju. Postići takvu simbiozu mogu samo rijetki.

Koristeći Barthesov pojam meta-jezika znakova, crna boja je iznimno pogodna za stvaranje mita koji joj po potrebi dodjeljuje status. Za nastanak mita zaslužan je jezik arbitrarnih znakova i teksta kojeg koristi proizvođač mita (najčešće novinar) a čitatelj, konzument, mit čita kao činjenicu. Zato je moda plodno tlo za stvaranje mitskog jezika i njegovim iščitavanje pokreće se konstitutivni mehanizam mita.

Modni časopis je mjesto gdje se mala crna haljina i njena slika koriste za stvaranje mita koji nastaje korištenjem vizualnih i verbalnih znakova za nastanak poruke univerzalne LBD, male crne haljine (**little black dress**). (Barthes 2009: 143).

U časopisu je predmet na slici opisan sa ciljem da se razina percepcije fiksira na sam odjevni predmet, da se opisom stvori spoznajna funkcija, da se istakne i da mu se dodjeli vrijednost u kontekstu pripadanja modi, pripadanja modernosti. (Barthes 2009: 147)

Tako crna haljina opisom poprima značenja kao što su moderno, otmjeno, sa stilom, elegantno stvarajući dodanu vrijednost kako odjeći tako i osobi koja je nosi.

Crna boja i njeno mitološko značenje u povijesti premjestilo se u mit pun značenja i poruka koje odašilje i prožima na svim razinama ljudskog postojanja i djelovanja.

Kroz verbalnu i vizualnu komunikaciju crno može biti i znak opasnosti, tuge, nesreće ali i oznaka elegancije i ekstravagancije, može biti simbol anarhije i pobune isto koliko i dekadencije i fetišizma. Tako se stječu visoke ili niske vrijednost u predodžbi crne boje u sustavu značenja i prezentacije kroz arbitrarne znakove. Snaga stvaranja mita ne očituje se samo u trenutnom iščitavanju nego i u njegovoj trajnosti.

Jezik mode i njeno oblikovanje stava i mišljenja o crnoj boji omogućio je vremenski kontinuum promišljanja crne na svjesnom nivou ali cilj je poruke mita da se ureže na nesvjesnom i ostane prihvaćen.

2.3.Kemijski pristup

Znanstvena definicija boje glasi:

“Boja je isključivo psihofizički osjet induciran svjetlom, odnosno osjet koji u oku izaziva svjetlost emitiranu iz nekog izvora svjetlosti i reflektiranu s neke obojene površine “

(Parac-Osterman 2007: 3)

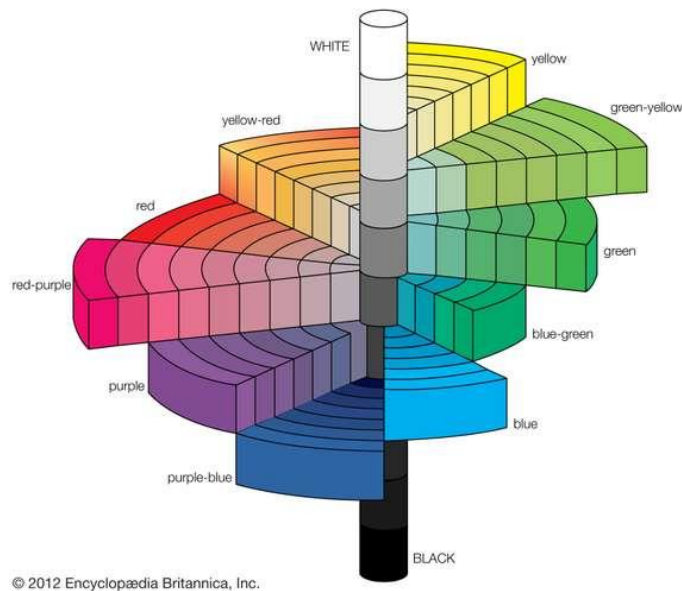
Odnos svjetla, boje i oka otkriven u 17. stoljeću otvara jedno široko polje istraživanja i dovodi do definicije boje, potreba je te čovjeka da shvati pojavnost stvari u prirodi i da ih znanstveno objasni. Tanhoferovo je objašnjenje da boja nije bila neophodna za ljudsko preživljavanje. Ona je rezervirana za užitek, dokolicu, prepoznavanje lijepog i iz tog razloga se osjećaj za boju relativno kasno razvio. (Tanhofer 2008: 20)

Znanstvena definicija boje ograničena je na tehnički nastanak, ali kada govorimo o bojama u umjetnosti moramo promatrati psihofizički događaj u cjelini, kao osjet koji utiče na samo ljudsko bivanje sa svim psiho-sociološkim i društveno-kulturnim okruženjima u kojima nastaje asocijacija nakon što oko percipira neku boju.

Ipak taj psihofizički osjet stvara potrebu za proučavanjem i tako boja službeno postaje vrijedna proučavanja kao i poredak boja u spektru. Razvoju sustava boja i njihovom poretku u početku su najviše doprinijeli umjetnici, a tek u 17 st. započinje znanstveno proučavanje svjetla i njegov utjecaj na nastanak boje.

Nastanak i nestanak crne boje u službenom spektru može se pratiti kroz znanstveni razvoj definiranja spektra boja.

2.3.1. Sistematizacija boja



Slika 1. Munsellovo stablo boja

Sustavi uređenja boja su metode kvantitativnog i kvalitativnog klasificiranja i imenovanja boja, a kroz povijest mnogi su umjetnici i znanstvenici pokušali doći do prihvatljivog modela. Jedan od prvih je Aristotelovo postavljanje bijele nasuprot crne sa crvenom između njih (350 pr.Kr).

Prvim idućim definiranjem smatra se ono Leonarda da Vincia (1452- 1519) koji definira 6 praboja. Od tada do danas pojavljuju se različiti sistemi vrednovanja i klasifikacija boja. Jedan od značajnijih za ovu temu je Isaac Newton (1642-1727) i njegov spektar od 7 boja. Njegovo objašnjenje, da je podjela spektra na samo 7 boja umjetna jer je spektar zapravo kontinuum boja nikog više nije zanimalo. Tradicionalni poredak boja je preokrenut, a u novom poretku više nema mjesta za bijelu i crnu boju.

Goethe, 100 godina kasnije, dijeli krug u 6 boja: 3 osnovne i 3 komplementarne i pridružuje se polemikama o boji u znanstvenim krugovima (Parac-Osterman 2007: 59-60).

Polemike o bojama riješene su uspostavljanjem sustava boja.

Sistematizacija boja nastala je kroz različite sustave uređenosti boja, na temelju proučavanja potreba polja na kojima se koristi.

Jedna od prvih je trodimenzionalno stablo boja koje predstavlja intuitivni model koji prikazuje boju kao ton, svjetlinu i zasićenost a razvio ga je slikar A. Munsell 1915 godine. (Tanhofer 2008: 22)

Intuitivni modeli se temelje na psihološkim tributima, funkcionira na principu vizualne usporedbe i pogodan je za praktično definiranje boja.

Pantone sustav boja je prvi standardizirani sustav na temelju recepture za traženi ton i nijansu a njegova lepeza boja koristi se i u grafičkoj industriji kao i standard za tekstil i dizajn s tim da svaka industrija ima svoju „lepezu“ boja.

Objektivni sustav uređenosti boja temelji se na teoriji metrike boje, CIE i RAL su najpoznatiji u toj skupini. Razvojem znanosti o boji omogućio je i razvoj pojedinačnih sustava boja koji se koristi u marketingu, arhitekturi, tekstilnoj industriji.

Dok je COLORCUBE trodimenzionalni prikaz boje na ekranu razvijen za potrebe komunikacije bojom na internetu. (Parac-Osterman 2007:63-83)

2.3.2. Tehnike bojanja

Razvijanje sustava boja odvija se paralelno s razvojem tehnika za proizvodnju bojila.

Dugo se samo u prirodi mogla vidjeti potpuno zasićena crna i to na perju ptica ili krznu životinja, pa je to vjerojatno i jedan od razloga zašto je imala visok status u hijerarhiji boja zajedno sa crvenom i bijelom.

Tehnike kojima se dolazilo do crnih boja, za crtanje od pećina do slikarstva ili za bojanje tkanina usavršavale su se sa potrebama i potražnjom za crnilom. Kemijski procesi bojanja nekada su se bazirali na materijalima iz prirode. Bojanje u crnu boju bio je iznimno tehnički složen posao i zahtijevao je veliku vještinu bojadisa.

Bojanje u crnu u početku se obavljalo pomoću prirodnih materijala najčešće plodova oraha, kestena i hrasta. U početku bojanja učinci nisu bili zadovoljavajući ali nije bilo ni velike potražnje za crnom bojom. Razvojem zanata i korištenjem hrastove jabučice i fiksira od soli željeza, taj zahtjevan i dugotrajan proces se zaokružio i nastali su duboki bogati tonovi crne.

Velika potražnja za crnim tkaninama dovela je do razvoja zanatskih vještina i stvaranja postojanih crnih nijansi na tkaninama od vune, konoplje, svile, pamuka pa čak i krzna. (Pastoureau, 2008:87)

Venecijanski cehovi su imali strogu podjelu po bojama, tako su u crno mogli bojati samo bojadisaone koje su male dozvolu za bojanje u plavu dok je ostalima bilo zabranjeno. Plava kao podloga za bojanje u crnu je bila zahvalna jer se naknadnim potapanjem u otopinu korijenja drveća sa željeznim oksidom stvara solidna crna nijansa. Isti postupak je bio i kod crvene podloge. Čak se naknadnim tamnjenjem mogla dobiti još ljepša crna ali taj postupak je bio zabranjen po strogim pravilima zanata.

Razvoj tehnika bojadisanja u crnu nije prethodilo pojavi crne odjeće u srednjem vijeku, kao ni u bilo koje doba u povijesti. Tehnika se razvila zbog društvene i ideološke simbolike crne odjeće za kojom je nastala velika potražnja. (Pastoureau, 2008: 88)

Tekstilna industrija kao skup tehnika iz različitih područja, koja prethodi samoj mogućnosti stvaranja stila, mode ili bilo kakvog obojanog odjevnog predmeta razvila se na europskom kontinentu relativno kasno. Dok se znanstvenici bave teorijom boja, dotad se radionice za bojanje bave egzaktnim problemom postojanosti crne boje na tkanini. Metamerija, neujednačenost boje, dubina tona, postojanost boje na tkanini, tehnički su problemi koji potiču rješavanje i razvijaju paralelno i prirodne i kemijski procese bojanja, te se stvaraju umjetne boje iz lako dobavljivih materijala.

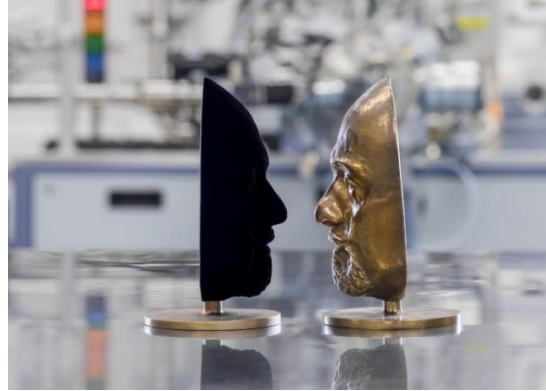
Zahvaljujući tome danas imamo obojani svijet kao i veliku paletu crnih tonova

2.3.3.Tehnološke boje

Danas je interdisciplinarnost na djelu i nove tehnologije omogućile su stvaranje nove umjetne crne koja se temelji na crnoj tvari. Nanočestice od kojih se rade premazi imaju refleksiju manju od 1% iz svih kutova gledanja. Pod imenom **Vantablack** stvorena je crna koja sada i službeno nije boja nego skup nanočestica koji omogućuje uranjanje oka u dvodimenzionalni privid crne. (7. link)



Slika 2. Vantablack



Slika 3. Vantablack

Nastanak crne boje u laboratoriju može se promatrati i kao potvrda teorije da crno nije boja jer je u ovom slučaju baš kao što ju je Leonardo da Vinci nazvao crno - tvar.

Postoje crni pigmenti, a zatim postoje SUPER-crni pigmenti koji su toliko tamni da se mogu stvoriti samo u laboratoriju. Ove super-crne dosežu tako ekstremne razine tame jer su sačinjene od nečega što se naziva carbon nanotubes ili CNT.

Karbonske nano cijevi su male mikroskopske cijevi sastavljene od atoma crnog ugljika promjera tek nekoliko nanometara. Za usporedbu, jedna vlas kose debljine je oko 80-100 tisuća nanometara. CNT materijali nastaju spajanje šume ovih mikroskopskih cijevi.

Vantablack crna razvijena je za potrebe kalibracije crnih dijelova kod satelitskih sustava a koristi se i za duboka svemirska snimanja, u izradi automobilskih senzora, optičkih sustava, ali i na polju umjetnosti i estetike.

S obzirom na iluziju koju stvara pomoću tog premaza umjetnik Anish Kapoor kao vlasnik autorskih prava na crnu Vantablack najavio je predstavljanje na venecijanskom bijenalu 2021 godine. (8.link)

Polemika sa vlasništvom usijala je komunikaciju između SURREY NANOSYSTEMS kao izumitelja i ostatka svijeta koji je želio svoj komadić crne. U prepisci na društvenim mrežama optuženi su i oni i Kapoor za nedjeljenje, što je kontradiktorno jer njihova crna nije boja nego tehnološki izum.

Tako Jensen objašnjava da ljudi misle da ako nešto postoji, imaju automatsko pravo na to. Po njemu stvarnost je da svijet nije takav ni sada i da nikada nije ni bio takav.

Semple kao umjetnik tumači to na drugačiji način. On smatra da razmjena znanja i tehnologije može samo potaknuti umjetničku zajednicu.

Razvila se tako polemika oko toga kako svijet funkcionira u odnosu na to kako se misli da svijet treba funkcionirati. (9. link)

2.4. Antropološki pristup

Crna odjeća na europskom kontinentu se koristi za oplakivanje mrtvih od vremena starih grka, rimskog carstva, do kršćanstva, kako navodi J. Harvey u svojoj knjizi *The Story of Black*. (Harvey 2013: 290)

U svakom slučaju crno je boja žalovanja ili boja kajanja onih koji su zgriješili.

Trgovina između Istoka i Zapada, u ranom srednjem vijeku, odvijala se između islamskih trgovaca koji su bili poznati po crnoj odjeći. Mogućnost da su europski trgovci dolazeći sa njima u kontakt preuzeli i njihov stil odijevanja u crno po Harvey-u veća je nego da su je preuzeli iz crkvenih redova. Povijesna činjenica je da je u Europi u ranom srednjem vijeku crna boja bila uobičajena u odijevanju trgovaca. (Harvey 2013: 128)

Crna odjeća kao simbol koji pokazuje ekonomsku, socijalnu, društvenu i političku moć trgovaca, sudaca, svećenika pripada u antimodno odijevanje. Sama odjeća nema svrhu u modnom smislu nego u svrhu isticanja moći položaja na kojoj se nalazi osoba. Njen izgled je nepromjenjiv i ne pada pod utjecaje promjena u društvu nego ostaje kao konstanta simboličke vrijednosti. (Polemus/Procter, 2002: 216)

Na španjolskom dvoru tijekom vladavine Filipa II dolazi do kulminacija u korištenju crne odjeće koja se kasnije širi po svim dvorovima diljem europskog kontinenta. Španjolska crna zauzima i ključan trenutak u povijesti mode a to je donošenje zakona protiv luksuza.

Tkanine svih vrsta obojane u crno i oblikovane za prestižnu klasu kraljeva i dvorjana krasile su palače utiskujući crnoj simbolično značenje aristokratske boje. Tada se oblikuju neki od simbola luksuza kao što je crno krzno koje će stoljećima kasnije biti simbol elegancije i bogatstva.

Krzno, baršun, svila i čipka, perjem ukrašeni šeširi, čarape, podvezice, posvuda crno i crni detalji, simboli koji se stoljećima kasnije koriste da bi se dočarala elegancija i otmjenost, ali i stvorili fetišistički objekt budućnosti kao što je crni korzet, podvezice.

Nastavljajući svoj hod kroz povijest i doba reformacije i protestantizam prigrlili su crnu boju i dali joj novu konotaciju a to je umjerenost, skromnost, suzdržanost, poniznost. Primjer je to da konvencija može mijenjati značenje i uspostavljati novu formu mita za potrebe kontrole nad konzumentom istog.

Još jedno simboličko značenje crne je nastalo u tijeku crnog srednjeg vijeka u kojem su crkveni inkvizitori u crnim haljinama progonili vještice i čarobnjake, stigmatizirajući crne mačke i ptice, sijući strah među pukom. Crna se tada poistovjećuje sa moći vladajućih ali i sa crnilom duše, pokušavajući pokazati nekog tko je crn u smislu zla, sami su se pretvorili u crnilo vlastitog zla.

U ovom slučaju crna boja postaje znak i simbol u praznovjerjem ispunjenom svijetu puka, ignorirajući crnu odjeću onih koji ga šire. Tako su vještice i čarobnjaci u crnom, a cijeli niz životinja koje ne biraju svoju boju nego su u njoj evoluirale postaju strašni bestijarij straha.

Ambivalentnost crne nije u njenom samom bivanju crnom nego u dodjeljivanju simboličkog značenja u ovoj ili onoj prigodi, po volji društva, vjere, nacije.

Njeno bivanje bojom koja nije boja vjerojatno je doprinijelo auri koju ima i značenjima koja joj se pripisuju. Ta značenja u kontekstu odjevnog predmeta prenose se i na osobu koja ga nosi.

Calefato navodi primjer kako crno odijelo ili crni frak koji se nose u formalnim prilikama imaju funkciju da muško tijelo negiraju dok je ta uloga povjerena isključivo ženskom tijelu u dugačkoj, elegantnoj večernjoj haljini. Tako je crna večernja haljina raskošna, zavodljiva, dekoltirana i u službi isticanja dok se vrijednost pratioca u crnom odjelu ne propitkuje i ostaje distancirano od ženske pojavnosti. (Calefato 2004: 110)

Osim distinkcija u kontekstu rodne pripadnosti, crna odjeća može aludirati na čitav niz socijalnih i kulturnih diskursa zahvaljujući širokom spektru dodatnih značenja koja je stekla, sama po sebi uvijek ista a bremenita ljudskom potrebom za stvaranjem priča.

Industrijska revolucija i proizvodnja novog kao što su uporabni predmeti koji postaju znak

modernosti često koristi crnu boju, jedan od primjera je Fordov Model T .

Henry Ford konstruirao je automobil za široke mase, koji je cijenom bio dostupan svakome. Početak je to masovne proizvodnje sa standardizacijom dijelova i kasnijem uvođenju proizvodne linije u proizvodnju. Svi su automobili bili crni, a Ford je u svojoj autobiografiji napisao da "kupac može imati automobil obojen u boju koju želi sve dok je ona crna" (link 22).



Slika 4. Ford T, 1909 godina

Crna prožima nekada više nekada manje, ponekada kao opozicija ponekada kao glavni akter sve vidove umjetnosti.

Slikarstvo od svojih početaka se poigrava crnom bojom i koristi je u svim tehnikama i smjerovima izražavanja. Književnost ne postoji bez Gutenberga i crnog slova na bijelom papiru. Novi mediji fotografije i filma od svog prvog pojavljivanja u crno-bijeloj tehnici slike do danas imaju auru tajanstvenosti a noar filmovi zadržali su svoju mistiku kako žanrovsku tako i umjetničku.

Kroz modu dizajnera provlači se crna na različite načine i u različitim količinama i kako Calefato navodi moda prikuplja i preoblikuje mnoge znakove crne boje u različitim društvenim diskursima.(Calefato 2004: 110)

Crna je nezaobilazna boja ali postoji nekoliko modnih dizajnera koji su njom posebno oduševljeni. Yamamoto crnom bojom traga za esencijom odjeće, bilo da je riječ o muškarcima ili ženama. Yamamotova je odjeća čistog oblika a izbor crne boje omogućava da se tijelo oblikuje kao silueta, oblik koji Barthes definira kao „znak i simbol, predmet i poruku“. (Barthes u Calefato 2004: 101)

Versace se poigrao ikonografijom male crne haljine kao simbola elegancije i otmjenosti i prezentirao je kao erotski izazovnu haljinu sa pribadačama.

Dok Dolce i Gabbana crni veo od čipke koji se nosi u vjerskim obredima mediteranskih žena transformiraju u tajanstveni, zavodljivi modni detalj. Crna odjeća tako od simboličnih predmeta žalovanja, kajanja, skromnosti, poniznosti na modnoj sceni postaje predmet suprotnosti i stara simbolika se preoblikuje u novu, ali i dalje postoje oba jezika svaki u svom prostoru i vremenu pojavljivanja.

Istovremeno negdje u skrivenim kutcima postoji i fetišistička crna a ona kako Calefato navodi ima specifičnu funkciju. Crna apsorbira svjetlost, briše sve ostale boje, evocira tamu i noć kao zonu u kojoj nepredviđeno, neočekivano i nečuveno postaju norma. Tako nastaje odjeća koja iznova uzburkava maštu a noć postaje mjesto gdje je nevidljivo i neizrečeno obučeno u crnu preobraženo u dozvoljeno (Calefato 2004: 112)

Antropološki gledano crno u odijevanju je i antimodno i modno jer kontekst se oblikuje u okruženju i promatrač ga samo tako može iščitati. Zbog toga je odjevni predmet u crnoj boji uvijek iznova reciklirani bezvremenski artefakt za modu.

Korištenje crne boje kao poruke nepresušno je vrelo inspiracija na sceni mode.

Ambivalencija simbolike crne boje u savršenom je skladu sa ambivalencijom mode.

3. Crna boja kroz paradigme mode

Crna boja kao sredstvo i mogućnost prezentacije promatrana kroz tri paradigme mode segment je koji sudjeluje u nastajanju i nestajanju identiteta. Moda od svog početka do danas služi kao sredstvo predočavanja osobnosti kroz odijevanje/razodijevanje u kulturnom, društvenom i političkom životu svih aktera. (Paić, 2007: 167)

Moderna moda s Veblenovim opisom širenja od vrha prema dnu predstavlja tzv. trickle-down-theory. Simmelova kritika modernog društva obuhvatila je, pak, pojedinca i njegov životni stil pa tako društvenom formom mode on naslućuje početak jednog novog perioda. Kasna moderna u 1960-im godinama obilježila je izlazak mode izvan tradicionalnog okvira dotadašnjih kategorija društvene diferencijacije i kulturne integracije. (Paić, 2007: 40)

Postmoderna moda nastaje na ulici i dolazi s rubova društva u kojem mladi imaju nove stavove. Pobuna protiv starog poretka u svakom smislu kulminirala je hippy pokretom, punkom, rokom. Svi ti pokreti svrstani su u antimodne. Međutim čak i biranje ne praćenja mode ili korištenje antimodnih predmeta je uključeno u sustav mode. Nitko nije nedodirljiv.

Moda kao proces nove modernosti odnosno stvaranja novog u ubrzanom kretanju društva dovela je do uronjenosti pojedinca u suvremenu modu i potpunu uključenost svih segmenata društva u modni pokret. Privid slobode izbora je na vrhuncu, a ekonomska, politička i kulturna angažiranost označava modni trend. Sve to se još više dovodi do simbioze u svakom smislu u novom vremenu društvenih mreža i uronjenosti u intrnetsku komunikaciju.

Moda kao izraz i stil duha vremena kao i kultura same sebi su i sredstvo i svrha dok ih politika istovremeno iskorištava zbog njihovog viška simboličkog značenja (Paić, 2007:55)

Isto se može reći i za crnu boju koja se koristi u pojmovima koji su vezani uz sama događanja i uz modu od modnog odjevanja do predmeta kojima se ističe modna osvještenost. Crna odjeća je i poruka o nestajanju, nepostojanju, skrivanju samog subjekta.

I isticanje i skrivanje je igra u kojoj je cilj i svrha potraga za drugačijim i novim.

3.1. Moderna moda

Uzbuđenje koje je pokrenuto tehničkim izumima 19. stoljeća bilo je bez slutnje o kraju, samo o početku novoga doba i nove blistave budućnosti. No novo kao i moderno ubrzava. Ne ide više kočijom ili zaprežnim kolima nego željeznicom i ubrzava toliko da uvijek izgleda moguće dostižno u svojoj nedostižnosti.

Nastaje tako kritična masa onih koji žele zadovoljiti svoju potrebu sustizanja modernosti. To je osnova za nastanak konzumerističke mase koja će održavati sistem na životu. Sistem je to koji je protokom vremena i samog razvoja društva uvodi svijet u modernost.

Doba moderne mode kao načina društveno/klasne stratifikacije opisali su Simmel i Veblen u svojim radovima. Po Veblenu moda se razvija na dvije razine: to su inovacija i oponašanje, dok se kroz tri pojma kao što su upadljiva dokolica, upadljiva potrošnja i upadljiva rastrošnost, elita služi da bi pokazala simboličku moć u društvenoj hijerarhiji. (Paić 2007:88)

Socijalna stratifikacija koja se koristi u općoj teoriji mode kao i opis kulture i društvo tog doba prikladno je kroz socijalnu kritiku pristupa modi kao društvenom fenomenu. Sve dok postoji viša klasa koju se kopira i oponaša na djelu je klasna stratifikacija te je i moda pod tim utjecajem (trickle-down-theory). Međutim obrat se događa kada iz nove pozicije promatramo modernu modu i klasu koja je pokreće. Potreba za identitetom stvara modu iskorištavajući pripadanje društvenoj klasi. Moda samu sebe oblikuje kada stekne uvijet mogućnosti vlastitog postojanja. Nova buržoazija je nova klasa koja pokušava biti most između aristokracije i svog novostečenog imetka pokušavajući steći novi habitus.

Modernost početka 20. stoljeća nije modernost individualne osobnosti. Ona je usmjerena protiv raznolikosti, dvosmislenosti i svojeglavosti pojedinca. Autonomija i sloboda pojedinca nije njen cilj jer je nastala u fordističkim tvornicama. To je prostor gdje se pojedinac utapa u mehaničkom, ponavljajućem i zacrtanom pokretu. (Bauman 2000:31)

Simmelova kritika modernog društva obuhvatila je i pojedinca i njegov životni stil pa tako društvenom formom mode on naslućuje početak jednog novog perioda koji tek treba doći sa pojavom novog kapitalističkog razvoja i proizvodnje osobnih životnih stilova koji se dogodio tek šezdesetih godina 20. stoljeća.

Početak 20. stoljeća i sve ubrzaniji razvoj industrije te masovne proizvodnje zahtijeva i potrošnju pa se tako ponuda širi i stvara se konzumeristička aura dostupnosti.

Po Simmelu moderno je društvo u kojem nastaje moda hijerarhijski ustrojeno društvo koje održava ravnotežu između društvene diferencijacije i integracije. Predmeti se proizvode sa svrhom da postanu moda. Moda nije ništa slučajno. Ekonomskom logikom gledano svrha mode nije modernost nego proizvodnja nove potrošnje. (Simmel u Paić, 2007: 61)

Moderna moda pronalazi inspiraciju i u avangardnim pokretima 20-ih godina, a to su konstruktivizam i nadrealizam te Bauhaus s idejom čiste forme. Otvara se polje dizajna koji se aktivno uključuje u estetizaciju industrijskih proizvoda. Industrijski dizajn pod okriljem Bauhauusa stvara funkcionalne i racionalne oblike, ne nužno estetski ugodne.

Dizajn se kroz period Bauhauusa odvojio od dekorativne umjetnosti suviše estetike i kiča. (Lipovetsky, 2002: 123)

Ideju čiste forme kao funkcije u modno odjevnom stilu iskoristila je Coco Chanel lansiranjem male crne haljine u duhu funkcionalizma te time potaknula daljnju emancipaciju ženskog tijela.



Godine 1926 Vogue je objavio crtež jednostavne crne haljine u crêpe de Chine. Imala je duge uske rukave i bila je ukrašena nizom bisera. Haljina je nazvana "Chanel's Ford", drugim riječima, bila je to jednostavna haljina, dostupna ženama svih klasa.

U tekstu se navodi da će taj model postati jedna "vrsta uniforme za sve žene s ukusom". Predviđanje je bilo točno. (16.link)

Slika 5. Mala crna haljina iz Vogue-a 1926 i njena kopija izrađena 1990

Crna haljina ušla je tada u ženski modni ormar kao obavezan odjevni predmet koji briše razliku između doba dana kada se nosi, ali 20-ih haljina je fordistička, što znači da ipak pruža mogućnost i individualnosti i različitosti, isticanja i uklapanja.

Mala crna haljina nastala 1926 godine uspješno je demokratizirala modu. Kratka duljina i jednostavnost značile su da si svaka žena može priuštiti da bude šik.

Model je to koji je tek s vremenom stekao slavu i postao simbol i znak, odnosno postao je legendarna LBD.

Inspiraciju umjetničkim stilovima pronalazimo u crnoj u geometrijskoj apstrakciji, kinetičkoj umjetnosti te op artu. Inspiracija za modu je i njihov simbolizam, a iskorišten je za oblikovanje kako krojno tako i uzorkovno na odjevnim predmetima. Igra suprotnosti crne i bijele boje poigrava se sa savršenim aparatom oka zbunjujući ga i izazivajući privid, halucinaciju zbog nemogućnosti fiksacije na jednu točku.



Slika 6. Rita Hayworth, Gilda (1946)

Razvojem tehnologija na scenu nakon nijemih crno-bijelih filmova stupa nova, filmska umjetnost. Ekonomska kriza 1929 godine i velika depresija zahvatili su sva područja života u Americi i svijetu. Ipak, vremenom se filmska industrija Hoolivuda oporavlja i nastaju filmovi koji su ostavili trag kroz sve iduće naraštaje. Početak je to i pojave filmskih modnih ikona- glumica kao što su Greta Garbo, Marlene Dietrich, Ginger Rogers, Wallis Simpson, Lauren Bacall, Rita Hayworth, Ava Gardner, Kathryn Hepburn.

Jedan od žanrova koji ima istaknutu auru crnog nalazi se i u samom nazivu a to je noir film koji je nastao na temeljima njemačkog expresionizma.

Noire tema u filmskoj industriji baš kao i u modnoj uvijek je iznova inspiracija za nove naraštaje. Odišući crnim fluidom, koji obavlja akciju filma, stvara se nova simbolika i novi znakovi koji će oblikovati doživljaj crnoga.

Okosnica filma je femme fatale - lik tajanstvene, lijepe i zavodljive žene čiji šarm očarava njezine ljubavnike, često ih vodeći u kompromitirajuće, smrtonosne zamke.

Femme fatale je arhetip i u književnosti i umjetnosti. Njena sposobnost da svojim šarmom, zavođenjem i hipnotiziranjem začara žrtve u najranijim pričama opisana je gotovo kao nadnaravna. Stoga femme fatale i danas opisuje kao da moćnu i srodnu čarobnici, zavodnici, vještici, koja ima moć nad ljudima. (link 15)



Slika 7. Ava Gardner, Ubojice (1946)

Odjevena u crno, njenoj moći se dodaje još simboličkih značenja dok je jedina funkcija crnog odjela da učini muško tijelo potpuno beznačajnim kao fizički, senzualni subjekt . Privilegij koji je u takvim prilikama povjeren isključivo ženskom tijelu, ovijenom dugom, elegantnom večernjom haljinom.

Atmosfera melankolije, otuđenja, opasnosti, prijetnje ljudi u crnim odijelima ali i eksplicitne zavodljivosti, erotike, moći u crnoj večernjoj haljini glumice, sve je to sadržaj mnogostrukih značenja u pojavnosti crne boje kojima odiše noir film.

Moderno doba je prožeto crnilom duha čovječanstva i vrijeme je to velikih prevrata i ratova. Sloma američke burze 1929 godine poznat kao crni petak.

Nakon toga dolaze vremena u kojima izranjaju “najcrnje” moguće ideologije poretka svijeta uobličene s modnom ikonografijom fašističkih crnih košulja, crnim zastavama i najavom strašnog rata.

Crna košulja kao simbol fašističkog pokreta javlja se u Italiji 1919 godine, dok su je 1933 godine prihvatili britanski i nizozemski fašisti kao političku uniformu. Crna uniforma koristi se da se naglasi masovnost pokreta istovremeno prikrivajući razlike pripadnika, ali i optički dojam moći i brojnosti se činio većim. Crna boja smrti naglašavala je i simbolički namjeru i spremnost na zločine koji su uslijedili. (Harvey, 2013: 355)

Kraj rata je i početak promjene u cikličkom modnom vremenu koje se ubrzava izmjenjujući i umnožavajući modne trendove i stilove ali i stvara kritičnu masu koja se sprema pojaviti na sceni kao antimodni pokret.

Dok modnom scenom vlada, poslijeratni New Look Christiana Diora, pripadnici Beatnik generacije su u crnoj odjeći kojom poništavaju samo tijelo. Filozofija egzistencijalizma preuzima također crnu boju. Crne uske hlače i crna dolčevita postaju zaštitni znak poslijeratne generacije i njihovog izbora slobode mišljenja a uska odjeća za žene predstavlja kako slobodu kretanja tako i izraz seksualne slobode. Beatnik generacija i njihov stil odijevanja spada u prvi u niz antimodnih stilova koji će uslijediti i u kojima crna boja igra glavnu ulogu.

Audrey Hepburn je jedna od glumačkih ikona koja se pojavljuje u filmu **Funny Face (1957)** koji opisuje ideju beatnik generacije i istovremeno prikazuje modu koja je nastala u tom vremenu.



Slika 8. Funny Face (1957)



Glumica je to koja je malu crnu haljinu pretvorila u modnu ikonu, noseći Givenchy-evu LBD u filmu **Breakfast at Tiffany's (1961)**. Bila je to još jedna potvrda Vough-ove priče o haljini koja će promijeniti modni svijet.

Slika 9. Breakfast at Tiffany's (1961)

Moda koja je proizlazila iz nametnutih pravila društvene hijerarhije i koja svoje korijene vuče od početka nastanka u klasnim, društvenim, rodnim odnosima došla je do svog kraja. Pravila koja zahtijeva nova društvena forma svega stvorila je kritičnu masu koja se sprema pojaviti na sceni i sablazniti sve, posebno pravila društva čija funkcija više nema svrhu osim da joj se nove generacije iznova suprotstavljaju.

Nadolazeća moda svoju moć će pokazati kroz prihvaćanje apsurdnosti dajući estetski pečat neestetskim stvarima. (Simmel 2001: 227)

3.2. Postmoderna moda

Modernitet stvara privid linearnog tijeka vremena u napretku tehnologije, proizvodnje, povijesti, dok se moda događa u cikličnom vremenu (Baudrillard,2002:192).

Izlazak mode iz linearnog tijeka vremena moderne mode omogućava razvoj nove, postmoderne mode, oslobođene društvene forme i pravila.

Postmoderna moda nastaje u društvu bez naglašene linije razgraničenja, u ogledalu promjena društva u stvaranju novih kulturnih identiteta kroz konstrukciju/dekonstrukciju. (Paić,2007:116)

“ Ona se sada mora razumjeti kao sustav znakova (označitelj–označeno–znak). Time se promjena u modnim stilovima i trendovima izvodi iz stabilnoga sustava jezika mode, njezine sintakse, semantike i gramatike. Sve to svjedoči o presudnoj ulozi pojma kulture za shvaćanje mode. Kultura koja sada ima odlučujuće značenje novoga referencijalnog okvira jest masovna kultura potrošačkoga društva, a njezin je temeljni pojam — komunikacija.” (Barthes u Paić i Purgar, 2018: 14)

Moda u svojoj efemernost i prolaznosti odgovara dinamici kapitalizma; ona je događaj spektakla frivolnosti i komunikacijske spontanosti. U doba postmoderne mode pulsira oko praznog mjesta izgubljenog središta. (Paić 2007:143)

Specifičnost mode je nestrpljivost, takva forma mode je na rubu bitka i nebitka, početka i kraja, novog i prolaznog istovremeno. Sve to joj daje izniman osjećaj sadašnjosti. (Simmel 2001 :233)

Postmoderna moda početak je beskrajnog traganja same mode za sadašnjošću, za središtem sebe same koje joj gledajući modnom logikom stalno izmiče u procesu istovremenog nastajanja i nestajanja.

Umjetnost, glazba, film, pokretači su u stvaranju novih pogleda i postmodernih stavova o društvu i kulturi. Promjena se događa spoznajom pojedinca o mogućnosti izbora vlastitog identiteta neovisno o pravilima društva.

Pobuna je to koja je dovela modu do trenutka u kojem se pojavljuju nove generacije dizajnera koje osluškuju sve te nove informacije koje nova generacija šalje političkim i

društvenim elitama. Haute couture nema više uticaj kao u prošlosti, Moda se lansira sa ulice.

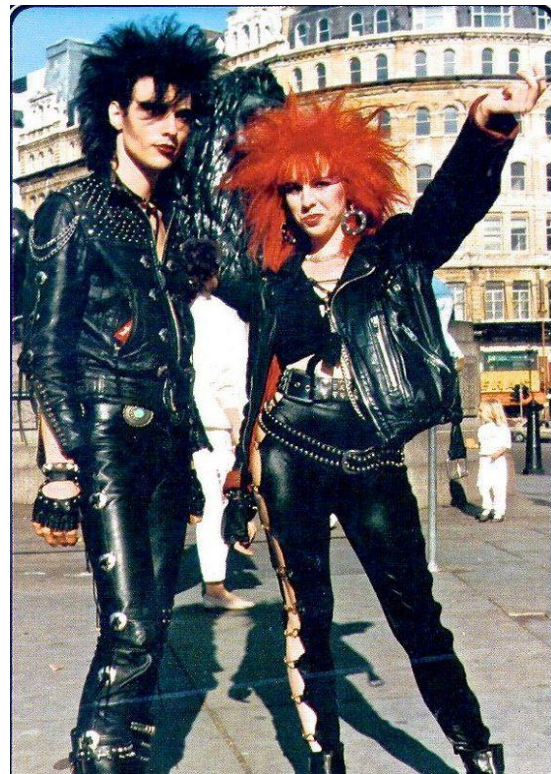
Crna boja pronašla je svoj put u modno carstvo već ranije u eleganciji male crne haljine, u senzualnosti crne večernje haljine Rite Hayworth, u crnoj kožnoj jakni Marlona Branda ali modna avangarda se oblikuje u novom kontekstu ali i u stilu monokromatskih slikar. Crna boja ima mnoštvo nijansi i prožima modni svijet uvijek iznova.

Neki od istaknutih dizajnera koji su pokrenuli nezaustavljivu tektonsku promjenu modne scene bili su: Vivianne Westwood, Versace, Azzedine Alaïa, Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto, Issey Miyake, Comme de Garçons, Martin Margiela, Viktor & Rolf, John Galliano, Alexander Mc-Queen. Oni su uveli modu u sferu spektakla, performansa i konceptualnih modnih revija.

Da bi nova/postmoderna moda ušla u svijet društva i kulture spektakla morala je prvo sa ulice ušetati u svijet Haute couture. Dizajnerica W. Westwood je među prvima koja je sudjelovala u prevratu i u visoku modu unijela elemente ulične antimode punka.



Slika 10. ulični punk 1980



Slika 11. ulični punk 1983

Svaki značajan ulični trend povezan je s određenim izgledom, stavom, glazbom i, što je najvažnije, životnom filozofijom. Na primjer, punk stil nije samo identitet oblikovan poderanom odjećom spojenom pribadačama, crnim kožnim dodacima, piercing-om tijela i glasnom agresivnom glazbom, nego i nihilističkim i anarhističkim pogledima i stavovima.

Punk od svojih početaka sa Ramonssima, Iggi Pop-om, sa glasnom i kakofoničnom glazbom postaje i životni stil generacija mladih koji uzimaju simbole crne odjeće, čizama, poderanih ili dekonstruiranih odjevnih predmeta u kućnoj radinosti.

Taj novi modernitet u kojem je W. Westwood sudjelovala od samog početka postao je temelj stila koji ne posustaje i čiji se dijelovi uvijek iznova recikliraju. Punk je postao mjesto inspiracije svakoj novoj generaciji koja želi novi modernitet. Punk nekad simbol pobune i anarhije rastočen je danas u simulakrum vlastite slike, ispražnjene od sadržaja, u žrvnju modernosti.

Vesrsace se poigrao idejom punka i male crne haljine.

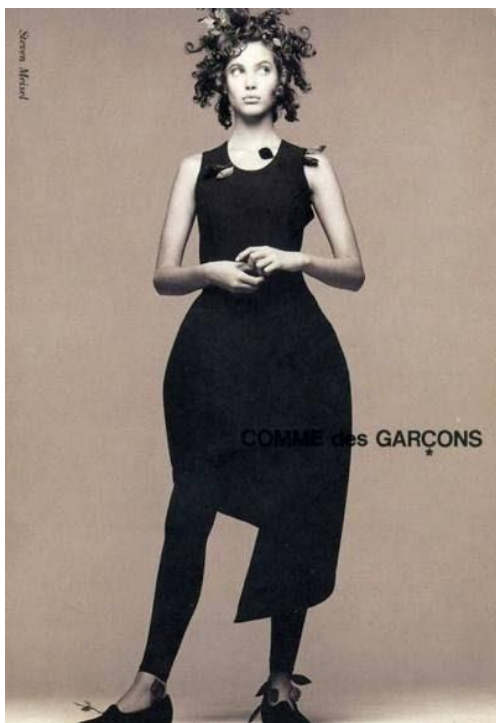


Crna haljina, koju zajedno drže divovske zlatne pribadače, zahvaljujući glumici Elizabeth Hurley postala je nova LBD koja simbolizira modu 90`tih

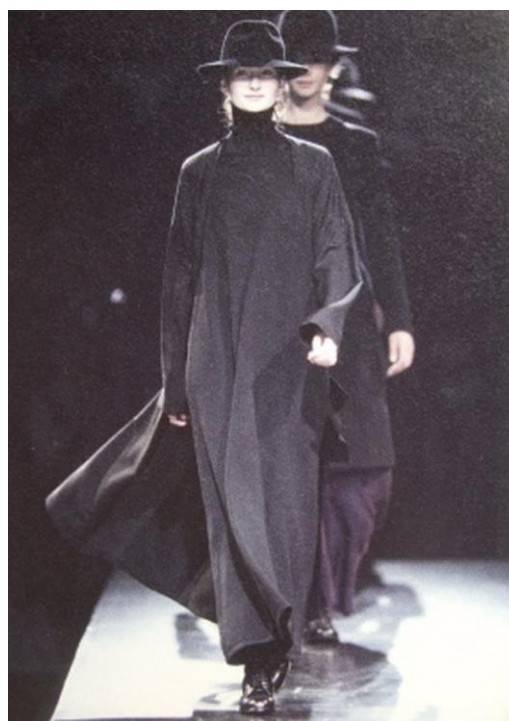
slika 12. E. Hurley u Versace

Postmoderna moda na scenu je dovela i japanske dizajnere kao što je Yamamoto koji svoje kolekcije izrađuje u crnoj boji i opisuje ju kao skromnu i arogantnu istovremeno. Za njega je crna jednostavna ali tajanstvena i šalje poruku : "Ne smetam ti - ne smetaj mi". Tijelo je dekonstruirano pomoću crnog odjevnog predmeta u amorfni oblik (24 link).

Tradicionalna japanska crna boja inspirirala je Rei Kawakubo, osnivačicu brenda Comme des Garçons koja objašnjava: "Ja radim u tri nijanse crne".



Slika 13. Comme des Garçons 1986



Slika 14. Yohji Yamamoto 1986

Postmoderno tijelo označava potpuno oslobođeno tijelo od 1970-ih. To je bilo vrijeme kada je na cijeni bila individualnost koju obilježava povezanost sa istomišljenicima nasuprot politike i društva. Opsjednutost tijelom obilježila je 1980-e, njegovim oblikovanjem u teretanama, idealiziranjem zdravlja i svrhe postojanja, dokazivanjem u poslovnom svijetu i pokazivanjem u slobodnom vremenu.

Hladnoratovska epoha dokazivanja Zapada i moći, uspješnog i blještavog stanja svijesti nasuprot tami istočnog bloka bližila se kraju.

Pokreti su to koji su proizašli iz otpora prema funkcioniranju politike, kulture i društva tog vremena. Početak je to društva spektakla kako ga naziva Guy Deboard i vodi vladavini kulture spektakla koju obilježavaju pojmovi dekonstrukcije, ekstravagancije, karnevalizacije, maskerade i transgresije u modi do mode na rubu o kojoj piše Carolin Evans. (Evans,2003:67)

Poruka i komunikacija - to su nove jedinice koje se koriste u modnom poretku postmodernog društva medijski uronjenog u mitske priče vizualnih znakova.

Metajezik mita razvija cijelu sintaksu modnog jezika koja se služi znakom u svrhu komunikacije mode sa svijetom. Taj metajezik, kako ga naziva Barthes, ne razlikuje se od stvarnog jezika jer je od njega preuzeo dijelove i pretvorio ih u svoje. Ali svrha metajezika u komunikaciji mode i svijeta ili mode i odjevnog predmeta nije iščitavanje znaka kao poruke nego naprotiv proizvodnja novih značenja. (Barthes 2002: 157).

Crni odjevni predmet ukazuje na stil koji preoblikuje i transformira na novi način arhetipove značenja crne, koji pokazuje kako odjevni predmet u crnom mijenja kontekst i diskurs kulture. Promjena stila je promjena ukusa kako pojedinačnog tako i kolektivnog s logikom transformacije u drugačije i pretjerivanja s obzirom na normu. (Calefato 2004: 110)

Možda još u periodu postmoderne možemo koristiti pojam pretjerivanja jer spada u iskaz modernosti tog perioda, što će se kasnije promijeniti.

McLuhan-ova definicija medij je poruka, završava na novi način u postmodernom vremenu tj. medijska poruka postala je vodilja života, stila, ukusa, slobodnog vremena. Svijet se oblikuje medijski te uranja u slike.

Mediji su omogućili uronjenost u modu, a njeno obilježje je kako navodi Lipovetski efemernost, privlačnost i marginalna diferencijacija. Moda je fenomen koji svojom promjenom utiče na sve, dovršena moda je moda koja nema epicentar nego se razlila na sve slojeve i područja života, prožima ih i oblikuje na sveopću radost nesvjernih učesnika.(Evans 2003: 45)

Modni dizajneri postaju umjetnici opsjene na revijama koje mijenjaju percepciju stvarnosti, dok publika uranja u fantazmagoriju vremena i epoha koje se uvijek iznova otkrivaju.

Tigrov skok kako ga opisuje Walter Benjamin je pabirčenje po prošlosti koje se donosi u sadašnjost da bi se ispričala priča, osjetio duh vremena, a sve s ciljem fascinacije promatrača.

Dizajner-umjetnik je i scenograf i kostimograf i narator neke nove priče sagledane iz drugog kuta ne nužno točnog. Preoblikovanje povijesnih činjenica uvijek je bila ljudska sklonost, uljepšavanje priča i slika nove povijesti jer promatrač to očekuje.

Postmoderna je vodila oblikovanju novog pristupa individualnosti, oslobođenju od svih okova prošlosti. Šok, travestija, transgresija, kako opisuje neke od revija Caroline Evans, još u to doba mogle su biti iskorak dok je sljedeća stepenica nova individualnost u kojoj više ništa nije šokantno. Travestija i transgresija su osobni izbor, baš kao i izbor roda ili spola. (Evans, 2003: 46)

Trenutak prelaska postmoderne u suvremenu modu započeo je rušenjem berlinskog zida, ali vremenski je zahtijevao promišljanje cijelom dekadom 90-ih. Taj period obilježen je velikim i raskošnim revijama istaknutih dizajnera koji su u skladu kraja jednog stoljeća i pod uticajem te aure stvarali priče koje su bile uvod u suvremenu modu.

Na glazbenoj sceni nove ikone mode su Madonna, Grace Jones, Tina Turner, Cher, Michael Jackson, Courtney Love, Kurt Cobain. Njihov uticaj na subkulture ali i na modu donosi na scenu stilove kao što su Hip-hop, Rap, Ravers, Cyberpunks, Emo, Retro and 'Heroin chic.'

Istovremeno se stvaraju i nove ikone na modnoj sceni, modeli kao što su Cindy Crawford, Naomi Campbell, Christy Turlington, Linda Evangelista.

Odjeća bez tijela ne stvara ni emocije ni erotičnu provokaciju tako da model više nije samo lijepo lice i tijelo, dobilo je i osobnost, dok istovremeno glumice na crvenom tepihu postaju i manekenke i glamurozne dive u haljini sa potpisom.

Svi vidovi kulture, umjetnosti, društva zahvaćeni su estetizacijom jer se protok informacija širi i kreće prema definiciji svijeta kao globalnog sela isprepletenog multikulturalnošću.

Postmoderna estetika je vladavina neo i retro stilova nad izvornim, dizajna nad umjetnošću, moda je nova estetizacija svijeta.

Pojam jedinstvene osobnosti se raspada, odnosno umnaža u mnogobrojne odjevne kombinacije kojima se biva netko drugi. (Paić 2007:120)



Slika 15. Madonna 1990



Slika 16. Madonna 1994

Madonna kao primjer na glazbenoj i modnoj sceni prikazuje na svakom novom nastupu neko drugo lice odjećom koju nosi.

Prelazak iz jednog u drugo stoljeće uvijek iznova dovede crnu na pozornicu mode. Zahvaljujući njenom značenju u kontekstu društvenih i kulturoloških uloga podatna je za sve vidove modnih izričaja. Tako se kreće na ljestvici svojih polova koje jezično prenosi iz latinskog, ater i niger.

Dok smisao pronalazi u novim načinima predstavljanja, kroz radove modnih dizajnera poigrava se na granici vidljivoga i nevidljivoga u koži, čipki, satenu, baršunu, perju pa sve do novih umjetnih tkanina i materijala od plastike, žice, stakla.

3.3. Suvremena moda

Vizualno-semiotički obrat kojim moda postoji u vizualnoj simulaciji vlastitih fluidnih identiteta u doba tekuće modernosti o kojoj piše Z. Bauman novi je pogled i pristup modi i modernosti. (Bauman 2011: 48)

Kraj stoljeća i početak novog, često opisivani kao kraj ili smrt, nisu istoznačnice tih pojmova nestajanja, samo se promijenio oblik i smjer kretanja. Magična granica prelaska iz jednog u drugo stoljeće oduvijek je postojala i bila bremenita očekivanjima, s obzirom da se čovjek kao biće koje stvara i društvo i kulturu na fizičkom nivou nije promijenio. Novo ne znači nužno i bolje, naprednije, radikalno novo.

Paradigma suvremene mode pretpostavlja napuštanje »društva« i »kulture« i prelazak u stanje čiste tjelesnosti kao spektakla slike u formi medijske konstrukcije stvarnosti. (Paić 2018: 29)

Dok je postmoderna značila uronjenost u modu putem medija, stanje u kojem se događa suvremena moda obavija i oblikuje, utiskuje se u tijelo stvarajući posve jedan novi oblik i doživljaj.

Nikada nije bilo više individualnosti ali ni otuđenosti, sudjelovanja i isključenosti. Moda se ulila u svijet virtualnog postojanja i ambivalentnost je postala smisao života pojedinca, prirodno je postalo biti simulakrum vlastitog postojanja na ekranu, društvenoj mreži, internetu.

Individualizacija više nije stvar izbora ona je usud (Bauman 2011: 39), novi smjer bezgraničnog umnožavanja identiteta i stvaranja drugog kroz kojeg individua igra svoje uloge.

Moralnost u suprotnosti crne i bijele iz prošlih vremena još je samo poigravanje sa praznim mjestom označitelja. Vidljivo je to i kod izrade tehnoloških modnih dodataka gadgeta i njihovim reklamnim kampanjama. Tu dominira crni predmet i sjajna crna površina, mistična i ekstravagantna kao znak luksuza, moći, ekskluzivnosti, elegancije, u konačnici predmet u kojeg se u reklamnim kampanjama utiskuje znak asocijacija.

Tehnološki napredak omogućio je novi mitološki jezik, a slika koja se promatra i iščitava u svijetu promjene slike sa treptajem oka tj. klikom na ekranu pretvorila ga je u duha spoznaje na nivou mikroprocesorskog mjerenja vremena.

Ikone novog stoljeća i suvremenog modnog svijeta su slavne osobe sa svojim brendovima kao i uronjenost u modu pop kultura.

Posebno mjesto tog otuđenog svijeta prikazao je Alexander McQueen pristupom svojim kolekcijama. Stvaranje imaginarnog svijeta u koji preslikava svu grotesknost i otuđenost, tamu dolazećeg pratila je provokativna i šokantna izvedba.

Provokacija nastaje u trenutku kada prikazana kolekcija pretvara očekivano od mode u neočekivano. Spektaklom, raskoš i glamura, privlači se pažnja dok se istovremeno stvaraju meta-podražaji, provokacije i šoka u moralnom senzibilitetu promatrača.

McQueen uzima crnu boju u reviji iz 2001 koja kao pozadinu ima dječji vrtuljak čijom ikonografijom se poigrao stvorivši atmosferu horora, povezanu sa iskonskim strahom djeteta u imaginarnom svijetu mašte. Crna boja proteže se kroz različite vrste materijala od kože do perja, sama ili nadopunjena nekom bojom da bi ukazala na neko novo staro značenje. Značenje koje nastaje u kontekstu zlokobnog poigravanja sa svijetom dječjih igračaka nasuprot očekivanom nedužnom dječjem svijetu.



Slika 17. Alexander Mc Queen revija 2001

Klaunovski oslikanog lica, model u crnoj haljini, vuče zlatni kostur za sobom i kruži oko dječjeg vrtuljka. (Willson 2009: 102)

Razvoj tržišta regresivne potrošnje u kojem odrasli žele živjeti vječno u produžetku svog djetinjstva, stvarajući iluzije sreća kroz reviju je uprizoreno raspršivanja iluzije djetinjstva društva koje tržišno hrani infantilizaciju odraslih. (Lipovetsky 2008: 44)

Istovremeno se na sceni odvija i veličanstvena predstava Gallianovih revija koje odišu glamurom i blještavilom tako poželjnim i zavodljivim. Majstor opsjene na suprotnom kraju spektra ulizuje se svijetu slaveći povijesne stilove u kojim se susreću kontinenti, ljudi, kulture, spajajući nespojive priče u prostorno-vremenskog kontinuumu. Gallianova crna je raskošna, svjetlucava, zavodljiva, nadasve ženstvena. Primjer je to blještavosti prirodne crne u kontekstu naziva niger nasuprot McQueenovoj ater crnoj. Njegovo stvaranje u stilu maskerade ekstravagancije i luksuza, zavođenje cijelog modnog svijeta trajalo je do njegovog dobrovoljnog/prisilnog izopćenja.



Slika 18. Galliano



Slika 19. Galliano

Teatralizacija modnih revija od 90-ih postaje pravilo predstavljanja dizajnera, revija postaje mjesto gdje se modi kao prekomjernoj potrošnji, rastrošnosti i dokolici, po Veblenu, može dodati i prekomjerna doza vizualnih podražaja.

Spektakl i karnevalizacija postaju prepoznatljivi oblici prezentacije modnih revija.

Debordovo društvo spektakla pretvorilo je šareni displej, lažnog sjaja svakodnevnog života na modnoj i životnoj pisti subjekta.

Istovremeno nešto što je imalo pojavnost na modnoj pisti pretvara se u trajnu mogućnost gledanja. Čaroliju nastajanja i nestajanja preuzele su virtualne platforme i dale joj novi život u vječnom medijskom prostoru.

Dok se u prethodnim razdobljima moglo reći da moda prati korak sa umjetnošću i preuzima performans kao način izražavanja, u suvremenoj modi ona sama je umjetničko djelo.

Modna revija kao performans mijenja i modnu scenu na kojoj je bilo uobičajeno da donosi nekoliko unikatnih i nenosivih predmeta u modni performans.

Chalayana, Margiella, Viktor & Rolf dizajneri su kod kojih se događa da je cijela revija sačinjena od komercijalno ne nosivih predmeta koji nisu ready to wear nego ready to museum.

Granica između mode i umjetnosti je prekoračena, moda je od proizvodnog predmeta prešla u ideju koja zahtjeva i filozofsko promatranje kroz djela minimalizma i dekonstrukcije stvarajući dekorativni i funkcionalni bezvremenski predmet-odjeću kod Chalayana.

Performans Viktor & Rolf sa nazivom Russian doll započinje manekenkom u trikou kao lutkom koju su dizajneri obukli u ukupno 10 slojeva odjeće pretvorivši je u tekstilni objekt primjenjene umjetnosti.

Margiela u svojim djelima ide u dekonstrukciju predmeta nanoseći bakterije koje konstantno stvaraju novi uzorak na odjeći, dok je istovremeno uništavaju. Promatranje tog ciklusa nastajanja/nestajanja odjevnog predmeta ujedno je i kritika konzumerizma.

Revije fizički održavane, još početkom stoljeća bile su znak prisutnosti dizajnera na sceni, biti prisutan više ne uključuje pojam prisutnosti. Revije postaju virtualna događanja na internetskoj platformi prelaze u samu bit mode efemernost.

Prisutnost znači biti ulogiran, moda nije promijenila mjesto postojanja, moda se raspršila zauzimajući sve kutke, dopirući do svih koji su uključeni u mrežu.

Suvremena moda na scenu je dovela i modne trendove koji su nastali iz revive, remake stilova prošlih vremena. Uronjenost u semiotiku znaka u crnom ne odvija se samo na blještavim pistama modnih revija nego na alternativnim, virtualnim pozornicama diljem globaliziranog svijeta.

Post-McQueenov svijet mode kako ga naziva Anna Kiper oblikuje hiroviti svijet kostima i priča, s nadmoćnim pogledom na historizam i tribalizam. Putujući kroz vrijeme kombiniraju se vintage i suvremeni komadi, body art i kolažiranje različitih mjesta, godišnjih doba i svih mogućih ideja uličnih stilova. (Kiper 2014: 32)

Novi stil kojeg karakterizira eklektizam i pragmatizam ne nastaje na modnoj pisti, u studiju dizajnera, nego na društvenim mrežama kojima vladaju influenceri, novi nositelji modnih stilova. Od mode koja se poigrava idejama prošlosti sadašnjosti i budućnosti dolazi do uronjenosti u virtualni svijet odvojen od samog fizičkog tijela i njegovog povijesnog konteksta.

Glazbena i filmska industrija stvaraju nove ikone modnog svijeta ali se pojavljuju i neke nove osobe koje svoje mjesto u tom glamuroznom, fantazmagoričnom, nadasve opijajućem svijetu pronalaze pomoću društvenih mreža. Sakupljanje followera je glavni cilj i dokaz uspješnosti, simulakrum na društvenoj mreži koji se svaki dan ako ne i sat, iznova rađa, traje jedan pogled i vraća se u mrak iz ekran.

Suvremena moda ima svoje ikone koje prenosi modne trendove ali ih i stvaraju kroz vlastite brendove, neke od njih su Kate Middleton, Lady Gaga, Daphne Guinness, Dita Von Teese, Bar Refaeli, Beyoncé, Victoria Beckham, Kim Kardashian.

Lady Gaga primjer je eklektike životnog stila, njeno pojavljivanje u bezbroj stilova, primjer je na koji način se moda više ne može promatrati, ni analizirati.

Obući se kao uciviljena udovica u ekstravagantnoj crnoj, porno zvijezda u koži i perju, u lik muškarca kao svog alterega i mnoštvo drugih uloga kojima je počastila medije.

Vizualna konstrukcija kulture i mode razotkrila je kako se promijenio trend da pravila više ne postoje, te da je sve dozvoljeno.



Slika 20. Lady Gaga



Slika 21. Lady Gaga

Na taj način stil Lady Gage ugrađen je u njen identitet umjetnice koja eklektički spaja raznolike umjetničke i modne stilove.

Suvremena moda koja se događa u 21. stoljeću u odjevnom smislu pronalazi skrivene vrijednosti boja, oblika, izričaja pa tako i crna baš kao nekad stječe novu snagu svog simbolizma i odašilje neke nove stare poruke.

Crna odolijeva iskušenju ravnodušnosti i još uvijek zadržava svoj habitus glamura i elegancije u haljinama, crnom krznu i perju, fetišizma u kožnim outfitima visokih čizama, mrežastim čarapama, uozbiljenosti u odijelima.

Subkulturni trendovi zadržali su crnu kao boju pobune iako se neprestano razvijaju, nastajući i živeći s pojavom kulturnih i društveno političkih utjecaja protiv kojih se bune. Istaknuti primjer je pobuna protiv krutog japanskog društva prethodnih generacija, stilovi Lolita, Decora i Anime koji omogućuju mladima da sudjeluju u eskapizmu i bajkovitim iluzijama. (Kiper 2014:36)



Slika 22. Emo



Slika 23. Anime

Izbjegavanje odrastanja njeguje djetinjasto ponašanje koje uključuje nošenje igračaka, ekstravagantnih slojeva, neusklađene odjeće u kontrastnim bojama i kostimima animiranih likova.

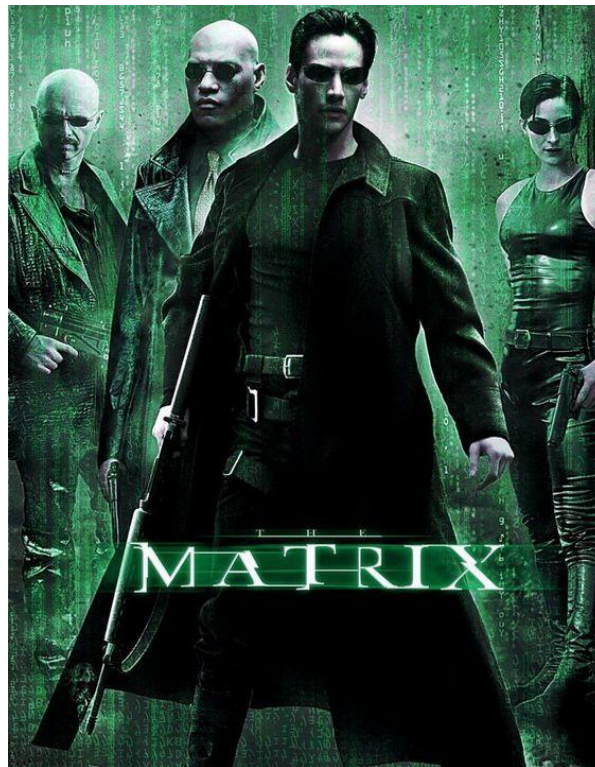
Fascinacija tijelom kao modnom podlogom vidljiva je i u tetovažama, implantatima, a slika na samom tijelu oslikana crnom tintom, piercingom ukrašeno a implantatima modificirano sve je to moda, ali ne ona koja obavija tijelo nego se utiskuje, odnosno postaje slika na i u samom tijelu.

Tijelo mode postaje samo tijelo jer koža je naš primordijalni omotač. Povratak na ukrašavanje tijela nema sličnosti sa tetoviranjima i urezivanjima znakova predaka. Danas je to samo izbor ispražnjen od mistike i rituala, više samo novi modni detalj koji ne mora nužno imati ni poruku ali može imati svrhu u kontekstu nove individualizacije.

Kao da je film Matrix nagovijestio distopiju koja se pojavljuje kao mogući scenarij, života isprepletenog mrežom. Čuvar u crnom odjelu klasičnom predstavlja ograničenja, čuvar je simulakruma života u mreži a crno odijelo poput kamuflaže, daje mu apsolutnu anonimnost u mnoštvu.



Slika 24. Matrix



Slika 25. Matrix

Na drugoj strani dio probuđenih, na čelu sa Neom, u futurističkoj crnoj odjeći sa eksplicitnom promjenom značenja u neku vrstu fizičke apsorpcije svih svjetlosnih zraka koja transformira tijelo odjeveno u crno u prozirno, ili nevidljivo, strukturu dok pokušavaju pobjeći, pobijediti, razotkriti.

Crno u filmu postaje razlučiva značajka i čini karakter metonimijskim u kontekstu boje odjeće. Utopijska slika žrtvovanja za drugog koja daje nadu da i u modernom svijetu još postoji izlaz, oslobođenje.

Napredak tehnologije ostavlja mogućnost nastanka novog čovjeka možda sličnijeg onom u seriji Years and years, u kojoj se obitelj suočava sa željom kćeri da postane "transhuman", spajajući svoje fizičko tijelo s tehnologijom.



Slika 26. Years and years



Slika 27. Years and years

Serijska u kojoj se postavlja iznova pitanje o smjeru razvoja čovjeka, o kapitalističkom mitu koji je i sam postao genetički društveni a za svoj opstanak omogućio je nastajanje generičkog bića. (Baudrillard 2001: 84)

Sve se događa negdje u nekoj stvarnosti ali pojavljivanjem na ekranu postaje simulakrum događaja, imaginarno sa posljedicama koje dotiču i stvarno.

Potreba za pobjedom nad sustavom dobila je novu snagu, borba nije jedno nasuprot drugog nego se sustav uništava iznutra. Transhumanost nije nešto protiv ljudskoga nego pristiže u pomoć, preuzimajući ulogu mitskog spasitelja.

Iluzija novog čovjeka-kiborga stvorena s tehnološkim napretkom ide dalje, onkraj granica ljudskog poimanja individualnosti tijela stvarajući transhumano biće koje svoje postojanje nastavlja u matrici informacija, samom stroju, istovremeno kao dio sustava i odvojeni sustav.

Moda kao univerzalna sloboda tijela u suvremenom svijetu pokušava promijeniti sam metafizički poredak u kojem je duša prolazna a tijelo vječno i besmrtno. (Paić,2007:262)

4. Zaključak

Crna boja bez obzira na razvoj društva, kulture, tehnologija uvijek će imati svoje gotovo metafizičko značenje, a koje se u kontekstu znaka, označitelja i označenog mijenjalo kao što su se mijenjali i obrasci ljudskog ponašanja te društvenog i kulturnog konteksta.

Boja je percepcija i zato može značiti što želimo da znači. Tako nastaje kompleksnost simboličkih značenja koja započinju naučenim asocijacijama. Kroz modu kao odjevni predmet, uporabni predmet, modu kao način/stil života moguće je povijesno promatrati crnu boju i njena simbolička značenja na svim razinama društva.

U kontekstu crne boje može se reći da smrt kao ekvivalent značenju crne ima novo mjesto a to je crni ekran kao simbol virtualne smrti. Odijevanje je još uvijek prezentacijsko ali mjesto prezentacije je promijenjeno.

Bez obzira na kraj prirodnog, koje zapravo nije nikada to bilo, nova prirodnost se promijenila. Jedna potpuno nova generacija uronjenih u virtualnu platformu života dolazi na suvremenu modnu scenu.

Dok je nekada crna boja imala mistično, pripadajuće ili izuzimajuće značenje danas multikoloritnost same crne boje stvara nove poruke u neurosomatskoj spoznaji boje. Tako se crna izmješta iz misticizma ali ostaje kao fluid koji obavija fetišizam gdje se nepredviđeno, neočekivano i nečuvano susreću u tijelu mode.

Bilo koja boja pa tako i crna postale su samo površina kojoj je značenje oblikovano posredovanjem novog virtualnog svijeta, a znak je nasumičan izbor iz polja referencija.

Izbor crne kao znaka iz kategorije identiteta, prelazi u kategoriju stila koji postaje novi način prilagođavanje ukusa, pojedinačnih ili kolektivnih logici različitosti. Logika različitosti u svijetu crne odjeće postaje upitna ako analiza tržišta pokazuje da 40% žena preferira crnu u svojoj garderobi.

Više ne živimo u društveno kulturalnom prostoru klasne stratifikacije nego stratifikacije po paralelnim svjetovima u koje sami bismo uključiti se ili isključiti.

Ti svjetovi nisu homogene društvene grupe, nego umreženi pojedinci sa narativom savršenog života na društvenoj mreži.

Uz tehnološki napredak fizičko tijelo više nije postojeće jer modu možemo simulirati na simulakrumu tijela koje biramo na virtualnoj platformi.

Vizualni znakovi su promijenili sam sustav znakova, mode ali i svijeta, koji tek treba dešifrirati u programskom jeziku koda nove stvarnosti.

Baš zato što moda nije ništa prirodno ona je uvijek skup društvenih i kulturnih normi, umjetna tvorevina stvorena za užitak te je za očekivati da će prelazak u novu stvarnost virtualne mode biti iznimno fluidan. Tehnološki napredak je nesukladan s napretkom ljudskog tijela.

Informacijsko globalno društvo još će neko vrijeme u svojim tragovima imati sve pojmove o kontekstu crnog jer kompjuterska matrica pamti više i duže od fizičke.

5. Popis literature

1. Pastoureau, Michael (2010) Istorija jedne boje; službeni glasnik, Beograd 2010
2. Tanhofer, Nikola (2008) O BOJI; Zagreb, ADU i Novi Liber
3. Harvey, John (2013) The Story of Black, London, Reaktion Books Ltd (Scribd)
4. M. Cvitan–Černelić; \. Barlett i A. T. Vladislavić (2002) Moda: povijest, sociologija i teorija mode. Zagreb: Školska knjiga
5. Barthes, Roland (2009) Mitologije, Zagreb Pelago
6. Parac-Osterman, Đurđica (2007) Osnove o boji i sustavi vrjednovanja; Zagreb Sveučilište u Zagrebu, TTF
7. Vantablack link, pristupljeno 15.06.2020 Surrey NanoSystems: Home
8. link o venecijanskom bienalu Anish Kapoor is finally set to reveal his first Vantablack sculptures (pristupljeno 15.06.2020)
9. Rasprava o vlasništvu nad Vantablack, Their Dark Materials pristupljeno 19.6.2020
10. Calefato, Patrizia (2004) The clothed body, New York, Berg (Scribd)
11. Članak https://en.wikipedia.org/wiki/Ford_Model_T pristupljeno 14.05.2020
12. Paić, Žarko (2007) Vrtoglavica u modi: Prema vizualnoj semiotici tijela; Zagreb: Altagama.
13. Bauman, Zygmunt (2011) Tekuća modernost; Zagreb: Naklada Pelago.
14. www.readersdigest.co.uk, The evolution of: the little black dress, no 22.06.2020 pristuplje
15. <https://en.wikipedia.org>, Femme fatale pristupljeno 22.06.2020
16. <https://www.nytimes.com>, Fashion's Poet of Black : YAMAMOTO pristupljeno 18.06.2020
17. Evans, Caroline (2003) Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity & Deathliness; New Haven i London: Yale University Press
18. Lipovetsky, Gilles (2008) Paradoksalna sreća; Zagreb Antibarbarus

19. Paić, Žarko I Purgar, Krešimir (2018) TEORIJA I KULTURA MODE
DISCIPLINE • PRISTUPI • INTERPRETACIJE Zagreb, SVEUČILIŠTE U
ZAGREBU TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET
20. Kiper, Anna (2014) Fashion Portfolio: Design and Presentation, London, Batsford,
(Scribd)

6. Slike

1. www.britannica.com/science/Munsell-color-system
2. i 3. www.surreynanosystems.com
4. www.britannica.com, Model T | Description & Facts
5. www.readersdigest.co.uk, The evolution of: the little black dress
6. <https://style.time.com/2012/10/15/Iconic Little Black Dresses Through History>
7. www.pinterest.com, Ava Gardner, Hollywood icons
8. www.vogue.fr, Audrey Hepburn
9. www.pinterest.com Pin on Fashion Styles for Women Outfits
10. www.pinterest.com
11. www.pinterest.com
12. <https://style.time.com>, Iconic Little Black Dresses Through History
13. <https://modernarchive.de/blogs/news/the-top-11-japanese-fashion-designers>
14. runway shows of the 1990s — petrole: yohji yamamoto fall winter 1994/95
15. i 16. <https://www.huffpost.com/entry/madonna-iconic-style-moments>
17. www.vogue.com Alexander McQueen Fall 2001 Ready-to-Wear Collection
18. i 19. www.vogue.com/fashion-shows/fall-2005-couture/christian-dior#collection
20. i 21. www.glamourmagazine.co.uk, Lady Gaga Style
22. i 23. www.pinterest.com
24. www.pinterest.com, Bill Pope - Matrix film

25. www.shortlist.com, 20 Things About The Matrix

26. i 27. www.bbc.co.uk, Years and Years, Series (Screenshots 30.08.2020)