Suvremena moda kao događaj

Krpan, Petra

Doctoral thesis / Disertacija

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

https://doi.org/10.17234/diss.2021.8376

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:161561

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-19**

Filozofski fakultet
Sveučilišta u Zagrebu

Repository / Repozitorij:

ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Petra Krpan

SUVREMENA MODA KAO DOGAĐAJ - NOVI MEDIJI I PREOBRAZBE TIJELA

DOKTORSKI RAD

Zagreb, 2021.

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Petra Krpan

SUVREMENA MODA KAO DOGAĐAJ - NOVI MEDIJI I PREOBRAZBE TIJELA

DOKTORSKI RAD

Mentori:

prof. dr. sc. Žarko Paić
prof. emeritus dr. sc. Boris Senker

Zagreb, 2021.

University of Zagreb

Faculty of Humanities and Social Sciences

Petra Krpan

CONTEMPORARY FASHION AS AN EVENT - THE NEW MEDIA AND BODY TRANSFORMATION

DOCTORAL THESIS

Supervisors:

Žarko Paić, PhD, Full Professor
Boris Senker, PhD, Professor Emeritus

Zagreb, 2021

Zahvale:

Zahvaljujem mentoru prof. dr. sc. Žarku Paiću na pomoći, savjetima i strpljenju tijekom pisanja ovog doktorskog rada.

Zahvaljujem mentoru prof. emeritus dr. sc. Borisu Senkeru na mentorstvu, pomoći i savjetima.

Hvala sestrici Gali Baranović na lekturi, kumi Ivani Roci na pomoći i korekturi, Kristini Krpan Kiki na prijevodu i Tomislavu Šakiću na prijateljstvu i potpori.

Od srca hvala Miki koja je uvijek tu za mene.

Od srca zahvaljujem mami Dragici jer me nikada nije napustila i jer me voli.

Zahvaljujem svojoj obitelji na ljubavi i posvećujem ovaj rad Bartolomeu Polarnom.

Informacije o mentorima:

Prvi mentor: red. prof. dr. sc. Žarko Paić (zarko.paic@ttf.hr)

Prof. dr. sc. Žarko Paić rođen je 16. listopada 1958. godine u Kutini, Republika Hrvatska. Redoviti je profesor na Studiju modnog dizajna na Tekstilno-tehnološkom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu gdje predaje estetiku, teoriju znanosti i semiotiku. Gostujući profesor na doktorskom studiju filozofije Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Sveučilišta Adam Mickiewicz Sveučilišta u Poznanu, Poljska, Sveučilišta J.J. Strosmayer u Osijeku. Glavni je urednik časopisa za teoriju, kulturu i vizualne umjetnosti *Tvrđa* i zamjenik glavnog urednika časopisa *Europski glasnik.* Član je uredništva američkih časopisa *International Journal of Philosophy*, *Philosophy Study*, te član međunarodnog savjeta časopisa za filozofiju *Phainomena*; član je međunarodnog savjeta časopisa IMAGES: Journal for Visual Studies; član je međunarodnog savjeta *Kierkegaard Instituta*, kao i *Instituta za europske i globalizacijske studije*; jedan je od osnivača *Foruma za humanističke znanosti* u Ljubljani. Član je *Center for International Study of Nihilism*, sa sjedištem na Sveučilištu u Pisi, Italija, te je član *Integrated Science Association* (ISA). Organizirao je preko 20 međunarodnih interdisciplinarnih konferencija i simpozija iz filozofije, vizualnih studija, teorije medija, te je sudjelovao na preko 50 različitih konferencija, simpozija, kolokvija iz filozofije, sociologije, politologije i teorije suvremene umjetnosti u Hrvatskoj i inozemstvu.

Dobitnik je međunarodne autorske nagrade za literaturu srednjoeuropskih zemalja austrijske zaklade KULTURKONTAKT iz Beča za 2008. godinu. Objavio je preko trideset znanstvenih i stručnih knjiga iz filozofije, sociologije, politologije, teorije suvremene umjetnosti i kulture, te nekoliko knjiga književnih eseja i tri knjige poezije. Među objavljenim knjigama izdvajaju se: *Postmoderna igra svijeta*, Durieux, Zagreb, 1996. *Politika identiteta*: *Kultura kao nova ideologija*, Izdanja Antibarbarus, Zagreb, 2005. *Slika bez svijeta*: *Ikonoklazam suvremene umjetnosti*, Litteris, Zagreb, 2006. *Moć nepokornosti*: *Intelektualac i biopolitika*, Izdanja Antibarbarus, Zagreb, 2006. *Vrtoglavica u modi*: *Prema vizualnoj semiotici tijela*, Altagama, Zagreb, 2007. *Projekt slobode*: *Jean-Paul Sartre – filozofija i angažman*, DHK, Biblioteka „Nova Istra“, Pula, 2007. (prijevod iste knjige na slovenski: *Projekt svobode*: *Jean Paul-Sartre – filozofija in angažma*, KUD Apokalipsa, Ljubljana, 2007. *Vizualne komunikacije*: *uvod*, Centar za vizualne studije, Zagreb, 2008. (prijevod iste knjige na makedonski: *Vizuelni komunikacii – voveg*, GOTEN – Centar za vizuelni studii, Skopje, 2013. *Posthumano stanje*:

Kraj čovjeka i mogućnosti druge povijesti, Litteris, Zagreb, 2011. *Sloboda bez moći: Politika u mreži entropije*, Bijeli val, Zagreb, 2013.

Treća zemlja: *Tehnosfera i umjetnost*, Litteris, Zagreb, 2014. *Totalitarizam?* Meandarmedia, Zagreb, 2015. *Theorizing Images* (ur. zajedno s Krešimirom Purgarom), Cambridge Scholars Publishing, Newcastle upon Tyne, 2016. *Doba oligarhije: Od informacijske ekonomije do politike događaja*, Litteris, Zagreb, 2017. *Sfere egzistencije: Tri studije o Kierkegaardu*, Matica hrvatska, Zagreb, 2017. (prijevod iste knjige na slovenski: *Sfere eksistence: Tri študije o Kierkegaardu*, KUD Apokalipsa in Inštitut S. Kierkegaard, Ljubljana, 2018.) *Anđeo povijesti i Mesija događaja*: *Umjetnost-Politika-Tehnika u djelu Waltera Benjamina*, Fakultet za medije i komunikacije, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2018. *Teorija i kultura mode: Discipline-Pristupi-Interpretacije* (ur. Zajedno s Krešimirom Purgarom), TTF, Sveučilište u Zagrebu, 2018. *Tehnosfera, sv. I-V*, Sandorf i Mizantrop, Zagreb, 2018-2019. *White Holes and the Visualization of the Body*, Palgrave Macmillan, London-New York, 2019. *Neoliberalism, Oligarchy and Politics of the Event: At the Edge of Chaos*, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle upon Tyne, 2020. *Što s intelektualcima? Kritika društva, angažman i spektakl* (prir.), Litteris, Zagreb, 2020.

Drugi mentor: prof. emeritus dr. sc. Boris Senker (boris.senker@ffzg.hr)

Akademik dr. sc. Boris Senker, profesor emeritus rođen je u Zagrebu 1947. Gimnaziju je pohađao u Puli. Komparativnu književnost i anglistiku studirao je na Filozofskom fakultetu u Zagrebu, gdje je 1971. diplomirao, 1982. doktorirao a od 1971. do odlaska u mirovinu 2015. predavao teatrološke kolegije na Odsjeku za komparativnu književnost. Od 1990. redovito surađuje, kao vanjski urednik, s Leksikografskim zavodom Miroslav Krleža u Zagrebu. Kritike, eseje i studije, uglavnom o kazalištu i dramskoj književnosti dvadesetoga stoljeća, objavljuje od 1970. godine. Njihov je dio tiskan u knjigama *Redateljsko kazalište* (1977, prošireno izdanje 1984), *Sjene i odjeci* (1984), *Begovićev scenski svijet* (1987), *Pogled u kazalište* (1990), *Zapisi iz zamračenog gledališta* (1996), *Hrvatski dramatičari u svom kazalištu* (1996), *Kazališne razmjene* (2002) i *Uvod u suvremenu teatrologiju* I i II (2010. i 2013). S Ninom Škrabeom i Tahirom Mujičićem napisao je dvadesetak tekstova za kazalište (*Vitezovi otrulog stola*, *O'kaj*, *Domagojada*, *Novela od stranca*, *Glumijada*, *Kavana 'Torso'*, *Hist*[*o*/*e*]*rijada*, *Trenk iliti Divji baron*, *Kerempuhovo* i drugi) koje su s uspjehom izvodile kazališta i glumačke družine, napose Komedija, Zagrebačko kazalište mladih i Histrion. Kao stipendist Fulbrightove zaklade boravio je od siječnja do lipnja 1985. u New Yorku (NYU). Sudjelovao je na međunarodnim znanstvenim skupovima u Hrvatskoj, Italiji, Francuskoj i Sjedinjenim Američkim Državama. Uža su područja njegova stručnog zanimanja drama i kazalište u renesansi i XX. stoljeću te kazališna režija.

Od tekstova što ih je samostalno napisao izvedeni su, među ostalima, *Pinta nova* (HNK u Varaždinu, 1997), *Cabaret &TD* (Teatar &TD, Zagreb, 1999), *Gloriana* (Hrvatsko kazalište, Pečuh, Mađarska, 2001), *Friztspiel* (INK, Pula i Epilog teatar, Zagreb, 2002), *Istarske štorice* (Udruga FERR, Pula i Čakavski sabor, Žminj, 2007), *5 Top Hick-star-girls* (Udruga FERR i Arheološki muzej, Pula, 2008) i *Floromanija* (Gradsko kazalište Požega, 2017), *Hrestomatija novije hrvatske drame* u dva dijela (2000. i 2001), *Pozornici nasuprot* (2003), *Bard u Iliriji* (2006), *Teatrološki fragmenti* (2011) te *Pinta nova* (2002), *Tri glavosjeka* (2004), *Tercet kabaret* (2008), *Plutajuća glumišta* (2018), *S obiju strana rampe: ogledi o hrvatskoj drami i kazalištu* (2019).

Sažetak:

U doktorskoj disertaciji *Suvremena moda i tijelo - novi mediji i transformacija modnog događaja,* pokušat će se uspostaviti nužan interdisciplinaran odnos između područja i pojma suvremene mode koja se pojavljuje nakon 1980-ih godina 20. stoljeća, novih medija kao nove mogućnosti razvoja modnog procesa i događaja te njihova značajna utjecaja na razumijevanje mode i teorija mode nakon postmoderne kao nove vizualne semiotike. Ova disertacija u istraživačkom i znanstvenom smislu, razvit će tezu kako suvremena moda ne opstaje bez utjecaja medija na tijelo i odjevni objekt te istovremeno mijenja logiku djelovanja u virtualnom svijetu na način da se moda-slika pojavljuje na zaslonu medijskih ekrana kao *nova* slika, ali i u performativnom obliku kao moda-tijelo.

Rad će također pokazati mogućnosti suvremene mode i načine reprezentacije tijela u modi kroz ulogu novih medija i izvedbenih umjetnosti. Suvremena moda se pojavljuje medijski kao reinterpretacija i reizvedba *događaja*. Tijelo u modi sada je u nesvakidašnjem djelovanju, iz razloga što moda, posebno nakon 1990-ih godina 20. stoljeća, predstavlja sjecište različitih novomedijskih i izvedbenih oblika te će se u disertaciji pokazati zašto dolazi do nužne korelacije područja. Preciznije, zašto su mediji ti koji sada povezuju pojam mode i tijela u modno tijelo. U ovom doktorskom radu polazimo od postavke suprotne uobičajenom pristupu dvoznačnosti mode. Naime, nerijetko se dvojna narav suvremene mode razmatra ili kao rezultat vizualne semiotike – označitelj, označeno, znak u slikovnoj reprezentaciji tijela–ili pak kao tijelo u procesu postajanja Drugim i različitim. Povezujući tekst i sliku, znakovni sustav i vizualni kod, nastojat ćemo pokazati zašto se i na koji način u virtualnom svijetu moda pojavljuje kao tijelo u događaju. To znači da preuzimamo iz suvremene estetike i filozofije umjetnosti ključan pojam za čin ove sinteze teksta i slike. Riječ je o pojmu *događaja*, kako su ga tematizirali mislioci francuskoga poststrukturalizma, osobito Deleuze i Derrida. Moda u svojem suvremenom načinu izvedbe postaje interaktivni događaj. Na taj se način može modi dati mogućnost autonomnog jezika vlastite stvaralačke moći nastajanja novih *tendencija*, *stilova*, *trendova*, a umjesto podjele na realnu i eksperimentalnu modu posrijedi je moda koja svoj identitet stvara u procesu događanja performativnosti tijela.

Stoga je nužno izvesti kako se semiotički model u novim medijima premjestio s teksta na ekran, iz jezika u kod te kako se moda istražuje kao nova mogućnost tjelesnog događaja u modnom objektu. Cilj ove doktorske disertacije i istraživanja jest:

(a) dovesti u vezu pojam mode u interdisciplinarnom području humanističkih znanosti s istovjetnom situacijom u suvremenoj umjetnosti i vizualnoj kulturi;

(b) objasniti kako su se teorije mode razvile danas do zasebnog polja autonomne discipline u preklapanju s različitim izvedbenim studijima kulture (*performance studies*);

(c) pokazati raznolike mehanizme djelovanja medija na tijelo u modi (modno tijelo) i na događaj u modi (modni događaj).

Naposljetku, doktorski rad ima za cilj redefiniranje pojma *modnog tijela* koji se pojavljuje u teorijama mode danas. Razlog možemo vidjeti u tome što su novi mediji u digitalno doba uvelike već promijenili ne samo našu percepciju o tjelesnosti tijela, već i čitav spoznajni okvir u kojem se moda od pasivne reprezentacije društvenog kazališta uzdiže do interaktivnog događaja koji se može razumjeti jedino ako pristupimo modi interdisciplinarno, razmatrajući je složenim fenomenom društveno-kulturalnoga procesa nastanka novih identiteta. Modno tijelo se, dakle, ne može više misliti kao puku izvedbu tijela iz područja društva, kulture, umjetnosti na ono što preostaje modi u takvom činu redukcije. Umjesto toga, potrebno je modno tijelo osloboditi bilo kakve stege i funkcionalne uklopljenosti u druge mehanizme društvene reprodukcije. Za takav pristup nužno je razviti posve drukčije shvaćanje ne samo mode, već i performativnoga događaja i onog što novi mediji u svojem ubrzanom razvitku tehnološko-estetskih mogućnosti otvaraju kao temeljni problem ─ odnosa između kreativnoga dizajna i preobrazbe tijela u sklop s onu stranu razlike prirode i kulture, ljudskog i neljudskog.

Ključne riječi: suvremena moda, događaj, novi mediji, tijelo

Proširenі (strukturirani) sažetak na engleskom jeziku:

In my PhD dissertation *Contemporary fashion and body - the new media and fashion event transformation* I will try to establish the necessary interdisciplinary relationship between the field and the notion of contemporary fashion that emerges after the 1980s of the 20th century, new media as new opportunities for the development of the fashion process and events and their significant influence on the understanding of fashion and fashion theories after the postmodern as the new visual semiotics. This dissertation in the research and scientific sense will develop the thesis that contemporary fashion cannot survive without the media influencing the body and and fashion object, and at the same time changes the logic of acting in the virtual world by fashion-image appearing on the display of the media screen as the *new* image, but also in the performative sense as the fashion-body. The work will also show the possibilities of contemporary fashion and ways of representing the body in fashion through the role of new media and performing arts. Contemporary fashion appears as the reinterpretation and re-performance of the *event*. The body in fashion nowadays has an unusual role, because fashion, especially after the 1990s, represents the intersection of various new media and performative forms, and this dissertation will show why there is a necessary correlation of the domains.

More precisely, the question we need to answer is why the media nowadays combine the terms fashion and body into the fashion body. Identification of the fashion language as well as the sign system of fashion is of great importance in the research, as we explore the attempt to create a new identity construction, gender/sex problems within fashion, as well as the transition from class-social model to visual semiotics in the postmodern theories of fashion. This dissertation represents the thesis of the ambiguity of fashion: on the one hand fashion as visual semiotics, and on the other fashion as the body in the process. Contemporary fashion design thus is one of the most complex forms today. Its relation between design and body is even more complex to display in theory. The construction of such an image of contemporary fashion design reveals different aspects of the body. Images and bodies are linked in this case of understanding contemporary fashion. The difficulty of understanding contemporary fashion design and its subject/body lies in the text of the image, or to be precise in the texts of images. Texts of images of the body reveal true meaning. But one must ask, if there is true meaning in contemporary fashion design and if contemporary fashion design has its

subject/body? Finding this new language, this new text means gaining new meaning. Furthermore, it is in question if this meaning is true? The way and process of constructing new images, new texts and new bodies now get wined together when exploring the problematic of understanding contemporary fashion. Contemporary fashion perceived only as an image lacks meaning although its visual component is of importance. However, *visual* in contemporary fashion paradoxically is not its prime importance. Language on the other hand is not imageless. Discovering meaning in contemporary fashion, in this case, must follow the path of revealing what the image part in language is. By exploring image and language separately, we gain knowledge and meaning, however when it comes to understanding meaning of contemporary fashion it must be always put into context with its body/subject. The body/subject depends on this inter winding process. Furthermore, the main problem of this particular process in contemporary fashion lies in the problematic of fragmentation of image, language and subject/body. In that case we do not comprehend the whole meaning as it has already been transformed in the process of fragmentation. Understanding images of contemporary fashion consequently means understanding the impact of new media on both image and language. Not only have new media brought a different way of understanding in general but also a completely new birthplace of image and language. New media are always plural and by being so they offer different levels of meanings. If we were to put into perspective the complex issue of image, language and body/subject when exploring contemporary fashion, we must firstly become aware of the presence of a filtered image, language and body/subject. The debate on language and image of new media are crucial as they help position the body of contemporary fashion. To understand fashion means not only to explore consequences of the language and image of new media, but to place the body/subject of contemporary fashion into variable context. It has become clear that without understanding language and image, it is difficult to begin exploring the body/subject problematic. These perception ploys are well present in contemporary fashion and help redefine the body/subject. Fashion in semiotics appears as a text whose layers have different levels of meaning, while in performing in the virtual world fashion appears as the body in an event. The event is now crucial as a place for the new interpretations of fashion. It is therefore necessary to show how the semiotic model in the new media has moved from text to screen, from language to code, and how fashion is explored as the new possibility of a physical event in a fashion object.

Key words: contemporary fashion, event, new media, the body

Sadržaj:

1. Uvod
2. Teorije i prakse mode: od estetike punka, japanske dekonstrukcije do performativnosti suvremene mode
2.1. Postmoderne teorije mode i *kraj* značenja
2.2. Semiotika mode Rolanda Barthesa
3. Novi mediji i preobrazbe tijela
3.1. Modni film – od zlatnog doba Hollywooda do umjetničko dokumentarnih modnih filmova
3.1.1. Utjecaj zvijezda Hollywooda u modnom filmu i modni kostim
3.1.2. Filozofija modnog filma i tjelesne preobrazbe
3.2. Modna fotografija i reprezentacija mode – reklamna slika od Barthesa do *Benettona*
3.2.1. Povijest modne fotografije – od modne ilustracije do modne fotografije Richarda Avedona
3.2.2. Modna fotografija i medijalnost mode od 1960-ih godina
3.2.3. Suvremena modna fotografija – novi vizualni esej
4. Moda kao događaj i stvaranje modnog objekta
4.1. Performativnost mode: revija od prikazivanja tijela do njegove reprezentacije
5. Zaključak
6. Popis literature
7. Modne kolekcije i revije navedene u radu
8. Filmografija
9. Izvori fotografija i vizualnog materijala
10. Životopis autorice s popisom objavljenih djela

1. UVOD

U okviru teorija mode, suvremena moda predstavlja značajno područje u okviru interdisciplinarnih društveno-humanističkih znanosti. Osim što daje uvide u procese nastanka novih identiteta, nudi i precizan opis stanja mode, u teorijskom i praktičnom smislu, od 1980-ih godina do danas. U ovom doktorskom radu razmatra se utjecaj teorija izvedbe (*performance studies*) i teorija novih medija (*new media studies*), s obzirom na složenost i specifičnost onoga što nazivamo suvremenom modom u analogiji sa suvremenom umjetnošću. Razlika između teorija mode koje se bave vlastitim predmetom (kao što je to suvremena moda), u odnosu na teorije izvedbe i nove medije proizlazi iz sinkretičke naravi područja koje ima svoju uvjetnu autonomiju, a ona se izvodi iz razumijevanja *biti* suvremene mode kao transformacije ljudskog tijela u društvu, kulturi, politici i umjetnosti. Zato se teorije mode ne mogu više smatrati primijenjenim diskurzivnim analizama sociologije, antropologije, povijesti umjetnosti, psihologije. Isto vrijedi i za procvat već spomenutih teorija izvedbe i medijskih studija, u smislu interdisciplinarnih pristupa tijelu, u procesu nastanka njegova sveobuhvatnoga značenja za ljudsku egzistenciju u suvremenom svijetu. Razlog sve veće teorijske težnje za uvidom u događaj kojim se odijevanje i moda pojavljuju pokazeteljem novog identiteta čovjeka u suvremenosti proizlazi iz sklopa globalizirane ekonomije, politike i kulture kao uvjeta mogućnosti priznanja dosad nepriznatih svjetskih kultura, ali isto tako i težnje za prelaskom granica u shvaćanju tijela u njegova tri načina pojavljivanja – fizičkom, simboličkom i vizualnom.

Moda kao *estetska* kategorija primijenjene umjetnosti koja, nažalost, nema još uvijek svoje zasluženo mjesto unutar interdisciplinarnih humanističkih znanosti, bila je često teorijski shvaćena frivolnom i efemernom *pojavom* poput prolazne stvari, zaboravljenog artefakta ili memorijskog zapisa. Taj status modu prati još od početaka razvoja njezina znanstvenog proučavanja, no u vremenu sve veće produkcije tekstova i literature o modi (pa i afirmacije istih), suvremenom se modom gotovo označuje svaki fenomen njezina složenog načina pojavljivanja u svijetu novih tehnologija informacije i komunikacije. Ipak, poptrebno je jasno razgraničiti njezino predmetno područje od različitih naizgled poprilično srodnih fenomena sinteze dizajna i životnih stilova u 21. stoljeću.

Razlikujemo stoga teorije mode i pojam mode u povijesno-epohalnom smislu kao događaj stvaranja novog odnosa između čovjeka i prirode kojim se uspostavlja moderni pristup tijelu. Moda nije odijevanje i zbog toga se njezina novost izvodi iz nastanka društvene formacije

kapitalizma u Europi krajem 14. stoljeća. U odnosu na prijašnje epohe statičke društvene proizvodnje života, s modom nastaju dinamični društveni odnosi interakcije između klasa i slojeva, elita i mase. Stvaranje novih potreba za estetskim dizajniranjem ljudskog života temeljna je značajka mode, a najvišu razinu dosegnut će u suvremeno doba - krajem 20. stoljeća i u 21. stoljeću. Pojam mode nalazi se, stoga, u svim suvremenim teorijama kao struktura i označitelj želje za radikalnom promjenom života polazeći od promjena u izgledu tijela. Utoliko je slika tijela događaj njegove izvedbe i zbiva se u stalnim preobrazbama. Teorije mode koje analitički prikazuju što se zbiva s tijelom u njegovu odijevanju - razodijevanju dijelimo na moderne, postmoderne i suvremene (Paić, 2007). Budući da je moda stvaralački dizajn tijela, ova podjela polazi od pretpostavke da se uspon onoga što je promjenjivo i dinamično, do paradigmatske strukture mišljenja o tijelu, odvija kao svojevrsna kulturalna povijest tijela, kakvu su u svojim pristupima razvili francuski poststrukturalisti i teoretičari povezani s *novom poviješću*, od Fernanda Braudela do Georgesa Vigarella i Philippea Perrota. Žensko tijelo doživjelo je mnoge promjene i preobrazbe, od relativne mršavosti do bujanja pa sve do povratka izduženog, glatkog i utegnutog tijela. Tijelu, koje moda predstavlja, nametnuti su elementi ponašanja i izgleda, dok je kult tijela još uvijek dodatni čimbenik tjeskobe i frustracije (Perrot, 1984). Modu sada označuje *odjeveno tijelo* koje predstavlja raznolike estetske i fizičke elemente u doticaju s drugim tijelima i tjelesnim iskustvima (Calefato, 1986). To tijelo nije samo "savršeno" nego i simbolički isplativo, jer se njegovim "posjedovanjem" mogu postići uspjeh i priznanje u kompetitivnim strategijama suvremenog korporativnog kapitalizma. Izgled tijela kao slike (image) u estetiziranim medijskim prostorima svakodnevice postaje imperativ moći nekog društva pred drugim, čak i ideologijski izvedena putem novih reklamnih tehnika "pomlađivanja" onih slavnih osoba (*celebrities*), koje predstavljaju sve blagodati i iluzije želje za individualnim probitkom.

Suvremena moda radikalni je ikonoklazam koji razara logičku strukturu vremena zahvaljujući medijima. Ona prethodi aktualitetu, ali ga i uključuje. Usprkos velikom utjecaju raznolikih društvenih formi na modu nakon 1990-ih godina, razaznajemo samostalno razvijen sustav jezika i slike kao *nove* mode. To nikako ne znači da prijašnja razdoblja u izučavanju povijesti mode i njezinih teorija nisu relevantna, već da se moda sada ostvaruje kao primat slike nad jezikom medijskom konstrukcijom stvarnosti.

Bit suvremene mode pokazuje se težnji za estetizacijom ljudskoga tijela. Taj je proces započeo s postmodernom modom i tezom o kraju mode u djelu francuskog filozofa i

sociologa Jeana Baudrillarda (1976). Od 1960-ih godina do početka 1990-ih u društveno-humanističkim znanostima svjedočimo o pokušaju da se novim pojmovima dekonstrukcije, razlike, drugosti, diseminacije, konteksta, simulakruma opiše ulazak u novo razdoblje svijeta koji više ne počiva na kontinuitetu razvitka, nego na diskontinuitetu i rezovima, na nemogućnosti fiksnoga identiteta pojedinaca i skupina. Društvo, iako još uvijek u teorijama ima status neprobojne strukture ljufdskoga djelovanja, nije više određujuće za suvremenu modu. Bilo je to bjelodano i Baudrillardu kada je među prvima počeo umjesto tradicionalnih kategorija filozofije i sociologije koristiti pojmove koda, simularkuma, mreže. Umjesto društva kao glavnog označitelja, sve je u vladavinu medija koji svojom promijenjenom ulogom radikalno slamaju modni kod i mijenjaju percepciju promatrača mode, stvarajući modni događaj koji označuje sve što je i Baudrillard nagovijestio: kraj mode u metafizičkom smislu i uspon fluidnih modnih znakova koji često više zbunjuju negoli ulijevaju povjerenje. Kaotičnost modnih znakova u modnom sustavu proizlazi iz medijske implozije i neprestane mijeni modnih kategorija.[1] Suvremena moda stoga predstavlja teorijski neodredivo područje istraživanja, jer se ne priklanja isključivo ni medijskim teorijama niti izvedbenim teorijama, ali, još važnije, suvremena moda "zbiva se u trenutku neposredne sadašnjosti" (Paić, 2007).

Interdisciplinarnost je u ovom slučaju nužna, jer se suvremena moda više ne objašnjava iz područja sociologije mode, kao što je to bio slučaj u društvenim znanostima prve polovine 20. stoljeća. Sociologija istražuje promjene društvenih odnosa u klasno-socijalnoj stratifikaciji te kako se one reflektiraju na modu. Međutim, teorije mode nude posve drugačiji teorijski pristup modi. Postavlja se pitanje je li suvremenoj modi potrebna sustavna teorija koja prati njezine kreativne prakse i inovativne procese? Suvremena moda usprkos svojoj nužnoj neodređenosti, odnosi se ponajprije na izvedbu tijela i na novomedijsku konstrukciju stvarnosti. Za razliku od moderne mode (koja se odnosi na društveni teatar uloga u industrijskom kapitalizmu kraja 19. i početka 20. stoljeća) te postmoderne mode (koju karakterizira sustav znakova kao dinamika masovne kulture svedene na komunikaciju između različitih društvenih skupina), suvremena moda postaje složeni sklop interakcije između dizajnera, medija, potrošača u prelasku iz analogne u digitalnu sliku svijeta. Posljedice ovog konceptualnog zaokreta dalekosežne su za razumijevanje biti mode i njezinih brzih

[1] Implozija je pojam koji je Baudrillard preuzeo iz teorije medija i komunikacije kanadskog teoretičara Marshalla McLuhana, Odnosi se na zgušnjavanje sadržaja informacije, čime se značenje bitno mijenja za korisnika jer postaje uvjetom sve veće potrebe za komunikacijom kao nadomjesnim načinom konstituiranja ljudske zajednice u tehnološki razvijenim društvima (Baudrillard, 1976).

preobrazbi. Sve to, dakako, ne znači da se u modi napuštaju stilovi i tendencije iz prethodnih paradigmi, jednostavno zato što se moda vraća u ciklusima i što je njezin povratak istodobno dokaz spajanja onoga što je Walter Benjamin u pariškim *Arkadama* (*Das Passagenwerk*, 1927-1940) prepoznao kao zbivanje *začaravanja* i *raščaravanja* estetske fascinacije svijeta napretkom i obnovom tradicije (Evans, 2003).

Teorija mode počela se snažno razvijati 1960-ih godina, nakon pojave djela *Système de la mode* (1967) Rolanda Barthesa - koji je i danas najznačajniji predstavnik semiotike mode. Barthesa smatramo ključnim autorom koji je jasno naznačio da je moda sustav, a ne frivolna, efemerna pojava koja se odnosi na odijevanje povezano s tradicijom. Sa sustavom, moda je poprimila jasnu strukturu u obliku znaka, označitelja i označenog u Barthesovu detaljnom istraživanju francuskog tjednika *Paris Match*, a što je još važnije, time je postavljeno pitanje o mogućnostima autonomije mode u suprotstavljanju klasno-socijalnim teorijama Georga Simmela (1904) i Thorsteina Veblena (1899). Barthes je time srušio dotadašnje razumijevanje mode kao stila života tzv. dokoličarske klase koja metodom *trickle-down* šalje impulse mode i vladajućeg načina života elite. Piramidalna struktura mode u okviru ove paradigme jasno pokazuje temeljne preferencije društva, pa čak i sklonost očuvanja konzervativnih načina odijevanja u srazu s modernom inovativnošću i bizarnim novotarijama. Iako Barthes nije prvi koji je istraživao modu i pisao o njoj, jer je njemački sociolog René König 1960-ih godina također dao važne doprinose nastanku nove discipline, on je radikalno utjecao na to kako će se kasnije oblikovati teorije kojima se i danas služimo da bismo objasnili jezik mode. Na taj način moda postaje jezik ozakonjenog sustava iz kojeg proizlaze "zakoni", dok je moda kao slika povezana s ciklusima i načinima kako jezik i slika funkcioniraju u vremenu. Za Barthesa i semiotiku, moda se, dakle, može razumjeti samo kao primat lingvističkog koda nadređenog slici. To znači da jezik mode ima svoja pravila i norme koji su, da paradoks bude potpun, postojani i gotovo nepromjenjivi u jednoj kulturi, iako je značajka mode njezina prolaznost i brza promjena. Ako je slika za suvremenu modu postala važnija od jezika, tada se mijenja čitav poredak značenja. Dakle, ne možemo više koristiti izraz kao što je *jezik mode*, ako ne razlikujemo ono što je predmet toga jezika u odnosu na njegov sadržaj. Umjesto toga, slika mode postaje novi jezik koji samo uvjetno možemo još zvati jezikom. Njegova struktura sada je bitno promijenjena, jer umjesto postojanog označitelja, kao što je to bila masovna kultura od 1960-ih do 1980-ih godina, ulazimo u doba korporalnog zaokreta (engl. *corporeal turn*), što znači da slika tijela određuje njegove diskurzivne mogućnosti u *jeziku novih medija*. U

suvremenoj modi to je jednostavnije odrediti, jer se njezino vrijeme određuje medijski. Ona nastaje kao proces označivanja u kontaktu s tijelom u medijski konstruiranom događaju.

Moda kao jezik i moda kao slika dva su područja kojima će se baviti ovaj rad i u kojima će biti naznačen taj dualitet i borba za prevlast. Također, postoji i jasna distinkcija mode i odijevanja, opet vrlo često pogrešno interpretirana. Odijevanje postaje forma dok moda postaje medij (Loschek, 2009: 25). Moda se razlikuje od odijevanja, jer moda nije više *nešto* prirodno. Ne odijevamo se više zato što je to nešto *prirodno*. Odijevanje tijela izvan zapadnoga sustava mode ne pripada području mode zato što se "…u takvom pristupu tijelu ne skida posljednji ovoj društvene i kulturalne pokornosti (ženskoga) tijela moralnim zakonima zajednice" (Paić, 2007: 17). Moda je u stalnom procesu preoblikovanja, ali ne više procesa odijevanja, odjevnog elementa, već i tijela. U suvremenoj modi proces odijevanja preobrazuje se u modni medijski događaj. Moda se otuda odvija kao novi virtualni događaj u kojemu se tijelo pokazuje kao "...manipulirano, fragmentirano i deformirano na tisuću različitih načina u procesu isticanja najboljeg mogućeg identiteta..." (Codeluppi, 2006: 119). Mutacije tijela vidljive su upravo u procesu odijevanja koji se radikalno mijenja japanskom modnom dekonstrukcijom i njihovim načinom rezanja tkanina, da bi se tijelo *sakrilo*. No, takva vrsta odijevanja čini dva paradoksalna procesa: afirmaciju i negaciju tijela. Japanski modni dizajneri jasno su naglasili negaciju tijela utopljenog u crnilo materijala koje se pažljivo reže na tijelu, a afirmirali su tijelo siluetom koja je sada neodrediva i ne pripada ni modernoj niti postmodernoj modi. Ta silueta može pripadati jedino suvremenoj modi koja je upravo primjer neodredivog vizualnog identiteta. Bez obzira na to što je suvremena moda medijski konstruirana te, stoga, neprestanih vizualnih promjena i brzih izmjena ciklusa, njezin vizualni identitet magično privlači svojim beskonačnim mogućnostima recikliranja. Ne radi se više o izmjeni između staroga i novog, već o temeljnoj promjeni tijela od introvertnog do ekstrovertnog, od odijevanja do procesa mode izvedbe.

Dobar primjer ovoga procesa britanski je modni dizajner Hussein Chalayan koji je, u kolekciji *Between*, iz 1998. godine, koristio tradicionalni odjevni predmet hidžab i mini-suknju. Chalayanu je jasno kako se antimodni predmet može pretvoriti u apsolutni modni objekt. Njegov rad je konceptualan i inovativan, jer suprotstavlja modne i antimodne elemente. On zna da odijevanje izvan zapadnog sustava mode nije niti može biti moda, posebno tradicionalno odijevanje u islamu, te u svojim kolekcijama često ističe tu distinkciju mode i antimode. Suvremena moda "produbljuje se kad postaje scenografijom samog tijela, kada

tijelo postaje medijem mode" (Baudrillard, 2002: 200). Razlikovanje mode i odijevanja u odnosu na tijelo i međusobnu sinergiju tijela i odijela važno je naznačiti stoga da ne bi došlo do miješanja pojmova. Ljudsko tijelo koje je odjeveno funkcionira kao svojevrsna *druga koža*. Odijevanje kao proces *dizajnira tijelo* (Loschek: 2009: 17). Ipak, odjeveno tijelo daleko je od odjevnog objekta u suvremenoj modi pa je, stoga, potrebno naznačiti i tu razliku. Objekt funkcionira u medijaliziranoj zbilji suvremene mode, dok je odijevanje povezano s formom tijela. U kontekstu promatranja odijevanja kao *druge kože*, prostor u kojemu se tijelo nalazi razumije se kao *treća koža*, opna koja obavija tijelo u materijalnom okruženju. Odijevanje je uvijek povezano s tjelesnom formom, dok objekt suvremene mode ne mora nužno biti povezan s formom tijela. Objekt ima, naprotiv, primat nad tijelom i ne mora biti povezan s pojmom tijela, već s, primjerice, pojmom umjetničkog objekta, dok se odijevanje gotovo uvijek povezuje s antropološkim razumijevanjem tijela kao produžetka. Pokrivanje, zaštita i obavijanje tijela tkaninama na Zapadu proces je koji je započeo u između 200.000. i 40.000 g. pr. n. e. i nema nikakve veze s procesom odijevanja koji ima društveni, kulturalni, ali i umjetnički predznak. Odijevanje kao proces označivanja tijela, kao onoga koje je dizajnirano, unaprijed određeno i predodređeno da *nešto* označuje, a ne da služi zaštiti. Odijevanje, dakako, ima više funkcija, no glavna je odrednica odjeće da nešto označuje (Barthes, 1967). Moda može, pak, služiti kao "kulturalni barometar i ekspresivna umjetnička forma" (Wilson, 2003: 47), kao spektakl na rubu modnog djelovanja i obnove modernosti (Evans, 2003). Ona stoga obuhvaća mnogo širi kontekst i značenje (inače ne bismo ni imali disciplinu koja se bavi teorijskim uvidom u bit mode uopće). U modu se ne ubraja samo i jedino odijevanje već i svi popratni sadržaji koji čine *odjeveno tijelo* poput šminke, frizure, modnih dodataka. Na taj način moda postaje "autoreferencijalni sustav fokusiran na samo-organizaciju i cikličnu auto-reprodukciju elemenata u sustavu" (Loschek, 2009: 23). No, modni sustav se mijenja, pojam *novoga* u suvremenoj modi ne označuje tek ono što je bilo odlučujuće u paradigmi moderne mode. Ovdje valja napomenuti da je izraz "moderna moda", iako naizgled tautologijski, usmjeren ponajprije preciznijem razlikovanju tendencija i stilskih odrednica koji su povijesno nastupali od 1800. do 1960-ih godina u kontinuitetu i diskontinuitetu. Čini se da je odgovor na pitanje što je *odijevanje*, a što *moda*, nemoguć bez uzajamnoga odnosa ovih pojmova čija distinkcija postoji u mnogim europskim jezicima (primjerice, eng. *clothing* vs. *fashion*).. Za pojedine teoretičare odijevanje je povezano s tjelesnom aktivnošću, uz dodatak estetskog elementa, dok je moda povezana s posebnim sustavom odijevanja (Entwistle, 2000). U hrvatskom jeziku koristimo pojam mode i odijevanja, dok je mnogo prikladniji engleski pojam *fashion* i *dress,* jer se moda (lat. *modus* - način) ne veže za pojam suvremene mode.

Suvremena moda ne predstavlja *način odijevanja* kao što se to govori za *francuski* ili *talijanski* način u početku nastanka mode kao kulturalne konfiguracije na ishodu 14. stoljeća u Europi, već se odnosi na načine izvedbe odjevenog tijela koje je određeno umjetničkim i medijskim značajkama. Moda se pritom razlikuje od odijevanja po tome što "proizlazi iz modernog dizajna tijela kao dinamičkog načela i usvajanja kulta *novoga*" (Paić, 2007: 21). Novo se odnosi na dizajniranje staroga i recikliranje značenja, međutim, važno je naglasiti kako se razumijevanje odijevanja i mode u suvremenijim modnim teorijama ipak mijenja. Moda se razumije i dalje kao tjelesna preobrazba u formi odijela, no suvremena moda izokreće pojmove tijela, odijevanja i mode. Zbog toga se ovaj rad bavi istraživanjem kako i zašto je došlo do ove preformulacije pojmova. Kada je postala znak radikalnih transformacija tijela kroz ogoljavanje, društveno-političke procese, provokativne eksperiment, moda se uspostavila fluidnim označiteljem suvremenosti upravo zbog toga što je sve u znaku "novog", obnavljanja" i "inovacije". Ne slučajno, suvremena se moda veže uz pojmove objekta, instalacije, performativa tijela. To je ujedno obilježilo modu s početka 1990-ih godina. Nije više važno što vidimo pogledom, nego kako vidimo izvedbeni aspekt mode u vizualnom kodu medijske konstrukcije stvarnosti. Spektakularni odjevni objekti nizozemske modne dizajnerice Iris van Herpen zasljepljuju ljepotom, no način kako su predstavljeni također pripada središnjim postavkama ovoga rada. Ta ljepota koja proizlazi iz suvremene mode u odijevanju prouzročila je svojevrsni raskol. Baudrillard je to jasno uočio kada je osudio modu zbog njezine ljepote, jer će "istinski lijepa odjeća označiti kraj mode" (Baudrillard, 1981: 79). Natavno, ne smijemo tu Baudriillradovu postavku uzimati zdravo za gotovo. Ona, naprotiv, samo ukazuje da estetizacija života može prouzročiti neželjene posljedice osobito ukoliko se taj proces zbiva bez ograničenja. Stoga je suvremenu modu potrebno istražiti u suradnji s pojmovljem suvremene umjetnosti, dizajna i novih medija. No, uz jasno isticanje kako moda sada ima načelnu autonomnost i ne može biti više shvaćena kao puki epifenomen nečega izvan nje same.

Mediji postaju odlučujući za razumijevanje mode u njezinu nastanku, a promijenjen pojam medija čini veliku pomutnju u promatranju mode kao medija. Preciznije rečeno, moda se ne promatra kao medij, već se radi o medijalizaciji mode kao događaja. Mediji čine *pomutnju*, jer izokreću načine izvedbe modnog događaja, ali i stvaranja modnog objekta, koji ne mora nužno biti materijaliziran. Alexander McQueen to je jasno uočio kada je postavio hologram britanskog modela Kate Moss u središte kolekcije *The Widows of Culloden,* 2006. godine (proljeće - ljeto). Inspiriran filmom *Danse Serpentine* (1897) braće Lumière i plesom Loie

Fuller iz 1891. godine, McQueen, dakle, koristi hologram kako bi prikazao nježan, eteričan lik Moss u mračnom prostoru. Bez medija McQueen ne bih mogao prikazati Moss i stoga on medije ne koristi kao alat, već i kao svrhu za postav svojih kasnijih kolekcija. Ne možemo medije u teoriji suvremene mode uzimati kao neku vrstu sredstva za druge svrhe, ili kao *ispomoć* u nedostatku razvijene epistemologije mode, jer bi to onda značilo da je teorija mode samo nastavak medijskih studija drugim sredstvima. Daleko od toga. Kada se služimo pojmovljem iz teorije suvremene mode, tada nam je cilj usmjeriti pozornost na hibridnost kulture za koju više ne vrijedi semiotički trojni obrazac znak - označitelj - označeno, upravo zbog toga što je moda kao komunikacija vizualni kod proizvodnje mnoštva značenja. Sve se to dogodilo u trenutku promjene paradigme samih medija iz analognih u digitalne. Slika se, naime, u digitalnom formatu konstruira na tehnički način, kao što je to pokazao teoretičar medija Vilém Flusser (Flusser, 2007, u Paić 2008: 117-135). To znači da slika ne oponaša, niti predstavlja, neku već postojeću stvarnost, već proizvodi posve nove događaje u kontekstu i situaciji. Za razumijevanje suvremene mode ovo je odlučujuće. Razlog treba vidjeti u tome što modno tijelo, pojam koji razvijamo u ovom doktorskom radu, više ne može biti pojmljeno *izvana*, kao puki prijepis izvanjskosti, u odnosu na unutrašnjost. Modno tijelo kao slika jest izvedba tijela u pokretu, u digitalnom okružju kojem virtualnost određuje granice postojanja. Kada se slika određuje informacijsko-komunikacijski, a ne više iz klasičnih teorija *mimesisa* i reprezentacije, tada ne govorimo o modnim likovima i stilovima. Na djelu je obrat: sada su modna tijela s njihovim *imageom* - kao u logici novih medija, od Facebooka do Instagrama - protagonisti suvremene mode. Njihova su značenja ovisna o promjeni tehnološko-estetske moći medijske konstrukcije stvarnosti. Naposljetku, sve to ima bitne posljedice i za status manekena kao modnih tijela s čijih voštanih i posthumanih lica iščitavamo duh ekstravagancije i stil života nepokorivih supkulturnih skupina. Dakle, potrebno je poći od raskola postmodernih teorija mode, na čijim teorijskim temeljima i počiva nastanak suvremene mode, da bismo dospjeli do stvarnog značenja suvremene mode, ali i do stvaranja tijela koje sada nije samo društveno konstruirano. Utjelovljenje modne slike odvija se medijski, jer je i karakter dame slike informacijsko-komunikacijski konstruiran. To znači da se modna komunikacija odvija između mode i odijevanja, perpetuirajući raznolika značenja. Za navedeno možemo uzeti primjer s učestalim eksperimentiranjem suvremenih modnih dizajnera, naravno u šoknatno-provokativnoj izvedbi, s dekonstrukcijom značenja odjevnog predmeta kao što je to burka u tradiciji islamskog odijevanja žena. Budući da se susrećemo s logikom moralno-političkoga tabua u civilizacijskom srazu svjetova, tada postaje očito da će

konceptualni modni dizajn sve više i više biti usmjeren na kritiku raznolikih zabrana koje ljudskome tijelu uskraćuju njegovu nepokornost i auru slobode.

Postmoderne teorije zasigurno su pomogle u razumijevanju mode kao strukturiranog vizualnog jezika, zahvaljujući prije svega francuskim teoretičarima Gillesu Lipovetskom (1987) i Jeanu Baudrillardu (1967). Oni su istodobno pridonijeli razvoju ovog interdisciplinarnog humanističkog područja inovativnim pristupom modi u cjelini drukčijeg shvaćanja kulture i medija. Stoga u ovom istraživanju, jednim dijelom, preuzimamo njihove epistemologijske pristupe - u kontekstu postmodernih teorija mode, ali isto tako i Rolanda Barthesa u okviru semiotike mode i organizacije modnog jezika u sustavu, ali još više u istraživanju reklamne slike u slučaju modne fotografije. Barthes je nesumnjivo najzaslužniji za stvaranje pojma modnog jezika i onoga što se naziva *odjevni kod*. Da bismo razumjeli kako se stvara *odjevno značenje* koristimo izraz odjevni kod. Ono što je Lipovetsky, pak, teorijski inovativno postavio odnosi se na jasne strukture koje naglašavaju disperziju i dislokaciju mode, upravo ono što određuje suvremenu modu u globalnom poretku neoliberalnog kapitalizma, ali uz sociološki predznak postmoderne mode. Drugo je, pak, gubitak i mode, i njezina identiteta, unutar novonastalih društvenih struktura. No, pitanja o modi upućuju na pokušaj očuvanja samoga modnog *fenomena* unutar modernog društva. Lipovetsky jasno naznačuje kako forma dovršene mode nema više epicentra i djeluje u različitim područjima na različitim razinama kolektivnog života. Novi mediji ukidaju epicentar mode, jer je logika njihova djelovanja mreža bez dubine i granice. Nedvojbeno je da je za ulazak u razdoblje, ili paradigmu, postmoderne mode potreban pronalazak novih pojmova primjerenih sve većoj potrošnji, slobodi u stiliziranju života pojedinca u liberalno-demokratskoj kulturi Zapada (SAD-a i Europe posebno). Ono što Lipovetsky naziva otvorenom modom, ili dovršenom formom mode, odnosi se na prestanak važenja čitave strukture modernog načina artikulacije društvenih odnosa. Naime, ako je moda bila određena logikom djelovanja institucija i kulturnog kapitala industrijske proizvodnje s njezinim krutim označiteljima, poput razdiobe elite i mase (tzv. *trickle-down-theory*), sada se susrećemo s lakim označiteljima, pri čemu moda ima značenje slobodnog izbora robne marke i ujedno individualiziranja života u načelno pluralnom društvu stilova i svjetonazora. Možemo već u toj promjeni paradigme nazrijeti elemente suvremene mode, ali tek kao početne tendencije razvitka.

Ipak, suvremena moda ne može se razmatrati jedino koristeći pojmove Gillesa Lipovetskog, poput marginalne diferencijacije i privlačnosti, jer se radi o kodovima koji ne odgovaraju

navedenom modelu. U metodološkom smislu, pokazuje se nezaobilaznim uključiti u razmatranje rad ranije spomenutih sociologa Königa, Simmela i Veblena, ali ipak u manjoj mjeri. Njihove su klasno-socijalne teorije uvelike nedostatne za razumijevanje suvremene mode. Postavlja se pitanje je li to dovoljno za razjašnjenje pojma suvremene mode? Također, možemo li iz složene semiologije, kakvu je u području teorije mode uspostavio Roland Barthes, otkriti kodove novog vizualnog jezika te kako objasniti sve veće performativne elemente te iste začudne i eksperimentalne mode? To je cilj ove disertacije: pokušati uspostaviti teorijske odnose vizualne konstrukcije mode nakon raspada modnog sustava u 1980-im godinama. Taj se raspad odnosi na praktične i teorijske promjene u modnom sistemu. Pokušat ćemo, dakle, uspostaviti teorijske okvire vizualne konstrukcije mode nakon što je, koncem 1980-ih godina, prethodna paradigma postmoderne mode postala zastarjelom, iako se u nekim aspektima održala još 1990-ih (primjerice, poput eklektičnosti stilova modnih dizajnera, radikalne slobode eksperimentiranja s rodno/spolnim promjenama identiteta pojedinca te svime, što možemo vidjeti u raskošnim produkcijama modnih performansa Johna Galliana i Jeana Paula Gaultiera - esteticizam, neohistoricizam, karnevaleska, pastiš tradicije i suvremenosti).

U ovome radu nastojat ćemo isto tako uspostaviti odnos između područja i pojma suvremene mode koja se razvija nakon 1980-ih godina (posebno nakon japanske dekonstrukcije s dizajnerima poput Yohjija Yamamota i Rei Kawakubo) i novih medija, kao novih mogućnosti razvoja modnog procesa i događaja i njihova bitnog utjecaja na razumijevanje mode i artikulacije interdisciplinarnih studija mode (*fashion studies*). U istraživačkom i znanstvenom smislu izvest će se temeljna postavka kako suvremena moda ne postoji bez utjecaja medija na tijelo i odjevni objekt u cjelini te će razraditi teza kako uopće dolazi do stvaranja modnog objekta koji se, prije svega, pojavljuje u odnosu na arhitekturalnu modu. Moda koja spaja modni objekt i elemente arhitekture vidljiva je u radu američkog dizajnera Ricka Owensa i predstavlja novu eklektičnu estetiku mode. To, istovremeno, mijenja logiku djelovanja u virtualnom svijetu, tako što se moda pojavljuje na zaslonu kao *nova* slika, ali i u performativnom obliku kao moda-tijelo. Performativnost tijela postaje središnje pitanje u ovom radu, jer pogađa bit suvremene mode. Riječ je o oblikovanju tijela u modnoj izvedbi s naglaskom na na eksperimentu, hibridnosti i eklektičnosti.

Eksperiment modne izvedbe odnosi se na želju za stalnom provokacijom društvenih normi u oblikovanju tijela, što se postiže različitim strategijama šoka. Primjeri modnih izvedbi

Alexandera McQueena mogu se u tome smatrati paradigmatskim. Kada dizajner eksperimentira s formom nove mode tada prelazi granice društvenoga ukusa, masovne kulturne preferencije i estetske privlačnosti modnog objekta. Hibridnost predstavlja temeljnu značajku suvremenoga doba i nalazimo je kao pojam u teorijskim izvodima sociologije globalizacije i identiteta u Manuela Castellsa, potom u antropologiji kulture Brune Latoura, ali i u različitim estetičkim teorijama o biti novih medija koji spajaju tehnološke mogućnosti interakcije korisnika društvenih mreža s novim estetskim dosezima (npr. *cyberpunk*). Eklektičnost se pripisuje postmodernoj modi, osobito zbog toga što je posrijedi tehnika pastiša, brikolaža, intertekstualnosti u modnim artefaktima koje na sceni nose zvijezde popularne glazbe (Madonna, David Bowie, Freddy Mercury). Na taj se način spajaju jezik, tekst, zvuk i slika, budući da popularna glazba nije samo užitak u slušanju, već cjeloviti umjetnički događaj koji postaje spektakl i fascinacija slikom-tijelom. Problem s eklektičnošću jest taj što je za postmodernu umjetnost odlučujuća promjena konteksta, a to znači da se ujedno mijenjaju subjekt i objekt izvedbe. Masovni spektakl zahtijeva novi oblik katarze, često na granici između normalnog i zazornog pa se eklektička izvedba ne smije jednoznačno svesti na esteticizam. Mnogo je primjera kako se iza ovoga skriva suptilna kritika potrošačkoga društva uz pomoć ekstravagancije njegovih vodećih simbola poput mode, medija i robnog fetišizma.

U radu će se, također, nastojati pokazati mogućnosti neprestanih preobrazbi suvremene mode koje se tiču načina na koje ona predstavlja tijela u promijenjenoj ulozi novih medija i izvedbenih umjetnosti. Mediji koji spajaju tijelo i događaj postaju temeljni pojam unutar suvremenih teorija mode (*fashion studies*). Za poglavlje koje će istraživati značenje i ulogu novih medija u kontekstu teorija mode koristit će se radovi češko-brazilskog filozofa i komunikologa Vilèma Flussera (1983) u određenju pojma tehničke slike, antropologijska teorija medija kanadskog teoretičara književnosti i medija Marshalla McLuhana (1964) te kritička teorija medija Jeana Baudrillarda. Značajna djela *O fotografiji* (*On Photography*, 1977) Susan Sontag, potom *Svijetla komora* (*La Chambre Claire*) Rolanda Barthesa (1980) temelj su za razumijevanje fotografije kao i knjiga Johna Bergera *Načini gledanja* (*Ways of Seeing*, 1972) i *O gledanju* (*About Looking*, 1980). Flusser se radikalno postavio prema slici koja postaje informacija i prethodi svakom njezinom kulturnom i društvenom značenju, slično kao i suvremena moda koja se odvija u odnosu na medijske konstrukcije stvarnosti i na taj način oblikuje modno tijelo. U kontekstu izvođenja teze o medijalnosti mode i transformaciji modnog događaja kao estetiziranog događaja koristit će se i teorijski pristup suvremenoj modi

u djelu hrvatskog filozofa i teoretičara Žarka Paića, kao platforma za spajanje odnosa mode - tijela - događaja (*Posthumano stanje: kraj čovjeka i mogućnosti druge povijesti*, 2011). Tijelo se uspostavlja emergencijom kao mogućnošću autonomnog događaja (Paić, 2013: 14). Suvremena moda pojavljuje se u svojim najznačajnijim ostvarenjima kao reinterpretacija i reizvedba *događaja*. U tom medijalnom prostoru/vremenu ostvaruje se nova uloga i funkcija mode. Tijelo u modi sada je postavljeno u središte izvedbenog djelovanja jednostavno zato što moda, posebno nakon 1990-ih godina, predstavlja mjesto različitih novomedijskih i izvedbenih oblika. Tijelo je do 1980-ih godina bilo sagledavano kao parametar društvenih konstrukcija, a krajem toga desetljeća koncept odijevanja prestao je slijediti logiku modnog tijeka. Do kraja 1980-ih godina tijelo se, uobičajeno, razmatralo u okvirima onoga što označuje pojam društvene konstrukcije polja kulturnoga označivanja. Ta simbolička interakcija tijela i društva bila je rezultat oslobođenog kulta potrošnje, s nizom novih praksi posredovanih, tada iznimno privlačnim, tehnikama marketinga s pomoću video-arta, koji je dominirao popularnom kulturom. Nije ovdje riječ samo o promjenama u tehnologiji time što je 1990-ih digitalno doba uvelo mogućnost da i korisnik postane subjekt stvaralačke igre u prostoru koji povezuje tijelo i modu kao njihova mreža odnosa. Mnogo je važnije da je odijevanje, kao prevlast modnoga tijela u artikulaciji novih identiteta, usmjereno prema globalnom tržištu stilova života. Umjesto društva kao glavnog označitelja promjena u modi, sada je na djelu kultura digitalne samoproizvodnje slike kao događaja, tijela kao događaja, života kao događaja. Performativnost tijela otada iziskuje nove načine kojim se pojam društva još može održati vladajućim modelom za razumijevanje mode. Spomenimo tek da čak i Castells, kao vodeći sociolog globalizacije, uvodi u opticaj pojam-sintagmu *umreženo društvo* (engl. *network society*), čime pokazuje da ljudska tjelesnost nije više ništa *urođeno*, esencijalno, već *kulturalna konstrukcija*, ono što svoju bit tek mora realizirati u složenim praksama životnih očitovanja.

Za razliku od tradicionalnog pristupa modi kao pokazatelju društvenih promjena u doba modernosti, ovdje se pojam suvremene mode nastoji razjasniti uz pomoć dekonstrukcije ne samo društva, već i modernog shvaćanja kulture. Zato postaje nužno usmjeriti se prema onim shvaćanjima kulture koja sjedinjuju u svojim dosezima pojmove identiteta, komunikacije i emergentne mreže. U tom smislu promijenio se i pojam identiteta, koji u suvremenim teorijama mode zauzima važno mjesto, iako ne kao što je to bio slučaj s paradigmom postmoderne mode. Novi identitet s kojim se susrećemo "ovdje" i "sada" još je više određen svojom neodređenošću, još je više fluidniji, promjenjiv od konteksta do situacije, a moždsa je

najprikladniji primjer onaj koji govori o ikonama stila u doba hiperpotrošnje i hiperrealnosti, kada više nije moguće razgraničiti sliku od objekta, tijelo od simboličkog značenja suvremene mode uopće. Narcizam i svojevrsna "autističnost" mode spram različitih formi društvene kritike spektakla pokazuje se u autoreferencijalnosti znakova u istom krugu značenja, kada sama kultura funkcionira kao "junkspace", kako, primjerice, suvremeni nizozemski arhitekt Rem Koolhaas određuje homogenost i nerazlikovnost prostora u globaliziranoj ekonomiji-svijetu.

Suvremenu modu u analogiji s konceptualnom i performativnom umjetnošću kraja 20. stoljeća određuje tjelesnost u svim aspektima pojavljivanja. Tijelo se više ne može razumjeti tek kao funkcija, ili struktura, neposrednog djelovanja čovjeka u unaprijed postavljenom svijetu, nego kao autonomno događanje u mreži slikovne reprezentacije. Moda otuda označuje vizualnu konstrukciju tijela kao događaja i time se pokazuje nesvodivim fenomenom životnoga stila (*lifestyle*) u društvima spektakla današnjice. Suvremena moda može biti jedino medijski konstruirana, no timke nastaju neke negativne posljedice za modu i njezino tijelo. Kako je precizno odredio Baudrillard, tijelo postaje *metastazirano*, ono koje ima mogućnosti beskonačne mijene, ali izraz je izvorno vezan uz nastanak smrtonosne bolesti, što unaprijed svodi bit tijela na nužnost stvaranja obrambene mreže protiv zloćudnih utjecaja iz okoline (2001: 167).

Zašto su novi mediji oni koji sada povezuju pojam mode i tijela u modno tijelo? Suvremena moda medijski je unaprijed konstruirana, a time i svi modni elementi. Prepoznavanje modnog jezika, kao i znakovnog sustava mode, posebno je važna u istraživanju, jer se radi o pokušaju nove tvorbe identiteta subjekta (ukoliko on postoji), rodno/spolne diferencijacije unutar mode, ali i o prelasku iz klasno-socijalnih modela u vizualnu semiotiku u postmodernim teorijama mode. Taj prijelaz iz vizualne semiotike u potpunu estetizaciju događaja označuje važno područje promjene unutar teorija mode. Stoga će se ovaj rad usmjeriti na dvoznačnost suvremene mode: s jedne strane mode kao slikovne reprezentacije, a s druge strane mode kao ekscentričnog tijela u procesu postajanja drugim i drukčijim. Moja je postavka da modno tijelo proizlazi iz sinteze osjetila u digitalnom okružju u kojem se moda pojavljuje kao vizualni događaj estetizacije života. Da bismo potvrdili tu tezu, potrebno je prethodno definirati razliku tzv. starijih i novih medija. Na temelju uvida nekih teoretičara medija (kao što su, prije svega, Flusser i Kittler), možemo reći da je struktura medija odlučujući čimbenik njihovih funkcija i svrhovitosti. Ako je medij slikovno određen kao tehnička konstrukcija

aparata unutar analognoga načina prijenosa informacija poput televizije, onda je samorazumljivo da je njegovo polje sudjelovanja publike u kreiranju vijesti i događaja suženo. Stariji su mediji analitični, jer su povezani s jednosmjernim procesom komunikacije (pošiljatelj - primatelj). Novi su mediji sintetički, jer su zasnovani na signalu, odnosno internetu, što je uvjet za mogućnost interaktivne komunikacije koja više nije plošna, već višestrana. Korisnici mreže sudjeluju u stvaranju događaja barem kao formalno demokratska publika. To znači da se modno tijelo emancipira od zahtjeva puke komercijalnosti mode čemu je služila tzv. klasična modna revija. Modni performans od 1990-ih godina do danas postaje mjesto posredovanja slike i tijela kao događaja - koji u sebi sažima ono što Kittler naziva diskurs i dijalog u logici djelovanja novih medija. Primijenimo li to na suvremenu modu dobivamo sljedeći rezultat. Diskurzivni dijalog između stvaratelja - medija - korisnika zbiva se u modnom tijelu kao u mreži različitih značenja samoga događaja koje sudionici neprestano re-interpretiraju. Zar se time ne pokazuje da je teorijska interpretacija suvremene mode istog ranga, kao i interpretacija djela-bez-djela suvremene umjetnosti, budući da su konceptualni radovi umjetnosti i mode istovjetni, jer za svoje tumačenje iziskuju interdisciplinarnu teoriju slike, a ne više jezika kao što je to bilo 1960-ih do 1980-ih godina. I još nešto, osobito važno za artikulaciju temeljnih postavki ovog rada: kao što u konceptualnoj i post-konceptualnoj umjetnosti teorija ima funkciju umjetničkoga uvida u proces nastanka umjetnosti uopće, tako je i suvremena moda istodobno konceptualna i post-konceptualna jer propituje razloge nastanka mode i njezina mogućeg kraja, što je već bilo uočeno u ranog Baudrillarda kada je modu shvatio krajem reprezentacije modernog društva. Sažeto rečeno, teorija mode u suvremeno doba ne opisuje ono što se događa u tzv. svijetu mode, nego taj svijet interpretira i konstruira kao sklop raznolikih značenja, njihovih odnosa u interakciji tijela i događaja. Ništa se više ne događa bez teorijske konceptualizacije, a to vrijedi ne samo za suvremenu modu, već i za umjetnost, arhitekturu i dizajn u cjelini.

Moda se u okružju semiotike pojavljuje kao *tekst* koji se tumači iz različitih interpretacijskih okvira, dok se u izvedbi u virtualnom svijetu moda pojavljuje kao *tijelo* u događaju. Ovaj obrat pogađa također i strukturu Bartheove semiologije. Pritom, ova epistemološka razlika upućuje na produbljeno istraživanje odnosa između teksta i slike, što je nakon Barthesa postalo nužno, tim više jer se slika u digitalnom okružju značenja više ne može dekodirati polazeći od jezika kao univerzalnog označitelja. To ne znači da nam Barthesov sustav mode nije više potreban za istraživanje, već da je događaj sada postao temeljnom kategorijom za nove interpretacije biti suvremene mode. Stoga je nužno pokazati kako se semiotički model u

novim medijima premjestio s teksta na ekran, iz jezika u kôd te kako se moda istražuje kao nova mogućnost tjelesnog događaja u modnom objektu. Tjelesnost i novi mediji vode do nove vrste modne materijalnosti i medijalnosti.

Dosadašnja istraživanja u području studija mode (*fashion studies*) u posljednjih desetak godina kreću se u smjeru emancipacije i autonomije modnog diskursa, ali s jasnom tendencijom prema produktivnoj sprezi kulturalnih studija, vizualnih studija, antropologije mode i vizualne semiotike mode. Budući da sociologija mode ne može u potpunosti razjasniti složeni pojam mode, jer ga reducira na funkciju društvene integracije, potrebno je pronaći primjereni konceptualni alat za estetsko i kulturalno razumijevanje odnosa između umjetnosti, društva, politike, tehnologije i mode. Nakon 1960-ih godina svjedočimo promjeni društvene forme mode. Nastupilo je doba radikalne promjene paradigme sa svim popratnim posljedicama. Umjesto društva u središte dolaze kultura, mediji i komunikacija. Moda je, od početaka svojih teorijskih i znanstvenih interpretacija, zbog svoga društvenog značaja i značenja bila smještena u područje društvene znanosti - sociologije. Pritom je važno naglasiti kako se u ovom radu ne negira važnost i uloga sociologije mode u teorijama mode, već se tvrdi kako se suvremena moda ne može isključivo znanstveno istraživati iz jednog područja koje je pritom društveno. Razlog je dvostruk. Prvo, suvremena moda sredine 1990-ih godina povezana je s naglim razvojem novih medija i njihova utjecaja na tijelo te se u smislu razvoja modnog dizajna vide jasne promjene u odnosu na prijašnja razdoblja. Drugo, struktura modne revije i načina realizacije modnih kolekcija radikalno se mijenjaju u tom razdoblju i moda se, za razliku od prijašnjih modela prikazivanja, približila performansu da bi se na taj način približila konceptualnosti suvremene umjetnosti. Primjeri će biti navedeni u narednim poglavljima.

Kako bismo došli do razumijevanja mode kao konceptualnog oblikovanja tijela, potrebno je istaknuti prijašnje teorijske modele mode, ali i postaviti pitanje može li moda imati svoju autonomiju i svoju disciplinu, ili preciznije, je li suvremena moda autonomna? U suvremenoj modi dolazi do raskida s prijašnjim teorijskim modelima, jer se tijelo subjekta u potpunosti oslobađa u performativnom događaju mode, negiraju se sve zabrane i dolazi do oblikovanja tijela u *modno tijelo*. Moda se, kako tumači Žarko Paić postupno emancipirala, oslobodivši tijelo od društvenih i kulturalnih zakona (2007: 8). Zbog toga moda, zasigurno, treba svoju teoriju, ali jedino ukoliko nastaje u interdisciplinarnom kontekstu. Interdisciplinarnost, pojam koji je obuzeo humanističko, kao i ostala područja znanosti, nije mimoišao ni teoriju mode.

Suvremena moda je autonomna, jer u potpunosti oslobađa tijelo, a to su joj omogućili novi mediji i nova konstrukcija modne izvedbe. Njezina autonomnost rezultat je pada društvenih i kulturalnih zakona i zabrana, dok je teorija mode istodobno ne-autonomna zato što "modu nije moguće razumjeti samo iz jedne znanstvene paradigme" (Paić, 2007: 8). Stoga je glavni cilj ovog rada razviti dvije osnovne teze koje će biti izvedene u sljedećim poglavljima:

(1) Moda proizlazi iz nasljeđa semiotike i strukturalizma francuskog teoretičara Rolanda Barthesa i njegova organiziranog sustava jezika mode. Pritom se u interpretaciji više ne inzistira na vladavini jezičnih označitelja, već se obrat zbiva u analizi područja mode - slike. Korak prema konceptu suvremene mode, kao izvedbenog događaja, proizlazi iz promjene koja se odigrava u dekonstrukciji samoga sustava mode početkom 1990-ih godina. U svim aspektima odnosa između novih medija i mode na djelu je interaktivnost, prelazak u metamorfna stanja u kojima se pomiče granica između živog tijela i estetskog objekta mode i, posljednje, ali ne manje važno, stvaranje novih formi tjelesnosti kao hibridnih tvorbi nastalih invencijom tehnoznanosti i kreativnosti suvremene umjetnosti.[2]

Područje semiotike mode ključno je za razumijevanje nastanka mode kao pismovnog i stvarnog odjevnog objekta. U razdoblju između 1957. i 1969. godine Roland Barthes razvio je teorijski sustav koji se bavi područjem modnih kodova u korelaciji s jezikom. Njegovo ključno djelo iz 1967. godine pružilo je iscrpnu metodu *čitanja* modnih fotografija, ali i razvoja pojma intencionalnosti reklamne slike. U reklami se dolazi do istraživanja slike i njezinog značenja. Retorika slike, za Barthesa, ima prevlast nad slikom kao ikoničkim znakom. Kompleksan jezik tijela koji Barthes naziva *vêtement* postaje modna sintaksa. Odnos između slike i jezika, međutim, ne znači i prevlast jezika nad slikom, već je riječ o međusobnom djelovanju u kojem upravo slika upućuje na nove granice značenja i

[2] Pojam tehnoznanosti (*technoscience*) uveli su u diskurs suvremenih istraživanja društva, kulture i tehnologije američka antropologinja Donna Haraway i francuski antropolog znanosti Bruno Latour. Pojednostavljeno, ovdje se susrećemo s praktičnom aplikacijom sveze i odnosa suvremenih znanstvenih istraživanja gena i informacije kao novog pristupa životu izvan tradicionalne biologije i informatike. Tehnoznanosti su primijenjeni protokoli nastanka novoga odnosa između živoga i neživoga zahvaljujući laboratorijskim uvjetima nastanka *umjetnog života (A-life*). Sve su tehnoznanosti danas u tom pogledu teorijsko - praktične od biogenetike do bioinformatike. Za shvaćanje suvremene mode ovo je odlučujuće, budući da dizajneri poput Martina Margiele i Husseina Chalayana eksperimentiraju s onim što neki teoretičari nazivaju posthumano stanje kibernetičke tjelesnosti (Paić, 2011, Lyotard, 1991).

označivanja. Barthesova semiologija, koja se u konačnici bavi odnosom slike i jezika, važna je za istraživanje novijih teorija mode u sklopu suvremene mode, kao diskursa revitalizacije i neohistoricizma u postupku stvaranja *novoga*, jer se istražuje značenje slike koja u vizualnom kodu postaje istodobno lingvistička, ikonička i simbolička forma, a ne više samo puka poruka u linearnom nizu od pošiljatelja do primatelja.

(2) U referenciji na područje modne fotografije kao novog vizualnog eseja (Shinkle, 2008), kojoj će biti posvećeno zasebno poglavlje, želi se plastično pokazati i dokazati zašto vladavina slikovnog u tjelesnom događanju ideje suvremene mode, kao eksperimenta s egzistencijalnim činom slobode individuuma, označuje ujedno i spektakularno polje fascinacije promatrača i učinak posvemašnje derealizacije modnog objekta. Modna fotografija, također, ne služi samo kao vizualizacija modnog arhiva, već se veže uz uočavanje nove vrste potrošnje (Radner, 2000: 128). Novu klasifikaciju potrošnje postavio je i John Berger, govoreći upravo o odijelu i fotografiji u svom eseju *The Suit and the Photograph* (1979). Berger je, promatrajući fotografije Augusta Sandera (1876-1964), uočio jasnu razliku između mode i njezinih protagonista. Moda se pojavljuje kao distinkcija između onih koji imaju kupovnu moć i onih koji je nemaju, kako su klasno-socijalne teorije mode i tvrdile. Ipak, modna fotografija, kao hibridni žanr između umjetničke fotografije i reklamne slike, u doba najznačajnijih modnih fotografa (primjerice, poput Helmuta Newtona), jasno je ukazivala na glavni fenomen onoga što modno tijelo i danas u digitalnom okružju izaziva i konstruira. Naravno, posrijedi je fetišizam objekta koji psihoanaliza Sigmunda Freuda i Jacquesa Lacana pronalaze u jazu između prirode i kulture, odnosno imaginarnog i simboličkoga. Približiti se tajni modne fotografije i njezinom začaravajućem utjecaju na poklonike i ljubitelje mode, nesumnjivo znači otvoriti problem sveze između suvremene mode i fetišizma, s obzirom na mogućnosti koje podaruje digitalna slika; poznato je da je Baudrillard, još u ranoj fazi svoga mišljenja, taj odnos nastojao promisliti s pomoću pojmova opscenosti, slike, žudnje za objektom i hiperrealnošću događaja. Ono što suvremenu modu čini atraktivnom i ujedno simuliranim događajem fascinacije slikom, zacijelo, više nije socijalno-kritička analiza kapitalizma potrošnje na najvišoj razini u povijesti ikad. Umjesto toga, potrebno je krenuti od onoga što žele gotovo svi modni *editorijali*. A to, očito, može biti samo ono što spaja sliku kao informaciju sa slikom kao komunikacijom - želja za stapanjem s objektom žudnje na način ekstatičnog doživljaja užitka, koji Lacan smješta u skopičko polje viđenja (Lacan, 1964: 73).

U kontekstu modne fotografije važno je razjasniti kako ovo područje nastaje prelaskom iz ilustracije krajem 18. stoljeća u prvu artikuliranu modnu fotografiju. Upravo je njezin razvoj neodvojiv od povijesti mode s prijelaza iz 19. u 20. stoljeće. Fotografija, stoga, ima važnu ulogu u definiranju globalne modne kulture. Od 1990-ih godina moda se sve više arhivira, fotografira i muzealizira. U tom kontekstu i film može poslužiti kao arhiv modnog narativa, jer se moda razumije kao mjesto spajanja različitih vizualno-semiotičkih elemenata. Modnu fotografiju određuju danas nove digitalne tehnologije, s obzirom na njezin estetski status u mnoštvu ili bujici slika. Usprkos tomu što je modna fotografija medijski vidljiva i postoji, u teorijskom i akademskom smislu posvećuje joj se vrlo malo ozbiljnog istraživačkog rada. Modna fotografija različita je od drugih formi slikovnosti po tome što se nalazi između umjetničkog i komercijalnog. Njezina zadaća nije samo prezentirati odjevni objekt ili kolekciju. Ona spaja različite prakse i načine prezentacije pa je potrebno povezati pojam fotografije u modi s modnom slikom, kao novom vrstom ikoničnosti suvremenog čovjeka. Slika određuje tijelu granice njegova pojavljivanja u svijetu, a ne nikakav izvanjski način pojavnosti. U tom smislu potrebno je intenzivnije teorijski razvijati polje vizualnosti mode. Tome treba dodati da se sada više ne radi o novoj estetskoj kategoriji, već o načinu konstrukcije životnog stila pod neposrednim utjecajem novih medija.

Uz modnu fotografiju, objasnit će se i pojava modnog filma, ali ne više kao narativne strukture. Modni film ne povezuje se više s pojmom kostima, već s pojmom stvaranja modnog medijskog događaja. Time tijelo postaje vizualizirani procesni događaj. Na tragu Barthesa koji 1960-ih godina piše kako "film postaje model masovne komunikacije" (Barthes, 1998: 41), Patrizia Calefato apostrofira važnost filma i mode, odmičući se od klasične definicije *mode* u filmu. Moda i film služe kao dva sustava znakovlja, dva jezika koji koristeći raznolike tehnike predstavljaju odnos između slike i identiteta (Calefato, 2004: 93). Kinematografski modni identitet gradi se konstrukcijom odijela raznolikim tehnikama (Bruzzi, 1997). Odijelo je postaje središnje mjesto istraživanja povezivanjem mode, filma, kostima, roda/spola. Britanska teoretičarka mode Stella Bruzzi prva to zamjećuje u iscrpnoj analizi filmova (od ostvarenja glumice Audrey Hepburn do ekscentričnih likova u filmu *Pakleni šund* (*Pulp Fiction*, r. Quentina Tarantina 1994), međutim, ono još važnije jest to da modni film nastaje mnogo ranije nego što se misli. Važnost istraživanja *modnog* u filmu i modnog filma nije u odbacivanju teza o modi kao kostimografskom elementu, već u potvrdi cirkulacije modnog tijela u filmu. Film, za razliku od Barthesova mita, ne funkcionira kao

zatvoreni sustav, već uključuje raznolike društvene diskurse kroz svoj vlastiti sustav (Calefato, 2004: 104).

Rad će, nadalje, tematizirati ulogu novih medija u oblikovanju modnog tijela i njihova utjecaja na modu. Druga teza, nasuprot medijalnosti mode pod utjecajem novih medija u mekluanovskom antropologijskom smislu te Baudrillardovoj kritici medija, nastojat će pokazati kako se suvremena moda, krajem 1980-ih i početkom 1990-ih godina pa nadalje, odigrava kao novi performativni događaj. To znači da se ne može više sagledavati samo kao slika koja se semiotički objašnjava u mnoštvu različitih značenja. Dvije temeljne teze ovdje suprotstavljaju dva pojma: *medijalnost* i *tjelesnost* mode. Medijalnost mode povezana je, paradoksalno, s modom kao slikom i modom kao tijelom, s obzirom na to da su dosadašnja teorijska istraživanja pokazala kako se utjecaj medija na modu nije odrazio samo na vizualne aspekte mode u smislu modne fotografije i istraživanja mode u časopisima, već i na stvarne posljedice u oblikovanju tjelesnosti, tijela i odjevnog objekta. Već u ranijim djelima Marshalla McLuhana pokazuje se antropologijski pristup mediju kao produžetku tijela (McLuhan, 1964), no takav put promišljanja nije dostatan da bi se posve objasnio utjecaj medija na tijelo u njegovu izgledu i pojavi. U tom smislu čini se nužnim osloniti na Baudrillardovu kritičku teoriju medija, ali posredno i na njegovu teoriju mode, osobito u analizi tzv. kraja mode kao kraja povijesti (Baudrillard, 1976).

Moda se stoga u doba novih medija zbiva u ciklusima koji se vrtoglavo izmjenjuju. Potrebno je naglasiti kako su se ciklusi u modi izmjenjivali već početkom 20-ih godina u prikazivanju kolekcija. Ono što je Baudrillard uočio već krajem 1970-ih godina jest da se radi o svojevrsnoj promjeni paradigme cjelokupnog društva. Teza o kraju mode kao kraju društva u kojemu nestaju proturječja i binarne opreke rada i kapitala dovela je do radikalno drugačijeg razumijevanja pojma mode. Kraj mode označuje, dakle, kraj dotadašnjeg razumijevanja mode i modnog sustava 19. i 20. stoljeća, iako se i dalje vodimo temeljnim pojmovima koje je postavio Baudrillard. Moderna moda, nasuprot suvremenoj, pojavljuje se kao *ready-made*, dok se suvremena moda iskazuje u performativnom aktu kao estetizirani događaj (Paić, 2007: 242). U tom smislu nužno je pokazati zašto se moda sada objašnjava polazeći od pojma razvitka tehnološke osnove novih medija, a ne od nesvodive biti suvremene umjetnosti. Dakle, *ready-to-wear* postaje *ready-to-work*, jer se polazi od tehnologije i njezina utjecaja na odjevni objekt i tijelo. Zasigurno, nije nimalo slučajno da na tu promjenu u semiotičkom smislu ukazuju ne samo neki od prominentnih teoretičara novih medija i mode, već i

najznačajniji suvremeni modni dizajneri poput Alexandera McQueena, Johna Galliana, Jeana Paula Gaultiera, Martina Margiele, Husseina Chalayana i Iris van Herpen.

Ovaj rad ima nakanu povezati pojam izvedbe u kontekstu modnog tijela i njezina događaja unutar medijskog prostora. Istraživanje mode veoma je važno za izvedbene studije (*performance studies*), jer predstavlja svojevrsno stjecište svih vrsta umjetnosti. Spaja pritom glumu, ples, akrobaciju i predstavlja svojevrsni fizičko-umjetnički teatar, posebno u neohistoricističkim izvedbama modnog dizajnera Johna Galliana i njegovim kolekcijama nastalim 1997. godine, u kojima je vidljivo spajanje elemenata brikolaža i pastiša (Sl. 1).

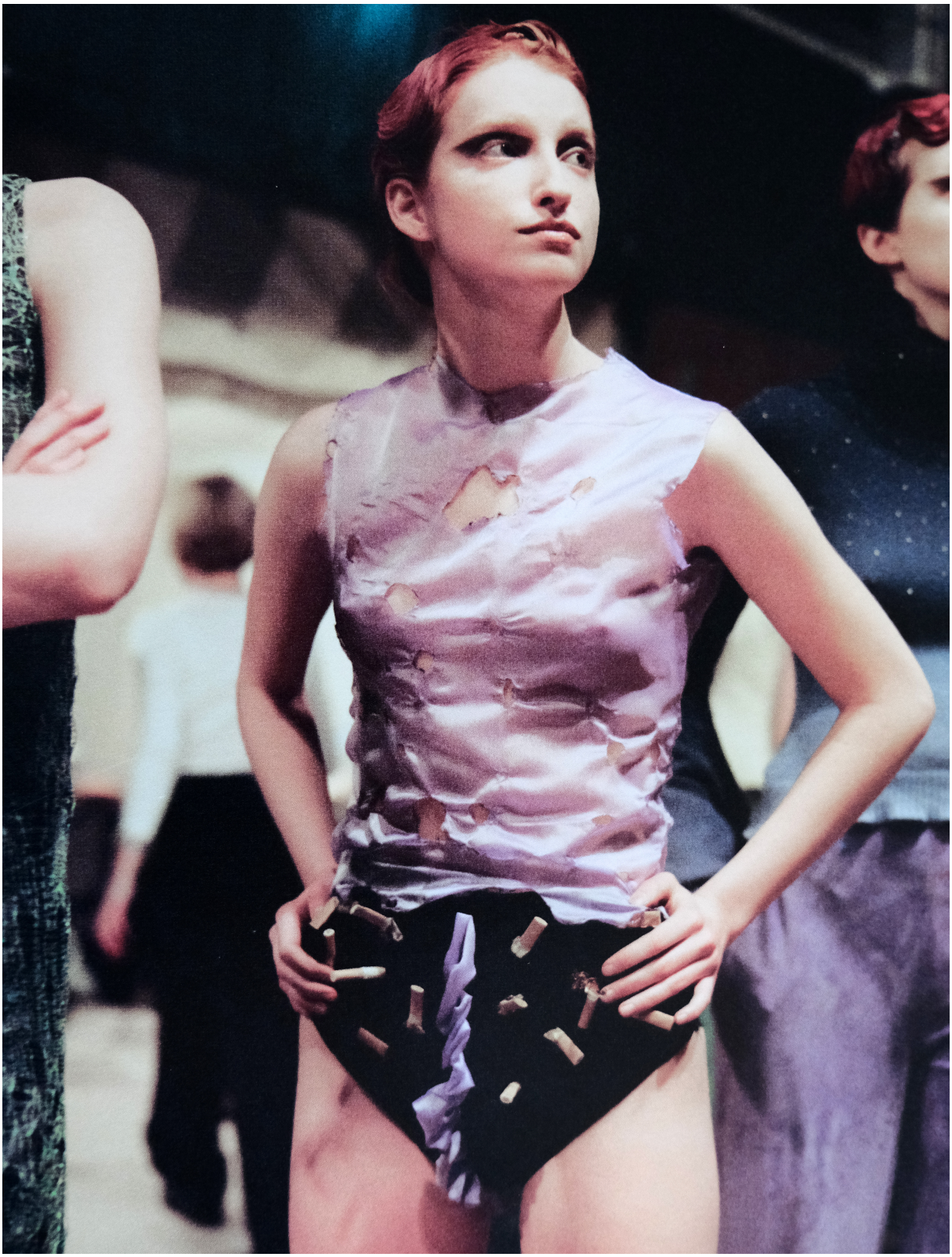
Sl. 1. John Galliano, model Linda Evangelista kao *Kleopatra*, jesen/zima, 1997. godina.

Priča ispričana s pomoću referencija na povijest tijela i problematiziranje identiteta od presudne je važnosti za izvedbene studije, jer istražuje nove mogućnosti *izvođača*. Posrijedi je pomicanje granica od izvođača prema glumcu, od glumca prema *stvarnoj* osobi koja izvodi *izvedbu.* Suvremena moda pomiče granice u smislu složene izvedbe, jer prelazi iz tradicionalnog načina izvođenja u suvremenu, tjelesno-modnu izvedbu. Izvedba, koja je u modi veoma je važna, jer se istražuje vizualna i društvena konstrukcija subjekta, označuje preobrazbu identiteta, ali i neprestano mijenja tijelo. U razmatranju rada dizajnerice Iris van Herpen prednost se daje upravo performativnosti tijela u suradnji s modnim objektom. Afirmacija modnog objekta zbiva se u njezinim eksperimentalnim radovima u visokoj modi. Ono što van Herpen čini jest obrat u razumijevanju modnog tijela, ali i modne izvedbe. Performans se zbiva kao iskustvo u kojemu se modno tijelo pojavljuje kao novi narativ. To je iskustvo iskustvo *odjevenog tijela* koje je uvijek u relaciji s drugim tijelima u estetskom i fizičkom kontekstu (Calefato, 2004: 10). Za poglavlje koje će istraživati pojam performativnosti mode analizirat će se djela američkog teoretičara izvedbenih umjetnosti Richarda Schechnera (1977), američkog teatrologa Marvina Carlsona (1996), njemačke teatrologinje Erike Fischer-Lichte (2008), RoseLee Goldberg (1988) u okviru izvedbenih umjetnosti, budući da su spomenuti autori učinili značajan iskorak u istraživanju i uključenju mode u druga znanstvena područja, posebno u istraživanju kostima i modnog performansa. Također, kao dodatak pojmu izvedbe, ali i za poglavlje modnog filma, uključit će se i tumačenje ideja američke filozofkinje poststrukturalizma Judith Butler (2004) u kontekstu performativnosti roda, kako bi se preformulirali pojmovi subjekta i rodnog identiteta.

Suvremena moda proširuje se i sužava te postaje izravna spona s procesima konstrukcije/dekonstrukcije tijela. Bliskost odijela i tijela u središtu je mnogih teorija mode, ali se bez konteksta izvedbenih umjetnosti ne može precizno istraživati. Tomu je razlog što tijelo više nije objekt mode, nego kreativno polje upisivanja znakova vlastite slobode pripadnosti životnom stilu do kojeg dolazi kontingencijom, ili odabirom, da se život vodi kao modna totalna izvedba. Tijelo postaje ojađeno svim simptomima traume za koju je zaslužna mutacija modne revije u performans (Evans, 2003: 4). Iako se pojam traume ponajviše tematizira u psihoanalizi, kao svojevrstan nastavak onog što Schopenhauer i Nietzsche razvijaju iz tragičke grčke naracije o pra-bolu s kojim nastaje i iščezava ljudski život pojedinca, posve je legitimno preusmjeriti ga u polje diskurzivnih figura suvremene mode kao događaja. Vidjet ćemo, uostalom, kako se upravo u nekim modnim performansima Alexandera McQueena (*Highland Rape* revija iz 1995. godine) (Sl. 2), isprepleću motivi

žrtvovanja žene i njezina tijela u potrošačkom kapitalizmu današnjice kada nasilje nad ženskim tijelom poprima karakter traumatskog događaja sublimacije doživljaja promatrača na granici s onim što je zazorno i negledivo uopće. Nema dvojbe da je sve to postojalo skriveno, dakle podsvjesno i u postmodernoj modi, ali nedostajalo je ono što omogućuje taj susret ekspresivne žudnje i traume kao događaja kojim se moda pojavljuje kao iskustvo transgresije modernog društva (Paić, 2011: 412-427). Ono što je nedostajalo jest proširena svijest o modi kao traumatskom jazu između *erosa* i *thanatosa*, ljepote i usahnuća života. Nikad kao danas, u doba estetizacije životnog svijeta, nije ta svijest toliko postojala, pa otuda suvremena moda sve više umjesto prikazivanja i predstavljanja stvarnog svijeta mode postaje konceptualna i performativna kritika onog što Giorgio Agamben naziva biopolitičkom produkcijom golog života (Agamben, 2008).

Fashion-studies ili teorije mode predstavljaju važno akademsko područje u kojemu se spajaju discipline kao što su sociologija, antropologija, povijest mode, medijski studiji, izvedbene teorije i teorije vizualnih komunikacija. Naposljetku, važno je istaknuti da se u području teorija mode zbiva zaokret (*fashion turn*), slijedom kojega se moda ne istražuje iz konteksta kulturnih paradigmi, već iz performativnog medijskog događaja tijela. U znanstvenom i istraživačkom smislu otvoreno polje novih interpretacija omogućuje tek uspostavu plodnog dijaloga između suvremene mode, teorija izvedbe i novih medija, ali i suvremene umjetnosti.



Sl. 2. Alexander McQueen, *Highland Rape*, 1995. godina.

2. TEORIJE I PRAKSE MODE: OD ESTETIKE PUNKA, JAPANSKE DEKONSTRUKCIJE DO PERFORMATIVNOSTI SUVREMENE MODE

Nakon 1990-ih godina pitanja o modi i odijevanju te o načinima na koje oni utječu na konstrukciju subjekta u potpunosti su se promijenila, zbog raznovrsnih kulturalnih i medijskih utjecaja i rađanja novog tipa (digitalne) kulture. Promjena je najprije uočena u načinu konstrukcije odjevnog predmeta, ali i artikulacije predmeta u različitim medijima, a u najvećoj mjeri u modnoj fotografiji u načinu prezentacije i difuzije modnog sadržaja. Promijenio se način širenja mode kao životnog stila. Više nije riječ o izravnom oponašanju određenog modnog stila, što je bila jedna od temeljnih značajki moderne mode. Budući da je moderna moda obilježena klasno-socijalnim razlikovanjem modernog građanskog društva, posve je jasno da ne možemo govoriti o autonomiji i spontanom nastanku stilskih tendencija izvan logike hijerarhijski određenog društva. Tome usuprot, postmoderna moda "odlikuje se modelima koji su vizualni objekti-fetiši postmoderne kulture" (Paić, 2007: 124). Naposljetku, suvremenu modu kao paradigmu vladavine tijela u slobodi izbora vlastitog životnog stila te eksperimentalnim načinima izvedbe određuje poigravanje s tragovima prošlosti, uz stvaranje modnog objekta i preobrazbu tradicionalnog modnog prikaza. Moda se, prema tome, povijesno artikulira vladavinom triju temeljnih paradigmi. Svaka od njih ima svoja specifična obilježja:

(1) moderna moda - podređenost društvu, klasični sociologijski diskurs,
(2) postmoderna moda - fragmentiranost, prevlast novih tehnologija, kolaž, pastiš i *bricolage*,
(3) suvremena moda - interdisciplinarnost, eksperiment, *fashion studies*, stvaranje modnog objekta.

Na prijelazu iz 1980-ih u 1990-te godine i ulaska u doba suvremene mode, uspostavlja se modni dizajn kao autonomna struka unutar sve izraženije tendencije dizajniranja ljudske izvanjske i unutarnje okoline. Na taj se način u suvremenoj modi odvija proces profiliranja višestruko složenog fenomena mode kao estetske konfiguracije mnoštva stilova, počesto na granici s ekstravagancijom i šokom, kao u izvedbama suvremene umjetnosti. U tom kontekstu ovaj doktorski rad posebnu pozornost posvećuje inventivnim postupcima u radu britanskih modnih dizajnera Alexandera McQueena (Sl. 3) i Johna Galliana (Sl. 4 i sl. 5). Ipak, ne možemo se baviti fenomenom suvremene mode, koja je nesumnjivo postala izazov i za

razmatranje kulturalnih studija, teorije suvremene umjetnosti i kulturalne antropologije, bez odnosa prema prethodnim paradigmama postmoderne mode. Razlog treba vidjeti u tome koje su tijesne veze i suptilne razlike između njih, osobito kad je riječ o shvaćanju modnog tijela i modnog objekta.

Sl. 3. Alexander McQueen, *The Hunger*, proljeće/ljeto, 1996. godina.

Sl. 4. John Galliano, *Christian Dior Couture*, 1997. godina.

Sl. 5. John Galliano, *Christian Dior Haute Couture*, 1996.-1997. godina.

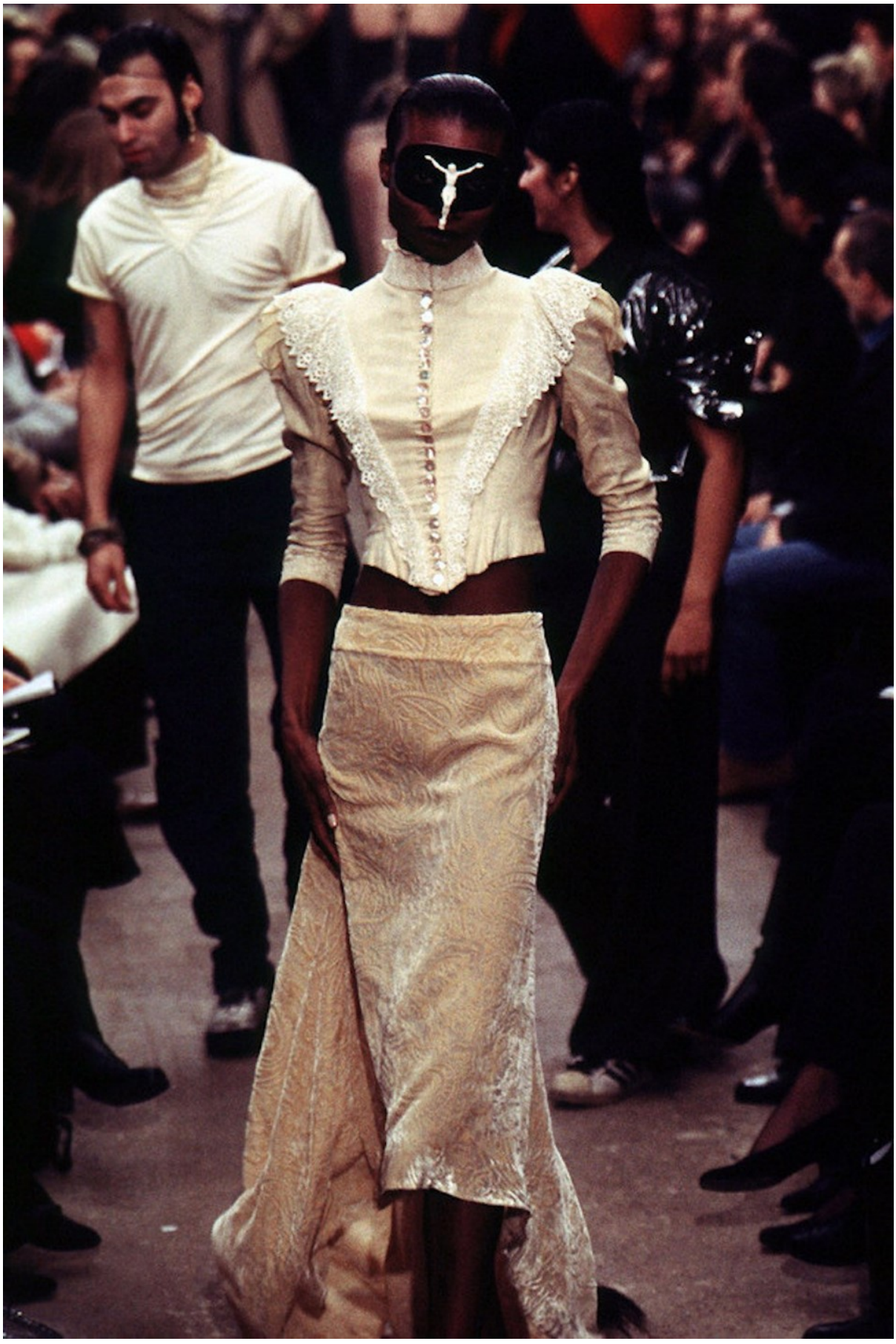
To je razdoblje obilježio pojam dekonstrukcije u modi i označuje raskid s dotadašnjim razumijevanjem mode i modnog tijela. U postmodernoj, kao i u suvremenoj modi odlučujuću razliku ne čini više društvo, što je bio slučaj u modernoj modi, već afirmacija pojedinca-dizajnera, kriza identiteta čovjeka, što se sve nastavlja u suvremenoj modi, ali sada s, uvjetno rečeno, pozitivnim predznakom. Paradoksalno, početkom 1990-ih godina, dizajner zauzima mjesto glavnog aktera u modnom sustavu. Vidljivo je to u radu dizajnera čiji je rad obilježio proces eksperimentiranja s tragovima prošlosti 19. i 20. stoljeća - Alexandera McQueena i Johna Galliana. Njihov modni izričaj, usprkos bitnim razlikama, preklapa se s nastojanjem oživljavanja prošlosti, osobito tzv. *fin de siècle*a, ili kraja 19. stoljeća, kada umjetnički pokret dekadencije teži stapanju figure samosvjesnog i autonomnog pojedinca iz visokog društva s izazovima novog vremena, u znaku uspona moderne znanosti i tehnologije. Stoga se povratak prošlosti zbiva i kao neohistoricizam i kao kritičko razumijevanje po analogiji kraja 20. stoljeća, kada postajemo svjedoci iscrpljenih mogućnosti modernog društva. Rad ovih modnih dizajnera određuje originalni proces izrade odjevnog predmeta. Do tada je utjecaj japanske modne dekonstrukcije, kao i estetika punka Vivianne Westwood, bio zamjetan u svim aspektima proizvodnje, distribucije i potrošnje mode u svijetu. Osim toga, bilo je to razdoblje kada je 1980-ih godina moda postajala dijelom novog načina reprezentacije životnih stilova u postmodernim okvirima radikalnog *chica* i buntovnih supkulturnih skupina. Raskidom s modernom modom, koju je obilježila Coco Chanel s idejom male crne haljine i oslobađanjem od stega odijevanja u službi tvrdokornog viktorijanstva i njegove, u biti, patrijarhalne usmjerenosti, McQueen i Galliano predstavljaju svojevrsnu bipolarnost unutar suvremene mode. Ono što ih povezuje može se odrediti kao ustrajavanje na eksperimentalnom procesu konstrukcije *novog tijela*. Zahvaljujući ponajprije ulozi novih medija u stvaranju novih komunikacijskih obrazaca ponašanja sudionika modnog procesa, ideja mode postaje ono što, uostalom, pripada našem vremenu - performativnost tijela u mnoštvu preobrazbi. Moda se, kako je uočio hrvatski filozof i teoretičar Žarko Paić, "u doba svojeg prelaska u vizualnu semiotiku tijela više ne *nosi"* (Paić, 2007: 240). Suvremenoj modi glavni cilj nije biti nošena na tijelu, ili reprezentirana kao puki estetski element. Još od razdoblja postmoderne moda se približila *umjetničkom* i izgubila strogo razlikovanje modnog od umjetničkog. Caroline Evans, jedna od najznačajnijih teoretičarki mode, ovako opisuje taj proces: "Od *heroinskog šoka* Alexandera McQueena izmučeno tijelo velikog dijela mode 1990-ih izražavalo je simptome traume: modna revija pretvorila se u performans i nastala je nova vrsta konceptualnog dizajnera" (Evans, 2006: 108) (Sl. 6).

Sl. 6. Alexander McQueen, *La Poupée*, 1997. godina.

Početak suvremene mode, uistinu, pokazuje traumatično iskustvo tijela u svijetu u kojemu se nalazi, uvijek na nasljeđu reciklaže i montaže prošlosti i njezinih duhova. Vidljivo je to u modnim revijama McQueena s početka njegova stvaralaštva 1990-ih, a i kasnije, po njihovim konceptima, nazivima i načinu predstavljanja. Najznačajnija ostvarenja u ovom kontekstu su:

Banshee (1994), *Highland Rape* (1995), *The Hunger* (1996), *Dante* (1996), *Voss* (2001), *Plato's Atlantis* (2010) (Sl. 7 do sl. 11). McQueenova interpretacija suvremene mode šokira, ali ne više u intervencijama tkanine ili naglašavanjem tijela kao estetskog objekta, kao što su to radili japanski modni dizajneri 1980-ih godina, već reprezentacijom njegovih modela kao sumornih žrtava nasilja mode s tragovima prošlosti. Suvremena moda razlikuje se upravo po tom arheološkom i povijesnom pristupu istraživanju kulture, društva i mode. Zato smo u ovom radu istaknuli tek određeni broj suvremenih modnih dizajnera, novije orijentacije, poput Alexandera McQueena, Johna Galliana, dizajnerskog dvojca Viktor&Rolf, Martina Margiele, Vivienne Westwood, japanskih dekonstruktivista, Husseina Chalayana i Iris van Herpen. Oni su jasno uočili kako moda funkcionira nakon 1990-ih godina kada doživljava temeljnu preobrazbu u svojoj formi, ali i sadržaju. Dotadašnja moda nije se oslanjala na *koncept* već na zahtjeve društva i tadašnjeg tržišta, na društveno-kulturalne okvire, na zatvorenu, a ne *otvorenu* formu mode. To ne znači da tržište i nadalje nema svoje posebne zahtjeve u sklopu informacijskog globalnog kapitalizma. Ipak, za razumijevanje novog načina kojim moda postaje ujedno simptom, ali i pokretačka moć, kulturnih promjena životnih stilova, nije odlučujuće u onoj mjeri u kojoj možemo razmatrati modu kao estetsko-stvaralački proces u oblikovanju identiteta suvremenog čovjeka.

Sl. 7. Alexander McQueen, *The Hunger*, 1996. godina.



Sl. 8. Alexander McQueen, *Dante*, 1996. godina.

Sl. 9. Alexander McQueen, *Voss*, 2001. godina.

Sl. 10. AlexanderMcQueen, *Voss*, 2001. godina.

Sl. 11. Alexander McQueen, *Plato's Atlantis*, 2010. godina.

McQueen ima najistaknutije mjesto u izvedbi modnog tijela kao traume. Štoviše, možemo reći da je u tome uvelike nadišao okvire shvaćanja mode kao odijevanja tijela u povijesno razvijenoj zapadnoj kulturi. Ovdje, pojam traume primijenjen na tijelo polazi od Lacanove psihoanalize. Posrijedi je uvid u identitet čovjeka koji u kulturi pronalazi svoje sublimno mjesto oslobađanja od onoga što sa sobom nosi Realno (gubitak društvene pripadnosti, raskol jastva, narcizam i tjeskobna potraga za novim identitetom). Utoliko se ovdje ne radi o ilustraciji društvenih odnosa u globalnim uvjetima kapitalističke ekspanzije, već o autonomnom načinu iskazivanja tijela koje mora pronaći ono što Lacan naziva poljem simboličkoga, dakle, kulturnog poretka reprezentacije kojoj smisao daje tvorba slobodnog individuuma. Traumom tijelo postaje mjesto posredovanja medijskih slika torture, nasilja i želje za ekstremnom slobodom u odnosu prema društvu. Trauma nije pritom ono Realno kao takvo, već kulturni prostor razlika koji se prikazuje i predstavlja s pomoću novih medija i njihove želje za ovladavanjem tijelom Drugoga (Lacan, 1992). Od njegove kolekcije *The Highland Rape*, iz 1995. godine (Sl. 2), koja ga je međunarodno proslavila i tematizirala odnose Škotske i Velike Britanije, do kolekcije *Widows of Culloden*, iz 2006. godine (Sl. 12 i sl. 13), gdje se prvi put pojavljuje hologram britanske manekenke Kate Moss, Alexander McQueen jasno je uočio što se događa s modom 1990-ih i to vješto iskoristio da bi pokazao kako moda nije nimalo *lijepa* već mračna, traumatska forma koja je u stalnom odnosu s izmučenim tijelom. Premještajući modu iz *estetske* kategorije u performativnu kategoriju, McQueen je učinio značajan iskorak u teorijskom istraživanju modnog diskursa.

Sl. 12. Alexander McQueen, *Widows of Culloden*, 2006. godina.

Sl. 13. Alexander McQueen, *Widows of Culloden*, 2006. godina.

John Galliano se, s druge strane, poigrava pojmom orijentalizma[3] i njegova značenja unutar zapadnjačkog svijeta. Gallianove kolekcije odišu historicističkim stilom, međutim, u njegovoj je interpretaciji naglasak stavljen na performativnost tijela i zadivljenost reciklažom različitih stilova. Njegova najznačajnija ostvarenja zasigurno potječu s početka njegove karijere, u vrijeme njegova rada u prestižnoj francuskoj modnoj kući *Dior*. Iz tog razdoblja najimpresivnija je izvedba kolekcije *Diorent Express* iz 1998. godine i kolekcija *Dior Couture* iz 1997. godine (Sl. 14).

[3] Pojam *orijentalizam* preuzet je od postkolonijalnog teoretičara Edwarda W. Saida iz knjige *Orijentalizam* (*Orientalism*) iz 1978. godine. Orijentalizam je jedan od ključnih pojmova postkolonijalne teorije koji označuje način i oblik vladanja Zapada s pomoću kulturalnih stereotipa o Istoku, kao onome što pripada Drugome u smislu njegove vjekovne potlačenosti, nerazvijenosti, primitivizma, zaostalosti i nemogućnosti uspostave vlastita identiteta bez odnosa prema Zapadu. To je zapadnjačka slika o Drugome u rasponu od pojma *plemenitog divljaka* do suptilnih metoda *kulturalnoga rasizma*. Uglavnom, Drugi je u toj iskrivljenoj slici u zrcalu uvijek fiktivni i simbolički Drugi, kao predmet *moje* fantazme o Drugome, a ne stvaran Drugi u mnoštvu njegovih očitovanja i u složenoj magmi zbivanja u povijesti (Said, 1978).

Sl. 14. John Galliano, *Christian Dior Couture*, model Naomi Cambell, 1997. godina.

Na svim razinama koje zahtijeva složeni proces stvaranja kolekcije, kao i njegova medijska izvedba u javnom prostoru prezentacije, Galliano je dokazao svoj iznimni talent u propitivanju kulturnih granica između Istoka i Zapada, koristeći se pastišom, kolažom i raznolikim tehnikama spajanja posve suprotnih modnih izričaja. Što nam u tom pogledu ukazuju originalni pristupi modi ovih dizajnera? Zacijelo se može jasno pokazati kako je njihova praktična izvedba rezultat ne samo razvitka modnog dizajna od 1970-ih do kraja 20. stoljeća, već i primjene onih pojmova i slika mišljenja koji su istovremeno nastajali u teorijskim paradigmama s kojima se moda otpočela razmatrati interdisciplinarno, ali i kao legitimno područje jednog autonomnog diskursa. Stoga su modne prakse i teorije mode međusobno u korelaciji. Štoviše, bilo bi pogrešno reći da je teorija tek prikaz praktičnih dostignuća u modi, kao što bi bilo pretjerano tvrditi da teorija daje praktičnim modnim izričajima jedino dostojno opravdanje. Jedno je bez drugog nemoguće, kao što se to zbiva i u suvremenoj umjetnosti i njezinim teorijama. Stoga je potrebno predstaviti tri temeljne paradigme teorija mode i suvremene modne prakse.

a) Interdisciplinarnost teorija mode

Početci teorija mode obilježeni su radovima najznačajnijih teoretičara i teoretičarki mode koji su svojim istraživačkim i znanstvenim radom obogatili ovo područje. U kontekstu povijesti mode koja je, uz teoriju mode, vrlo važna znanstvena disciplina, čini se nezaobilaznim spomenuti američku autoricu Valerie Steele i njezinu utjecajnu knjigu *Paris Fashion: A Cultural History* iz 1988. godine, koja je ujedno i proširenje njezine doktorske disertacije (originalan naslov: *The Erotic Aspects of Victorian Fashion*,). Steele je među prvim autoricama koje obrađuju ova dva važna područja, ona djeluje u povijesti i u teoriji mode te umjesto isključivo arhivističkog pristupa, modu promatra kao kulturalni i socijalni fenomen. Ipak, njezin je najveći doprinos u kontekstu istraživanja pojma fetišizma i mode pa je u tom smislu važno napomenuti dva njezina značajna naslova: *Fetish: Fashion, Sex and Power* iz 1996. godine i *The Corset: A Cultural History* iz 2001. godine. Njezine analize fetišizma i mode još uvijek se uzimaju kao paradigmatske. Talijanska modna teoretičarka i sociologinja Patrizia Calefato osmislila je pojam *odjeveno tijelo*, kako je i naslovljena njezina iznimno važna studija *The Clothed Body* (2004). Ova je autorica, 2014. godine, napisala i neke manje poznate analize o modi i luksuzu. Calefato naglašava kako je odjeveno tijelo ono koje subjekt koristi da bi estetskom dimenzijom fizičkog izgleda uspostavio odnos s drugim subjektima i tijelima (Calefato, 2004: 2). Ne odmiče se od Barthesove tvrdnje kako se moda može

istraživati kao slika i putem slike, međutim, približava se suvremenijem razumijevanju da odjeveno tijelo sada komunicira u modi te da tijelo postaje glavno mjesto svih estetskih i stilističkih transformacija (Calefato, 2004: 30). Suvremenu modu teorijski je, vrlo temeljito i precizno, obradila britanska modna teoretičarka Caroline Evans u knjizi *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity and Deathliness* (2003), obradivši i materijalne i praktične aspekte mode. Na tim tragovima nastojat ćemo u ovom doktorskom radu iznijeti postavke koje sjedinjuju epistemološki i empirijski pristup modi, uz napomenu da se nećemo baviti studijom slučaja s obzirom na utjecaj novih medija na praktične aspekte mode u cjelini. Analizirajući rad suvremenih modnih i eksperimentalnih dizajnera koji je zaokupljen pojmovima traume, smrtnosti, propadanja i spektakla, Evans je pokazala drugačije razumijevanje posljednjeg desetljeća 20. stoljeća u modi. Uzimajući raznolike autore, poglavito Karla Marxa i Waltera Benjamina i njegove značajne figure *flâneura*, moda je za Evans u samom središtu *suvremenosti* pa zbog toga iz nje proizlaze i najznačajniji problemi zapadnjačke kulture i društva (Evans, 2003). No, najprije treba pokazati kako i zašto je uopće došlo do ovog razdoblja traumatične, i prošlošću opterećene mode te koji je smisao i značaj suvremene mode u teorijskom i praktičnom kontekstu.

Proces razaranja kao rastemeljenja mode u teorijskom i praktičnom smislu započeo je 1970-ih godina u Parizu. Dogodio se prije nastanka poznate modne dekonstrukcije 1981. godine, dolaskom japanskih modnih dizajnera na Zapad.[4] Modna dekonstrukcija označila je kraj svega što je u modnom djelovanju do tada bilo poznato i duboko promijenila način oblikovanja odjevnog predmeta i izvedbeni element modne revije, kojim ćemo se detaljnije baviti u posljednjim poglavljima rada. Francuski filozof i sociolog Jean Baudrillard ovu je promjenu modnog sadržaja naslutio krajem 70-ih godina u eseju o kraju mode, ali i kraju *novoga* (Baudrillard, 1976). Doba preformulacije pojmova mode i svih drugih pojmova koji su povezani s modom, nastanka performativnosti mode i uloge medija u oblikovanju interaktivnog modnog objekta, možemo nazvati početkom razdoblja u kojem, sada već mnogobrojne, teorije mode dobivaju precizniji oblik i interpretacije, ali i razdobljem u kojem se u praksi modnog dizajna odvijaju ključne promjene. Sve je to vidljivo i danas, jer u modi ne postoji ništa novo ni originalno, s obzirom na to da je bit mode stalna reciklaža forme i

[4] Dekonstrukcija u modi pojam je koji su skovali pariški modni kritičari 1981. godine dolaskom japanskih dizajnera u Pariz. Tada je kolekcija *Destroy* (franc. *la mode destroy*), dizajnerice Rei Kawakubo, prozvana *Hiroshima Chic*, referirajući se na posljedice bombardiranja Hirošime 1945. godine.

značenja. Ovaj proces vidljiv je ponajviše u modi *ready-to-wear*[5] koja je preplavila cjelokupno modno tržište, ali i prelasku iz mode *ready-to-wear* u konceptualnu izvedbenu modu *ready-made*, koja je uvelike postala tjelesna. Preciznije rečeno, suvremena moda pojavljuje se sada kao estetska vizualizacija u formi performativnog čina. Uzmemo li u razmatranje bilo koji segment procesa stvaranja modnog objekta, vidjet ćemo kako ono što nazivamo *originalnošću* pretpostavlja gotovo ono isto što se zamjećuje u estetskom izgledu pop-zvijezde Davida Bowieja: sinkretičnost, eklektičnost, hibridnost. Tijelo se pojavljuje medijski oblikovano kao znak kulturne složenosti značenja, a umjesto jezika o značenju pojave modnog objekta odlučuje slikovna reprezentacija nekoga ili nečega. Sve se to događa u situaciji kada globalna potražnja na tržištu za *brandovima* iziskuje neprestanu inscenaciju novih događaja. Očito je da su u tome iznimno važni novi mediji i njihova težnja da publici nude atraktivne, provokativne i šokantne slike. Bez mode ne postoji *slika svijeta* suvremenosti jednostavno zbog toga što izloženost tijela u prostoru javne reprezentacije stvara voajerski užitak u promatranju Drugoga. Nije li upravo najbolji dokaz narcističke biti spektakla suvremene mode vidljiv u McQueenovim performativnim revijama, poput *Vossa*? Publika na modnoj reviji sjedi ispred zrcalne kocke u kojoj se nalaze modeli i prisiljena je promatrati ne samo likove ne modnoj sceni, već i interaktivno sudjelovati u promatranju Drugih i sebe. Taj perverzni užitak estetski je posredovan spektakularnim događajem mode koja povezuje ljude ne više društvenim vezama, već privremenim kulturnim mrežama značenja. Zato je suvremena moda trauma i užitak, jer se njezina moć ostvaruje slikom masovnih medija.

Moda se dugo vremena razmatrala u okviru predmetnih područja sociologije, reprezentativne društvene znanosti modernoga doba. Razlog je bio taj što se moda predstavljala kao svojevrsna ilustracija i znak društvenih promjena, odnosno svih procesa u društvu koji su imali značenje onoga što strukturalizam naziva nadodređenjem. Društvo je, pritom, bilo neupitan referencijalni okvir ne samo mode, već i višeg rodnog pojma kao što je kultura. Takva situacija trajala je sve do 1960-ih godina, kada nastaju dalekosežno značajne promjene u shvaćanju društva, kulture i mode.

Pritom je važno istaknuti da ovaj rad ne želi negirati važnost i ulogu sociologije mode u teorijama mode, već tvrdi da se suvremena moda ne može isključivo znanstveno istraživati iz

[5] *Ready-to-wear* ili *prêt-à-porter* označuje industrijski proizvedenu modu, standardiziranih veličina, a pojavljuje se kao suprotnost ručno proizvedenoj modi.

jednog područja koje je pritom društveno. Suvremena moda sredine 1990-ih godina povezana je s naglim razvojem novih medija i njihova utjecaja na tijelo te se u smislu razvoja modnog dizajna vide jasne promjene u odnosu na prijašnja razdoblja. Struktura modne revije i načina izvođenja modnih kolekcija radikalno se mijenja u tom razdoblju i moda se, za razliku od prijašnjih modela predstavljanja, približila izvedbi i konceptualnosti suvremene umjetnosti. Primjeri će biti navedeni u sljedećim poglavljima.

Kako bismo došli do razumijevanja mode kao konceptualnog oblikovanja tijela, potrebno je istaknuti prijašnje teorijske modele mode i postaviti pitanje može li moda imati svoju autonomiju i svoju disciplinu, ili preciznije, zašto je suvremena moda autonomna? U suvremenoj modi dolazi do raskida s prijašnjim teorijskim modelima, jer u potpunosti oslobađa tijelo subjekta u performativnom događaju mode, negiraju se sve zabrane i oblikuje se *tijelo* u *modno tijelo*. Taj se proces, naravno, nije odvio naglo, niti odjednom. Posljednjih desetak godina, osobito u Sjedinjenim Američkim Državama i Europi, vidljiv je rast literature i istraživanja vezanih uz modu. Znanstvenici i istraživači počeli su modi pridavati veći značaj na znanstvenoj i akademskoj razini, jer su uvidjeli da se bez nje ne može istraživati ni suvremena umjetnost, niti izvedbeni studiji, kao ni film, ili, preciznije rečeno, cjelokupna (vizualna) kultura. No, tvrdimo li da se moda više ne istražuje nužno iz društva i kulture potrebno je jasno postaviti metodološki okvir gdje i kako se istražuje moda koju danas opisujemo kao suvremenu, eksperimentalnu, začudnu i traumatičnu. Pojam traumatične i nasiljem obilježene mode na nasljeđu ostataka moderniteta, koja se pojavljuje kao sablasna, vidljiva je u radu McQueena i Galliana.

b) Japanska dekonstrukcija *vs.* estetika punka

Japanska dekonstrukcija kojom nastaje promjena dotadašnjeg sustava mode započela je kasnih 1970-ih godina u Parizu. Temeljna je razlika, u odnosu na prethodne modele, dovođenje u pitanje ustaljene modne siluete, kao i načina organizacije modnog sadržaja. Dekonstrukcija je poslužila modi kao alat za uvođenje razlike između onoga što se pokazuje govorom, iskazuje jezikom te tekstualno artikulira i argumentira pismom. Stoga dekonstrukcija nije samo metoda tumačenja tekstova metafizičke tradicije, već putokaz drukčijem koraku iz teksta u ono pred-tekstualno (Paić, 2008: 52-55). Dekonstrukcija je *primjenjiva* u filozofskoj, arhitektonskoj i modnoj praksi. Osim bitnog utjecaja na radove japanskih modnih dizajnera (Yamamoto, Myake, Kawakubo) (sl. 15 do sl. 17), kao i na

belgijskog kreatora Martina Margielu, zamjetan je trag dekonstrukcije u arhitektonskim projektima Roberta Venturija, Franka Gehryja, Philipa Johnsona, Toyoa Ita i drugih. Japanska modna dekonstrukcija s novim skulpturalnim siluetama dala je svoj doprinos *kaotičnom*, monokromatskom tijelu koje odlikuju nesavršenost odjevnog predmeta, spajanje nespojivog, rupe, asimetrija, voluminoznost i multifunkcionalnost.

Sl. 15. Yohji Yamamoto, jesen/zima, 1984. godina.

Sl. 16. Issey Miyake, *Pleats Please*, 1993. godina.

Sl. 17. Rei Kawakubo (*Comme des Garçons*), 1986. godina.

Temeljna oznaka japanske dekonstrukcije upravo je nedovršenost odjevnog objekta, preformulacija roda i spola, ali i uvođenje novog tipa modne reprezentacije. Ovdje treba posebno istaknuti kako se sada radi o posve drukčijoj dimenziji konceptualnosti s naglaskom na shvaćanju tijela kao sklopa biološko-kognitivnih djelatnosti i njegove tehnološke okoline. Zanimljivo je da će na tome svoj stil izgraditi suvremeni modni dizajner Hussein Chalayan. Sveza između arhitekture i mode iziskuje dekonstrukciju tijela u svim aspektima izvedbe. Naravno, možemo postaviti pitanje zašto dolazi do upadljive sveze između provokativne arhitekture hibridnosti i mode koja više ne slijedi funkcionalnost odijevanja, već stvara

potpuno nove situacije i kontekst za razvitak društvenih i kulturnih identiteta? Odgovor koji se čini prihvatljivim jest da je odnos između gradnje kao razgradnje i oblikovanja kao promjene u shvaćanju ideje tijela iz statičkog u dinamičku varijablu odnos bez vodećeg označitelja, govoreći jezikom semiotike. Sada je tijelo upravo ono što u poststrukturalizmu od Lacana nazivamo decentriranim subjektom, mjestom razlike i drugosti. Ovo ima dalekosežne posljedice za shvaćanje reprezentacije u modi. Štoviše, s dekonstrukcijom nastupa razdoblje krize reprezentacije, što se u modi pojavljuje već krajem 1970-ih nastojanjem otvaranja zapadnjačke kulture iskustvima raznolikih supkultura, koje su unijele elemente antimode i utjecaja tradicionalnog odijevanja izvan područja Zapada (Indije, Južne Amerike, Afrike).

Pojava dekonstrukcije u modi označuje neobuzdanu i, uvjetno rečeno, neurednu estetiku pa je često opisana kao *post*-punk ili *grunge*. Japanska dekonstrukcija pridonijela je mogućnosti *novoga* u modi kasnih 1970-ih godina. Od procesa nastanka odijela do krajnjeg performativnog čina, dekonstrukcija je omogućila oslobađanje tijela od bilo kakvih dotadašnjih pravila, posebno kada je riječ o japanskom modnom dizajnu. Pojam označitelja u Barthesa uvijek se odnosi na ono što određuje kontekst u kojem se odvija jezik i diskurs. Označitelj je za *trickle-down-theory*, stoga, drušvo, za postmodernu teoriju (semiotiku itd.) to je kultura, a za suvremene teorijske pristupe modi od 1990-ih godina to je mnoštvo raznolikih ideja kao referencijalnih okvira: od komunikacije, vizualnosti, slike, do društvenih mreža i sl.

Modni objekt postaje proces potrage za značenjem i kontinuiranim stvaranjem *novog* značenja. Ovdje je važno naznačiti da se nešto ranije odvio simultani proces stvaranja *novog izgleda*, nove vrste modne estetike i tipa reprezentacije. Riječ je o preuzimanju društvenih i kulturalnih obilježja, izvrtanju njihova značenja i naglašavanju kaotične modne siluete. Prije nego što se teorijski usmjerimo na japansku dekonstrukciju, kao razdoblje koje je radikalno obilježilo 1980-te godine, potrebno je opisati što se odvijalo u modi koja je preuzela i simbolički osvojila tijelo kao politički i umjetnički alat u svrhu pobune dotadašnjeg političkog i društvenog poretka. Dakako, riječ je o britanskoj modnoj dizajnerici Vivienne Westwood i tadašnjoj punkerskoj modnoj revoluciji s izrazito eklektičnim pristupima oblikovanju onoga što u ovom radu, na tragu teoretičarke Patrizie Calefato, nazivamo *modnim tijelom*.

Estetika punka, slično kao i japanski dekonstruktivizam, pojavljuje se kao antimodna posljedica toga vremena. Kasnih 1970-ih i početkom 1980-ih godina u Velikoj Britaniji pojavljuje se svojevrstan nihilizam u modi, u načinu iskazivanja identiteta. Moda je očigledno

dospjela do granica svoje reprezentativne funkcije spola/roda, društvene klase i stila života. Vladajući estetski pristup u tadašnjoj modi nije mogao prijeći prag na kojem se ocrtavala mračna slika ondašnje Velike Britanije, u kojoj su socijalne nejednakosti, siromaštvo i bijeda radničke klase pronašli svoj kulturalni izraz pobune i revolta u iznimno stvaralački moćnoj supkulturi punka.

U vrijeme kada je zemlja bila u vrlo teškoj ekonomskoj, političkoj i kulturalnoj situaciji *punk fashion* ili punk-moda dolazi kao reakcija na ove događaje. Istovremeno, to je i oživljavanje izgleda mladih 1950-ih godina, jer se susrećemo s preuzimanjem modnih znakova toga vremena, poput *Teddy Boy* hlača, koje su nosili i muškarci i žene. Predimenzioniranost gornjih odjevnih predmeta sada se uspostavlja kao prepoznatljiva značajka novog odijevanja. Pojavila se nova vrsta modne estetike kao reakcija na dotadašnje sumorno stanje u zemlji te je takva bila i vizualna reprezentacije mode. Odjevni elementi bili su podvrgnuti svojoj novoj funkciji. Nosili su se izvrnuti, oštećeni i, vrlo često, nezavršeni dijelovi odjeće. Malcom Barnard, britanski teoretičar mode, naglašava kako je punk stvorio vlastitu glazbu i modu u suprotnosti s dotadašnjom vladajućom vrstom glazbe, koja je bila jednolična, nezanimljiva i predvidiva, kao i s postojećim društvenim sustavom (Barnard, 2002: 136). Agresivna i neprimjerena društvu, modna silueta toga razdoblja uzima se kao raskid s razdobljem prijašnje modne revolucije (Coco Chanel i oslobađanje od čudovišnog korzeta koji je sputavao tijelo i oblikovao čvrst društveni položaj žena 19. stoljeća). Korzet, kojeg do 1990-ih godina nema u velikoj mjeri u *ready-to-wear* modi, ostaje i dalje obilježje avangardne britanske mode toga vremena. Osim toga, fenomen fetišizma pojavljuje se u provokativnim odjevnim kombinacijama, što se posebno može vidjeti u izboru korzeta.

Kao fetišistički objekt, korzet postaje simbolički utjelovljena moć mode. O ovoj funkciji fetiša, povezujući spoznaje iz povijesti odijevanja, psihoanalize i kulturalnih studija vjerodostojne su analize izvedene u već spomenutoj knjizi Valerie Steele (Steele, 1996: 8).
Korzet je, ne slučajno, izazvao (i dalje izaziva) prijepore o susprezanju tijela, seksualnosti i tjelesne siluete u modi. Iako u su se mnogi povjesničari bavili fetišizmom, treba istaknuti da je Steele među prvim teoretičarkama mode istraživala korzet u kulturalnom kontekstu (Steele, 1996). U modnoj praksi, pak, Vivienne Westwood na iznimno inventivan način eksperimentira s korzetom (Sl. 18), što se ponajviše razaznaje u kolekcijama *Harris Tweed* (1987-1988), *Time Machine* (1988-1989) i *Anglophilia* iz 2003. godine (Sl. 19 do sl. 20).

Sl. 18. Vivienne Westwood, model Helena Christensen, proljeće/ljeto, 1998. godina.

Sl. 19. Vivienne Westwood, *Harris Tweed*, 1987.-1988. godina.

Sl. 20. Vivienne Westwood, jesen/zima, model Kate Moss, 1993. godina.

Od tada se korzet počinje shvaćati nezaobilaznim fetišističkim, objektom suvremene mode. Polazeći od nove kulturalne prakse upisivanja značenja u kontekstu vladavine otvorene mode - s prevlašću vizualnog koda - tijelo se oslobađa povijesnih stega tzv. ćudorednosti patrijarhalnog društva i postaje mjesto kritičkog dijaloga u suvremenoj globalnoj kulturi. Nema sumnje da je V. Westwood otvorila prostor svim daljnjim istraživanjima korzeta kao fetiša, jer je ukazala na povijesne elemente prošlosti koje je preoblikovala u živo pulsiranje sadašnjosti, s obzirom na promijenjeni društveni položaj žene kao subjekta i objekta mode. Mnogi su, pritom, suglasni da je njezin dizajnerski izričaj, u mnoštvu aspekata izvedbe, odlučujući za suvremene prakse interpoliranja prošlosti u sadašnjost, zahvaljujući kritičkoj dekonstrukciji materijala (tkanine prije svega) i forme. Sažeto rečeno, u njezinom dizajnerskom preoblikovanju simboličkog objekta klasično shvaćenog fetišizma, korzet je poprimio značenje posve *novog*, i to ne samo u smislu uporabnog, odjevnog predmeta. Mnogo je važnije da je time sam predmet postao više od *mode*. Naime, postao je znak radikalne ekscentričnosti tijela u suvremenoj modi i još nešto, možda i najvažnije, fetišizam objekta razmjestio se iz područja seksualnosti i erotike u estetsku moć vladavine novog subjekta emancipirane žene. Spomenimo još da je u teoriji suvremene mode funkcija fetišizma itekako predmet intenzivnog proučavanja (Fernbach, 2002: 135-181, Paić, 2011: 367-427).

Nije razložno govoriti o učestalim tzv. modnim revolucijama, jer je moda sama po sebi radikalna promjena načina odijevanja, što je uočljivo tek nakon 1960-ih godina kada uistinu nastaje raskid s tradicionalnim odijevanjem, a zapadnjački model društvenih odnosa unosi velike strukturne promjene u svijetu. Stoga je potrebno diskurs *revolucionarnosti* mode smjestiti u okružje njezinih pojmova koji su, ionako, u primjeni i u drugim područjima života (primjerice, u ekonomiji i arhitektonskoj praksi). To su trendovi, ili tendencije, neprestanih promjena, fluktuacija i oscilacija u razvitku koji određuje želja za stjecanjem materijalnog i simboličkog bogatstva, ali i volja za vladavinom nad Drugim, u svim oblicima kojim se moć suvereno iskazuje. Ovdje je potrebno dodati da se teorijski prijepori 1970-ih godina usmjeravaju upravo na to kakvog su dosega modne promjene i jesu li uopće takvog značaja da možemo govoriti o kvalitativnom skoku u odnosu na čitavo razdoblje modernosti od kraja 19. stoljeća do trijumfa potrošačkog društva kasnog kapitalizma početkom 1970-ih godina.

Prije dolaska dekonstrukcije i izokretanja modnog objekta, što je oznaka takve mode, estetika punka preplavila je Veliku Britaniju svojim funkcionalnim *unisex*-izgledom i tako postala prethodnica suvremene mode i prije japanske modne dekonstrukcije. Izvrtanje i preobrazba odjevnog elementa glavne su značajke ponajprije punk-supkulture, a tek kasnije japanske dekonstrukcije. Anomalije u konstrukciji odjevnog predmeta započele su 1970-ih godina, a ne kako se, vrlo često, misli tijekom 1980-ih godina, kada je japanska dekonstrukcija vodeći stil u modi i orijentacijska točka svih drugih sličnih pokušaja preusmjeravanja ljudskog tijela u otvorenost njegova izlaganja u javnom prostoru izvedbe.

Ipak, britanska avangardna moda 1970-ih godina uvelike se razlikuje od japanske dekonstrukcije. Odjevni elementi bili su vrlo često neuredni, izbušeni i spojeni pribadačama i iglama - estetika koju su kasnije preuzeli japanski dekonstruktivisti na profinjen i metodološki jasnije ustrojen način. Punk je htio razmontirati formu mode, u čemu je i uspio, no japanski modni dizajneri učinili su to jasno određenim sustavom pravila. Konstrukcijom preko dekonstrukcije ne samo odjevnog predmeta, već i razumijevanja mode općenito, dospjeli su *iza* mode. Dekonstrukcija se u ovom kontekstu odnosi upravo na preformulaciju pojmova, a ne samo i jedino na dekonstruktivistički pristup odjevnom elementu. Oslobađajući tijelo od jasnih rodno/spolnih uloga, dekonstrukcija u modi paradigmatska je po tome što je promišljala o *drugačijem* tijelu u *drugačijoj* modi, odnosno, stvorila je prepoznatljiv modni diskurs. Brisanjem razlike između feminiteta i maskuliniteta, koncept kojim su se proslavili poznati japanski dizajneri Kawakubo i Yamamoto, moda više nikada nije bila promišljana na jednak način (Sl. 21).

Sl. 21. Rei Kawakubo (*Comme des Garçons*), 1988. godina.

Povjesničari mode smatrali su kako će estetika punka biti kratkoga vijeka, bez imalo izgleda da se teorijski prihvati, međutim, bili su potpuno u krivu, jer se punk pojavio naglo, ali i ostao u tragovima kasnijih moda, kao i teorija o tome. U ranim 1990-im godinama kao *neo*-punk, a sredinom 1990-ih kao *grunge*, posebno u Sjedinjenim Američkim Državama preoblikovao se u plodotvorni novi umjetnički stil. Moda toga vremena, pak, označivala se kao anti-moda i kao anti-komercijalna moda. Njezina zadaća bila je u preokretu svega što je imalo značajke *društvenog*, ali i u obratu razumijevanja kulture. Tek se otuda može izvesti postavka o novom pristupu umjetnosti i modi iz drukčije određenog pojma tijela. Westwood je utoliko važna, jer predstavlja novu vizualnu modu koja je provokativna i šokantna, a na njezinu se nasljeđu nastaje i tip dizajnera poput Galliana, 1990-ih godina. Simptomatično, pojavljuje se upravo u Velikoj Britaniji, kao i većina najznačajnijih modnih dizajnera uopće. Najinovativniji radovi ove dizajnerice dolaze s početka njezina stvaranja, u doba suradnje s britanskom punk-grupom *Sex Pistols*. U tim kolekcijama Westwood već primjenjuje postmoderni pristup stvaranja - preobrazba odjevnih elemenata u kojem se donje rublje sada nosi kao pokazatelj anti-establišmenta i zahtjeva za radikalnim oslobađanjem ekstatičkih mogućnosti anarhičnog tijela.

Takav pristup kasnije su preuzeli pojnajprije Galliano, ali i francuski modni dizajner Jean Paul Gaultier u svojim sjajnim kostimografskim rješenjima za turneju američke pjevačice Madonne i njezina čuvenoga stožastog grudnjaka iz 1990. godine za *Blond Ambition Tour* (Sl. 22).

Sl. 22. Jean Paul Gaultier za Madonninu *Blond Ambition* turneju, 1990. godina.

Avangardni modni dizajneri poput Vivienne Westwood i Jean Paul Gaultiera zasigurno su bili inspirirani pojmom fetiša tijekom povijesti. Vidljivo je to u njihovoj ranijoj fazi djelovanja, kod Westwood izrazito u dizajnu cipela s platformom i korzeta, a kod Gaultiera u primjeni materijala poput gume i aplikacije šiljaka, ali i još važnije u naglašavanju donjeg rublja kao gornjeg rublja. Dekonstrukcijski elementi vidljivi su prije dolaska japanskih modnih dizajnera u Pariz pa je estetika i moda koju predstavlja Westwood, (uzimajući za ikoničnu figuru Johnyja Rottena, jednog od prethodnika čitavog naraštaja britanskih punk-izvođača), razlog zašto je potrebno kritički vrednovati postavku o tome da sve inovativno i bizarno otpočinje i završava s japanskom dekonstrukcijom u modi. Razdoblje u kojem je naglasak na refabriciranju staroga u novo, reciklaži predmeta i njihove uporabe, ali i dizajniranju novog tipa modne figure, kao *rag pickera* ili *flâneura*[6], osmislila je upravo Westwood. Njezina je uloga u modnoj povijesti, kao i povijesti teorije o modi, stoga, iznimno važna. Alexander McQueen nije slučajno, jednom prigodom, svoj rad u odnosu na Westwood odredio eklektičkim, na njezinim tragovima, s pohvalom i posvetom njezinoj prekretničkoj ulozi u promjeni tradicionalnog shvaćanja mode uopće. Belgijski dizajner Martin Margiela također primjenjuje promjenu iz starog u novo te je upravo on obrnuo tu percepciju *second-hand* odjeće u jedinstveni komad visoke mode. Revitalizirao je materijale i učinio nešto što je odbačeno, staro i beskorisno poželjnim. Reciklaža je za Margielin rad od velike važnosti jer on tim procesom daje odjvenom predmetu *drugi* život prekidajući tako sve veze i asocijacije tog predmeta s prošlošću. Način na koje se tijelo ponaša u ovom procesu jest najvažniji dio eksperimenta Martina Margiele. U svom radu iz 1996. i 1997. godine rekonstruira razne odjevne predmete, u najvećoj mjeri prsluk, koji nalikuje na krojačku lutku pokazujući kako je moda uvijek rad u razvoju, kao što je to i djelo u dekonstrukciji (Sl. 25).

Prekopavanje povijesti i svih njezinih posljedica rezultat je utjecaja Benjaminovog značajnog, ali nedovršenog, djela *Projekt Arkade* (*Das Passagenwerk*, 1927-1940). Pojam sakupljača povijesti ovdje se uzima za jedno od bitnih odrednica suvremene mode. Prekopavanje i *sakupljanje* odnosi se na shvaćanje povijesti kao arheologije i genealogije *novoga*, govoreći pojmovima Foucaulta. Povijest se na taj način svagda iznova obnavlja i tumači polazeći od

[6] Pojam *flâneur* pojavljuje se u djelu *Projekt Arkade* (njem. *Das Passagenwerk*) Waltera Benjamina. Pisao ga je između 1927. i 1940 godine. Riječ označuje utjelovljenje sakupljača povijesti kao svojevrsne performativne prakse. Benjamin je predstavio i kritizirao vrijeme 19. stoljeća Pariza u seriji poglavlja među kojima posebno mjesto zauzima *Moda*. Njegove glavne preokupacije bile su prijelaz u moderno doba, razmjena robe i kulturalna kritika toga vremena.

ideja u aktualnom vremenu. Ova tendencija, naravno, nije tek zamjetna s obzirom na odijevanje, već se može pronaći u svim područjima života. Pariz postaje krajolik za lik *flâneura*, novog tipa modernog subjekta s kojim otpočinje uzbudljiva pustolovina životnog stila nastalog iz sveze umjetnosti i urbanog života (Benjamin, 1999: 6). Što je krajolik velegrada poput Pariza? To je labirint znakova novog načina proizvodnje u kapitalizmu, u kojem se masovna potrošnja preklapa s rastućom urbanizacijom Europe, počevši od kraja 18. stoljeća. Pariz se time razvio u moderni grad kapitalizma, kao kulturna formacija raznolikih stilova života, komunikacije i mode (Calefato, 2019: 31). Pojam *sakupljača*, kao i dizajnera, pojavljuje se kao svojevrsna povijesno-kulturalna figura koja nam svjedoči o tragovima prošlosti (Evans, 2003: 12). Prekopavajući, gotovo arheološkim postupcima, dizajneri 1990-ih godina uzimaju poetiku povijesti 20. stoljeća i sve njezine tragove kulturalnog i društvenog raspada. Caroline Evans preuzela je u svojoj knjizi o *spektaklu*, *modernosti* i *apokalipsi* taj Benjaminov pojam, odnosno figure da bi analogijski došla do mogućnosti usporedbe krajeva dvaju stoljeća. No, svaka usporedba proizlazi iz želje za isticanjem bitnih razlika. Dok je kraj 19. stoljeća bio u znaku velikih očekivanja kako će doba znanosti, tehnike, kapitalizma modernom društvu donijeti blagostanje, kraj je 20. stoljeća ambivalentan: s jedne strane, on je nastavak moderne utopije napretka i razvitka, a, s druge strane, vrijeme *apokalipse*, s obzirom na etničke ratove diljem svijeta, sukobe između globalizacije i fundamentalizma, vrijeme terora, humane genetike i želje za apsolutnim užitkom. Moda se pojavljuje u tom svjetlu kao simptom i znak svojevrsne dekadencije i distopije novog načina predstavljanja suvremenog kapitalizma kojemu kultura i tehnoznanosti određuju smjer (Evans, 2003: 10).

Pojmovi koji su poznati u teorijskom istraživanju mode jesu upravo društvena fragmentacija uz tragove prošlosti. Suvremena moda u tom je smislu konceptualna i stilistički eksperimentalna, jer proučava i naglašava suvremenu problematiku identiteta, tijela i društvene uloge subjekta. Moda 1990-ih bavi se upravo pojmom decentriranog subjekta, onim koji nema jasno podrijetlo, zahvaljujući novom tipu kibernetičke kulture (Haraway, 1991). Ono što su Westwood i Kawakubo ostavile kao svojevrsni trag modnoj povijesti jest promijenjeno značenje tkanine i materijala, ali i stvaranje novog tipa tijela za novu kulturu.

Baš kao u filozofskoj i arhitektonskoj praksi, dekonstrukcija u modi stvara novu konstrukciju i značenja preispitujući tradicionalna shvaćanja identiteta tijela i odjeće. Na temeljima načela dekonstrukcije, prvi počinju stvarati japanski dizajneri ranih 1980-ih godina. Rei Kawakubo (kasnije iz vlastite modne kuće Comme des Garçons) i Yohji Yamamoto. Oni predstavljaju

svoju kolekciju u Parizu koja će ostaviti neizbrisiv modni trag, ne samo u praktičnom, već i u teorijskom smislu. Njihov dolazak na Zapad bit će prekretnica u dizajnu mode koji će nakon njih preispitati vlastite vrijednosti (Kawamura, 2004: 126). Glavno obilježje njihova dizajna negiranje je estetskog i formalnog. Primat se daje interakciji površine i forme odjevnog predmeta. Prvi puta nakon Westwood dolazi do radikalnog obrata i preokreta u shvaćanju mode. U modi japanskih dizajnera susrećemo asimetriju, nedovršenost, nekonvencionalnu konstrukciju, prevelike proporcije i monokromatske boje, što je ostvareno na nasljeđu japanske estetike *wabi-sabi* [7]. Ponovnom upotrebom materijala i tkanina želi se naglasiti kako je odjevni predmet imao svoj vlastiti *život.* Zapadni svijet već je bio upoznat s japanskom modom tijekom 1960-ih i 1970-ih godina u radu dizajnerice Hanae Mori, Kenza Takade i Kansai Yamamota, koji su vješto uklopili tradicionalne istočnjačke elemente dizajna s onima koji postoje na Zapadu. Značajke tradicionalne japanske siluete jesu slojevitost, voluminoznost, široki krojni dijelovi i upotreba fine svile tiskane prema motivima prirode, što je i danas vidljivo u tradicionalnom japanskom odijevanju. Jedan od dizajnera koji je prethodio dvojcu bio je i Issey Miyake. Njega se, također, smatra inovativnim dizajnerom s futurističkim načinom razmišljanja. Njegov rad, iako ukorijenjen u tradicionalnoj japanskoj *filozofiji dizajna*, istraživao je odnos tradicionalne japanske odjeće i zapadne mode (Kawamura, 2004: 127)

Estetika *siromaštva* po kojoj su prepoznatljivi japanski dekonstruktivisti predstavila je novu estetiku tijela 1980-ih godina. Taj tip stvaralaštva imao je neizbrisiv trag u modi Zapada, a za teorije mode uistinu je značio izazov, budući da je posrijedi bila nova praksa u izradi odjevnog elementa te nov način reprezentacije dekonstruiranog tijela. Redefinicija pojma tijela i koncepta ljepote najznačajnije su odrednice japanske dekonstrukcije te se od toga razdoblja mijenjaju i teorije mode. Dekonstrukcija kao filozofski čin interpretacije značenja teksta polazeći od njegova rastemeljenja i razmještenja temeljnog označitelja, svoje polje primjene imala je osobito u teoriji književnosti, arhitekture i mode.

Usprkos pokušaju da se dekonstrukcija ne označi kao metoda, praksa i postupak, u modnom kontekstu ona jest upravo to - nova praksa tijela. Pojam dekonstrukcije u modi pripisan je specifičnom stilu izrade odjeće pa je tako poststrukturalistički pojam dekonstrukcije, koji se

[7] Estetiku *wabi-sabi* karakterizira njegovanje nedovršenosti, nesavršenstva i procesa nestalnog. Temeljne oznake ove japanske estetike su asimetrija, jednostavnost i skromnost. Ovakav tip estetike koriste japanski dekonstruktivisti u stvaranju odjevnog objekta s naglaskom na istraživanju prostora između tijela i odijela.

obično koristio za opisivanje razbijanja elemenata, tradicije i ideja u jeziku, pronašao primjenu i u umjetničkom kontekstu (English, 2011: 38). Pritom ne treba posegnuti za banaliziranjem pojma dekonstrukcije kada je riječ o modi. Pod dekonstrukcijom, francuski filozof Jacques Derrida misli na dekonstrukciju pisma/jezika u određenom kontekstu (Derrida, 1967). Svaki kontekst ujedno je i uspostavljanje logike teksta koja pripada zapadnom logocentrizmu. To znači da je logos ne samo vodeća riječ-pojam čitave povijesti koja pripada zapadnoj civilizaciji, već se njegov razvitak od filozofije do znanosti i tehnologije odvija i kao povijest svijeta. Odnos teksta i konteksta nije uzročno-posljedičan. Derrida, kao i poststrukturalizam u cijelosti, odbacuje ono što se naziva *prvi uzrok* i *posljednja svrha* zbivanja. Umjesto toga, na djelu je složeni proces kružnog kretanja znakova koji se međusobno odnose na druge znakove. Intertekstualnost je, stoga, uvijek i dekonstrukcija značenja koje neki tekst u sebi povijesno nosi, kao trag vlastite povijesti. Ako ovo primijenimo na modu, tada vidimo da se povijesno shvaćanje mode zbiva upravo u spiralnom kretanju dekonstrukcije forme i sadržaja modnih objekata, modnog tijela i njegovih preobrazbi. U arhitekturi i modi dekonstrukcija se pojavljuje kao oblik nove teorijske prakse, a ne samo i jedino *kritike* kako je vidljivo u književnosti. Kao analitički alat dekonstrukcija se u razdoblju postmodernizma definira drugačijom praksom čitanja teksta, koja nam ukazuje da necjelovitost i nekonzistentnost teksta često otvara nove i različite mogućnosti interpretacije. Kako dekonstrukcija želi otkriti *ono* skriveno u tekstu, tako i modna dekonstrukcija istražuje proturječja i praznine između odijela i tijela. Jednako tako, dekonstrukcija primijenjena u japanskom modnom dizajnu prvi put otvara dvije značajne promjene: novu i drugačiju praksu izvedbe odjevnog elementa i raznoliko poimanje interpretacije odjevnog elementa. Obje promjene bit će vidljive kasnije, u suvremenoj modnoj praksi, i zadržat će dekonstrukcijske elemente. Kako dekonstrukcija ne pronalazi konačan *kraj* svoje interpretacije, tako i modna dekonstrukcija ostaje otvoren proces tijela u modi. Dekonstruirano tijelo sada je otvoreno za interpretacije i značajno se razlikuje od tijela suvremene mode. Razlika je u predznaku modnog tijela. Suvremenu modu odlikuje *destruirano* tijelo, a ne više *dekonstruirano* tijelo. Upravo ovdje leži temeljno razlikovanje mode 1980-ih do početka 1990-ih godina. Pojam *destrukcije*[8] izvodi se iz glavnog djela njemačkog filozofa Martina Heideggera, *Bitak i vrijeme (Sein und Zeit,* 1927*)*. Uz to, suvremenu modu i njezino tijelo odlikuje tjeskobno i mračno stanje, uvijek u odnosu prema neizrečenome. Pojam tjeskobe i tjelesne

[8] Pojam destrukcije pojavljuje se kao temeljna odrednica kraja postmoderne i njezinih obilježja. Heidegger pojmom destrukcije označuje *destrukciju* ontoloških pojmova. "Destrukcija ne znači razaranje, nego razgrađivanje, skidanje i uklanjanje - ali jedino historijskih izrijeka o povijesti filozofije." (Heidegger, 1996: 275).

neprilagođenosti vremenu suvremene mode, bit će odlučujući za stvaralaštvo McQueena, u kojem se jasno vidi proces raz-lomljenja tijela suvremene mode. Dovoljno je za ovu svrhu podsjetiti na njegov posljednji modni *show*, performativni događaj naslovljen *Plato's Atlantis* iz 2010. godine u kojem se više uopće ne pojavljuju tradicionalno određeni modni likovi-modeli, već njihova tijela postaju ideje hibridnog stvaranja vrste s onu stranu ljudskoga, poput likova iz tv-serije *Zvjezdane staze* (*Star Trek*). Kako navodi Paić, "de-strukcija označuje raz-građivanje, ali ne i nepovratno raz-lomljenje, uništenje." (Paić, 1996: 11). Dakle, riječ je o *destruiranom* tijelu i *dekonstruiranom* modnom objektu. Da bi suvremena moda mogla uopće prevladati *postmoderno*, bilo je potrebno razlomiti dotadašnje kanone da bi se stvorila moda u kojoj dolazi do prevladavanja tehnologije u svim aspektima modnog stvaranja, kreiranja modnog događaja i, najvažnije, preispitivanja i stvaranja odnosa tijela i odijela u univerzalni modni objekt. Destruirati takvu modu i njezino pripadajuće tijelo ne znači u potpunosti prekinuti s konceptom tradicije, već pokušati ostati u kontaktu s prošlosti, ali uvijek uz naznaku aktualiteta. Ono čemu su japanski dekonstruktivisti ostali vjerni jest, paradoksalno, pojam tradicije. Japanska modna dekonstrukcija unijela je nove metode i prakse izvedbe, no ostala je jednim djelom povezana s tradicionalnim japanskim odjevnim elementima, poput kimona. Oslobođeni od pritiska europskih *couture*-metoda i praksa, japanski dizajn temeljio se na raznolikim interpteracijama kimona, jer se upravo taj tradicionalni odjevni predmet krojio jednostavno i plošno, a tako se i nosio. Utjecaj japanske estetike na konstrukciju odjevnog predmeta promijenio je iz temelja razumijevanje mode i prvi puta omogućio stvaranje modnog objekta. Odnos tijela i modnog objekta vidljiv je ponajprije u radu Rei Kawakubo u njezinoj kolekciji *Body-Meets-Dress-Meets-Body*, iz 1997. godine (Sl. 23), ali i u kolekciji iz 2007. godine u kojoj se vraća preispitivanju odnosa tijela i odijela. Zapadnjačka moda imala je drugačiji zadatak prilikom krojenja odjevnog predmeta, a koji je uvijek trebao odgovarati silueti tijela. U središtu rada japanskih dizajnera postavljen je prostor između tijela i tjelesnog dodira s odijelom. U tom prostoru tijela i odijela, subjekt ostvaruje mogućnost slobode kretanja, konstantno mijenjajući formu odjevnog elementa. Pojam prostora (*jap. ma* – prostor, pukotina, stanka), odnosi se na prostor između tijela i odijela karakterističan u istraživanju japanske modne dekonstrukcije. Dekonstrukcija je uspostavila, i u jezičnom smislu, drugačiju praksu *čitanja* modnog teksta. To se, ponajprije, odnosi na preformulaciju značenja temeljnih pojmova (moda, tijelo, subjekt, estetika). U suvremenoj modi ne postoji mnogo referenci na ovo značajno razdoblje prekida, ali i poigravanja s tradicionalnim antimodnim elementima. Koji su za to razlozi? Očigledno je posrijedi pokušaj pronalaženja drugog puta na kojem se moda mora iznova konstruirati, ali ovaj put kao jedinstven događaj

preklapanja različitih tradicija i iskustava u oblikovanju tijela. Čini se nužnim istaknuti kako i u teorijskom smislu nema mnogo istraživanja ovog značajnog i plodonosnog razdoblja u modi koje je obilježilo 1980-te godine. Taj prijelaz iz 1980-ih u 1990-te godine u ovom se radu smatra ključnim za teorijsku i praktičnu podlogu suvremene mode. Od toga se razdoblja modni diskurs u potpunosti mijenja i postaje sve usmjereniji prema oslobađanju tijela od svih društvenih i kulturalnih obrazaca koji su povijesno vladali idejom mode kao nadređenog sustava znakova. Iako su modni dekonstruktivisti često bili inspirirani tzv. estetikom siromaštva, posebno u fotografijama Auguste Sandera (što je vidljivo u radu Yohjija Yamamota), suvremena moda koncepcijski se oslanja na drugačiju interpretaciju i vizualizaciju duhova prošlosti i tragova povijesti.

Sl. 23. Rei Kawakubo za *Comme des Garçons*, *Body-Meets-Dress-Meets-Body*, 1997. godina.

U kontekstu istraživanja suvremenih modnih praksa i teorija bez razumijevanja pojma *traga*, i onoga što on označuje u modnom diskursu, ne možemo jasno istraživati rad McQueena i Galliana u kontekstu recikliranja i vizualiziranja povijesnih dekada kasnog 19. i ranijeg 20. stoljeća, kao ni rad japanskih dekonstruktivista. Levitirajući između povijesti i sadašnjosti, reprezentacija suvremene mode odlikuje se tragovima moderniteta (Evans, 2003: 5), međutim, postoji potreba da teorijski jasno odredimo što označuje pojam moderniteta, a time i modernizacije i modernizma, u kontekstu istraživanja suvremenog modnog diskursa, na kojem počiva rad ovih dvaju značajnih dizajnera. Teoretičarka mode Elizabeth Wilson naglašava potrebu za *prezentacijom načina* kako se pojam moderniteta koristi u kontekstu moderne mode (Wilson, 1985: 63). Njemački teoretičar Ulrich Lehman prepoznaje kako je etimološki pojam mode i moderniteta jednak, franc. *modernitè* - modernitet i franc. *mode* - moda (Lehman, 2000: XV i 5-19). Američki filozof Marshall Berman govori o modernizaciji, modernitetu i modernizmu (Berman, 1983: 16-17). Modernizacija se odnosi na sve industrijske, tehnološke, ekonomske i političke procese, modernitet na načine kako ovaj proces utječe na svakodnevni život, a pojam modernizam na avangardne umjetničke pokrete na početku 20. stoljeća. Dakle, materijalni ostaci moderniteta uvelike su utjecali na suvremenu modnu praksu tako da su ih vizualno povezali, ali i znalački interpretirali, kako je modernitet utjecao na oblikovanje suvremenog modnog identiteta. Paić modernu modu veže uz društveni poredak ili "sustav mode u modernim zapadnjačkim društvima liberalne demokracije" (Paić, 2007: 21). Vidljivo je to u radu Galliana na početku njegove plodonosne karijere; ono što je on primijenio i uočio jest kako se prošlost i društvene uloge mogu vješto montažirati u modi. Njegov stvaralački patos usmjerava se prema prošlosti, ali ne u smislu njezine historijske vrijednosti za muzejsku praksu. Naprotiv, uz pomoć montažiranja u modi i sklonosti teatralizaciji procesa modnog događaja, kao svojevrsne drame odijevanja i prikazivanja-predstavljanja aristokratskog stila života prethodnih društvenih formacija, Galliano postavlja u pitanje modu kao povijesno-epohalni slijed tradicije. Stoga je njegov rad, naizgled, zasićen citatnošću iz kasnog 19. i zadnjih desetljeća 20. stoljeća. U dijalogu s prošlošću moda se služi alegorijskim prikazom, jer metafora pripada književnosti te se ne može smatrati vodećom figurom ove postmoderne travestije društvenih uloga i kulturne figuracije života.

Povijesne posudbe, koje koristi Galliano, svjedoče o svojevrsnom neokolonijalizmu i načinu organizacije robnih kuća 19. stoljeća (Evans, 2003: 29). Upravo su pariške modne kuće druge polovine 20. stoljeća poslužile kao *trag* za njegov rad. Galliano to reprezentira u svojoj, već

spomenutoj, paradigmatskoj modnoj reviji iz 1998. godine za modnu kuću Dior (*A Voyage on Diorient Express*). Referirajući se na raznolike kulture i utjecaje, stvara svojevrsni kulturalni kolaž u formi modnog spektakla.[9] Modne revije tijekom rada za modnu kuću Dior, zasigurno su njegova najbolja ostvarenja, jer se bave tematikom Pariza 19. stoljeća i procesa modernizacije - tada važnog razdoblja u kontekstu razvoja modne i tekstilne industrije. Benjaminovim pojmom *dijalektičke slike*, Evans objašnjava Gallianov pogled prema sadašnjosti (Evans, 2009: 33). Galliano je u tome zasigurno najbolji primjer, jer promišlja na koji se način sablasti povijesti poigravaju subjektom, miješajući sva vremena i kulture, koristeći metode kolaža i pastiša, a suvremena moda dovodi se do ekstatičnoga vrhunca. U njezinom tumačenju Galliano postaje ključna figura dizajna suvremene mode, jer koristeći se tehnikama kolaža i pastiša miješa sadašnjost s prošlošću. Ono što je glavna značajka postmoderne u kulturi i umjetnosti - preobrazba vremena u prostor simultanosti - u njegovim se revijama odvija kao prostor igre svojevrsnih fantazmi subjekta. Ništa nije istovremeno, ni realno, niti nadrealno, već se pojavljuje u kontekstu *velike predstave* u kojoj moda ima značenje tvorbe fluidnih identiteta. Naposljetku, njegova se revija narativno odnosi na dekonstrukciju mita o uzvišenosti Zapada kao središta svijeta.

Preuzimajući formu izloga pariških modnih kuća 19. stoljeća, Galliano na jednak način stvara formu svog modnog spektakla, spajajući kazališne tehnike kako bi prikazao svoj modni narativ (Sl. 24). Stoga je i njegov raniji rad obilježen upravo kazališnim prikazima modne potrošnje i njezina statusa, kao i središnjim figurama njegovih raznolikih revija - Parižankom iz 1890-ih, princezom Pocahontas, vamp-ženom kao zavodnicom. Galliano prikazuje nove odnose između mode, spektakla i potrošnje tako što sjedinjuje šok i provokaciju društvenih očekivanja s idejom estetske začaranosti svijeta. Moda na taj način postaje zavodničkim

[9] Pojam modni spektakl teorijski se oslanja na Debordovo shvaćanje *društva spektakla* kao odnosa u kapitalizmu potrošnje, koji je posredovan slikama (Debord, 1999). Od 1990-ih godina modni spektakl označuje premještanje modnih kolekcija u druge prostore izvedbe, što se u slučaju Galliana odlikuje kolažiranjem i montažiranjem prošlosti. No, specifičnost modnog spektakla u odnosu na nadređeni pojam društva spektakla proizlazi iz njegove nužne „frivolnosti“, ne i banalnosti u sadražju izvedbe. Zbog toga se njegove značajke izvode iz same biti mode kao kreativnog dizajna tijela (Paić, 2007). Svaki je modni spektakl utoliko i frivolan i opscen jer mora tadovoljiti dvoje: (a) težnju mode za masovnom potrošnjom objekata spremnih za izradu (ready-made kao ready-to-wear) i (b) želju publike za uvijek „novim“ u svim aspektima izvedbe. Na taj se način modni spektakl ipak zadržava unutar vlastitih granica, jer na ovaj ili onaj način ostaje modna pista (catwalk) i ostaju likovi/figure kao modeli-manekeni u kretanju i predstavljanju makar i posve dekonstruirane kolekcije neke istaknute modne korporacije kao „branda“.

plesom međusobno razdvojenih fragmenata čiji smisao gledatelj sam konstituira pogledom u vizualno raskošan spektakl koji se odvija na sceni (Evans, 2000). Dakako, odjevni kodovi podjele na modernu, postmodernu i suvremenu modu ne mogu biti jednaki niti autonomni. Modni odjevni kod "radikalno se mijenja nakon što se moderna moda preobrazuje u postmodernu, a proces njegove promjene od postmoderne do suvremene mode vidljiv je tek u tome što slika tijela u spektaklu mode omogućuje konačno napuštanje te fatalne i univerzalne društvene forme" (Paić, 2007: 30). Napuštanje takve forme, kako je jasno ustvrdio Paić, oslobađajući je proces za modne prakse, kao i za teoriju mode. Razlog za to pronalazi se u sve većem utjecaju koji kultura i tehnologija imaju u stvaranju subjekta/aktera životnog stila emancipiranog potrošača koji slobodu izbora očituje vlastitim modnim preferencijama. Više nema govora o tome da bi klasno-socijalna podjela društvenih uloga bila jedini kriterij sudjelovanja u procesu integracije i diferencijacije u modi, što je među prvima početkom 20. stoljeća najavio njemački sociolog kulture i mode Georg Simmel. Diskurs suvremene mode, stoga, nužno mora biti interdisciplinaran, jer kako bismo uopće mogli raščlaniti pojam modnog spektakla suvremene mode klasičnim sociologijskim diskursom?

Sl. 24. John Galliano, *Christian Dior Couture*, 2007. godina.

c) Performativnost suvremene mode

Identitet suvremene mode, na tragu Benjaminova pojma povijesnih *krhotina*, nije moguće izvesti bez uvida u sklop društvenih, političkih i kulturnih promjena na ishodu 20. stoljeća. One su kod McQueena najsnažnije tijekom ranije faze djelovanja, od 1992. godine i njegove diplomske kolekcije *Jack the Ripper Stalks his Victims* do ranih 2000-ih godina, a kod Galliana do njegovog prelaska u modnu kuću Maison Martin Margiela 2015. godine, jer se u njegovu slučaju gotovo uvijek radi o referenci na povijesni kontekst. Ono što se mora naglasiti u kasnijem razumijevanju suvremenog modnog dizajna i konteksta u kojem se on nalazi od sredine 1990-ih godina jest da se fokus i tematika mijenja. Umjesto montaže prošlosti i reprezentacije izmučenog i prošlošću opterećenog tijela - holokausta, genocida, razdoblja između dva rata, pojma tjeskobe i traume - naglasak je na propitivanju estetski složenijeg odnosa između tehnologije, tijela i njegove društveno-kulturne uvjetovanosti. U ovom radu želi se ukazati na promjenu koja je nastupila sredinom 1990-ih godina i u kontekstu teorijskih i u kontekstu praktičnih interpretacija mode. Ovu promjenu iz modne revije u interaktivni modni događaj moguće je raščlaniti s pomoću četiri međusobno povezana pojma: *suvremena moda, tijelo, modni objekt i modni događaj.*

Autorica Caroline Evans suvremenu modu je smjestila na *rub*. No, postavlja se pitanje kako onda treba ovu modu interpretirati, gdje je teorijski smjestiti i kako istraživati? Moda je oduvijek imala problem u pronalasku svoga podrijetla, od početaka pokrivanja tijela do pojave odijela. Odijevanje i moda, koji su blisko povezani s tijelom i idejom tjelesnosti, označuju ono što uistinu *jesmo* i ono što *značimo*. Pitanja kojima se bave istraživači i teoretičari ovoga područja nisu, dakako, nimalo jednostavna, jer se modom možemo baviti pristupom iz različitih disciplina, kao što smo to prethodno pokazali. Ipak, susrećemo se s velikim izazovom u kontekstu jasne interpretacije suvremene mode i njezine medijske reprezentacije. Za modernu modu ostaju nam klasični sociologijski diskursi u istraživanju odnosa mode, društva i masovne kulture te pojma identiteta. Za postmodernu modu primjerena je Barthesova semiotika mode, koja je istodobno zahvalna i za proučavanje područja modne fotografije. Za postmodernu modu koriste se, također, pojmovi otvorene mode, marginalne diferencijacije i forme mode u djelu Gillesa Lipovetskog, u razračunavanju s društvenim razumijevanjem modnog diskursa, kao i Baudrillardove analize poretka značenja, simulakruma i simulacije. Postavlja se pitanje kako i iz kojih područja istraživati

suvremeni modni diskurs? Velik je izazov teorijski postaviti prijelaz iz postmoderne u suvremenu modu i metodološki jasno složiti okvir koji bi dao odgovore kako se suvremena moda sada istražuje, ili kako bi se u budućnosti trebala istraživati. Područje povijesti i istraživanja materijalnog objekta mode mogu nam pomoći. Jedna je od temeljnih zadaća ovoga rada ukazati na drugačiju i teorijsku praksu istraživanja modnog diskursa nakon1990-ih godina, od estetike punka preko dekonstrukcije do pojave suvremene mode. Stajalište koje zauzimam u ovome radu jest da se praktični i vizualni primjeri modnog dizajna nipošto ne smiju zanemariti, a izrazita prednost daje se interdisciplinarnom teorijskom diskursu. Riječ je, ponajprije, o području sprege između teorija mode (*fashion studies*), izvedbenih i novomedijskih studija.

Zahvaljujući razvoju digitalnih tehnologija i novih medija dolazi do radikalne transformacije i u suvremenom modnom diskursu. Predznak koji moda dobiva svakako je novomedijski, jer mediji odlučuju kakva će biti suvremena moda, a time i njezina vizualizacija i reprezentacija. Suvremena moda sredine 1990-ih godina nalazi se na svojevrsnoj prekretnici, što je vidljivo i u teorijskom aspektu. Potrebno je razumijevanje cjelokupne vizualne kulture, jer se na taj način dolazi i do teorijske interpretacije modnog diskursa. Moda ne postoji više jedino kao materijalni objekt, iako je taj aspekt zastupljen upravo u sve većem arhiviranju modnog materijalnog objekta u zadnjih desetak godina, gdje postoji sve veći interes za muzealizacijom mode. Vizualnost suvremene mode proizlazi iz načina djelovanja novih medija, bez kojih ne možemo ni zamisliti njezin utjecaj na korisnike društvenih mreža, nova zanimanja poput *influencera* i čitav niz interaktivnih načina komunikacije. Pritom, nije jedini način modne reprezentacije onaj koji je posredovan modnom fotografijom, a koja, uistinu, ima dalekosežno značenje za privlačenje pozornosti gledatelja. U ovom radu nastojat ćemo ispitati i mogućnosti filma koji se referencijalno odnosi na modne promjene, jer je očito da suvremena moda koristi sve mogućnosti medijskog događaja za svoju simboličku moć oblikovanja životnih stilova. Ne radi se više o modi prisutnoj u reklami kao slici, već o modi kao procesu kroz filmski jezik. Potreba za takvom transformacijom mode i njezina sadržaja dolazi od nužno eklektičnog pristupa formi mode kao performativno-konceptualnog događaja između suvremene umjetnosti, mode i fragmentacije društva i kulture. Jasno je to ustvrdio Paić, čije se teorijsko razmatranje razlikuje od Evans u kontekstu suvremenog modnog diskursa i proučavanja modnog događaja. Njegova istraživanja vođena su:

"…idejom kako slika u doba tehnosfere gubi mimetički i reprezentacijski okvir, pa se tako više ni analogijom s disciplinom povijesti umjetnosti i njezinih novijih nadogradnji ne može u potpunosti shvatiti ono što Paul Virilio naziva estetikom iščeznuća. Doista, ono što suvremenoj modi podaruje nečuvenu i neobjašnjivu zadivljenost promatrača u događaju apsolutne vidljivosti objekta nije više njezina privlačnost, efemernost i marginalnost, kako je to još ustvrdio Lipovetsky. Suvremena moda kreativni je dizajn samoga života koji se raspada na fragmente i razumije kao egzistencijalni rizik apokalipse i spasa, svijesti o kraju mode i istodobno pokušaja da se tome pronađe nova alternativa, pa makar i po cijenu neminovne propasti" (Paić, 2018: 33).

Paić se odmiče od klasičnih teorija mode i proširuje ovo područje na *kreativni dizajn tijela* i time daje tijelu naglasak za istraživanje. Moda istodobno pripada umjetnosti, znanosti, tehnologiji i ekonomiji, međutim, ono što je karakteristično za suvremenu modu jesu posljedice u kontekstu reprezentacije njezina tijela i događaja. Modu se, dakle, ne može istraživati isključivo samo iz jednog od navedenih područja, jer ona označuje novi estetski identitet, ekonomsku moć i drugačije razumijevanje sustava odnosa između tijela i kulture. U središtu takvog istraživanja ponajprije je tijelo i reprezentacija materijalnog odjevenog modnog tijela. Kakva je sudbina takvog tijela koje neprestano transformira svoje uloge?

U trenutku kada se moda pojavi, ona zastarijeva, ali, njezin je dolazak unaprijed određen njezinom vizualizacijom, inspiracijom, modelom i reprezentacijom. Dakle, životni vijek mode uvijek biva prekinut i dolazi do svojevrsnog *kraja* mode. Početak suvremene mode uvjetno se može odrediti početkom 1990-ih godina. Uvjet za njezino pojavljivanje bio je nastanak novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija, zatim globalizirana ekonomija i širenje liberalno-demokratskih poredaka u svijetu. Naravno, temeljni uvjet nastanka ipak se izvodi iz promjene u shvaćanju mode u spoznajnom i praktičnom smislu. Moda kao događaj označuje u cjelini nastajanje medijske reprezentacije njezinog diskursa i prakse. U suprotstavljanju pukom biološkom tijelu, suvremena moda konstruira vlastite kodove komunikacije između dizajnera, korisnika i tržišta.

Odijelo se pojavljuje kao odjevna praksa tijela koja daje biološkom tijelu društveno značenje (Geczy, Karaminas, 2019: 28). Sudbina takvog tijela koje je u središtu istraživanja suvremenog modnog dizajna u početku njezina stvaranja, daje primat odnosu organsko - anorgansko, odjeveno - biološko, živo - mrtvo. Moda nam govori o subjektu koji je nosi,

ponekad maskirajući stvarni identitet te uspostavlja složenu društvenu komunikaciju. Kako Wilson jasno uočava "odijelo je zadnja barijera između sebstva i ne-sebstva" (Wilson, 2003: 3). Nadalje, u procesu zastarijevanja pronalazi se i osnovna ideja početka suvremene mode, a to je njezina snažna veza s pojmom traga i arhiva. Za Derridu, pojam arhiva ima dvostruko značenje; označuje mjesto susreta *(arché)* "čovjeka i boga" ili "mjesta gdje je značenje dano unaprijed" (Derrida, 1995: 9). Arhiv služi kao mjesto očuvanja i interpretacije povijesnih dokumenata koji se referiraju jedan na drugi. Ni jedan element ne može funkcionirati bez odnosa prema drugom elementu. Jednako tako, ni jedna moda ne može se pojaviti bez zastarijevanja *druge* mode. Isprepletenost elemenata, koje Derrida naziva *tekstilom,* proizvode *tekst* koji se uvijek odnosi na drugi tekst te svaki novi tekst ima tragove prethodnoga koji uvijek postoji. Preciznije rečeno, svi novi elementi i forme posjeduju tragove povijesti i memorije, kao što je jasno uočeno u radu suvremenih modnih dizajnera s početka 1990-ih godina. U kontekstu istraživanja suvremene mode i njezina tijela, pojam arhiva i povijesnog traga neizostavan je element istraživanja, jer se radi o stvaranju modnog procesa koje iskorištava prošlost dizajnirajući *nove* narative i reprezentacije (Geczy, Karaminas, 2019: 30). Moda, stoga, u sebi ima utkane priče, a suvremena moda snažno je povezana s konceptom muzealiziranja svojih predmeta. Baudrillard je jasno ustvrdio da je razvoj suvremene mode povezan s razvojem muzeja. Muzej kao *kulturalna super-institucija* arhiv je znakova čije je značenje otišlo u pogrešnom smjeru. Prolaznost muzeoloških artefakata i raznolikih stilova koji su izloženi pokazuju povijesno *savršenstvo*, koje nije nikada *aktualno*, već reprezentira efemernost mode.

Ono što su u teorijskom i praktičnom kontekstu učinile Westwood i Kawakubo reprezentacija je te prolaznosti i propadanja uz prisutnost pojma traga prošlosti i povijesti. Trag u odjevnom elementu označuje značajne i nepovratne *događaje*. Recikliranje i ponovna upotreba modnog predmeta ujedno označuje i život subjekta koji ga je nosio, sa svim implikacijama i problemima prošlog života. Ništa se ne zbiva bez kontinuiteta životnih procesa. Pojam kraja, smrti i preobrazbe teme su suvremene modne prakse početka 1990-ih godina. Margiela koji transformira stare odjevne predmete refabricira ih u modne objekte (Sl. 25).[10] Postupkom

[10] Pojam refabrikacije (*engl. refabrication*: ponovno sastaviti, rekonstruirati), odnosi se na rad belgijskog dizajnera Martina Margiele i njegovog karakterističnog postupka preobrazbe starog odjevnog predmeta u *ready-to-wear* odjevni objekt. Margiela koji se, uz japanske dizajnere, smatra predstavnikom dekonstrukcije, suprotstavlja pojam ponovne konstrukcije u službi dekonstrukcijske modne prakse.

ponovnog sastavljanja predmeta, Margieli pripada mjesto eksperimentalnog suvremenog modnog dizajnera koji se poigrava s duhovima prošlosti. Evans jasno uočava:

"Margieline transformacije *starih* materijala u svijetu visoke mode označuju ga kao svojevrsnog sakupljača povijesti, oslanjajući se na Baudelaireovu analogiju pariškog sakupljača i pjesnika u njegovoj pjesmi *Le Vin des chiffonniers* (*The Rag-picker's Wine*) iz zbirke pjesama *Cvjetovi zla* (*Les Fleurs du mal*, 1857) Kao i Baudelaireov pjesnik-sakupljač 19. stoljeća, iako nevažan za proces industrijalizacije… predstavlja kulturalni otpor za proces razmjene, Margielina upotreba starih predmeta označuje se kao revitalizacija zastarjelih materijala koji se pojavljuju u formi potrošačke robe" (Evans, 2003: 249-250).

Sl. 25. Martin Margiela, *ready-to-wear*, jesen/zima, 1997. godina.

Ovakav tip postupka vraćanja u povijest vidimo i u radu dizajnera Husseina Chalayana. On pokušava dati mini-povijest svojim odjevnim predmetima, koristeći gotovo arheološke metode. Vidljivo je to u njegovoj kolekciji *The Tangent Follows* iz 1993. godine, u kojoj Chalayan zakopava odjevne predmete u zemlju i istražuje odnos između tkanine i arheoloških ostataka u zemlji. Na taj način uz pojam *spektakla* dolazimo do teatralizacije i montažiranja povijesti u radu McQueena, Galliana i Margiele. Usprkos jasnim stilskim razlikama između njih, neke tendencije zacijelo su zajedničke. Suvremena moda otuda se jedino i pojavljuje kao spektakl izvedbenog događaja (Paić, 2011: 417). U slučaju triju vodećih dizajnera suvremene mode to se događa na sljedeći način: (1) izvedba tehnološkog simulakruma u Chalayanovim radovima; (2) teatralizacija povijesti u Gallianovim modnim performansima; (3) motivima apokalipse tijela u zapadnjačkoj civilizaciji u konceptualnom modnom dizajnu McQueena. Kulturalna trauma i nemogućnost pronalaska *autentičnog* i *izvornog* ono su što određuje modno tijelo. Suvremena moda jedina nam daje priliku za dijalog s poviješću (Evans, 2009: 20) i zbog se toga odvija kao *događaj*/*spektakl* u odnosu prema prošlosti i budućnosti. Temeljna razlika suvremene mode s početka i sredine 1990-ih godina leži u znatno drugačijem načinu interpretacije povijesti i prošlosti. Naime, sredinom 1990-ih godina modne prakse ne referiraju se nužno na povijesne duhove i tragove 19. i 20. stoljeća. Tako nastaju drukčije interpretacije *događaja* suvremene mode, jer se radi o različitom razumijevanju medijaliziranog prostora i vremena. Od japanske dekonstrukcije kraja 1980-ih godina do početka rada McQueena, Galliana i Margiele, izmučeno tijelo velikog dijela mode toga vremena izražavalo je simptome traume i propadanja. No, kako se sredinom razvoja suvremene modne prakse koristi sve veći utjecaj medija, tijelo počinje djelovati kao medijski posredovano, ali i kao medijalizirano. U tom kontekstu Chalayan zasigurno prednjači svojim idejama o tehnološkom tijelu u novoj potrošačkoj digitalnoj kulturi.

Suvremeni modni diskurs razlikuje se od japanske dekonstrukcije i estetike punka, kako smo pokazali u ovom poglavlju, ponajviše s obzirom na definicije tijela kao *dekonstruiranoga* i *destruiranog*. Ova temeljna distinkcija važna je kako bismo mogli razumjeti nastanak mode s početka 1990-ih godina kada se oblikuju suvremene modne prakse. Dekonstrukcija se odnosi na prethodnu paradigmu mode, zato što s njom otpočinje ne samo novo shvaćanje odnosa između mode i tijela, već i zbog toga što time sama moda dobiva vlastitu autonomnost s mogućnošću simboličke i stvarne aktivnosti prekrajanja tijela i utjecanja na njegovu kulturalnu konstrukciju. Kada se to dogodilo 1980-ih, moda je trijumfalno zavladala rubnim područjima kulture i tako otpočela oblikovati stilove života na specifičan način. Za razliku od

toga razdoblja, destrukcija tijela u suvremenoj modi bila je radikalno izvođenje novog identiteta samog tijela, onoga koje nadilazi biološke granice i postaje medijski posredovano iskustvo slobode izbora do krajnjih granica, uključujući prelazak u tehnologizirani svijet implantata i *cyber*-svijet nove komunikacije. Tamo gdje dekonstrukcija tijelo rastavlja na sastavne dijelove da bi mu iznova dala novi izgled i značenje, destrukcija kreće u smjeru nadilaženja granica i binarnih opozicija (muško-žensko, priroda-kultura). Ne govori li upravo o tome dosad najznačajniji modni *show* 21. stoljeća, McQueenova posljednja revija *Plato's Atlantis?* Dekonstrukcijom se tijelo premješta iz jedne *prakse* u drugu. Ta praksa ostvaruje se preko konstrukcije odjevnog elementa koja nije više tradicionalna, ali i nove reprezentacije u kontekstu modne izvedbe. U suvremenoj modi dolazi do *preobrazbe* tijela, a ne dekonstrukcije tijela kao odjevnog elementa, kao što je to i bilo naznačeno u japanskom dizajnu. Odjevna praksa u takvoj modi dolazi do izražaja u pojmu izvedbe, a ne više samo i jedino u estetskom smislu. Suvremena teorija mode, s druge strane, više ne prati suvremenu modnu praksu. Susrećemo se s obratom koji će imati dalekosežne posljedice za daljnji razvitak mode. Naime, najznačajnija ostvarenja modnih dizajnera početka 1990-ih referiraju se na teorijski diskurs, u najvećoj mjeri, Benjamina, Barthesa, Baudrillarda, kad je riječ o traumi, procesu morfiranja i koncepta *kraja* mode kao takve. Bez suvremenog modnog dizajna ni teorija mode ne bih bila obogaćena njezinim eklektičnim, hibridnim i performativnim *novim praksama* s početka 1990-ih godina i u tom smislu pokazuje se potreba za jasnim teorijskim interdisciplinarnim okvirom u kontekstu pozicioniranja područja *fashion studies*, ili teorija mode.

2.1. Postmoderne teorije mode i *kraj* značenja

Pojava pojma potrošnje, a time i potrošačkog društva, 1960-ih godina za francuskog sociologa, filozofa i teoretičara kulture Jeana Baudrillarda označila je promjenu društva, kulture i mode. Ovo razdoblje smatra se radikalnim prekidom s dotadašnjom dominantnom kulturom i njezinom estetikom, a razdoblje postmoderne smatra se svojevrsnim nastavkom modernosti u okvirima kasnog kapitalizma. Nastupa vrijeme *kraja velikih pripovijesti* (Lyotard, 1979). Kulturalni zaokret postmoderne ostavio je traga na modi odbacivanjem tradicije, naglašavanjem individualizacije i pojavom mnogostrukih stilova. Moda posebnu profilaciju doživljava nagomilavanjem viška vrijednosti i pojavom luksuza. U modernom društvu ublažavaju se granice klasa, dolazi do demokratizacije pri čemu modne stilove počinju diktirati i široke mase, odnosno ulična moda. Razvojem industrije i potrošačkog društva, moda ulazi u sve slojeve društva, stalno ubrzavajući ritam modnih promjena i stilova. Stoga, ne postoji više jedna moda, nego postoje mode, što se poklapa i s porastom individualizacije gdje se pojedinac smješta u društvo, svjesno gradeći vlastiti životni stil, upravljajući dojmom o sebi i uvijek koristeći modu kao kulturni kod komunikacije. Surfati stilovima postala je uobičajena postmoderna praksa, a spektar tjelesnih i odjevnih stilova obuhvaća svu povijest, zemljopis, sve kulture i civilizacije (Polhemus, 1996: 31). Supermarket stila nastaje onda kada vrijednosti više nema te je postmoderna moda u tom kontekstu svojevrsna kritika građanskog društva, u kojoj vlada pluralizam i eklekticizam. On proizlazi iz ideje kako potrošačko društvo nije samo stvaranje novih proizvoda kao objekata naše potrošnje, već da ti isti proizvodi u svom estetiziranom obliku imaju svoj vlastiti identitet. Australska teoretičarka Llewellyn Negrin navodi kako se postmoderna moda poigrava s pojmovima roda i spola, ali i predstavlja svojevrsni karneval znakova (Negrin, 2008: 152 i 147). Francuski postmoderni sociolog i filozof Gilles Lipovetsky, tvrdi da je moda novi društveni sustav odnosno forma (Lipovetsky, 1994). U društvu potrošnje vlada euforija, odnosno "Urota mode, koja odsad obuhvaća industrijski svijet, predmet je mnogih prokazivanja" (Lipovetsky, 2008 :20). Proces mode, kako je uočio Lipovetsky, na određeni način destandardizira proizvode još od 1950-ih godina. Njegove teze o razvoju forme mode odnose se prije svega na razvoj mode i društva u kojem ona cirkulira.

Lipovetsky stoga dijeli modu na tri temeljne strukture ili svojstva:

1. efemernost,
2. privlačnost,
3. marginalnu diferencijaciju (Lipovetsky, 1994).

Prva struktura odnosi se na prolaznost i ubrzan ritam promjena mode, privlačnost ili zavodljivost na estetsku dimenziju proizvoda mode, dok se marginalna diferencijacija odnosi na širenje forme mode. Kako se moda više ne širi iz klasno određenog društva, impulsi mode mijenjaju svoj smjer i naglašavaju individualizaciju životnog stila. Temeljna značajka postmodernog društva ulazak je kulture u sve elemente života (Paić, 2007: 119). Proizvodnja i potrošnja su stoga "jedno te isti veličanstveni logički proces reprodukcije proširenih snaga proizvodnje i njihove kontrole" (Baudrillard, 2001: 134). Doba postmoderne mode označilo je i početak suvremene mode, jer u postmoderni vlada fragmentarnost, radikalni pluralizam i medijsko oblikovanje mode. Kako navodi Baudrillard: "Ako moda i jest čarolija, ona uvijek ostaje čarolijom robe, a još više od čarolije robe, moda je čarolija simulacije, čarolija koda i zakona" (Baudrillard, 2002: 199). Uvodeći pojam koda, Baudrillard je otišao korak dalje od Barthesove semiotike i sustava mode, radikalizirajući tako i teorije medija. Kod je svojevrstan vizualni označitelj kojemu jezik više nije primaran. Moda je za Baudrillarda površna društvena igra i najdublji društveni oblik "nezaustavljivog širenja koda na sva područja" (Baudrillard, 2002: 191). Moda je stoga jedan od pojmova koji Baudrillard spominje u gubitku značenja u postmodernom kontekstu (Baudrillard, 2007: 462). Zbog toga Baudrillard klasificira postmodernu modu kao *spektakl*, kao *festival* (Baudrillard, 2007: 465), bez dubljeg značenja i čiji je jedini cilj estetsko uživanje. Negrin u tom kontekstu tvrdi da postmoderna moda izvodi svojevrsnu subverziju roda i spola, zamjenu muškog i ženskog odjevnog predmeta te se stvara "postmoderni rodni karneval" (Negrin, 2008: 147). Razlika između odjeće i znakovnog aspekta s kojim je bila povezana sada je potpuno izbrisana. Stoga Baudrillard napominje kako je "moda uvijek retro" (Baudrillard, 2007: 464), dok je za Negrin jasno naznačeno kako su se promijenile razlike između feminiteta i maskuliniteta. U postmodernom društvu u modi prevladava aktualitet te nastaje ideja o modi kao reciklaži prethodnih stilova (Baudrillard 2007: 463). Baudrillard i njegova "simbolička destrukcija" (Baudrillard, 2007: 468), povezana je i s pojmom visoke mode koja uzima kulturalni i simbolički objekt za nastanak *novih* stilova, dok je vrijednost takve mode sasvim neutvrđena.

Prevlast koda vidljiva je na svim područjima života pa tako i mode. Postmoderna esetetika sadržana u modi, mijenja svoj oblik, ali i načine reprezentacije. Baudrillard nije mnogo pisao o modi, tek 1976. godine u djelu *Simbolička razmjena i smrt* (*L'Échange symbolique et la mort*), u kojem jedno poglavlje posvećuje potrošačkoj kulturi i društvu te navodi kako je *potrošnja neodvojiva od mode* (Baudrillard, 1981: 50). Njegovo razumijevanje mode u kontekstu potrošačke kulture i stvaranja novog tipa društva uvelike je pridonijelo teorijama mode. Odbacio je tezu kako je potrošnja povezana isključivo s osobnim iskustvom ili užitkom. Njegova teza, pak, oslanja se na odnos prema željenim objektima, primjerice odjeći, u složenom sustavu. Odjeća, stoga, postaje označiteljski element koji posjeduje kod i koji se ne odnosi na materijalnost objekta, već na našu neiscrpnu želju za istim. Nastavljajući se na Barthesa i de Saussurea, njegova je teorija post-semiotička, jer u postmodernoj modi više nema jasnih znakova ni označitelja. Znakovi se uvijek odnose na druge znakove, tvoreći na taj način specifičnu vezu. Baudrillard je radikalizirao svoju poststrukturalističku seimologiju o postmoderni, jer je jasno uočio kako je u razdoblju moderne bilo označiteljskih referenata, da bi kasnije tvrdio kako nema ni referenta ni stvarnosti (Baudrillard, 1981). Moda, kao i sve ostalo, postaje autoreferencijalni sustav sa simptomima karnevalizacije, umjetnih formi i dekonstrukcije. Razdoblje postmoderne obilježeno je fragmentacijom i borbom za identitet, dekonstrukcijom klasnih razlika, kao i idejom o pluralizmu.

U tom kontekstu jasno uočava Paić:

"Glavne značajke postmoderne estetike, unutar koje dolazi do promjene razumijevanja duhovnosti čovjeka, a koje se naziru u svim područjima umjetnosti i kulture (arhitektura, književnost, vizualne umjetnosti, teorija i glazba) jesu:
(1) fragmentarnost;
(2) simulacija;
(3) karnevalizacija;
(4) kolažiranje;
(5) pastiš, *bricolage* i *patchwork*;
(6) prevlast vizualnoga nad tekstualnim" (Paić, 2007: 119-120).

Američki teoretičar književnosti Frederic Jameson ističe tako pastiš (engl. *pastiche*), kao jednu od temeljnih odrednica postmoderne. Teoretičarka mode Elizabeth Wilson smatra da je *pastiš* idealan za postmodernu modu, jer je riječ o "eklektičnom pristupu stilu" (Barnard,

2002: 176-179). Pastiš je itekako vidljiv i u suvremenoj kulturi gdje se elementi prošlih stilova preslaguju u novom eklektičnom kontekstu (Negrin, 2008: 3). Baudrillard jasno predstavlja postmoderno društvo koje je postalo žrtva vlastitog stvaranja koncepta identiteta na temelju potrošnje i zabave. Praksa potrošnje ne uključuje nikakvo daljnje značenje koje podrazumijevaju pristaše visokog modernog pristupa, nego na kraju samo pokušava prikriti činjenicu kako nastaje društvo kapitalizma i kapitalističkih pojmova (Baudrillard, 2007: 465). Baudrillard označivanje predmeta simbolima, prekomjerno korištenu praksu u modernom društvu, smatra jednim od glavnih razloga zbog kojih objekti gube svoju označujuću funkciju (Baudrillard, 2007: 462). Većina objekata korištena je i zloupotrijebljena kao označitelj raznolikih asocijacija i značenja tijekom razdoblja moderne. Zbog toga Baudrillard spominje reklamiranje i medije s prividno dubljim značenjima koja, ni u kojem slučaju, nisu više povezana sa stvarnom vrijednošću objekta (Kellner, 1992: 144). Teoriju simulakruma i simulacije primijenio je otuda na modu i njezine označitelje te ističe da u postmodernom društvu vlada simulacija i lažna metafora. Postmoderna moda za Negrin predstavlja drugačiji pogled prema post-rodnim identitetima, novom postmodernom tijelu mode s rodnim preinakama i novim tjelesnim habitusom. Kraj mode označuje kraj značenja, kraj označivanja i kraj stvarnosti. U tom kontekstu Baudrillardove misli i teze o modi značajno su pridonijele teorijama mode. Paić navodi: "Svijet postmoderne je svijet postmodernog simulakruma. Gubitak izvorne povijesne zgode vremena i mjesta svjetovnosti svijeta u obzorju otvorenosti samopokazivanja fenomena..." (Paić, 1996: 12) Postmoderna moda označila je, dakle, kraj dotadašnje paradigme mode, promijenila odnos prema tijelu, *razorila* teorijsku cjelinu. Kraj mode, što je Baudrillard najavio označio je nastanak novih elemenata za suvremenu modu. I, doista, postmodernu modu prati nastanak simulacije događaja pod utjecajem impolozije medija. Kraj mode, zapravo, označuje "kraj horizonta smisla svijeta kakav smo dotada poznavali" (Paić, 2007: 129).

2.2. Semiotika mode Rolanda Barthesa

Za razliku od ruskog formalista Petra Bogatyreva koji se bavio materijalnim artefaktom narodne nošnje moravskih Slovaka u koji je upisan sustav znakova (1971.), francuski strukturalist Roland Barthes u svom djelu *Système de la Mode* (1967.), istražuje *pisanu modu*, analizirajući sadržaj časopisa iz 1950-ih i 1960-ih godina kako bi došao do *stvarnog* jezika mode. Prvo semiotičkog tumačenje odjeće bila je analiza Petra Bogatyreva, 1936. godine, on je odčitao materijalni predmet i znak moravske narodne nošnje i bio svojevrsna preteča Barthesovoj podjeli. To načelo praktične i semiotičke funkcije može se i danas primijeniti. Barthes je većim dijelom istraživao francuske časopise *Elle* i *Le Jardin des Modes*, u razdoblju između 1957. i 1963. godine, a knjigu je objavio 1967. godine (s engleskim prijevodom 1983. godine). Svojom analizom *pisane* mode Barthes želi pokazati da moda nema povijest ni stvarnu funkciju. Moda je za njega znakovni sustav poput jezika, zatvoren i arbitraran te je u stanju proizvesti samo arbitrarna značenja. Roland Barthes u svojoj knjizi *Sistem mode* dijeli dva temeljna elementa:

1. označitelj,

2. označeno (Barthes, 1967).

Ova dva navedena elementa nisu odvojena već izjednačena. Znak koji ima elemente simbola je Označitelj, dok je sustav Označeno. Znak je uvijek spoj označitelja i označenog, a vrijednosti mu se mijenjaju. U ovom smislu unutar sustava u kojem tijelo postaje označitelj mogu se odrediti zakonitosti promjene sustava mode. Za svaki odjevni predmet postoje tri temeljne prijelazne strukture: tehnološka, ikonička i verbalna (Barthes, 2010: 5). Sve tri strukture nemaju isti način razmjene. Moda se u kontekstu semiotike ponaša kao tekst/pismo te stvara jezik ozakonjenog sustava iz kojega proizlaze zakoni. Za Barthesa, svijet mode konstruiran je kroz jezik, dok metajezik odlučuje o jeziku mode. Semiotika mode čini važan dio teorija mode, no nije odlučujuća za istraživanje suvremene mode, jer je ona složena cjelina koja ne počiva na pisanoj modi, ni jeziku već na konstrukciji integralnog spektakla neobjašnjivog iz jezika samog. Pokazuje se nezaobilaznim predstaviti temeljne Barthesove teze koji, je između 1957. i 1969. godine, napisao mnogo tekstova koji se tiču semiotike mode i odijevanja. Dva su temeljna pojma za Barthesa u ovom kontekstu, (franc. *le vêtement-image*) i (*le vêtement-ecrit*), odnosno pisana i slikovna moda. Moda više nije znak za neki predmet nego translingvistička poruka za koju je potrebno znati dešifrirati kodove. Veza

između mode kao znaka i kao predmeta je arbitrarna te arbitrarnost znaka znači da ne postoji prirodna relacija između označitelja i označenog. Samo razlike između znakova mogu predložiti stvarno značenje. Ruski strukturalist Nikolai Sergeyevich Trubetskoy u svom djelu *Principles of Phonology* iz 1949. godine preuzima de Saussureovu paradigmu *la langue/la parole*[11] na odijevanje. Prema de Saussureu, znak se sastoji od dva dijela - označitelja i označenog. Označitelj je riječ, odnosno akustička slika, a označeno je pojam na koji se ta riječ odnosi (de Saussure, 1916). Zvuk proizveden izgovarajući riječ *košulja* je označitelj i on predstavlja muški odjevni predmet. Muški odjevni predmet je ono što je označeno. Oblici koji čine napisanu riječ *košulja* također su označitelji, dok napisana riječ *košulja* također predstavlja muški odjevni predmet. Izgovoreni i pisani oblik nisu košulja, ne izgledaju niti zvuče kao košulja, njihova je uloga da označe i predstave *košulju*. Da bismo ovu definiciju prenijeli na predmete i slike, u obzir moramo uzeti značenje tih istih predmeta i slika. De Saussureova definicija može biti poopćena tako da vrijedi i izvan lingvističkih okvira. Općenitija definicija glasila bi da je označitelj sve ono što predstavlja *nešto* drugo, a označeno je sve ono *drugo* što biva predstavljeno označiteljem. Prateći ovu definiciju, odjevni predmeti i dijelovi odjevnih predmeta, mogu biti znakovi. Odjevne kombinacije, kolekcije i *look* također mogu biti shvaćeni kao nizovi znakova. Preciznije mogu biti analizirani kao označitelji, predstavljajući nešto drugo. Primjerice, otkopčani ovratnik nošen bez kravate, može biti smatran označiteljem. Može označivati neformalnost i ležernost te, iako sam po sebi nije ni jedno od to dvoje, može biti označitelj. Neformalnost i ležernost u ovom su slučaju označeno. Na temelju naučenog koda, pojedinac otkopčani ovratnik povezuje upravo s tim karakteristikama odjevnoga predmeta. Kôd je set pravila koja povezuju označitelja sa označenim te ako je on nepoznat, onda postoji velika vjerojatnost da će doći do nesigurnosti o tome što označitelj označuje (Barnard, 2004). Postavlja se pitanje jesu li, uzmemo li u obzir da pripadaju u neverbalan oblik komunikacije, moda i odjeća, na neki način, analogne izgovorenoj i pisanoj riječi? Primjerice, kada talijanski filozof, lingvist i esejist Umberto Eco kaže da *govori svojom odjećom*, pretpostavljamo da misli da svoju odjeću koristi na isti način

[11] Franc. *la langue* i *la parole*, švicarskog jezikoslovca Ferdinanda de Saussurea u njegovom djelu *Tečaj opće lingvistike* (*Cours de linguistique générale*), iz 1916. godine, označuju lingvističku i socio-lingvističku strukturu jezika. De Saussure u svom djelu raščlanjuje pet osnovnih jezičnih dihotomija u kojoj temeljnu ima jezik (*la langue*) i govor (*la parole*) te načine na koje se tvori jezična djelatnost (*langage*). Pod utjecajem de Saussurea, Barthes interpretira njegov lingvistički sustav u kontekstu socijalne dimenzije, ali i proširuje njegovu teoriju. *Langue* (engl. *dress*) društvena je konstrukcija pod kojojm djeluje *parole* (engl. *dressing*), "virtualni sustav koji može biti aktualiziran jedino kroz *parole*" (Barthes, 2006: 8).

na koji, u nekom drugom kontekstu, koristi riječi (Eco, 1972: 59) Ecova nam metafora sugerira da su odjevne kombinacije složene na sličan način na koji su složene riječi u sintaksi.

Temeljna ideja Barthesovog semiološkog djela za teoriju mode jest kako se odjevni predmeti *prevode* u jezik, predstavljajući specifičnu metodu za *čitanje* i dekodiranje mode. Kako navodi i Barthes, *časopisi su mašina koja proizvodi Modu* (Barthes, 1990: 51). Svi su sustavi izvedeni iz jezika, dok moda ima različite odjevne predmete i strukture. Američka spisateljica Alison Lurie, u knjizi *The Language of Clothes* (1981), odijevanje smatra jednom vrstom neverbalnog jezika koji posjeduje vlastitu gramatiku, sintaksu i rječnik. Onaj tko razumije jezik odjeće razumije i poruku koju odjeća šalje o osobnostima njenog nositelja, njegovom društvenom položaju i sustavu vrijednosti. Alison Lurie doslovno i izravno uspoređuje arhaične riječi i zastarjelu odjeću, *slang* i vulgarne riječi (Lurie, 2002: 166-168). U prikazu Alison Lurie odjeća je jednaka riječima te može tvoriti rečenice. Lurie pretpostavlja da, primjerice, radnik na polju radnom odjećom tvori samo nekoliko takvih *rečenica*, izražavajući samo osnovne ideje, dok odjeća jednog *trendsetera* raspolaže stotinama riječi i djeluje unutar širokog raspona značenja (Lurie, 2002: 181). Dakle, Lurie razumije odijevanje kao jezik i mišljenja je da se taj jezik sastoji od riječi, pravopisa i sintaksi i da postoji samo s ciljem izražavanja ideja i značenja.

Dakako, studija Alison Lurie nije dostatna za istraživanje suvremene mode, a u semiotičkom kontekstu manje je zastupljena u teorijama mode, dok se Barthesov sustav mode pokazuje kao nužan za razumijevanje jezika mode, a kasnije i reklamne slike. Jezik (franc. *la langue*) društvena je institucija iz koje proizlazi govor (franc. *la parole*) te obuhvaća govor i jezik. Govor je virtualni sustav koji se jedino može aktualizirati kroz sam *govor.* Za Barthesa govor uključuje individualnu dimenziju odjevnog predmeta, dok je jezik uvijek svojevrsna apstrakcija koja uključuje ritualizirane forme poput boje i funkcije. De Saussureova distinkcija između *la parole* i *la langue* za Barthesa je bitna, jer pokazuje dijalektičku mijenu semiotičkog oblika odijevanja i onoga koje zaista postoji kada se odijevamo. Kada smo definirali distinkciju između jezika i govora, potrebno je, prema Barthesu, odrediti što označuje odjevni predmet. Odijelo (engl. *dress*) i odijevanje (engl. *dressing*) tvore cjelinu, jer *dressing* ili odijevanje označuje osobni sustav u kojem subjekt preuzima odjevni objekt koji se pojavljuje u određenoj društvenoj skupini. Odijevanje može, prema Barthesu, imati morfološko, psihološko značenje, ali ne i društveno (Barthes, 2006: 9). *Dress* ili odjevni predmet objekt je društvenog i povijesnog istraživanja te postoji stalna mijena između

odijevanja i odjevnog predmeta, ili, kako Barthes to naziva, dijalektičke razmjene koja se definira prema odnosu *langue* i *parole. Dress* ili odjevni predmet *a priori* je vrsta teksta bez kraja i odličan je za sociološko, ili društveno, istraživanje. Za Barthesa, dakle, postoji distinkcija između *dress* i *dressing* (Barthes, 2006: 8-10), ali i između *clothing* i *dress* (Barthes, 1990: 18). U oba slučaja radi se o primjeni gramatike, o tome na koje bi se načine odjevni predmet trebao nositi. Primjerice, kaput za jahanje kao *dress*/*clothing* lova na lisice te kako se taj isti odjevni predmet može dekonstruirati kroz *dressing*/*dress* određene osobe (Jobling, 2016: 137-138). Stvarno značenje otkriva se u odnosu označitelja i označenog, odnosno u procesu označivanja. Značenje nije ono koje je motivirano, kodirano, već mora biti pronađeno unutar gramatike samoga jezika mode. Označeno se uvijek pokazuje u odnosu na označitelje. Postoji *umjetna* forma mode u kojoj se označeno pojavljuje odvojeno od označitelja, a to je moda koja se pojavljuje u časopisima i novinama. U ovom slučaju označeno je dano eksplicitno, prije nego li je označitelj prepoznat. Moda koja je *pisana* i koja se pojavljuje u časopisima ili novinama, za Barthesa vraća semiologe unatrag prema leksičkom razumijevanju odjevnih znakova. Jezik mode dio je kompleksnog sustava, čiji su označitelji često nerealni. Pisanom modom, semiologija postiže svoju drugu razinu, ona postaje ne samo legitimna već i potrebna kao alat da bismo odvojili značenje označitelja od označenog. Tiskana, pisana, moda funkcionira kao mitologija odijevanja, koju je potrebno otkriti kroz odjevnu lingvistiku. Razlika de Saussurea i Barthesa jest da je za Barthesa semiologija u funkciji lingvistike, dok de Saussure tvrdi upravo suprotno. Semiologija postavljena od de Saussurea želi primijeniti semiološke zakonitosti na ne-lingvistički predmet - modu te on tvrdi da je jezik strukturiran kroz različitosti i da su te različitosti nositelji značenja, ali ona ne nastaju nekim prirodnim, ili jedinstvenim, načinom. Za de Saussurea *dio* se uvijek odnosi prema *cjelini.* Jezik (franc. *langue*) je cijeli sustav ili struktura, dok je govor (franc. *parole*) izričaj unutar toga sustava. Govor se odnosi na sabiranje i skupljanje, dok jezik govoru omogućuje opstojnost, međutim, i u jeziku se krije mnogo više, jer je jezik instrument spoznaje.

Proučavajući modu u časopisima, Barthes primjećuje odnos između označitelja i označenog te da između njih postoji značenje koje se otkriva u procesu označivanja. Primjenjujući lingvističke metode, Barthes dokazuje prirodu i strukturu mode. Moda je za Barthesa dualističke prirode, odnosno, bolje rečeno, strukture. Taj dualizam sistema nalazi se negdje između jezika (engl. *clothing forms)* i metajezika (engl. *the literature of fashion*). Kada govorimo o modnom časopisu tada je označitelj često jedino grafički oblikovan, ili

predstavljen, a na nama je da otkrijemo stvarnu prirodu slike. Način na koji se regulira odnos između označitelja i označenog veoma je važan za gramatiku mode, jer svaka slika tako ima potporu za značenje (engl. *support for meaning*). Potpora za značenje, koja uključuje različite elemente poput materijalnosti, inercije i konduktivnosti, za Barthesa je dio sustava mode. No, u jeziku sve ima značenje i ne treba potporu za značenje. Jezik sam objašnjava sebe. Što se tiče strukture modnog sustava, tu se, za Barthesa, radi o razlikovanju strukture modnog jezika i onog koji je artikuliran. Artikulirani jezik jedan je sustav, dok je sustav mode dvostruk. Moda se može istraživati iz više pozicija, no te discipline ne istražuju stvarnu prirodu mode i njezin sustav. Moda je povezana, prema Barthesu, za globalno društvo koje moramo istražiti semiološki i antropološki. Barthesova semiotika mode ključna je disciplina jer se odnosi prema modi jednom drugačijom metodologijom, ali i otkriva drugačije razumijevanje dekodiranja mode. Mnogi su kritizirali Barthesa zbog njegovog *Sustava mode* i semiološkog pristupa. Britanski književni kritičar Rick Rylance nazvao je Barthesov esej *Blue is in Fashion This Year*, iz 1960. godine, *bljedunjavim djelom* (Rylance, 1994: 42), a američki književni kritičar Jonathan Culler osvrnuo se na Barthesovo poimanje modnog od ne-modnog u usporedbi s modnim časopisima (Culler, 1975: 35). Ipak, Barthesovo djelo i dalje je nezaobilazan dio teorija mode. Iako se u ovome radu metodološki ne koristi semiotika za raščlanjivanje i istraživanje suvremenog modnog diskursa, već se više pažnje posvećuje pojmu reklamne slike u kontekstu modne fotografije, Barthesovo djelo pokazuje kako se odjevni kod dekodira, koje prijelazne strukutre može imati te kako funkcionira u *stvarnosti*. Barthesova analiza mode i uspostava sustava mode utjecala je na mnoge druge autore koji su, također, istraživali pitanje pisane mode (Rocamora, 65-156) i načine razmjene znakovlja unutar mode (Baudrillard, 1996), ali i socio-lingvističke elemente stila, odijela, tijela i medija u modi (Calefato, 2004). Baudrillard smatra da je moguća zamjena modnih znakova koji nisu više fiksni ili determinirani. Znakovi nemaju ograničenja pa se Baudrillardov sustav može lakše primijeniti na suvremene modne prakse. Barthesovo djelo, iako na mjestima zbunjujuće, značajno je utjecalo na razumijevanje neverbalnih znakova u modi. Kako i navodi Barthes: "Moda nas uči primjeni odjevnog predmeta, a ne načinima njegove opstojnosti" (Barthes, 2010: 261). Moda, posebno suvremena, svojevrstan je svijet euforije, dramatičan, ponekad i katastrofičan, ali u Barthesovu *Sustavu mode*, posrijedi je zaokružena cjelina i otvoren sustav koji ima stroga pravila znakovlja i jezika.

3. NOVI MEDIJI I PREOBRAZBE TIJELA

U poglavljima koja se bave istraživanjem na koje načine dolazi do raznolikih preobrazbi tijela u suvremenoj modi potrebno je na početku predstaviti kako se unutar područja teorija mode razumije pojam medija. U doba novih tehnologija postavlja se i pitanje mogu li *novi* mediji uistinu donijeti nešto *novo* za modu? Rad tursko-britanskog dizajnera Husseina Chalayana i nizozemske dizajnerice Iris van Herpen, kao temeljnih predstavnika simbioze tehnologije, medija, mode i umjetnosti, uzimamo kao paradigmu kada govorimo o mogućnostim novih medija u modi, ali i obrnuto, mode u novim medijima (Sl. 26 i sl. 27). Ovaj odnos, vrlo prisutan u radu Chalayana i van Herpen, donio je odmak od klasičnog, antropologijskog razumijevanja medija kao 'produžetaka ljudskih osjetila' (McLuhan, 1964). Iako se u ovome radu uzima u obzir i mekluanovsko razumijevanje pojma medija, u kontekstu mode on je označio nekoliko stvari:

1. suvremena moda odvija se kao medijska reprezentacija tijela u *događaju*
2. tijelo postaje medijski objekt
3. pojam promatrača (publike) mijenja svoje značenje

Postoje mnoge definicije pojma medija, no ono što ovaj rad želi razjasniti jest kako se one koriste unutar suvremenog modnog diskursa te kako su pridonijele promjeni modne prakse. Zašto uopće govoriti o pojmovima kada govorimo o novim medijima u kontekstu teorija mode? Novi mediji se kao pojam koriste u mnogim teorijama i istraživanjima te upravo time dolazi do gubitka referencija, odnosno do teškog prepoznavanja na što se točno pojam *medija* odnosi. Kod antropologijskog razumijevanja medija kao produžetaka, već spomenutog Marshalla McLuhana, mediji su dio tehničkog okružja i okoliša čovjeka, te djeluju kao produžeci čovjekova tijela i njegovih sposobnosti (McLuhan, 1964). Paul Virilio, francuski teoretičar kulture, urbanist i estetski filozof, na tragu mekluanovske, detaljno razrađene studije o medijima, koristi pojam medija kao *proteza* (Virilio, 2000). Iako mediji etimološki označavaju ono *posredujuće*, oni nisu posrednici aparata i sredstava prijenosa informacija, nego prije svega znakova ljudske komunikacije koja može biti različita (verbalna, neverbalna, auditivna i vizualna). U suvremenoj modnoj praksi dolazi do prilagođavanja medijima, ali i obrnuto, mediji se prilagođavaju formi modne prakse. Medije u kontekstu suvremene mode razumijemo kao novi sklop informacija. Ono što je *u sredini* može biti jedino medijsko tijelo između stvarnosti i medijske konstrukcije stvarnosti modnog tijela. Razlika leži u medijskom

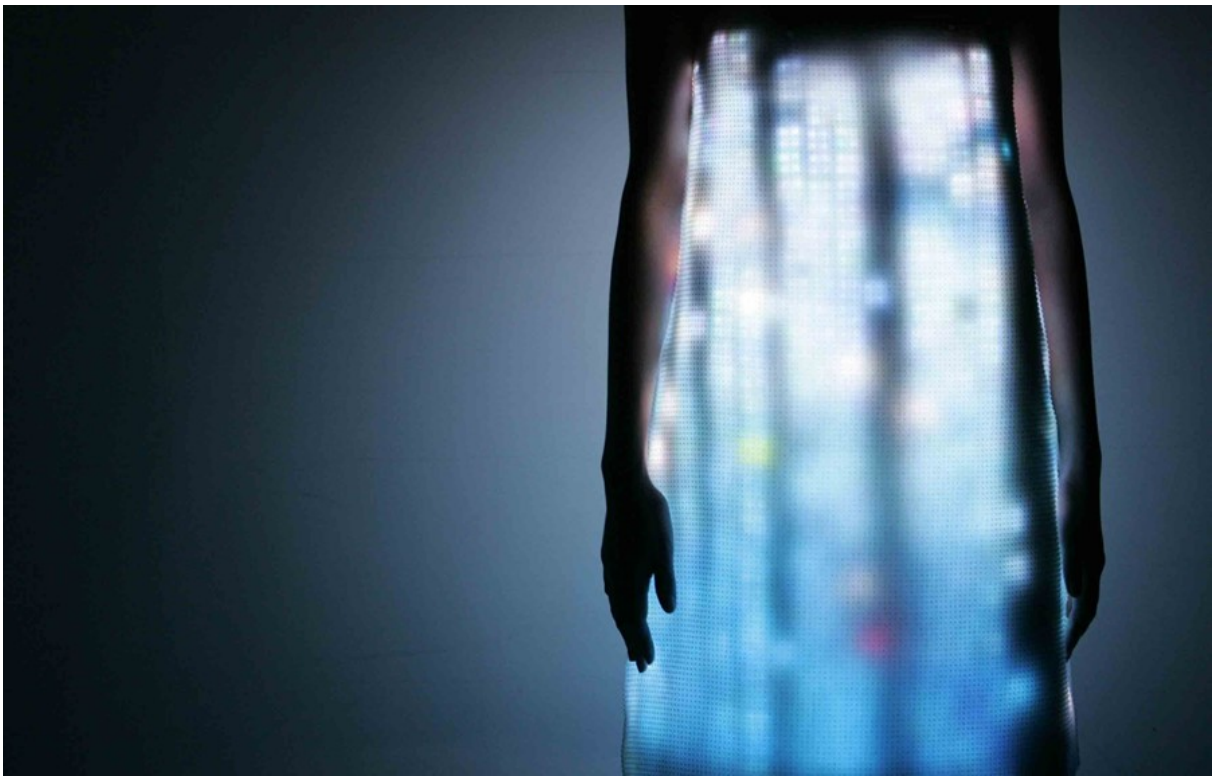
posredovanju jednake poruke te se na taj način mijenja odnos subjekta (pošiljatelja) i objekta (primatelja) poruke (Paić, 2008: 87). Zadržimo se na trenutak upravo na ovim autorima kada govorimo o medijskoj preobrazbi tijela u modi. Teorija medija McLuhana upućuje na to da se mediji uvijek odnosi na druge medije. U tom smislu McLuhan navodi: "Učinak medija snažan je i dubok zato što mu je kao 'sadržaj' dan drugi medij" (McLuhan, 2008: 22). Kako se znakovi uvijek odnose na druge znakove, kruženje medija ne upućuje više na stvarnost, nego je riječ o znakovnom konstruiranju stvarnosti. Kako niti jedan mediji nije autonoman i homogen (Mitchell, 2005), u digitalnom dobu javlja se nečistoća medija jer se *sve* miješa i pojavljuje u hibridnim oblicima, a upravo je to karakteristično za suvremenu modu. Posrijedi je neprestana metamorofoza *istoga* u različitim oblicima.

Medije ipak trebamo razlikovati prema dva kriterija praktične uporabe prema Žarku Paiću:

1. tehničko-tehnološkom
2. društveno-kulturalnom (Paić, 2008: 92).

Suvremena moda stoga pripada društveno-kulturalnom kriteriju, koji se "odnosi na promjenu društvenih struktura i kulturnih poredaka uvođenjem 'novoga' medija" (Paić, 2008: 92). Ona stoga radikalno mijenja svoju strukturu uvođenjem medija, ali i proživljava temeljne promjene u modnoj fotografiji i modnom filmu o čemu ćemo govoriti u sljedećim poglavljima. Novi mediji posjeduju vlastite složene strukture, ukidaju stare koncepte razumijevanja vremena i prostora te uzrokuju decentralizaciju, odnosno gubitak središta. Trenutačnost pojavljivanja, koja je izražena u modnoj praksi, dolazi iz područja medija. Mediji nas čine sudionicima, htjeli mi to ili ne. Doba teleprezencije u virtualnom prostoru, gubitak prostora stvarnosti vezanog uz iskustvo i vremenske distance, austrijski teoretičar umjetnik, kustos i teoretičar novih medija Peter Weibel naziva erom odsutnosti, odnosno razdobljem radikalne odsutnosti i telematske prisutnosti (Weibel, 2005). Flusser je otišao korak dalje u razmatranju prijenosa informacija i komunikacija na daljinu. Prije svega temeljna razlika jest da tehnika nije ljudsko oruđe, a mediji nisu samo "produžeci čovjeka". Mediji su kao i tehnika u cjelini informatičke naravi, jer prema Flusseru, pojam tehnike (tehničke slike) generira stvarnost i svijet. Radi se o prijenosu društvenih odnosa između subjekata, koji stvaraju telematsko društvo, ono koje razmjenjuje informacije i komunicira na daljinu. Suvremena moda, u tom kontekstu, nalazi svoj identitet jer se ona i odvija na daljinu kao medijalizirani događaj u veličanstvenoj perfromativnosti tijela. Nastupila je era absencije u kojoj se drugačije uspostavlja tijelo i tjelesnost te se vrijeme i prostor drugačije počinju

razumijevati. U tom kontekstu suvremena moda označava novu medijsku platformu u kojoj se spajaju vrijeme, prostor i tijelo u pokretu. Tijelo u novim medijima istodobno je odsutno i prisutno.



Sl. 26. Hussein Chalayan, *LED Dress*, jesen/zima, 2007. godina.

Rad Husseina Chalayana obilježila je upotreba tehnologije u suradnji s tijelom. On uključuje tehnologiju u modne instalacije i kolekcije, dok Iris van Herpen tehnologiju smatra temeljnim polazištem suvremene mode. Van Herpen je u tom smislu otišla korak dalje u istraživanju uvjeta kojim tehnologija oblikuje modnu siluetu. Njezino shvaćanje i eksperimentiranje s tijelom i materijalima, na svim razinama suvremenog modnog dizajna, svjedoči o originalnosti, naglasila je važnost modne siluete i *oplemenila* tijelo. Za razliku od Chalayana, van Herpen suptilno koristi tehnologiju u suradnji s tijelom, stvarajući nježne obrise i predstavljajući meke, voluminozne modne objekte. Tehnologija ne predstavlja više *dodatak*, već se radi o potpunom prihvaćanju tjelesnoga s tehnološkim. Istraživanje temeljnih elemenata vatre, vode, zemlje i zraka, van Herpen uključuje u rad na tragu McQueena. No ona to čini u većoj mjeri u materijalnosti tijela, prikazujući prozračne odjevne objekte koje nalazimo u prirodi. Međutim, suvremenu modu, u kontekstu preobrazbe tijela, mijenja pojava fotografije, a potom i filma. Stoga je u ovom radu prednost dana upravo području fotografije i

filma, kako bi se pokazale promjene paradigme u modi koje su dovele do preobrazbe tijela, ali i odijela. Iako neki dizajneri, poput Chalayana, izravno uključuju medije kao produžetke, fotografija i film radikalno mijenjaju reprezentaciju mode. Zahvaljujući novim medijima, modni performansi i predstavljanje kolekcija odvijaju se, kako je najavio Flusser, na daljinu. Modna kuća Maison Martin Margiela u tom smislu predstavlja kolekciju *Couture* jesen/zima iz 2012. godine u kojoj nema publike, no postoji kamera koja sve nadzire i snima (Sl. 27). Modna fotografija i modni film otišli su korak dalje u razmatranje odnosa moda, tijelo i tjelesnost. Najznačajnije promjene u suvremenoj modi odvile su se u kontekstu modne fotografije, modnog filma i modnog performansa, i sve to pod vidnim utjecajem medija. Stoga je pojam medija temelj za razumijevanje promjene paradigme koju je moda *doživjela* početkom 1990-ih godina.

Sl. 27. Maison Martin Margiela, *Couture*, jesen/zima, 2012. godina.

Sl. 28. Iris van Herpen, *Syntopia*, 2018. godina.

3.1. Modni film - od zlatnog doba Hollywooda do umjetničko-dokumentarnih modnih filmova

Nastanak *modnog* filma nakon 1990-ih godina kao nove mogućnosti izvedbe tijela, kao i pojave tijela na ekranu, važno je područje koje spaja teorije mode i medija te područje filma i fotografije. Film i fotografija u kontekstu suvremene mode predstavljaju plodno područje u kojem se istražuje nastanak novog ekraniziranog tijela. Sigurno je da su film, a prije toga i fotografija, omogućili uvid u novi pojam tijela i stvarnosti. Nastankom fotografije i filma proces *posredovanja* radikalno mijenja svoj tijek; posljedica toga zauvijek je promijenjeno modno tijelo. Veza između mode i filma te, naposljetku, nastanka pojma *modni film* nakon 1990-ih godina, traje od razdoblja klasičnoga igranog filma i velikih zvijezda pa je stoga potrebno ukratko kronološki opisati na koje je načine film utjecao na modu i obrnuto. Važno je naglasiti kako modni film nije žanrovski određen, kako navodi hrvatski filmolog Nikica Gilić: "Klasifikacija pojedinačnih djela u skupine ili razrede, međutim, iznimno je važna u govoru o svakoj umjetnosti" (Gilić, 2007: 9). No modni film ne pripada filmskoj vrsti, rodu niti žanru, a nazivamo ga *filmom.* Stoga u tom smislu pripada u određeni međuprostor između roda, vrste (filmskog tipa) i žanra jer koristi sve navedene kategorije za svoju reprezentaciju. Kod modne dizajnerice Iris van Herpen radi se o dokumentarnom modnom filmu koji prati proces njezina rada, kod Nicka Knighta radi se o eksperimentalnom filmu i miješanju različitih medija. U igranom filmu postoje mnoga filmska ostvarenja, koja su istaknuta u ovom radu, a koja su spojila područje filma i mode te značajno utjecala na modnu praksu i stil. Modni film pripada području dokumentarnog, igranog i eksperimentalnog filma (temeljnih filmskih rodova), ali je potrebno naglasiti da je modni film i dalje neutemeljena filmološka kategorija. Što se tiče filmskih rodova, kako je jasno klasificirao Gilić, postoje žanrovi igranog, dokumentarnog i eksperimentalnog filma (Gilić, 2007), no zbog velikog utjecaja filma na modu, modni film ne pripada samo i isključivo jednom rodu, vrsti ili žanru. Modni film se pojavljuje u različitim kategorijama, u različitim žanrovima, može se sastojati od igranih i dokumentarnih dijelova. Stoga je klasifikacija u ovom radu nešto drugačija jer se povezuje s filmom i modom tijekom klasičnog igranog filma, modnim dokumentarnim filmom i reklamnim umjetničkim modnim filmom.

Potrebno je istaknuti posebnu svezu filma i mode, jer su filmovi predstavljali novi stil i nove ideje za masovnu publiku. Film je, kao i moda, uistinu na radikalan način promijenio

stvarnost, ideju tijela i tjelesnosti na ekranu. Film je modom mijenjao društvena pravila, postavljajući *novu* modu za *novu* publiku. Američka glumica Mae Marsh pristala je 1912. godine pokazati svoje gole noge, riskirajući skandal, u paradigmatskoj sceni u špilji u filmu *Man's Genesis* (*Čovjekova geneza*) redatelja D. W. Griffitha. Hollywood je već 1910. godine počeo dovoditi slavne dizajnere i kostimografe da osmisle filmske kostime. Francuski modni dizajner Paul Poiret, 1911. godine, snima svoju ljetnu kolekciju nazvanu *The Thousand and Second Night*, inspiriranu istočnjačkim harem-hlačama[12] te tu kolekciju kasnije koristi za reklamne svrhe. Coco Chanel bila je 1920. godine angažirana da dizajnira za američku glumicu Gloriu Swanson, no Swanson je prezirala tamne i čiste šanelovske neukrašene linije koje nisu bile prikladne za fotografiranje. Pojavila se nova generacija dizajnera i kostimografa koji su razumjeli vezu između zvijezda, filma i mode. U tu skupinu kostimografa svrstavamo američku kostimografkinju Edith Head, koja se usavršavala kao asistentica američkom kostimografu Travisu Bantonu - također jednom od najpoznatijih dizajnera 1930-ih godina, značajnom po odijevanju njemačko-američke glumice Marlene Dietrich. Uspjeh Edith Head sastojao se u tome što je uspijevala zadovoljiti svoje zvijezde, odijevajući ih u tada aktualni američki stil, preuzet od francuske mode, a dizajnirala je nosivu modu. Njezin poseban dizajn uvijek je odražavao duh vremena; kada je Christian Dior 1947. godine predstavio *New Look* sa svojim značajno dužim suknjama, ona je odbila odrediti dužinu svojim haljinama u filmovima za koje je tada dizajnirala, čekajući da se smire reakcije na takvu modnu promjenu. Tek je na samom kraju 1940-ih godina Head počela dizajnirati duže haljine. Njezina objava *New Look-a* bila je 1950. godine u filmu *Sve o Evi* (*All about Eve,* r. Joseph L. Mankiewicz), u kojem glumica Bette Davis nosi bogato podstavljenu, *party cocktail*-haljinu golih ramena koja je potom postala ikona u modnom kontekstu (Sl. 29).

[12] Francuski modni dizajner Paul Poiret unosi velike promjene u odijevanju žena: uveo je hlače u visoku modu, koje će kasnije postati općeprihvaćen odjevni predmet za sportske aktivnosti i korištenje slobodnoga vremena. Harem-hlače označivale su oslobođenje od zapadnjačkih normi i konvencija. U kontekstu veze mode i filma, Poiret radi iskorak prema kreativnijem i slobodnijem pristupu kostimu, često preuzimajući elemente Dalekog Istoka.

Sl. 29. Bette Davis u filmu *Sve o Evi* (*All About Eve,* 1950. godina)

Uloga dizajnera i kostimografa na filmu, od 1950-ih godina, promijenila se u odnosu na hollywoodski sustav odijevanja, kada je američka glumica Audrey Hepburn od Huberta de Givnenchyja, pariškog *couture* dizajnera, zatražila dizajniranje odjeće koju će ona nositi u filmu *Sabrina*, redatelja Billya Wildera, 1954. godine (Sl. 30). Upravo je Head odradila studijski rad na kostimima, a odnos Hepburn - Givenchy stvorio je *Hepburn Look* koji je utjecao na sljedeće desetljeće, a posebno na najznačajniju obožavateljicu toga *looka*, nekadašnju američku prvu damu Jacqueline Kennedy. Klasična kinematografija bila je, pritom, usko povezana s pojmom *haute couture*[13] u Europi, posebno s francuskim modnim dizajnerima i velikim zvijezdama (poput Grace Kelly, Audrey Hepburn i Kim Novak), a od sredine 1950-ih godina, usponom televizije, film doživljava svojevrsnu prekretnicu. Oba filma u kojima se pojavljuje Audrey Hepburn, *Sabrina* i *Smiješno lice* (*Funny Face*, r. Stanley

[13] Franc. *haute couture*, izraz za visoku modu, dizajniranje odjevnog predmeta po mjeri isključivo ručnom izradom.

Donen, 1957. godina), postala su mjesto transformacije ove glumice uz modni kostim (Bruzzi, 1997: 6).

Sl. 30. Audrey Hepburn u filmu *Sabrina* (*Sabrina*), 1954. godina, kostimografija Hubert de Givenchy.

Iako su kostimografi i dizajneri, poput Huberta de Givenchya, i dalje bili značajni u svijetu filma, odnos mode i filma radikalno se mijenjao pod utjecajem ulične mode. Ipak, zahvaljujući visokoj modi kostimografi su dobili veći stupanj autonomije na filmu. Moda i film u zlatno doba Hollywooda predstavljali su značajnu svezu između odijevanja na filmu, vizualizacije likova i potrošačkoga društva. Moda se predstavljala na filmu i na drukčije načine; od filma američkog redatelja Roberta Altmana *Prêt-à-Porter*, iz 1994. godine, do dokumentarnog filma njemačkog redatelja Wima Wendersa *Bilješke o odjeći i gradovima* (*Notebook on Cities and Clothes*)*,* iz 1989. godine - o počecima japanske dekonstrukcije koji prati kreativni proces rada modnog dizajnera Yamamota. Kratki film američkoga redatelja Martina Scorsesea *Proizvedeno u Milanu* (*Made in Milan*), iz 1990. godine, posvećen je radu talijanskog modnog dizajnera Giorgia Armanija. Filmovi koji prate proces rada dizajnera postaju standardom posljednjih nekoliko godina, kada dizajnerica Iris van Herpen ponovno naglašava proces rada u suvremenom modnom dizajnu, iako su takvi kratki dokumentarni filmovi postojali već i početkom 1990-ih godina. Možemo ustvrditi da je glavni razlog ovog *povratka* interesa za promatranje procesa rada modnoga dizajnera istovjetan onome što pokazuje Boris Groys, teoretičar avangarde i suvremene umjetnosti, govoreći da je nužno dokumentiranje rada suvremenih umjetnika (konceptualnih, performativnih i umjetnika instalacija u prostoru), jer se time u procesu demokratiziranja umjetnosti na kraju 20. stoljeća nastoji odbaciti svaki oblik stvaralačkog idealiziranja ne samo umjetnosti, već i kreativnoga procesa (Groys, 2008: 53-66). Dodajmo ovome još i to da se u doba digitalnih mreža sve više proširio interes za cjelokupno medijsko praćenje nastanka modnog dizajna, ali, isto tako, i usporednog svijeta u kojem se pojavljuju modni dizajneri kao nositelji figuracije novih životnih stilova, što su posebno doveli do transparencije Karl Lagarfeld i John Galliano. Na taj način povezuje se proces dokumentiranja događaja nastanka novoga u kulturi s onim što pripada začaravanju masovne publike s njezinim fetišiziranim idolima. Već krajem 1960-ih godina španjolski modni dizajner Christóbal Balenciaga ustvrđuje kako *haute couture* više ne postoji (Mendes; de La Haye, 1999: 24). Vidljivo je to mnogo ranije na primjeru filma *Funny Face* (r. Stanley Donen), iz 1957. godine, u kojemu se pojavljuje mlada Audrey Hepburn odjevena u crne *Capri*-hlače i crnu dolčevitu (Sl. 31), što je do tada bila nepoznanica u svijetu filma i dotadašnje bogate kostimografije. Sličan je primjer i Kim Novak (Sl. 32) koja je, također, bila odjevena u crne hlače i dolčevitu u filmu *Bell, Book and Candle* (*Zvono, knjiga i svijeća*, r. Richard Quine, 1958), a koja izgleda poput pripadnice tada popularnog *beatnik-*

stila.[14] Mnogi filmovi postaju reference za modne promjene i ukazuju na veliku moć filma u oblikovanju modnih stilova.

Sl. 31. Audrey Hepburn u filmu *Smiješno lice* (*Funny Face*) iz 1957. godine.

[14] *Bitnik*-stil postojao je tijekom 1950-ih i 1960-ih godina uz supkulture koje su se odijevale pretežito uz crno, a stil je bio prepoznatljiv po dolčevitama i francuskim kapama.

Sl. 32. Kim Novak u filmu *Zvono, knjiga i svijeća* (*Bell, Book and Candle*), 1958. godina.

Tijekom 1980-ih godina film i moda prolaze radikalnu promjenu. Visoke moda više nema u filmovima, znameniti kostimografi i dizajneri sve manje rade s redateljima, nema više ni klasičnog filma. Talijanski modni dizajner Giorgio Armani dizajnirao je za film *Američki žigolo* (*American Gigiolo*, r. Paul Schrader, 1980. godina), u kojemu se pojavljuje mladi američki glumac Richard Gere kao simbol afirmacije muške mode i slobode u eksperimentiranju bojama i tkaninama u paradigmatskoj sceni odijevanja (Sl. 33). Ovaj film predstavio je vezu i bliskost između modnog kostima i *ready-to-wear* mode (Bruzzi, 1997: 7).

Sl. 33. Richard Gere u filmu *Američki žigolo* (*American Gigolo*), 1980. godina.

Što se u međuvremenu dogodilo s modom i filmom te zašto je njihov odnos važan za istraživanje područja teorija mode, medija te, naposljetku, i samoga filma? Film i moda odbacili su neke svoje bitne značajke tijekom vremena. Ponekad je moda na filmu pokrenula masovne trendove kao što su, na primjer, sportske majice s odrezanim ovratnikom i grijači za noge, koji su korišteni u filmu *Flashdance* (r. Adrian Lyne, 1983. godina) i potom pokrenuli masovni trend. Neki filmovi, slijedili su tradiciju pa su funkcionirali poput modne revije od početka do kraja filma. Primjer toga film je *Zgodna žena* (*Pretty Woman,* r. Garry Marshall, 1990. godina), u kojem se pojavljuje američka glumica Julia Roberts kao svojevrsan lik Pepeljuge, ali i filmovi poput *Moja draga Lady* (*My Fair Lady*, *r*. George Cukor, 1964. godina) i *Briljantin* (*Grease,* r. Randal Kleiser, 1978. godina). Kostim prostitutke koju na filmu glumi Julia Roberts (u visokim i uskim čizmama, uz top i kratku minicu), od svih kostima prikazanih na filmu, postao je iznimno važan za izgled mladih 1990-ih godina (Sl. 34).

Sl. 34. Julia Roberts u filmu *Zgodna žena* (*Pretty Woman*), 1990. godina.

Kao i u slučaju filma *Sabrina*, i film *Zgodna žena* konstruira sličnu bajku o mladoj ženi koja postaje drukčija mijenjajući svoj izgled, odjeću, a time i svoj ekonomski status (Bruzzi, 1997: 15). Suvremeni dizajneri sa Sedme avenije često su surađivali u osmišljavanju kostima za filmove, međutim, njihov stil nikad nije prevladao u odnosu na postojeći lik. Kostimografiju za američke produkcije radili su američki dizajneri Calvin Klein, Donna Karan i Ralph Lauren koji je najpoznatiji u tom segmentu zbog rada na filmu *Annie Hall* (r. Woody Allen iz 1977. godine), s američkom glumicom Diane Keaton. Keaton je nosila svoje vlastite odjevne predmete s Laurenovim potpisom i utjecala na žensku publiku koja je godinama nakon toga, nosila odjeću na neopterećen i slobodan način, poput glavnog lika toga filma. Od kraja 1960-ih godina tip ženske zvijezde se raslojava, o kojemu će biti više govora u sljedećem poglavlju. Upravo Diane Keaton zadržava određene osobine tipa dobre prijateljice[15], kako bi 1990-ih došlo do "očite revitalizacije tipa (koja prati revitalizaciju romantične komedije)" (Kragić, 2005: 14). Ipak, sveza moda - film ne može se sagledavati jedino u ovom kostimografskom kontekstu koji je, svakako, važan element filmske priče. Ono što film nudi u modnom smislu vidljivo je tek nakon 1990-ih godina, nastankom kratkih umjetničkih poludokumentarnih modnih filmova. Zahvaljujući novim tehnologijama, ali i potrebom da se moda premjesti s modne piste na ekran, modni film postupno se profilirao kao važan element u istraživanju u teorijama mode. Iako autorice poput Stelle Bruzzi i Pamele Church Gibson, film i modu istražuju već više od trideset godina, na ovom teorijskom području nema dostatan broj drugih relevantnih istraživača. Stoga je i namjera ovoga poglavlja analizirati što je moda na filmu te kako su oba pojma i područja utjecala jedan na drugoga, započevši od razdoblja klasičnoga hollywoodskog filma.

Modne filmove možemo, stoga, podijeliti na sljedeći način:
1. film i moda tijekom klasičnog igranog filma,
2. modni dokumentarni film,
3. reklamni umjetnički modni film.

Film više ne služi kao jedinstven doživljaj za gledatelja i taj se proces odvio upravo pod velikim utjecajem televizije, VHS-a i DVD-a, što je posebno promijenilo doživljaj filma

[15] Tip dobre prijateljice, prema tipologiji ženskih zvijezda Enna Patalasa, označuje se kao "idealna partnerica momka iz susjedstva koji je treba kao prijateljicu i pomagačicu... dobra prijateljica nije predmet borbe muškarca koji se tada ponajprije bore za društvene ideale" (Patalas, 1963: 180).

uopće. Decentralizacija filma, a time i mode koja se pojavljivala na filmu, rezultirala je novim tipom komunikacije. Britanska teoretičarka mode, Pamela Church Gibson u tom kontekstu govori o "slikama koje se prelijevaju na ekranima", stvarajući na taj način nov način gledanja modnog tijela na ekranu (Church Gibson, 2012: 11). Nova slika filmskog događaja sada predstavlja tijelo koje više nije estetizirano i stilizirano na ekranu, već je medijski unaprijed konstruirano za novu vrstu slike *modnog* filma. U modnom filmu tijelo se unaprijed određuje svojim sadržajem i strukturom te predstavlja eksperimentalnu i hibridnu tjelesnu izvedbu. Tijelo se pojavljuje u modnom filmu kao *proces*, od nastanka odjevnog objekta na filmu, ali ne više u kontekstu kostimiranja, do potpune medijalizacije tijela i njegovog performativa. Sve veća pojava *modnog* u kontekstu teorije, ali i filozofije filma važno je područje koje spaja teorije mode, medija i izvedbe. Film i moda razvili su snažnu vezu, još od doba klasičnog Hollywooda do današnjih umjetničkih dokumentarnih modnih filmova. U sljedećem poglavlju nastojat ćemo predstaviti to područje u kojem se ponajprije želi naznačiti kakvo se tijelo pojavljuje na filmu nakon 1990-ih godina i koja je njegova zadaća u pokretnim slikama u kontekstu modnog predznaka na filmu te koje su nove mogućnosti performativa tijela i tjelesnosti.

3.1.1. Utjecaj zvijezda Hollywooda u modnom filmu i modni kostim

Velik utjecaj ženskih filmskih zvijezda na modu najizraženiji je u razdoblju od 1930-ih do 1940-ih godina. Ženske zvijezde postale su ikone stila za masovnu publiku (Buxbaum, 2016: 54). Kostimi zlatnog doba Hollywooda naglašavali su prirodnu ljepotu pojedine zvijezde, ali su kasnije poslužili i kao važna referenca za modne dizajnere. Hollywood je, u modnom kontekstu, služio kao stroj za postavljanje modnih normi i onoga što je trenutačno bilo *in fashion* (hrv. *moderno*), ali je i otvorio put prema daljnjem razmatranju odnosa filma i mode. Klasični film Hollywooda bio je povezan sa snažnim razvojem industrije i zasnovan na fordizmu, podjeli rada nužnoj za masovnu proizvodnju. Prije svega odisao je pragmatičnim duhom i poštivanjem patrijarhalnih normi. Prostor scene u klasičnom filmu konstruiran je prema liniji radnje (*rampa*), ili na liniji od 180 stupnjeva, što je osiguravalo zajednički prostor iz kadra u kadar. Uspostavljao se pregledan odnos među likovima i time je prostor jasno određen tako da gledatelj uvijek zna gdje su postavljeni likovi. Modus filma tehniku čini nevidljivom, (Peterlić klasični stil naziva *nevidljivim stilom*, jer se autorske, odnosno redateljeve intervencije skrivaju, ili su barem takve da ne smiju odvraćati pozornost od glavne radnje). Kadrovi se slažu prostorno i vremenski linearno, a izbjegava se gledanje glumca i

glumice izravno u kameru. Zanimljivo je da se ta nevidljivost stila zamjenjuje drugim karakteristikama. U klasičnom hollywoodskom filmu priče se organiziraju žanrovskim obrascima, koji su oduvijek služili filmskoj industriji za proizvodnju i marketing filmova. Žanrovi, baš kao i filmske zvijezde, pojavili su se kao potreba sustava za diferenciranjem proizvoda. Svaki žanr imao je prepoznatljiv niz uobičajenih obilježja koja su se provlačila kroz priču, vizualni stil, likove, mizanscenu, glazbu, a uključene su bile i filmske zvijezde. Žanrovi se sastoje od specifičnih sustava (obrazaca) za stvaranje određenih očekivanja i pretpostavki s kojima gledatelji dolaze u kino. Ovi obrasci nude način da se donose zaključci o onome što se događa na ekranu: zašto se odvijaju određene radnje i događaji, zašto likovi tako izgledaju, zašto govore i ponašaju se na određeni način, a to je sve važno u kontekstu proučavanja mode i filma. Razina onog što je *vjerojatno* razlikuje se iz žanra u žanr. Zapjevati iz čista mira primjereno je mjuziklu, ali nije baš i u trileru, ili ratnom filmu. U tom smislu, žanrovski sustavi pretpostavljaju pravila, norme i zakone. S obzirom na sustav zvijezda (kinematografski fenomen koji se odnosi na razinu popularnosti i prepoznatljivosti zvijezda), a koji se temelji na jamstvu da će se što veći broj gledatelja reagirati na pojavu nekog glumca, razvijaju se tipovi koji tvore strukturu. Struktura se održava društvenim i psihološkim interesima publike u korelaciji s industrijom u određenom vremenskom periodu. Stoga je važno predstaviti vezu mode i filma u zlatno doba Hollywooda, budući da od toga razdoblja možemo sagledati odnose između zvijezde, filma i modnog obrasca koji se potom postavlja. Moda i film uzajamno su utjecali jedno na drugo, ne samo u dizajniranju kostima za filmski ekran, već i pojavom pojma modnog kostima koji zatim u potpunosti prelazi u modni objekt.[16]

[16] Modni kostim prelazi iz klasične kostimografije i nalazi se između kostimografskog rješenja i mode *ready-to-wear*. Ovaj proces promjene vidljiv je već 1970-ih godina kada postoje izravne sveze između modnog kostima i, primjerice, ulične mode. Jedan od primjera je film *Foxy Brown* (r. Jack Hill, 1974. godina) i estetika *Crnih Pantera*, koja je potom bila inspiracija za britansku modnu dizajnericu Grace Wales Bonner za kolekciju proljeće/ljeto 2015. godine. Drugi primjeri prelaska modnog kostima u *ready-to-wear* postoje u kolekciji Johna Galliana inspiriranoj filmom *Pobješnjeli Max 3: Thunderdome* (*Mad Max Beyond Thunderdome*, r. George Miller i George Ogilvie, 1985. godina), u kojoj se dizajner bavio pojmom imaginarne žene ratnice (Sl. 35). Granice između modnog kostima, *ready-to-wear*, a potom i modnog objekta, jače su izražene u modi nakon 1990-ih godina, posebno u stvaranju američkoga dizajnera Ricka Owensa.

Sl. 35. John Galliano, kolekcija za *Christian Dior Couture* inspirirana filmom *Pobješnjeli Max 3: Thunderdome* (*Mad Max Beyond Thunderdome*), 2001. godina

U klasičnom hollywoodskom filmu tradicionalno se proizvode junaci i junakinje usmjereni prema svome cilju, odnosno, rješavanju problema koji su, u današnje vrijeme, nerijetko povezani sa spašavanjem svijeta. Pojam *sreće* pretpostavlja ostvarenje heteroseksualne ljubavne veze, kao glavne teme filma. Klasični Hollywood oslanja se na takozvani klasični narativni stil u kojemu se priča kreće prema razrješenju *problema.* Montažni rezovi su nevidljivi i nije potreban svjestan napor gledatelja da bi se pratila radnja filma, a gledatelja se potiče na identifikaciju s likovima. Proučavanje zvijezda povezano je s proučavanjem žanrova u filmu. Zvijezda je manje fluidna kategorija i povezana je s određenim glumcem ili glumicom. Tipovi zvijezda nastaju kao sveza između određenih glumaca, ili glumica, i uloga koje oni tumače, a neke smo već naveli u prethodnom poglavlju kao značajne za odnos mode i filma. Tipologija ženskih zvijezda u klasičnom filmu veoma je važna za modu, budući da su upravo te glumice predstavljale nove modne izraze i služile za popularizaciju tadašnjeg raskošnog modnog dizajna. Pojam modni kostim koristi se ovdje kao sveza između kostimografskog rješenja i modnog odijela. Treba reći da kostimografija nije moda u cjelini njezinih značenja, ali se filmom i kostimom dolazi do specifičnih modnih odjevnih elemenata, pa i stilova, koji su trajno zapisani u povijesti i teoriji mode. Preko tipologije pretežito ženskih zvijezda modni kostim utemeljio se kao važan element u filmu, ali i u modi. Služeći se socijalnom tipologijom zvijezda, njemačkog povjesničara filma Enna Patalasa, možemo navesti da postoji osam temeljnih tipova ženskih zvijezda (Patalas, 1963), s kojima ćemo pokušati dovesti u vezu film i modni kostim. Prvi tip u Patalasovoj tiplogiji zauzima *naivka* koja je vrlo često "…duge kovrčave (svijetle) kose, srcolikih usana, velikih očiju i trepavica…" (Kragić, 2005: 3). Ženski likovi koje tumače glumice poput Mary Pickford, Florence Lawrence i Lillian Gish obilježeni su kao naivne djevojke bez životnog iskustva. Primjerice, u razdoblju od 1910-ih do 1920-ih godina pojavljuje se i muška zvijezda kao čovjek od akcije i djela, ali i junak *western*-filmova. U muškom kontekstu 1920-ih godina pojavljuje se latinski ljubavnik u liku Rudolpha Valentina i Ramona Navarra te lik mondenke koji najavljuje težnju oslobođenja od tradicionalnih poredaka. Hrvatski filmolog Ante Peterlić navodi kako je tip latinskog ljubavnika "osoba kojoj na prvom mjestu nije 'obligatna' borba za pravdu, nego osvajanje ženskih srdaca, i to prema svim pravilima romantičnog zavodništva" (Peterlić, 2008: 105). Mondenka je, pak, tip koji se pojavljuje nakon Prvog svjetskog rata kao težnja za ženskom emancipacijom (Kragić, 2005: 9) i ostaje dugotrajan tip zvijezde u filmu. Sredinom 1930-ih godina, u muškom kontekstu, pojavljuje se momak iz susjedstva i tip dobre prijateljice, poput američke glumice Katherine Hepburn. Tip dobre prijateljice može uspostaviti paralele s tipom djevice ili naivke; ona je dobra u svojim postupcima i nije toliko

ovisna o muškarcu. Dobra prijateljica nema u Patalasovoj tiplogiji toliko izražene crte osobnosti, ali u nju se ubraja veći broj glumica (od Claudette Colbert, Jean Arthur, Rosalind Russell do Ginger Rogers), pretežito "paradigmatskim za tip smatra zvijezde *screwball*-komedije 1930-ih" (Kragić, 2005: 13). Ovaj tip, iako ne toliko karakterno izražen, odaje "mladenačku vedrinu i bezbrižnost" (Patalas, 1963: 183). U Patalasovoj tipologiji postoji i lik fatalne žene (franc. *femme fatale*), kao "svojevrstan negativ djevice čijem je idealu suprotstavljena" (Patalas, 1963: 50). Fatalna žena, vrlo čest lik i u modnom sustavu, osobito kod dizajnera Thierryja Muglera, Jeana Paula Gaultiera i Versacea, tamnokosa je ljepotica i zavodnica čiji lik može biti pozitivan i negativan. Glavne predstavnice su Lyda Borelli i Pina Menichelli, dok su za modu važne Ava Gardner, Rita Hayworth, Veronica Lake, Lauren Bacall. Fatalna žena, u povijesti filma i mode predstavlja zanimljiv tip za istraživanje ovoga područja, s obzirom na to da se taj tip dalje razvija u vamp.[17] U ranijem razdoblju, 1930-ih godina, vamp je žena magičnog magnetizma koji uništava muškarca zbog sudbinskih okolnosti. Muškarac, koji prati ženski tip vampa često je gangsterski junak, tip koji je povezan sa žanrom gangsterskog filma i pojavljuje se u novom Hollywoodu. Osnovna razlika između vamp i *femme fatale* bila bi, kako navodi Kragić, sljedeća:

"U Patalasovoj definiciji vamp je povezan uglavnom s imaginarnim ambijentima koji podcrtavaju artficijelnost tipa, koji je i reakcija na sve realističnije likove koji se pojavljuju dolaskom zvučnoga filma i koji u temelju predstavlja lik žene dijametralno suprotstavljene muškarcu (stoga za njega i nepoznanicu), ali koja uništavajući muškarca, uništava i sebe pri čemu je, kao važna distinkcija u odnosu na fatalnu ženu, bitno da vamp uništava ne zbog zloće, nego zbog sudbinskih okolnosti." (Kragić, 2005: 7).

Film *Prohujalo s vihorom* (*Gone With The* Wind, r. Victor Fleming, 1939. godina), s tadašnjom zvijezdom Vivien Leigh, u velikoj je mjeri utjecao na modu, ali i tadašnji stil. Kostimograf Walter Plunkett dizajnirao je više od 40 kostima samo za Leigh, što je ujedno i najviše promjena na filmskom platnu u povijesti (Butchart, 2016: 74). Ovaj je film nedvojbeno utjecao na Diorove kolekcije 1950-ih godina i njegovu *H-liniju* iz 1954. i 1955.

[17] Vamp je specifičan tip *Prohujalo s vihorom* u tipologiji filmskih zvijezda, vrlo često superioran i očaravajuće ljepote, ali nejasan i često povezan s imaginarnim ambijentima. Njegova definicija vampa "odgovara tipu koji Morin naziva *božanska* (*la divine*), koji je u njega "podjednako tajanstven i neovisan kao fatalna žena, ali i podjednako čist i osuđen na patnju kao mlada djevica" (Morin, 1984: 21).

godine, a paradigmatska *barbecue dress*[18] lika Scarlet O'Hare postala je neiscrpna inspiracija toga vremena (Sl. 36). Ne slučajno, tip fatalne žene u modnoj se povijesti, ali i kasnije, pojavljuje kao referenca na filmove sredine 1940-ih godina. Američka glumica Lauren Bacall utjelovljuje nešto blažu verziju *femme fatal* u filmu *Duboki san* (*The Big Sleep*), redatelja Howarda Hawksa iz 1946. godine, s Humphreyjem Bogartom. Nadalje, tip fatalne žene snažnije su predstavile na ekranu Rita Hayworth u filmu *Gilda* (r. Charles Vidor, 1946. godina) i Ava Gardner u filmu Ubojice (*The Killers,* r. Robert Siodmak, 1946. godina), ali je Bacall modnim elementima osvojila filmski svijet svojim prepoznatljivim pogledom i izgledom (Butchart, 2016: 14). Na tom tragu modni dizajner John Galliano, 2010. godine, radi svojevrsni *hommage* film *noiru* i Lauren Bacall, koristeći svjetlucave balonere i plavokose modele nalik glumicama toga vremena. Izravnu referencu na film *Marnie* (r. Alfred Hitchcock, 1964. godina) radi i Alexander McQueen za kolekciju jesen/zima 2005. godine. Uzevši lik američke glumice Tippi Hedren kao inspiraciju, kolekcija je predstavila klasične kostime na nasljeđu Edith Head, koja je bila i glavna kostimografkinja filma. Hitchcockove paradigmatske plavokose glumice neiscrpna su inspiracija za modne dizajnere, posebno McQueena i Galliana u kolekcijama iz 2005. i 2009., u kojima se referiraju na film Ptice (*The Birds,* r. Alfred Hitchcock, 1963. godina) (Sl. 37).

[18] Američka glumica Vivian Leigh u filmu *Prohujalo s vihorom* (*Gone With the Wind*, r. Victor Fleming, 1939) nosi bijelozelenu haljinu od muslina, prema dizajnu kostimografa Waltera Plunketta.

Sl. 36. Vivian Leigh u filmu *Prohujalo s vihorom* (*Gone with the Wind*), 1939. godina.

Sl. 37. Alexander McQueen, *Widows of Culloden*, jesen/zima, 2005-2006. godina.

Početak 1940-ih godina obilježen je i tipom gubitnika u muških glumaca (junaka-gubitnika kod Bogarta) i *pin-up*-djevojkom. *Pin-up* veoma je važan tip, jer se razvija u vrijeme rata i odnosi se na američke glumice istaknute ljepote poput Marilyn Monroe i Betty Grable. Hrvatski filmolog Ante Peterlić za *pin-up*-tip navodi kako se radi o privlačnim glumicama koje su "izazovne, raskošne, bujne i rasne ljepote" (Peterlić, 1990: 325). U modi se *pin-up* pojavljuje kao *revival* stila kasnih 1940-ih i 1950-ih godina, kao odraz pobune protiv

konvencionalnih vrijednosti. Zahvaljujući ženskim zvijezdama, poput američkih glumica Elizabeth Taylor, Natalie Wood, Grace Kelly i već spomenute Marilyn Monroe, ženska je publika prigrlila haljine stegnute u struku i *Capri*-hlače da bi u kasnijoj modnoj povijesti došlo do miješanja raznolikih odjevnih elemenata 1950-ih godina, koji se u modi pojavljuju i danas. Postoje i prijelazni tipovi zvijezda, dok se neki razvijaju u neke druge tipove, što ponekad može biti nepovoljno po karijeru određenog glumca ili glumice. Ti tipovi odgovaraju strukturi vrijednosti društva u datom povijesnom trenutku. Američka glumica Elizabeth Taylor primjer je raznolikih promjena tipova na filmu, "kao dijete glumica pa sve do *Mjesto pod suncem* ona je naivka (djevica, prema Patalasovom radikalnijem nazivu za tip), zatim postaje dobra prijateljica, pa mondenka (emancipirana žena), pa *femme fatale* (*Kleopatra*)" (Peterlić, 2010: 328). Film *Kleopatra* (*Cleopatra*) redatelja Josepha L. Mankiewicza iz 1963. godine i glavni lik Kleopatra (Sl. 38), inspirirao je Galliana za njegovu kolekciju za francusku modnu kuću *Dior Couture* proljeće/ljeto iz 2004. godine, u kojoj se dizajner referira na Kleopatru, Nefretiti i Tutankamona bogatim dekorima i zlatom (Butchart, 2016: 85) (Sl. 39).

Sl. 38. Elizabeth Taylor kao *Kleopatra* u filmu *Kleopatra* (*Cleopatra*), 1963. godina.

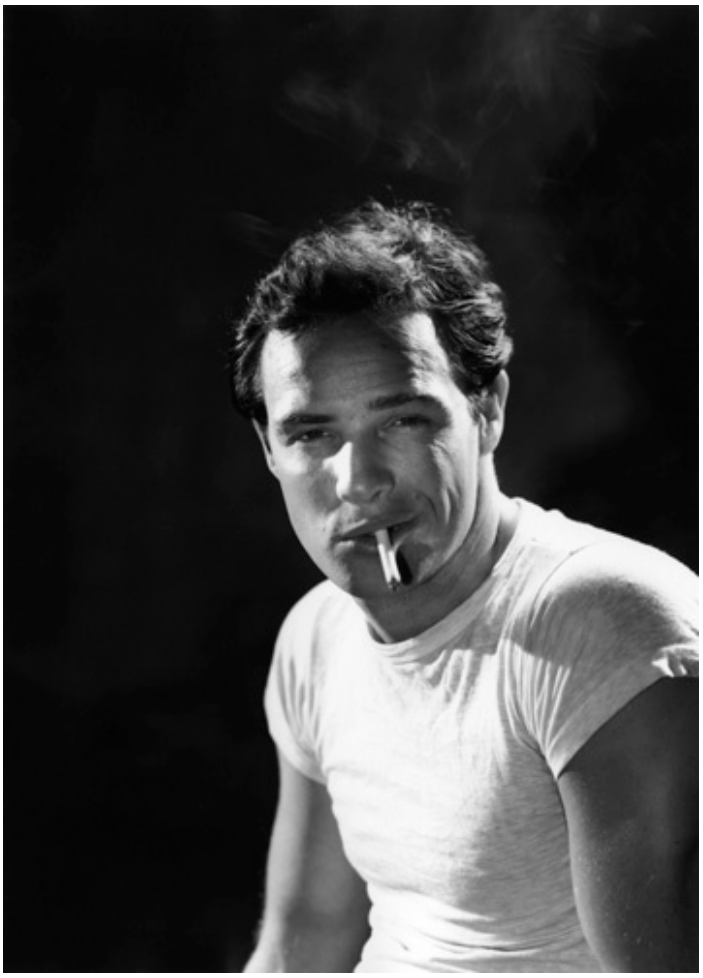
Sl. 39. John Galliano za *Christian Dior Couture*, inspiriran likom *Kleopatre*, proljeće/ljeto, 2004. godina.

McQueena zanima lik Kleopatre i u njegovoj Egiptom inspiriranoj kolekciji jesen/zima iz 2007. godine, u kojoj prevladava specifičan kroj odjevnih elemenata. Fascinacija Kleoptarom proširila se i na ostale industrije povezane s modom pa je tako američki fotograf Richard Avedon fotografirao slavnu manekenku Suzy Parker za modnu kampanju *Revlon*, nazvavši je jednostavno *Cleopatra Look* 1962. godine (Sl. 40).

Sl. 40. Modna reklama Revlona - *Cleopatra Look* s poznatim modelom Suzy Parker, fotografirao Richard Avedon, 1962. godina.

Nadalje, 1950-te godine obilježene su tipom buntovnika bez razloga, karakteristične za američke glumce Marlona Branda, Jamesa Deana, Paula Newmana i pojavom tipa nimfete. Nimfeta u Patalasovoj tipologiji označuje tip mlade, duhovno nezrele djevojke, pretežito vođene emocijama. Ovaj tip ponajviše je popularizirala francuska glumice Brigite Bardot kao njegova najveća zvijezda (Kragić, 2005: 16). Bardot se pojavljuje kao "potpuno utjelovljenje nimfe" koja se "nudila jer se to njoj sviđalo, čime se potvrđivala, za razliku od pin-upa, kao subjekt" (Patalas, 1963: 255). S Brandovim filmom *Divljak* (*The Wild One*), r. László Benedek iz 1953. godine većina mladih toga doba nosila je kožne jakne do struka, dok je s prethodnim filmom *Tramvaj zvan čežnja* (*A Street Car Named Desire*, r. Elia Kazan, 1951. godina), obična bijela majica postala simbolom butnovništva (Buxbaum, 2005: 77) (Sl. 41). U modnom kontekstu tip buntovnika bez razloga vidljiv je u filmu *Plačljivko* (*Cry-Baby*), iz 1990. godine, redatelja Johna Watersa s američkim glumcem Johnnyjem Deppom i kostimografom Van Smithom. Depp je izravna sveza s Brandom, Deanom i Elvisom u filmu *Zatvorski rock* (*Jailhouse Rock*, r. Richarrd Thorpe, 1957. godina), odjeven u bijeli *T-shirt*, traperice i crnu kožnu jaknu, šarmantan, ali i fatalan za žene. Kostimograf Waters iskoristio je

rockabilly revival i pojam delinkvencije u filmu, dok je talijanska dizajnerica Miuccia Prada za kolekciju iz 2015. godine predstavila ženske delinkventice odjevene u prsluke i kožne jakne s maramama oko vrata.



Sl. 41. Marlon Brando u filmu *Divljak* (*The Wild One*), 1953. godina.

Kriza sustava zvijezda pojavljuje se 1960-ih godina, a rezultat je gubljenje vidljivih odrednica tipova pa pojedini glumci i glumice utjelovljuju više tipova odjednom, a pritom su neki čak i kontradiktorni. Kako navodi i Peterlić: "U razdoblju od početka 1960-ih do sredine 1970-ih godina činilo se da je došao kraj sustavu zvijezda, tom (uz žanrove) osloncu dotadašnjeg planiranja filmske proizvodnje u tržišno orijentiranim kinematografijama, osobito američkoj" (Peterlić, 2010: 323). Obilježja likova su, i prema Peterliću, u najčvršćoj vezi sa žanrovima te promjene i razvoj doživljavaju i žarnovi u najužem smislu. Nadalje, stvara se sustav zvijezda u *novom* Hollywoodu na primjeru američke glumice Jodie Foster, međutim, ne postoji tek jedan tip zvijezde, već u svakom razdoblju postoji više različitih tipova u kojima su neki tipovi trajniji (kao što smo vidjeli na primjeru mladenke, ili čovjeka od akcije), a neki

kratkotrajniji (poput *flapper*-djevojke). Trajni tipovi evoluiraju i dobivaju na taj način nove karakteristike. Tipovi se, kako navodi i Peterlić, razlikuju unutar jednog spola, u kojem je jedan obično dominantan, a drugi sekundaran, onaj koji ne prevladava već postoji u određenom razdoblju (Peterlić, 2010: 324). Svojstva karakteristična za zvijezdu jednog spola mogu fluktuirati, postajati s vremenom svojstva drugog spola. Poteškoće rade i tzv. *karakterni glumci*, specijalizirani za složene likove. Karakterni glumci mogu, ali i ne moraju, pripadati nekom tipu u sustavu, često imaju i drugu glavnu ulogu. Peterlić navodi kako, ipak, specifične probleme stvaraju *regenerating stars*, dakle, zvijezde koje se obnavljaju, inkarniraju drugačije likove i mijenjaju tip unutar sustava (Peterlić, 2010: 324). Ženska zvijezda koja je imala bogatu karijeru, mijenjajući različite uloge, bile je, već spomenuta, Elizabeth Taylor, koja je ulogom Kleopatre spojila raznolike tipove unutar sustava. Te vrtoglave promjene omogućile su joj da postane, u modnom kontekstu, jedna od najznačajnijih inspiracija orijentalno inspiriranim kolekcijama Galliana i McQueena, a još je i dokazala kako je ona važnija od samoga filma. Elizabeth Taylor dokazala se Kleopatrom "… kao karakterna glumica (pa i dobitnica *Oscara*), zarađuje najviše koliko samo Hollywood pruža. U najskupljem spektaklu ta ljepotica iz tvornice snova dobiva ulogu legendarne zavodnice te je, iako se film pokazao promašajem, ona izvan toga promašaja, ona može opstati kao i film kao takav, kao moć koju je teško uzdrmati i koja će gledatelju i dalje priušćivati nove užitke" (Peterlić, 2010: 327). Svojim izgledom, modnim kostimom i utjecajem na žensku publiku, modna industrija mijenja svoj impuls, prati filmsku zvijezdu te se i sama regenerira. Naime, pod regeneracijom modnog impulsa, može se i uvući svojevrsni *revival* stilova, koji se pojavljuje u modi nakon 1990-ih godina. Drugi slučaj regenerirajućih zvijezda pripada američkoj glumici Jodie Foster, koja je imala vrlo sličnu karijeru kao Taylor. Mijenjajući tipove unutar novog sustava zvijezda, Foster je "prostitutka, gangsterska cura, *samrtnica*, osoba zbog koje se ubije, ali koja je i sama kadra tako nešto pokušati - uloge su koje su dobrim dijelom tumačile tzv. karakterne glumice" (Peterlić, 2010: 331). Oba lika u modnom smislu, predstavila su duh 1970-ih godina, slobodu i neopterećenost. Lik Travisa Bicklea (*Robert de Niro*) i Iris (Jodie Foster) u filmu *Taksist* (*Taxi* Driver, r. Martin Scorsese, 1976. godina), snažno su utjecali na tadašnju publiku, ali i na kasnije kolekcije koje radi talijanska modna kuća *Gucci*, francuski *Louis Vuitton* i američki *Marc Jacobs*, referirajući se izravno na ovaj film (Sl. 42 i sl. 43).

Sl. 42. Jodie Foster u filmu *Taksist* (*Taxi Driver*), 1976. godina.

Sl. 43. Marc Jacobs, *ready-to-wear*, proljeće/ljeto, 2011. godina.

Današnji je Hollywood, ipak, stvorio zvijezde iz drugih kinematografija, tako što ih je sveo na razinu *lokalnih* zvijezda. Zanimljivo je i da se stvara spoj *femme fatale*, vamp i emancipirane žene u ulogama američkih glumica Demi Moore, Sharon Stone, Kathleen Turner i Michelle Pfeiffer u filmu *Batman se vraća* (*Batman* Returns, r. Tim Burton, 1992. godina). Izravna sveza filma i lika *Catwoman/Selina Kyle* (hrv. žena mačka) vidljiva je u radu dizajnera Thierryja Muglera i njegove kolekcije za proljeće/ljeto 1997. godine, a potom i za Studio *The Blonds* i njihovu kolekciju iz 2014. godine. Važno je istaknuti da zvijezdu ne stvaraju samo filmovi, dakle, uloge i interpretacije, već u tome aktivno sudjeluju promocija i publicitet glumca i glumice uz veliku potporu modnog sustava. Kako se tipologija ženskih zvijezda od Hollywooda mijenjala, tako se promijenila i uloga pretežito ženskih glumica u modi. Jasno je to ustvrdio i Peterlić, jer navodi kako je "očevidno da je *pin up* postao i više sekundarni tip, njega su istisnule manekenke, *poster*-djevojke" (Peterlić, 2010: 342). Dakle, mankenke mogu biti vamp, dobra prijateljica ili *pin up*, a modni sustav omogućuje im na taj način velik utjecaj na publiku. Kako je precizno ustvrdila pariška modna kreatorica Elsa Schiaparelli, "ono što Hollywood kreira danas, do sutra će već biti na vama" (Haggard, 1990: 6).

3.1.2. Filozofija modnoga filma i tjelesne preobrazbe

Filozofija filma i ideja može li se filmom misliti u kontekstu stvaranja kratkog modnog filma i nove kategorije tijela, naizgled nemaju mnogo poveznica. Možemo li filmom misliti, ili nam film stvara svojim složenim mehanizmima djelovanja nametnuto mišljenje, ili se, pak, radi o dojmu koji film ostavlja? Kako se u filmu i njegovom djelovanju na pojam tijela stvaraju novi tjelesni izvedbeni elementi te pojavljuje li se pojam *modni* film - koji označuje novi performativ tijela i mijenja koncept tjelesnosti na ekranu? Pokret koji postoji u pokretnim slikama označuje novi koncept izvedbenosti tijela. Već u konceptu pukog medijskog posredovanja, od *stvarnoga* tijela do *tijela na filmu* dolazi do radikalne promjene i razumijevanja što je tijelo, ili što je ono bilo, u predodžbi prije stvaranja pojma tijela. Od Merleau-Pontyja i njegova razmatranja o filmu kao *bitka-u-svijetu* do Deleuzeova koncepta *tijela bez organa*, tijelo na ekranu poprimilo je mnoge transformacije upravo njegovom izvedbom. Ukoliko se priklonimo tezi da *film ne misli, već opaža*, postavlja se i pitanje što i kako se opaža na filmu? Možemo li tvrditi da je filmska umjetnost fenomenološke naravi? Nadalje, što spaja filozofske pristupe filma i *modni* film? Ipak, ukoliko film doista misli, je li on, kako navodi francuski teoretičar Dominique Chateau, *dio konceptualnog mišljenja*?

(Chateau, 2011: 129). Riječ je, dakako, o pojmu (ne)materijalnosti na filmu i pokretu koji uvijek upućuje na nekakvu promjenu, pokret i radnju. Važno je naglasiti da ova metodologija nije primjenjiva na sve filmove, jer kako je jasno ustvrdio francuski teoretičar Gilles Deleuze, "misao u filmu pripada *dobrim filmovima* i *velikim autorima*" (Deleuze, 1983: 7). Ali, modni filmovi ne pripadaju velikim autorima niti to žele, već im je temeljna namjera arhivirati proces stvaranja medijaliziranog, estetskog tijela u pokretu. Kako se tijelo kreće, ono ispunjava medijski prostor i vrijeme filma, ali i uranja u proces neprestane tjelesne transformacije. Ideja filma, koji se isključivo bavi pojmom tijela koje je estetizirano i medijski konstruirano, vidljiva je u upravo u modnom filmu. Njegova je temeljna ideja tijelo, koje sada više ne reprezentira odijelo ili odjeveno tijelo. Kako onda pristupiti tako složenoj formi filma kada govorimo o medijalizaciji tijela na ekranu, koje je pritom modno i eksperimentalno? Subjekt koji se pojavljuje s tijelom na filmu označuje interakciju s vanjskim svijetom, dok tijelo označuje međuprostor djelovanja. Tijelo u filmu, u ovom slučaju, jest i modno i filmsko tijelo. O *tjelesnom* u filmu ne možemo govoriti isključivo kao o konceptu materijalnosti na filmu. Tjelesni karakter modnog filma ujedno je i njegova svrha. Kako tvrdi Merleau-Ponty, "promatrajući tijelo u kretanju, bolje se vidi kako ono nastanjuje prostor (i, uostalom, vrijeme), jer se kretanje ne zadovoljava time da trpi prostor i vrijeme, ono ih uzima aktivno, hvata ih u njihovu izvornom značenju" (Merleau-Ponty, 1978: 116).

Modni film kao žanr u području filmologije ne postoji, međutim, o njemu se zadnjih desetak godina u području teorija mode i teorija medija posvećuje mnogo znanstvenog i istraživačkog rada. Film i moda imali su tijekom povijesti neraskidivu svezu, jer film bez utjecaja odjevno-modnog elementa ne postoji. Ovdje ne treba miješati pojam odijevanja na filmu i mode u filmu, jer razlika postoji ponajprije između mode i odijevanja. Moda se uvijek ostvaruje u kontekstu između kulture, umjetnosti i industrije, dok je odijevanje povezano s tjelesnim procesom - koji ne mora nužno biti modni. Modni film profilirao se otuda kao pojam u teorijama jedne od vodećih teoretičarki ovoga područja Stelle Bruzzi, britansko-talijanske teoretičarke koja je 1997. godine objavila knjigu *Undressing Cinema: Clothing and Identity in the Movies: Clothes, Identities, Films* i postala utemeljiteljica područja modnog filma. Iako se ovakav tip filma tek kasnije uspostavio zahvaljujući prevlasti digitalizacije cjelokupne vizualne kulture, film se u kontekstu modnih teorija istražuje u svezi s konstrukcijom identiteta, ali i kako bi se naglasio na koje načine *modni* element sudjeluje u konstrukciji filmske slike i njezinog tijela. Moda se, u ovom kontekstu, ne istražuje kao kostimografski element koji postoji u svim filmskim slikama, a koji je također važan za skopički režim filma,

već se želi naglasiti kako se gradi identitet lika i njegova tjelesnost. Kostimi u filmu predstavljaju *spektakularne intervencije* na tijelu (Gaines 1990; Bruzzi 1997; Landis 2012), ali nije dovoljno istraživati odjevne elemente, već to kako oni korespondiraju s tijelom (Monk, 2010). Modni film na taj je način, vrlo često, pogrešno interpretiran, kao moda u filmu ili filmska kostimografija, no on predstavlja novu medijaliziranu sliku tijela, dok odjevni elementi daju potporu u razvoju vizualnosti i naglašavaju spektakularizaciju modne slike te redizajniraju pojam tijela i tjelesnosti.

Fenomen modnog filma pojavljuje se zahvaljujući digitalnoj slici i novom tipu kulture, iako je moda postojala u filmu kao odijevanje i dizajn kostima, a tek se usponom novih digitalnih tehnologija pojavljuje pojam *modni film*. Prema tome, iako povijest modnog filma počinje puno ranije od veoma značajne knjige Stelle Bruzzi, on se profilirao zahvaljujući pažljivo odabranom metodološkom okviru između mode, filma (medija) i izvedbe. Intermedijalnost[19] je, pritom, ključni pojam u razumijevanju modnog filma, jer se ona ocrtava zahvaljujući ovim trima područjima. Zahvaljujući filmu kao mediju, moda je dobila priliku vizualno se predstaviti, kao visokoestetizirana slika u pokretu, a tjelesni načini prezentacije u potpunosti su se prilagodili mediju filma. Ovaj tip filma, modni film, ne priklanja se modnoj fotografiji, niti modnoj reklami, već ujedinjuje ta dva područja pa je, stoga, važno područje istraživanja u teorijama mode, teorijama slike, kao i u istraživanju novog tipa korporalnosti. Film je kao medij i kao umjetnost istodobno materijalan, tj. tjelesan, ali i virtualan - on je *materijalni duh* (Perez 1998). Naglasak u modnoj slici uvijek se temelji na prikazivanju tijela i njegovih mogućnosti, dok odijevanje na filmu predstavlja svojevrsnu taktilnu transmedijalnost.[20] Modni film, prije svega, ima zadatak redefinirati, redizajnirati i rekonstruirati koncept tijela na filmu. Nove izvedbene prakse koje se pojavljuju na filmu vidljive su u filmovima s početka 1990-ih godina (primjerice *Terminator 2 - Sudnji* dan, r. James Cameron, 1991.) - na tijelu Terminatora i njegovoj mogućnosti stalne preobrazbe. Ta se preobrazba, međutim, nije odnosila samo na tjelesne mijene Terminatora T-1.000 već i na glasovne identitete (Codeluppi, 2016: 119). Već od početka 1990-ih u filmu se sve veća pažnja posvećuje mogućnostima tehnoloških preobrazbi tjelesnog identiteta likova. Takvo tijelo, koje je

[19] Pojam intermedijalnosti odnosi se na preuzimanje jednog medija i njegove citatnosti u drugi mediji. Umnažanjem medija dolazi se do svojevrsne *medijske nečistoće* gdje se stvarno značenje medija ne može odgonetnuti.

[20] Pojam *taktilne transmedijalnosti* označuje novu tjelesnu praksu tijela u medijima te kako se ono ponaša na ekranu.

redizajnirano za sliku, pojavljuje se kao nova mogućnost tjelesne preobrazbe na filmskoj slici. Tijelu Terminatora, dakako, prethodio je film austrijskog režisera Fritza Langa *Metropolis* iz 1927. godine s likom Marije, no *ona* nema mogućnost potpune tjelesne preobrazbe i pretapanja u druge objekte. Ono što je modni film učinio iznimno važnim u transformaciji ne samo žanra, već i medijske logike filma jesu nove mogućnosti promjene tijela kao takvog, ali i načini izvedbe tijela na ekranu. Prije stvaranja modnog filma pojavljuju se kratki filmovi koji prate proces izrade odjevnog objekta i koncept izvedbe modnog događaja.[21] Stalna mijena tijela na ekranu može se jasno odrediti pojmom *tekućeg tijela* (Codeluppi, 2016), ali i *metastaziranog tijela*, kako ga naziva Baudrillard (1988: 47). *Metastazirano tijelo* se može beskonačno mijenjati i neprestano je u tjelesnim prijelazima. Ne slučajno, to je moguće u medijski konstruiranoj filmskoj slici, jer se tijelo u modi pojavljuje kao jedina mogućnost prevođenja u *tekuće,* promjenjivo tijelo bez jasnog identiteta. Digitalne obrade, u kojima se likovi mogu tjelesno mijenjati neovisno o odjevnom elementu, razvile su se u doba sve većeg utjecaja visoke tehnologije na konstrukciju lika u filmu. Dobar primjer ovoga procesa posljednji je film američkog režisera Martina Scorsesea *Irac* (*The Irishman*) iz 2019. godine, u kojemu su lica glavnih protagonista (Robert De Niro, Al Pacino i Joe Pesci) vidljivo, gotovo neprirodno, pomlađena tehnologijom. Koliko je tehnologija *de-age*[22] pomogla da se u filmu tijela i njezini aspekti približe realnom tijeku vremena te koliko ona predstavlja novo područje unutar filmske teorije još je nedovoljno istraženo područje unutar filmologije, međutim tehnologija je svakako važna za koncept tjelesnih modifikacija koje pripadaju sada modnoj pokretnoj slici. Proces starenja tijela sada se može ubrzavati, ili usporavati, i on označuje karakter modnog filma - pretapanje tijela i odjevnog elementa, kao jedno od glavnih označitelja u filmskoj slici, više ne kao kostima ili dekora, već kao uvjeta za preobrazbu tijela i njegova identiteta. Tijelo na filmu postalo je interes filmske prakse "porastom vidljivosti tijela i korporalnosti u postmodernoj teoriji i medijskoj praksi" (Šakić, 2017: 200). Teorijski koncepti tekućeg i metastaziranog tijela sada dobivaju vizualizaciju u filmu, a ne više samo u obliku fotografije ili reklame. Stoga se tu pojavljuje jasna sveza mode i filma, kao nove mogućnosti dekoriranja vizualnih aspekata likova, transmedijalne taktilnosti tijela i nove

[21] Modni događaj definira se kao unaprijed medijski konstruiran događaj u suvremenoj modi u kojem je naglašena performativnost tijela. Pojam događaja odnosi se, pak, na definiciju Alaina Badioua (*franc. l'événement: događaj*), preuzet od Gillesa Deleuzea (Paić, 2017: 344-361).

[22] Tehnologija *de-ageing* (engl. *de-age*) koristi se u filmu kako bi se promjenio izgled protagonista/ice, najčešće u svrhu pomlađivanja, a ostvaruje se CGI-tehnologijom (engl. CGI - *computer-generated imagery*: kompjutorski generirana aplikacija koja dizajnira slike).

spone tijela i odijela. Tu sponu čini film i odvaja tijelo od vanjskog svijeta, dok ga, paradoksalno, uvlači u profilmsko.[23] Takvo tijelo snimljeno na filmskoj vrpci levitira između onoga što u stvarnosti postoji kao tijelo i onoga što je snimljeno kao tijelo na filmu. Kada govorimo o tijelu na filmu i tijelu u filmu "ono filmu može biti tematska odrednica, sadržaj, ali ne i forma" (Šakić, 2017: 200). Ono što se događa s tijelom tehnologijska je preobrazba, u kojoj se gubi mogućnost razlikovanja onoga što je autentično. Karakter takvog, podvostručenog tijela, ima zadaću predstaviti ga kao medijalizirani estetski objekt, što i jest temeljna oznaka modnog filma. Na taj način, kao i u području izvedbenih umjetnosti, filmsko modno tijelo doživljava konceptualni obrat: od tijela na filmu koje se prikazuje kao dio priče, do tijela koje je *uvjet* za postojanje modnog filma. Tijelo se razumije kao ona mogućnost preobrazbe u događaju u mnoštvo likova (Paić, 2013: 6), kao antropološka, ali i performativna činjenica. Što se, dakle, želi postići nastankom modnog filma i je li on uopće potreban kao nova filmološko-medijska kategorija? Što sada takav tip filma znači za područje filozofije filma?[24] Apsolutna afirmacija tijela u medijaliziranoj *zbilji,* simulacijskom procesu koji u tijelu preobrazuje sve dotadašnje oznake *ljudskog* i partikulira identitet, ono je što modni film označuje u svojoj biti. Modni film naglašava da tijelo djeluje u sada umjetno stvorenom prostoru, jer je suvremena moda jedino i moguća ne više kao materijalna stvar, već kao (ne)materijalna virtualna izvedba u filmu.

Pojavom fotografije i filma u proces posredovanja ulazi tehnika (zatim i tehnologija) te radikalno mijenja odnos subjekt-tijelo-slika. Film životu mijenja smisao i medijski oblikuje tijelo, ali i radikalno mijenja pojam filmskog jezika i slike. Pojam tijela i tjelesnosti na modnom filmu karakterizira tjelesna promjena i dinamizam, zahvaljujući prije svega tehnici, a potom, i tehnologiji. Ono što je temeljno obilježje modnoga filma omogućeno je upravo

[23] Pojam profilmske stvarnosti razvio je francuski filozof i estetičar Étienne Souriau 1951. godine; on opisuje osam temeljnih razina filmske stvarnosti. Profilmska stvarnost odnosi se na stvarnost snimljenu kamerom. Usp. članke *Afilmsko*, *Dijegeza*, *Filmofansko*, *Filmografsko*, *Profilmsko i Souriau*, *Étienne* u Filmskoj enciklopediji.

[24] Filozofija filma područje je koje se razvija pod utjecajem francuskih autora Gillesa Deleuzea, Jean-Luc Nancyja, Andrea Bazina, Dominiquea Chatoa, Merleau-Pontyja, Stanleyja Cavella i mnogih drugih, a koje istražuje odnose između filma i filozofije, kao i refleksivnu prirodu filma. Nancy smatra kako opus Abbasa Kiarostamija ima dimenziju kinematografske metafizike (Nancy, 2001: 45). Hrvatska filmologinja Ivana Keser u tekstu "Tjelesna uvjetovanost filma" istražuje kako “svi koji se s uporištem u filozofiji približavaju filmu pitaju se je li moguće načiniti filozofski film, film koji bi mogao biti smatran relativno autonomnim filozofskim djelom?" (Keser, 2015: 533).

tehnološkim, a to je pojam novoga performativa tijela, kao i stvaranje novoga filozofijskoga pojma tijela. Pod pojmom novoga performativa misli se sljedeće: novo *značenje* tijela koje svojom izvedbom označuje tijelo kao estetski i modni objekt. Naime, modnim filmom, ukoliko se on uspostavi kao stabilan i autonoman, želi se reprezentirati estetizirano tijelo koje nastaje kao nužan proces filmske slike. Važno je, pritom, naglasiti kako se to ne odnosi na sve žanrove unutar područja filmologije, jer u suprotnom govorimo o *modnom* koji postoji u svakom filmu. Jednako tako, ne može se govoriti o filozofiji filma za svaki film, već kako Deleuze ustvrđuje *dobrim filmovima* i *velikim autorima* (Deleuze, 1983: 7). Filmom se, prije svega, dokazuje nestanak tradicionalnog pojma slike, iako je to već vidljivo kod fotografske slike. Dolazi do promjene odnosa, ne samo slike, već i jezika samog u kojem lingvistička razina slike mijenja svoj smisao i stvarno značenje. No, postavlja se i pitanje stvarnog značenja takve vrste filma? Stoji li iza takvih slika još uvijek jezik i može li se on semiotički raščlaniti, ili je posrijedi nešto sasvim drugo? Fotografska slika bila je ključna za razumijevanje tehničke, a kasnije i digitalne, slike, no ona je prije svega povezana s linearnošću teksta, jer tehničke slike[25] preuzimaju funkcije vezane uz linearne tekstove.

Modnim slikama u filmu želi se naglasiti nova vrsta tjelesne reprezentacije, kao i filmski medij koji mijenja percepciju i upućuje na promjenu tijela, a ne više linearnost teksta koji stoji iza slike. Gilles Deleuze posebno naglašava film-pokret koji uvijek upućuje na

[25] Pojam tehničke slike preuzet je od česko-brazilskog filozofa Vilèma Flussera i označuje novu vrstu slika koje imaju znanstveno-tehničko podrijetlo. Svijet prema Flusseru više nije naša projekcija, nego isključivo projekcija i konstrukcija medija. Ono što je *slično* sada se pojavljuje u virtualnom svijetu i time obje realnosti pokazuju svoju "punktualnost". Slika koja dovodi u pitanje i sam pojam slike upravo su tehničke slike. Nužno je uz pomoć tehnničkih slika izgraditi novi most prema "svijetu", a on se izgrađuje jedinstvom znanosti, umjetnosti i tehnike. Kako navodi i Paić "svijet nije otuda ništa drugo negoli "kodificirani svijet" - mreža znakova, simbola, slika. U tom pogledu Flusserov pojam svijeta nije fenomenologijski, već je hermeneutički. Svijet se razumijeva s pomoću "umjetnih" znakova kojima se društva međusobno sporazumijevaju" (Paić, 2008: 119). Digitalna tehnička slika ne odbacuje jezik ni tekst, uključuje ga, ali njegovu linearnost obrće u strukturalni, kibernetički način operativnosti. Tekst je sada primarno znanstvenog karaktera, svoju realizaciju nalazi u tehničkim slikama. Tehničke slike one su koje daju značenje svijetu i izravne veze s tradicionalnim, umjetničkim, kultnim i magijskim, a kako navodi i Paić "svijet tehničke slike umjetni je svijet virtualne/digitalne realnosti. Flusser je otuda povukao najradikalniji mogući zaključak. Sve što proizlazi iz promjene paradigme slike u digitalno doba mora nužno zahvatiti sva područja ljudskih djelatnosti…" (Paić, 2008: 127).

"promjenu, promjenu, migraciju, mijenu dobā. To ništa manje ne vrijedi za tijela: pad jednog tijela pretpostavlja drugo koje ga privlači i izražava promjenu u cjelini koja ih oboje obuhvaća" (Deleuze, 2010: 16). Postojanje pokreta u filmu odlučujuće je za novi performativ modnoga filma i njegova tijela. Zahvaljujući pokretu dolazimo do cjeline slike, jer pokret odlučuje kakva će biti cjelina slike (Deleuze, 2012: 20). U kontekstu modnog filma, koji je još uvijek nedovoljno istraženo područje, prednost se daje mobilnosti modnog tijela. Ovakav tip pokreta vidljiv je u modnim umjetničkim reklamnim filmovima dizajnerice Iris van Herpen, koja je jasno uočila da se modom bez filma više ne može predstaviti modni proces. Modni proces[26] ne obuhvaća samo stvaranje odjevnoga objekta, već i način njegove performativnosti kroz *filmsko*. Umjetnički kratki modni dokumentarni filmovi započinju još od Wendersove posvete Yamamotu i Japanu (iako bi oni pripali modnim dokumentarnim filmovima, a manje reklamnim umjetničkim filmovima), a van Herpen ih je popularizirala i predstavila do tada skriveni radni proces modnog dizajnera. Razlika između dokumentarnih i kratkih umjetničkih filmova jest u procesu nastajanja filma. Prvi prati često rad jednog dizajnera, primjerice *L'Amour Fou* iz 2010. godine, redatelja Pierrea Thorettona o radu i životu Yvesa Saint-Laurenta, dok potonji imaju namjeru reklamirati umjetničkim procesom. Val filmova koji istražuju živote poznatih dizajnera, kao što su Coco Chanel i Yves Saint-Laurent, koji su uzdignuti do statusa *mita* ili *ikone* u promociji kulture i umjetnosti, ukazuju na važnost povijesti mode ili *baštine* sve do pojave ponovnog kritičkog zanimanja za biografski film, kao transnacionalnog filmskog žanra (Rees-Roberts, 2018: 136). Nasuprot tome, film *Dries* (r. Reiner Holzemer, 2017. godina), intimni je portret belgijskog dizajnera Driesa Van Notena koji naglašava dizajnersku praksu ovoga vrhunskog modnog kreatora visoke mode, proizvodni proces i način stiliziranja njegovih kolekcija. Film je kombinacija profesionalnog i intimnog te daje uvid u oba života Van Notena, snimajući ga na poslu i u privatnom životu.

[26] Modni proces odnosi se na promjenu tijela i tjelesnosti u suvremenom modnom dizajnu nakon 1990-ih godina pod utjecajem medija (fotografije, a zatim modnog filma). Modni proces blizak je pojmu procesnog filma, modne dizajnerice Iris van Herpen, kojim se označuje početni proces nastanka modnog objekta do njegove performativnosti. Proces, također, označuje neprestanu promjenu u kojoj se moda odvija, a koja se potom odražava na tijelo.

Modni filmovi promatraju se kao eksperimentalni marketinški alat modnih kuća koje koriste pripovijedanje i filmsku estetiku za promicanje robnih marki i uspostavljanje bliskih i intimnijih odnosa s potrošačima (Soloanga, 2017: 44). Vidljivo je to u gotovo svim modnim reklamnim filmovima velikih modnih kuća, poput *Chanela*. Naglasak u modnim filmovima ponajprije je na eksperimentalnom načinu *oglašivanja*, jer kao i u slučaju reklamne slike, radi se o namjeri slike, u ovom slučaju slika, za potrošnju. Ali, modni film ima zadatak i eksperimentirati, kolažirati i stvoriti novi pogled na modno tijelo. Promjena tijela u modno tijelo odvija se u modnom filmu - koji treba zavesti gledatelja i uvući ga u ozračje mode. To, zasigurno, ne može modna fotografija, jer nije pokretna slika i nema mogućnosti koje ima film. Modni umjetnički reklamni film profilirao se i kao svojevrsna *on-line* digitalna platforma. Mnoge modne kuće već su 2010. godine počele koristiti film kao svojevrsnu reklamno-umjetničku podlogu. Od 2015. godine talijanska modna kuća *Gucci* predstavlja inovativne reklamne modne kampanje u obliku pokretnih slika. Ali, nisu modne kuće jedine započele s izradom filma za svoje potrošače; u 3-minutnom kratkom filmu *L'Odyssée* iz 2012. godine, redatelj Bruno Aveillan snima za francuski *Cartier,* predstavljajući raskoš i luksuz pariškog proizvođača nakita. Usprkos kratkoj minutaži filma, *Cartier* je pokušao dočarati novo doba kroz medijski filmski spektakl, referirajući se na zlatno doba Hollywooda. Takvu vrstu modnih filmova usvojila je i francuska modna kuća *Chanel* za svoje mirise *Coco* (1991. godina) i *Egoist* (*Égoïste*, 1990. godina). U prvom se pojavljuje mlada francuska glumica Vanessa Paradis kao krhka ptica zarobljena u kavezu, dok u drugom postoji izravna referenca na glumice poput Ave Gardner ili Lauren Bacall, u kojoj modeli manično viču *egoist!* u borbi za svoja ženska prava. Iris van Herpen u modnom kontekstu čini iskorak u modnom filmu, a to je dokumentarni proces film, primjerice *Ludi Naturae Process film* iz 2018. godine koji pomno prati izradu njezinih 3-D modela, ali sada s umjetničkim predznakom. Iako se radi o filmu koji jednostavno prati proces izrade svakog pojedinog elementa, van Herpen je uočila važnost i ovakve promocije svog virtuoznog rada. Suradnjom s raznolikim umjetnicima, tehnolozima i arhitektima, van Herpen se smjestila na samo začelje suvremene modne performativne prakse. Neovisno o tome o kakvom se modnom *filmu* radi, njegova je zadaća vrlo precizna: ostvariti kontakt s gledateljem kakav može jedino i samo film, zavesti ga procesom izrade i na kraju popularizirati *proizvod* mode, kako bi se gledatelj identificirao s likovima ili osjećajem.

Odnos mode i filma nakon 1990-ih godina otišao je korak dalje od klasične kostimografije i modnog kostima. Stoga se nameće i pitanje: je li modni film zaslužio svoje mjesto samo u teorijama mode ili i u filmologiji? Iako modni film, kako smo mogli uvidjeti, nije postao žanr niti se utemeljio kao zaseban *film* unutar mnoštva filmova, sigurno je jedno - modnim filmom promijenio se odnos u samom sustavu mode. Fotografija, iako i dalje važan element suvremene modne prakse, biva ipak zamijenjena modnim filmom, jer jedino filmom možemo predstaviti modno tijelo u pokretu i procesu.

3.2. Modna fotografija i reprezentacija mode - reklamna slika od Barthesa do *Benettona*

Uloga fotografije veoma je značajna za reprezentaciju mode i modnog objekta, posebno suvremenog modnog dizajna nakon 1990-ih godina. U dodiru s novim tehnologijama i promjenjivim idealima ljepote, modna fotografija dokazala se kao politički i estetski provokativan, ekonomski unosan, a ponekad i kao ideološki alat. Kao nedovoljno istraženo područje unutar teorije mode, ali i teorije slike, modna fotografija predstavlja važan spoj umjetničkog, reklamnog i modnog. Ona predstavlja svjedočanstvo o duhu vremena, a ne samo umjetničkim ili modnim tendencijama. Istodobno daje nam uvide u drugačije vrste stvarnosti te omogućuje razumijevanje zašto je svaka fotografija svojevrsna svjedodžba o prisutnosti (Barthes, 2003: 109). S Barthesom je suglasan i američki kritičar umjetnosti John Berger kada u eseju *The Suit and the Photograph* (Berger, 1980), opisuje modu i odijevanje na portretima triju muškarca francuskog fotografa Augustea Sandera, iz 1914. godine (Sl. 44). Opisujući njihovo odijevanje, Berger se pita jesu li fotografije svojevrsno svjedočanstvo o prošlosti, ne samo subjekata, već i mode toga vremena. Fotografija je, kako navodi i Paić, "postala medijem kulture arhiviranja povijesnoga sjećanja" (Paić, 2008: 92).

Sl. 44. Auguste Sander, *Young Farmers*, 1914. godina.

Pritom su osobito važni povijesni aspekti, ukoliko želimo imati temeljito razumijevanje kako je došlo do nastanka *modne* fotografije. U ovom ćemo poglavlju stoga nastojati detaljnije prikazati nastanak i značenje modne fotografije za dokumentiranje duha vremena 20. stoljeća, te pokazati kako se u 21. stoljeću zbiva promjena njezine reprezentacijske funkcije u svim aspektima modnog događaja. Povijest modne fotografije obilježili su ilustrirani časopisi koji nastaju već krajem 18. stoljeća, ali fotografija odjevnih predmeta nije bilo u modnim časopisima i tisku sve do početka 20. stoljeća. Američki izdavač Condè Montrose Nast bio je jedan od prvih koji su zamijenili modne ilustracije fotografijama. Ova promjena iz ilustracije u fotografiju označila je novo doba za modu, ali i fotografiju. Povijest modne fotografije "neodvojiva je od same mode, jer su oba područja povezana s rastom kapitalizma i razvojem masovnoga društva" (Shinkle, 2012: 2). U početku je fotografija korištena isključivo u dokumentarne svrhe kao objektivni prikaz najnovijih modnih tenedencija, međutim, ubrzo se *Condè Nast* okreće *novoj* estetici i idejama modernizma. Uz modernu umjetnost, kao inspiraciju, modna fotografija usko se povezuje i s pojavom potrošačke želje. Početkom 20. stoljeća, uz područje fotografije, usporedno se razvijaju i moderne tehnike oglašivanja. Stoga će i u ovom poglavlju biti govora o pojmu Barthesove reklamne slike, njezinoj namjeri i ulozi. Reklamiranje mode fotografijom olakšalo je modnim kućama njihovo predstavljanje, ali je i promijenilo koncept visoke mode tako da ona više nije skrivena i nedostupna za širu publiku. Oglašivanje je služilo kao masovno posredovan semiotički proces, odnosno svojevrsni poligon za produciranje znakova. Razumijevanje modnih fotografija, otkrivanje njihovih značenja i skrivenih ideoloških poruka uključuje promjenu njihovih semiotičkih struktura, kako bismo ih dekodirali. Gotovo su sve modne fotografije istovremeno u prostoru umjetničkoga, ali i reklamnog, a iako se često nalaze u prostoru efemernog i frivolnog, njihov je značaj nedvojben (Steele, 2005: 62). Debate protiv kalkuliranja izgledom u smislu dobi modela preokupirale su kritičke analize modne fotografije. Ključno je naglasiti da komercijalni i umjetnički aspekti ovdje ne moraju nužno biti u sukobu. Naprotiv, granice između dvaju aspekata modne fotografije sve više postaju nevidljive, što je izraženo u odnosu modne fotografije i modnog filma. Važan doprinos modnoj fotografiji dao je upravo francuski strukturalist Roland Barthes u smislu čitanja reklamnih slika, ali i njegovim paradigmatskim djelom Svijetla komora (*La Chambre Claire*, 1980). Barthesov esej *Le mythe, aujourd'hui* iz djela *Mitologije* (Mythologies, 1957) i njegovo djelo *Système de la Mode* (1967) bave se, između ostalog, načinima na koje retorika i jezik djeluju u modnoj slici. Barthes u tom kontekstu piše:

"Modna fotografija nije bilo kakva fotografija, jer ima malo veze s novinskom fotografijom, ili snimkom[27], primjerice; ima svoja vlastita pravila i zakonitosti; i unutar fotografske komunikacije, tvori poseban jezik koji, bez dvojbe, ima svoj rječnik i sintaksu..." (Barthes, 1985: 5).

Budući da Barthes piše *Système de la Mode* između 1957. i 1963. godine, modna fotografija tada je još uvijek bila "homogeno područje jasno definiranog rječnika i sintakse" (Shinkle, 2012: 4). Naposljetku, jasno je da se ne radi o samo jednom obliku i žanru, kako je Barthes tada mislio, koji zovemo modna fotografija, već se ona sastoji od različitih praksi (editorijali, reklame, dokumentarna fotografija, portretna fotografija itd.) i uključuje širok spektar profesionalnih kreativaca. Istraživanje reklamne slike i njezinog značenja uvelike je pridonijelo razumijevanju, ne samo modne fotografije, već i pojma slike općenito. Retorika slike ima prevlast nad slikom, ali to nije razumljivo tek iz osnova semiotike slike. Naime, za Barthesa je glavni pojam semiotike onaj koji proizlazi iz zadaće i smisla označitelja koji nadodređuje značenje nekog pojma u određenom kontekstu. U tom smislu jasno je da označitelj, kao temeljna struktura pojavljivanja slike, ne može biti ono što je u slici tek pojavno prisutno, bez bitnog odnosa s njezinim referencijalnim okvirom. Odnos između slike i jezika nije samo *odnos*, dakle, nije prevlast jezika nad slikom već je riječ o međusobnom djelovanju u kojem slika ima svoje granice značenja i označivanja. Barthes jasno pokazuje da sustav artikuliranog značenja koji proizlazi iz cjeline slike mora imati utjecaj na njezinu društvenu i kulturnu prihvatljivost u moderno doba. Reklamna slika, kao paradigmatska slika masovne komunikacije, shvaća se samo u procesu označivanja, dok jezik postaje odlučujući način razumijevanja slike za Barthesa, a ne obrnuto. To samo znači da lingvistički kod prethodi vizualnom kodu, a kao krajnji cilj ovoga procesa stvaranja značenja nastaje simbolički trenutak kada slika, zahvaljujući vladavini jezika, poprima novo značenje koje Barthes naziva metajezikom. U tom pojmu sadržana je sinteza ideološkog i kulturalnog poretka značenja, odnosno sada se ono što je prvotno imalo ideološku funkciju proizvodnje masovne svijesti posreduje s pomoću kulture masovne slikovne komunikacije. Barthes proučava reklamnu sliku i zato što je njezina namjena intencionalna, to jest *namjerna*, a njezino značenje *a priori* zadano, što je primjenjivo na narav modne fotografije koja nužno

[27] *Snapshot* (*hrv*. snimka) termin je koji označuje neformalnu fotografiju bez visokih estetskih i umjetničkih karakteristika. Kada je američka tehnološka tvrtka *Eastman Kodak* predstavila javnosti svoj kompaktni fotoaparat pod sloganom *Vi pritisnete okidač, mi radimo ostatak*, on je omogućio napredak i veliku promjenu u primjeni fotografije.

mora biti u funkciji prodaje. Osim toga, fotografija ima mogućnosti odašiljanja informacije bez ograničavanja značenja, jer u fotografiji jedna od razina poruke, odnosno sveza između označitelja i označenog, nije sveza transformacije već snimanja i nedostatka koda. Fotografija je i svojevrsna iluzija vremena. Razlog je taj što se više razvija tehnologija, to je veća difuzija informacije i reklamne slike. Slika je, kako navodi Paić "…generirajući proces medijske uronjenosti u prostoru virtualne realnosti" (Paić, 2008 :24). U modnoj fotografiji "svijet je fotografiran kao dekor, pozadina ili scena, ukratko, kao teatar" (Barthes, 2010: 301), ali unutar nadzora medija kada se radi o suvremenoj fotografiji. Ipak, neke slike izazivaju i zadovoljavaju, dok druge to ne uspijevaju postići. Stoga Barthes kaže, "neka mi se snimka događa, a neka druga ne" (Barthes, 2003: 26). Fotografija mora, pritom, imati privlačnu i zavodljivu strukturu, posebno kada se radi o modi. Ona, kako Barthes navodi u *Svijetloj komori* (1980) "…ne kaže čega više nema, nego jedino i sigurno što je bilo" (Barthes, 2003: 108). Retorika slike za Barthesa govori o analognom, dok pragmatika slike govori o digitalnom, dobu. Kako analogno uvijek prethodi digitalnom, uvijek je korak ispred, tako i Barthesova retorika slike, u ovom slučaju reklamne, prethodi Flusserovim tezama o tehničkoj slici te one supostoje u okviru razumijevanja suvremenih reklamno-modnih fotografija. Za razumijevanje modne fotografije i njenog reklamnog konteksta, Barthesov je doprinos nedvojben, jer, između ostalog, nastaje 1960-ih godina i precizno tumači komunikacijsku funkciju slike, koja se istovremeno može povezati i sa značenjem mode. U djelu *Svijetla komora*, Barthes nastavlja s promišljanjem o fotografiji i dijeli je na *studium* i *punctum*[28]. Fotografija se kategorizira kao vizualna opisna jedinica koja predstavlja stvarnost, a jezik je opis onoga što je na fotografiji. Jezik se smatra elementarnom jedinicom i za njega je on odlučujući medij stvarnosti, jer mora imati mogućnost opisa stvarnosti. Kako smo naveli i u prethodnim poglavljima, za Barthesa moda predstavlja sustav znakova, a jezik postaje odlučujući okvir za razumijevanje mode te je glavni medij govora. Jezik, dakle, postaje temelj sporazumijevanja i ima svoju komunikacijsku funkciju, dok pisanje nije puko objašnjavanje slike, jer ovisi o jeziku, a jezik na taj način jest određen kao označitelj kulture i to ostaje sve do digitalnog doba. Širenje mode putem časopisa i modnih časopisa otuda čini modu proizvodom masovne kulture pa, tako, figuracija modne fotografije postaje zanimljiva semiotička pojava sa svojim kulturalnim označiteljem.

[28] *Studium* je ono što isprva zainteresira gledatelja, to je njezin kontekst, dok je *punctum* točka atrakcije i zaprepaštenja, to je ono što se krije iza fotografije i, iako fotografija nema svoj auditivni element, ona ipak nosi u sebi pripovjedačku snagu (Barthes, 2003: 57).

Reklamna slika omogućuje nam uvid u stanje kulture, jer ona nije simbolički prikaz već prikazuje *ono* što joj je u funkciji i naravi. Barthes tako navodi "…proučavat ćemo samo reklamnu sliku. Zašto? Zato jer je u oglašivanju značenje slike nedvojbeno intencionalno" (Barthes, 1977: 33). Potrošačko društvo 1950-ih i 1960-ih godina nužno zahtjeva nastanak reklamnih slika, s ciljem što veće masovne potrošnje koju kapitalizam, svim raspoloživim tehnikama psihološkog nagovaranja kupca, nastoji uspostaviti novim pravilom igre na tržištu. Slika, kao takva, ima svoja ograničenja. Uistinu, postavlja se pitanje kako značenje, uopće, dolazi u sliku? Kako navodi Barthes:

"Tekst ne *objašnjava* slike. Slike ne *ilustriraju* tekst: svaka slika bila je za mene polazište neke vrste vizualnog kolebanja analogna gubljenju smisla, što ga Zen naziva Šatori; tekst i slike, međusobno se preplećući, žele osigurati kretanje, razmjenu ovih označitelja: tijela, lica, pisma i u njima žele čitati uzmicanje znakova" (Barthes, 1989: 5).

Nedvojbeno je da slika ima značenje kakvo jezik ne može imati, njezino označivanje u poruci je koju krije. Kada Barthes analizira reklamu talijanske tjestenine *Panzani*, tada se radi o onom *postojećem* u fotografiji, a to je *ono* specifično talijansko. Reklamna slika u vizualnoj kulturi određena je trima razinama poruke. Prva je lingvistička i određuje drugu koja je vizualna, a vizualna određuje treću koja je simbolički kod, ili kulturalna poruka koja, naposljetku, određuje stvarnost (Barthes, 1977: 33-37). Vizualni kod ujedno je ikonički i usko je povezan sa simboličkim, dok oba ovise o kulturalnom tumačenju. Prvi kod, jezični, može imati denotativno i konotativno značenje, a drugi, vizualni, ima svoja četiri znaka i ideje o slici (Barthes, 1977: 35). Prva ideja ona je o proizvodu i njegovoj strukturi, dok je druga ona o bojama kao označiteljima kulture, koji su u ovom primjeru tjestenine tijesno povezani s Italijom. Treća ideja o slici ta je da uz nju postoje još dodatni proizvodi npr. rajčica i umak, a četvrta je ideja reklamne slike u kompoziciji same slike. Postoji i dodatna ideja o slici, a to je skrivena ideja o funkciji slike, odnosno ideja da je slika *reklamna*, jer nam govori da se, zapravo, radi o reklami (Barthes, 1977: 35). Diferencijacija denotativnog i konotativnog značenja slike pojavljuje se, stoga, u simboličnom značenju i području realnoga. Simbolična slika postaje konotativna, a denotativna postaje realna. Diferencijacija tekstualnog i slikovnog jest u tome što tekst oslovljava sliku, ali zajedničko im je što su sve riječi i sve slike višeznačne. Ova višeznačnost postavlja pitanje značenja, a odgovor joj je kultura koja tumači slikovno značenje koje je jezično razumno i opisno. Fotografija kao denotativna slika ima

posebno mjesto u ulozi reklamne slike i to zbog novog antropološkog značenja završnog prikaza stvarnosti. Denotacija, naime, izravno predstavlja, a konotacija označuje ono subjektivno u slici. Za precizno *čitanje* slike važno je praktično, nacionalno, kulturalno i estetsko znanje. a jezik slike nije samo cjelokupni odaslani iskaz, već i svi oni iskazi koji mogu biti primljeni. Ne postoji *točan jezik* koji odgovara označenom pa zbog toga Barthes predlaže korištenje klasičnih oblika: asindentona i metonimije. Asindenton je konotacija nastala sumiranjem slika, a metonimija njihovo preneseno značenje, dok "asindenton dominira" (Barthes, 1977: 50). Sintaktička vrijednost jezika prenosi konotacije u slici i te se konotacije kriju u osjećajima, mislima, podsvjesnim doživljajima iza slike koja je puna označitelja. Ono konotativno u slici je za Barthesa ideološko, a označitelj je *konotator* (Barthes, 1977: 49). Sintagma denotativne slike na taj način neutralizira konotativnu sliku, dok denotirana poruka za tjesteninu i umak *Panzani* pomaže stvaranju prirodnih konotativnih poruka, kao što bi bio npr. prikaz obilja. Slika nije čitana u dijelovima, kao što može biti jezik koji je opisuje, ali upravo ta jedinstvenost višeznačnosti daje joj put promatranja, što znači da slika ima svoju sintagmu. Umjetnik/dizajner/fotograf mora komponirati sliku na kvalitetan način da bi oko promatrača promatralo prikazano predvidivim putem s ciljem potpunog crpljenja svih aspekata reklamne slike. Reklamna slika ima otuda svoj način *čitanja*, njezino značenje sastoji se od tri već spomenuta koda: jezičnog, vizualnog, simboličkog ili kulturalnog i, u suvremeno doba, ona mijenja poredak kodova, dok modna fotografija u sebi ima mnogo značenja i ostvaruje se u simboličkoj razini poruke.[29] Poznavanje prirode reklamne slike, koja ima svoju namjeru i funkciju, kao i poznavanje njezinog nastanka kao nusprodukta potrošačkoga društva, može biti povezano s raznim aspektima nastanka hiperproizvodnje. Izravna poveznica konzumerističke proizvodnje i potrošnje moda je koja

[29] Modna fotografija postaje autonomna, čak i kad je naizgled posve reklamna, i na taj se način pokazuje kako ono simboličko ili kuturalno u semiotičkom poretku odlučuje o moći mode kao simboličkoj konstrukciji stvarnosti. Naravno, jasno je da se ta simbolička moć više ne reprezentira onako kako je to opisao Barthes, već sada vizualni kod u sebe integrira *jezik* i *govor* (*la langue* i *la parole* za Barthesa), tako što sama transparencija tijela u modi neutralizira bilo kakav fiksni jezični označitelj (primjerice, fotografije Helmuta Newtona kao paradigmatski slučaj ove radikalne vizualne emancipacije slike-tijela od jezika-tijela). Modeli u modnoj fotografiji, koja može biti i reklamna, ne nose odjeću zbog prodaje u smislu potrošnje materijalnog objekta, već izvode svojim tijelom ono što postaje vodeći performativ *duha vremena* u medijskoj konstrukciji stvarnosti - stil života kao estetsku izvedbu. To je razlog zašto modna fotografija nadilazi reklamnu funkciju u cjelini. Po mojem razumijevanju, Barthes nije ključan autor za razumijevanje modne fotografije, jer je problem taj što moda samo travestirano koristi ovu formu potrošačke kulture za svoje *autonomne* svrhe.

postaje kulturalni sustav i označitelj društva. Modna fotografija može se čitati isto kao i fotografija tjestenine *Panzani* u smislu novog prostorno-vremenskog prikaza. Njezina denotacijska, višeslojna, poruka prikazuje nestvarnost bivanja ondje gdje jesmo i stvarnost onoga što na fotografiji gledamo. Suvremeno doba obilježeno je promjenom paradigme, u kojoj vlada apsolutna estetizacija i vizualizacija. Zadatak modne fotografije jest uhvatiti trenutak onoga što je u modi *sada* i *ovdje*, no i tu pronalazimo poteškoće, jer ono *sada* u modi već je zastarjelo. Denotativna moć modne reklamne fotografije jest u njezinoj višeslojnosti realiteta koji ona nudi. *Ne-realnost* bivanja *ovdje* i realitet bivanja *ondje* u stvarnosti znači kako je naš susret s fotografijom nerealan, jer mi nismo tamo gdje nas fotografija vodi, ali smo svjesni da je u trenutku fotografiranja taj trenutak bio realan.

Osim toga, fotografija ima ulogu nadzora, a obilježena je beskonačnom reprodukcijom, posebno u doba novih medija. Metafizička snaga slike leži u njezinoj gesti, koja prikazuje žaljenje za svijetom prije nastanka fotografije. Ona radikalno mijenja prostor i vrijeme te posjeduje veliku informacijsku vrijednost koju crpi s ciljem komunikacije. Fotografija, nadalje, postoji kao dio društvenog suvremenog odnosa posredovanog informacijama te su svi društveni odnosi posredovani informacijama putem medija. Fotografija za Flussera postaje čin nasilja, jer ima mogućnost oblikovanja stvarnosti, a kao dominantan medij koji je nadomjestio jezik, postavlja drugačije temelje za razumijevanje stvarnosti. Flusser je jedan od najznačajnijih teoretičara medija uopće i njegov se rad smatra polazištem za sva buduća istraživanja fenomena slike, informacija, medija i komunikacije. Konstruirao je sveobuhvatnu, temeljitu komunikologiju kao medijsku teoriju kulture. Čovjek-subjekt koristi tradicionalne tehnike pisanja, računanja, slika i oblika kao pokušaj davanja smisla svijetu. Aparati koji imaju mogućnost binarnog računanja dio su tehničkih slika, a nadomjestak lineranog znak-označitelj-označeno koda sada je tehno-kod. Tehničke slike, kako navodi Flusser "… ne pokazuju nam svoje značenje; već put prema kojem možemo gledati. Ne radi se o tome što je prikazano na tehničkoj slici, već više da su one same poruka" (Flusser, 2000: 49). Mediji generiraju sliku svijeta, a suvremeni svijet simbolički je kodificiran umreženim znakovima. Fotografija koja je zaustavljena u vremenu, ali realna, jer iako je prikaz moguće insceniran, *netko* ga je ipak morao u realnom svijetu predstaviti, nije ni laž ni istina, ona ima svoju ideju i koncept koja prikazuje konstruiranu stvarnost. Ona može biti direktan *prikaz* mode u svrhu reklamne slike kao konzumerističke robe, ili može biti modna po *žanru*. Ključ je u ovom *epistemološkom obratu*: modna fotografija oslobađa se od vodeće uloge metajezika kao što je to potrošnja, odnosno, moderni kapitalizam akumulacije želja (Lyotard to naziva

libidinalni kapitalizam). Ova je emancipacija nužna, jer modni dizajn više nije primijenjena umjetnost, već kreativni dizajn tijela. To znači da se slika-mode pojavljuje kao emancipirano tijelo koje čak i kad prodaje npr. funkcionalnu odjeću nekog *branda*, to čini ne s intencijom prodaje proizvoda, već u smislu egzistencije samoga tijela-mode kao stila života. U tome postaje ključna uloga *zvijezda* (engl. *celebrity culture*), za radikalnu emancipaciju mode-kao-slike od mode-kao-jezika. Kada glavna zvijezda Lynchova filma *Plavi baršun* (*Blue Velvet*, 1986) Isabella Rossellini, reklamira dragulje i nakit, onda je to više od reklame *branda*, jer iza njezinog lica, tijela ne stoji više Barthes i njegova *panzzaniologija*, već čista forma, gotovo platonski jasna, onog što modu sada određuje iz sebe same, a to je da je moda kao slika postala estetska konstrukcija svijeta koji nije nadrealan ili ne-realan, već je to svijet koji tzv. stvarnosti daje značenje banalnosti, trivijalnosti i običnosti u odnosu na svijet mode kao savršenog estetskog privida. Knjige o modnim fotografima gledaju se kao relikvijari, svete knjige, a ne čitaju se kao brevijari.

No, kako je moda spektakl posredovan potrošačkim globalnim kapitalizmom koji se ekspandira do nezamislivih granica, modnu reklamnu fotografiju u nekim je slučajevima teško dekodirati. Reklame talijanske modne kuće *United Colours of Benetton* sredinom 1990-ih godina nailazile su na niz kritika i zgražanja javnosti. Naizgled *modne* (jer čim pročitamo *Benetton*, pomislimo na *ono talijansko* za Barthesa), reklame su prikazivale zazorne prikaze ljudi koji umiru i ljudske organe. Ono što je ova modna kuća primijenila pokazuje moć modne prakse i reklamne slike. Iskoristila je platformu mode, ne bi li pokazala kako smo svi *jednaki*, primjerice u kampanji *White, Black, Yellow* iz 1996. godine u kojoj su prikazana tri svinjska srca nalik ljudskom. U jeku krize s AIDS-om 1992. godine, tadašnji kreativni direktor kuće Oliviero Toscani predstavlja reklamu u kojoj preuzima fotografiju mlade fotografkinje Therese Frare, na kojoj je prikazan umirući *gay*-aktivist David Kirby. *Benetton* je vješto iskoristio pojam spektakla reklamne slike za zaradu, ali i za podizanje određene razine svijesti. Kada 1992. godine *Benetton* koristi fotografiju ubojstva mafijaškoga *bossa* Benedetta Grada u Palermu 1982. godine, potrebno je postaviti pitanje: kakve veze ubojstvo ima s modom? Već u samom nazivu ove modne tvrtke *United Colours* vidljivo je iznimno višeznačno korištenje lingvističke razine poruke. Jesmo li u modi svi ujedinjeni? Dakako, ne radi se ni o kakvom zajedništvu, već o moći simboličke razine poruke u reklamnoj slici. Jedna od najsnažnijih reklamnih slika zasigurno je, navodno, krvlju natopljena majica bosanskog Hrvata Marinka Gagra, ubijenog 1994. godine, ne bi li upozorila na rat koji se zbivao na prostorima Bosne i Hercegovine (Sl. 45). Talijanska modna kuća *Dolce e Gabanna* u svojoj

reklamnoj kampanji iz 1997. godine, prikazala je crno-bijelu fotografiju ženskoga tijela kao da je ukočeno, a gledatelju sugerira *rigor mortis* (Evans, 2009: 217). Spektakularizaciju takvih fotografija, bile one šokantne ili ne, može omogućiti samo moć mode, izuzmemo li novinarsku dokumentarnu fotografiju. Pod spektaklom se misli na pojam francuskog teoretičara Guyja Deborda, a to je nov način posredovanja slikama. Pritom, spektakl se određuje s pomoću tri vodeća pojma: ideologija, kapital i slika (Debord, 1967). Spektakl reklamne fotografije najbolje se može objasniti vizualnom semiotikom tijela kao objekta. U stalnom objektiviranju ljudske želje, potrošački kapitalizam vidi mogućnost novog načina prisvajanja tijela Drugoga, ali sada ne protiv njegove volje, već uz njegov, gotovo oduševljeni, pristanak. To je razlog zašto moda kao vizualni kod digitalnoga doba postaje više od životnog stila. Naime, njezina je moć razmjerna moći začaravanja koju je na početku modernoga kapitalizma Walter Benjamin vidio u procesu paradoksalnog nestanka aure umjetničkoga djela, kada fotografija i film postaju masovni mediji novog posredovanja imaginacije u svijetu. Samo što je sada situacija bitno promijenjena, jer modna fotografija prelazi iz jedne forme slikovnog prikaza-predstave u drugu, s obzirom na mogućnosti koje pruža digitalne tehnologija. Bez obzira na sve te promjene, jedno ostaje neporecivo: predmeti koje posjedujemo nisu stvar potrebe, već hiperpotrošnje kojom gradimo određenu sliku životoga stila.

Sl. 45. Reklamna kampanja Benettona *Bosnian Soldier*, Oliviero Toscani, 1996. godina.

Od Barthesove reklamne slike u suvremenoj modno-reklamnoj slici ostalo je samo konotativno značenje, koje nalazimo i u modi. Za tumačenje suvremene mode digitalnom slikom potrebno je poznavanje kulturalno-povijesnih označitelja koji gledatelju omogućuju lakše *čitanje* znakova i dekodiranje kodova slike. Zbog slikovnog obrata (*iconic turn*) suvremeno je doba prožeto hipervizualnošću i brzinom informacije sa svojim uzročno-posljedičnim odnosom prema modi. Reklamni prikazi mode najčešće dolaze u sasavu modnih kampanja, ili editorijala, koji č nisu esto *buntovnog* karaktera, kao u slučaju *Benettona*, koji je, između ostalog, ostvario veliku zaradu upravo tim fotografijama. *Slikovno* započinje na diferencijaciji onog realiziranog u gledanju, što otvara mogućnost prikazivanja i, sukladno tome, tumačenja slika koje su posredovane novim medijima. Cilj reklamnih modnih fotografija jest potaknuti gledatelja na emociju uzrokovanu estetskim promatranjem fragmenata koji su često roba spremna za globalno tržište. Debordov spektakl uvijek je vizualno posredovan; on ima svoj učinak narkotičnosti i potrošnje, dok nam Flusserove tehničke slike u spoju s tim spektaklom pružaju *novo*, medijalno posredovanje stvarnosti i novo društvo na daljinu. Utoliko *moda kao dizajn tijela*, kako navodi i Paić "postaje kreativno-inventivnom praksom estetiziranja životnoga svijeta" (Paić, 2019: 195). Berger, pak, kaže da "svaka fotografija jest svjedočanstvo, koje potvrđuje i konstruira cjelovit prikaz stvarnosti" (Beger, 2013: 21).

Fotografija, stoga, proizvodi novi, jedinstveni tip svijesti, jer ona predstavlja trenutak bivanja *ondje*, ali ne i svijest da je nešto *tamo.* Tako nastaje nova kategorija mjesta i vremena u kojoj su neposredno i posredno usko povezani. Denotirana poruka je višeslojna i ona stvara novu stvarnost u bivanju *ovdje* i *sada*. Fotografija svojim čarobnim svojstvom služi kao dokaz *kako-je-nešto-bilo* (Barthes, 1964: 44), ali i kako nešto može biti.

3.2.1. Povijest modne fotografije - od modne ilustracije do modne fotografije Richarda Avedona

Prema *Enciklopediji odijevanja i mode*[30] modna fotografija označuje fotografije izrađene posebno za prikazivanje ili, u nekim slučajevima, koje podsjećaju na odjeću i modne dodatke, bilo s namjerom dokumentiranja ili prodaje (Steele, 2005: 62). Fotografije *modnih* haljina postoje od izuma fotografije, no, ne smatraju se *modnim* fotografijama. Razvoj tiska i

[30] Prema američkoj povjesničarki mode Valerie Steele, modna fotografija imala je zadatak dokumentirati i reklamirati, dok se fotografije oko 1839. godine ne mogu smatrati modnim fotografijama, jer nemaju reklamni karakter.

polutonskog tiska omogućio je pojavljivanje modnih časopisa u prvom desetljeću 20. stoljeća te je na taj način popularizirao modnu fotografiju, čija je namjera najprije bila prenijeti modu i moderan način života. Modna fotografija naziva se prolaznom, komercijalnom i umjetnički nedostatnom te je time i njezina važnost dovedena u pitanje, dok je u stvarnosti proizvela neke od najkreativnijih i najzanimljivih dokumenata-arhiva koji otkrivaju društvene stavove, umjetničke vrijednosti i eksperimentalne procese. U prvom desetljeću 20. stoljeća, tehnički napredak u tiskanju otvara mogućnost modnoj fotografiji da se počne pojavljivati u časopisima. Američki fotograf Alfred Stieglitz 1902. godine osniva elitnu grupu umjetničkih fotografa (Gertrude Käsebier, Clarence White i Edward Steichen), pod nazivom *Foto-Secesija* (*Photo-Secession*) - pokret iz studija u New Yorku. *Foto-secesija* bila je posvećena uspostavi fotografije kao umjetničkog medija, uz slikanje i kiparstvo. Priznanje njegova rada s grupom pomoglo je Stieglitzu da objavi knjigu *Camera Work 1903 - 1917* kojom postaje predstavnik nove i moderne estetike u području fotografije. Ta nova estetika prigrlila je urbane i industrijske subjekte s apstraktnom kompozicijom i nesentimentalnim pristupom koja će dominirati praksom i kritikom fotografije u 20. stoljeću. Modna fotografija razvija se tako uz cijeli niz slikovnih časopisa koji počinju sadržavati slike profesionalnih modela koje su fotografirali profesionalni fotografi kako bi osvježili fotografije, ali i zainteresirali čitatelje.

Modna fotografija imala je dva osnovna zadatka:

1. ilustrirati, predstaviti i prodati određeni proizvod,

2. vizualizirati način života.

Bez obzira na to koliko *umjetna* bila prenesena fotografska *stvarnost*, ona se na gledatelja odražava načinom kako se nosi pojedini odjevni predmet, ili modni dodatak. Modna fotografija pruža viziju određenog načina života, od glamura Hollywooda do novog *grunge*-stila, viziju spola ili socijalne prihvaćenosti putem najnovijih, najskupljih, nedostižnih tendencija i stilova. Fotografija razvijena 1830. godine i njezine najranije tehnike, nisu pružale mogućnost masovnog tiska pa iz toga vremena imamo primjer sačuvanih fotografija talijanske aristokratkinje Virginie Oldoini, objavljenih i sabranih u knjizi *Adolphe Braun*, 1856. godine. Ova toskanska plemkinja na dvoru Napoleona III., smatra se prvim modelom modne fotografije kada je pozirala cijenjenom carskom fotografu Pierreu Louisu Piersonu. Tijekom četiri desetljeća stvorili su 700 različitih fotografija, u kojoj je plemkinja rekreirala posebne trenutke svoga života za kameru. Većina fotografija prikazuju groficu u svom

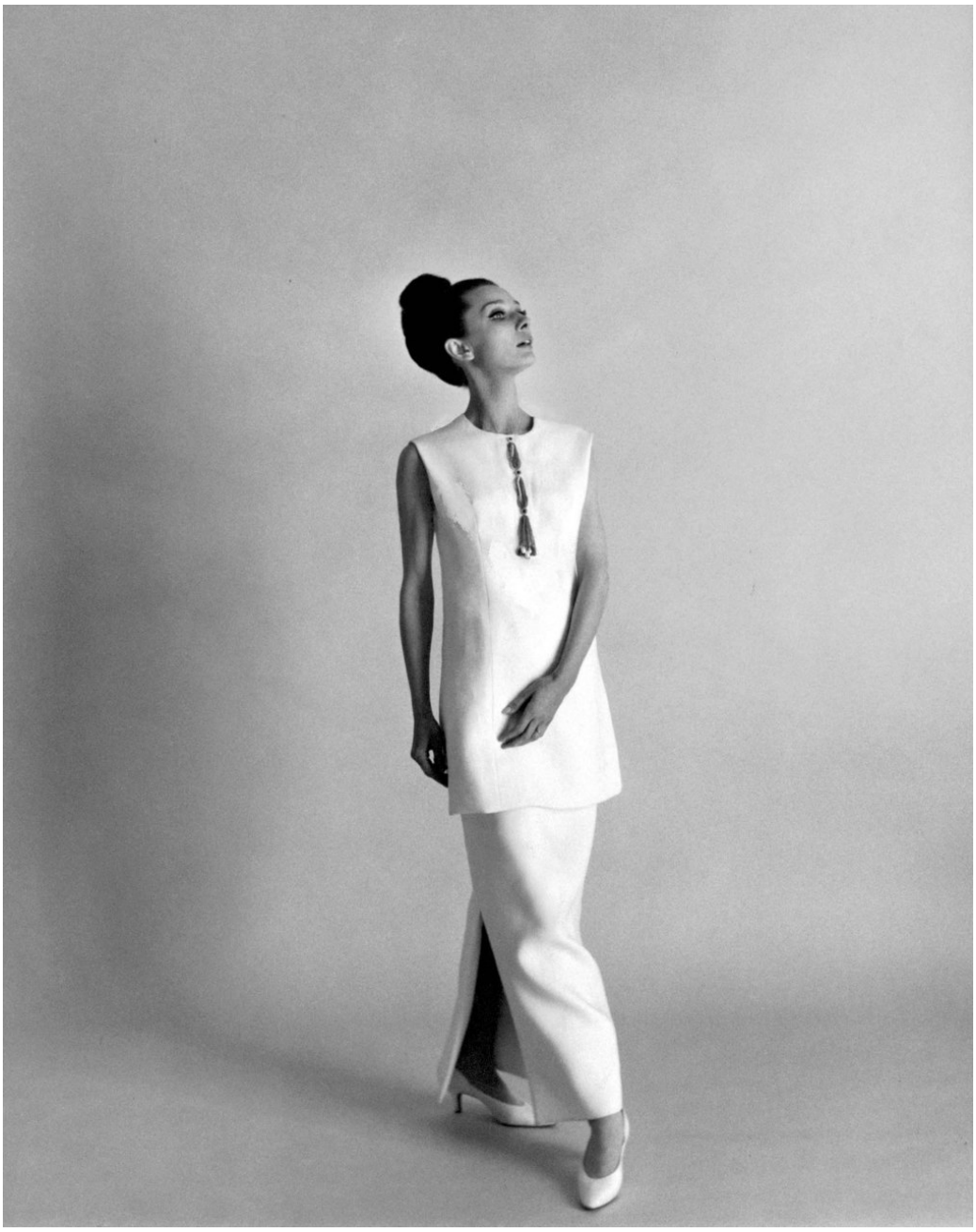
teatralnom odijelu, kao što su haljina *Queen of Hearts*, dok je nekolicina drugih smiona za to doba, osobito fotografije u kojima se izlažu pogledu gole noge i stopala. Pronalaskom polutonskog procesa tiska omogućen je prodor reprodukcije fotografija i njezine prodaje široj publici. Modna fotografija imala je svoj prvi značajniji trenutak nastanka u francuskim časopisima poput *La Mode Pratique Magazine*. Nakon što je 1909. godine *Condé Nast* preuzeo časopis *Vogue*, početak modne fotografije bio je otvoren drugačijoj reprezentaciji mode do tada.

Jedan od fotografa iz ove skupine, francuski fotograf Baron Adolphe de Meyer, ostavio je trajni trag u povijesti fotografije svojim majstorskim osvjetljenjem. Njegov najveći uspjeh jest rad u časopisu *Vogue*, iz 1914. godine, kada je započeo svoj rad u čuvenoj kući *Condé Nast.* Karakteristike njegova stila su prirodne poze, iako statične, fotografije aranžirane korištenjem jakih uzoraka vertikalnih elemenata, što daje osjećaj autoriteta i formalnosti. Na njegovim fotografijama možemo vidjeti i jasno korištenje fotografskog pravila trećine. De Meyer je promijenio modnu fotografiju dezintegracijom forme, kupanjem njegovih slika u prozirnoj atmosferi i svjetlucavosti svjetla, stvarajući tako umjetničke modne fotografije. Ovakav pristup modnoj fotografiji promijenio je ideju o tome što bi modna fotografija trebala biti: od pretjerano naglašenog prikaza odjeće u detaljima, do reprezentacije mode u usaglašenom tonu. Krajem 19. i početkom 20. stoljeća, razlike između modne fotografije, portreta i kazališne fotografije često su nejasne. Ideja korištenja profesionalnih modela smatrala se, u početku, šokantnim činom, no već u ranim godinama 20. stoljeća, tadašnje poznate osobe postaju postaju prvi modeli. Rad u časopisu *Vogue* obilježio je i luksemburško-američkog fotografa Edwarda Steichena koji je bio najbolje plaćeni fotograf 1930-ih godina, usprkos velikoj ekonomskoj krizi. Steichen 1924. godine mijenja mekoću de Meyerovog stila čistih geometrijskih linija fotografskog modernizma. Raspored pravokutnih oblika, pokazuje utjecaj konstruktivističke umjetnosti, a ani su pojač crno-bijelim kontrastom i naglašavaju pad draperije haljina. Steichen je odbacio rokoko-pozadine i fotografirao je neukrašene, njegovane i moderne žene u laganoj odjeći, koje su označivale novu slobodu žene oslobođene korzeta (Sl. 46).

Sl. 46. Edward Steichen za časopis *Vogue*, 1934. godina.

Inspiriran Meyerom i Steichenom, britanski fotograf Cecil Beaton naglo se probija u svijet modne fotografije i nakon svoje prve izložbe 1927. godine potpisuje ugovor s časopisom

Vogue. U 1930-im godinama, Beaton se fokusira na zvijezde Hollywooda (Sl. 47), kreirajući nadrealne ambijente korištenjem kazališnih scenografskih elemenata i ekstravagantnih studijskih rekvizita, što mijenja njegov pogled prema romantizmu i estetici njegovih ranijih radova. Beaton je kombinirao de Meyerov utjecaj, s izuzetnim osjećajem za viktorijanske ornamente, a njegove su se fotografije smatrale ekstravagantnom umjetnošću. Pored fotografije, njegovo primarno polje rada bilo je i dizajniranje kostima za balet, operu i kazalište. U kasnijoj fazi rada vidljivi su utjecaji nadrealizma koji je Beaton smatrao načinom za oslobođenje podsvijesti. Upravo je ta kasna faza njegova rada urodila plodom jedinih eksperimentalnijih fotografija u povijesti mode. Fotografirao je i kolekcije francuskog dizajnera Paula Poireta, objavljene, 1911. godine, u časopisu *Art and Decoration,* koje se smatraju prvim modernim modnim fotografijama. Način fotografiranja mode bio je takav da prenosi osjećaj njihove fizičke kvalitete, kao i njihovog formalnog izgleda, za razliku od klasičnog prikazivanja objekta. Važnost Beatonove plodonosne karijere nije samo modna fotografija, već pripada području kostima i dizajna scenografije (Steele, 2005: 139). Ono što je Beaton uočio nakon Prvog svjetskog rata jest promjena u klasno-socijalnom sustavu pod utjecajem medija fotografije (Geczy, Karaminas, 2016: 31). Beatonov rad označio je prijelaz između strogo definirane umjetničke do komercijalne modne fotografije, a njegov je doprinos popularizacija mode, ali i kostimografije.



Sl. 47. Cecil Beaton, Audrey Hepburn za film *Moja draga Lady* (*My Fair Lady*) 1963. godina.

Pod utjecajem de Meyera i Steichena, inovacije u područje modne fotografije unio je ruski fotograf George Hoyningen-Huene, poznat po svom vještom korištenju negativnog prostora i po strasti za grčkim idealom. Započeo je karijeru s modnom ilustracijom, no u fotografskom kontekstu, Huene je uveo neoklasicistički stil s blagim utjecajem kubizma u modne časopise (Sl. 48). Grčki stupovi, hramovi i kiparstvo zajednički su motivi u Hueneovim slikama te nije iznenađujuća njegova opsesija prema radu pariških kreatorica Madame Grès, Madelaine Vionnet i Coco Chanel. Njemačko-američki fotograf Horst P. Horst također je uveo novosti u

modnu fotografiju naglašavajući zaigranost forme, eksperimentiranje bojom, ali i oštre linije koje prate tijelo i odjevne elemente (Sl. 49). Horst je često koristio različite svjetlosne efekte kako bi naglasio kontinuitet linija. Među najoriginalnijim bile su mu *fotografije unutar fotografije*. Horst ostaje zapamćen po svojim umjetničkim portretima, ali i po glamuru modne fotografije. Američka fotografkinja Louise Dahl-Wolfe bila je među prvima koja je koristila boju u modnoj fotografiji, zahvaljujući filmu *Kodachrome* koji se na tržištu pojavio 1935. godine, iako još tada nije u potpunosti reproducirao boju. Dahl-Wolfe smatrala je da je boja sastavni dio izražajne kvalitete oblika i da kombinacije boja nose težinu emocija, posebice svijetle boje svjetlosti koje imaju ugodan učinak. Mnoge njezine fotografije za američki časopis *Harper's* Bazaar, u suradnji s tadašnjom modnom urednicom Diane Vreeland, majstorske su kombinacije kompozicijske rasvjete, raznolikih tekstura, ponavljajućih uzoraka uz pojavu zemljanih tonova. Njezine fotografije mode odišu jednostavnim i jasnim Dahl-Wolfeovskim stilom koji se zadržao kao elegantan, ali i opušten, pa je kao takav bio prikladan za tadašnje neovisne Amerikanke i *ready-to-wear* modu (Sl. 50). Američki fotograf Irving Penn predstavio je prije Avedona snažan grafički senzibilitet, vidljiv gotovo u svim njegovim radovima. Njegove fotografije karakteristične su po iznimno naglašenom oštrom osvjetljenju s najsitnijim detaljima kroja odjevnog elementa. Njegovi modeli pozirali su ispred neutralnih pozadina akromatskih boja, često u ekstravagantnim pozama i taj je *revival* vidljiv u radu američkog modnog fotografa Stevena Meisela 1990-ih godina (Sl. 51 i sl. 52).

Sl. 48. George Hoyningen-Huene: *The Divers*, 1930. godina.

Sl. 49. Horst P. Horst: *Study in Ivory*, 1982. godina.

Sl. 50. Louise Dahl Wolfe: *Mary Jane Russell in Dior Dress*, 1982. godina.

Sl. 51. Irving Penn za *Issey Miyake*, 1990. godina.

Sl. 52. Steven Meisel, model Kaia Gerber, 2018. godina.

No, sredinom 1940-ih godina visoka moda nije imala važnost i uzvišenost koju je posjedovala, a time su i fotografi bili primorani napustiti modnu fotografiju, do dolaska

američkog fotografa Richarda Avedona. Nakon Drugog svjetskog rata došlo je do razvoja novih stilova u fotografiji. Vodeća figura koja je obilježila tadašnje razdoblje zasigurno je bio fotograf Richard Avedon. Za razliku od Steichena, Avedon je karijeru počeo u reklamoj fotografiji, da bi postupno došao do umjetničke modne fotografije (Geczy, Karaminas, 2016: 32). Početak njegove karijere obilježen je fotografiranjem za osobne dokumente, kada je inovativnom metodom *in-and-out-of-focus*[31] fotografirao trgovce i pomorce. Mladi fotograf s inovativnim pristupom, jasno balansirajući između oštrine onoga važnoga i zamagljenosti nevažnog, Avedon je uvelike obilježio modnu fotografiju. Atraktivne, jarke fotografije s vrlo ugodnim efektom i naizgled prirodnim rasporedom figura, njegova su fotografska obilježja (Sl. 53 do sl. 54). Njegova inspiracija bio je rad mađarskoga fotografa Martina Munkácsija, zbog njegova realističnog pristupa modnoj fotografiji (Steele, 2005: 105). Promjena koju je uveo Munkácsi revolucionirala je fotografiju u modnim časopisima, jer odiše pokretom i spontanošću modela. Kao vodeći modni fotograf New Yorka, Munkácsi je tijekom 1930-ih i 1940-ih započeo rad kao sportski fotograf, što je vidljivo i u njegovom kasnijem radu. Fascinirao ga je pokret u *mirnom* mediju fotografije (Sl. 55). Tijekom kratkog posjeta New Yorku, 1933. godine, Munkásci je dobio priliku raditi za časopis *Harper's Bazaar*, s legendarnom urednicom Carmel Snow, za koji je fotografirao svoj prvi modni projekt, a upravo je to dovelo do točke preokreta u modnoj fotografiji i znatno utjecalo na rad Richarda Avedona. Rad na otvorenom prostoru i realizam u modnoj fotografiji od Munkácsija je, pak, preuzeo Avedon i primijenio u svojim editorijalima. Stvarao je glumački modni izgled i dijaloge emocija, reprezentirajući žudnje društva. U retrospektivi njegova opusa, koji daleko nadilazi granice modne fotografije, Avedon je pokazao značajan iskorak u fotografiji i načinu reprezentacije tijela. Od 1947. do 1984. godine Avedon je fotografirao za modne časopise *Harper's Bazaar* i *Vogue*, dok je za potonji "časopis ekskluzivno radio s istim modelima" (Steele, 2005: 104). Njegov rad obilježen je brojnim modnim editorijalima, kao i dokumentarnim fotografijama političkih protesta u Sjedinjenim Američkim Državama tijekom Vijetnamskog rata. Iako je njegov najplodniji period rada bila druga polovina 20. stoljeća, a aktivan je i tijekom 21. stoljeća, Avedon ostaje jedno od najznačajnijih imena u povijesti, ali i sadašnjosti modne fotografije.

[31] *In-and-out-of-focus* (*hrv.* u fokusu i izvan njega), fotografska je tehnika koju koristi Avedon; na modnoj fotografiji vide se oštri i zamagljeni dijelovi.

Sl. 53. Richard Avedon, *Veruschka Dress*, dizajn Bill Blass, 1967. godina.

Sl. 54. Richard Avedon, model Abito Sarli, 1971. godina.

Sl. 55. Martin Munkácsi za časopis *Harper's Bazaar*, model Lucile Brokaw, 1933. godina.

3.2.2. Modna fotografija i medijalnost mode od 1960-ih godina

U 1960-im godinama, modna i fotografska industrija seli se iz Pariza u London. U tom razdoblju počinje opsesija modne industrije idealom mladosti i profiliraju se fotografi poput britanskih fotografa Davida Baileyja i Terencea Donovana koji se koriste elementima seksipila da bi privukli mlađu publiku. Velika promjena toga vremena bila je i pojava mladog i vitkog modela koji od tada dominira modnim sustavom. Njemačko-australski fotograf Helmut Newton svojim je radom obilježio povijest mode reprezentacijom tijela oslobođenog od svih društvenih normi. Njegova fotografska estetika, u kojoj prevladava crno-bijela fotografska snimka, prepoznatljiva je i jasna. Sve do pojave Newtona, "modna fotografija bila je područje u kojem su vladali muškarci koji su fotografirali žensko tijelo kao uzvišeno i sterilno lijepo" (Geczy, Karaminas, 2016: 89). No, Newton je kolažirao svoje fotografije, eksperimentirao rodom i spolom, kao i pojmom seksualnosti. Čest motiv njegovih modnih fotografija dva su ženska modela, umjesto jednoga, koji su uvijek u odnosu (Sl. 55). Kako je ustvrdio modni dizajner Karl Lagerfeld: "Newton je zasigurno fotograf ženske publike, ali te fotografije nisu često ono što muškarci očekuju. Na svoj način, Newton je snažno utjecao, ako ne i promijenio, pojam erotske fantazije" (Lagerfeld, 1981: 14). Ne slučajno, porastom pronografske industrije 1970-ih godina, Newtonove fotografije postaju vrlo cijenjene, iako su časopisi poput *Playboya* (osnovan 1953. godine) i *Penthousa* (osnovan 1969. godine) osnovani nešto ranije; sredina 1970-ih godina označuje plodonosan rad ovoga fotografa. Newtonov utjecaj na kasniju generaciju modnih fotografa je nedvojben, a posebno je važan njegov rad u kontekstu razumijevanja novog, drugačijeg modnog tijela. Modeli i fotografi 1960-ih i 1970-ih godina medijski su eksponirane zvijezde koji potiču novonastalu medijsku opsesiju kulturom zvijezda *rock'n'rolla*. Njegov rad pojavio se u magazinima poput francuskog *Voguea* i *Harper's Bazaara*, a Newton je uspostavio istaknuti stil određen obilježjima erotskih i stiliziranih prizora, često sa sadomazohističkim i fetišističkim temama. Istaknutiji porast popularnosti, pa i one negativne, dogodio se 1980. godine serijom *Big Nudes*, kojom je označio vrhunac svoga erotsko-urbanog stila, potkovanog izvrsnim tehničkim vještinama. Newton je u modnoj fotografiji stvorio erotski nabijen *svijet*, prepun seksualnih konotacija.

Sl. 56. Helmut Newton za francuski časopis *Vogue*, dizajn *Yves Saint Laurent*, 1971. godina.

Modna fotografija 1980-ih godina pod utjecajem je širenja AIDS-a, kada mnogi fotografi, dizajneri i modeli obolijevaju od te bolesti. Tijekom 1980-ih godina, inspiriran britanskim punk-pokretom i uličnom kulturom nastaju časopisi *i-D* i *The Face* koji postaju svojevrsni vizualni dnevnici novih generacija. Fotografi poput Davida Simsa, Glena Luchforda, Craiga McDeana, Juergena Tellera i Corinne Day tek su neka imena modne fotografije koja su značajno obilježila područje suvremenije modne fotografije. Specifičan vizualni kod odvaja nezavisne modne časopise od klasičnih, poput *Vougea*, jer su fotografije inovativne, eksperimentalne i inspirirane različitim područjima umjetnosti. No, modna fotografija u slučaju Corrine Day, Juergena Tellera, Nan Goldin (Sl. 56 do sl. 58) odnosi se na intimu i svakodnevicu, ali u modnom kontekstu. Upravo u njihovim radovima dolazi do nestanka granice između života i umjetnosti, a modeli postaju *bliske* osobe, a ne više profesionalni modeli. Kao rezultat stvara se novi smjer modne fotografije nazvan *body conscious* (*hrv.* svjestan tijela) pod utjecajem američkih dizajnera Calvina Kleina i Donne Karan, usmjeren na zdrav, sportski životni stil. Predstavnici toga smjera američki su fotografi Bruce Webber i Herb Ritts, koji nastoje fotografirati tako da naglase savršeno oblikovana muška i ženska tijela te izaberu otvorene lokacije za snimanje umjesto korištenja studija. *Grung*-pokret otvara nova vrata modnoj fotografiji 1994. godine, kada se stvara pokret anti-glamura supermodela s početka 1990-ih godina. Britanski modeli Kate Moss i Jodie Kidd predstavnice su nove vrste *supermodela* koje je koristila nova mlada generacija fotografa poput Ellen von Unwerth i Corrine Day. Za suvremenu modu iznimno su važne 1990-te godine, jer označuju početak plodnonosnog razdoblja u kulturi suvremene modne fotografije.

Za australsku teoretičarku mode i fotografije Margaret Maynard, značenje modne fotografije ovisi o mreži različitih utjecaja (Maynard, 2008: 60). Maynard koristi metaforu ekologije, kako bi istražila jesu li izgled i značenje modne slike manje povezani s individualnom vizijom, a više proizvod sklopa dinamično interaktivnih unutarnjih i vanjskih varijabla koji se odnose na produkciju, publikaciju i kruženje slika. Maynard modnu fotografiju ne smatra samostalnim vizualnim djelom, već necjelovitim iskazom: reprezentacijom koju vanjski čimbenici neprekidno mijenjaju. Ti čimbenici uključuju različite uredničke politike, tehničku aparaturu te konfliktna mišljenja različitih kreativnih autora uključenih u produkciju. Modna fotografija, stoga, nije usko povezana ni s fotografom kao Autorom, niti sa skupom formalnih pravila koje čine modnu fotografiju kao uspostavljeni žanr - već, ona predstavlja niz promjenjivih praksi bez postojanih pravila, ili linearnih povijesti. Naprotiv, modna fotografija pridonosi također stvaranju procesa identifikacije između zvijezde i publike. Modni *image*

određene zvijezde sastoji se od elemenata kao što su odjeća, šminka i frizura, koji zajedno definiraju individualni *look* ili završni izgled. Zvijezda se koristi modnom fotografijom kao oruđem u razvijanju modnog izgleda ite ona služi povezivanju toga *izgleda* s njezinom ili njegovom javnom osobom. Kombinirajući modnu fotografiju i portretiranje, *photoshoot* jedne zvijezde zapravo je hibridna forma dizajnirana tako da poveća njezin javni profil. To je mjesto gdje je status fotografa *zvijezde* često jednak onom njegova subjekta. U tom smislu fotografi koji su obilježili modnu fotografiju su Peter Lindbergh svojim radom s početka 1990-ih s top modelima, Mario Testino i njegov rad s časopisom Vogue, kao i Patrick Demarchelier. Fotografi koji su i sami postigli status zvijezde, obilježili su modnu fotografiju svojom primjenom klasične portretne fotografije i uveli je u područje modne fotografije. Paradigmatska serija fotografija Princeze Diane iz 1997. godine, peruanskog fotografa Maria Testina, svega pet mjeseci prije njezine smrti, proslavile su njegov rad. Njemački fotograf Peter Lindbergh također je promjenio paradigmu modne fotografije, spajajnjem crno-bijele portretne dokumentarne s modnom fotografijom, što do tada nije bilo slučaj. Povratak dokumentiranju i fotografiranju zvijezda započeo je s Elizabeth Taylor i Richardom Burtonom, kada pojam zvijezde (engl. *celebrity*) dobiva sasvim novo značenje i značaj. Nadalje, crno-bijela fotografija vraća profinjenost vizualnosti modne fotografije vidljivu u doba Avedona i Newtona (Sl. 57). Upravo kao što modni fotograf filmske zvijezde mora raditi na neutralizaciji konstruiranog lika zvjezdine osobe, tako i fotografiranje profesionalnih modela također mora prikriti konstruirani lik koji proizlazi iz osobnog *looka* toga modela.

Nadalje, modna fotografija predstavlja odjevne predmete oslobođene od elemenata poput udobnosti i praktičnosti. Tako je i tijelo modela na fotografiji često oslobođeno od reference na svoju tjelesnost, no osnovna zadaća modne fotografije i dalje ostaje reklamnog karaktera (de Perthuis, 2016: 528). Tijelo više nije *vlasništvo* pojedinca, već ono stoji zasebno u ulozi mode. Proširujući Barthesove ideje apsolutnog tijela u reprezentaciji mode, de Perthuis istražuje mogućnosti digitalne modne fotografije koja ima mogućnost u potpunosti osloboditi modu od ograničenja zadanim materijalnim tijelom, stvarajući imaginarne forme u kojima se tijelo i odjeća stapaju jedno u drugo, međutim, još važnije, fotografija nas *zavodi* i *stvara žudnju za njima i privlačnost* (de Perthuis, 2016: 534). U tom sintetičkom idealu, fotografirano tijelo u potpunosti je pročišćeno od svih poveznica sa živim i dišućim tijelom, egzistirajući umjesto toga kao čisti prikaz/reprezentacija. Francuski sociolog, antropolog i filozof Pierre Bourdieu sugerira da je fotografska praksa, daleko od postavljanja svojih vlastitih realističkih standarda, jednostavno *zapala* u dominantne ideologije koje propisuje

slikarstvo (Bordieu, 1965). U modnoj fotografiji, umjetnikova je glavna briga izgled subjekta i samog modnog subjekta koji se želi prikazati. U vremenskom procesu do trenutka objavljivanja samog materijala, glavni je cilj snimljenim fotografijama privući masovnu publiku. Najčešći medijski prostor u kojem se umjetnost modne fotografije prikazuje su reklame i časopisi, stoga je Barthesov pojam reklamne slike nezaobilazan metodološki alat za ovo poglavlje. Gotovo svi modni časopisi koji su danas u distribuciji preplavljeni su fotografijama koje nose određenu poruku, a u ovom slučaju, modna fotografija ima svoju svrhu: uvjeriti, poticati i izazvati želju.

Sl. 57. Corinne Day, model Kate Moss, 1989. godina.

Sl. 58. Juergen Teller za *Balenciagu* u časopisu *Purple Magazine*, model Sheila Single, 2019. godina.

Sl. 59. Nan Goldin za dizajnericu Erin Wasson, 2010. godina.

Kao modni fotograf, Britanac Nicholas David Knight (u daljnjem tekstu Nick Knight) dosljedno je propitivao konvencionalne ideje ljepote i najpoznatiji je po svojim kreativnim suradnjama s vodećim dizajnerima poput Yohjija Yamamota, Johna Galliana i Alexandera McQueena. Knightov SHOWstudio službeno je pokrenut u studenom 2000. godine, iako je bio u razvoju godinu dana prije toga. Ideja se razvila iz rasprave fotografa Nicka Knighta i umjetničkog direktora Petera Savillea kada su, umjesto vlastitog televizijskog programa, odlučili pokrenuti modnu internetsku platformu. Odluka iz 2008. godine u kojoj SHOWstudio otvara suradnju s određenim oglašivačima nije samo posljedica povećane potrebe za financijskom potporom u modnoj industriji, već i reflektiranja svijesti i interesa studija za modnim oglašivanjem kao kreativnim medijem. Najvažnije je naglasiti kako privrženost SHOWstudija pokretnim slikama uzdiže područje modne fotografije iznad granica pojedinačne *slike* i forme časopisa, istražujući modu i stvaranje modnih fotografija kao jasno uspostavljen proces. Multimedijska platforma u kombinaciji s internetskim dostignućima unijela je u fotografiju dozu života. Tradicionalno, fotografiju se smatralo snimkom bez pokreta, u kojem je vidljiva samo jedna strana odjevnog predmeta. SHOWstudio, nasuprot tome, istražuje mogućnost prikaza odjevnoga predmeta iz svih kutova putem svoje medijske platforme. Vodeće shvaćanje studija temelji se na ideji da je prikazivanje cijelog kreativnog

procesa, od koncepta do realizacije, koristno za umjetnika, publiku, ali i za samu modu. Istražujući rad s najnovijim tehnologijama, SHOWstudio uživo prenosi snimke s modnih pista i snimanja, omogućujući međunarodnoj publici trenutačni pogled u svijet visoke mode koji je do sada bio nepristupačan. Inspiriran riječju *pokazati* (*engl*. *to show)*, SHOWstudio otvara vrata za različite dizajnere i vizualne umjetnike, dopuštajući svekolikoj javnosti da svjedoči ne samo kreativnom procesu, već da utječe i doprinosi na kreativan način, dokumentirajući, komunicirajući i kritizirajući završni rezultat. SHOWstudio pokušava istražiti svaki aspekt mode putem medija pokretne slike, ilustracije, fotografije i pisane riječi te su dizajneri trenutačno na razini stvaranja slika kojima mogu relativno jednostavno sami realizirati svoju viziju bez utjecaja različitih fotografa. Zbog velike količine vizualnih informacija i tehnološke mogućnosti, stvaranje modnih slika sada je dostupno svima te dizajneri imaju mogućnost potpune kontrole vizualne reprezentacije svoga rada. Razliku između digitalne i analogne fotografije Knight ne smatra ključnom, ali zabrinjavajućom smatra činjenicu da u digitalnom formatu ne postoji sasvim *siguran* način arhiviranja. Mediji na kojima su digitalni materijali pohranjeni nisu se pokazali izdržljivi poput analogne vrpce. Revolucija digitalne fotografije vodi nas u sasvim novi medij koji više uopće ne bismo smjeli zvati *fotografijom*. Osnova toga medija jest vlastiti neovisni distribucijski sustav interneta i ekrana koji dolazi s mogućnosti komunikacije u trenutku, na globalnoj razini, s dodatkom zvuka i pokretne slike.

Suvremena modna fotografija često se bavi prikazom jednolikosti i sparenosti androgenih i seksualnih subjekata nedefinirana roda. Mnoge videoradove SHOWstudija moglo bi se usporediti s Baudrillardovom idejom o tehnologiziranim bićima, strojevima i klonovima..., vremena u kojem je besmrtnost osigurana plastičnom kirurgijom i *in vitro* oplodnjom, a ne ljudskom prirodom/biologijom (Baudrillard, 2001: 166-167). *Kloniranje* privlači globalnu modnu industriju koja promiče uporabu masovno proizvedenih odjevnih predmeta, kao glavnog načina označivanja naših razlika. Subverzija stereotipnih ideja ljepote u masovnim medijima čest je interes istraživanja za SHOWstudio. Prostor rada koji Knight izabire granica je između subverzivne fotografije i *mainstreama*, zato što želi izbjeći situaciju u kojoj je njegov rad u potpunosti marginaliziran do trenutka u kojem više ne može rezultirati napretkom. Lipovetsky je u tom kontekstu govorio kako je "tijelo postalo opsesijom i primarnom brigom koja je oslobodila modnu fotografiju od potrebe da promovira samo odjevne predmete kao svoj centralni fokus" (Lipovetsky, 2002: 9). Nesavršeno manekensko tijelo s naslovnice časopisa *Dazed & Confused* iz rujna 1988. godine, koju je Knight napravio u suradnji s modnim dizajnerom Alexanderom McQueenom i američkim modelom Aimee

Mullins, predstavlja oblik pozitivne diferencijacije koja predstavlja djelovanje, moć i rizik. Modeli s takvih fotografija prikazuju samopouzdanje i individualnost koje prkose percipiranim idejama tjelesnih ideala.

Sl. 60. Peter Lindbergh, glumica Mila Jovovich, 1997. godina.

3.2.3. Suvremena modna fotografija - novi vizualni esej

Suvremena modna fotografija razvila se kao odmak od klasičnog poimanja modne fotografije do 1990-ih godina. Velik utjecaj novih medija otvorio je nove tehnološke mogućnosti i osnivanje medijskih platformi za reklamu modne fotografije, ali je i promijenio reprezentaciju tijela. Zadatak takve fotografije jest dati određenu ideju svijesti i potrebe u vrlo kratkom vremenskom roku. Ta svijest bit će *reciklirana* kao i moda, jer ima svoj vremenski rok koji počiva na *lažnom cikličkom vremenu* (Paić, 2007: 250). Lažno cikličko vrijeme mode nalazimo u *stvarnosti*, dok se na modnoj reklamnoj fotografiji vrijeme uopće ne može precizno odrediti. Nedefiniranost vremena/prostora ostavlja mnoštvo otvorenog prostora za tumačenje reklamne modne fotografije. Sredinom 1990-ih dolazi do porasta manipulacije slikom tijela, a ovaj je proces vidljiv upravo u modnoj fotografiji, budući da se radi o modi koja reprezentira novo tehnološko tijelo (Evans, 2009: 212). Američka povjesničarka i teoretičarka umjetnosti Amelia Jones, u tom kontekstu rabi pojam *tehnofenomenološkog tijela* kako bi opisala tijelo pod utjecajem tehnologija u radu umjetnika 1990-ih godina (Jones, 1998: 17 i 235). Promatranje odjevenih tijela u realnom metafizičkom prostoru u odjeći koju kao da smo već vidjeli, ali ipak je to nova odjeća reciklirane teme, ostavlja na nas trag iluzije razumijevanja mjesta i vremena, jer kako navodi i Paić "tijelo u modnoj odjeći sada i ovdje jest samo kao čista slika spektakla" (Paić, 2007: 251). Tijelo je izgubilo društvene znakove koje je posjedovalo u prošlosti, ono je na stalnoj granici između društvenog i individualnog, stvarnog i nestvarnog. Upravo zato, suvremena moda i fotografija odlično funkcioniraju, jer predstavljaju spoj kreativnosti modnog tijela u novim medijima, ali taj svijet "…novih medija međutim, nastoji cijelo vrijeme stvoriti nadomjestak za takvu nepovratno izgubljenu auru, taj trag svjetlosti u beskonačnom udaljavanju svijeta od svog božanskog sjaja onog što je neprikazivo i nevidljivo, ali ipak sja i svijetli u povijesnom vremenu"(Paić, 2007: 256).

Modna fotografija nakon 1990-ih godina doživljava značajne promjene, jer dolazi i do svojevrsne prevlasti modnog filma. Kulturni, društveni i tehnološki napredak omogućio je širenje prostora modne fotografije, ali i omogućio stvaranje suvremene modne prakse. Zahvaljujući pojavi snimke (engl. *snapshot*) dolazi se do revolucije u modnoj fotografiji i novim medijima. Estetika *snapshota* biva sve popularnija pogotovo u modnim editorijalima, ali i prilagodbi na raznolike medijske platforme. Modna fotografija odmaknula se od paradigme klasičnih kanona ljepote i krenula prema putovima eksperimenta. Na ovom području spajaju se dva, naizgled različita, ali usko povezana, područja: suvremena umjetnost

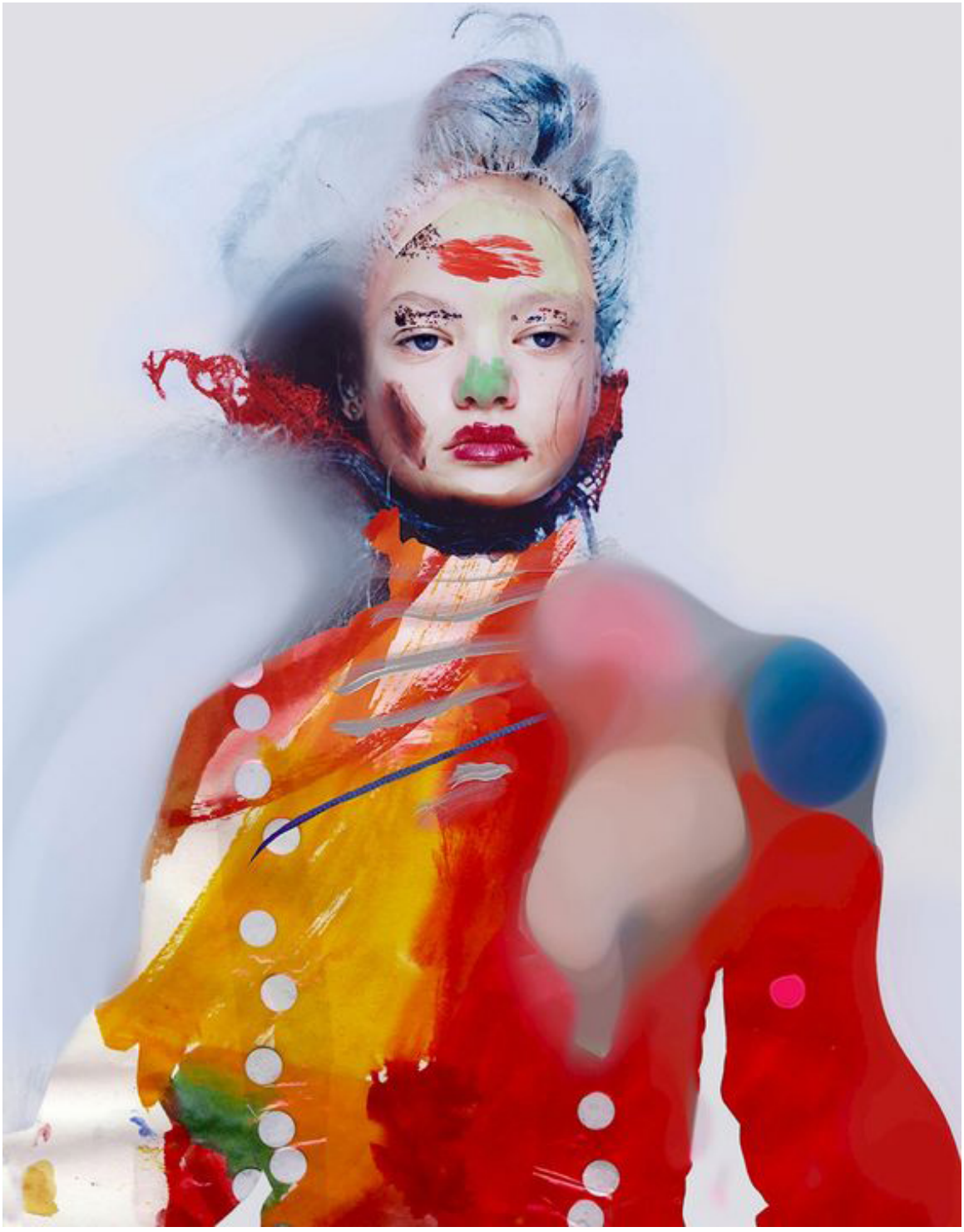
i suvremena moda uz kapitalističko potrošačko društvo. Iako i dalje prilagođena tržištu ona zadržava *modno-umjetničko* u sebi, te na taj način svjedoči o polaritetu rada pojedinih modnih dizajnera koji balansiraju između dvaju područja - umjetničkog i reklamnog. Suvremena modna fotografija, koja započinje s eksperimentom već krajem 1980-ih godina, sada se određuje kao novi vizualni esej (Shinkle, 2012: 214) koji spaja umjetničko, reklamno i komercijalno. Kako navodi Brian Massumi, "pristup slici i njezinoj vezi s jezikom nepotpun je, ako oni funkcioniraju na semantičkoj ili semiotičkoj razini, međutim, ta se razina definira (lingvistički, logički, naratološki, retorički, ili kombinacijom navedenoga…)", (Massumi, 2002: 27). Kolažiranjem različitih razina, modna fotografija poprima esejistički karakter, eksperimentalan i uvijek u procesu i pokušaju. Milivoj Solar, esej promatra kao proces i fragment (Solar, 1985:11), a hrvatska filmologinja Ivana Keser, koja piše o fenomenu filmskog esejizma definira esej kao "napor, pokušaj, ali i lutanje, neizvjesnost ishoda, negaciju, afirmaciju" (Keser, 2013: 18). Američka teoretičarka i književnica Susan Sontag, pak, o eseju misli da "nije članak, nije meditacija, nije recenzija knjige, nije memoar, nije rasprava, nije žučljiva kritika, nije priča-dosjetka, nije monolog, nije putopis, nije niz aforizama, nije elegija, nije komad reportaže, nije - Ne, esej može biti bilo što, ili nekoliko od ovdje nabrojanih" (Sontag, 1992: XIII). Kao što filmski esej nije *zaokruženo djelo* (Keser, 2013: 18), tako i modna fotografija kao vizualni esej djeluje kao fragmentirani estetski događaj.[32]

Važna promjena koja je obilježila modnu fotografiju 1990-ih povezana je s promjenom scene, okoline i okruženja, ali i promjenom subjekta fotografije. Kako je vidljivo u radu njemačkog fotografa Juergena Tellera, subjekt nije više zvijezda, a nije ni bliska osoba (Sl. 61). Subjekt postaje model u nezgodnim položajima tijela gdje moda više nema primat, iako se radi o modnoj reklamnoj fotografiji. Druga promjena koja se odvila u kontekstu modne fotografije jest i u sve većoj bliskosti umjetnosti i suvremene mode. Utjecaj umjetničke fotografije na modnu fotografiju vidljiv je u razmjeni senzibiliteta između suvremenog društva i potrošačke

[32] Fragmentirani estetski događaj odnosi se na dokumentarne modne fotografije koje su karakteristične za suvremenu modnu fotografiju, koje često ruše pravila fotografske snimke. Primjere takvih fotografija možemo vidjeti u nezavisnim časopisima kao što su *Pony Steap, i-D, Vestoy* te u radu njemačkog fotografa Juergena Tellera i njegovom modnom realizmu. Teller među prvima koristi dokumentarnu fotografiju kao modnu, eksperimentirajući s osvjetljenjem i kadrovima. Fragmentirani karakter fotografije moguće je primijetiti i u grafičkom prijelomu navedenih časopisa, u kojima se često ne vidi lice modela, ili je tijelo presavijeno na sredini časopisa, što dodatno ukazuje na namjernu razlomljenost modne fotografije i njezina tijela.

kulture (Kismaric, Respini, 2012: 30) i vidljiv je u radu Nicka Knighta (Sl. 62). Modna fotografija kao novi vizualni esej predstavlja samu *bit* suvremene mode - eksperimentiranje, promišljanje, kolažiranje pojmovlja i praksi. Suvremena fotografija kao što tvrdi Berger, "obično predstavlja događaj, niz radnji, koje nemaju veze s nama *čitateljima* fotografija, ili s originalnim značenjem događaja. Fotografija nudi informaciju, ali ta informacija dolazi iz proživljenog iskustva" (Berger, 2013: 53). To iskustvo pruža i modna fotografija, jer nudi i uvid u stvarnost koja je čarobna i zavodljiva, a takav je i karakter mode. Iako modni film prevladava, jer ima mogućnost prikazivanja cjelokupnog modnog procesa, fotografija i dalje ostaje značajan element suvremene modne prakse. Neovisno o tome radi li se o reklamnoj modnoj fotografiji, ili umjetničko-dokumentarnoj, moda koristi fotografski medij od njezina početka te do danas predstavlja značajnu teorijsku platformu za istraživanje. Moda kao fotografija ne može u toj mjeri dočarati značenje i važnost suvremene mode, ali predstavlja novi pristup tijelu u fotografskom mediju i samoj modnoj praksi. Kako navodi i Paić "slika koja nastaje tehničkim ili digitalnim putem umjetna je slika uronjena u virtualnu realnost. U njoj se pojavljuju *živa tijela* kao žive slike na početku procesa razvitka novih medija (film)" (Paić: 2009: 213). *Živa tijela* u suvremenoj modnoj fotografiji reprezentiraju *uronjenost* u medijski svijet mode, čime tijela postaju procesni medijalizirani prikazi koji, zahvaljujući novim medijima, mogu funkcionirati kao spektakularne fotografije svojstvene samo suvremenoj modi.

Sl. 61. Juergen Teller za Marc Jacobs, 2005. godina.



Sl. 62. Nick Knight, *Dolls*, 2000. godina.

4. MODA KAO DOGAĐAJ I STVARANJE MODNOG OBJEKTA

Suvremena moda i njezina hibridna, eklektična forma predstavljaju nov način razumijevanja tijela i modnog objekta. Mnoga istraživanja u teorijama mode zanemarila su modni proces i stvaranje modnog objekta.[33] Vizualni i taktilni aspekti mode zasigurno ne smiju biti zanemareni u ovom području, jer se inače ona ne može do kraja dekodirati. Moda je, nedvojbeno, povezana s tijelom (ne samo kao odijelo) i stvara nove kategorije kada je riječ o pojmu tjelesnosti. Upravo je, stoga, potrebno navesti najznačajnije autore i autorice koji su značajno doprinijeli razumijevanju ovoga pojma kako bismo mogli doći formulacije mode kao događaja. Kako navodi Paić: "Tjelesnost u estetskom smislu i tjelesnost u smislu tvarne supstancije nekog predmeta iz okružja živoga (meso) dvije su nužne pretpostavke za zamjećivanje onoga što tijelo čini bitnom supstancijom - subjektom vizualnosti u percepciji" (Paić, 2009: 234). Njemački filozof Edmund Husserl postavio je temelje fenomenologije, no nije se bavio povratkom tijelu. Tijelo više nije puki promatrač, već više svojevrsni posrednik kroz koji *mi* ulazimo u svijet. No, fenomenologija percepcije francuskog filozofa Mauricea Merleau-Pontyja (1945) pružila je metodološki okvir za istraživanje *filozofije tijela*. Iako se Merleau-Ponty nije bavio modom, njegovo razumijevanje tijela i zaokreta spram tijela (engl. *coroporeal turn*), veoma je važno za razumijevanje suvremenog modnog dizajna i tijela te stvaranja modnog objekta. Merleau-Ponty odmiče se od Husserlovog razumijevanja ističući da nas "tjelesno iskustvo tjera na razmatranje kako postoje misaoni akti koji nisu rezultat samo univerzalne svijesti" (Ruthrof, 2000: 11). Tijelo je uvijek postavljeno u svijetu satkanom od drugih subjekata i objekata; ono se radikalno mijenja 1990-ih godina u kontekstu tijela s odijelom, stvarajući na taj način modni objekt. Kako navodi Paić "tijelo nije puki predmet opažaja svijesti iz položaja transcendentalnog JA. Ono je u svojem fiziologijskome stanju tvari na koje se usmjerava pogled" (Paić, 2009: 235). Baudrillard razumije kraj tijela u kontekstu raskomadanih organa (Baudrillard, 1995 :68), ali Paić nadopunjuje i ispravlja da je "tijelo raskomadano zato što je fragmentirana cjelina" (Paić, 2009: 220). Tijelo se ne može više razumjeti kao funkcija, ili struktura, ljudskog u unaprijed postavljenom svijetu, već više kao autonomni događaj u suvremenom modnom dizajnu. Moda se odnosi upravo na tu

[33] Modni objekt pojam je koji se odnosi na spoj modnog odijela i tijela u drugačijem, promijenjenom obliku, uglavnom velikih dimenzija i skulpturalnog karaktera. Modni objekt karakterističan je za suvremenu modu nakon 1990-ih godina i nastaje kao rezultat isprepletanja područja mode, izvedbe, dizajna i arhitekture.

vizualnu konstrukciju tijela današnjeg društva. Tijelo suvremene mode u novim medijima stječe nova tjelesna iskustva i nove tjelesne mogućnosti. Ovim procesom moda neprestano oblikuje svoj fluidni identitet. Nemogućnost pronalaska identiteta tijela posljedica je simulacije medija te se, unatoč tome, suvremena moda artikulirala kao nova vrsta tjelesnog događaja i iskustva. Posljedica interakcije tijela s medijem tijelo je koje se uslijed raspada cjeline, kako je jasno uočio Paić, nastavlja razgrađivati u događaju mode. Američka teoretičarka Donna Haraway uvodi pojam kiborga početkom 1980-ih godina i označuje ga kao "stvorenje post-spolnog svijeta" dok je 'koža tradicionalna granica među tijelima i granica unutarnjeg i vanjskog, a tu granicu ugrožavaju komunikacije i biotehnologija" (Haraway, 1990: 190-233). Pitanje dematerijalizacije i nestajanja tijela važno je kada govorimo o suvremenom modnom dizajnu, jer imamo paradigmatske primjere u kojima tijela gotovo da i nema, ono postoji tek kao podsjetnik da se tijelo odijeva, ali ne daje tom odijelu smisao. Američka filozofkinja Judith Butler u djelu *Tijela koja nešto znače: o diskurzivnim granicama "spola"* (*Bodies that Matter*, 1990) ističe re-definiciju pojma materijalnosti tijela njegovim spolom i ponašanjem, jer se za Butler spol dobiva djelovanjem. Spol je otuda "umjetni proizvod i ako je istinski spol fantazija koja se uspostavlja i upisuje na površinu tijela, onda se čini da spolovi ne mogu biti ni istiniti niti lažni. Oni su tek ona istina koju proizvode učinci diskursa o primarnom i stabilnom identitetu" (Butler, 1990: 136). U kontekstu označivanja granica između unutarnjeg i vanjskog, australska filozofkinja Elizabeth Grosz navodi, pak, da su tjelesne "granice, rubovi i konture osmotični - oni imaju veliku moć uključivanja i izbacivanja vanjskog i unutarnjeg u stalnoj razmjeni" (Grosz, 1994: 79). Za Heideggera "tijelo je u mišljenju bitka kao događaja strukturirano unutar egzistencijalnog sklopa tu-bitka (*Dasein*) ili našeg postojanja" (Paić, 2009: 233). Zvuči gotovo nevjerojatno, ali na stanovit način Heideggerovo djelo *Bitak i vrijeme* (1927) značajno je pridonijelo promišljanju o tijelu. Razlog valja vidjeti u tome što je njegovo mjesto (topos) označeno egzistencijalnom strukturom bitka-u-svijetu. Fragmentacija cjeline, a time i tijela, zapravo, daje dodanu vrijednost suvremenoj modi, jer ona zahvaljujući novim medijima uvijek *postoji*. Njezina stalna sadašnjost i neprestano zamjenjivanje *novoga* s još *novijim* dovodi tijelo u okrilje medijskog događaja. Zahvaljujući automatizaciji percepcije i stvarnosti, prema francuskom teoretičaru Paulu Viriliou, novi mediji sada vladaju ljudskim tijelom, posebno u područjima istraživanja umjetnosti performansa (Virilio, 1999: 69). Kako navodi i Nancy o svojim promišljanjima o tijelu: "Tijela nisu neka vrsta punine, ili ispunjenog prostora: ona su otvoren prostor, na neki način, prostor više prostran nego li prostoran, što bi se također moglo zvati mjestom: mjestom egzistencije" (Nancy, 2008: 17). Taj prostor u kojemu se modno

tijelo ostvaruje u modni objekt postaje mjesto susreta raznolikih tjelesnih, modnih i umjetničkih tehnika. Paić tako ističe:

"Kada kažemo 'tijelo' (*body, Körper, corpus*) mislimo na nešto što je uokvireno i zatvoreno, što se usto omeđuje svojim oplošjem kao objekt. Svako tijelo nalazi se u određenom prostoru. Može se čak ustvrditi da je prostornost za tijelo ono što je vrijeme za bitak - neotklonjiva mogućnost, zbilja i nužnost egzistencije" (Paić, 2019: 46).

Susan Sontag osvrće se na ideju tijela kroz koncept boli i navodi: "Zdravlje je tišina organa, a bolest njihova pobuna" (Sontag, 1985: 47), dok Sigmund Freud smatra kako je velik dio somatskih boli izraženih u snovima manifestacija zapriječene želje opterećene patnjom (Starobinski, 1989). Francuski psihoanalitičar i psihijatar Jacques Lacan u svojim predavanjima *Stadij zrcala kao stvaralac funkcije Ja kako se razotkriva u psihoanalitičkom iskustvu* (1949) navodi da se tijela koja su raskomadana pojavljuju u snovima "u obliku rastavljenih udova i onih organa predočenih u egzoskopiji, koji se krilate i oružaju za unutarnji progon" (Lacan, 1977: 10). Bugarska filozofkinja, psihoanalitičarka i lingvistica, Julia Kristeva koristi pojam *le corps propre* koji označuje tijelo kao čisto i kontrolirano (Kristeva, 1989: 9-10).

Merleau-Ponty i njegova fenomenologija omogućila je istraživanje utjelovljenog iskustva i naglasila da je um smješten u tijelu te kako uz pomoć vlastitih tjelesnih shema *mi* upoznajemo svijet. Kako navodi Merleau-Ponty: "Svoje tijelo, koje je moja točka s koje gledam na svijet, smatram jednim od objekata svijeta" (Merleau-Ponty, 1978: 86). Tijelo za Merleau-Pontyja postoji u odnosu na granicu, na prostornost kao objekt. Njegova nam je fenomenologija također pružila teorijske alate uz pomoć kojih se moda ne može razumjeti kao estetska, ili simbolička, forma, već više kao *iskustvo tijela*. Kako navodi i Paić u kontekstu promišljanja tijela i svjesnosti svijeta: "S pomoću tijela čovjek je svjestan svijeta. Baš ova spoznaja razlogom je ljudske bezrazložnosti/bestemeljnosti. Time egzistencija postaje osuđenost na slobodu i smisao" (Paić, 2019: 28). Temeljna misao Merleau-Pontyja jest svjesnost tijela kao aktivnog receptora vanjskoga svijeta i kao svojevrsnog medija unutar kojega mi postojimo u svijetu. U tom kontekstu moda se razumije kao nova kategorija koja uzima iskustvo tijela kao paradigmu. Mi djelujemo u svijetu, kako navodi Merleau-Ponty (Merleau-Ponty, 1962: vii-xxi, 73-89), ali ne samo na temelju konstrukcije uma. Osim toga, suvremena moda nakon 1990-ih godina bavi se iskustvom tijela, posebno kada je riječ o odnosu mode i arhitekture te

koncepta *Refuge Wear* Studija Orta. U kontekstu modnog objekta ovo se poglavlje bavi radom britanskog Studija Orta, kolekcijom Husseina Chalayana (Sl. 63) i modnim kolekcijama američkog dizajnera Ricka Owensa i njegove *modne arhitekture*, koja je započela 2017. godine (Sl. 64). U njegovu radu postoji sveza između tijela i odijela kao važan element stvaranja modnog objekta koji ne mora nužno imati formu, može biti bez forme, bez kroja i siluete (Geczy, Karaminas, 2017 :123). Owens vješto koristi minimalistički pristup odijelu da bi naglasio pročišćenu formu i monokromnost pa su mu kolekcije često futurističkog karaktera. Na tragu Chalayana, i Owens istražuje tjelesnost, instalaciju i arhitekturalnost u suvremenoj modi. U njegovim kolekcijama česta je primjena teških materijala u kombinaciji s perjem, svilom i pamukom, kako bi prikazao tijelo kao skulpturu. Inspiraciju crpi iz kubizma, futurizma, konstruktivizma i suprematizma u oblikovanju tijela, a ne mode ili modne kolekcije. Svaki objekt postoji zasebno u svijetu, poigravajući se s rodno/spolnim kategorijama. Kako navode australski teoretičar Adam Geczy i australska teoretičarka mode Vicki Karaminas "odijela služe da nadopune tijelo" (Geczy, Karaminas, 2017: 137). No, u tom procesu nadopune, odvija se događaj između tijela, odijela i prostorno-vremenskih elemenata svijeta. Ne, moda se više ne *nosi,* ne *gleda*, ali njezina prisutnost i događajnost očarava te modu, zapravo, možemo osjećati.

Sl. 63. Hussein Chalayan, *Afterwords*, 2000. godina.

Sl. 64. Rick Owens, proljeće/ljeto, 2017. godina.

Koncept *refugee wear* [34] i područje performansa i mode dobivaju novo značenje te se tijelo može *izvoditi* na različite načine uz pomoć modnog objekta. Moda se ne može više razumjeti iz klasično postavljenih teorija, što je navedeno u prethodnim poglavljima, već se radi o novoj interpretaciji modnog tijela kao procesa. S modom ulazimo u svijet, predstavljamo se u svijetu. Promjena paradigme mode omogućila je istraživanje mode i arhitekture. Tako je japanski dizajner Kosuke Tsumura, potaknut povećanjem broja beskućnika u Japanu, dizajnirao modni objekt (jaknu) *Final Home* kao objekt zaštite, s 40 višenamjenskih džepova i pretincima s medicinskom opremom za preživljavanje. Ovo poglavlje nastoji u kategoriji

[34] *Refuge Wear* projekt je Studija Orta (1992.-1998.) i označuje spoj tekstilnog i modnog dizajna i arhitekture. Studio Orta počeo je shvaćati tijelo primjenom pojma *body architecture* u području dizajna. Na svojevrstan način *refuge wear* predstavlja spoj odjevnoga i arhitektonskog, istražujući psihološke i tjelesne učinke na pojedinca.

modnog objekta predstaviti i pojam mode za preživljavanje [35] (engl. *fashion for survival*) u kojem tijelo poprima novo značenje. Stoga ovo složeno područje mode, arhitekture i performansa postavlja se kao novo unutar područja teorija mode, jer se bavi tjelesnim iskustvom u modnom objektu. Projekt *Refuge Wear*, Studija Orta predstavlja, osim toga, i privremena skloništa koja se mogu lako transformirati u odjeću kako bi pružila zaštitu od različitih nepogoda i neprilika (Sl. 65). Projekt je započeo tijekom razdoblja ekonomske recesije početkom 1990-ih godina i imao je namjeru odgovoriti na globalnu krizu u Europi koja je nastala nakon Zaljevskog rata (1990-1991). Ono što je značajno u njihovu radu jest koncept tijela kao skloništa i skloništa kao tijela. Skulpturalni modni objekti sadrže rukave i kapuljače, njihovi ergonomski oblici omogućuju da tijelo u malenom prostoru može postojati i funkcionirati. Brza transformacija modnog objekta u sklonište i obrnuto, činila su se za Lucy Ortu, vrlo korisnom za izbjeglice, pa je stoga i nastao naziv *odjeća za izbjeglice*. *Refuge Wear* je i "personalizirana okolina koja može biti transformirana prema vanjskim zahtjevima, situacijama i potrebama" (Pinto, Bourriaud, Damianovic, 2003: 43). Nadalje, kolekcija *Afterword*s (Sl. 63), Husseina Chalayana jesen/zima 2000. godine, bila je inspirirana ratnim izbjeglicama na Kosovu, kao i Chalayanovim vlastitim iskustvom na Cipru 1970-ih godina. Projekt predstavlja bijedu neželjenog raseljavanja i bavi se pojmom posjedovanja nečeg osobnog tijekom migracija. U ovom se kontekstu moda razumije kao mehanizam suočavanja s vlastitom prošlošću, ali i predstavlja neizvjesnost budućnosti. Suvremena moda pojavljuje se kao reinterpretacija i izvođenje tjelesnoga događaja na primjeru Studija Orta i Husseina Chalayana, čiji se rad ne mora nužno smatrati isključivo modnim, već i društveno angažiranim. Tijelo je u središtu *izvedbe*, jer moda, posebno nakon 1990-ih godina, predstavlja spoj različitih performativnih i medijskih formi.

[35] *Fashion for survival* (hrv. *moda za preživljavanje*) odnosi se na rad Studija Orta i japanskoga dizajnera Kosukea Tsumure i predstavlja voluminozne modne objekte koji su primarno namijenjeni za izbjeglice.

Sl. 65. Studio Orta, *Refuge Wear*, 1998. godina.

Nadalje, primjer suvremenog modnog dizajna koji nadopunjuje ovu svezu mode i arhitekture, u kontekstu stvaranja modnog objekta, kolekcija je japanske modne dizajnerice Rei Kawakubo *Dress Meets Body, Body Meets Dress* za modnu kuću *Comme des Garçons*, 1997. godine (Sl. 23). Fenomenološki pristup tijelu vidljiv je nadasve u radu Rei Kawakubo, jer se japanski osjećaj odijevanja razlikuje od zapadnjačke tradicije pa se odijelo i tijelo tretiraju kao skulptura koja se neprestano iznova oblikuje. U ovoj kolekciji, kako navodi australska teoretičarka mode Llwellyn Negrin, "odijelo se ne razumije kao objekt koji postoji neovisno o tijelu, već se radi o neraskidivom isprepletanju tijela i odijela" (Negrin, 2016: 127). Drugi je

primjer ljetna *ready-to-wear* kolekcija, iz 2016. godine (Sl. 66), američkog dizajnera Ricka Owensa koji koristi skulpturalnost i performans da bi istražio kinetičke mogućnosti tijela i konceptualne mogućnosti mode. Prepoznavanje jezika suvremene mode veoma je značajno za ovo područje pa je, stoga, u ovom poglavlju potrebno uspostaviti pojmove modnog objekta, modnog procesa, kao i modnog događaja. Pokušaj stvaranja nove konstrukcije identiteta tijela, promjena značenja rod/spol, kao i prijelaz iz klasno-socijalnih teorija do postmodernih i suvremenih teorija mode, dao je dobru platformu za razumijevanje modnog procesa i modnog objekta, u suradnji s teorijama izvedbe. Događaj je pritom postao ključan pojam za razumijevanje suvremene mode i njezinih interpretacija, jer se događaj sada istražuje kao nova mogućnost fizičkog u modnom objektu. Pojam događaja u pojmu modnog objekta u kontekstu modne izvedbe od presudne je važnosti za ovo područje, jer se jedino iz razumijevanja događaja može doći do biti suvremene mode kao tjelesne estetske eksperimentalnosti u vremenu i prostoru. Sve to pokazuje nam nešto uistinu paradoksalno. Naime, kao što se tijelo rastjelovljuje u medijskoj konstrukciji događaja, tako se istodobno moda dematerijalizira, ali zadržavajući vlastiti identitet u rascjepu iskonskog i artificijelnog. To smo vidjeli u slučaju japanske dekonstrukcije: neodređenost i nedovršenost postaju novim načinom reprezentacije samog tijela kao modnog objekta u transformaciji. Istraživanje mode predstavlja stvaralačku sintezu različitih vrsta umjetničkih i modnih interpretacija, što je vidljivo u navedenim primjerima. Moda otuda ima neprestanu mogućnost preklapanja formi, isprepletanja glume, akrobacije, cirkusa, plesa te predstavlja svojevrsnu tjelesnu, modnu i umjetničku formu i u tom je kontekstu vrlo slična suvremenoj umjetnosti. Kako navodi Paić: "Suvremena umjetnost proizvodi događaj. Njezina je bitna značajka performativnost i konceptualnost slike-tijela u otvorenosti perspektive" (Paić, 2011: 256).

Sl. 66. Rick Owens, proljeće/ljeto, 2016. godina.

Tijelo i identitet značajni su za teorije mode i teorije izvedbe, jer istražuju nove mogućnosti subjekta i njihov odnos prema modi. Ono što suvremenu modu razlikuje od ostalih paradigmi moda, jest pomak od tradicionalnog do složenog tjelesnog događaja. Pojam događaja pokazuje se kao vrlo složen i potrebno ga je teorijski rastumačiti; najbolje se objašnjava onime što njemački filozof Martin Heidegger naziva *Ereignis* (njem. *događaj*) koji on razvija 1930-ih godina. Događaj se, dakle, za razliku od bitka i vremena zbiva kao otvorenost mogućnosti u nadolazećem vremenu. Ono ima skriveni primat pred druge dvije dimenzije vremenitosti (prošlošću i sadašnjošću). Tome nasuprot, francuski filozof Alain Badiou u tekstu *The Event in Deleuze* (2007) objašnjava svoje viđenje događaja u 4 delezijanska aksioma. Badiou na tragu Deleuzea tako navodi da "događaj nije ono što se događa, već ono što se već dogodilo i što će se dogoditi" (Badiou, 2007: 38). Nadalje, Deleuze navodi da je "događaj uvijek ono što se dogodilo i ono što će se dogoditi, ali nikada ono što se događa" (Deleuze, 1990: 63). Paić smatra kako je pojam događaja ključan pojam suvremene filozofije te navodi:

"Događaj, dakle, nadilazi uprizorenje spektakla. Ono je već događeno time što je inscenirano i medijski realizirano kao spektakl interaktivne zabave. U takvom pseudodogađaju nema ničega što bi moglo potaknuti na preinaku postojeće društvene ili kulturalne situacije. Interaktivna zabava posljednja je riječ iluzije s konceptom impolodirajuće hiperrealnosti" (Paić, 2007: 134).

Ideja događaja usko je, stoga, povezana s pojmom tijela i suvremene mode, ali i vremena. Agamben u kontekstu iskustva vremena i suvremenosti ističe upravo modu: "Ono što definira modu jest to da ona u vrijeme uvodi vlastiti diskontinuitet koji ga dijeli prema njegovoj aktualnosti ili neaktualnosti, prema njegovom biti ili ne-biti-više-u-modi..." (Agamben, 2019: 9). U slučaju mode i njezine sposobnosti da uđe u područje izvedbe ona biva uključena u ono što se dogodilo i u ono što se događa. Paić kod Deleuzea uočava kako se " pojam događaja ne može objasniti ni kao referencija na nešto, a niti kao predmet prikazivanja i predstavljanja djelatnosti spekulacije. Očigledno je da s pojmom događaja napuštamo arhitektoniku novovjekovne filozofije i umjetnosti" (Paić, 2011: 244). Izvedba u modi ovdje ima značajnu ulogu, jer istražuje vizualnu i društvenu konstrukciju subjekta (subjekta i odijevanja), a to znači i promjenu tijela (Schechner, 2006: 28). Ova promjena pokreta tijela ključna je za razumijevanje mode, jer ona svoje značenje sada pronalazi u događaju mode. Moda kao događaj označuje i izravnu vezu tijela i modnog objekta u performativnosti. Tijelo više nije

samo modni objekt već postaje slobodni prostor različitih kreativnih utjecaja što je vidljivo u projektima *Refuge Wear* i *Afterwords*, koji predstavljaju arhitekturalni pristup modnom objektu. Kao što navodi i Merleau-Ponty "tijelo više nije objekt u svijetu, već naše sredstvo komunikacije sa svijetom" (Merleau-Ponty, 1962: 91-92). Sasvim je jasno da tijelo nije samo površina na koju se upisuje značenje, već se značenje zadobiva različitim tjelesnim procesima. Suprotno konceptu utjelovljenja, gdje se tijelo transformira u semiotičke geste, izvedbene umjetnosti tijelo postavljaju kao materijalnost. Kazališna tjelesnost postaje kontinuirano *postajanje* tijela na sceni. Performativna umjetnica Marina Abramović na taj način koristi tijelo u kojemu se ono otkriva kao *meso* u svoj svojoj materijalnoj ranjivosti. Pojam mesa otkriva ono što se nalazi unutra, ali i određuje vanjske pokrete tijela. Kada Abramović urezuje petokraku zvijezdu u tijelo, onada je to meso konačna prisutnost i stvarnost. Fischer-Lichte u tom kontekstu koristi njemački izraz *Leib*, a koji označuje opipljivu granicu između umjetnosti i života, volje i pasivnosti, svjesnosti i nesvjesnosti (Fischer-Lichte, 2004), a to je upravo ono što Abramović koristi u svojim performansima. U tim razlikama izvedbena umjetnost poprima višestruka značenja. U komunikaciji s publikom tijelo postaje medijem zajedničkoga iskustva doživljaja i osjećanja onog što je prisutno na sceni. Merleau-Ponty koristi pojam mesa za naše iskonsko utjelovljeno iskustvo. Zboga toga je i htio usmjeriti pažnju filozofije na ono što je nazvao *tijelom svijeta*, odnosno onim svijetom koji osjećamo živeći u njemu (Merleau-Ponty, 1945). Pojam mesa sugerira nam da tijelo obuhvaća prostor i okolinu oko toga tijela, a mi kroz tjelesne predloške ulazimo u svijet te ga na taj način i upoznajemo. Tijelo postoji u izravnoj svezi s prostorom te ga taj prostor omeđuje kroz tjelesne radnje, ali istovremeno i oslobađa. Iz svega je razvidno da tijelo ne postoji u svijetu kao objekt, već nas tijelo izvještava i kazuje o svijetu (Merleau-Ponty, 1964: 5). U kontekstu mode to bi značilo kako su taktilno i vizualno nedvojbeno povezani, jer u suvremenoj modi komuniciramo tijelom, ne samo kao sa *slikom* već i kao s njezinom performativnom komponentom. Ovdje se susrećemo s razlikom između suvremene mode i njezinih prethodnica (moderne i postmoderne). Odmah valja napomenuti da moderna i postmoderna moda nisu ponorom odvojene. Ono što ih ujedno zbližava i dijeli jest razlika između pojmova društva i kulture. Tijelo koje je sada određeno modnim i medijskim značajkama posjeduje performativni karakter. Vidljivo je to i u slučaju drugog važnog projekta Studija Orta pod nazivom *Habitent* (1992-1993). Posrijedi je višenamjenski objekt koji obuhvaća arthitekturu/modu s ciljem zaštite tijela, ali i intervencije u prostoru. Cjelokupni rad ovoga studija temelji se na istraživanju mode i arhitekture te kako njihovi objekti funkcioniraju na različitim područjima u raznolikim uvjetima. Projekt *Habitent*,

ustvari, pokazuje kako ne-modni element, poput šatora-skloništa, može funkcionirati kao modni te biti svojevrsna kritika društvenog i političkog života. Dakle, moda se u kontekstu događaja ne mora nužno shvaćati kao moda-performans, ili moda koja se odvija na pisti, ili pred kamerom, već se radi o promjeni paradigme suvremene mode koja se nužno morala dogoditi pod utjecajem novih medija, ali i zbog potrebe da moda nije više ono što se *nosi*, ili ono što se *gleda*. Istražujući povijesni, društveni i geografski kontekst, Studio Orta želi ukazati na pojam *događajnosti* mode svezom tijela, mode i arhitekture. U ovom kontekstu modni objekti funkcioniraju kao *happening*, ali i kao modni događaj te graniče između suvremene mode i konceptualne umjetnosti. Kako precizno navodi i uočava Paić:

"Iako je nesumnjivo performativnost tijela naizgled bliža onome što označuje pojam događaja - prije svega kod Heideggera, a onda i kod Derride, Deleuzea, Badioua, konceptualna umjetnost je filozofijski usmjerena spram čiste, mallarméovske tišine pojma-slike kao riječi bez svojeg transcedentnog referenta. Drugim riječima, konceptualna umjetnost radikalno je dokidanje umjetnosti modernoga subjekta. Ona je tekst bez pisma i pismo bez teksta, znak bez predmeta i predmet bez znaka - posvemašnja imanencija forme i sadržaja umjetnosti bez tijela" (Paić, 2011: 244).

Premještanje mode s modnih pista, muzeja i galerija do razumijevanja mode kao događaja važan je element u razvoju suvremene modne prakse. Ne-mjesta, koja postaju mjesta za izvođenje mode vidljiva su i u spektakularnim modnim revijama McQueena koji je prvi započeo promjenu paradigme mode u ovom smislu. McQueenova posljednja revija *Plato's Atlantis*, 2010. godine, predstavlja dalekosežnu promjenu u shvaćanju mode kao događaja. Kako film označuje radikalan raskid s linearnim vremenom, tako i suvremena moda, kao događaj, prekida s tradicionalnim, klasičnim prikazivanjem mode. McQueenova fascinacija elementima - zemlja, zrak, vatra i voda - bila je okosnica ove kolekcije. Voda je bila tema i njegove ranije kolekcije *La Poupée*, iz 1997. godine (Sl. 6), u kojoj modeli u okovima hodaju po vodi, potom kolekcije *Untitled*, iz 1998. godine, i *The Overlook*, iz 1999. godine, u kojoj je cjelokupna scenografija izrađena u vodi i ledu. *Plato's Atlantis* (Sl. 11) prikazana je u *Palais Omnisports de Paris-Bercy* u Parizu u trajanju od 17 minuta i 45 odjevnih predmeta, filmom Nicka Knighta i Ruth Hogben. Rekreirajući pojavu stroja, McQueen je kao u kolekciji *No. 13*, iz 1999. godine, postavio mobilne kamere-mašine. Knight navodi kako su kamere bile svega nekoliko centimetara od modela (Wilcox, 2015: 86). Temeljna ideja ovog događaja bila je objediniti sve elemente, dok su odjevni objekti bili nalik nestvarnoj koži s paradigmatskim

armadillo-cipelama. Uzorci za ovu kolekciju bili su, dakako, složena kombinacija boja, grafičkog dizajna, ostavljajući dojam da se radi o tijelu zmije, kukca i vodenog stvorenja. Miješajući pojmove prirode, tehnologije, ali i rukotovorine, ova se revija smatra McQueenovim najznačajnijim postignućem, jer se radi o spoju suvremenog modnog dizajna, novih medija u kontekstu modnog filma, ali i preobražaja modnog tijela u potpunosti u događaju mode.

Moda kao događaj i stvaranje modnog objekta dvije su temeljne novosti unutar područja suvremene modne prakse. Upravo u konceptu odvijanja mode kao događaja, suvremena moda dobiva novo značenje, svojevrsnu autonomiju i još veće mogućnosti preobrazbe tijela i koncepta tjelesnosti. Moda je mjesto promjene, a ne samo i jedino performativna umjetnost, iako se ta dva područja isprepleću, kako smo mogli vidjeti u prethodnim poglavljima. Stvaranje modnog objekta pridonijelo je daljnjem istraživanju odnosa tijelo-odijelo te je nastavilo tradiciju japanske dekonstrukcije u modi u kojoj je naglašen odnos voluminoznih odjevnih predmeta i tijela, kao i prostora između. Suvremena moda, ipak, djeluje kao samostalna intermedijalna praksa, kojoj je zadaća vratiti tijelo u središte istraživanja, bez obzira na to o kakvom se tijelu radi. Paradigmatski dizajneri McQueen, Galliano, Margiela, Chalayan, vrlo su rano prepoznali kako bi suvremena moda trebala *izgledati,* no, još važnije, zašto je suvremena moda važno područje za istraživanje. U modi kao događaju, suvremena moda se *događa*, uvijek pod medijskim nadzorom u performativnom obliku. Kako navodi Agamben u kontekstu vremena, suvremenosti i mode:

"No, vremenitost mode ima još jednu karakteristiku koja je dovodi u srodstvo sa suvremenošću. U samoj gesti kojom njezina sadašnjost dijeli vrijeme na neko 'ne više' i neko 'ne još', ona uspostavlja s tim 'drugim vremenima' - zacijelo s prošlošću i, možda, isto tako s budućnošću - poseban odnos. Ona naime može 'citirati' i tako reaktualizirati bilo koji trenutak prošlosti (dvadesete godine, sedamdesete godine, ali isto tako i *empire*, ili neoklasičnu modu). To znači da ona može dovesti u odnos ono što je neumoljivo odijelila, prizivati, re-evocirati i revitalizirati ono što je čak sama proglasila mrtvim" (Agamben, 2019: 11).

Chalayan to čini kroz odnos mode i arhitekture, Galliano kroz teatralizaciju i *re-vival*, na tragu utjecaja britanskog punka, a McQueen spajanjem umjetnosti, filma, glazbe i kazališta u kojemu moda igra glavnu i određujuću ulogu. Originalni aspekt njegova rada, sredinom 1990-ih godina započeo je konceptom *događaja*, jer su njegove modne revije bile kao "instalacija i

performativna umjetnost" (Bolton, 2015: 12). Njegov nam rad predstavlja cjelokupno modno-umjetničko djelo u kojemu su istražene teme poput, smrti, propadanja i tjeskobe. Za razliku od Galliana, koji se referira na kazalište i karnevalizaciju tijela, McQueen temeljne ideje preuzima iz književnosti, fotografije i filma. Njegov odnos prema tijelu kao autonomnom elementu važan je segment njegova stvaralaštva i stoga predstavlja ključan dio ovoga rada. Iako su djelovali u isto vrijeme, McQueen i Galliano različito pristupaju suvremenoj modi, ali se njihovo stvaralaštvo može opisati kao intermedijski spektakl. Paić uočava kako se spektakl "pokazuje temeljnom odrednicom modnoga događaja" (Paić, 2007: 237).

Nastavak na McQueenovu ideju o suvremenoj modi vidljiv je u radu van Herpen i njezinim istraživanjem prirode i tehnologije uz pomoć tijela. Sličnosti između McQueena i van Herpen su i u performativnom pristupu tijelu kroz događaj u modi (Geczy, Karaminas, 2019: 87). Vizija mode u slučaju McQueena posve je obilježena tehnologijom, nadzorom i promjenom tijela, dok van Hrepen gotovo u svakoj modnoj reviji koristi tehnologiju kao primat i nužnost za postojanje tijela. Sličnosti se pronalaze i u njihovom istraživačkom radu, procesu stvaranja i prezentaciji. Van Herpen je ipak otišla korak dalje u eksperimentiranju s 3D tiskom i novim tehnologijama te su njezine modne instalacije spona između organskih i anorganskih oblika, referajući se na odnos prirode i ne-prirode, što je McQueen ranije nagovijestio. Suvremena moda kao događaj označuje, dakle, mjesto i vrijeme susreta tijela, tjelesnosti, mode i eksperimenta. Dodajmo još nešto: sve prethodne mode u suvremenoj modi iznova se rekonstruiraju, jer ništa nije zauvijek iščezlo. Stoga muzealizacija mode i njezina historizacija (arhiviranje uz pomoć novih tehnologija informacije) pokazuju koliko se moda zahvaljujući mogućnostima tehnologije oslobađa okova tijela i koliko samome tijelu daje drukčije značenje i stvaralačke mogućnosti upisivanja fluidnog identiteta. Moda nakon 1990-ih godina počiva na neiscrpnom istraživanju tijela u kontekstu gibanja i razvijanja u vremenu i prostoru. To je ono što je čini suvremenom, jer je ona *ovdje* i *ne-ovdje* istovremeno, uvijek eksperimentalna, performativna i zavodljiva.

4.1. Performativnost mode: revija od prikazivanja tijela do njegove reprezentacije

Revije suvremene mode proizlaze iz interaktivnog spektakla koji objedinjuje visoku modu i modu *ready-to-wear*, umjetničke instalacije i tehnološke inovacije, što se može vidjeti na primjeru kolekcija dizajnerice Iris van Herpen. Brojni kulturološki i društveni elementi odgovorni su za ovakav razvoj i promjenu revije od prikazivanja tijela do njegove novomedijske reprezentacije. Povećanje preobrazbe modnog sadržaja nije se odvilo samo i jedino zahvaljujući potražnji na tržištu, već se radi o značajnoj promjeni strukture modne revije unutar modnog sustava. Predznak *modno* prevladao je nad cjelokupnom digitalnom kulturom. Svaki proizvod i usluga moraju biti dizajnirani *modno*, a to znači privlačno, zavodljivo i estetizirano. Treba naglasiti kako je došlo do te promjene strukture te kako se modna revija preoblikovala od temelja do koncepta *događaja*. Razdoblje koje je obilježilo najveću transformaciju modnih revija odvilo se kada i nastaje suvremena moda, a to su 1990-te godine koje su prekretnica za radikalne promjene u modnoj silueti. Modne revije razlikuju se od onih s početka 20. stoljeća, jer se, prije svega, radi o drugačijoj vrsti modnog dizajnera, tržišta, potrošača modnog sadržaja, ali i nužne prilagodbe modne prakse da u potpunosti promijeni proces reprezentacije mode. Kako smo naglasili u 2. poglavlju (*Teorije i prakse mode: od estetike punka, japanske dekonstrukcije do performativnosti suvremene mode*), od razdoblja estetike punka do početka japanske dekonstrukcije, tradicionalni format modne revije započeo je svoju odlučujuću preinaku. Nešto ranije, već 1960-ih godina, revija započinje s preobrazbom, prije svega u formi izvođenja. Razlog tome jest razvoj kolekcija *ready-to-wear*, sve većem eksperimentiranju u dizajniranju, ali i potrebi koja se nametnula za novim načinima prezentacije. Što se zapravo dogodilo u tom smislu? Prezentacije mode koje su bile zatvorenog tipa zamijenjene su sada prije svega novom prostornom dimenzijom, uz medijsko konstruiranje događaja koje sjedinjuje želju za sudjelovanjem u spektaklu kao i njegovu nadzoru. Nikada se ne smije smetnuti s uma ova dvojna narav u kojoj se pojavljuje nova uloga i funkcija modne revije u potrošačkom društvu. Premještanje modnih revija u prostore koji nisu nužno povezani uz *modno* započelo je još u doba britanske dizajnerice Mary Quant da bi modeli imali veću tjelesnu slobodu kretanja. Umjesto usredotočenosti na komunikaciju s medijima i kupcima, dizajneri su sada koristili format revije kako bi se približili kulturi mladih i masovne potrošnje (Evans, 2001: 271-310).

Važno je naglasiti kako su u povijesti mode paradigmatski modni dizajneri, poput Else Schiaparelli i Paula Poireta, također dizajnirali za pozornicu i kazalište, iako ćemo detaljno razraditi razlike između kazališta i izvedbe nešto kasnije. Alexander McQueen dizajnira za plesnu predstavu *Ennogata* 2009. godine, Yamamoto za koreografkinju Pinu Bausch 1998. godine, Jean Paul Gaultier za balet Regine Chopinot, 1985. godine. a Issey Miyake za frankfurtski balet 1991. godine. Dakle, mnogo je primjera suglasja mode i kazališta, odnosno mode i dizajniranja za pozornicu. Iako se u ovome radu ne razmatra odnos mode i kazališta, on predstavlja također jedno iznimno važno mjesto, jer je njihova sveza složena i ne obuhvaća samo dizajn kostima, već naglašava i njegov dramski potencijal te nadasve performativni aspekt. Izvedba, da se poslužimo terminologijom Patrizije Calefato, *odjevenoga tijela* nudi nove spektakularne i umjetnički usmjerene elemente. Evans je to uočila upravo u kontekstu rađanja suvremene mode u radu McQueena i Galliana, u okviru njihovih očaravajućih spektakala u 1990-im godinama. Radi se o iskorištavanju potencijala spektakla u predstavljanju kolekcija, ali i na stvaranju specifičnih likova unutar kolekcija. Kako je Galliano poznat po povijesnim posudbama njegove kolekcije izgrađene su oko likova koji služe kao pripovjedačka građa za razvoj modne revije. Ti izvođači uistinu *igraju* ulogu, a osim što je namjera reklamirati modnu odjeću i sâm izvedbeni događaj velika je predstava modnog dizajnera i njegove kuće visoke mode. Spektakli Johna Galliana predstavljaju estetski čin historiziranja događaja i reinterpretacije prošlosti kao neohistoricističke kritike našeg vremena. U kontekstu Gallianovih modnih izvedbi, *povijesno* se predstavlja kao svijest o tome kako je moderno doba bilo dramatično doba stvaranja novih pravaca, vidljivih kasnije u suvremenoj modi. Galliano je bliži pojmu kazališta od McQueena pa tako 1993. godine u prostorima pariškog muzeja *Louvre* predstavlja svoju kolekciju *Princess Lucretia*. Priča koju je scenski oblikovao ovim spektaklom inspirirana je člankom iz časopisa *Vanity Fair* koji je pisao o ostavštini Romanovih, izgubljenoj princezi Anastaziji i Tolstojevoj Ani Karenjini. Galliano je, vjeran svom stilu, prikazao smisao ove pripovijesti iz života carske obitelji, koja je prognana i potom smaknuta od nove boljševičke vlasti, pretvarajući modele u glumice, a modu u kostime. Bijela pista koju on, u kasnijim kolekcijama, mijenja u teatralnu scenografiju, pridonijela je dodatnom naglašavaju ekstravagancije kostima. Njegove krinoline bile su inovativne i odmicale su se od njihovih viktorijanskih predaka, jer su bile strukturirane od optičkih telefonskih žica, umjesto drvene ili metalne konstrukcije. Gallianova posvećenost konstrukciji i ljepoti uvela je nešto *novo* na modnu scenu. Naime, on predstavlja početak novog vremena, u kojem dizajner postaje slavan poput *rock*-zvijezde, mijenja ujedno stari režim i u modu nosi elemente narativa, spektakla i teatra. Ovu su praksu, nešto ranije,

reprezentirali i Martin Margiela, Hussein Chalayan, Rei Kawakubo i Viktor&Rolf, kao i mnogi umjetnici performansa poput Rebbece Horn, Marie Blaisse, Margret Wimber, Lucy Orta, Yayoi Kasama, Caroline Broadhead. Svi oni koriste modu i tijelo da bi svoje ideje realizirali na novi, uistinu upečatljiv, način i u vizualnom i u simboličkom smislu, a nema sumnje da je to rezultat prilagodbe novom načinu kojim se umjetnost, dizajn i moda pojavljuju u svijetu postmodernih kulturnih obrazaca života.

Dizajneri poput Husseina Chalayana, Martina Margiele i Viktora&Rolfa u izravnoj su svezi s onime što je Guy Debord razradio u svojoj kritičkoj teoriji društva spektakla. Oni smatraju da je modu nužno dovesti u odnos sa svim promjenama društva koncem 20. stoljeća, a pritom se posebna pozornost usmjerava prema funkciji informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Razlog je jednostavan: ove tehnologije postale su nezaobilazne, jer se temelje na vizualnom kodu. Slika koja nastaje u djelovanju vizualnih medija današnjice, nije tek ona koja opčinjava i zavodi promatrača novom estetskom kvalitetom. Ona je istovremeno okvir za stvaranje događaja vizualne reprezentacije mode, bez čega postaje nazamislivo bilo kakvo modno oblikovanje, djelovanje i, naposljetku, - javna izvedba. Chalayan je za kolekciju *Between* iz 1998. godine na svršetku revije prikazao šest modela koje su nosile čador i burke različitih veličina, tako da je prvi model bio odjeven u crnu burku sve do poda s potpuno prekrivenim licem, a svaki sljedeći nosio je sve kraću i kraću, do posljednjeg modela kojem je bilo prekriveno samo lice. Za definiranje vlastitog kulturološkog teritorija i ilustriranje ženske pozicije te opisivanje kulturalnog gubitka inspiraciju je pronašao u svom tursko-ciparskom podrijetlu što pokazuje u kolekciji iz 2018. godine. (Sl. 67 i sl. 68). Caroline Evans navodi da skrivena lica i otkrivena tijela izokreću zapadni protokol (Evans, 2008). Chalayan interpretira dimenzije istočne egzotike kroz zapadne norme seksualnosti. Namjera kolekcije bila je postaviti tijelo žene između dva prostora, teritorija, svijeta, kulture te shvatiti na koji način funkcionira postkolonijalna asimilacija i hibridnost modernog urbanog života. Iste godine kolekcija *Panoramic* kulmirala je idejom beskonačnosti, koja je bila iskazana u nadrealnim geometrijskim oblicima i distorziranim slikama. Chalayan je kreirao okruženje koje je zamaglilo kulturalne granice, sakrilo tijelo spajajući ga s okruženjem, ili multiplicirajući njegovu sliku na ogledala položena jedna nasuprot drugih. Modeli su distorzirani u različite generičke oblike i unificirani arhitektonskim proporcijama. Razbijanje tijela na osnovne elemente vizualne reprezentacije u digitalnom okruženju, prikazujući tijelo u pikselima, temeljno je obilježje ove izvedbe.

Sl. 67. Hussein Chalayan, *Between*, 1998. godina.

Sl. 68. Hussein Chalayan, *Between*, 1998. godina.

Sl. 69. Hussein Chalayan, *ready-to-wear*, proljeće/ljeto, 2018. godina.

Modne revije suvremene mode specifične su po tome što su *slobodne*, tjelesne, dislocirane, često na razmeđu umjetničkoga i modnog, ali uvijek uz medijski i tehnološki predznak. To je obilježje postmoderne mode koja se, po Baudrillardu, više ne odnosi na vanjsku stvarnost i ispražnjuje sve dotadašnje znakove njihovih tradicionalnih značenja, fetišizira simbole radi njihove estetske kvalitete i ne referira se više ni na što drugo osim sama na sebe. Moda i modne revije 90-tih postaju simulakrum, stvarnije od same stvarnosti (Rocamora; Smelik, 2016: 225). Namjera ovog poglavlja koje je okosnica ovoga rada, jer nastoji dati znanstveni doprinos u području teorija mode, izvedbe i medija, jest pokazati kako se revija preobrazuje od puke reprezentacije tijela u interaktivni modno-umjetnički tjelesni *događaj* i kako se dogodila promjena modnih revija kao prikaza kolekcija.

Kako je s početka 1990-ih došlo do stvaranja konteksta suvremene mode, tako je i područje teorija izvedbe započelo svoju transformaciju. Kako navodi njemačka teoretičarka i teatrologinja Erika Fischer-Lischte, 1990-ih dogodio se preokret i unutar pojma performativa u kontekstu kulturalnih studija (Fischer-Lichte, 2008: 26). Naime, do kasnih 1980-ih performativ je bio povezan s *kulturom teksta*, kao dominantnom kulturalnom praksom (Fischer-Lichte, 2008: 26). Performativ postaje dobra platforma za objašnjene raznolikih kulturalnih aktivnosti i događaja, među kojima mjesto zauzima i modna praksa. Ono što je zasigurno primjenjivo kod pojma performativa u suvremenoj modi jest odnos prema raznolikim tjelesnim radnjama. Još od doba britanskog filozofa jezika Johna Langshawa Austina i njegovog pojma *performativa Kako djelovati riječima* (*How to do Things with Words*, 1955)[36], pojam se preselio u niz drugih područja i poprimio nova značenja. Austinova teorija dio je teorije govornih činova, ili, preciznije rečeno, teorija o djelovanju jezikom. Prije samoga objašnjenja što je modni performativ, a koristit ćemo više taj pojam, a ne pojam modne izvedbe, potrebno je predstaviti neke od najznačajnijih teza autora i autorica koji su se bavili upravo ovim pojmom. Ponajprije, radi se o anglizmu koji je sveprisutan u različitim područjima kulture, umjetnosti, politike, tehnologije. Englesku riječ *performance* i sukladno tomu i *performance studies* susrećemo u opsežnoj literaturi koja nema izravne veze s ovim područjem. Prevođenjem na hrvatski jezik susrećemo se s nizom problema koje je ovdje nužno naglasiti, kako ne bismo miješali pojmove i kontekste u kojima ti pojmovi nastaju.

[36] Austinov pojam performativa nastao je na njegovim predavanjima na Sveučilištu Harvard, 1955. godine, i označivao se kao *ružan*. Performativi su bili označeni kao *posrećeni* ili *neposrećeni*, ili, preciznije rečeno, radilo se o *sretnim* i *zlosretnim* performativima.

Hrvatski teoretičar i teatrolog Boris Senker jasno je obrazložio problematiku ovog prijevoda na hrvatski jezik te kako se pojam *izvedbe* mijenjao i prelazio u druga područja (Senker, 2013: 188-203). Jesu li pojam *performance* i pojam *izvedba* slični ili jednaki te kako i koji pojam koristimo kada govorimo o suvremenoj modnoj praksi? Problem nastaje u prevođenju na hrvatski jezik pojma *performance* i glagola *perform* te njegovih izvedenica, a hrvatski lingvist i leksikograf Željko Bujas (1928.-1999.) u *Velikom englesko-hrvatskom rječniku* (1999) prevodi ih na sljedeći način:

perform (…) izvršiti, izvesti, obaviti, ispuniti, nastupati, predstavljati, svirati, glumiti, igrati ulogu, izvoditi vještine; raditi (stroj, sprava); postizati rezultate; (…) iskazati se u krevetu;
performance (…) izvođenje, izvedba, izvedbeno djelo (vještina); mus igra; snaga, (rad stroja i sl.);
performer (…) vršilac, izvođač, vještak, umjetnik koji nastupa (svirač, glumac, plesač); reproduktivni umjetnik;
performing arts (…) reproduktivne umjetnosti, izvodilaštvo, (Bujas, 1999a: 647).

Pojam izvedbe ne može se u toj mjeri koristiti u teorijama mode u kontekstu suvremene mode, jer pojam *performance* poprima puno šire značenje. Marvin Carlson, američki kazališni kritičar i teatrolog, jasno naglašava kako izvedbeni diskurs (*performance discours*) i izvedivost (*performativity*) danas prevladavaju u raznim oblicima proučavanja kulture, poslovanja, gospodarstva i tehnologije (Carlson, 2004: IX). U ovome radu koristit ćemo upravo taj pojam *izvedivost*, ali i *izvedbenost* kao modni performativ, koristeći pritom opet anglizam. Carlson je jasno uočio kako su dvije stvari ključne za razumijevanje izvedbenih studija. Radi se o pojmu izvedbe i izvedbenosti i njihovom dubokom isprepletanju, jer "izvedba i izvedbenost uvijek uključuju određenu dvojnost, ponavljanje nekoga već prisutnog obrasca djelovanja ili načina postojanja u svijetu, čak i kada je, kako je Derrida često dokazivao, taj autentični *original* opsjena - posljedica nužnog udvostručenja i osjećaja distance što proizlazi iz svijesti same." (Carlson, 2004: 80). Jasno je dakle, kako područje izvedbenih studija, nije zatvoren, hermetičan prostor, osobito kada se radi o isprepletanju izvedbe i mode. Područje modnoga performativa označeno je, prije svega, kao raznovrsno, multidisciplinarno, otvoreno područje, bez obzira na to koliko značenjskih *šumova* imao pojam izvedbe i performativa. Izvedba je, kako navodi i Senker, "u proteklim godinama na sebe, preuzela i dobar dio značenja koja donedavno nije imala" (Senker, 2013: 238). Pod sintagmom *izvedbeni studiji* našla se suvremena modna praksa, budući da ona, kao i područje

izvedbe, nastaje na raskrižju mnogih drugih disciplina, od sociologije, antropologije, kulturalnih studija do teorija novih medija. Ono što bi bilo najbliže u razumijevanju pojma *modne izvedbe* može se objasniti tezom američkoga teoretičara Johna McKenzija, koji je zagovornik *interdisciplinarnog i višeparadigmatskog* (McKenzie, 2006: 46) razumijevanja izvedbe. McKenzie jasno naglašava kako "lingvistika i filozofija rabe pojam *performativa* da bi teorijski obradile iskaze koje društvene akcije ne prikazuju nego ih tvore" (McKenzie, 2006: 34). Proučavanje izvedbe kao kulturalne prakse precizirao je upravo McKenzie u nešto širem smislu, a pojam izvedbe dijeli na tri temeljne paradigme, *organizacijska izvedba, kultur(al)na izvedba* i *tehnološka izvedba*. Područje kulturalne izvedbe ovdje je posebno značajno jer: "profiliralo se u posljednjih pola stoljeća, a obuhvaća široku lepezu aktivnosti diljem svijeta…Popis je otvoren pa mu elemente možemo dodavati ili oduzimati te o njima raspravljati, no, pokazuje nam da je kulturalna izvedba u najširem smislu riječi te da se proteže od *visoke* do *niske* kulture, iako najgorljiviji zagovaratelji ističu upravo njezine kontrakulturalne vidove" (McKenzie, 2006: 55).

Suvremena modna praksa u kontekstu performativa može se smjestiti u područje kulturalne izvedbe, jer je to "područje ujedno ono kojemu se istodobno i konstruira, i destruira, i rekonstruira, u kojemu se gradi i razgrađuje, osnažuje i potkopava, održava i stvara" (Senker, 2013: 270). Kako je, dakle, uopće došlo do istraživanja područja izvedbenih studija unutar područja teorija mode? Recimo odmah, radi se o modi 1990-ih godina, koja upravo čini one radikalne procese razgrađivanja koncepta mode, modnoga tijela i stvaranja modnog performativa. Odgovori na to kako se pojam izvedbe približio području mode, ne može biti jednostavan i jednoznačan, kao što smo vidjeli na primjeru jezičnih i prevoditeljskih problema. Ova dva područja supostoje, no ono što je ključno za razumijevanje ovoga razdoblja u teoriji mode i povijesti leži u pojmu modne izvedbenosti. Stoga je glavna namjera ovoga rada i bila pokazati kako ova dva pojma i područja nisu isključiva, već temeljna za razumijevanje multidisciplinarnoga modnog performativa, kao originalne prakse tjelesnog djelovanja. Već smo ranije napomenuli kako u suvremenoj modi ne postoji ništa novo, nikakva originalna ideja ili teza, no njezino razdoblje obilježeno je *novim* modnim i tjelesnim praksama koje se mogu objasniti jedino iz ovih dvaju područja. Stoga je bilo nužno predstaviti kako je došlo do pojma *modnog performativa*. Mjesto unutar humanističkih znanosti odnedavno su dobile teorije mode i teorije izvedbe, no one se rasprostiru na mnogo šira područja i nose druga značenja. Oba područja susreću se s metodološkim i znanstvenim problemima, no ovim se radom želi razjasniti kako se moda povezala s izvedbom na početku

1990-ih godina i na taj način postala *nova modna praksa*. Oba područja, modni i izvedbeni studiji, proživjela su raznolike preobrazbe, no nedvojbeno je da se pojam izvedbe u modnom smislu usmjerava na konceptualni i eksperimentalni pristup tijelu. Ono što je istaknuto u obje discipline nalazi se u pojmu tijela kao temeljnom mjestu za stvaranje značenja. Stoga se u ovom poglavlju, koje u istraživačkom i znanstvenom smislu ima zadaću uspostaviti standard s obzirom na odnos mode, performativa i umjetnosti, određuje kako i zašto za teorije mode i za područje izvedbe treba početi promišljati konceptualnu i strukturnu svezu u smislu identiteta i razlike. Konceptualni suvremeni modni dizajn koji je i tema ovoga rada, prošao je radikalne promjene u komunikaciji sadržaja, u promjeni mjesta *izvođenja*, od klasičnih modnih revija, umjetničkih galerija do medijaliziranih performansa. Kreativnom području suvremene mode nužno je bio potreban interdsiciplinarni načini rada, slamanje krutih definicija što je moda, ali i što je izvedba. Iako se najznačajniji teoretičari izvedbe i teatrolozi nisu bavili pojmom i područjem mode, ovaj rad želi upozoriti na važnost istraživanja susreta ovih dvaju važnih područja i praksa. Otuda ovo istraživanje označuje novo područje odnosa modnog dizajna i njegove izvedbe, kao područja u kojemu se stvara hibridna eksperimentalna praksa s tijelom u središtu.

Pojam i područje kazališne predstave često se zamjenjuje izrazom performativ, kako smo naglasili ranije u kontekstu vrlo nespretnih prijevoda, a koji obuhvaća mnogo širu definiciju i uključuje glazbene i video zapise, film, izvedbu, operu, suvremeni ples, ulične performanse, sve ono što modna praksa u sebe može uključiti. Ova platforma pruža širi prostor za razumijevanje rastućeg područja suvremene modne prakse koja, čini se, ukazuje na hibridnu svezu između mode, dizajna kostima i izvedbe. Modni performativ koji se *izvodi* na modnoj pisti, ili modnom filmu, ili se pojavljuje kao *slika* u modnom časopisu, naglašava modno komunicirajuće tijelo. Područja mode i izvedbe nikako se ne mogu zasebno istraživati kada se radi o suvremenoj modnoj praksi, a da bi se bolje razumjelo sjecište ovih disciplina morali bismo se vratiti na preispitivanje i podjelu onoga što čini izvedbu i što čini modu. No, tu bismo se mogli naći u vrlo nezgodnom teorijskom položaju, jer kako smo naglasili ranije, a i u ovome poglavlju, pojmovlje mijenja svoje značenje, širi svoja područja primjene i potiče stvaranje multidisciplinarnih novih pojmova. U kontekstu modnoga performansa i njegova referencijalnoga područja djelovanja, važno je i naglasiti kako je tijelo postalo važno mjesto susreta izvedbe i modne prakse. Tijelo, kako u modnom, tako i u kazališnom kostimu služi kao mjesto komunikacije, razvoja lika i njegova identiteta, no suvremene modne prakse odmiču se od ovog strogoklasificiranog sustava koji je primjenjiv na kazalište. Teorije mode

od 1990-ih godina pa naovamo, više su pritom usredotočene na pojam *tijela* kao komunikacijskog alata (Entwistle, 2000); Wilson (2001). Navedeni autori i autorice bave se tjelesnim diskursom i njegovim odnosom prema modi. Britanska teoretičarka mode Joanne Entwistle određuje modu kao *tjelesnu praksu* koja nužno uzima u obzir modu i odijelo (Entwistle, 2000). Ovaj pristup daje zajedničko razumijevanje suvremeno utjelovljenih i performativnih pristupa u modnoj praksi i kostimografiji. Unutar modnoga performativa razumije se značaj i značenje tijela kao mjesta ideje, doživljaja, komunikacije. Ta se komunikacija odvija na razini tijelo - odijelo kroz performativnu modnu dinamiku. Kako je Entwistle uočila da je moda svojevrsna tjelesna praksa, ona obuhvaća konceptualni modni dizajn, performans, suvremenu umjetnost, ali i kostimografiju. Tijelo postaje mjesto stvaranja i prenošenja značenja kroz koncept, priču, stvaranje likova, ali u prostoru suvremene modne prakse. Dakle, ono što teoretičari izvedbe nisu u velikoj mjeri istražili, područje je tjelesne modne izvedbe kao spoja umjetničkog, modnog, tjelesnog i izvedbenog. Tjelesne prakse unutar suvremene mode dovele su do drugačijeg razumijevanja i tijela i mode. Tijelo se razumije kao temeljni alat u procesu stvaranja modnoga objekta, ali i konstruiranja izvedbe i njegov je značaj kao odjevenog i komunicirajućeg često sveden na frivolne definicije modnog tijela kao pukog estetskog objekta. Cilj ovog rada jest postaviti odnose između modnoga tijela i modne izvedbe u jasno uređen sustav, usprkos bujici nespretnih pojmova i promjeni unutar samih disciplina. Djelovanje u jeziku premjestilo se u djelovanje putem tjelesnog, a to je omogućeno jedino pojmom performativa tijela u suvremenoj modi.

Djelovanje putem jezika ne može biti dostatno za objašnjenje pojma modnog performativa. Doista, performativ je pojam koji često koristimo ne znajući njegovo stvarno značenje, posebno kada govorimo o modi. Razlog tome je transformacija samoga pojma od performativa koji se premjestio iz tekstualnog u tjelesno. Performativni akti, prisutni u modnoj praksi odnose se na eksperimentalne tjelesne aspekte mode, ali i na tjelesne akte koji istražuju postojeća stanja modnog tijela, njegova referencijalna područja i načine stvaranja *realiteta*. Tjelesni, performativni činovi koji balansiraju između unaprijed zadane konstruirane modne revije do modnog performansa uvijek su prisutni u suvremenoj modi, posebno kod Galliana, McQueena, Margiele, Chalayana i van Herpen. Pitanje modnoga performativa uključuje pojam izvedbenosti koji u sebe uključuje određene kulturalne i povijesne mogućnosti. Takve mogućnosti utječu na konstrukciju modnog tijela u performativnom aktu, ali i na konstrukciju identiteta. Američka filozofkinja Judith Butler i njezina teorija o performativnosti roda važna je za ovaj rad, jer daje formulaciju drugačijeg

razumijevanja tijela u izvedbi. Tijelo je postalo "materijalnost koja nosi značenje (…), a način na koji ga nosi je u temelju dramatičan" (Butler, 2000: 271). Razlog tome jest mogućnost mijenjanja roda, odbacivanja ili prihvaćanja istoga. Moda u tome daje slobodu eksperimentiranja s rodom/spolom, ali i negiranjem istoga. Naime, modna praksa ne mora se nužno oslanjati na rodno-spolna određenja. Vidljivo je to u negiranju modne siluete 1980-ih godina. Butler prva jasno postavlja pojam performativnosti roda, ali i fenomenološki pojam utjelovljenja. Ono što je Butler jasno naznačila jest kako performativni akti sudjeluju u procesu utjelovljenja, komplementirajući na taj način Austinovu teoriju o posrećenim i neposrećenim performativnim činovima (Fischer-Lichte, 2008: 28). Pojam izvedbe ključan je u razmatranju *Nevolja s rodom*, a sama Butler napominje kako: "Kao u drugim ritualnim društvenim dramama, djelovanje roda zahtjeva *ponovljenu* izvedbu. (…) strateški je cilj izvedbe održavati rod u njegovu binarnom okviru (…) rod je identitet koji se suptilno stvara u vremenu, koji se unosi u vanjski prostor kroz *stilizirano ponavljanje činova* (…) ako rodni atributi nisu ekspresivni nego su performativni, tada ti atributi zapravo tvore identitet koji navodno izražavaju ili otkrivaju" (Butler, 2000: 140-141).

Poigravanje s idejom roda i unošenje elementa teatralnosti obilježja su rada francuskog modnog dizajnera Jeana Paula Gaultiera. Razodijevanje Madonninih grudi predstavljao je svojevrstan šok i originalan pristup modnoj izvedbi, posebno za to vrijeme. Gaultier je preuzeo estetiku punka, a na modu primijenio je njezine temeljne pojmove tako da žena postaje seksualni objekt, promijenjen i renoviran. Radikalna fetišizacija tijela najznačajniji je Gaultierov doprinos suvremenoj modnoj praksi, iako se profilirao u modnom stvaralaštvu radom na filmovima Luca Bessona, od kojih treba istaknuti *Peti element* (*The Fifth Element*, 1997). Moda je i dalje povezana s društvenim kontekstom i neizbježan je doticaj *društvenoga* i *modnoga*, s napomenom da on nije nužno odlučujući za ono što moda reprezentira nakon 1990-ih godina, osobito u kontekstu procesa modnog objekta i modnog događaja. U trenutku kada se modni kod radikalno mijenja, dolazi do transformacije modne reprezentacije, ne slučajno 1960-ih godina, u doba najveće tjelesne, ali i modne, revolucije. Promjenom društvenog, umjetničkog i modnog konteksta stvara se novi obrazac modnog *ponašanja* i nov način modnog izvođenja. Otvaraju se raznolike mogućnosti ne samo za modu već i za dizajnera koji je oblikuje i stavlja u strukturirani modni događaj. Prevlast *događaja* kao spektakla nad modom može se uočiti i u načinu difuzije modnih sadržaja u vizualnim medijima. U ekspanziji virtualne mode u doba digitalne slike, moda se elastično širi s područja dizajna na sve oblike životnih stilova (Evans, 2003: 3). Razumijevanje suvremene

modne prakse znači biti potpuno informiran o novom sustavu znakova. Umjetničko je, otuda, postalo predznak suvremene mode i to upravo u izvedbi, jer u suvremenoj modi ,u estetskom smislu, nema ništa *novog* niti inovativnog, kako smo to već naveli ranije. *Novo* može biti upravo u području izvedbenog dijela suvremene modne prakse. Stoga se nužno mora poći od istraživanja doticaja modnog i umjetničkog, kako bismo dospjeli do analize novog načina modne tjelesne reprezentacije. Ovdje treba reći kako se radi o jednoj važnoj iznimci u cjelokupnom radu dizajnerice Iris van Herpen. Ona iznimno vješto i originalno isprepleće modu, tehnologiju u procesu stvaranja modnog objekta kao i suradnju umjetničke prakse u modnoj izvedbi. Tu se, dakle, radi o inovativnosti, originalnosti, ali i novom značaju modne izvedbe u reprezentaciji modnog tijela.

Istraživanje područja studija mode i pojma izvedbe važno je, prije svega, za izvedbene studije, jer predstavlja svojevrsno sjecište raznolikih vrsta umjetnosti. Spajaju se područja glume, plesa, akrobacije i sve to predstavlja svojevrsni fizičko-umjetnički teatar, posebno u ranijim radovima Johna Galliana, s početka 1990-ih godina. Njegovi spektakli predstavljaju estetski čin povijesnog uprizorenja događaja i reinterpretacije prošlosti kao kritike našega vremena, koji definiraju pojam praznine i dosade, trauma tijela, banaliziranje svakodnevice. Galliano je inventivno iskoristio povijesne traume svijeta da bi predstavio furiju povijesti kroz raznolike tjelesne mogućnosti, a ne ograničenja. Historicizam predstavlja stoga svijest o tome da je moderno doba bilo dramatično doba stvaranja novih pravaca koji vraćaju modu u 21. stoljeće u znaku svijesti o *prolaznosti*. Kod Galliana se radi o prijelazu iz modela u izvođača. Ovaj prijelaz označuje transgresiju u područje kostima, dok se scenografija prilagođava u svojevrsni teatar. Njegova posvećenost povijesnim događanjima u inscenaciji života kao modnog spektakla istodobno uvodi i nove elemente teatralnog modnog spektakla.

Priča ispričana kroz tijelo i problematiziranje identiteta posebno je važna za izvedbene studije jer istražuje nove mogućnosti izvođača[37], pomicanje granica tijela u izvedbi, od modela prema *stvarnoj* osobi koja *izvodi* izvedbu, u ovom slučaju modnu. Suvremena moda na taj način pomiče granice u smislu izvedbe, jer prelazi iz tradicionalnog načina izvođenja u suvremenu, medijsku, tjelesnu, izvedbu. Za razliku od kazališta, performer označuje umjetnika, rijetko se pojavljuje kao glumac i ne slijedi tradicionalni način reprezentacije

[37] Pod pojmom *izvođač* misli se na subjekt koji izvodi modni performativ, reprezentirajući kolekciju. Može se raditi o modelu, performeru, umjetniku, ovisno o tome u kakvom se kontekstu izvodi modna izvedba.

narativa (Goldberg, 2011: 8). Izvedba je u modi veoma važna, jer se istražuje vizualna i društvena konstrukcija subjekta, označuje identitete, ali i neprestano mijenja tijelo (Schechner, 2006: 28). Performans je, nema dvojbe, postao mjesto preklapanja različitih oblika umjetnosti, međutim, kad je riječ o modi kontekst postaje višestruko složen, jer se moda sama ne smatra umjetnošću. No, kako i navodi američka teoretičarka književnosti i performansa RoseLee Goldberg, "performans je dugo bio smatran načinom oživljavanja formalne i konceptualne ideje na načelima na kojima se umjetnost temelji" (Goldberg, 2011: 7). Moda se uistinu proširila na cjelokupnu vizualnu kulturu, no ono što je izdvaja kao zaseban element jest njezina spona s tijelom, ono što su i japanski dekonstruktivisti uočili 1980-ih godina. Bliskost odijela i tijela u središtu je mnogih teorija mode i praksi, a ono što je karakteristika suvremene mode odnosi se na njezin odnos prema pojmu događaja. Kada se u suvremenoj modi sve više pokazuje odsutnost temeljnih označitelja društva, kao što su to klase, slojevi, institucije, sustav i društvene uloge, susrećemo se s nužnošću da ove pojmove nadomjeste neki drugi. I doista, sve je veća važnost performativa i modnoga traganja za novim načinom iskazivanja tjelesnog identiteta. Osim toga, problem nastaje i zbog prekomjernosti modnih sadržaja, dok se ono što je Lipovetsky nazivao *forma-mode* sada više ne može u potpunosti realizirati u praksi. Umjesto toga, na djelu je hibridno i fluidno kulturalno označivanje novih teritorija, na kojima se preklapaju umjetnički i modni diskurs s vizualnim performativima. Kada u taj prostor ulazi moda kao događaj stvaranja novih identiteta, postaje jasno da se više ne može održati postavka o *čistim* modnim narativima kakvi su još mogli biti postojati u razumijevanju, čak i poprilično rastezljive, teorije mode koju nazivamo postmodernom.

Ono što se događa na modnim revijama pojedinih suvremenih modnih dizajnera povezano je s društvenim, političkim, ekonomskim promjenama u kontekstu performativa modnog tijela. Tijelo se sada reprezentira kao fragmentirani događaj u zadanom prostoru i vremenu te ono sadrži zadani odjevni kôd i identitet. Logika novih medija leži u lomljenju stvarnosti, kolažiranju onoga što je stvarno i što je simulacija, bodrijarovski rečeno. Suvremena moda nalazi svoj identitet u povijesnim posudbama u umjetnosti i izvedbi te svojevrsnim ponavljanjem forme ili reizvedbom (*re-enactment*). Kako se to zbiva u posljednje vrijeme svjedoče promjene koje su razvidne i u strukturi suvremene performativne umjetnosti. To se, ponajprije, odnosi na preuzimanje elemenata trauma, šoka i medijskog ponavljanja događaja iz prošlosti, kao u slučaju nekih novijih izvedbi Marine Abramović. Pitanje identiteta, kao traganja za onim što je potisnuto, ili negirano, u njegovoj složenosti, očito mora na isti način

biti reflektirano i u izvedbama suvremene mode, tim više što je njezina temeljna odrednica u inscenaciji povijesti kao retro-futurističkoj izvedbi onoga što sada ima druga značenja, ali bez amnezije prošlosti.

Na tragu performansa od 1970-ih godina, suvremena modna praksa preuzima određene forme izvedbe tijela te na taj način stvara novu reprezentaciju modnoga tijela. Povijest performansa 20. stoljeća upućuje na mnoge važne promjene, od zatvorenog prostora kazališta do otvaranja umjetničke forme publici, od kratkotrajnih performansa do višesatnih izvedbi, sve do uključivanja raznolikih područja - književnosti, glazbe, plesa, arhitekture, videa i filma. Iako je performans vrhunac doživio 1970-ih godina u znaku demonstracije, on ostaje taktilna umjetnička forma cjelokupnog 20. stoljeća (Goldberg, 2011: 7). U kontekstu performansa 1970-ih, američki teatrolog Marvin Carlson navodi kako dolazi do promjene iz vizualne umjetnosti u kojoj je tekst u službi slike do 1980-ih godina, kada se radi na tjelesnom izvođenju i pojavi izvođača kao koreografa (Carlson, 2004: 119). Ono što želimo naglasiti u ovom poglavlju jest odnos tijela i prostora kada razmišljamo o prijelazu iz klasične modne revije u modni događaj. Moda u performativnom smislu tijekom zadnjih deset godina pokazuje promjene u načinu izvođenja i modne revije više nisu strogo kodificirane kao ni sama moda. Modni performativ ne odnosi se na strogo vezane definicije pojma performansa, jer on ne mora nužno biti politički ili umjetnički orijentiran čin, kako je to bio slučaj s performansima 1970-ih godina.[38] Velike promjene koje je ovaj pojam prošao od njegova početka, vrhunca krajem 1970-ih godina do danas, utjecali su na stvaranje pojma modnog performativa. Prije svega, radi se o preuzimanju izvedbenih elemenata koji su u modi vidljivi u smislu privremenosti izvođenja, suprotstavljanju određenih vrijednosti, ali i naglašavanju umjetničke komponente modne prakse. Zašto se ovaj pojam uveo u područje teorija mode i postao odlučujući za situaciju i kontekst u kojoj se rađa razdoblje suvremene mode? Performans je, naime, izgubio svoju političku, društvenu i kulturalnu moć koju je nekada

[38] Političko-društevni aspekti performativne umjetnosti s kraja 1960-ih godina obilježeni su borbom za građanska prava, kritikom društva i rađanjem novih identiteta. Od 1970-ih godina performans je uključivao mnogostruke aktivnosti, od *happeninga*, *body arta*, akcija i intervencija sve do gerilskog kazališta. Moda se u tom kontekstu početkom 1970-ih i društveno angažira, ali i pojavljuje kao *protest.* Vidljivo je to u preuzimanju "stilova" s ulice, što je bilo karakteristično za kraj 1960-ih godina i u oslobađanju tijela od društveno uvjetovanih *okova*. Ono što se događa krajem 1960-ih i početkom 1970-ih godina veliki je kulturalni obrat, dok se u modi 1970-ih pojavljuje potreba za novim individualizom i miješanjem stilova raznolikih supkultura.

imao, nije više bio glavno mjesto susreta butnovničkog duha protiv utemeljenih stalnih vrijednosti.

Tijelo je, pak, prestalo biti središte istraživanja, glavno mjesto u kojemu se zbiva ono što je performans imao namjeru naglasiti - upotrijebiti tijelo kao glavno oružje pobune. Francuska teoretičarka Josette Feral jasno je to uočila u svom tekstu *Što je preostalo od umjetnosti performansa? Autopsija funkcije, rođenje žanra* (1992), "rad na tijelu, koji je bio u središtu performansa, pomaknuo je istraživanje prema slici, prema televizijskom ekranu; i iako je tijelo i dalje zadržalo važnost, ono više nije bilo u središtu pozornosti - postalo je samo jedan od elemenata koji čine performans" (Feral, 1992: 97). No, tijelo u modnom performansu nužno mora biti u središtu, jer se radi o svojevrsnom slavljenju, ali i negiranju tijela u suvremenom modnom dizajnu. U ovom radu ne tvrdi se da se modni performans može u svim elementima uspoređivati s umjetničkim performativnim praksama, iako postoje dobri primjeri spajanja modnog i umjetničkog u ovom području. Autorica Nancy Troy naglašava kako su se područja mode i kazališta približila, ne više samo u kontekstu dizajniranja kostima, već i u performativnom elementu nošenja odjeće (Troy, 2003: 81). Naglasili smo kako se ovaj način drugačije primjene odjevnoga elementa prvi put primijenio u japanskoj dekonstrukciji i time još jednom potvrdili prekretničke ideje koje su donijele 1980-te godine u kontekstu modne prakse.

Kako bismo još više istaknuli promjene s kojima je nastupila suvremena moda, potrebno je ukratko predstaviti najznačajnije prijelaze iz kolekcija u modni performativ. Zasigurno najveći modni spektakli mogu se istraživati u radovima McQueena; oni prelaze iz tradicionalne modne revije u interdisciplinarne i interaktivne modne performanse. McQueen je rano uočio promjene koje će moda tek doseći i započeo je preobrazbu cjelokupne ideje mode i njezina tijela. Zbog toga ga i u ovome radu navodimo kao paradigmatskog modnog dizajnera. *Highland Rape*, kontroverzna revija iz 1995. godine, inspirirana je idejom etničkog čišćenja pa su takvi bili i predloženi modeli - rastrgani, izmučeni i raspadajući. McQueen je tretirao svoje modele kao lutke, objekte, a ne živa bića. Tu je ideju, pomalo belmerovski, nastavio svojom kolekcijom *La Poupee* dvije godine kasnije (Sl. 6), 1997. godine, koja je i bila inspirirana dekonstrukcijom njemačkoga fotografa Hansa Bellmera. Hod modela bio je ograničen okovima koji su povezivali udove, aludirajući time na odnos tijela i stroja te njihova međusobnog prožimanja. U tom kontekstu McQueen razumije i mogućnost zamjene ljudskog tijela tehnologijskim elementima na modnoj reviji 1999. godine, nazvanoj *No. 13* (Sl. , a koja uključuje mašine, robote u smislu izvođenja ljudskih funkcija. Ovdje je McQueen

otišao u potpunosti u modni performans, u kojoj *model* stoji nepomično u bijeloj haljini A-kroja i bespomoćno se daje robotima koji dizajniraju njezin završni izgled. Izvedba je inspirirana instalacijom umjetnice Rebecee Horn, a sam čin špricanja boje govori o simbolici stvaranja i transgresiji tijela. U trenutku kada su roboti u potpunosti zauzeli kontrolu nad tijelom, izvođačica je obuzeta strahom i traumom, a kada je performans završio činila se dezorijentiranom i izgubljenom (Sl. 70).

Sl. 70. Alexander McQueen, *No. 13*, 1999. godina.

Vrhunac McQueenova stvaralaštva njegova je posljednja modna izvedba naslovljena *Plato's Atlantis* iz 2010. godine. Modeli su bili odjeveni u kratke haljine karakterističnoga tiska koji je nalikovao na reptile, a nosile su *armadillo*-cipele, posebno izrađene za tu kolekciju. Važnost ove modne izvedbe jest McQueenov nagovještaj propasti prirode, raspada svjetova i ljudske otuđenost od izvorne moći prirode uopće. McQueen se manje nego Galliano bavi historiziranjem događaja, a više vlastitom interpretacijom i kritikom našeg vremena u kojemu prevladavaju praznina, dosada i trivijalnost. Ovo dramatično doba stvaranja suvremene mode obilježeno je modnim performativima svega nekolicine dizajnera koji jasno preciziraju ne samo što moda jest, nego u kojemu smjeru ona ide. Stoga je ovdje važno protumačiti one radove koji čine prijelaz od prikazivanja do predstavljanja tijela u modnom performativu. U slučaju McQueena posve je izvjesno da se modni performativ povezuje s onim što Caroline Evans precizno pokazuje. Posrijedi je svojevrsna *smrt tijela* i izobličenost tjelesnosti. U *Dijalogu između mode i smrti* (1824) talijanski autor Giacomo Leopardi modu i smrt

personificirao je kao dvije sestre, gdje je neprestana promjena mode srodna neprekinutom hodu života prema samoj smrt (Leopardi, 1982: 70). Kao što dokazuje i rad belgijskog modnog dizajnera Martina Margiele, moda je umjetna, stvorena ljudskom vještinom, neprekinuto povezana s estetikom, ali i s raspadom ideje lijepoga. Ta je veza ključna za njezinu moć, mogućnost stvaranja i pretvaranja te doticanja nekih od fundamentalnih ljudskih preokupacija: smrti, žaljenja, slavljenja i neprestanog traganja za smislom. Moda ima rijetku mogućnost govoriti o svemu tome odjednom, a to je upravo ono što je Margiela 1997. godine i učinio. To mu je omogućio pojam modnog performativa, jer spaja raznolika područja i preobrazuje značenje postojećih pojmova u sklopu izvedbenih studija i teorija mode. Stoga je ovaj rad usmjeren i na pojmove koji se pojavljuju u sastavu teorija mode, kako smo vidjeli na početku, kao i prakse mode uz njihovu blisku povezanost s područjem teorija izvedbe. Bez analize pojma performativa ne bismo mogli doći do zaključka kako je *modno* postalo performativno. Suvremena moda se sve više arhivira i muzealizira, tvoreći na taj način svojevrstan odjevni memorijski zapis. Međutim, modna instalacija koja je prisutna u suvremenoj modnoj praksi nije u velikoj mjeri istražena unutar područja teorija mode. Kako je navedeno u prethodnom poglavlju, moda se, poglavito u radu McQueena i Van Herpen odvija kao medijski kontorliran događaj dok modna instalacija predstavlja vezu između modnog objekta i umjetničke instalacije. Nadalje modna instalacija spaja tijelo, prostor i perfromans i tom kontekstu pokazuje se nezaobilaznim spomenuti rad francuskog kustosa i povjesničara Oliviera Saillarda i američko-britanske kazališne i filmske glumice Tilde Swinton. Swinton je "performerica, glumica, producentica, aktivistica, model (Stacey, 2015: 245). Njihova suradnja pomaknula je granice modnog perfromansa, *happeninga*, modne instalacije. Kako naglašava Hillary Radner, Swinton je "ekspresija novog europskog identiteta" u kojemu ona vješto predstavlja svoje tjelesne preobrazbe (Radner, 2016: 402). Modni performans otišao je korak dalje u eksperimentiranju tijela, posebno kod Swinton (Sl. 71). Ipak, mnogo je važnije što je tijelo postavio u središte istraživanja. Teorije mode u posljednje vrijeme posvećuju puno veću pozornost istraživanju pojma izvedbe u modi, odmičući se od *klasičnih* teza i teorija. Posve je jasno da je u tom obratu riječ o velikom utjecaju medija, no to nije i jedini razlog zašto se ovo područje približilo teorijama izvedbe. Tijelo koje je oduvijek privlačilo i zavodilo tijekom modne povijesti poprimilo je raznolike preobrazbe u izvedbi, a ne u modi kao takvoj. Riječ je uprizorenju tijela kao estetskog objekta u pokretu koje u tom procesu poprima nove tjelesne značajke. Naposljetku, odnos između umjetničkog i modnog performativa ne smije se razumjeti tako da bi moda u izvedbi bila pukom ilustracijom nekih *umjetničkih* ideja, jer to bi, iznova, degradiralo autonomnost mode

na funkciju nečem drugome, pa makar to bila i aura umjetničkog događanja. Bez autonomnosti suvremene mode, a to je sve izraženije u nastanku studija o modi (*fashion studies*), koji uzimaju u obzir složenost područja suvremenog dizajna, tehnologije i kulture, nije moguće tijelu dati onu ulogu koju je od 1960-ih godina do danas uspostavilo mišljenje jezičnoga obrata (*linguistic turn*) i korak prema performativnosti i konceptualnosti samoga tijela, da bi 1990-ih slikovnim obratom (*iconic turn*) tijelo postalo slikom same izvedbe onog događaja s kojim modna revija postaje više od spektakla izvedbe: uistinu radikalna preobrazba umjetničkoga događaja u djelo - objekt insceniranja kako to pokazuju najznačajniji modni dizajneri našeg vremena (Sl. 72).

Sl. 70. Tilda Swinton, performans *Cloakroom – Vestiare Obligatoire*, 2015. godina.

Sl. 72. Iris van Herpen, *Couture*, proljeće/ljeto, 2019. godina.

5. ZAKLJUČAK

Suvremena moda djeluje unutar forme spektakla kao medijalizirana, performativna praksa tijela. Stoga, ovaj rad otvara mogućnosti istraživanja novog područja unutar teorija mode, spajajući pritom teorije izvedbe i teorije novih medija. Na taj je način pristup novom fenomenu na rubu između već postojećih istraživačkih praksi nastojao odgovoriti na pitanje: zašto još uvijek modu u doba tehnoznanosti, vizualizacije i radikalnih preobrazbi tijela mnoge discipline u humanističkim znanostima nevoljko prihvaćaju kao legitimni predmet teorijskog interesa? Doktorski rad *Suvremena moda kao događaj - novi mediji i preobrazbe tijela* sintetički je obuhvatio tri navedena područja (teorije mode, teorije izvedbe i teorije novih medija), te pokušao objasniti što se događa s modom nakon 1990-ih godina. Također, bilo je iznimno važno pokazati kako su novi mediji, u kontekstu modne fotografije i filma, utjecali na razvoj suvremene mode, a za to je bilo potrebno osmisliti nove pojmove poput *modnog tijela, objekta* i *procesa*. Suvremena modna praksa, koja se odlikuje eklekticizmom, sinkretizmom eksperimentalnošću, metodološki je iziskivala spajanje nekoliko područja unutar humanističkih znanosti, kako bismo u ovom interdisciplinarnom diskursu dospjeli do temeljne postavke o biti suvremene mode kao vizualne konstrukcije tijela u *događaju*. Budući da je pojam događaja filozofski pojam koji je u 20. stoljeću odredio mišljenje Heideggera, Whiteheada, Deleuzea, Lyotarda i Badioua, za potrebe ovoga rada bilo je dostatno pokazati kako dolazi do promjene paradigme u estetici i umjetnosti nakon nastanka novih tehnologija, a to znači novih medija. Umjesto estetike djela, sve se premješta u područje estetike događaja - od dadaizma u povijesnim pokretima avangarde prve polovine 20. stoljeća do neoavangardnih pokreta u umjetnosti 1960-ih godina, poput situacionista, pop-arta i Fluxusa. Nije nimalo slučajno da se nastanak modnog dizajna povezuje s nastankom avangardnih pokreta u 20. stoljeću koji su koristili fotografiju i film kao nova izražajna sredstva, što će 1960-ih godina dovesti do ideje transformacije same umjetnosti u život kao estetsku konstrukciju događaja. Uostalom, suvremena moda koja, doduše, nastaje 1990-ih godina, složena je konfiguracija ove "estetike događaja", prijenosa elemenata moderne i postmoderne mode u potpuno novo društveno i kulturno okružje. Događaj prethodi djelu, a ne obratno, To jednostavno znači da u suvremenoj modi tijelo nije puki estetski objekt (engl. *ready-made*), već događaj simboličke preobrazbe značenja ne samo društva, već i pojma kulture, što je prvi u semiotici mode naznačio Roland Barthes.

Odmičući se od klasičnog diskursa, posebno humanističkih znanosti, ovim se radom pokazuje bliskost između suvremene mode i suvremene umjetnosti na primjerima najznačajnijih modnih dizajnera poput Alexandera McQueena i Johna Galliana, kao i Iris van Herpen - koja danas ima auru novog u stvaralačkom preusmjeravanju senzibiliteta i estetike McQueena s obzirom na eksperimentiranje s novim tehnologijama i sintetičkim materijalima. Promjenama koje su se odvile u teorijama mode, posebno od postmodernih teorija do suvremenih teorija mode, pokazali smo da *događaj* prožima cjelokupnu modu, njezine najveće dosege i traganja za novim načinima stvaralačkog promišljanja digitalnog doba. Cilj ovoga rada bio je ponajprije ukazati na ove odlučujuće promjene u modi nakon 1990-ih godina i istodobno posebno naglasiti performativne aspekte modnog tijela. Dodajmo ovome da se događaj strukturira kao sveza spektakla, novih medija, vizualizacije i estetskog oblikovanja ljudskog tijela u njegovim preobrazbama. Ono što se mijenja nije tek njegov "tjelesni lik", morfologija i, govoreći delezovski, tijelo-bez-organa, već referencijalni okvir njegova pojavljivanja kao modnog tijela u doba koje je bilo određeno mogućnostima prelaska iz jedne forme egzistencije u drugu. To je ponajbolje pokazao McQueen u svojem najznačajnijem konceptualnom izvedbenom događaju *Plato's Atlantis (Platonova Atlantida)* iz 2010. godine. Mijenja se temeljni označitelj mode, ono što je još klasični sociolog mode Georg Simmel nazivao formom-mode, podrazumijevajući pritom strukture i institucije modernog kapitalističkog društva. Nestankom "društva" koje je određivalo granice modernoj modi u teatru društvenih uloga (visoka moda kao paradigma) i nestankom "kulture" koja je oslobodila potencijale individualnog pristupa ljudskom tijelu u kontrakulturnim i supkulturnim pokretima 1960-ih godina (postmoderna moda kao demokratizacija životnih stilova), jedino što preostaje suvremenoj modi jest usmjerenost na slobodu i autonomiju posljednjeg teritorija slobode - tijela.

Također, cilj ovog rada bio je artikulirati modu kao legitimno područje humanističkih znanosti tim više što upravo od 1990-ih godina, kada nastaje paradigma suvremene mode, u svijetu otpočinje akademsko "bujanje" tzv. studija mode (*fashion studies*). Bilo je nužno objasniti kako su se suvremene teorije mode razvile u značajno interdisciplinarno područje te analizirati kako je u tom pogledu razvitak novih medija (s naglaskom na modnu fotografiju i modni film) otvarao modi nove mogućnosti stvaralačke imaginacije. Iznesene postavke bilo je moguće artikulirati, jer studij suvremene mode u svojim najznačajnijim dosezima pretpostavlja uvođenje pojmova koji su, upravo onako kako je to Walter Benjamin prvi u 20. stoljeću najavio, više figuralni, nego diskurzivni, više na granici s aurom umjetničkoga djela,

nego s frivolnošću svakidašnjice koju su u 20. stoljeću analizirale postmoderne sociologije životnih stilova i kulturalna antropologija. Ovo osobito treba imati na umu, jer se ne samo modi, već i svim aspektima suvremenog dizajna današnjice mora pristupiti polazeći od uvida u estetsku tehnogenezu životnog svijeta u kojem obitavamo, izručeni različitim tehnikama oblikovanja nove okoline. Suvremenu modu odlikuje potpuna prevlast vizualnog koda. Što to drugo znači negoli da slika (*image*) tijela prethodi njegovoj izvedbi. No, izvedba nije nešto unaprijed poznato, kao dramski tekst zapisan u povijesti književnosti. Umjesto toga, susrećemo se s emergencijom i kontingencijom modne izvedbe kao događaja, doduše do u detalje isplaniranog i konstruiranog. To pokazuje narativ dokumentarnog modnog filma Wima Wendersa, *Notebook on Cities and Clothes* (1989), u kojem kroz razgovor s japanskim modnim dizajnerom Yamamotom i razmišljanjem o ulozi informacije u digitalno doba ulazimo u estetski labirint neodređenosti, nedovršenosti djela, nemogućnosti konačne spoznaje o svijetu satkanom od iluzija i onog što Lacan naziva traumatskim Realnim.

Ovaj doktorski rad imao je zadaću raščlaniti pojam modnog tijela, objekta i procesa u području teorija izvedbe, kao i pojam modnog događaja koji zamjenjuje reprezentaciju mode kao modne kolekcije. Nije to tek puka promjena mjesta označivanja, govoreći semiotički. Modna kolekcija uvijek nešto/nekoga predstavlja, ima jasno određenu namjeru, upravo onu o kojoj govori Barthes u ogledu *Retorika slike*, kada kaže da je namjena reklamne slike intencionalna, što znači da komercijalnost proizvoda određuje u konačnici značenje slikovnog sadržaja. Moda kao izvedbeni događaj upućuje na složenost performativnih praksi koje su se razvile od 1990-ih godina do danas. Ovdje, svakako, treba istaknuti da je premještanje težišta s reprezentacije na konstrukciju/dekonstrukciju samog događaja, kao primjerice u kritici društva spektakla i narcizma u McQuennovoj reviji *Voss (2001)*, neizbježan put promišljanja o daljnjim mogućnostima ove dematerijalizirajuće mode koja ulazi u život suvremenog čovjeka poput "sablasti" i čini ga estetski profiliranim korisnikom-potrošačem svih iluzija i blagodati društva hiperpotrošnje, kako to u svojim analizama pokazuje jedan od najznačajnijih teoretičara mode Gilles Lipovetsky.

Iscrpnim izlaganjem o pojmu mode i teorijama mode te utjecaju novih medija na razvoj suvremene modne prakse, ovo se istraživanje i rad pokazuje kao mjesto susreta suvremenih interdisciplinarnih teorija i intermedijskih praksi. Od estetike mode 1980-ih godina kojim započinje istraživački dio rada pa sve do recentnih primjera modnog dizajna, u kojem su analizirani radovi najznačajnijih suvremenih modnih dizajnera, vidimo kako modu ne

možemo dohvatiti u njezinim umjetničkim traganjima tek s naslijeđenim diskursom modernih disciplina koje su sve na ovaj ili onaj način slijedile temeljne pojmove sociologije od Veblena i Simmela do Parsonsa. Bilo je stoga neizbježno pokazati kako se i u složenim spoznajno-teoretskim uvidima postmodernih teorija mode (Bourdieu, Lipovetsky, Wilson) često isprepliću pojmovi koji sjedinjuju logiku klasno-socijalne diferencijacije i logiku marginalne diferencijacije da bi se neki fenomen cjelovito i sustavno objasnio (primjerice, životni stil). Japanska dekonstrukcija kojom je započelo novo poglavlje i područje unutar teorija mode, označuje nove načine izrade odjevnog objekta, kao i cjelokupni proces modnog dizajna. Nema dvojbe da otada svjedočimo radikalnoj promjeni odnosa tijelo - odijelo kao i cjelokupnog procesa odijevanja. To se može zamijetiti i u arhitekturi 1980-ih godina kada japanski arhitekti postaju ključni protagonisti eklektičkoga pristupa odnosu tradicije u postmodernom kontekstu. Estetika japanskog dizajnera Yohjija Yamamota pritom se čini odlučujućom za razumijevanje drugačijeg tijela, onog koje je dekonstruirano odjevnim objektom. Iako su vidljivi tragovi postmoderne mode, japanska dekonstrukcija označila je uistinu svojevrsni početak suvremene modne prakse. Vidljivo je to u oblikovanju tkanine, odjevnog objekta, a potom i samog tijela. Voluminoznost japanske dekonstrukcije vidljiva je i u radu američkoga dizajnera Ricka Owensa (posebno u kolekcijama iz 2016. i 2017. godine), koji se izravno oslanja na japanske metode izrade modnog objekta, ali odlazi i korak dalje te eksperimentira s performativnim elementima. Japanski dizajner Issey Miyake svojim radom, pak, istražuje prostor između tijela i odijela s naglaskom na reljefnost tkanine koja obavija tijelo. Naposljetku, Rei Kawakubo radikalizirala je stvaranje prenaglašenog modnog odjevnog objekta te je zapadnjački modni sustav doživio korjenite promjene. S japanskom dekonstrukcijom 1980-ih godina susrećemo se s rezom u povijesti mode, što iz temelja mijenja odnos prema tijelu i uspostavlja novu paradigmu mode.

Estetika punka ponudila je, nesumnjivo, jasan odmak od japanskog tipa vizualnosti mode i pristupa odjevnom predmetu. Cjelokupni proces razlikuje se od početka stvaranja modnog predmeta do njegove reprezentacije i bilo je potrebno ukazati na ove razlike, ali i sličnosti dviju moda. Punk, koji obilježava rad britanske dizajnerice Vivienne Westwood, učinio je taj zadnji, presudni korak i zaokret krajem 1980-ih godina u razumijevanje odnosa mode i tijela. Estetika punka i uvođenje novog načina odijevanja unose u modu novu siluetu. Nedovršenost odjevnog predmeta i novi tip mode pojavljuje se kao antimodna posljedica. Naravno, jasno je da pojam antimode (*anti-fashion*) ima snažne elemente bunta i osporavanja vladajućeg *mainstream*-modela odijevanja te se pojavljuje kao reakcija na dominantnu kulturu života u

zapadnim društvima nakon 2. svjetskog rata. Punk je snažno utjecao na rastemeljenje funkcija spola i roda, društvenih klasa kao i cjelokupnog stila života u modernim kapitalističkim društvima. Britanski modni dizajneri John Galliano i Alexander McQueen, proizašli su iz ovog naslijeđa estetike punka te je u njihovim ranijim radovima s početka 1990-ih godina vidljiv utjecaj Vivienne Westwood i eklektičnog identiteta tadašnje mode. Uvjet početka suvremene mode bili su procesi koji su započeli u japanskoj dekonstrukciji i estetici punka te je bilo nužno predstaviti ova dva značajna razdoblja u povijesti i teoriji mode.

Za razvitak teorije mode druge polovine 20. stoljeća doprinos francuskog strukturalista i semiotičara Rolanda Barthesa u kontekstu semiotike mode uistinu ima dalekosežan utjecaj na mnoge discipline i orijentacije koje su u međuvremenu nastale. U njegovu djelu *Sustav mode* iz 1967. godine nalaze se najznačajniji pojmovi za istraživanje *pisane* i *slikovne* mode. Njegove teze o biti reklamne slike, uvelike su otvorile prostor istraživanju modne reklamne slike i fotografije. Barthesova semiotika u suvremenim teorijama mode ostaje nesumnjivo temelj za uspostavljanje složenog sustava mode. Stoga se moda u semiotici pojavljuje kao *tekst* koji se raslojava na različitim razinama značenja, dok se u izvedbi u virtualnom svijetu moda pojavljuje kao tijelo u događaju. Ova konceptualna razlika postaje mjesto teorijskog reza između dviju paradigmi. Razlog je taj što događaj sada zauzima mjesto ishodišta za nove interpretacije *modnog* i *mode* uopće. Modno se odnosi na sve aspekte inovacije i renovacije, potrošačkog društva i spektakla, dok modu u širem smislu možemo odrediti kao način života i masovne vizualne komunikacije svih pripadnika društva. Stoga je bilo nužno pokazati kako se semiotički model u novim medijima premjestio iz jezika u kôd te kako se suvremena moda istražuje kao nova mogućnost tjelesnog događaja u modnom objektu. Postmoderne teorije mode još su neke od tih procesa opisale 1960-ih godina, radikalizirajući pojmove tijela i tjelesnosti. Najznačajnije uvide artikulirao je Jean Baudrillard postavkom o *kraju mode* kao *kraju povijesti*. U tom naizgled "apokaliptičnom" sudu o nestanku mode i povijesti nije rečeno da je moda faktički nestala iz novog društva potrošnje i reklamnih strategija korporativne kapitalističke ekonomije, već se, naprotiv, postavka odnosi na nemogućnost izlaska iz začarane strukture odnosa društvene forme-mode prema kojoj sve nužno poprima karakter "modnog objekta" u svijetu razvijenih potreba. Kraj mode označuje kraj povijesti stoga što se moda ne "razvija". Ona se "mijenja". No, problem je što su sve te "promjene" poput vrtnje u krugu do beskonačnosti te ukazuju na recikliranje proizvodnje-potrošnje, *revival* modnih stilova i retro-futurističke procese bez potencijala "novoga". Suvremena moda, unatoč pojavi modnog tijela, objekta i procesa, ne mora nužno biti materijalizirana. Njezina materijalizacija,

iako čarobna i spektakularna, nije njezina bit. Upravo su performativni aspekti suvremene mode i modnog tijela zauzeli središnji dio ovoga rada. Modne revije koje proizlaze iz interaktivnog spektakla i uključuju *umjetničko* i *modno* postaju novo istraživačko žarište za teorije mode. Stoga je i ovaj rad posvećen tom dijelu, u kojem se detaljno razrađuju pojmovi iz teorija izvedbe i teorija mode.

Eksperimentalni procesi suvremene mode nezaobilazni su za istraživanje *novog modnog tijela*. Tijelo i tjelesnost radikalno mijenjaju njihovo značenje i značaj unutar teorija mode kroz modnu fotografiju i film. Stoga su poglavlja o modnom filmu i fotografiji nastojanje da se teorijama mode otvori novo istraživačko polje, ali isto tako i području filmologije, budući da do sada u nas nije bilo relevantnih znanstvenih istraživanja koja obuhvaćaju odnose mode, filma, tijela i tjelesnosti kao sklopove međusobnih preklapajućih utjecaja. Samo je po sebi jasno da u ovom radu ne možemo prihvatiti monokauzalne pristupe. Uostalom, upravo je složeni sklop mode danas dokaz o mogućnostima koje suvremene teorije složenosti (engl. *complexity*), emergencije i kontingencije, kao znanstvene teorije pružaju za objašnjenje fluidnosti ovog fenomena. Utjecaj filmskog procesa na modno tijelo veoma je značajno za ovo područje, jer se jasno pokazuje kako je modni film svojevrsna virtualna izvedba tijela. Procesi koje tijelo proživljava unutar toga medija ostavljaju različite pozitivne i negativne tjelesne posljedice i modifikacije. Nije stoga neobično da će pojmovi traume, tjeskobe, narcizma biti ona trijada koja će novom referencijalnom okviru suvremene mode dati novo, ne samo estetsko, iskustvo traganja subjekta za svojim problematičnim identitetom. Dobar primjer predstavlja jedna od najznačajnijih studija nastalih na tom tragu, a to je studija Caroline Evans *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity, and Deathliness* (2003). Budući da suvremena moda nije više materijalna, već *događajna* film se pokazuje kao platforma za modni proces i suvremene modne prakse. Važna sveza mode i filma, u ovom radu, predstavljena je istraživanjem zlatnog doba Hollywooda i umjetničko-dokumentarnih modnih filmova i upravo se tijekom toga razdoblja odvija značajna promjena u modnom dizajnu. Bilo je važno istaknuti razlike između klasične kostimografije i modnog kostima koji potom može izravno utjecati na modu *ready-to-wear*, što je vidljivo na primjerima koji su navedeni u radu. Filmovi 1950-ih i 1960-ih godina započeli su ovaj obrat u promjeni iz klasične kostimografije u modni kostim. Naposljetku, tijekom 1980-ih godina modni kostim izravno utječe na modu *ready-to-wear* i tadašnji stil. Utjecaj zvijezda Hollywooda na modni film posebno je važan, nadasve u području visoke mode, što je primjetno u slučaju glumice Audrey Hepburn. Modni film, iako rodno i žanrovski neodređen, jer spaja nekoliko kategorija, pokazuje se kao

eksperimentalni zapis o tijelu suvremene mode. Poglavlje koje istražuje aspekte modnog filma i tjelesne preobrazbe može se, stoga, smatrati svojevrsnim ishodištem ovog rada, budući da se u modnom filmu ne reprezentira više odijelo kao kostim, već se tijelo medijalizira. Takvo tijelo pojavljuje se sada kao nova mogućnost tijela i tjelesnosti na filmskoj slici. Dostatno je za ovu svrhu kazati da se figure postmodernih ikona Davida Bowieja i Madonne, a u 21. stoljeću Lady Gage, u odnosu na Audrey Hepburn pokazuju kao razlika u reprezentaciji mode uopće. Modni film je utoliko pokazatelj simboličke konstrukcije identiteta u razlici između moderne elegancije i ekstravagancije te suvremene dekadencije i zazornosti (abjekcije). Sjetimo se samo provokativnih video-spotova s Madonnom i Lady Gagom koji dekonstruiraju lik žene kao objekta želja "muških fantazija". No, odlučujuća razlika između "svjetova" različitih paradigmi mode u poretku reprezentacije modnog filma proizlazi iz razlike koju smo ovdje temeljito istražili: kako slika u medijskom okružju suvremene mode objektu daje novo simboličko značenje u odnosu na prethodnu denotaciju-konotaciju odjevnog predmeta moderne mode.

Kroz modnu fotografiju pak suvremena moda proživljava veliku promjenu od reklamne slike do eksperimentalno-umjetničke modne fotografije koja se, nadalje, predstavlja kao svojevrsni vizualni esej. Razvoj modne fotografije neodvojiv je od povijesti mode s prijelaza iz 19. u 20. stoljeće. Fotografija pritom igra važnu ulogu u definiranju suvremene mode i modnog tijela, a od 1990-ih godina moda se sve više arhivira, fotografira i muzealizira. Ona se razumije kao mjesto spajanja različitih vizualnih elemenata, novih modnih praksi i medijske reprezentacije. Modna fotografija istražuje i nove tehnologije i nove ideje koje problematiziraju političko, umjetničko i društveno. U tom smislu bilo je potrebno predstaviti polje vizualnosti mode, sada ne više kao nove estetske kategorije, već kao nove paradigme suvremenog životnog stila pod utjecajem novih medija. Reprezentacija mode vrlo je važna za istraživanje suvremene mode, a u ovim dvama područjima - filmu i fotografiji, vidljive su promjene u modnom diskursu, posebno nakon 1990-ih godina. Modna fotografija, u kojoj razaznajemo promjene paradigme u slučaju modnih fotografa (od Edwarda Steichena do Helmuta Newtona), potiče promjene u modnom kontekst, kao i u načinima reprezentacije. No, početkom 1990-ih godina, pojavom fotografa poput Testina, Lindbergha, de Marchieliera pa sve do Nicka Knighta, fotografija dobiva novi oblik reprezentacije, ali i novog subjekta. Ta promjena koja se odvila početkom 1990-ih godina, usmjerila je modnu fotografiju u sasvim novom smjeru. Subjekt modne fotografije više nije nužno model ili poznata osoba već se radi o fotografiji kao platformi za istraživanje tijela obilježenog posljedicama traume suvremenog društva, što je

vidljivo u radu Juergena Tellera. Suvremena modna fotografija predstavlja novi vizualni esej, jer spaja raznolika područja i tehnologije. Oslanjajući se na Barthesov pojam reklamne slike i njezine prirode, ovo poglavlje predstavilo je fotografiju kao novu platformu za proizvodnju znakova. Fotografija djeluje kao fragmentirani estetski događaj u kojem je subjekt posve zanemaren, ali se naglasak stavlja na ozračuje koje nudi modna fotografija. Ne radi se više o isključivo reklamnoj slici, iako se radi o modnoj fotografiji, već više o uvidu u *novu* stvarnost. Zahvaljujući novim medijima i brzom razvoju tehnologije, fotografija, a potom i film, utječu na modni proces i pojam tijela i tjelesnosti.

Istraživanje mode važno je za izvedbene studije, jer predstavlja svojevrsno sjecište raznolikih vrsta umjetnosti i tjelesnih praksa. Pojmovi poput tijela, roda i spola, kao i problematiziranje identiteta važne su za teorije mode i teorije izvedbe, jer istražuju nove mogućnosti tijela i tjelesnosti u događaju mode. Suvremena moda pomiče granice u smislu izvedbe, jer prelazi iz tradicionalnog načina izvođenja u suvremenu, tjelesno-modnu izvedbu. Performans je stoga postao mjesto preklapanja različitih oblika umjetnosti, međutim, kod suvremene mode slučaj je složeniji jer se ne radi isključivo o umjetničkoj formi. Bliskost odijela i tijela u središtu je mnogih teorija mode, ali se bez konteksta izvedbenih umjetnosti ne može više precizno istraživati. Razlog zacijelo treba vidjeti u tome što se susrećemo s dinamičnim konceptom modnog tijela koji se ne može definirati "esencijalistički" kao zadano rodno/spolno određeno tijelo, "bijelo" ili "crno", ekstravagantno ili konzervativno, nego kao tijelo-u-postajanju, ono koje poprima nova značenja samo u interakciji s Drugim, o čemu svjedoče modni performansi Jean-Paula Gaultiera, ta svetkovina multikulturalnih razlika i teatar fascinantnih opsjena.

"Moda kao događaj i stvaranje modnog objekta" posljednje je poglavlje koje je imalo zadaću predstaviti odnose tijela, novih medija i izvedbe u zaokruženu cjelinu. Tijelo u suvremenoj modi na taj način stječe nova tjelesna iskustva, nadopunjuje se u kontaktu s odijelom, ali, što je još važnije, u području performansa moda dobiva sasvim novo značenje. Bez istraživanja i metodologije teorija izvedbe, ne bismo mogli objasniti što se događa s modom i kako istraživati rad suvremenih modnih dizajnera. Praksa koju dizajneri koriste, posebno u zadnjih desetak godina, nije više u *modnom* već u *izvedbenom* dijelu njihova rada. Izvedba pod utjecajem novih medija postaje ključno mjesto razumijevanja suvremene mode i njezine čarolije. Moda nije, kako smo naglasili, samo materijalni artefakt ili memorijski zapis, ona nas posvuda okružuje. Njezina čarolija i jest u tom vještom prikrivanju da nas okružuje u svim elementima svakidašnjeg života. Cilj ovoga rada bio je ukazati na suvremenu modu kao

fluidnu formu koja se odvija u spektakularnoj novomedijskoj izvedbi te kako, povratno, sami mediji konstruiraju tijelo i modni objekt. Jasno je da se funkcija modnih revija više ne može svesti na prikazivanje i predstavljanje kolekcija. Umjesto toga, modni dizajner kao i suvremeni arhitekt, primjerice, ne samo da postaje "zvijezda" velike predstave, kao što je to performativni događaj ili *show*. On utjelovljuje lik tvorca spektakla kao inscenacije prohujale povijesti, oživljavanja traumatske sadašnjosti i prikaza utopijsko-distopijske budućnosti. To smo pokazali u analizi modnih promišljanja dizajnera koji utjelovljuju ova tri naizgled disparatna estetska postignuća - Galliana, McQueena i Chalayana.

Naposljetku, ovaj je rad nastojao sagledati uvjete pod kojima nastaje suvremena moda, kao i u kojem se kontekstu odigrava njezin razvitak. To je izvedeno u preuzimanju pojmova iz druga dva ključna područja (teorije medija i teorije izvedbe), uz jasno isticanje autonomije teorija mode. Interdisciplinarnim pristupom, dospjeli smo do sinteze fotografije i filma s modom, što se pokazalo ključnim za razumijevanje vizualnosti i medijalnosti mode. S druge strane, izvedbenost modnog diskursa pokazuje se prekretnicom za razumijevanje biti suvremene modne prakse. Razlika između mode i prakse unutar sklopa suvremenosti proizlazi iz drukčijeg poretka ili ranga pojmova. Sada, naime, slika prethodi jeziku, što u semiotičkom smislu označuje novi poredak značenja. Simboličko značenje mode danas jest ponajprije u tome što se ona ne odnosi više na referencijalni okvir modernog društva i postmoderne kulture. U prvom slučaju moda je još uvijek bila ovisna o izvanjskim čimbenicima integracije u zadani društveni okvir patrijarhalnog poretka vrijednosti; u drugom, pak, sve je usmjereno ideji jednakosti i slobodi nepokorenog tijela pojedinca (demokratizacija mode kao antimode i prevlast marginalne diferencijacije). Ono što je autonomna značajka suvremene mode pokazuje se u događaju izvedbe tijela kao zbivanja onog traumatskog i opscenog, estetski zavodljivog i narcistički konstruiranog sebstva koje uranja u svijet mode kao u svoje "prirodno" okružje, jer sve je u izvedbi, a ništa u reprezentaciji, odavno nestalih društvenih figura ranog kapitalizma.

Suvremena moda označuje konačnu sintezu vizualnosti i događajnosti. Sve što vidimo istodobno se događa u virtualnoj aktualizaciji, a ona određuje stvarnost kao vizualnu konstrukciju mode. Stoga moda koju *gledamo* ne mora nužno biti moda koju *nosimo*, no zasigurno će biti moda koju strasno želimo gledati, ako nam već nije dano da njome ukrašavamo vlastito tijelo. Najznačajnija ostvarenja suvremenih modnih dizajnera poput McQueena, Galliana, Chalayana, Owensa i van Herpen, neprestano nas podsjećaju da se

čarolija i moć mode ostvaruju u spektakularnoj izvedbi tijela u događaju. Od mode, kao i od svijeta, na kraju ostaje katalog fascinantnih slika, čista vizualizacija života kao estetskog užitka.

6. POPIS LITERATURE

Agamben, G. (2008) *Homo sacer: suverena moć i goli život*. Zagreb: Karpos.

Agamben, G. (2019) *Što znači biti suvremen?*. Novi Sad: Biblioteka Svici.

Austin, J.L. (1962) *How to do Things with Words*. London: Oxford University Press.

Badiou, A. (2007) *The Event in Deleuze*, u časopisu: *Parrhesia*, No. 2, Melbourne, str. 37-44.

Barnard, M. (2002) *Fashion As Communication*. London, New York: Routledge.

Barthes, R. (1964) *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang.

Barthes, R. (1967) *Système de la Mode*. Pariz: Editions du Seuil.

Barthes, R. (1973) *Mythologies*. London: Paladin.

Barthes, R. (1977) *Image-Music-Text*. New York, Hill and Wang.

Barthes, R. (1985) *The Grain of the Voice: Interviews 1962–1980*. *London:* Jonathan Cape.

Barthes, R. (1989) *The Photographic Message*, u: Barthes: *Selected Writings,* Glasgow, Fontana, str. 194-210.

Barthes, R. (1990) *The Fashion System*. Berkley i Los Angeles: University of California Press.

Barthes, R. (1998) *Roland Barthes*. London: Macmillan.

Barthes, R. (2003) *Svijetla komora-bilješka o fotografiji*. Zagreb: Antibarbarus.

Barthes, R. (2006) *The Language of Fashion*. Sydney: Power Publications.

Baudrillard, J. (1976) *Symbolic Exchange and Death*. I. Grant (prijevod), London: Sage.

Baudrillard, J. (1976) *Symbolic Exchange and Death.* London: Sage.

Baudrillard, J. (1981) *Simulacres et Simulation.* Pariz: Éditions Galilée.

Baudrillard, J. (1988) *The Ecstasy of Communication.* Los Angeles*:* Semiotext(e).

Baudrillard, J. (1995) *Simulacra and Simulation* (*The Body In Theory: Histories of Cultural Materialism*)*.* Michigan: University of Michigan Press.

Baudrillard, J. (2001) *Simulacija i zbilja*. Zagreb: Jesenski i Turk i Hrvatsko sociološko društvo.

Baudrillard, J. (2002) *Moda ili čarolija koda*, u: Zborniku *Moda, povijest, scociologija i teorije mode*, (ur. Cvitan-Černelić, M.; Bartlett, Dj.; Vladislavić, A.T.), Zagreb: Školska knjiga.

Baudrillard, J. (2007) *Fashion, or the Enchanting Spectacle of the Code* u: M. Barnard (ur.), *Fashion Theory: A Reader*, London: Routledge.

Benjamin, W. (1999) *Arcades Project.* Harvard: Harvard University Press.

Berger, J. (2013) *Understanding a Photograph*, ur. Geoff Dyer, London: Penguin Classics.

Berman, M. (1983) *All That is Solid Melts into Air: The Experience of Modernity*. London: Verso.
Bordieu, P. (1965) *Un Art Moyen*, *Essai sur les usages sociaux de la photographie Luc Boltanski, Jean-Claude Chamboredon, Préface de Philippe de Vendeuvre*. Pariz: Les Éditions de Minuit.
Bruzzi, S. (1997) *Undressing Cinema: Clothing and Identity in the Movies: Clothes, Identities, Films.* London: Routledge.
Bujas, Ž. (1999) *Veliki englesko-hrvatski riječnik*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
Butchart, A. (2016) *The Fashion of Film: Fashion Design Inspired by Cinema.* London: Octopus Books.
Butler, J. (1990) *Gender Trouble.* London i New York: Routledge.
Butler, J. (2000) *Nevolje s rodom: Feminizam i subverzija identiteta*. Zagreb: Ženska infoteka.
Butler, J. (2004) *Undoing Gender.* London i New York: Routledge.
Calefato, P. (2004) *The Clothed Body*. New York: Berg.
Calefato, P. (2019) *Fashionscapes*, u: *The End of Fashion: Clothing and Dress in the Age of Globalization*, (ur.) Geczy, A., Karaminas, V., London: Bloomsbury, str. 31-47.
Carlson, M. (1988) *Performance Theory*. London: Routledge.
Carlson, M. (2004) *Performance: A Critical Introduction*. New York, London: Routledge.
Chateau, D. (2011) *Film i filozofija*. Beograd: Clio.
Church Gibson P. (2011) *Fashion and Celebrity Culture*. London: Berg.
Codeluppi, V. (2006) *Tekuće tijelo – moda s onu stranu narcisoidnosti,* prevela s talijanskog Mirna Cvitan Černelić, u: časopisu *Tvrđa* ½ (2006) Zagreb, str. 119-122.
de Perthuis, K. (2016) *People in Fashionable Clothes: Street Style Blogs and the Ontology of the Fashion Photograph*, u časopisu: *Fashion Theory*, vol. 20, no. 5, 2016, pp. 523-543.
Debord, G. (1999) *Društvo spektakla i komentari društvu spektakla*. Zagreb: Arkzin
Deleuze, G. (1983) *Cinéma 1. L'image-mouvement*. Pariz: Les Éditions de Minuit.
Deleuze, G. (1990) *The Logic of Sense*. Columbia: Columbia University Press.
Deleuze, G. (2010) *Film 1: slika-pokret*. Zagreb: Udruga Bijeli val.
Deleuze, G. (2012) *Film 2: slika-vrijeme*, Zagreb: Udruga Bijeli val.
Derrida, J. (1967) *De la grammatologie.* Pariz: Les Éditions de Minuit.
Derrida, J. (1995) *Mal d'Archive: Une Impression Freudienne*. Pariz: Éditions Galilée.
Eco, U. (1972) *Social Life as a Sign System*, u: *Structuralism: An Introduction,* (ur.) David Robey, Oxford: Claredon Press, str. 57-72.

English, B. (2011) *Japanese Fashion Designers: The Work and Influence of Issey Myake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo.* London: Berg.
English, B. (2013) *A Cultural History of Fashion in the 20th and 21st Centuries: from Catwalk to Sidewalk*. London: Bloomsbury.
Entwistle, J. (2000) *The Fashioned Body – Fashion, Dress and Modern Social Theory.* New Jersey: Wiley Publishing.
Evans, C. (2003) *Fashion At the Edge: Spectacle, Modernity and Deathliness*. New Haven i London: Yale University Press.
Evans, C. (2008) *A Shop of Signs and Images*, u knjizi: *Fashion as Photograph: Viewing and Reviewing Images of Fashion*. London: I. B. Tauris.
Evans, C. (2009) *This Vertigo of Time Defeated: Fashion Photography and Melancholy,* u časopisu: *Vestoy, Journal of Sartorial Matters*, Vol. 1, str. 15-34.
Featherstone M. (2000) *Bodymodification.* London: Sage.
Feral, J. (1992) *Što je preostalo od umjetnosti performansa: autopsija funkcije, rođenje žanra,* u časopisu: *Up&Underground*, Zagreb, str. 95-103.
Fernbach, A. (2002) *Fantasies of Fetishism: From Decadence to the Post-human*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
Fischer-Lichte E. (2008) *The Transformative Power of Performance – A New Aesthetics*. London: Routledge.
Fiske, J. (1990) *Introduction to Communication Studies.* London: Routledge.
Flusser, V. (1983) *Für eine Philosophie der Fotografie*. Göttingen.
Flusser, V. (2000) *Towards a Philosophy of Photography.* Reaktion Books.
Flusser, V. (2011) *Into the Universe of Technical Images.* Minneapolis: University of Minnesota Press.
Gaines J.; Herzog, C. (1990) *Fabrications: Costume and the Female Body.* London: Routledge.
Geczy, A.; Karaminas, V. (2016) *Fashion's Double: Representations of Fashion in Painting, Photography and Film*. London, New York: Bloomsbury.
Geczy, A.; Karaminas, V. (2019) *Fashion Installation: Body, Space and Performance*. London: Boomsbury.
Gilić, N. (2007) *Filmske vrste i rodovi*. Zagreb: Biblioteka Sintagma.
Gilligan, S. (2017) *Sun, Sex, and Style in Smart Cinema: Tilda Swinton in A Bigger Splash (Luca Guadagnino, 2015)* u časopisu: *Fashion Theory*, 21(6).

Goldberg, R. (2011) *Performance Art: From Futurism to the Present*. London: Thames & Hudson.
Grosz, E. (1994) *Volatile Bodies: Towards a Corporeal Feminism*. Bloomington: Indiana University Press.
Groys, B. (2008) *Art Power.* London: MIT Press.
Haggard, C. (1990) *Dressing up in Public*, u: *Screen International MIFED Issue*, 20.
Haraway, D. (1990) *A Manifesto for Cyborgs: science, technology and socialist feminism in the 1980s,* u: L. Nicholson (ur.) *Feminism/Postmodernism*, London: Routledge, str. 190-233.
Heidegger, M. (1988) *Bitak i vrijeme*. Zagreb: Naprijed.
Heinrich, F. (2012) *Flesh As Communication – Body Art and Body Theory*, u: Contemporary Aesthetics, Vol. 10, dostupno na: https://quod.lib.umich.edu/c/ca/7523862.0010.012/--flesh-as-communication-body-art-and-body-theory?rgn=main;view=fulltext
Jobling, P. (2016) *Roland Barthes: Semiology and the Rhetorical Codes of Fashion*, u zborniku: *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*, ur. Rocamora, A., Smelik, A. London, New York: I.B. Tauris, str. 132-148.
Jones, A. (1998) *Body Art: Performing the Subject*, University of Minnesota Press: Minnesota.
Kawamura, Y. (2004) *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies.* London: Berg.
Kellner, D. (1992) *Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities* u: S. Lash & J. Friedman (ur.) *Modernity and Identity*. Oxford: Blackwell.
Keser, I. (2013), *Film esej*. Zagreb: Leykam International.
Keser, I. (2015) *Tjelesna uvjetnovanost filma*, u časopisu: *Filozofska istraživanja*, 139 God. 35, Sv. 3, Zagreb, str. 533-542.
Kismaric, S; Respini, E. (2012) *Fashioning Fiction in Photography Since 1990*, u: *Fashion as Photograph*, (ur.) Eugenie Shinkle, London, New York: I.B. Tauris.
König, R. (1973) *The Restless Image – A Sociology of Fashion.* London: George Allen i Unwin Ltd.
Kragić, B. (2005) *Tipologija ženskih zvijezda američkog filma*, u časopisu: *Hrvatski filmski ljetopis*, Zagreb, 11, str. 03-21.
Kristeva, J. (1989) *Moći Užasa: Ogled o zazornosti*. Zagreb: Naprijed.
Lacan, J. (1964) *Le séminaire, Livre XI: Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse*. Pariz.
Lacan, J. (1992) Četiri temeljna pojma psihoanalize. Zagreb: Naklada Ljevak.

Lagerfeld, K. (1981) Nordfleisch,u: *Helmut Newton: 47 Nudes*. London: Thames and Hudson, str. 14.
Landis, D. (2012) *Hollywood Costume*. London: V&A Publishing.
Leopardi, G. (1982) *Dialogue Between Fashion and Death*. Berkley, Los Angeles: California University Press.
Lipovetsky, G. (1994) *The Empire of Fashion, Dressing Modern Democracy*. Princeton i Oxford: Princeton University Press.
Lipovetsky, G. (2008) *Paradoksalna sreća: Ogled o hiperpotrošačkom društvu*. Zagreb: Antibarbarus.
Loschek, I. (2009) *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*. Oxford i New York: Berg.
Lurie, A. (2002) *Odjeća kao znakovni sustav*, u Zborniku: Moda – povijest, sociologija i teorija mode, (ur. Cvitan-Černelić, M.; Bartlett, Dj.; Vladislavić, A.T.), Zagreb: Školska knjiga.
Lyotard, J. F. (1979) *La Condition Postmoderne*. Pariz: Minuit.
Lyotard, J. F. (1991) *Raskol*. Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
Massumi, B. (2002) *Parabels for the Virtual: Movement, Affect, Sensation*. Durham: Duke University Press.
Maynard, M. (2008) *The Fashion Photograph: an 'Ecology'*, u: *Fashion as Photograph*, London, New York: I.B. Tauris, str. 54-70.
McKenzie, J. (2006) *Izvedi ili snosi posljedice: od discipline do izvedbe*. Zagreb: CDU – Centar za dramsku umjetnost.
McLuhan M. (1964) *Understanding Media: The Extentions of Man*. New York: McGraw-Hill.
Mendes, V.; De La Haye, A.(1999) *20th Century Fashion*. London: Thames&Hudson.
Merleau-Ponty (1962) *Phenomenology of Perception*. London: Routledge.
Merleau-Ponty (1978) *Fenomenologija percepcije*. Sarajevo: Biblioteka Logos.
Merleau-Ponty (1990) *Phénoménologie de la perception*. Pariz: Gallimard.
Monk, C. (2010) *Herritage Film, Audiences: Period Films and Contemporary Audiences in the UK.* Edinburgh: Edinburgh University Press.
Morin, E. (1984) *Les Stars*. Pariz: Editions Galiiée.
Nadoolman Landis, D. (2012) *FilmCraft: Costume Design.* Baltimore, East Sussex: Ilex Press.

Nancy, J. L. (2011) *God, Justice, Love, Beauty: Four Little Dialogues*. New York: Fordham University Press.
Negrin, L. (2008) *Appearance and Identity: Fashioning the Body in Postmodernity*. London: Palgrave Macmillan.
Paić, Ž (1996) *Postmoderna igra svijeta.* Zagreb: Durieux.
Paić, Ž. (2007) *Vrtoglavica u modi: prema vizualnoj semiotici tijela.* Zagreb: Altagama.
Paić, Ž. (2008) *Vizualne komunikacije: uvod*. Zagreb: Centar za vizualne komunikacije.
Paić, Ž. (2009) *Zaokret*. Zagreb: Litteris.
Paić, Ž. (2011) *Posthumano stanje: kraj čovjeka i mogućnosti druge povijesti.* Zagreb: Litteris.
Paić, Ž. (2013) *Događaj i razlika: perfromativno-konceptualni obrat suvremene umjetnosti*, Zagreb, u časopisu: *Filozofska istraživanja*, Vol. 33 No. 1, str. 05-20.
Paić, Ž. (2017) *Antiteologija novoga događaja: Alain Badiou i kontingencija politike*, u: *Doba oligarhije: Od informacijske ekonomije do politike događaja,* Zagreb: Litteris, str. 318-372.
Paić, Ž. (2018) *Teorija i kultura mode: discipline, pristupi i interpretacije.* (ur.) Žarko Paić i Krešimir Purgar*,* Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno-tehnološki fakultet.
Paić, Ž. (2019) *Tehnosfera V: Dizajn kao mišljenje, Autonomni objekti i njihove preobrazbe*. Zagreb: Sandorf i Mizantrop.
Patalas, Enno (1963) *Sozialgeschichte der Stars.* Hamburg: Marion von Schröeder.
Perez, G. (1998) *The Material Ghost: Films and Their Medium.* Baltimore: The John Hopkins University Press.
Perrot, M. (1984) *Le travail des apparences, ou, Les transformations du corps féminin: XVIIIe-XIXe siècle*. Pariz: Seuil.
Peterlić, A. (2008) *Povijest filma: rano i klasično razdoblje.* Zagreb: HFS – Hrvatski filmski savez.
Peterlić, A. (2010) Filmska čitanka: žanrovi, autori, glumci. Zagreb: HFS – Hrvatski filmski savez.
Peterlić, Ante (1990) *Mondenka; Naivka; Nimfeta; Pin-up; Vamp*. u: *Filmska enciklopedija 2.* (gl. ur. A. Peterlić), Zagreb: JLZ Miroslav Krleža.
Pinto, B.; Bourriaud, N.; Damianovic, M. (2003) *Lucy Orta.* London: Phaidon.
Polhemus, T. (1996) *Style Surfing: What to Wear in the Third Millenium*. London: Thames&Hudson.

Radner, H. (2000) *Fashion Cultures, Theories, Explorations and Analysis*. London: Routledge.
Radner, H. (2016) *Transnational Celebrity and the Fashion Icon: The Case of Tilda Swinton,* u časopisu: *European Journal for Women's Studies* 23 (4), str. 401-414.
Rocamora A.; Smelik, A. (2015) *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*, London: Bloomsbury.
Ruthrof, H. (2000) *The Body in Language*. London i New York: Cassell.
Said, E. (1978) *Orientalisim*. New York: Pantheon Books.
Schechner, R. (1977) *Essays on Performance Theory 1970-1976*. New York: Drama Books.
Schechner, R. (2006) *Performance Studies: An Introduction*. London: Routledge
Schutze i Caroline Schutze, New York, Semiotext(e).
Senker, B. (2013) *Uvod u suvremenu teatrologiju II*. Zagreb: Leykam International
Shinkle, E. (2008) ur. *Fashion As Photograph: Viewing and Reviewing the Images of Fashion.* London, I.B. Tauris & Co Ltd.
Simmel, G. (1904) *Philosophie der Mode: Zwei Essays,* u: Moderne Zeitfragen, No. 11, Berlin: Pan Verlag.
Solar, M. (1985) *Eseji o fragmentima.* Beograd: Prosveta.
Sontag, S. (1992) *Introduction*, u: *The Best American Essays*, ur. Susan Sontag, New York: Ticknor & Fields.
Stacey, J. (2015) *Crossing over with Tilda Swinton – The Mistress of Flat Affect,* u časopisu: *International Journal of Politics, Culture and Society*, 28 (3), str. 243-271.
Starobinski, J. (1989) *The Natural and Literary History of Bodily Sensation*, u: M. Faher, R. Naddaff i N. Tazi (ur.) *Fragments for a History of the Human Body Vol. II*, New York: Zone Books, str. 351-405.
Steele, V. (1988) *Paris Fashion: A Cultural History.* London: Bloomsbury Academic.
Steele, V. (1996) *Fetish: Fashion, Sex and Power.* Oxford: Oxford University Press.
Steele, V. (2001) *The Corset: A Cultural History*, Yale: Yale University Press.
Steele, V. (2005) ur. *Encyclopedia of Clothing and Fashion Volume II*. New York: Thomas Gale.
Šakić, T. (2017) *Tijelo na filmu, tijelo filma: tjelesnost filma i tijelo u/na hrvatskom filmu*, u: Lana Molvarec i Tatjana Pišković (ur.) Zbornik radova 45. seminara zagrebačke slavističke škole, Zagreb, str. 199-219.
Veblen, T. (1899) *The Theory of The Leisure Class: An Economic Study of Institutions.* New York: MacMillan.

Virilio, P. (1999) *Politics of the Very Worst*. New York: Semiotext(e).

Weibel, P. (2005) *Ortlosigkeit und Bilderfülle — Auf dem Weg zur Telegesellschaft*, u: Maar, Christa/Burda, Hubert (ur.) *ICONIC TURN: Die Neue Macht der Bilder.* Köln: DuMont.

Wilson, E. (2003) *Adorned in Dreams: Fashion nd Modernity.* London, New York: I.B. Tauris.

7. MODNE KOLEKCIJE I REVIJE NAVEDENE U RADU

Hussein Chalayan, *Between*, 1998. godina.

Alexander McQueen, *The Widows of Culloden*, 2006. godina.

John Galliano, *ready-to-wear*, jesen/zima, 1997. godina.

Alexander McQueen, *Highland Rape*, 1995. godina.

Alexander McQueen, *Banshee*, 1994. godina.

Alexander McQueen, *The Hunger*, 1996. godina.

Alexander McQueen, *Dante*, 1996. godina.

Alexander McQueen, *Voss*, 2001. godina.

Alexander McQueen, *Plato's Atlantis*, 2010. godina.

John Galliano, *A Voyage on the Diorient Express*, 1988. godina.

Vivienne Westwood, *Harris Tweed*, 1987-1988. godina.

Vivienne Westwood, *Time Machine*, 1988-1989. godina.

Vivienne Westwood, *Anglophilia*, 2003. godina.

Rei Kawakubo, *Body-Meets-Dress-Meets-Body*, 1997. godina.

Alexander McQueen, *Jack the Ripper Stalks his Victims*, 1992. godina.

Hussein Chayalan, *The Tangent Follows*, 1993. godina.

Maison Martin Margiela, *Couture*, jesen/zima, 2012. godina.

Paul Poiret, *The Thousand and Second Night*, 1911. godina.

Grace Wales Bonner, *ready-to-wear*, proljeće/ljeto, 2015. godina.

John Galliano za *Dior Couture*, proljeće/ljeto, 2004. godina.

Christian Dior, *kolekcije H-linije*, 1954. i 1955. godina.

John Galliano za *Christian Dior*, proljeće/ljeto, 2010. godina.

Alexander McQueen, jesen/zima, 2005.-2006. godina.

Miuccia Prada za *Miu Miu*, proljeće/ljeto, 2015. godina

Gucci, *ready-to wear*, proljeće/ljeto, 2016. godina.

Louis Vuitton, *ready-to-wear*, 2020. godina.

Marc Jacobs, *ready-to-wear*, proljeće/ljeto, 2011. godina.

Thierry Mugler, *ready-to-wear*, proljeće/ljeto, 1997. godina.

Studio The Blonds, *ready-to-wear*, proljeće/ljeto, 2014. godina.

Iris van Herpen, *Ludi Naturae*, 2018. godina.

Alexander McQueen, *Ennogata*, 2009. godina.

Yohji Yamamoto za *Pina Bausch* plesnu kompaniju, 1998. godina.

Jean Paul Gaultier za balet Regine Chopinot, *Le Défilé*, 1985. godina.

Issey Miyake za fankfurtski balet, 1991. godina.

John Galliano, *Princess Lucretia*, 1993. godina.

Hussein Chalayan, *Panoramic*, 1998. godina.

Alexander McQueen, *La Poupee*, 1997. godina.

Alexander McQueen, *No. 13*, 1999. godina.

8. FILMOGRAFIJA

Danse Serpentine (*Danse Serpentine*), r. Auguste Marie Louis Nicolas Lumière, Louis Jean Lumière, 1897. godina.

Pakleni šund (*Pulp Fiction*), r. Quentin Tarantino, 1994. godina.

Čovjekova geneza (*Man's Genesis*), r. D. W. Griffith, 1912. godina.

Sve o Evi (*All About Eve*), r. Joseph L. Mankiewicz, 1950. godina.

Sabrina (*Sabrina*), r. Billy Wilder, 1954. godina.

Smiješno lice (*Funny Face*), r. Stanley Donen, 1957. godina.

Bilješke o odjeći i gradovima (*Notebook on Cities and Clothes*), r. Wim Wenders, 1989. godina.

Proizvedeno u Milanu (*Made in Milan*), r. Martin Scorsese, 1990. godina.

Prêt-à-Porter (*Prêt-à-Porter*), r. Robert Altman, 1994. godina.

Zvono, knjiga i svijeća (*Bell, Book and Candle*), r. Richard Quine, 1958. godina.

Američki žigolo (*American Gigolo*), r. Paul Schrader, 1980. godina.

Flashdance (*Flashdance*), r. Adrian Lyne, 1983. godina.

Zgodna žena (*Pretty Woman*), r. Garry Marshall, 1990. godina.

Moja draga Lady (*My Fair Lady*), r. George Cukor, 1964. godina.

Briljantin (*Grease*), r. Randal Kleiser, 1978. godina.

Annie Hall (*Annie* Hall), r. Woody Allen, 1977. godina.

Foxy Brown (*Foxy Brown*), r. Jack Hill, 1974. godina.

Pobješnjeli Max 3: Thunderdome (*Mad Max Beyond Thunderdome*), r. George Miller i George Ogilvie, 1985. godina

Prohujalo s vihorom (*Gone With the Wind*), r. Victor Fleming, 1939. godina.

Duboki san (*The Big Sleep*), r. Howard Hawks, 1946. godina.

Gilda (*Gilda*), r. Charles Vidor, 1946. godina.

Ubojice (*The Killers*), r. Robert Siodmak, 1946. godina.

Marnie (*Marnie*), r. Alfred Hitchcock, 1964. godina.

Ptice (*The Birds*), r. Alfred Hitchcock, 1963. godina.

Kleopatra (*Cleopatra*), r. Joseph L. Mankiewicz, 1963. godina.

Divljak (*The Wild One*), r. László Benedek, 1953. godina

Tramvaj zvan čežnja (*A Street Car Named Desire*), r. Elia Kazan, 1951. godina.

Plačljivko (*Cry-Baby*), r. John Waters, 1990. godina.

Zatvorski rock (*Jailhouse Rock*), r. Richarrd Thorpe, 1957. godina.

Taksist (*Taxi Driver*), r. Martin Scorsese, 1976. godina.

Batmanov se vraća (*Batman Returns*), r. Tim Burton, 1992. godina.

Teriminator 2: Sudnji dan (*Terminator 2: Judgment Day*), r. James Cameron, 1991. godina.

Metropolis (*Metropolis*), r. Fritz Lang, 1927. godina.

Irac (*The Irishman*), r. Martin Scorsese, 2019. godina.

L'Amour Fou (*L'Amour Fou*), r. Pierre Thoretton, 2010. godina.

Dries (*Dries*), r. Reiner Holzemer, 2017. godina.

Cartier L'Odyssée (*Cartier L'Odyssée*), r. Bruno Aveillan, 2012. godina.

Coco (*Coco*), r. Jean-Paul Goude, 1991. godina.

Egoist (*Égoïste*), r. Jean-Paul Goude, 1990. godina.

Ludi Naturae proces film (*Ludi Naturae Process Film*), r. Ryan McDaniels, 2018. godina.

Plavi baršun (*Blue Velvet*), r. David Lynch, 1986. godina.

Peti element (*The Fifth Element*), r. Luc Besson, 1997. godina.

9. IZVORI FOTOGRAFIJA I VIZUALNOG MATERIJALA

Sl. 1. John Galliano, Linda Evangelista kao *Kleopatra*, jesen/zima, 1997. godina.
https://edition.cnn.com/style/article/galliano-unseen/index.html

Sl. 2. Alexander McQueen, *Highland Rape*, 1995. godina.
McQueen: Backstage – The Early Shows, ur. Gary Wallis, Big Smile Publishing, London, str. 113.

Sl. 4. Alexander McQueen, *The Hunger*, proljeće/ljeto, 1996. godina.
https://www.pinterest.com/pin/92816442297198061/

Sl. 5. John Galliano, *Christian Dior Couture*, 1997. godina.
https://www.pinterest.com/pin/381187555959225723/

Sl. 5. John Galliano, *Christian Dior Haute Couture*, 1996.-1997. godina.
https://www.pinterest.com/pin/533535887096486778/

Sl. 6. Alexander McQueen, *La Poupée*, 1997. godina.
https://www.pinterest.co.uk/pin/387309636697473377/

Sl. 7. Alexander McQueen, *The Hunger*, 1996. godina.
https://www.pinterest.com/pin/92816442297198061/

Sl. 8. Alexander McQueen, *Dante*, 1996. godina.
https://www.anothermag.com/fashion-beauty/10818/the-era-defining-alexander-mcqueen-show-which-took-fashion-to-church

Sl. 9. Alexander McQueen, *Voss*, 2001. godina.
https://www.pinterest.co.uk/pin/380765343493474069/

Sl. 10. AlexanderMcQueen, *Voss*, 2001. godina.
https://www.anothermag.com/fashion-beauty/7113/gainsbury-whiting-on-alexander-mcqueen

Sl.11. Alexander McQueen, *Plato's Atlantis*, 2010. godina.
https://www.pinterest.com/pin/493425702895974232/

Sl. 12. Alexander McQueen, *Widows of Culloden*, 2006. godina.
https://twitter.com/mcqueen/status/1077147259354169344

Sl. 13. Alexander McQueen, *Widows of Culloden*, 2006. godina.
https://wwd.com/fashion-news/designer-luxury/looking-back-alexander-mcqueens-highland-rape-1995-runway-10202973/

Sl. 14. John Galliano, *Christian Dior Couture*, model Naomi Cambell, 1997. godina.
https://twitter.com/septemburissue/status/1232447119862067200/photo/2

Sl. 15. Yohji Yamamoto, jesen/zima, 1984. godina.
https://parkerandloulou.tumblr.com/post/172029568354/yohji-yamamoto-fw-1984-photo-max-vadukul

Sl. 16. Issey Miyake, *Pleats Please*, 1993. godina.
https://www.pinterest.co.uk/pin/AQRiF2gagUbIRC3DWf5Qm210q_BUJWqejXI1XRHPk3NF2h1bpYeOYiM/

Sl. 17. Rei Kawakubo (*Comme des Garçons*), 1986. godina.
https://www.cultjones.com/product/kawakubo-rei-comme-des-garcons-1981-1986/

Sl. 18. Vivienne Westwood, model Helena Christensen, proljeće/ljeto, 1998. godina.
https://www.pinterest.com/pin/299911656431328662/

Sl. 19. Vivienne Westwood, *Harris Tweed*, 1987.-1988. godina.
https://blog.eternalmagpie.com/post/6319742243/vivienne-westwood-harris-tweed-aw-1987-8

Sl. 20. Vivienne Westwood, jesen/zima, model Kate Moss, 1993. godina.
https://www.pinterest.com/pin/34973334588834160/

Sl. 21. Rei Kawakubo (*Comme des Garçons*), 1988. godina.
https://itwonlast.tumblr.com/post/17980909431/comme-des-garcons-shirt-fall-1988-ad-

featuring

Sl. 22. Jean Paul Gautier za Madonninu *Blond Ambition* turneju, 1990. godina.
https://www.anothermag.com/fashion-beauty/10742/the-subversive-power-of-the-jean-paul-gaultier-corset

Sl. 23. Rei Kawakubo za *Comme des Garçons*, *Body-Meets-Dress-Meets-Body*, 1997. godina.
https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1997-ready-to-wear/comme-des-garcons

Sl. 24. John Galliano, *Christian Dior Couture*, 2007. godina.
https://www.pinterest.com/pin/343892121524696242/

Sl. 25. Martin Margiela, *ready-to-wear*, jesen/zima, 1997. godina.
https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1997-ready-to-wear/maison-martin-margiela/slideshow/collection#5

Sl. 26. Hussein Chalayan*, LED Dress*, jesen/zima, 2007. godina.
https://www.dazeddigital.com/fashion/article/22104/1/the-tech-we-were-wearing-before-wearable-tech

Sl. 27. Maison Martin Margiela, *Couture*, jesen/zima, 2012. godina.
https://gimmegoodstyle.files.wordpress.com/2012/07/maison-martin-margiela-haute-couture-autumn-2012-pfw9.jpeg

Sl. 28. Iris van Herpen, *Syntopia*, 2018. godina.
https://www.pinterest.com/pin/81487074492366116/

Sl. 29. Bette Davis u filmu *Sve o Evi* (*All About Eve*), nosi *party coctail* haljinu kao objava *New Look-a*.
https://www.britannica.com/topic/All-About-Eve

Sl. 30. Audrey Hepburn u filmu *Sabrina* (*Sabrina*), 1954. godina, kostimografija Hubert de Givenchy
https://www.hollywoodreporter.com/news/you-could-own-audrey-hepburns-iconic-sabrina-

gown-1041205

Sl. 31. Audrey Hepburn u filmu *Smiješno lice* (*Funny Face*), 1957. godina.
https://pixabay.com/photos/audrey-hepburn-actress-vintage-394261/

Sl. 32. Kim Novak u filmu *Zvono, knjiga i svijeća* (*Bell, Book and Candle*), 1958. godina.
http://www.christmastvhistory.com/2012/10/bell-book-and-candle-1958.html

Sl. 33. Richard Gere u filmu *Američki žigolo* (*American Gigolo*), 1980. godina.
https://www.rapportoconfidenziale.org/?p=29287

Sl. 34. Julia Roberts u filmu *Zgodna žena* (*Pretty Woman*), 1990. godina.
https://www.bostonglobe.com/opinion/2015/03/23/pretty-woman-normalizes-something-that-destroys-lives/0IOwKGZd89JsgBEnaY0RDP/story.html

Sl. 35. John Galliano, kolekcija za *Christian Dior Couture* inspirirana filmom *Pobješnjeli Max* (*Mad Max*), 2001. godina.
https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2001-couture/christian-dior

Sl. 36. Vivian Leigh u filmu *Prohujalo s vihorom* (*Gone with the Wind*), 1939. godina.
https://www.pinterest.com/pin/553661347919307020/

Sl. 37. Alexander McQueen, *Widows of Culloden*, jesen/zima, 2005-2006. godina.
https://blog.metmuseum.org/alexandermcqueen/dress-widows-of-culloden-1/

Sl. 38. Elizabeth Taylor kao *Kleopatra* u filmu *Kleopatra* (*Cleopatra*), 1963. godina.
https://www.anothermag.com/art-photography/2865/top-10-facts-about-cleopatras-costumes

Sl. 39. John Galliano za *Christian Dior Couture*, inspiriran likom *Kleopatre*, proljeće/ljeto, 2004. godina.
https://www.anothermag.com/fashion-beauty/11769/jeremy-healy-soundtracks-john-galliano-dior-haute-couture-1990w-2000s

Sl. 40. Modna reklama Revlona - *Cleopatra Look* s poznatom Suzy Parker, fotografirao

Richard Avedon, 1962. godina.
https://www.pinterest.com/pin/26247610300371036/?autologin=true

Sl. 41. Marlon Brando u filmu *Divljak* (*The Wild One*), 1953. godina.
https://www.imdb.com/title/tt0044081/mediaviewer/rm805570560

Sl. 42. Jodie Foster u filmu *Taksist* (*Taxi Driver*), 1976. godina.
https://twitter.com/GuarrillaUrbana/status/595351924951654401/photo/1

Sl. 43. Marc Jacobs, *ready-to-wear*, proljeće/ljeto, 2011. godina.
https://images.squarespacecdn.com/content/5795f260414fb5c7c374b62a/1489363095315-LZFLUYUJ484W2T7MSXD8/Marc4.png?content-type=image%2Fpng

Sl. 44. Auguste Sander, *Young Farmers*, 1914. godina.
https://www.tate.org.uk/art/artists/august-sander-5319

Sl. 45. Reklamna kampanja Benettona *Bosnian Soldier*, Oliviero Toscani, 1996. godina.
https://nihilsentimentalgia09.files.wordpress.com/2019/01/ss_1994_bosnian_soldier.jpg

Sl. 46. Edward Steichen za časopis *Vogue*, 1934. godina.
https://www.pinterest.cl/pin/376402481331514700/

Sl. 47. Cecil Beaton, Audrey Hepburn za film *Moja draga Lady* (*My Fair Lady*) iz 1963. godine.
https://www.thecut.com/2014/10/everything-you-need-to-know-about-cecil-beaton.html

Sl. 48. George Hoyningen-Huene, *The Divers*, 1930. godina.
https://www.facebook.com/aperturefoundation/photos/a.72380617597/10157732107397598/?type=3&theater

Sl. 49. Horst P. Horst, *Study in Ivory*, 1982. godina.
https://www.jacksonfineart.com/artists/162-horst-p.-horst/works/27726/

Sl. 50. Louise Dahl Wolfe, *Mary Jane Russell in Dior Dress*, 1982. godina.

https://www.icp.org/browse/archive/objects/mary-jane-russell-in-dior-dress-paris

Sl. 51. Irving Penn za *Issey Miyake*, 1990. godina.
https://www.pinterest.com/pin/225602262561501658/

Sl. 52. Steven Meisel, model Kaia Gerber, 2018. godina.
http://fashioncow.com/2018/02/kaia-gerber-swan-steven-meisel-vogue-uk-march-2018/

Sl. 53. Richard Avedon, *Veruschka Dress*, dizajn Bill Blass, 1967. godina.
https://weandthecolor.com/fashion-photography-by-richard-avedon/7811

Sl. 54. Richard Avedon, model Abito Sarli, 1971. godina.
https://www.pinterest.ph/pin/523191681712275786/

Sl. 55. Martin Munkácsi za časopis *Harper's Bazaar*, model Lucile Brokaw, 1933. godina.
http://www.howardgreenberg.com/artists/martin-munkacsi/featured-works?view=slider#5

Sl. 56. Helmut Newton za francuski časopis *Vogue*, dizajn *Yves Saint Laurent*, 1971. godina.
https://www.vogue.fr/fashion-culture/article/helmut-newtons-iconic-photos-will-be-displayed-in-a-must-see-exhibition-in-berlin

Sl. 57. Corinne Day, model Kate Moss, 1989. godina.
https://www.pinterest.com/pin/46936021089633178/

Sl. 58. Juergen Teller za *Balenciagu* u časopisu *Purple Magazine*, model Sheila Single, 2019. godina.
https://models.com/work/purple-magazine-balenciaga-by-juergen-teller-2/1064831

Sl. 59. Nan Goldin za dizajnericu Erin Wasson, 2010. godina.
https://uk.phaidon.com/edit/photography/articles/2010/september/07/nan-goldin-shoots-fashion-for-australian-designer-erin-wasson/

Sl. 60. Peter Lindbergh, glumica Mila Jovovich, 1997. godina.
https://twitter.com/Jopolkadot/status/1121753891819929600/photo/1

Sl. 61. Juergen Teller za *Marc Jacobs*, 2005. godina.
http://lh5.ggpht.com/_xgqHN6BQY9k/Sl3VDjtZy5I/AAAAAAAALw8/P2-oycQXsf4/s800/testuser5_jul2009_09_marcjacobs_jp140709_DoX4lv_2gL5oR.jpg

Sl. 62. Nick Knight, *Dolls*, 2000. godina.
https://www.pinterest.at/pin/45528646209456449/

Sl. 63. Hussein Chalayan, *Afterwords*, 2000. godina.
https://indie-mag.com/2018/10/hussein-chalayan-interview/

Sl. 64. Rick Owens, proljeće/ljeto, 2017. godina.
https://www.inkarlcerating.com/2016/10/runway-rick-owens-ss-2017.html

Sl. 65. Studio Orta, *Refuge Wear*, 1998. godina.
https://vanillawalk.wordpress.com/2016/09/04/lucy-orta-refuge-wear/

Sl. 66. Rick Owens, proljeće/ljeto, 2016. godina.
https://hypebeast.com/2015/10/rick-owens-human-backpacks-2016-spring-summer

Sl. 67. Hussein Chalayan, *Between*, 1998. godina.
https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1998-ready-to-wear/chalayan/slideshow/collection#30

Sl. 68. Hussein Chalayan, *Between*, 1998. godina.
https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1998-ready-to-wear/chalayan/slideshow/collection#30

Sl. 69. Hussein Chalayan, *ready-to-wear*, proljeće/ljeto, 2018. godina.
https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-ready-to-wear/chalayan/slideshow/collection

Sl. 70. Alexander McQueen, *No. 13*, 1999. godina.
https://www.anothermag.com/fashion-beauty/9225/the-magnificent-impact-of-alexander-

mcqueen-ss99

Sl. 71. Tilda Swinton, performans *Cloakroom – Vestiare Obligatoire*, 2015. godina. https://www.pinterest.at/pin/55591376628757889/

Sl. 72. Iris van Herpen, *Couture* proljeće/ljeto, 2019. godina. https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-couture/iris-van-herpen/slideshow/collection

10. Životopis autorice s popisom objavljenih djela

Petra Krpan rođena je Zagrebu 1985. godine. Diplomirala je na Sveučilištu u Zagrebu, Tekstilno-tehnološkom fakultetu, smjer Teorija i kultura mode pod mentorstvom prof. dr. sc. Žarka Paića. Od 2012. do 2015. godine radi kao asistentica – vanjska suradnica na Sveučilištu u Zagrebu, Tekstilno-tehnološkom fakultetu, a od 2015. godine zaposlena je kao asistentica na Zavodu za dizajn tekstila i odjeće na Tekstilno-tehnološkom fakultetu gdje drži seminare i vježbe iz kolegija pod mentorstvom prof. dr. sc. Žarka Paića: *Teorija mode I*, *Teorija mode II*, *Sociologija mode*, *Novi mediji i moda*, *Performativnost mode* i seminare kolegija *Suvremena moda,* nositeljice izv. prof. dr. sc. Katarine Nine Simončič. Petra Krpan dobitnica je Rektorove nagrade Sveučilišta u Zagrebu za rad "Reljefne površine kao poticaj u kreiranju tekstil" 2008. godine (mentorica red. prof. Andrea Pavetić), Dekanove nagrade Sveučilišta u Zagrebu, Tekstilno-tehnološkog fakulteta 2013. godine i godišnje nagrade ULUPUH-a (Udruženja likovnih umjetnika primijenjenih umjetnosti) za najbolju mladu umjetnicu 2015. godine. Članica je ULUPUH-ove sekcije za tekstilno stvaralaštvo i Hrvatskog dizajnerskog društva. Osnivačica je FCVC mreže (Fashion, Costume and Visual Cultures) zajedno s kolegicom prof. dr. sc. Sarah Gilligan sa Sveučilišta Northumbria, Newcastle, Ujedinjeno Kraljevstvo. Sudjelovala je na brojnim međunarodnim konferencijama i simpozijima. Područje znanstvenog i istraživačkog interesa autorice su teorije mode, teorije izvedbe i teorije novih medija s naglaskom na modni film i fotografiju.

Popis objavljenih djela:

1. Originalni znanstveni rad "Fashion’s Textile Revolution: Iris van Herpen’s 3D Objects", Zbornik radova međunarodne znanstvene konferencije MUSEOEUROPE, ISBN 978-961-94532-4-7, 2019. godina.

2. Poglavlje u knjizi "Teorija i kultura mode - discipline, interpretacije i pristupi", poglavlje "Novi mediji i izvedba: Suvremena moda kao događa", str. 145-162, ur: Žarko Paić i Krešimir Purgar, izdavač: Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno-tehnološki fakultet, Zagreb, 2018. godina.

3. Stručni rad "Suvremeni modni dizajn i tehnologija: svjetlost i tijelo", zbornik radova TZG-a, Tekstilna znanost i gospodarstvo, Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno-tehnološki fakultet, 2017. godina.

4. Originalni znanstveni rad "Performans i događaj mode: promjena strukture modnih revija nakon 1990-ih godin", zbornik radova Posthumano stanje i perspektive umjetnosti: Životinja,-Čovjek-Stroj, Centar za vizualne studije, Zagreb, 2016. godina.

5. Pregledni rad "Visual culture and New Media: New Realities in New Images", zbornik radova s konferencije "Reconciling the Traditional and Contemporary: The New Integrated Communication", Zagreb, 2015. godina.

6. Znanstveni rad "Fotografske tehnike film: fotografija i filmska slika", zbornik radova 18. međunarodne konferencije Blaž Baromić, Senj, 2014. godina.

7. Esej "The disintegration of body: contemporary fashion and new media", Časopis IMAGES, on-line izdanje: http://www.visual-studies.com/images/index.html, 2013. godina.

8. Originalni znanstveni rad "Islam i suvremena moda" (mentorica: dr. sc. Nina Katarina Simončič), TEDI-Međunarodni interdisciplinarni časopis mladih znanstvenika Tekstilno-tehnološkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, (Vol. 3., br. 3), on-line izadanje: http://www.ttf.unizg.hr/tedi/pdf/TEDI-3-3-09.pdf, Zagreb, 2013. godina.

9. Rad "U bezdanu simulacije: Baudrillardova kritika medij", časopis Tvrđa za teoriju, kulturu i vizualne umjetnosti 1/2, izdavač: HDP, Zagreb, 2012. godina.