

FENOMEN CHANEL

OD KORZETA DO MALE ČRNE OBLEKE
ALI KAKO JE GABRIELLE CHANEL
OSVOBODILA ŽENSKO

UREDILA MATEJA GABER

FENOMEN CHANEL

OD KORZETA DO MALE ČRNE OBLEKE ALI KAKO JE GABRIELLE CHANEL OSVOBODILA ŽENSKO

Uredila: Mateja Gaber

Uredniški odbor: Hana Čeferin, Mateja Gaber, Marta Verginella

Recenzentki: Almira Sadar, Irena Samide

Jezikovni pregled: Hana Čeferin in Mateja Gaber

Tehnično urejanje, oblikovanje in prelom: Jure Preglau

Oblikovanje naslovnice: Rok Roudi

Založila in izdala: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani

Za založbo: Roman Kuhar, dekan Filozofske fakultete

Ljubljana, 2020

Prva izdaja

Tisk: Birografika Bori, d. o. o.

Naklada: 300 izvodov

Cena: 19,90 EUR

Knjiga je izšla s podporo Javne agencije za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije.



To delo je ponujeno pod licenco Creative Commons Priznanje avtorstva-Deljenje pod enakimi pogoji 4.0 Mednarodna licenca (izjema so fotografije). / This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (except photographs).

Prva e-izdaja. Publikacija je v digitalni obliki prosto dostopna na <https://e-knjige.ff.uni-lj.si/>

DOI: 10.4312/9789610603559

Katalogna zapisa o publikaciji (CIP) pripravili v Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani

Tiskana knjiga

COBISS.SI-ID=21366019

ISBN 978-961-06-0356-6

E-knjiga

COBISS.SI-ID=21285891

ISBN 978-961-06-0355-9 (pdf)



KAZALO

PREDGOVOR	5
FENOMEN CHANEL	9
VONJ PO ŽENSKI	13
<i>Tim Prezelj</i>	
DRUŽBENI KONTEKSTI VONJAV	29
<i>Mojca Ramšak</i>	
CHANELOV MODERNISTIČNI PROJEKT: MALA ČRNA OBLEKA	41
<i>Tajda Hlačar</i>	
MALA ČRNA OBLEKA: NASTANEK IN OBSTANEK PRVE ŽENSKE KLASIKE	49
<i>Tina Verbič</i>	
OBLEKA NAREDI ČLOVEKA	61
<i>Mateja Gaber</i>	
PIONIRKA ŽENSKEGA OSVOBAJANJA ALI IKONOMODA ZA OSVOBOJENO ŽENSKO	73
<i>Jerca Legan Cvikl</i>	

FENOMEN CHANEL V KONTEKSTU AMERIŠKEGA KULTURNEGA FENOMENA	85
<i>Lara Burazer</i>	
KAJ IMAJO SKUPNEGA CHANEL, ČASOPISI IN GLEDALIŠČE?	95
<i>Marija Mojca Peternel</i>	
COCO CHANEL V SLOVENSKIH KNJIŽNICAH	109
<i>Katarina Švab</i>	
KAKŠEN OKUS IMA VONJ OZIROMA UPOVEDOVALNE STRATEGIJE VONJA V ROMANU PATRICKA SÜSKINDA PARFUM IN NEKAJ VZPOREDNIC IZ VED O VINU, GOBAH, VRTNICAH IN PIVU	125
<i>Darko Čuden</i>	
BIBLIJA, GRIMMOVE PRAVLJICE IN CHANEL N° 5	141
<i>Milena Mileva Blažić</i>	
COCO CHANEL IN BALLETS RUSSES: INOVATIVNI PRISTOPI V KOSTUMOGRAFIJI	155
<i>Ana Obid</i>	
COCO CHANEL IN IGOR STRAVINSKI	167
<i>Nina Misson</i>	
IKONOGRAFIJA COCO CHANEL	179
<i>Katarina Richter</i>	
COCO CHANEL KOT CELOSTNA UMETNINA	193
<i>Brane Kovič</i>	
ŽIVLJENJEPISI AVTORIC IN AVTORJEV	201
IMENSKO KAZALO	209



PREDGOVOR

V svet dišav nas v svojem besedilu s filmskim naslovom *Vonj po ženski* popelje **Tim Prezelj**, ki raziskuje voh kot enega najstarejših in najpomembnejših čutil, čeprav je njegovo delovanje še vedno slabo pojasnjeno. Osredotoča se na vpetos vonja v socialno vedenje in izpostavi Coco Chanel, ki je svoj par-fum Chanel N° 5 izkoristila za modno revolucijo. **Mojca Ramšak** se v svojem prispevku *Družbeni koncepti vonjav* med drugim ukvarja z družbenokulturnimi konteksti, ki določajo popularnost vonjev in njihovo trženje. Ugotavlja, da tako fiziološke značilnosti voha kot tudi antropološko razumevanje sveta vonjev pomembno vplivajo na parfumsko industrijo. **Tajda Hlačar** v svojem prispevku *Chanelov modernistični projekt: mala črna obleka* opozori na nezanimljiv vpliv, ki ga je fenomen Chanel imel na družbene spremembe in transformacijo mode. Prikaže povezavo med vodilnimi avantgardističnimi oz. modernističnimi smermi in Chanelom, kar med drugim rezultira v mali črni obleki. Prispevek **Tine Verbič** *Mala črna obleka: nastanek in obstanek prve ženske klasike* raziskuje vzroke, ki so botrovali pojavi, da je avantgardna mala črna obleka Coco Chanel postala klasika ženskega oblačenja in se kot taka obdržala vse do danes. Avtorica ne izključuje pomembnosti nekaterih drugih modnih oblikovalcev in ugotavlja, da je zamatke male črne obleke moč najti v moški modi. Kako so se oblačili v visokem srednjem veku, v svojem članku *Obleka naredi človeka* razpravlja **Mateja Gaber** in podrobneje predstavi nemška minezengerja Ulricha Lichtensteinskega ter Walterja von der

Vogelweideja. Medtem ko je Ulrich znan kot avtor prvega avtobiografskega romana v nemščini in kot vitez, ki je kot kraljica Venera v ženski preobleki potoval tudi po slovenskem etničnem ozemlju, je Walter veliki nemški pesnik, ki ga kos oblačila – krzneni plašč, darilo passavšega škofa Wolfgerja von Erla, lahko umešča med pripadnike viteškega stanu. **Jerca Legan Cvikl** poudarja pomembno vlogo Coco Chanel pri osvobajanju in opolnomočenju ženske. V svojem članku *Pionirka ženskega osvobajanja* se dotakne nekaterih simbolov, ki še danes zaznamujejo modno hišo Chanel, ter predstavi poglobitve attribute, s katerimi je Coco Chanel povzročila revolucijo v svetu mode. **Lara Burazer**, avtorica članka *Fenomen Chanel v kontekstu ameriškega kulturnega fenomena*, analizira fenomen Chanel v kontekstu njegove umeščenosti v ameriški kulturni prostor. Skuša ga razumeti na podlagi nekaterih drugih kulturnih specifik in (tudi) na podlagi primerjave s fenomenom angleščine kot globalnega jezika. Fenomenu Chanel kot pionirju in znanilcu (družbenih) sprememb pripiše povezovalno vlogo. **Mojca Marija Peternel** v svojem prispevku *Kaj imajo skupnega Chanel, časopisi in gledališče?* raziskuje pojavnost Chanel v slovenskem in dunajskem časopisju na začetku 20. stoletja, ko se je Coco Chanel začela uveljavljati v svetu mode. Predstavi zgodbo z gledaliških odrov, ki se je zaradi neprimerne omembe Chanelovega parfuma končala s tožbo in denarno poravnavo. **Katarina Švab** v prispevku *Coco Chanel v slovenskih knjižnicah* zelo podrobno predstavi gradivo, ki je na voljo v slovenskih knjižnicah in je kakorkoli povezano s Coco Chanel. Na podlagi izposoje in razporeditve gradiva ugotavlja priljubljenost velike modne oblikovalke, obenem pa preverja pogostost knjižničnih prireditev, ki se osredotočajo na fenomen Chanel ali modo nasploh. **Darko Čuden** se v prispevku *Kakšen okus ima vonj oziroma upovedovalne strategije vonja v romanu Patricka Süskinda Parfum in nekaj vzporednic iz ved o vinu, gobah, vrtnicah in pivu ukvarja z upovedovanjem vonja oz. voha v pisanem in govorjenem slovenskem jeziku, poišče primere v slovenski umetni in ljudski poeziji ter navede nekaj kriterijev, ki jih avtorji priročnikov o vinu, gobah, vrtnicah in pivu uporabijo za opis vonja. **Milena Mileva Blažić** išče povezavo med navidez nepovezanima literarnima deloma, ki že vrsto let spadata v kanon (zlasti) evropske literarne dediščine, in reklamo za parfum Chanel N° 5, ki mu pripisujemo vseprisotnost na trgu parfumov. Avtorica skuša odgovoriti na vprašanje: *Kaj imajo skupnega Biblija, Grimmove pravljice in Chanel N° 5.* **Ana Obid** nas popelje v začetke 20. stoletja, ko si je *Ballets Russes* šele utiral pot na Zahodu. Prispevek z naslovom*

Coco Chanel in Ballets Russes: inovativni pristopi v kostumografiji prikaže vlogo Coco Chanel, ki jo je odigrala ne samo v odnosu do Djagileva, temveč do ključnih osebnosti iz sveta umetnosti v začetnih letih prejšnjega stoletja. **Nina Misson** v svojem prispevku *Coco Chanel in Stravinski* podrobneje predstavi razmerje med modno ikono in Igorjem Stravinskim. Coco je bila zaslužna za ponovno uprizoritev *Posvetitve pomladi*, ki jo je finančno znatno podprla, obenem pa je ruskemu skladatelju in njegovi družini ponudila dom v svoji vili Bel Respiro. *Ikonografija Coco Chanel* je prispevek **Katarine Richter**, ki raziskuje številne simbole, ki so zaznamovali ustvarjalno delo Coco Chanel. Analiza preteklosti nam lahko ponuja nekatere razlage zanje, veliko simbolov pa nam zaradi kontradiktornih izjav Coco Chanel še danes ostaja nepojasnjenih in nerazložljivih. **Brane Kovič** v svojem zaključnem eseu *Coco Chanel kot celostna umetnina* povzame različna dejstva, spoznanja in tudi domneve, ki so in še spremljajo podobo Coco Chanel. Na podlagi širokega poznavanja umetnostnih in zgodovinskih tokov jo umesti v širši kontekst.



FENOMEN CHANEL

I.

Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani v sodelovanju z Naravoslovnotehniško fakulteto v letu 2020 z velikim projektom znanstvenega simpozija, izdajo monografije ter modno revijo obeležuje historična dogodka v svetu mode. Pred 100 leti je francoska modna hiša Chanel začela svojo zmogovito pot z ikoničnim parfumom Chanel N° 5, ki je postal eden izmed najbolj zaželenih luksuznih objektov 20. in 21. stoletja. Vzporedno z zgodbo ikoničnega parfuma pa je nastala tudi mala črna obleka, kreacija Gabrielle Chanel, ki je revolucionarno posegla v dotedanje modno oblikovanje ter z njo osvobodila žensko telo. Projekt Fenomen Chanel tvorijo trije večji sklopi: znanstveni simpozij, izid znanstvene monografije ter modni dogodek. Medtem ko prva dva sklopa osmišljata družbeno in zgodovinsko ozadje fenomena Chanel v vsej njegovi kompleksnosti, je slednji rezultat večmesečnega ustvarjanja študentov modnega oblikovanja Naravoslovnotehniške fakultete ter modnih oblikovalk in oblikovalcev, ki bodo na novo tematizirali in interpretirali malo črno obleko. Fenomen Chanel je projekt, ki združuje študentke in študente, mlade ustvarjalce in teoretike Univerze v Ljubljani ter slovenske modne oblikovalke in oblikovalce.

Naslov projekta Fenomen Chanel, ki je v svojem podnaslovu baročno pojasnjevalen (*Od korzeta do male črne obleke ali kako je Gabrielle Chanel*

osvobodila žensko), po eni strani kaže na začetno in končno mejo pojavnosti dveh pomembnih kosov ženske garderobe, pri čemer je korzet zaznamoval skoraj ves srednji vek in velik del novega veka, mala črna obleka Coco Chanel pa je svojo revolucionarno pot začela v dvajsetih letih preteklega stoletja (1926) in je ostala aktualna vse do danes. Naslov obenem simbolično kaže na revolucionarne premike v svetu mode in oblačenja, ki jih morda lahko primerjamo z onimi izpred 600 let – prava in prva temeljita modna revolucija Evropejcev se je namreč zgodila že v 14. stoletju. Korzet, katerega začetki segajo v antiko, se namreč zopet pojavi v 14. stoletju, ko je bila vitkost zaželena – ne samo v arhitekturi, kjer so se vitki gotski cerkveni stolpi dvigali v vrto glave višine, temveč tudi pri ljudeh. Ženske so nosile dolge, oprijete obleke, ki so s pomočjo korzeta poudarjale pas. Avtor *Parzifala*, Wolfram von Eschenbach, ki je živel konec 12. in v začetku 13. stoletja, nam v opisu Antikonie, sestre kralja Vergulachta, gospodarja gradu Schampfanzun v deželi Askalon, poda opis lepotice tistega časa. Takole zapiše v verzih: »Ihr wißt, wie Ameisen pflegen/um die Mitte schlank zu sein/Noch schlanker war das Mädelein«¹ (Wolfram 2013: 309). Od takrat se je veliko spremenilo in celo krize in katastrofe, ki jih v srednjem veku ne kasneje ni primanjkovalo, niso mogle zaustaviti vedno večjega povpraševanja po oblačilih. Danes se je modna industrija tako razbohotila, da je skoraj neobvladljiva in nepregledna, modni oblikovalci pa komaj dohitevajo družbene spremembe in se nanje odzivajo.

V pričujoči monografiji najdemo širok razpon razmišljanj, ki se dotikajo ne samo mode, temveč mnogih drugih področij onkraj nje. Prispevki obravnavajo različne pojave, ki so več kot sto let spremljali imperij modne hiše Chanel, osebno Gabrielle Chanel in parfüm Chanel N° 5, poleg tega pa osvetljujejo nekatera druga vprašanja, ki segajo na področje humanizma, družboslovja, naravoslovnih znanosti in umetnosti ter pripomorejo k širšemu pogledu na modo, kulturo oblačenja in družbo kot tako.

Ideja o projektu *Fenomen Chanel* je v prvi vrsti nastala zaradi parfuma Chanel N° 5, ki letos praznuje 100-letnico nastanka (njegova distribucija se je začela leto kasneje, spomladi 1921). Ta leta so bila ključni trenutek po 1. svetovni vojni, ko je svet želel za seboj pustiti bolečo preteklost in slediti novemu in

1 Saj veste, kako mravljičice skrbijo, da so vitke v pasu, še bolj vitke želijo biti dekllice; Wolfram von Eschenbach (2013): *Parzifal*; po izdaji Wolfram von Eschenbach: *Parzival und Titirel*. Rittergedichte, Übers. v. Karl Simrock, 2 Bände, Stuttgart: J. G. Cotta'scher Verlag, 1862. Dostopno na spletu: <http://www.zeno.org/Lesesaal/N/9781483938769?page=0> (pridobljeno 08. 03. 2020).

modernemu. Naenkrat se je zdelo, da so tudi nemogoče stvari lahko uresničljive. To filozofijo je uspešno uporabila Coco Chanel in se začela uveljavljati v svetu mode in parfumov. Začetni prispevki v monografiji so tako tematsko vezani na vonj. V njih boste zaman iskali romantične in špekulativne izjave, da naj bi vsakih 30 sekund nekdo na svetu kupil Chanel N° 5, kot trdi francoska vlada, in da se na leto proda več kot milijon stekleničk parfuma. Pravo število o prodanih stekleničkah je namreč dobro varovana skrivnost, ta pa je najboljša podlaga, iz katere se spletajo zgodbe okoli fenomena Chanel. Toda vse te številke o milijonski prodaji načeloma pomenijo zgolj eno: širom po svetu hodi ogromno število čudovito dišečih ljudi, ki želijo z vonjem očarati – leto za letom, že stoletje dolgo. Nekaj od njih tudi v brezčasni mali črni obleki.

Mateja Gaber

II.

Modna hiša Chanel, ki je počasi a vztrajno že od leta 1910 trdno vzpostavljala svoje mesto v svetu ženske mode, je leta 1920 zasnovala enega svojih najbolj ikoničnih produktov – parfum Chanel N° 5, dišavno mešanico s konotacijami preprostosti, prefinjenosti in drznosti, ki so vonjavo do danes ohranile na prodajnih policah. Skozi leta so se vzpostavile številne zgodbe, ki so izvor parfuma pripisale čistemu inovativnemu geniju slavne Coco Chanel. A Madoiselle parfuma prav gotovo ni proizvedla sama. Za uspeh tega znamenitega produkta je bila potrebna ideja, ki naj bi jo ustanoviteljici modnega imperija predložila prijateljica Misia Sert. Potrebna je bila kemična zasnova, za katero brez dvoma stoji nadarjeni parfumer Ernest Beaux, ki je s svojim kemijskim znanjem razvil formulo N° 5. K izrednemu uspehu parfuma je prispeval Jean Helleu, ki je domnevno oblikoval elegantno enostavne stekleničke, ter podjetje Brosse, ki naj bi jih na začetku produciralo. Parfumska popularnost se ne bi tako hitro širila brez domišljene in odločne marketinške kampanje, ki jo je oblikoval karikaturist Sem, prijatelj Coco Chanel. Na koncu je bil pomemben Cocojin odvetnik Robert Chaillet, ki je skrbel za njene patente in soustvarjal njen sloves, mnogi biografi, ki so za časa njenega življenja in tudi po njem beležili in širili njeno zgodbo, ter gotovo še številni drugi, ki jih je zgodovina s svojo naklonjenostjo enigmatičnim vodilnim figuram morda obšla.²

2 Lisa Chaney (2012): *Chanel. An Intimate Life*, London: Penguin Books.

Zakaj je to relevantno? Zgodba o razvoju kultnega parfuma nam, tako kot mnoge druge, sporoča, da veliki projekti nikoli niso individualni, čeprav jih kot take morda idealistično prikazuje zgodovina. So v prvi vrsti uspešno sodelovanje ljudi iz najbolj raznolikih polj mišljenja in ustvarjanja, ki v videnju drugega lahko zapolnijo vrzeli. Interdisciplinarnost je uspešno vodilo razvoja in inovativnosti, ki se ga drži tudi pričujoči zbornik. Primer dobre prakse je gotovo zbornik *Bauhaus – Baumesch*, ki je leta 2019 izšel pri Znanstveni založbi Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani. Z združitvijo kritiških umov s področja prava, kemije, znanosti, umetnosti in filozofije je predstavil kaleidoskop pogledov na fascinantno umetniško gibanje 20. stoletja ter dokazal, da je za celovito obravnavo takšnega fenomena potreben širok nabor znanj in različnih strok. Tako je tudi tokrat k obravnavi teme pristopil izredno razgiban profil raziskovalcev, ki so dokazali, da je tematika modne hiše Chanel – kljub ekstenzivni obravnavi v literaturi in filmu zadnjega stoletja – še vedno odprta za reinterpretacijo.

Hana Čeferin



VONJ PO ŽENSKI

Tim Prezelj (Ljubljana)

BIOLOGIJA ČUTIL

Organizmi imamo različna čutila, s pomočjo katerih zaznavamo spremembe okolja in si o njem ustvarjamo predstave. Posredno nam čutila omogočajo tudi odzivanje na zaznane spremembe in vzpostavljanje socialnih interakcij. Ker so s tem čutila eden ključnih dejavnikov preživetja in posredno možnosti razmnoževanja posameznika, so bila in so še vedno podvržena zelo močnemu naravnemu odbiranju, vključno s spolnim odbiranjem. Evolucija je zato v zgodovini ustvarila kopico različnih čutil, ki so specializirana za spremljanje različnih fizikalno-kemijskih dejavnikov v okolju. Na njihovi podlagi čutila delimo v več skupin. Pri različnih organizmih najdemo tudi številne nekoliko bolj nenavadne vrste čutil, ki se odzivajo na primer na magnetno ali električno polje. Med bolj znanimi pa so čutila, ki sprejemajo mehanske dražljaje s pomočjo mehanoreceptorjev – v to skupino sodijo na primer čuti,¹ kot so sluh, ravnotežje in tip. Svetloba vzdraži vidne čutnice (fotoreceptorje) v očesu, ki nam omogoča vid. Za spremljanje temperaturnih sprememb so odgovorni

1 Čutilo in čut – čutilo je del živčnega sistema, ki zajema čutilne receptorje, živčne poti in dele možganov, odgovorne za obdelavo informacij. Poznamo ločena čutila za posamezne čute (vid, tip, voh, okus in sluh) (Wikipedia).

termoreceptorji. Največja skupina čutil pa je kemosenzorne narave, pri čemer čutila sprejemajo kemične dražljaje iz okolja. V tej skupini najdemo na primer čuta okus in **voh** (Smith 2008); slednji je nekaj posebnega in se mu bomo podrobneje posvetili v prispevku.

Tab. 1: Razdelitev osnovnih človekovih čutil glede na modalnost, vrsto receptorja in čut

Vrsta dražljaja	mehanski				temperaturni	svetlobni	kemični	
Vrsta receptorja	mehanoreceptor				termoreceptor	fotoreceptor	kemoreceptor	
Čut	sluh	tip	ravnotežje statično dinamično		za temperaturo	vid	okus	voh

Poleg vrste dražljaja (modalnosti) čutila običajno zaznavajo še njegovo jakost, lokacijo, kvaliteto (barva svetlobe, frekvenca zvoka) in trajanje. Pri živalih so čutila del živčnega sistema in zajemajo čutilne celice, živčne povezave in končno dele možganov, odgovorne za obdelavo sprejetih informacij (ibid. 2008). Iz čutil se prek talamusa² po živčnih povezavah večina informacij projicira v primarne senzorične predele skorje³ možganov. Edina izjema pri tem je prav voh, pri katerem talamus sprejme informacije iz olfaktornega bulbusa⁴ in ne obratno. Združevanje senzoričnih informacij poteka v sekundarnih predelih, ki so nameščeni ob primarnih. To izboljša predstavo o zaznavanju, saj primarni predeli dobivajo informacije le iz čutil z nasprotne strani telesa, sekundarni pa z obeh. V primarnem senzoričnem predelu je nitje⁵ razporejeno somatotopično⁶. Delež skorje, namenjen posameznemu delu telesa, je sorazmeren pomenu in nalogi tega dela. Telo v tem oziru ponazorimo s senzoričnim homunkulusom (Wilson in Rennaker 2009).

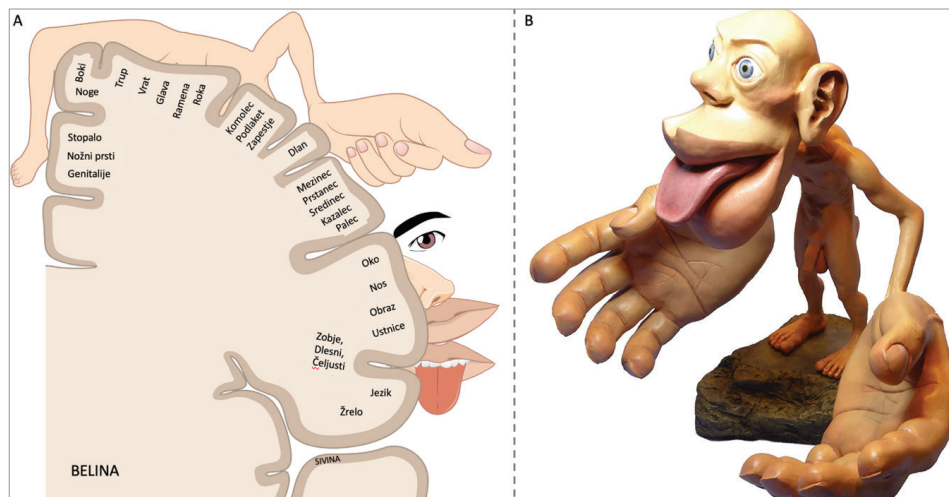
2 Talamus – siva možganovina jajčaste oblike v zadajšnjem delu osrednjega dela možganske hemisfere (polovice) s številnimi jedri (Slovenski medicinski slovar).

3 Možganska skorja ali cerebralni korteks – najbolj zunanja plast živčnega tkiva velikih možganov pri nekaterih vretenčarjih. Pokriva velike in male možgane in se deli na levo in desno poloblo. Ima ključno vlogo pri pomnjenju, pozornosti, zaznavnem zavedanju, mišljenju, govoru in zavesti. Sestoji iz do šestih vodoravnih plasti, od katerih ima z vidika nevronov in povezljivosti vsaka drugačno sestavo. Debela je od 2 do 4 mm (Principles of Neural Science Fourth Edition, 2000).

4 Olfaktorni bulbus – struktura v možganih, ki procesira informacije o vonju in leži tik nad nosom. <http://www.sinapsa.org/rm/poljudno.php?id=22> (pridobljeno: 18. 2. 2020).

5 Nitje – skupina nitastih struktur, predvsem v živčevju (npr. živčno nitje označuje skupino aksonov) (Slovenski medicinski slovar).

6 Somatotopična razporeditev – razporeditev glede na del telesa, od koder prihaja (http://www.digitalna-knjiznica.bf.uni-lj.si/biologija/dn_jeran_judita.pdf) (pridobljeno: 18. 2. 2020).

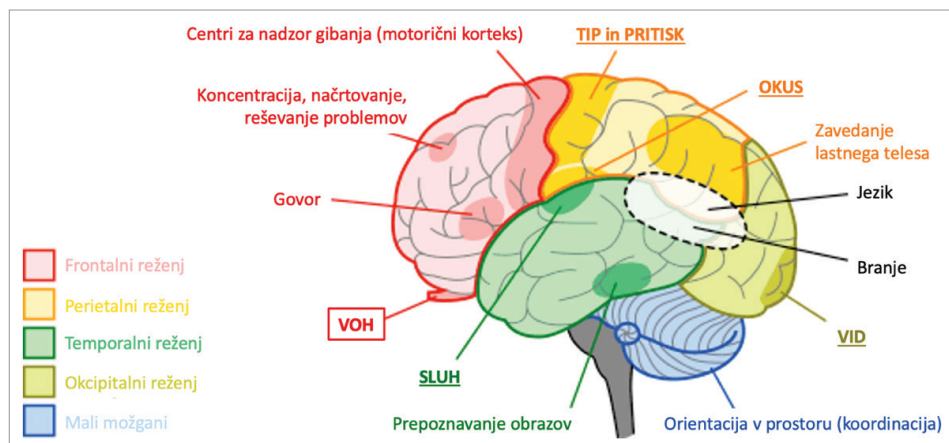


Sl. 1: Senzorični homunkulus: A) 2-D prikaz senzoričnega korteksa možganske skorje; B) 3-D figura senzoričnega homunkulusa. Večji kot je del telesa, večji je tudi delež senzoričnega korteksa (skorje), namenjenega za obdelovanje senzoričnih informacij s tega dela telesa

Primarna optična (vidna) skorja leži v globini ob robovih kalkarinega sulkusa. Akustično (slušno) območje skorje je na zgornji strani senčnega režnja, gustatorni (okušalni) predel pa se nahaja v spodnjem delu postcentralne vijuge. Lega vestibularnega (ravnotežnega) predela še ni natančno poznana, po vsej verjetnosti pa leži v bližini slušnega. Olfaktorno (vohalno) področje se nahaja na spodnji strani čelnega (frontalnega) režnja in ob unkusu parahipokampalne vijuge. Vohalne informacije do olfaktornega bulbusa (*fila olfactoria*) prevajajo počasna nemielinizirana⁷ živčna vlakna prvega možganskega živca ali olfaktornega živca (*nervus olfactorius*). Olfaktorni epitelj senzorično oživčuje tudi peti možganski živec (*nervus trigeminus*), ki prevaja bolečinske dražljaje (npr. »vonj« po amonijaku). Zato ostaja zaznava amonijaka neprizadeta tudi po poškodbi olfaktornega živca (ibid. 2013).

Od čutil je odvisno tudi vsakršno umetniško udejstvovanje. Tako je glasba vezana na sluh, vizualne umetnosti na vid, literarne umetnosti pa predvsem na kognitivne procese, povezane z abstraktnim mišljenjem. S kombiniranjem

⁷ Mielinizirana živčnih vlaken – ovijanje aksonov s plazmalemo nevrolemskih ali oligodendroglinskih celic. Mielinizacija izolira aksone in s tem omogoča hitrejši prenos živčnega signala, zato nemielinizirana vlakna signal prevajajo počasneje od mieliniziranih (Slovenski medicinski slovar).



Sl. 2: Prikaz posameznih možganskih centrov, odgovornih za obdelavo čutilnih (podčrtano) in nekaterih drugih informacij. Prikazana je le leva polovica možganov, centri so približno zrcalno podvojeni tudi v skorji desne polovice

različnih umetniških zvrsti, ki pogosto vključujejo več čutilnih (in motoričnih) sistemov hkrati, so nastale še druge umetniške discipline, med katerimi so bolj poznane predvsem ples, filmske in gledališke umetnosti ter performativne umetnosti. Vedno bolj popularna postaja tudi gastronomija oz. umetnost priprave jedi, opirajoča se predvsem na okus, ki ga običajno ne povezujemo z umetnostjo. V umetniškem oziru smo omenili skoraj vse čute razen voha. Ta je v umetnostnem smislu precej zapostavljen, čeprav so dišave del našega življenja vsaj tako dolgo kot glasba in slike (Bacci in Melcher 2011: 19–59).

VOH

Kemosenzorna čutila so v naravi najbolj množično prisotna in so se evolucijsko gledano med vsemi razvila najprej. Prav zato je voh tudi eno najkompleksnejših čutil. Udeležen je v številnih procesih, česar se pogosto niti ne zavedamo, njegovega delovanja pa še vedno ne razumemo najbolje. Sam proces zaznave vonjav se prične v nosni votlini, kjer so v olfaktornem (vohalnem) epitelu nameščene specializirane čutne celice. Teh imamo ljudje približno 450 različnih, druge živali pa lahko še precej več. Posamezna celica lahko zazna več različnih molekul in posamezna molekula lahko aktivira več različnih čutnih celic, vendar ne enako močno. S tem se število možnih vonjav močno poveča, kar nam omogoča zaznavanje tudi bolj kompleksnih vonjev, kot sta

npr. vonj po vrtnici in kavi. Človek lahko po zadnjih ocenah zazna vsaj bilijon (10^{12}) različnih vonjev (Sarafoleanu in sod. 2009).

Način poteka zaznavanja vonjav že dolgo buri duhove znanstvenikov. Vonj tako tudi v znanosti (in ne zgolj v popularni kulturi in umetnosti) prav zaradi skrivnostnosti in edinstvenosti najverjetnejših mehanizmov zaznave spremlja svojevrstna »romantika«. Okus in večina drugih kemosenzornih čutil deluje po načelu strukturne podobnosti (kot ključ in ključavnica) zaznavane molekule in receptorjev, ki se nahajajo na površini čutilnih celic. Zato številni znanstveniki ta model zagovarjajo tudi kot mehanizem zaznave vonjav (prim. Boelens 1974; Muller in Lamparsky 2012; Rossiter 1996; Kraft in sod. 2000). Model bi se zdel popolnoma smiselni, če se ne bi izkazalo, da imajo nekatere molekule, ki so si strukturno tako podobne, da jih noben receptor ne more ločiti po tem principu, popolnoma različen vonj. Primer sta molekuli *cis*-3-heksen-1-ol, ki ima vonj sveže pokošene trave, in *cis*-3-heksen-1-tiol z vonjem po gnilih jajcih. Omenjeni molekuli se razlikujeta zgolj v končni funkcionalni skupini,⁸ kar je razvidno tudi iz končnice imena molekul. S končnico -ol poimenujemo hidroksilno funkcionalno skupino, ki vsebuje med seboj povezana atoma kislina in vodika (oznaka O-H) in je značilna za alkohole. Končnica -tiol pa označuje tiolno skupino, v kateri sta med seboj povezana atoma žvepla in vodika (oznaka S-H). Obe molekuli se torej razlikujeta zgolj po tem, da ima ena v funkcionalni skupini atom kisika, druga pa žvepla. Pomembno je omeniti, da oba elementa ležita v isti skupini periodnega sistema (VI. skupina), razlikujeta pa se le v eni periodi (kisik je v drugi, žveplo pa tretji). Opisane strukturne podobnosti torej preprečujejo razlikovanje med molekulama v opisanem in podobnih primerih (zgolj) na podlagi strukturne podobnosti med zaznavano molekulo in receptorjem (Turin in Yoshii 2003).

Zato so nekateri bolj vizionarski raziskovalci že pred uveljavitvijo teorije strukturne podobnosti kot mehanizem vonjanja predlagali neobičajno teorijo zaznavanja vibracijskih momentov molekul (Dyson 1938; Turin 1996).⁹ Gre

8 Funkcionalna skupina – v organski kemiji atom ali skupina atomov znotraj molekule, ki določa značilnosti reakcij molekule, katere del je (The IUPAC Compendium of Chemical Terminology).

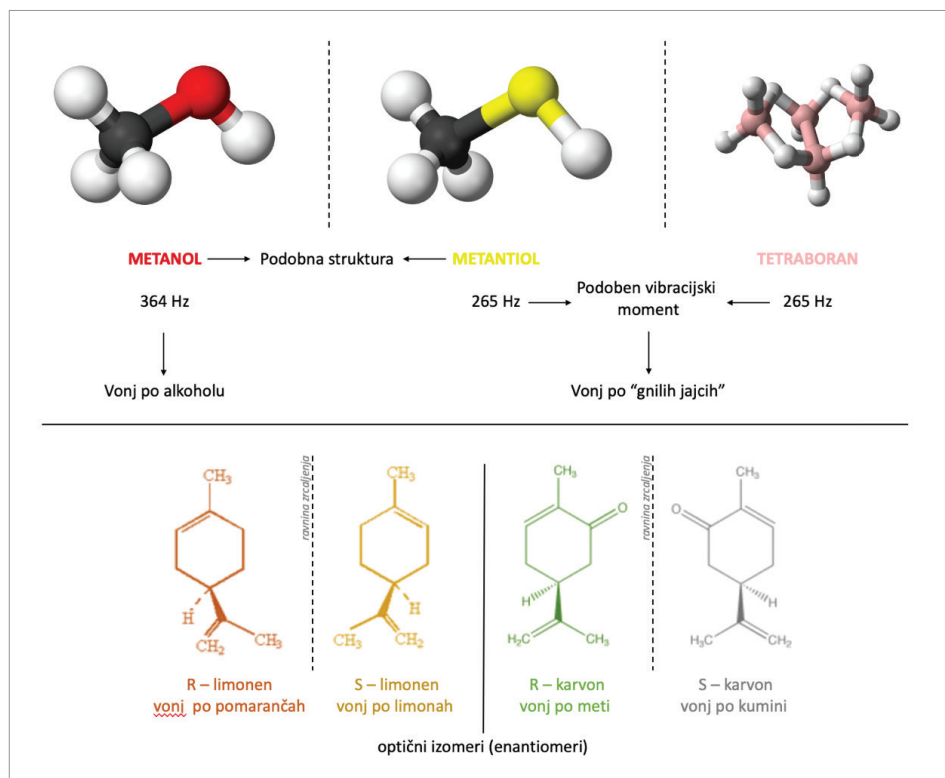
9 Vibracijski moment – molekule same po sebi niso trdne, ampak posamezni atomi nihajo oz. vibrirajo. Načini, na kakršne lahko posamezna molekula vibrira, so nekakšen prstni odtis te molekule. Zaradi najrazličnejših fizikalnih značilnosti posameznih atomov so frekvence, s katerimi posamezna molekula najlažje zaniha, specifične. Dve molekuli sta si tako po zgradbi lahko zelo podobni, razlikujeta se npr. zgolj v enem atomu, po frekvencah nihanja in hkrati tudi vonju pa sta si lahko zelo različni (Nove kratke zgodbe o skoraj vsem : o možganih, idejah in ljudeh, 2010).

za kvantnodinamični mehanizem, ki se razlikuje tudi pri strukturno najbolj podobnih molekulah in funkcionalnih skupinah. Vibracijski moment tiolne skupine je približno 250 Hz, hidroksilne pa 380 Hz. Voh bi torej lahko razlikoval posamezne vonjave na podlagi razlike v vibracijskem momentu molekul. To teorijo dodatno podpira ugotovitev, da imata strukturno sicer zelo različni molekuli tetraborana in metil sulfida enak vibracijski moment (~265 Hz) in tudi enak vonj. Gre za vonj po gnilih jajcih, podoben vonju, značilnem za tiolno skupino (Turin in Yoshii 2003).

Kljub vsemu pa je tudi ta model nekoliko problematičen. Ugotovili so namreč, da imajo nekateri sicer strukturno različni optični izomeri (enantiomeri)¹⁰ molekule kljub enakemu vibracijskemu momentu različen vonj (Klika 2013). Zato so nekateri predlagali model zaznave vonjav, ki upošteva tako strukturno podobnost molekule in receptorja kot tudi vibracijski moment molekul. Ali oziroma kako močno se bosta enantiomera razlikovala po vonju, pa naj bi bilo odvisno od fleksibilnosti molekulskih parov, kar pa zopet govori v prid teoriji vibracijskega momenta molekul (Brookes, Horsfield in Stoneham 2009).

Po aktivaciji čutilne celice se signal po olfaktornem živcu prenese najprej v olfaktorni *bulbus* (*bulbus olfactorius*). Od tam šele potuje naprej v druge dele, kjer se dodatno obdelava. Med drugim v *piriformni* korteks, ki identificira zaznani vonj, in *talamus* – vozlišče vseh čutilnih informacij, ki pridejo v možgane. Talamus nato prenese del sprejetih olfaktornih informacij v *orbitofrontalni* korteks, kjer se poveže z informacijami o okusu. Zato je občutek okusa pogosto rezultat povezovanja teh dveh čutil, sami pa ga dojemamo kot okus. Informacije o zaznanih vonjavah potujejo tudi v *hipokampus* in *limbični sistem* (*amigdal*o), ključni področji možganov, ki sta odgovorni za učenje, pomnjenje in čustvovanje. Prav to je ključen razlog pomena vonjav za človeka. Zaradi dolge evolucijske zgodovine je voh zelo pomemben pri pomnjenju. Posamezne vonjave izzovejo priklic spominov, predvsem tistih iz mladosti, povezanih s čustvenimi dogodki mnogo bolj od drugih čutil. Zato nam vonjave tudi najlažje in najintenzivneje izzovejo čustvene reakcije (Wilson in

10 Optična izomerija – pojav, v katerem molekula vsebuje vsaj en asimetrični ogljikov atom. To je takrat, ko ima na vseh štirih vezeh nase vezane različne atome ali atomske skupine. Spojina, ki ima asimetrični ogljikov atom, lahko nastopa v dveh oblikah, pri čemer imata spojini enak vrstni red atomov, ki se razlikujejo v prostorski razporeditvi. https://si.openprof.com/wb/optična_izomerija?ch=692 (pridobljeno: 18. 02. 2020).



Sl. 3: V zgornjem delu slike so prikazane tri molekule, ki so si med sabo podobne ali po strukturi (metanol in metantiol) ali po vibracijskem momentu (metantiol in tetraboran). Molekule z enakim vibracijskim momentom, a z različno strukturo, imajo podoben vonj, kar podpira vibracijsko teorijo zaznavanja vonjav. Na modelih predstavljajo bele kroglice vodikove (H), črne ogljikove (C), rdeče kisikove (O), rumene žveplove (S) in roza borove (B) atome. Po drugi strani pa spodnji del slike prikazuje enantiomere, ki so strukturno različni in imajo različen vonj kljub enakemu vibracijskemu momentu. To bolj podpira teorijo strukturne podobnosti vonjave in receptorja

Rennaker 2009). Vonjave so zato tudi izjemnega pomena pri socialnem vedenju in spolnosti.

Voh in spol(nost)

Zaradi ključnega pomena za nadaljevanje vrste je biologija spola in spolnosti zelo kompleksno področje. Združuje najrazličnejše sisteme, ki jih še vedno slabo razumemo. Med pomembnejšimi je tudi voh, kar je znano že zelo dolgo

časa (Sarafoleanu in sod. 2009). Vonj je pri spolnem vedenju pri ostalih sesalcih še pomembnejši kot pri ljudeh. Za prepoznavanje partnerjev, primernih za parjenje, namreč uporabljajo feromone,¹¹ ki jih zaznavajo ločeno od ostalih vonjav, in sicer s pomočjo vomeronazalnega organa (Wyatt 2014: 73–75).¹²

Ker ljudje nimamo aktivnega vomeronazalnega organa kot večina sesalcev, velja prepričanje, da tudi nimamo feromonov, ki bi pomembno vplivali na socialne interakcije in spolno vedenje naše vrste. Kljub temu je v zadnjem času več raziskav pokazalo, da sta dve molekuli zelo verjetni kandidatki za feromona pri ljudeh. To sta 4,16-androstadien-3-on (AND) iz moškega potu in estra-1,3,5(10),16-tetraen-3-ol (EST), ki ga najdemo v ženskem urinu (prim. Savic in sod. 2001; Sobel in sod. 1999; Jacob in sod. 2001).

Običajne vonjave v naših možganih aktivirajo predvsem prej omenjene centre (amigdalno, piriformni korteks, orbitofrontalni korteks, hipokampus, talamus itd.). AND in EST pa lahko aktivirata tudi regije iz spolno dimorfnihih jeder anteriornega hipotalamusa (mediani preoptični del), ki ni povezan z vonjavami, temveč s spolnim vedenjem. Ker substanci ne moreta aktivirati možganskih centrov, zadolženih za procesiranje vonjav in anteriornega hipotalamusa hkrati, delujeta kot običajni vonjavi ali pa kot feromona. Poti se med seboj inhibirata, kateri predel bo aktiven ob izpostavitvi AND oz. EST, pa je odvisno od spolne usmerjenosti posameznika in njegovega biološkega spola (prim. Savic in sod. 2005; Berglund in sod. 2006).

Molekula AND, ki se izloča z moškim potom, ženske pa je ne izločajo, pri homoseksualnih moških (HoM) in heteroseksualnih ženskah (HeŽ) aktivira anteriorni hipotalamus, ne pa tudi regij, kjer se procesirajo običajne vonjave. Zato pri teh dveh skupinah ta molekula deluje kot feromon (Savic in sod. 2005). Nasprotno AND pri heteroseksualnih moških (HeM) in homoseksualnih ženskah (HoŽ) aktivira zgolj predele možganov, ki se vzdražijo ob običajnih vonjavah, ne pa tudi regij hipotalamusa. Te se vzdražijo pod vplivom

11 Feromoni – hormonom podobne snovi, ki jih posamezniki določene živalske vrste v zelo majhnih količinah proizvedejo v žleznih celicah, od koder jih izločajo, in ki učinkujejo na druge posameznike iste živalske vrste (npr. preko voha). Omogočajo sporazumevanje med posamezniki iste vrste in učinkujejo kot sprožilni dražljaji določenih vedenjskih vzorcev sprejemnika (npr. za spremembo spolnega ali socialnega vedenja) (Slovenski medicinski slovar).

12 Jakobsonov ali vomeronazalni organ – poseben organ za zaznavanje feromonov. Leži tik pod nosom, med nosnimi hodniki in usti. Sestavljata ga dolgi cevki, napolnjeni s posebno sluzjo. Signal, ki ga zaznajo čutilne celice, nato potuje po ločenem živcu v hipotalamus (Kvarkadabra pri zdravniku: Znanstvene zgodbe iz zakulisja medicine, 2011).

molekule EST, ki jo z urinom izločajo le ženske (Berglund in sod. 2006). Pri HoM in HeŽ se EST procesira kot običajne vonjave, enako kot AND pri HeM in HoZ (Savic in sod. 2005).

Tab. 2: Tabela prikazuje, kako se posamezna od obeh molekul, ki sta predlagani kot človeška feromona (AND in EST), procesira v možganih ljudi z različno spolno usmerjenostjo. AND in EST sta lahko le običajni vonjavi (V) ali pa aktivirata anteriorni hipotalamus, ki je vpleten v spolno vedenje, in s tem delujeta kot feromona (F)

Molekula	HeM	HoM	HeŽ	HoŽ
AND	V	F	F	V
EST	F	V	V	F

Pomembnost vonja pri dvorjenju in izbiri partnerja poudarjajo tudi druge študije. Njihovi avtorji so namreč ugotovili, da je pri izbiri partnerja ali ljubimca njihov vonj – predvsem za ženske – pomembnejši od videza, glasu in strukture kože. Vonj je po pomenu prekašal celo socialno-ekonomski status in izobrazbo (Herz in Inzlicht 2002: 359–364).

DIŠAVE

Zaradi unikatnosti voha in njegove vpletenosti v socialno in spolno vedenje so ljudje dišave že od nekdaj uporabljali za pritegnitev pozornosti potencialnih (spolnih) partnerjev, dvorjenje, pa tudi izkazovanje socialnega statusa, spreminjanje vzdušja v prostorih in druge namene. Mnoge vonjave še danes veljajo za afrodiziak,¹³ kar je nekatere rastline in živali, ki so izvor tovrstnih vonjav, spravilo celo na seznam ogroženih vrst. Dobro znan primer tega je mošus, ki ga pridobivajo iz žleze samca mošusnega jelena. Snov ima predvsem na račun glavne sestavine muskona izrazit oster vonj. Ker je pridobivanje mošusa težavno in omejeno, povpraševanje parfumske industrije pa veliko, velja za enega najdražjih živalskih proizvodov. Izolatu dodajajo tudi številne druge rastlinske in živalske ekstrakte. Tako pripravljeno esenco dodajajo različnim parfumom, katerih vonj naj bi bil zato kompleksnejši in bi v večji meri sprožal poželenje (Burr 2004: 140–187).

13 Afrodiziak – substanca, ki se uporablja z namenom povečanja spolnega poželenja – libida. V nekaterih primerih se izraz uporablja tudi za snovi, ki jih uporabljamo za povečanje spolne moči – potence. Izraz izhaja iz imena starogrške boginje ljubezni, lepote in spolnega poželenja – Afrodite (Encyclopedia Britannica).

Čeprav vemo, da so različna dišeča zelišča v sanitarne in medicinske namene uporabljali že v prazgodovini, se je vzpon pravih dišav pričel v času starega Egipta in se od tam razširil po vsem svetu. Kasneje so dišave postale tudi vedno bolj ekskluzivne, namenjene predvsem predstavnicam višjega družbenega sloja. Ženskimi »kronanim glavam« so ob rojstvu, krstu, poroki ali drugih prelomnih dogodkih mojstri izdelovanja dišav nemalokrat pripravili personalizirane parfume, ki jih je smela nositi zgolj ta oseba. S tem so ustvarili neke vrste »dišavni podpis«, saj so vonj posameznega parfuma nato vsi povezovali s točno določeno osebo. Gre namreč za pomembno in močno orodje opozarjanja na lastno prisotnost v določenem prostoru, saj vonj po parfumu v prostoru ostane še dalj časa po tem, ko oseba prostor že zapusti. S tem pa tudi učinkovito uveljavi lastnino nad nekim prostorom in predmeti v njem ter svojim položajem v tem prostoru (Sandberg 2010). To spominja na primere iz živalskega sveta, kjer je predvsem med sesalci zelo razširjeno označevanje teritorija in lastnine s pomočjo izločkov različnih žlez z izrazitim vonjem (Ralls 1971). Znan primer rabe personaliziranih dišav v zgodovini sega v čas renesanse, na območje Firenc v Italiji. Takrat ena najvplivnejših družin – družina Medici, ki je vladala mestu Firenze, je vsaki ženski predstavnici rodbine namenila personaliziran parfum. Dišave so pogosto uporabljali tudi v spalnici, s čimer so ustvarjali prijetnejše vzdušje za spanje in predajanje spolnosti. Opisan primer kaže na naprednost te rodbine, ki je znana tudi po izkoriščanju umetnosti za uveljavljanje svoje moči, vpliva in predvsem vizije (Sandberg 2010).

V srednjem veku so bili mojstri izdelovanja parfumov predvsem menihi, kasneje pa je večšina prešla v roke obrtnikov, ki so imeli podoben status kot umetniki drugih zvrsti. Ostale umetnosti so se nato razvijale v smer večje prepoznavnosti avtorja in njegovega izraza, umetnost manipulacije z vonjavami pa je ostala v ozadju na ravni obrtništva. Parfume in vonj posameznika so in jih še vedno povezujemo predvsem z modo, kar se očitno kaže na več ravneh tudi danes. Ko se odišavimo, to v angleščini na primer opredelimo z besedno zvezo, da parfum »nosimo«, enako kot to govorimo za oblačila. Prav tako je večina parfumov, ki jih danes najdemo na trgu, produkt modne industrije znanih blagovnih znamk oz. predstavnikov iz sveta mode. Ne glede na to pa ne moremo zanikati, da gre pri izdelovanju in predvsem uporabi dišav za pomembno umetnost na visoki ravni. Ta je primerljiva z ostalo modo, pogosto

pa tudi z ostalimi klasičnimi zvrstmi umetnosti, kot so slikarstvo, kiparstvo, glasba in arhitektura (Muller in Lamparsky 2012: 465–481).

Za mnoge izmed klasičnih sestavin parfumov se je kasneje sicer izkazalo, da so zdravju škodljive ali celo kancerogene. Tipičen primer tega je rastlinski derivat prijetnega vonja, imenovan kumarin, ki so ga dodajali predvsem v parfume, namenjene moškim (ibid.: 441–465). V začetku dišav sicer niso ločevali po spolu, kasneje pa je to postalo družbeno vedno bolj in bolj uveljavljeno, predvsem na račun različnih spolnih stereotipov. Za moške je tako postalo precej bolj sprejemljivo, včasih pa celo priporočljivo, da ne uporabljajo posebnih dišav. V kolikor pa jih, naj med njimi prevladujejo predvsem močnejše, agresivnejše in bolj napadalne vonjave. Nežnejše, cvetlične, sadne in bolj sladke vonjave pa so prisotne predvsem v ženskih dišavah. Teh posledično na trgu najdemo več, saj je za ženske stereotipno uporaba dišav na splošno bolj sprejemljiva in zaželeno. Glede na pomen vonja pri čustvovanju in v socialnem vedenju ni presenetljivo, da je uporaba dišav tudi pomembno izrazno sredstvo posameznikov. Z izbiro parfuma okolici sporočamo pomembne informacije o svojem značaju, počutju, naravnosti, družbeno-ekonomskem statusu, načelih, lahko pa tudi spolni, filozofski in politični usmerjenosti (Sczesny in Stahlberg 2002).

GABRIELLE 'COCO' CHANEL IN REVOLUCIONARNI PARFUM

CHANEL N° 5

Da nas parfum stigmatizira, se je zelo dobro zavedala tudi Gabrielle 'Coco' Chanel (1883–1971), ko je leta 1920 na trg postavila sedaj že kultni parfum Chanel N° 5 (Hautala 2011). Ženski parfumi so se v tistih časih znašli v eni od dveh neformalnih skupin. »Spodobne ženske« so prisegale predvsem na preprostejše monokromatske dišave posameznih cvetličnih vonjav (vrtnice, vijolice, geranije ...), bolj provokativne dišave, nabite s seksapilnimi vonjavami mošusa in jasmína pa so ljudje povezovali z ženskami dvomljivega slovesa, kot so na primer prostitutke in kurtizane (Mazzeo 2011: 3–13). V tej precej rigidni, konzervativni in bolj ali manj šovinistični družbi, ki se je s pomočjo različnih avantgardnih umetniških smeri že počasi spreminjala, je ustvarjala tudi Coco Chanel. Kot napredna in svobodomiselna ženska se je zelo dobro zavedala izrazne in protestne moči mode in oblačenja. V sklopu svojih feminističnih pogledov in kulturnega protesta je iskala tudi nov parfum, ki bi

odstopal od klasičnih, uveljavljenih norm parfumiranja. Z njim je želela nagovarjati predvsem sodobne, emancipirane ženske 20. let prejšnjega stoletja (t. i. flappers) in proslaviti gibanja za osvobajanje, enakopravnost in pravice žensk (Hautala 2011).

Avtor parfuma Chanel N° 5 je Ernest Beaux (1881–1961), s katerim se je Gabrielle Chanel seznanila preko svojega takratnega ljubimca, velikega vojvode Dmitrija Pavloviča Romanova iz Rusije (1891–1941). Beaux je bil namreč mojster izdelovanja parfumov v podjetju A. Rallet and Company, ki je veljalo za uradno parfumerijo ruske kraljeve družine. Posebej za veliko vojvodinjo Mario Aleksandrovno (1853–1920) je podjetje pripravilo parfum, imenovan Rallet O-De-Kolon N° 1 Vesovoi, ki je temeljil predvsem na vonju vrtnic in jasmina (Mazzeo 2011: 75–83). To je bilo v skladu s prej omenjeno tradicijo personalizacije vonjav predvsem za ženske iz kraljevih družin, ki se je ponekod obdržala še v 20. stoletju, na nek način pa je prisotna še danes.

Leta 1912 je Beaux za stoto obletnico bitke pri Borodinu¹⁴ ustvaril moški parfum *La Bouquet de Napoleon* (Napoleonov šopek). Velik uspeh parfuma je Beauxa spodbudil, da je razvil še žensko različico parfuma, ki ga je poimenoval *Le Bouquet de Catherine* (Katarinin šopek). Temeljil je na popularnem parfumu podjetja Houbigant Parfums Paris – *Quelques Fleurs* (nekaj rož), katerega osnova je bila mešanica aldehydov¹⁵ z nežno cvetlično aromo. Ker pa se je približevala prva svetovna vojna, Katarina Velika oz. Katarina II. Aleksejevna (1729–1796), po kateri je bil Beauxov parfum poimenovan, pa je bila po rodu Nemka, je skupaj z njo inovativni parfum padel na trgu v nemilost. Kljub temu pa Ernest Beaux ni obupal. Pri ustvarjanju znamenitega parfuma Chanel N° 5 je za osnovo uporabil vonj vrtnice in jasmina iz parfuma Rallet O-De-Kolon N° 1 Vesovoi, ki pa ga je predrugačil, tako da je postal bolj drzen in čist. Pri ustvarjanju parfuma je eksperimentiral tudi z uporabo novih sintetičnih spojin, kot na primer s svojim lastnim produktom »Rose E. B.« in z novim jasminovim izolatom, imenovanim »jasophore«. Uporabil je tudi

14 Bitka pri Borodinu – bitka, ki je potekala 7. septembra 1812 in velja za eno najbolj krvavih bitk 19. stoletja. Gre za odločilno bitko v napoleonskih vojnah, nizu vojn v času vladanja Napoleona Bonaparta (1769–1821), ki veljajo za naslednice francoskih revolucionarnih vojn. V bitki pri Borodinu je Napoleon premagal Ruse in s tem razbil zadnje ruske obrambne položaje na svoji poti proti Moskvi. <https://zgodovinanadlani.si/1812-bitka-pri-borodinu/> (pridobljeno: 20. 02. 2020).

15 Aldehyd – spojina, ki nastane z oksidacijo primarnih alkoholov in vsebuje aldehydno funkcionalno skupino $-CH=O$ (Slovar slovenskega knjižnega jezika in Slovenski medicinski slovar).

nekoliko večje količine mošusa in ekstraktov iz korenike perunike (*Iris sp.*), kar je parfum dodatno ojačalo (Weifang 2011).

Ključ uspeha tega kultnega parfuma pa je bila vsekakor inovativna uporaba aldehydov, ki v dišavah delujejo kot »začimba« oz. ojačevalec arome. Uporabljeni aldehydi v parfumu Chanel N° 5 naj bi dišavi dajali bolj izrazito »hladno« oz. arktično noto. K unikatnosti parfuma pa je verjetno pripomoglo tudi naključje, saj je asistent (ali pa asistentka) v Beauxovem laboratoriju pri pripravi parfuma namesto 10 % raztopine aldehydov pomotoma uporabil/a kar njihov koncentrat. S tem je Chanel N° 5 postal prvi parfum v zgodovini s tako veliko koncentracijo aldehydov. Coco Chanel je na koncu izbirala med desetimi (1–5 in 20–24) vialami različnih tonov parfuma, ki ji jih je predstavil Beaux. Izbrala je številko 5 in svojo izbiro pospremila z besedami: »Številka 5. Ja, to je to, na kar sem čakala. Parfum, kot ga še ni bilo. Ženski parfum z vonjem po ženski«¹⁶ (Mazzeo 2011: 75–83).



Sl. 4: Parfum Chanel N° 5 leta 1920 in danes

Tako je nastal drzen, provokativen parfum, ki je rušil takratne stereotipe in pomembno prispeval k uspehu in prizadevanjih Gabrielle Chanel po večji samostojnosti in emancipaciji žensk v družbi. Parfum je popolnoma predrugal vonjave, ki so jih do takrat povezovali z ženstvenostjo, s tem pa tudi pogled na to, kaj pomeni (biti) ženska. Tega se je dobro zavedala Gabrielle Chanel, ki je med drugim znana tudi po reku: »Ženska brez parfuma je ženska brez prihodnosti.« Ta njen izrek zelo jasno kaže njeno dobro razumevanje pomena vonjav

16 Citat je prevod angleškega navedka (Mazzeo 2011: 65): »Number five. Yes, that is what I was waiting for. A perfume like nothing else. A woman's perfume, with the scent of a woman.«

in učinka, ki ga imajo te v našem odnosu do (skupin) posameznikov. Gre za močno izrazno sredstvo, ki ga je Gabrielle Chanel vsekakor znala dobro unovčiti, hkrati pa tudi popularizirati parfumsko industrijo kot enakovredno ostalim umetnostim. Spol, ki je bil prej tema, o kateri se pravzaprav ni nihče spraševal in je bil nekaj samoumevnega, je tudi s pomočjo parfumov začel postajati vedno bolj kompleksen, naraven, še bolj pa družbeni pojem. Danes o spolu vedno več govorimo predvsem na račun gibanj, ki so se razvila v 20. stoletju tudi po zaslugi Coco Chanel, njenega ikoničnega parfuma Chanel N° 5 in ostalih pomembnih predstavnic feminističnega gibanja. Njihova prizadevanja za osvoboditev ženske so prerasla okvire konzervativnega, binarnega družbenega pogleda na spol in moške nadvlade. Sto let po izidu parfuma se zgodovina ponavlja, le da smo tokrat lahko priča podobnemu osvobajanju in emancipaciji drugih spolnih skupin, ki črpajo navdih in pogum tudi iz uspeha Gabrielle 'Coco' Chanel.

Povzetek

Zaznavanje umetnosti poteka po senzoričnih sistemih, ki so se prvotno razvili za učinkovito odzivanje na okoljske spremembe. Glasbo, vezano na sluh, in vizualne umetnosti, ki jih zaznavamo z vidom, vsi dobro poznamo. Vedno bolj popularna postaja gastronomija oz. umetnost okušanja. Voh je sicer med vsemi čutili eno najstarejših in najpomembnejših čutil, a je v umetnostnem smislu zapostavljen, čeprav so dišave del našega življenja že vsaj tako dolgo kot glasba in slike. Je tudi eno najkompleksnejših čutil, katerega delovanje in vloga sta še vedno slabo pojasnjena. Močno je vpleten v socialno vedenje in spolno identiteto – mošus je npr. kot domnevni afrodiziak del več parfumov. Moči vonjav se je med prvimi v modnem svetu zelo dobro zavedala Gabrielle Chanel (1883–1971). Svoj revolucionarni parfum Chanel N° 5 je s pridom izkoristila za modno revolucijo, spreminjanje pogleda na spol in feministične vzgibe.

Abstract

The perception of art takes place in sensory systems originally developed for effective response to environmental changes. Music, related to hearing, and visual arts, perceived by sight, are well known to all. Gastronomy, the art of tasting, is nowadays becoming more and more popular as well. Only smell, one of the oldest and most important senses of all, is neglected in art. However in terms of art, fragrances have never been extensively considered, despite being part of our lives for at least as long as music and painting. The functioning and role of smell are still poorly understood as well, mainly on account of its complexity, although it is heavily involved in social behavior and gender identity. For example musk, supposed to be an aphrodisiac, is part of several perfumes. Gabrielle Chanel (1883–1971) was among the first in the world of fashion to be fully aware of the power of scent. She used her groundbreaking Chanel N° 5 perfume for her fashion revolution, changing the world's view on gender and feminist impulses.

Seznam literature

- BACCI, Francesca/MELCHER, David (ur.) (2011): *Art and the Senses*. Oxford: Oxford University Press.
- BERGLUND, Hans/LINDSTRÖM, Per/SAVIC, Ivanka (2006): Brain response to putative pheromones in lesbian women. V: *Proceedings of the National Academy of Sciences*, let. 103, št. 21, str. 8269–8274.
- BOELEN, Hans (1974): Relationship between the chemical structure of compounds and their olfactive properties. V: *Cosmetics and perfumes*, let. 89, št. 9, str. 70–78.
- BROOKES, Jennifer C./HORSFIELD, Andrew P./STONEHAM, Arthur Marshall (2009): Odour character differences for enantiomers correlate with molecular flexibility. V: *Journal of the Royal Society Interface*, let. 30, št. 6, str. 75–86.
- BURR, Chandler (2004): *The emperor of scent: a true story of perfume and obsession*. New York: Random House Incorporated.
- HAUTALA, Heidi: *The Glamorous Life of Chanel No. 5: A contribution to the theory of glamour*. Magistrsko delo. Stockholm: Stockholm University, 2011.
- HERZ, Rachel S./INZLICHT, Michael (2002): Sex differences in response to physical and social factors involved in human mate selection: The importance of smell for women. V: *Evolution and Human Behavior*, let. 23, št. 5, str. 359–364.
- JACOB, Suma/KINNUNEN, Leann H./METZ, John/COOPER, Malcolm/McCLINTOCK, Martha K. (2001): Sustained human chemosignal unconsciously alters brain function. V: *Neuroreport*, let. 12, št. 11, str. 2391–2394.
- KLIKA, Karel D. (2013): The Potential of Isotopomers as a Test for the Vibrational Theory of Olfactory Sense Recognition. V: *ISRN organic chemistry*, let. 2013, št. /, str. 1–9.
- KRAFT, Philip/BAJGROWICZ, Jerzy A./DENIS, Caroline/FRÁTER, Georg (2000): Odds and trends: recent developments in the chemistry of odorants. V: *Angewandte Chemie International Edition*, let. 39, št. 17, str. 2980–3010.
- MALCOLM DYSON, George (1938): The scientific basis of odour. V: *Journal of the Society of Chemical Industry*, let. 57, št. 28, str. 647–651.
- MAZZEO, Tilar J. (2011): *The secret of Chanel No. 5: The intimate history of the world's most famous perfume*. New York: Harper Collins.
- MULLER, Peter M./LAMPARSKY, Dietmar (ur.) (2012): *Perfumes: art, science and technology*. Berlin: Springer Science & Business Media.
- RALLS, Katherine (1971): Mammalian scent marking. V: *Science*, let. 171, št. 3970, str. 443–449.
- ROSSITER, Karen J. (1996): Structure – odor relationships. V: *Chemical reviews*, let. 96, št. 8, str. 3201–3240.
- SANDBERG, Brian (2010): “All the Many and Varied Remedies and Secrets”: Sexual Practices and Reproductive Knowledge in the Renaissance. V: *Early Modern Women*, let. 5, št. /, str. 235–242.
- SARAFOLEANU, Codrut/MELLA, Corina/GEORGESCU, Magdalena/PEREDERCO, Cipriana (2009): The importance of the olfactory sense in the human behavior and evolution. V: *Journal of medicine and life*, let. 2, št. 2, str. 196.
- SAVIC, Ivanka/BERGLUND, Hans/GULYAS, Balazs/ROLAND, Per (2001): Smelling of odorous sex hormone-like compounds causes sex-differentiated hypothalamic activations in humans. V: *Neuron*, let. 31, št. 4, str. 661–668.

- SAVIC, Ivanka/BERGLUND, Hans/LINDSTRÖM, Per (2005): Brain response to putative pheromones in homosexual men. V: *Proceedings of the National Academy of Sciences*, let. 102, št. 20, str. 7356–7361.
- SCZESNY, Sabine/STAHLBERG, Dagmar (2002): The influence of gender-stereotyped perfumes on leadership attribution. V: *European Journal of Social Psychology*, let. 32, št. 6, str. 815–828.
- SMITH, Christopher Upham Murray (2008): *Biology of sensory systems*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- SOBEL, Noam/PRABHAKARAN, Vivek/HARTLEY, Catherine A./DESMOND, John E./GLOVER, Gary H./SULLIVAN, Edith V./GABRIELI, John D. (1999): Blind smell: brain activation induced by an undetected air-borne chemical. V: *Brain*, let. 122, št. 2, str. 209–217.
- TURIN, Luca (1996): A spectroscopic mechanism for primary olfactory reception. V: *Chemical senses*, let. 21, št. 6, str. 773–791.
- TURIN, Luca/YOSHII, Fumiko (2003): Structure-odor relationships: a modern perspective. V: *Handbook of olfaction and gustation*. Boca Raton: CRC Press, str. 527–562.
- WEIFANG, Huang (2011): The Way to Create Symbolic Value of Luxury Good-Take the Chanel No. 5 Perfume for a Case. V: *2011 International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering*. Piscataway: IEEE, str. 142–145.
- WILSON, A. Donald/RENNAKER, Robert L. (2009): Cortical Activity Evoked by Odors. V: MENINI, Anna: *The neurobiology of olfaction*. Boca Raton: CRC Press. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK55980/> (pridobljeno: 28. 02. 2020).
- WYATT, Tristram D. (2014): *Pheromones and animal behavior: chemical signals and signatures*. Cambridge: Cambridge University Press.

Seznam slik

- Slika 1: https://en.wikipedia.org/wiki/Cortical_homunculus (pridobljeno: 23. 02. 2020) in <https://www.sharonpricejames.com/education.html> (pridobljeno: 23. 02. 2020).
- Slika 2: <http://emekahouse.blogspot.com/2014/11/shift-work-can-negatively-affect-your.html> (pridobljeno: 23. 02. 2020).
- Slika 3: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Metanol>; <https://en.wikipedia.org/wiki/Methanethiol>; <https://en.wikipedia.org/wiki/Tetraborane>; <http://greenchemistry.blogspot.com/2013/10/extracting-limonene-from-orange-peel.html>. https://employees.csbsju.edu/cschaller/Principles%20Chem/stereochem/stereo_enantiomerB.htm (pridobljeno: 23. 02. 2020).
- Slika 4: https://en.wikipedia.org/wiki/Chanel_No._5, (pridobljeno: 23. 02. 2020).

Seznam tabel

Tabela 1: lasten vir.

Tabela 2: lasten vir (prim. Savic in sod. 2005; Berglund in sod. 2006).



DRUŽBENI KONTEKSTI VONJAV

Mojca Ramšak (Ljubljana)

UVOD: DOBER NOS

Zaznavanje vonjev ima številne družbene pomene, ki opisujejo družbeno življenje, odnose in pozicioniranje na ravni pripadnosti družini, veri, etnični skupini, družbenemu razredu, rasi, spolu, ter sega vse do ritualnih praks, morale, etike, bolezni in javnega zdravja. V družbenokulturni perspektivi se vonj manifestira v različnih kontekstih in je povezan še z drugimi čuti, zato univerzalna fenomenologija vonjanja ne obstaja. Vonji so družbeno sprejemljivi ali pa nesprijemljivi, z njimi izražamo družbene vrednote in prakse. Globino in intenziteto zaznavanja vonjev izraža tudi terminologija. Večje število izrazov in fraz v zvezi z vonjem, kot jih uporabljamo, večja je družbena vloga vonja. Strukturalistične vonjalne kategorije, kot so smrad – dišava, čisto – umazano, zdravje – bolezen, narava – kultura, dodatno pojasnjujejo družbene vplive vonja. Sodobne manipulacije vonjav, ki jih uporabljajo pri oglaševanju v kozmetični industriji, temeljijo prav na teh binarnih kategorijah, da bi ustvarile družbeno sprejemljive vonje.

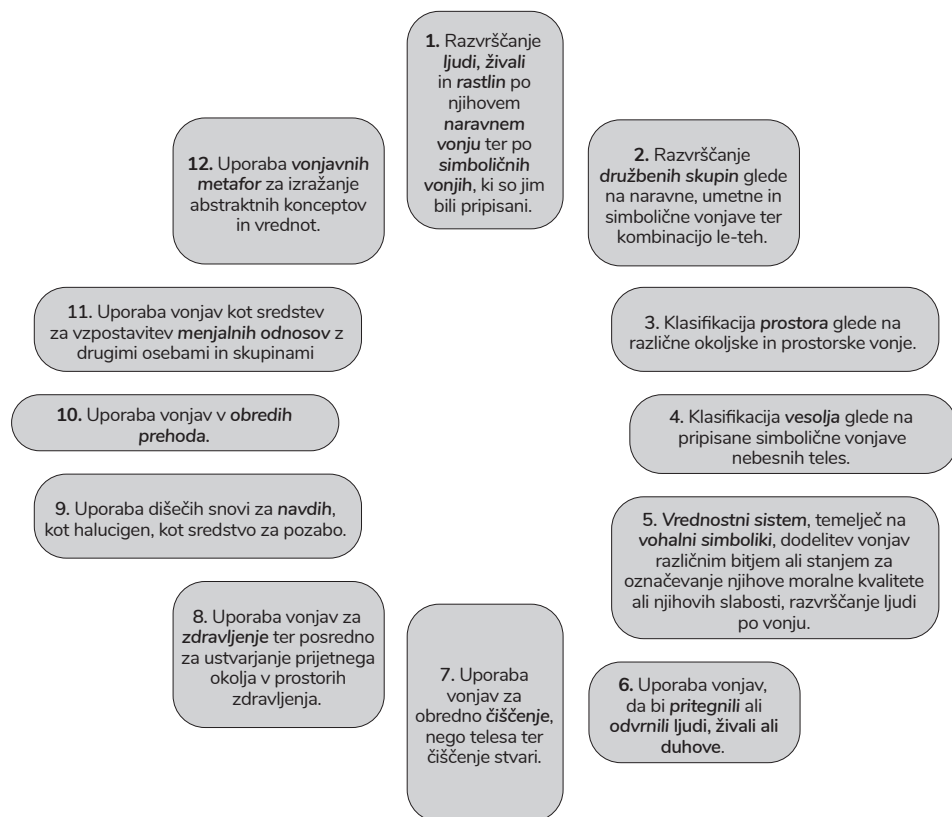
KLASIFIKACIJA VONJAV V MEDKULTURNI PERSPEKTIVI

Različne kulture pripisujejo različne pomene različnim čutom. To dejstvo je še posebej očitno v primeru vonja. Načine, kako mislimo in komuniciramo

z vonjavami, lahko razvrstimo v nekaj najosnovnejših kategorij, znotraj teh pa obstajajo številne različice v medkulturni perspektivi (Howes, Synnott in Classen 2020): 1. Razvrščanje ljudi, živali in rastlin¹ po njihovem naravnem vonju ter po simboličnih vonjih, ki so jim bili pripisani; npr. prepričanje, da imajo različne rase drugačen vonj in celo, da druga rasa smrdi, za kar pa ni empiričnih dokazov. 2. Razvrščanje družbenih skupin glede na naravne, umetne in simbolične vonjave ter kombinacijo le-teh; npr. moški in ženske, otroci in odrasli, belci in nebelci, višji, nižji sloj ipd. 3. Klasifikacija prostora glede na različne okoljske in prostorske vonje; npr. vonj cerkva, bolnišnic, ribarnic, javnih stranišč, stojnic s hrano in pijačo, cvetličnih stojnic na tržnici, frizerskih salonov, telovadnic, bazenov, smetišč, tovarn, knjižnic ... 4. Klasifikacija veselja glede na pripisane simbolične vonjave nebesnih teles; npr. sonca, po katerem so v antiki vonjale dišave, in lune. 5. Vrednostni sistem, temelječ na vohalni simboliki; npr. dobri ali slabi vonji, dodelitev vonjav različnim bitjem ali stanjem za označevanje njihove moralne kvalitete ali njihovih slabosti (npr. razvrščanje živali po vonju, ne pa po morfologiji ali habitatu; razvrščanje ljudi po vonju glede na spol, starost, stopnjo življenjskega cikla in prehodna stanja, kot sta iniciacija ali bolezen). 6. Uporaba vonjav, da bi pritegnili ljudi; npr. nasprotni spol, živali ali duhove ter nasprotno, da bi odvrnili sovražnike, živali ali zle duhove. 7. Uporaba vonjav za obredno čiščenje, nego telesa ter čiščenje stvari. 8. Uporaba vonjav za zdravljenje ter posredno za ustvarjanje prijetnega okolja v prostorih zdravljenja. 9. Uporaba dišečih snovi kot navdih za sanje, kot halucigene, kot sredstvo za poza bo travmatičnih dogodkov. 10. Uporaba vonjav v obredih prehoda; npr. pri pogrebi ali porokah. 11. Uporaba vonjav kot sredstev za vzpostavitev mednjalnih odnosov z drugimi osebami in skupinami; npr. dajanje in prejemanje izdelkov z različnimi vonjavami v ritualih izmenjave. 12. Uporaba vonjavnih metafor za izražanje abstraktnih konceptov in vrednot (Howes, Synnott in Classen 2020); npr.: diši po zimi/pomladi/dežju, dehti po zemlji/drevju, smrdi po vojni/izdajstvu, delo/učenje mu smrdi (= lenoba), riba smrdi pri glavi (= korupcija od zgoraj navzdol), mladenič še diši po mleku (= premlad je še), iz ust mu diši (= smrdi), zatiskati si nos, vonljiva jed na mizi, vonljivo milo, dehti po ljubezni (= hrepeni), zavohati denar (= priložnost za obogatitev), bil je brez vonja (= medel, brez značaja), šlo mu je v nos (= motilo ga je, bil

1 Vsi poudarki so avtoričini in niso del originalnega besedila.

je prizadet), zavohali so, o čem so se pogovarjali (= odkrili so), Matilda ga je povohala (= bil je blizu smrti).²



Sl. 1: Klasifikacija vonjav glede na njihovo funkcijo v medkulturni perspektivi

KAKO SE JEZIK SPOPADA Z IDEJO VONJA

Čeprav človek zaznava tisoče različnih vonjav, pa opisi vonjav izhajajo le iz nekaterih glavnih značilnosti za okus, kot so sladek, slan, grenek, kisel ipd. ali pa vonj opisujemo po stvareh, iz katerih izhaja. Tak ozek nabor v vonjalnem besednjaku lahko pripišemo relativno majhni pomembnosti voha v primerjavi z drugimi čuti. Toda tudi to ni univerzalno pravilo, saj imajo nekatere kulture

² Primeri so prevzeti iz vsakdanjega govora in gesel: vonj, voh, vohanje, smrad, dišati, smrdeti na portalu Fran, Slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU. <https://fran.si/> (pridobljeno 19. 02. 2020).

opise za vonje, ki jih zahodnjaki ne poznamo, ponekod pa uporabljajo iste besede za voh in okus. Čeprav nimamo veliko načinov, kako govoriti o vonju, pa je ta govor vedno emocionalno ali družbeno obarvan (Classen, Howes in Synnott 1994: 109, 113).

Ker vonj lahko uporabimo za sprožanje močnih čustev, je najpogostejša klasifikacija vonja *dober – slab*. V prenesem pomenu izražamo dobro s prijetnim vonjem (npr. sladek vonj po uspehu = prijeten občutek uspeha), kar je slabo, strupeno ali nevarno pa z neprijetnim (npr. ta ideja smrdi = slaba zamisel). Pri tem pogosto uporabljamo opise za okus, ker sta vonj in okus tesno povezana. Neprijetne vonje pogosto asociiramo z živalmi, ki smrdijo (npr. smrdi kot kozel), ki v nevarnosti oddajajo močan vonj, da se zaščitijo (npr. smrdi kot dihur), ali ki živijo v umazaniji (npr. smrdi kot prasec). Kolektivni spomin na epidemije kuge in milijone umrlih, ki jih niso mogli in hoteli pravočasno pokopati, saj se okuženih trupel niso smeli dotikati in so zato razpadala na cestah, travnikih, v gozdovih ali gnila v zapuščenih hišah v izumrlih naselbinah ali v mestih, se izražajo tudi v primeru smrdeti/zaudarjati kot kuga. Metaforično pa lahko smrdi tudi kar koli negativnega (npr. smrdi kot hudič). Nasprotno pa dišati (sinonimi dehteti, duhteti) izražajo oddajanje prijetnega vonja, značilnost česa, vzbujanje želje s čim in vzbujanje želje nekomu ter ravnanje po čem. Definicije samostalnikov, ki označujejo vonj v slovenščini (in sinonimov voh, vonjava, dišava, duh), jasno kažejo, da gre za značilnost snovi ali teles, ki jih zaznavamo z vohom; za občutek, ki ga povzroča ta značilnost; za značilnost v majhni, komaj opazni stopnji, ki vzbuja oz. povzroča predstavo, zavest česa; in za opis splošne atmosfere. Definicije glagola vohati (in sinonimov duhati, dišati, njuhati, šnofati, vonjati) pa izražajo sposobnost zaznavanja z vohom, prikrito poizvedovanje ali iskanje ter slutnjo nečesa slabega.³

Vonj ima tako aktivne kot pasivne značilnosti (tj. nekaj/nekdo oddaja vonj ali ga sprejema, pri čemer sprejemnik nima nadzora nad tem občutkom, saj kadar diha tudi hkrati voha).

3 Primeri so prevzeti iz vsakdanjega govora in gesel: vonj, voh, vohanje, smrad, dišati, smrdeti na portalu *Fran*, Slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU. <https://fran.si/> (pridobljeno 19. 02. 2020).



Sl. 2: Konceptualna shema izvora, vzroka in zaznave vonja
Izvor/vzrok vonja oddaja/povzroča vonj ali ima lastnost vonja → prejemnik,
s sposobnostjo vohanja, zazna vonj

V zvezi z vonjem prepoznamo štiri konceptualne metafore, kjer je vonj vir spoznanja:

- sumljive okoliščine smrdijo (npr. voham težave),
- slabo je smrdljivo (npr. naša politika smrdi),
- instinktivno se zavedamo, da nekje nekaj smrdi (npr. voham prevaro),
- splošno atmosfero lahko zaznamo z vohom (npr. dišalo je po praznikih).

Senzorno občutenje sveta utelesimo v jeziku, s katerim svet opisujemo. Ideja vonja je nekaj generičnega in obstaja z različnimi stopnjami jakosti, je nekaj, kar hočeš-nočeš zaznamo in je torej konceptualno v treh dimenzijah: eksistenca vonja, jakost vonja (npr. šibek, močen, oster, bogat, izrazit, poseben, nezgrehljiv, svojstven, čuden, prijeten, dišeč, svež, simpatičen, aromatičen, sadni, cvetlični, grozen, slab, neprijeten, vlažen, gnil, kisel, postan, zemeljski, ribji, moški, kovinski, mošusni, mastni, dimljeni, začinjeni, kuhinjski, bolnišnični ...) in nezmožnost nadzora vonja (Kövecses 2019: 327–346).⁴ Kljub navedenim semantičnim postopkom pa je ubesedovanje razpoznanih vonjev še vedno precej šibko v primerjavi z drugimi čutili in večina ljudi ne more natančno razpoznati velikih količin vonjev.

DRUŽBENA BINARNOST VONJEV

Podobno kot v religioznih besedilih si tudi dominantne družbene skupine pogosto pripisujejo prijetne ali nevtralne vonjave znotraj priznanih sistemov klasifikacije vonjav. Posledično so humanistične raziskave vonja že večkrat poudarjale povezavo med odišavljenostjo in močjo. Tako kot so verjeli, da bogovi in kralji prijetno dišijo, je vonj revnih neposredno ustrezal njihovemu

4 Nekateri dodani primeri so avtoričini.

propadlemu fizičnemu in moralnemu stanju. Množice, ne glede na to, ali so bile bolne ali ne, so bile redno opredeljene kot onesnažene in naj bi ustvarjale miazmo, ki je ogrožala zdravje in dobro počutje cenjenih in bolj dišečih razredov. Ni presenetljivo, da je bilo vprašanje higiene še posebej pereče, ko so oblasti preučile stanje revnih, še zlasti zato, ker so mesta zelo hitro postala središče teh skrbi. Medtem ko so kopeli sčasoma postale običajne v zahodnem svetu v zadnjem stoletju, razrednih razlogov ni bilo tako preprosto sprati (Reinarz 2014: 213). Nižji razredi in delavski razred so višjim razredom in buržoaziji preprosto smrdeli, četudi so bili čisti, kot npr. strežno osebje. To implicira na simbolno dimenzijo vonja, na družbeno izključevanje na podlagi vonja. Dominantna družbena skupina si je praviloma pripisovala prijetne ali vsaj nevtralne vonjave. Ta kontrast med smrdljivim in dišečim ni statičen ali univerzalen, zato ga je treba vedno umestiti v konkretne družbene kontekste. Zahodna klasifikacija vonjev je te vedno povezovala z moralo, pri čemer dišeče kategorije ustrezajo vrlinam in smrdljive slabostim, razvratu ter sprijenosti. Te stereotipne, pripisane vonjave so bile normativne (Aspria 2008).

Parfumi so lahko prikrivali naravne vonjave, vendar je za izbiro in uporabo vonjav še vedno veljalo, da se razlikujejo glede na razred, saj so bili dišeči materiali dragi in pretežno izven dosega množic. Čiščenje in pranje sta bila na drugi strani odvisna od dostopa do vode, izdelkov za umivanje, ki so bili na voljo, cenovne dostopnosti in časa, ki so ga lahko odmerili negi. Zanimivo je, da je današnja podoba utelešenja družbeno močnega, urejenega in zdravega človeka postopoma izrasla iz nekoč neparfumiranega aristokrata (Reinarz 2014: 213).

V 19. stoletju so se člani sanitarnih odborov srednjega sloja pri čiščenju mestnega okolja zanašali na nos, da bi zavohali najbolj umazane odpadke. Pripadniki delavskih razredov so imeli enako izostren voh, ki je lahko zaznal onesnaževalce, številni drugi delavci, ki so se ukvarjali s proizvodnjo hrane, vključno s kuharji, sortirniki in kupci surovin, so se zanašali na voh, da so opravljali dolžnosti, povezane z njihovo zaposlitvijo. Delo zdravnikov in mor-da najbolj očitno parfumerjev je bilo odvisno od povečane sposobnosti zaznavanja najbolj subtilnih vonjav. Zaznavanje vonja je bila cenjena spretnost, ki je ni posedoval zgolj srednji in višji sloj, kot jima neupravičeno pripisujemo. Toda obstajajo tudi drugi enako močni binarni modeli, ki vsebujejo podobne implicitne predpostavke. Nečistoča, bolezni in z njimi povezani vonji so bile

močne metafore, ki so med drugim poudarile domnevne moralne in politične probleme (ibid.: 214).

Zahodni opazovalci v različnih kolonialnih okoljih so bili še posebej občutljivi na zaznano ravnodušnost podrejenih staroselcev do higienskih zadev. Posledično so javnozdravstvene kampanje in ideja mestne čistoče postale vse bolj povezane s projektom napredka kolonij. Tudi po odkritju mikroskopskih povzročiteljev bolezni se je retorika higienske estetike osredotočila na kolonialne razprave o javnem zdravju. Že popotniki iz antičnega obdobja so umazanijo šteli za določljivo lastnost tujcev, s katerimi so se srečevali. Vključitev v drugo kulturo je zato od novincev zahtevala, da se prilagodijo, običajno s sprejetjem novih in strožjih higienskih kodeksov. V nekaterih primerih so takšne preobrazbe imeli za nemogoče glede na prevladujoče prepričanje o rasnih vonjavah. Vonj je imel pomembno vlogo pri določanju rasne identitete. V okoljih, kjer je bilo rasno mešanje običajno, npr. na Ameriškem jugu v začetku 20. stoletja, je ločevanje po vonju ohranjalo umetno delitev med belci in črnci. Črnci so belcem preprosto smrdeli in ta smrad je bil znak njihove rasne pripadnosti. Tudi druge skupine, npr. Jude in Kitajce, so podobno ločevali po vonju (ibid.: 214–215).

Antropološke študije v 20. stoletju so sčasoma usmerile pozornost stran od izumljenih stereotipov k različnim vohalnim kodam in klasifikacijam med različnimi kulturnimi skupinami. Študije so na primer razkrile bolj razvite kulture vonja med prebivalci Andamanskih otokov in pastirji iz Etiopije, s čimer se je postopoma razbijał model senzorične pristranskosti. Toda tudi izrazito razvito vohalno čutilo so zahodnjaki po potrebi še vedno razlagali na način, da je povečana čutna zaznava značilnost nižjih sesalcev. Rasno drugačni so bili ne glede na to, ali živijo poleg živine, v natlačenih barakarskih naseljih ali imajo izostren voh, vedno označeni kot drugačni in manjvredni (ibid.: 215).

Ženske so bile tradicionalno povezane z zaznavami vonja, dotika in okusa, medtem ko so bili moški bolj povezani s sluhom in vidom, ki so ga imeli za najbolj racionalna med čuti. Ne samo, da so ženskam priznavali bolj razvit čut za voh, tudi označevali so jih glede na njihove vonjave. Tiste, ki so prestopile moralne kodekse, so označevali kot prostitutke in čarovnice, ki so smrdele po umazaniji, medtem ko so krepotne deklice in negovalne matere tradicionalno dišale po sladkem. Pri prostitutkah so moralni pomisleki temeljili na jeziku bolezni, ki je še dodatno upravičeval ločevanje in urejanje spolnih delavcev in javnih hiš v času zaostrene moralne panike (ibid.: 215–216).

DIŠEČNOSTI

Zgodovine parfumov od Mezopotamije do sodobnega časa imajo stare korenine in so si zelo podobne – s standardnimi poglavji o Egipčanih, Rimljanih, aromatičnem vzhodu, zgodnji moderni Evropi, pa tudi obsežnejših poglavjih o 18., 19. in 20. stoletju, ko je nastala evropska industrija vonjev (ibid.: 217). Surovine za izdelavo parfumov so bile na začetku rastlinske (olje, lubje, smole, dišavnice) ali živalske (mošus, cibetovka). Konec 19. stoletja pa je sintetična kemija tem sestavinam dodala še kopico novih snovi ter zapletenih mešanic. Zato je obvladovanje palete vonjev danes v parfumski industriji težja naloga kot v preteklosti, a rešitve so v učenju posebnih kognitivnih veščin oz. novih miselnih kategorij za zapominjanje vonjev po skupinah, kot so npr. vonji citrusov, lesni vonji, dišavnice ipd. ter njihovih mešanic. Na ta način si izkušeni parfumerji zapomnijo med 500 in 2.000 vonjev in njihovih stopenj. Poleg tega parfumska industrija uporablja tudi digitalne detektorje vonjev, ki odkrivajo molekule vonjav v zraku, za pripravo dišav pa še tehnologijo, ki priporoča, ali odsvetuje določeno kombinacijo surovin. Drogerije in parfumerije uporabljajo dve logiki pri postavljanju izdelkov na police: abecedno po imenih proizvajalcev in senzorno, npr. orientalski vonji, cvetlični vonji ipd. Znotraj senzornega načina ustvarjajo dodatno še podobe, ki so mešanica sestavin, njihovih značilnosti, tehničnih pojmov in čustev, ki jih poustvarjajo (npr. aldehyd s svežino gozda in občutkom svetleče kovine) (Gilbert 2008: 19–25). Da dišave vplivajo na razpoloženje in čustva, je del korporativne filozofije v parfumski industriji. Ta filozofija presega uporabo dišav za osebno dekoracijo in za preprečevanje slabih vonjav. V skladu s tem imajo dišave več vlog: so osebni podpis in način komuniciranja o lastnem razpoloženju, in način, kako vplivati na lastno razpoloženje ter razpoloženje drugih. Uspešen parfumer nima samo dobro usposobljenega nosu, imeti mora tudi visoko stopnjo občutljivosti za svet občutkov, za razpoloženja ter za skrivne želje ljudi (Lawless 1991: 363).

Komercializacija vonjav se osredotoča na raziskovanje, proizvodnjo in regulacijo vonjav v današnji potrošniški kulturi ter poteka na številnih ravneh: telo, dom, delovno mesto, trg onkraj tega. Na ravni telesa dezodoranti ustavijo neželene vonjave, parfumi in kolonjske vode pa ustvarjajo idealne vonjave. Na ravni delovnega mesta je skrb posvečena privlačnim vonjavam, ki spodbujajo in osvežijo delavce. Na trgu vonjev se podjetja vedno bolj ukvarjajo ne le z novimi načini trženja parfumov, dišav za dom in aromaterapijo, temveč

tudi s sintetičnimi dodatki dišav različnim izdelkom: od procesirane hrane do pleskarskih barv (Classen, Howes in Synnott 1994: 8–9).

Parfum je bil vedno osrednji element pri obredih zapeljevanja, porokah in odnosih med spoloma. Tradicionalne delitve spolov so razvidne v oglaševanju, kjer kot objekti prevladujejo ženske, v parfumskih podjetjih opravljajo na videz manj naporna dela in so pretežno na podrejenih položajih. V nasprotju s tem so laboratoriji in vodstvo v parfumski trgovini tradicionalno moški. Vendar pa so ženske v tej panogi v nasprotju z drugimi področji tudi nesorazmerno uspele, saj so številne ženske med drugimi svetovnimi znamkami ustanovile in vodile vodilne luksuzne družbe, vključno s Chanel, Elizabeth Arden in Fendi. Spremembe norm so prav tako določale, kako se tržijo vonji, pri čemer so se v oglaševanju izdelkov med feminističnimi kampanjami v 70. letih prejšnjega stoletja pojavili opazno močnejši ženski vzorniki. O razmerju med spolom in svetom vonja pa razpravljamo na manj očitne načine. Parfumi so bili predstavljeni kot moški in kot ženstveni, vendar pogosto te trženjske strategije niso uspele. Prodajali so jih z obljubo, da bodo okrepili ali prebudili heteroseksualne želje (Reinarz 2014: 216). Temu so sledili spolno nevtralni, uniseks vonji in morda bodo v prihodnje temu sledili tudi homonormativni vonji.

SKLEP: VIDETI DLJE OD NOSU

Razumevanje vonjav v medkulturni perspektivi pomeni, da senzorne izkušnje vstavimo v konkretne družbenokulturne, zgodovinske okoliščine in kontekste. Čut za zaznavanje vonja, če ni bolezensko okvarjen (npr. zaradi nezmožnosti vohanja oz. anozmije ali pa disfunkcije vohalnih sposobnosti zaradi posledic poklicnih okvar kot npr. v toksični kemijski industriji), samo skupaj s kulturno-specifičnimi pomeni ustvarja ideje vonja. Zato so bile te ideje vedno spremenljive, raznovrstne, mnogoplastne, odvisne od različnih kontekstov ter soobčutenja z drugimi čutnimi področji, še zlasti okusa. Vonja ne moremo misliti izolirano od drugih čutnih zaznav, družbenih ureditev in kulturno posredovanih procesov. Družbenokulturni konteksti tudi določajo, kateri vonji bodo popularni in kako se bodo tržili. Poleg fizioloških značilnosti voha je antropološki uvid v svet vonjev pomembna razsežnost za parfumsko industrijo, saj razkriva kompleksne identitete, odnos do telesa, okolja in številne družbene značilnosti.

Povzetek

Zaznavanje vonjev ima številne družbene pomene, ki opisujejo družbeno življenje, odnose in pozicioniranje na ravni pripadnosti družini, veri, etnični skupini, družbenemu razredu, rasi, spolu, ter sega vse do ritualnih praks, morale, etike, bolezni in javnega zdravja. V družbenokulturni perspektivi se vonj manifestira v različnih kontekstih in je povezan še z drugimi čuti, zato univerzalna fenomenologija vonjanja ne obstaja. Vonji so družbeno sprejemljivi ali pa nesprejemljivi, z njimi izražamo družbene vrednote in prakse. Globino in intenziteto zaznavanja vonjev izraža tudi terminologija. Večje število izrazov in fraz v zvezi z vonjem, kot jih uporabljamo, večja je družbena vloga vonja. Strukturalistične vonjalne kategorije, kot so smrad – dišava, čisto – umazano, zdravje – bolezen, narava – kultura, dodatno pojasnjujejo družbene vplive vonja. Sodobne manipulacije vonjav, ki jih uporabljajo pri oglaševanju v kozmetični industriji, temeljijo prav na teh binarnih kategorijah, da bi ustvarile družbeno sprejemljive vonje.

Abstract

The perception of smell has many social meanings that describe social life, relationships, and positioning at the level of affiliation with family, religion, ethnic group, social class, race, gender, and extends to ritual practices, morality, ethics, disease, and public health. From a socio-cultural perspective, smell manifests itself in different contexts and is connected to other senses, and therefore a universal phenomenology of smell does not exist. Odours are socially acceptable or unacceptable, with which we express social values and practices. The depth and intensity of smell detection is also expressed in terminology. The more smell-related terms and phrases we use, the greater is its social role. Structuralist smell categories, such as bad smell – fragrance, clean – dirty, health – disease, nature – culture, further explain the social impacts of smell. The modern scent manipulations used in advertising in the cosmetic industry are based on these binary categories in order to create socially acceptable scents. Smell cannot be thought of in isolation from other sensory perceptions, social relations and culturally mediated processes. Socio-cultural contexts also determine what scents will be popular and how they will be marketed. In addition to the physiological characteristics of smelling, an anthropological insight into the smell world is an important dimension for the perfume industry as it reveals complex identities, relationships to the body, the environment, and many social characteristics.

Seznam literature

- ASPRIA, Marcello (2008): *Cosmologies, Structuralism, and the Sociology of Smell*. <https://www.scentedpages.com/pdf/sociology.pdf> (pridobljeno 19. 02. 2020).
- CLASSEN, Constance, HOWES, David, SYNNOTT, Anthony (1994): *Aroma: The cultural history of smell*. London, New York: Routledge.
- GILBERT, Avery (2008): *What the Nose Knows: The Science of Scent in Everyday Life*. Crown.
- HOWES, David, SYNNOTT, Anthony, CLASSEN, Constance, *Anthropology of Odor*. <https://www.david-howes.com/senses/Consert-Odor.htm> (pridobljeno 19. 02. 2020).

- KÖVECSES, Zoltán (2019): Perception and metaphor: the case of smell. *Perception Metaphors*. Ur. J. Speed, Carolyn O'Meara, Lila San Roque, Asifa Majid. John Benjamins Publishing Company, str. 327–346.
- LAWLESS, Harry (1991): Effects of odors on mood and behavior: Aromatherapy and related effects. *The Human Sense of Smell*. Ur. D. O. Laing, R. L. Doty, W. Breipohl. Springer, str. 361–386.
- REINARZ, Jonathan (2014): *Past Scents: Historical Perspectives on Smell*. Urbana, Chicago, Springfield: University of Illinois Press.

Seznam slik

Slika 1: Mojca Ramšak.

Slika 2: Mojca Ramšak (prirejeno po Kövecses 2019: 332).



CHANELOV MODERNISTIČNI PROJEKT: MALA ČRNA OBLEKA

Tajda Hlačar (Zagreb)

UVOD

Modo 20. stoletja zaznamujejo številni prelomi, transformacije in novosti, od propada visoke mode, pojava antimode, japonske dekonstrukcije do travmatične mode 90. let. Gabrielle 'Coco' Chanel nedvomno predstavlja eno od ključnih figur stoletja mode, kot 20. stoletje v svojem delu *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy* poimenuje najpomembnejši postmoder- ni modni teoretik, Gilles Lipovetsky (1994: 55). Ko danes pomislimo na Cha- nel, nam najprej pride na misel mala črna obleka, ki je v svetu mode doživela številne reinterpretacije. K njeni popularizaciji je nedvomno najbolj prispevala mala črna obleka, ki jo je za Audrey Hepburn v filmu *Zajtrk pri Tiffanyju* leta 1961 dizajniral Hubert de Givenchy.

Popularizacija, ki spremlja malo črno obleko, lahko hitro zapade v trivialnost. Ta se kaže v pomanjkljivem in površinskem razumevanju doprinosa Coco Chanel svetu mode, ki je dotedanjo institucijo mode, predvsem v dvajse- tih letih prejšnjega stoletja, transformirala s svojim specifičnim dizajnom in novim pristopom k ženski modi. Z namenom, da se izognemo trivialnosti, v

pričujočem članku fenomen Chanel obravnavamo z različnih perspektiv: kot družbeni, kulturni in predvsem zgodovinski fenomen, kot element v okviru sistema mode in kot fenomen, ki ga utemeljuje družbeni proces s svojimi cikli proizvodnje, distribucije in potrošnje. Obenem fenomena Chanel ne moremo obravnavati ločeno od duha časa, ki je zaznamoval prvo polovico 20. stoletja. Namen prispevka je tako analizirati, kako in na kakšen način Coco Chanel s svojim dizajnom uteleša duh epohe, pri čemer izhajamo iz predpostavke, da je na žensko modo v dvajsetih letih 20. stoletja neposredno vplival modernizem (Wilson 2003: 63). V središče analize je postavljena mala črna obleka kot paradigmatški primer Chanelovega dizajna.

TRANSFORMACIJA MODERNE PARADIGME MODE

Začetki teoretske obravnave mode v okviru družbeno-humanističnih znanosti časovno sovpadajo z modernizmom, ki ga Šuvaković (2005: 380) definira kot »makroobliko ali megakulturo organizacije in razvoja kulture ter umetnosti od konca 18. stoletja do konca 60. let 20. stoletja«, in njegovimi najpomembnejšimi umetniškimi gibanji, vključujoč umetniška gibanja realizma, naturalizma, simbolizma in nenazadnje avantgarde ter neoavantgarde. Področje mode s sociološkim pristopom prva analizirata Georg Simmel v svojih besedilih iz leta 1904 in 1905 ter Thorstein Veblen v delu *The Theory of the Leisure Class* iz leta 1899. Glavna predstavnika moderne paradigme mode¹ sta v središče svojega zanimanja postavila razredno razslojeno moderno kapitalistično družbo. Veblen (1988: 227–236) z utemeljitvijo razkazovalne potrošnje brezdelnega razreda, s katero vladajoča družbena elita reprezentira svojo družbeno (pre)moč, kritizira buržoazni dekadentni življenjski stil. Na drugi strani Georg Simmel poda sintetično koncepcijo mode, izhajajoč iz predpostavke, da moda ne more nastati in obstati izven moderne kapitalistične družbe, kateri je družbena neenakost inherentna (Paić 2007: 60). Moda tako pripada višjemu družbenemu razredu, saj je »bistvo mode [...] v tem, da si jo vselej lasti le del skupine, medtem ko so preostali šele na poti k njej« (Simmel 1998: 247). Ko le-to posnemajo nižji družbeni razredi, zaradi česar v okviru paradigme moderne mode govorimo

1 Delitev mode na tri paradigme, in sicer moderno, postmoderno in sodobno modo, ki prav tako predstavljajo način teoretskega pristopa, temelji na klasifikaciji mode Žarka Paića, podani v knjigi *Vrtoglavica u modi: Prema vizualnoj semiotici mode* (Paić 2007: 20).

o *trickle-down-theory*, se pojavi potreba po vzpostavitvi nove razredne stratifikacije in s tem nove mode. Tisto 'novo' kot rezultat zahteve po stalni spremembi in kot »temeljna vrednost moderne« zaznamuje tudi umetniška gibanja 20. stoletja (Paić 2007: 59).

Osvoboditev ženskega telesa

Vpliv modernizma kot preloma s tradicijo v modi zasledimo že na začetku 20. stoletja. Francoski oblikovalec visoke mode Paul Poiret je z opustitvijo korzeta naznanil konec aristokratske modne tradicije, kjer moda deluje kot znak družbenega razlikovanja. Poiret je žensko telo osvobodil neposrednega foucaultovskega discipliniranja telesa. Če so bogati ornamenti, inspirirani z orientalizmom in ruskim baletom, še predstavljali pomemben del Poiretovega dizajna, je naslednji in s tem ključni korak preloma s tradicijo mode naredila Coco Chanel (Lipovetsky 1994: 60). Kot negacijo ornamentov in okrasja je leta 1926² predstavila enostavno, do kolen segajočo črno obleko iz džersija, znano kot malo črno obleko. Za razliko od ostalih modnih oblikovalcev prve polovice 20. stoletja, med drugim že omenjenega Paula Poireta, Madeleine Vionnet, Jeann Lanvin, Christiana Diorja in nenazadnje Else Schiaparelli, je Coco Chanel koncept ženstvenosti, paradoksalno, dosegla s feminizacijo moške mode (Evans, Thornton 1991: 50). Aktivno žensko 20. stoletja je oblekla v povsem nove kose oblačil ženske mode: od kostima, puloverja, telovnika, srajce, hlač, v odtenkih črne, bele, sive in bež barve.³ Osvoboditev ženskega telesa je spremenila družbeni položaj žensk in povečala njihovo družbeno mobilnost v ideološko prevladujoči patriarhalni družbi. Mala črna obleka je tako postala simbol modnih in družbenih sprememb 20. stoletja.

Dihotomija modnega sistema in demokratizacija mode

S Chanelovo očiščeno formo male črne obleke, ki sovпада s tehnološkim napredkom v tekstilni industriji, razvojem množične komunikacije ter masovnega potrošništva, je bilo omogočeno lažje reproduciranje oblačil in s tem razvoj

2 Coco Chanel prvo malo črno obleko, narejeno iz žameta, s preprostim belim ovratnikom, dizajnira že desetletje prej, in sicer leta 1913, za Suzanne Orlandi (Karbo 2011: 65; Steele 2005: 250). Kultni status doseže mala črna obleka leta 1926 z objavo članka »Tukaj je Chanelov Ford« v ameriški izdaji *Vogue* (Lipovetsky 1994: 60).

3 Nekoliko bolj feminiziran dizajn lahko opazimo v tridesetih letih, v času druge svetovne vojne, in sicer kot protitež uniformiranosti, ko poudari ženski pas in vključi dekorativne elemente na ramenih in krilu (Steele 2005: 252).

konfekcijske mode. Razvoj bipolarnega modnega sistema je tako spodbudila tudi Coco Chanel, ki je leta 1929, podobno kot Lucien Lelong in Jean Patou, predstavila prvo kolekcijo konfekcijske mode (English 2013: 35). V intervjuju za Vogue leta 1953 pravi: »Nisem več zainteresirana za oblačenje nekaj sto žensk, privatnih strank. Obleči želim na tisoče žensk« (Chanel v Wilson 2003: 89). *Prêt-à-porter*⁴ skupaj s haute couture, institucijo moderne mode, nastalo v drugi polovici 19. stoletja s centrom v Parizu, ki je s svojo originalnostjo in unikatno izdelavo ponazarjala ekskluzivnost in luksuz, dostopen višjemu družbenemu sloju, tvori dihotomijo modnega sistema (English 2013: 5–8). Na eni strani »edinstvenost in neponovljivost estetskega objekta, izdelanega unikatno, po meri« in na drugi masovna reprodukcija (Paić 2018: 20). Moda je tako postala *readymade*.⁵

S posnemanjem visoke mode, njeno reprodukcijo in standardizacijo, je *prêt-à-porter* omogočil, da so se lahko modno oblekle ženske različnih družbenih razredov. S Chanelovim dizajnom, ki je pridobil naziv razkošne revščine, je prikazovanje bogastva postalo nemodno in znak slabega modnega okusa (Lipovetsky 1994: 66). Mode tako ne moremo več razumeti (zgolj) kot znaka družbene hierarhije, kar je bila ključna značilnost paradigme moderne mode. Posameznica z izbiro male črne obleke ni več odslikavala razkazovalne potrošnje Veblena, prav tako njen namen ni bil doseči družbene diferenciacije oziroma integracije, o kateri govori Simmel.⁶ V ospredje je stopila individualnost in individualiziran življenjski stil, s čimer »oblačilo [postane] odločujoči del konstrukcije« posameznikove identitete (Svendsen 2010 v Valentić 2018: 59). Moda, ki je z masovnim načinom proizvodnje postala dostopnejša, je vstopila v obdobje demokratizacije, ki se je kazalo kot »zmanjševanje pomena družbene razdalje, zatrtje aristokratskih principov razkazovalne potrošnje, skupaj z novimi kriteriji vitkosti, mladosti, seksapila, udobnosti in diskretnosti« (Lipovetsky 1994: 61). Že v moderni modi, kamor uvrščamo Coco Chanel, so se tako vzpostavili temelji za paradigmo postmoderne mode, ki je središče mode v 60. letih prejšnjega stoletja iz Pariza preselila v London, hegemonijo

4 Ko Pariz izgubi hegemonijo v modi in se ta v 60. letih pozicionira v Londonu, se za konfekcijsko modo v modnem svetu začne pogosteje uporabljati angleški izraz *ready to wear*.

5 Duchampov *readymade* zastopa idejo, da lahko vsak predmet, tudi če je ta industrijsko proizveden, postane umetniško delo. Njegov najbolj znan primer je Fontana iz leta 1917 (Šuvaković 2005: 534).

6 V tem kontekstu *trickle-down* teorijo, značilno za moderno modo, Chanel zamenja za *trickle-up*.

haute couture pa je prevzela antimoda.⁷ Čeprav Paić (2007: 151–175) demokratizacijo mode umesti v postmoderno paradigmo mode, ne moremo spregledati, da se njeni zametki kažejo že s fenomenom Chanel, ki je s poudarjanjem individualnosti in množične reprodukcije, omogočene z enostavno formo male črne obleke, napovedal zlom institucije moderne mode.

MODERNIZEM CHANELA: DUH ČASA, ZGODOVINSKA AVANTGARDA IN BAUHAUS

Glavna pomanjkljivost socioloških teorij mode je, da jo obravnavajo kot neavtonomno področje, podrejeno družbi in njenim družbenim strukturam v razredno razslojeni kapitalistični družbi. Da tudi sami ne zapademo v redukcionizem, moramo fenomen Chanel obravnavati v duhu časa in v njegovem odnosu do takratne umetnosti. Kot je Coco Chanel zaznamovala svet mode dvajsetih let prejšnjega stoletja, tako umetnost v istem obdobju zaznamuje zgodovinska avantgarda. V delu *Theory of the Avant-garde* jo Peter Bürger (1984) definira kot specifično umetniško gibanje na začetku 20. stoletja, ki s šokom, provokacijo in eksperimentom, kot nadomestkom klasičnega umetniškega dela, zavzema kritičen odnos do institucije tradicionalne umetnosti, vladajočih estetskih norm in kulture buržoazne družbe. Neposredna prepletenost področja mode in umetnosti se kaže tudi v druženju in sodelovanju Coco Chanel s številnimi predstavniki avantgarde – od Pierra Reverdaya, Maxa Jacoba, Juana Grisa, do Jeana Cocteauja (Lipovetsky 1994: 65).⁸

Podobno kot avantgardisti, ki so s svojim delovanjem neposredno kritizirali tradicionalno institucijo umetnosti, je prelom s tradicionalnim razumevanjem mode, njenih konceptov in njenega sistema, s svojo funkcionalno in anti-dekorativno modernistično estetiko naredila prav Coco Chanel. Vzporedno z novostmi, ki jih v moderno umetnost vpelje zgodovinska avantgarda, je Coco Chanel negirala bogato ornamentiko, s čimer je sledila modernistični arhitekturni misli Adolfa Loosa: »Ornament je zločin« (Paić 2006: 68). Proti koncu dvajsetih let je v svojo estetiko vključila nove vzorce, ki so sovpadali z estetskimi elementi kubizma, konstruktivizma in suprematizma. Prevladujoč

7 Koncept antimode v tem primeru obravnavamo v kontekstu postmoderne paradigme mode, kjer označuje antimodo subkultur, ki nasprotuje modi kot znaku družbene hierarhije.

8 Verjetno najbolj znan primer prepletenosti mode in zgodovinske avantgarde s surrealizmom predstavlja Elsa Schiaparelli, v modnem svetu znana predvsem kot glavna tekunica Coco Chanel.

geometrijski dizajn, s črtami in karirastim vzorcem, je postal prepoznavni znak Chanelovega stila. Njegov nepogrešljivi del predstavljata tudi džersi in tvid, katerih uporabo je v visoki modi popularizirala prav mala črna obleka. Le kaj je, poleg male črne obleke, bolj chanelovsko kot kostim iz džersija s črno-belimi karirastimi vzorci? »Časa ne bi smeli zapravljati z oblačenjem. Vse, kar posameznik potrebuje, so dva ali trije kostimi, ki so kompatibilni z vsem« (Chanel v Karbo 2011: 20).

Če se vrnemo k mali črni obleki, ta z enostavnostjo forme in svojo enobarvnostjo omogoča preprosto stiliziranje. Spremembe forme, ki v ospredje postavi funkcionalnost, ne smemo reducirati zgolj na inspiracijo Coco Chanel s športnimi oblačili, še posebej z jahalnimi in oblačili vodnih športov, ali na negacijo voluminoznosti kot kritiko Veblenove razkazovalne potrošnje. Mala črna obleka v duhu časa uteleša Bauhausov modernistični slogan »forma sledi funkciji«. Šola modernega oblikovanja za dizajn, arhitekturo in vizualne umetnosti je kot estetski in funkcionalni kriterij vzpostavila ekonomičnost oblikovanja, ki postane glavni kriterij Chanelovega dizajna (Šuvaković 2005: 107–108). Za razliko od kompleksnih kosov ženskih oblačil v 19. stoletju, je v središču praktična izvedba mode.

Heterogenost uporabnosti male črne obleke in s tem ženske mode je determinirana tudi s črno barvo, ki skupaj z belo in škrlatno predstavlja ključne barve Chanelove modernistične estetike.⁹ S tem ko ne označuje več zgolj asketizma in žalovanja, črna barva z malo črno obleko pridobi konotacijo elegancije in sofisticiranosti. Obenem ženski stoletja mode omogoča raznolike načine stiliziranja in kombiniranja z drugimi kosi oblačil ter modnimi dodatki. Prav črna barva je tista, ki predstavlja pomemben del preloma zgodovinske avantgarde s tradicijo umetnosti, ki ga je v 19. stoletju naznanil dandizem. Preko kritike takratne aristokratske družbe, s subverzivnim in provokativnim delovanjem ter vedenjem, dandyji predstavljajo ključno figuro transformacije moške mode (Wilson 2003: 180). S svojo oblačilno prakso, s poudarkom na preprostosti silhete in brezčasnosti, ki rezultira v antimodnosti njihovih oblačil, vplivajo na dizajn Chanelove estetike. Za modo francoskega dandizma, ki jo uteleša eden največjih francoskih pesnikov 19. stoletja Charles Baudelaire,

9 Chanelov modernistični pristop ne obsega le kosov oblačil. Očiščenost odvečnih elementov je razvidna tudi v dizajnu črno-bele parfumske embalaže za najbolj prodajani francoski parfem na svetu Chanel N° 5, ki ga modna hiša lansira leta 1921 (Steele 2005: 250).

je bila, poleg preprostosti, ključna karakteristika prav črna barva, ki se postopoma prenese v oblačila vsakdanjega življenja (Steele 2005: 130–131). Kar so s svojim stilom oblačenja za moško modo storili dandyji, sto let kasneje, za žensko modo, s svojo modernistično estetiko, preprostim dizajnom in favoriziranjem črne barve, stori Coco Chanel (Wilson 2003: 40).

SKLEP

Ob koncu 20. stoletja je mala črna obleka kot simbol demokratizacije mode pridobila status ikoničnosti in postala nepogrešljiv kos ženske garderobe. Kot pravi Chanel (Davis 1994: 162): »Moda je ustvarjena zato, da postane anti-moda,« in prav to ji je uspelo z malo črno obleko. Coco Chanel je uspelo neodvisnost od efermnosti in modnih sprememb doseči z racionalno destrukcijo forme ženske obleke, antidekorativnostjo, enobarvnostjo in uporabo novih tekstilnih materialov, s čimer se kaže vpliv umetniških gibanj zgodovinske avantgarde: od dandizma, konstruktivizma, kubizma do modernizma Bauhausa. Mala črna obleka kot modernistični projekt v modnem dizajnu.

Povzetek

Modo 20. stoletja s svojim prispevkom k demokratizaciji mode, konstrukciji nove žensvenosti in vzpostavitvi dihotomije modnega sistema ključno zaznamuje Gabrielle 'Coco' Chanel. Namen pričujočega članka je predstaviti, na kakšen način Chanelov dizajn uteleša duh svoje epohe. Pri tem avtorica izhaja iz predpostavke, da je na žensko modo v dvajsetih letih prejšnjega stoletja neposredno vplival modernizem s pripadajočimi umetniškimi gibanji. V središče analize je postavljena mala črna obleka kot paradigmatški primer Chanelovega dizajna.

Prvi del članka preko začetkov teoretskega pristopa k modi obravnava fenomen Chanel na podlagi njegovega vpliva na družbene spremembe in na transformacijo sistema mode. Iz sociološkega diskurza se središče analize preusmeri na obravnavo modernistične estetike Chanelovega dizajna v navezavi na zgodovinsko avantgardo in prvo šolo modernističnega dizajna Bauhaus. Transformacija forme ženske obleke, ki temelji na funkcionalnosti in enostavnosti, antidekorativnost, enobarvnost in uporaba novega tekstilnega materiala, definirajo malo črno obleko kot simbol Chanelovega modernizma.

Abstract

Gabrielle 'Coco' Chanel is a central figure of the 20th-century fashion with hers contribution to the democratization of fashion, construction of a new femininity, and to the establishment of the fashion system's dichotomy. The main purpose of this article is to introduce

in which way the Chanel's design embodies the spirit of its age. The author proceeds from the assumption that the women's fashion in the 1920s was directly influenced by modernism and its artistic movements. The centre of the analysis is set to the little black dress as a paradigmatic example of the Chanel's design.

The first part of the article addresses the Chanel phenomenon and its impact on social changes and on a transformation of the fashion system, through the beginnings of the theoretical approach to fashion. The focus of analysis shifts from the sociological discourse to the Chanel's modernistic aesthetics in connection to the historical avant-garde and the first modernistic design school – Bauhaus. The little black dress as the symbol of Chanel's modernism is defined by the use of new textile material, an anti-decoration, and most importantly, by the transformation of the women's clothing form, based on a functionality and simplicity.

Seznam literature

- BÜRGER, Peter (1984): *Theory of the Avant-Garde*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- DAVIS, Fred (1994): *Fashion, Culture and Identity*. Chicago: The University of Chicago Press.
- ENGLISH, Bonnie (2013): *A Cultural History of Fashion in the 20th and 21st Centuries: From Catwalk to Sidewalk*. London: Bloomsbury.
- EVANS, Caroline, THORNTON, Minna (1991): *Fashion, Representation, Femininity*. V: *Feminist Review*, let. poletje 1991, št. 38, str. 48–66.
- KARBO, Karen (2011): *The Gospel According to Coco Chanel: Life Lessons from the world's most elegant woman*. Guilford, Connecticut: Skirt!.
- LIPOVETSKY, Gilles (1994): *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy*. Princeton: Princeton University Press.
- PAIĆ, Žarko (2006): *Slika bez svijeta: ikonoklazam suvremene umjetnosti*. Zagreb: Litteris.
- PAIĆ, Žarko (2007): *Vrtoglavica u modi: Prema vizualnoj semiotici tijela*. Zagreb: Altagama.
- PAIĆ, Žarko (2018): *Moda i njezine teorije. Orientacije, pravci, discipline*. V: PAIĆ, Žarko, PURGAR, Krešimir (ur.): *Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno-tehnološki fakultet, str. 11–32.
- SIMMEL, Georg (1998): *Moda*. V: *Časopis za kritiku znanosti*, let. 26, št. 189, str. 241–259.
- STEEL, Valerie (ur.) (2005): *Encyclopedia of Clothing and Fashion: Volume 1: Academic Dress to Eyeglasses*. Detroit: Thomson Gale (Charles Scribner's Sons).
- ŠUVAKOVIĆ, Miško (2005): *Pojmovnik suvremene umjetnosti*. Zagreb: Horetzky.
- VALENTIĆ, Tonči (2018): *Uvod u sociologiju mode: Pierre Bourdieu i društvena kritika ukusa*. V: PAIĆ, Žarko, PURGAR, Krešimir (ur.): *Teorija i kultura mode. Discipline, pristupi, interpretacije*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Tekstilno-tehnološki fakultet, str. 57–72.
- VEBLEN, Thorstein (1998): *Razkazovalna potrošnja*. V: *Časopis za kritiku znanosti*, let. 26, št. 189, str. 227–240.
- WILSON, Elizabeth (2003): *Adorned In Dreams: Fashion and Modernity*. London: I. B. Tauris.



MALA ČRNA OBLEKA: NASTANEK IN OBSTANEK PRVE ŽENSKE KLASIKE

Tina Verbič (Cerklje na Gorenjskem)

UVOD

Mala črna obleka je ženska obleka, ki nima natančno določene oblike in detajlov. Lastnosti, ki jo definirata, sta le njena črna barva in nekakšna majhnost. Obe sta bistvenega pomena zanjo in skupaj ustvarjata njeni klasični lastnosti – brezčasnost in univerzalnost. Že stoletje je eden najbolj priljubljenih oblačilnih kosov ženske garderobe. Ženske različnih starosti jo povsod po svetu vsakodnevno oblačijo zaradi njenega modernega in univerzalnega videza. Prav zaradi svoje nosljivosti in priljubljenosti je mala črna obleka bistvena tudi za modno industrijo in njene oblikovalce. Ti jo že vse od njenega nastanka preoblikujejo v skladu s svojimi identitetami in spremembami časa. Pa vendar mala črna obleka na videz ostaja skoraj nespremenjena od svojega nastanka pa vse do danes. Njene edinstvene lastnosti, primerljive z lastnostmi moške črne obleke, ji omogočajo, da skozi spreminjajoče se čase, včasih z manjšo pomočjo oblikovalcev, ostaja popolnoma relevantna. Te njene kakovosti že stoletja navdihujejo tako modne oblikovalce kot ženske, kajti njene lastnosti vsebujejo znanje in ključ do univerzalnosti, demokratičnosti in modernosti ženske obleke. Modernost je mogoče odkriti, če sledimo nastanku in obstanku male črne obleke.

NASTANEK MALE ČRNE OBLEKE

Pred malo črno obleko in pred obleko, kot jo poznamo danes, je bila ženska obleka daljša in obilnejša. Dolžina obleke je ženski dolgo zakrivala noge, steznik ji je skrival in dvigal prsi ter skupaj s krinolino karikiral pas in boke. Takšna obleka je ženski narekovala obliko telesa. Moški so imeli, za razliko od ženske, svoje oblačilo zasnovano na drugačni osnovi, in sicer na svojem naravnem telesu. Tako je bilo že od srednjega veka, ko so za moške zaradi tesnih vojaških oblačil ustvarili oprijeto spodnje oblačilo, ob tem pa razvili tudi tehniko izdelave oblačil, ki se še danes ukvarja z grobim posnemanjem človeškega telesa, tj. krojenjem (Hollander 2016).

V svoji osnovi so se oblačila obeh spolov v preteklosti razlikovala, vendar pa so si bila na videz še vedno precej podobna. Ženska oblačila so bila od srednjega veka sicer obilnejša in razkošnejša, oblačila obeh spolov pa so bila barvita, okrašena ter zahtevna tako za nošnjo kot za oblačenje. Oboja so bila tudi domena krojačev. Tako je bilo vse do konca sedemnajstega stoletja, ko ženska oblačila postanejo domena modistk in se začnejo drastično razlikovati od moških. Nove ustvarjalke ženske mode to še bolj usmerijo v dekorativnost, barvitost in individualnost. Rose Bertin, priznana modistka, je žensko modo razvila v bohotno in okrašeno, ko je oblikovala obleke za kraljico Marijo Antaneto, soprogo francoskega kralja Ludvika XIV. (ibid. 2016). Moški se glede vizualne podobe nato do dvajsetega stoletja povsem umaknejo od ženske, saj se njihovi novi ideali ne poistovetijo več z modo, kakršno vodijo ženske. Hollander (2016) meni, da so moški v tem trenutku stopili v korak s časom, da so se modernizirali.

Moška moda

Spreminjajoča se družba osemnajstega stoletja je za moške ustvarila nove vrednote, kot so demokratičnost, skromnost in resnost. Te so bile posledica neoklasicizma, širitve protestantizma in kasnejše industrializacije. Nova družbena ureditev je kmalu postala vodilo za novo podobo moške obleke. Ponovno relevantni antični nauki, kot je na primer »iskrena upodobitev esence narave«, so moške vodili k poenostavitvi njihove obleke. Ta je bila že stoletja osnovana na naravnem moškem telesu in je počasi opustila neuporabne elemente, ki bi moške ločevali, ter se približala svojemu demokratičnemu

bistvu. Moška obleka je s svojo poenostavitvijo in obarvanjem v nevtralne barve postala univerzalnejša ter odraz ideala klera in demokratičnosti (Verbič 2019). Na začetku devetnajstega stoletja so vrednote družbe moškim tako zastavile prvo oblačilno klasiko – črno moško obleko. Moška obleka se od takrat bistveno ni več spremenila, kljub temu pa se je še naprej modernizirala in izpopolnjevala. Zaradi svoje preprostosti in sposobnosti variacij ter standardizacije načina izdelave – krojenja, je kmalu postala primerna za množično izdelavo. Konec devetnajstega stoletja in nato v času modernizma je moška črna obleka v veliki meri že delovala sodobno. V tem času so pionirji takratne umetnosti, kot je bil Constantin Brancusi, prebirali antične zapise ter iskali ključne lastnosti svojih predmetov upodobitve (ibid. 2016). Prav tako je bila relevantna filozofija »oblika sledi funkciji«. V skladu z njo se je moška črna obleka še dodatno osredotočila na naravno moško telo in njegovo gibanje. Obleka je postala še bolj udobna, ko je na začetku dvajsetega stoletja prevzela sproščeno konstrukcijo angleške obleke za prosti čas. Takšna moška črna obleka je v uporabi še danes.

Moška moda je bila torej v koraku s časom in zato modernejša od ženske, bila pa je tudi resnejša, iskrenjša in uporabnejša. Ni bila zgolj moderna, ampak je bila zastavljena na takšnih temeljnih vrednotah, da je ostala skoraj nespremenjena in relevantna še do danes. Obilna in bogato okrašena ženska obleka pa v nasprotju z moško ni odražala modernosti. Bolj ali manj je bila namenjena opozarjanju na razlike ter razkazovanju bogastva družine; s tem je izražala dekorativno in neaktivno vlogo ženske v družbi. Izjema je bilo oblačilo za jahanje in prosti čas, ki so ga oblikovali krojači, upoštevaje nekatere principe moške mode. To pa je bilo skupaj s korzetom, dolgim krilom in obilico blaga izjemno težko in neudobno.

Nov model ženske obleke

Ob koncu devetnajstega stoletja je Charles Frederick Worth prevzel diktiranje ženske mode. Worth je bil izučen krojač. Prihajal je iz Anglije, dežele, ki je moškim prva oblikovala moderno podobo. Njegov način oblikovanja je nadaljeval delo modistk in ustvarjal modo po načelu »več je več«. Do začetka dvajsetega stoletja je Hiša visoke mode Worth še dodatno popularizirala dekorativno modo, vendar pa se je ta kmalu spremenila. V novem stoletju so zametki feminizma ter želja žensk po aktivnejši in enakovrednejši udeležbi

v družbi povzročila njihovo nezadovoljstvo z obleko. V njej so naenkrat videle nesmisel, pretiravanje in oviro za svojo neodvisnost. Z obleko so želele ženske odražati družbo, ki so jo hotele soustvarjati. Posledično se je njihova obleka začela zmanjševati in približevati njihovem naravnemu telesu – po vzoru moške mode (ibid. 2016).

S pomočjo sodobnejših modnih oblikovalcev, kot je bil Paul Poiret, sta se na začetku dvajsetega stoletja žensko telo in obleka razbremenila steznika. To je najprej podarilo svobodo ženskim prsim, ki so bile dolgo pod ploskim steznikom. Vendar pa je Poiret, čeprav zaslužen za razbremenitev tesne konstrukcije, ženska oblačila še vedno močno okraševal. Njegovi orientalski motivi iz pravljič *Tisoč in ene noči* še niso bili sinhronizirani z ženskimi ambicijami. Prav tako njegovo pri gležnjih zoženo krilo ni odražalo ženske svobode. Kljub temu pa ostaja eden prvih modnih oblikovalcev, ki je žensko telo želel pokazati z oblačilom in je posledično pripomogel k zmanjšanju in posodobitvi ženske obleke (ibid. 2016).

Obleka, ki je stoletja oblikovala žensko telo, je tako počasi prehajala v harmonijo z ženskim telesom. Med prvo svetovno vojno je steznik, ki je na koncu stiskal samo še pas in boke, dokončno odpadel. Ženske so postajale vse vidnejše tudi zaradi preprostejše in uporabnejše obleke, ki so jo potrebovale za delo med vojno. Dodatno sta k majhnosti obleke prispevala še racionalizacija blaga ter zaželeni mobilnost in športna aktivnost. Po prvi svetovni vojni se je prvič v zgodovini ženske obleke ta tudi skrajšala. Žensko krilo, ki je prej stoletja zakrivalo ženske noge, jih zdaj razkazuje in nikoli več popolnoma ne zakrije.

Jean Patou, Madeleine Vionnet, Gabrielle Chanel, Madame Grès ter drugi oblikovalci moderne ženske obleke so z uporabo ohlapnejše konstrukcije, finjših materialov in pletenin začeli ustvarjati obleke, ki brez ženskega telesa ne držijo več oblike. V želji po večji elastičnosti se je pojavila tudi tehnika rezanja tkanin pod pravim kotom. Tako rezana tkanina je bila izum Madeleine Vionnet in je omogočala popolno prilaganje tkanine ženskimi oblinam (ibid. 2016). S takšnimi oblekami so modni oblikovalci na začetku dvajsetega stoletja še dodatno normalizirali in poudarili žensko naravno telo. Ni bilo več večplastne in težke ženske obleke. Ta je zdaj postala lažja, krajša in uporabnejša, pa tudi bolj ženstvena.

Estetika časa tudi ni več stremela k pretirani dekoraciji. Zaželena ženska obleka je bila preprosta tako v konstrukciji kot na površini in v barvi. Takšna pa je postala primerna za nadaljnje posodabljanje. Množična proizvodnja, ki je bila v moški modi prisotna že nekaj časa, je zaradi ustrezne majhnosti ženske obleke zdaj vstopila tudi v žensko modo. Avtomatizacija proizvodnje pa je omogočila cenejša, dostopnejša in bolj demokratična oblačila. Industrializacija obleke, ki zahteva standardizirane in manj specifične produkte, je prav tako kmalu popularizirala enakost v ženski obleki. Uspešna modernizacija ženske obleke, ki se je očitno odvijala po vzoru moške, je kmalu ustvarila svojo lastno klasiko – malo črno obleko.

ČRNA ŽENSKA OBLEKA

Majhnost in poenostavljenost ženske obleke nista edini zaslužni za nastanek in priljubljenost male črne obleke. K tej v podobni meri kot majhnost prispeva tudi njena črna barva.

Črna barva je v zgodovini naše družbe pogosto simbolizirala temo, noč, nevarnost in smrt. Je tudi nasprotje bele, ki v naših očeh izraža svetlobo, rojstvo, nedolžnost, dobroto in čistočo. Krščanstvo črno enači s hudičem in grehom, medtem ko jo protislovno označuje z zadržanostjo, skromnostjo in resnostjo. Vanjo so odete nune, menihi in duhovniki. Poleg vseh naštetih konotacij pa je črna barva v oblačilu v preteklosti pridobila še nekaj drugih – med drugim podobo elegantne, žalujoče in navsezadnje vsakdanje barve.

Eleganten videz črne barve v obleki se je ustvaril med prvimi. Zaradi zahtevnega, dolgotrajnega in dragega pridobivanja črnega pigmenta je bila barva dolgo rezervirana samo za najbolj premožne. Eden prvih naj bi jo, kot odraz svojega privilegiranega položaja, v petnajstem stoletju posvojil Filip Dobri, vojvoda Burgundije. V času barvite dvorske mode je v dragih črnih oblačilih izražal svojo resnost in avtoritativnost. Z njegovega dvora pa se je črna moda v naslednjem stoletju prenesla tudi na španski dvor. Tam jo je prvi uvedel Karel V. Habsburški, španski kralj in cesar Svetega rimskega cesarstva. Kmalu zatem pa je postala zaščitni znak vseh pripadnikov španskega dvora, tako moških kot ženskih. Nošenje črnih oblačil se je razmahnilo tudi na »protestantskih« dvorih severnoevropskih držav, kot je bil npr. nizozemski dvor. V sedemnajstem stoletju je bila črna barva stalnica že v vseh dvorih po Evropi

in je simbolizirala aristokracijo. Skozi svojo asociacijo s slednjo je pridobila videz ekskluzivnosti, elegantnosti in avtoritativnosti (Steele 2007).

Obenem pa je črna pridobivala tudi kot asociacija z žalnim oblačilom. Katarina Medičejska, ena najvplivnejših žensk šestnajstega stoletja, se je po smrti svojega moža, kralja Henrika II., odela v črno. Tako je storilo tudi mnogo drugih vplivnih žena, kot je trinajsta vojvodinja Maria Cayetana de Silva ali bela vojvodinja, ki se je po smrti vojvode Albe začela oblačiti v črno. V devetnajstem stoletju je po izgubi princa Alberta britanska kraljica Viktorija prav tako nosila izključno črne obleke. Kmalu po izumu kemičnih barvil je postalo črno oblačilo dostopnejše in po vzoru aristokratskih vdov tudi žalno oblačilo za vse ženske po Evropi (ibid. 2007).

Črna barva je bila v oblačilih tako prvič dostopna vsem, tako moškim kot ženskam, bogatim in revnim. Moški dandyji so jo prvi vzeli za svojo, saj je zanje simbolizirala eleganco in resnost. Obenem pa je črna barva dosegla delavski razred, s čimer se je začela kazati njena sposobnost maskiranja umazanije. Njena na novo dokazana praktičnost in njena paradoksalna ekskluzivnost sta jo naredili priljubljeno pri moških iz nižjih ter višjih družbenih slojev. Zaradi svoje univerzalnosti in demokratičnosti je kmalu postala njihova zaščitna barva. Pri ženskah pa črna v začetku devetnajstega stoletja še vedno ni bila tako vsakdanja in je bila načeloma v uporabi v času žalovanja. Zaradi tega je črna obleka na ženski simbolizirala njeno odraslost in izkušенost ter v očeh družbe ni bila primerna za dekleta.

Črna barva v oblačilih ima številne in pogosto kontradiktorne pomene. Črna obleka denimo postane simbol vsestranskosti in s tem določene nevtralnosti. Moški so prvi prepoznali demokratičnost takšne vsestranske barve, ki je ustrezala potrebam tako bogatih kot revnih. Kasneje jo moški in ženske nosijo zaradi svoje univerzalnosti in z njo izražajo enakovrednost v družbi – moški z volneno črno obleko, ženske pa z malo črno obleko.

Mala črna obleka in Coco Chanel

Izum male črne obleke pogosto pripisujejo oblikovalki Gabrielle 'Coco' Chanel. Kot prvo takšno obleko pogosto navajajo njeno preprosto in kratko črno obleko, ilustrirano v oktobrski ediciji ameriškega Voguea iz leta 1926. Objavljena obleka modne hiše Chanel je segala do kolen, imela dolga rokava

ter okrasne robove, pošite po sredini obleke in v obliki črke V. Obleka naj bi bila izdelana iz črne svile. V svojem opisu Vogue preprosto obleko primerja s Fordovim avtomobilom. S tem namiguje na njeno podobnost s Fordovim, takrat izjemno popularnim standardiziranim modelom T, ki je bil na voljo zgolj v črni barvi.¹ S to primerjavo v ameriški modni reviji predvidijo kasnejšo popularnost male črne obleke modne hiše Chanel in male črne obleke na sploh. V istem izvodu revije pa so bile predstavljene tudi male in črne obleke modnih hiš Patou, Molyneux in Drecoll. Vse oblikovalske variacije odlikuje moderno oblikovanje. Mala črna obleka Coco Chanel tako ni bila ne prva in ne edina mala črna obleka v tem času. Valerie Mendes (1999) meni, da se je mala črna obleka pojavila že kmalu v začetku dvajsetega stoletja. Valerie Steele (2007) prav tako pripoveduje o kratki črni obleki modne hiše Premet iz leta 1922, ki je po lansiranju postala pravi prodajni hit. Majhno in črno obleko so pred Coco Chanel že oblikovali britanska modna oblikovalka Lucile, pa tudi Mario Fortuny in Paul Poiret, vendar jo zaradi njenega globalnega vpliva pogosteje pripisujemo Coco Chanel, saj popolnoma pooseblja njeno oblikovalsko filozofijo.

Gabrielle Coco Chanel je bila mladostna, ambiciozna, atletska in neodvisna ženska. Živela je emancipirano življenje in izražala napredni ženski ideal svojega časa. Njena oblačila so bila enakovredna moškim. Bila so resna, uporabna, preprosta in elegantna. V zasebnem in poslovnem življenju si je Coco Chanel izposojala tudi oblačila in ideje iz moške omare. Še posebej so jo navdihovala oblačila britanskega dandyja in ljubimca Arthurja 'Boya' Capela, po čigar smrti (leta 1919) naj bi se v žalovanju odločila ustvariti malo črno obleko.

Coco Chanel je bila ena prvih oblikovalk, ki je moška oblačila prikrojila ženski postavi, prav tako pa ena prvih, ki je ženska oblačila oblikovala po njihovem naravnem telesu, a z moško tehniko krojenja. Med prvimi je v visoko modo vnesla vsakdanjo žensko, predvsem pa moško modo.² Njena oblačila so se očitno zgledovala po moških. Pa vendar je Coco Chanel storila več kot to, da je samo prilagodila njihova oblačila za ženske. Njen prispevek je bil predvsem ta, da je moderno filozofijo, ki je ob koncu osemnajstega stoletja ustvarila

1 Fashion: The debut of the winter mode 1926. <https://archive.vogue.com/article/19261001075> (pridobljeno 15. 03. 2020).

2 Slednjo je v visoko modo ponesla tudi z uporabo bombažnih in volnenih pletenin, ki so bile včasih rezervirane za izdelavo moških spodnjih oblačil.

moško črno obleko, interpretirala za žensko garderobo. Njena moda je predstavljala okus vseh žensk njenega časa, to pa je najbolje predstavljala mala črna obleka. Četudi ta ni bila izum Coco Chanel, je bila produkt njene moderne oblikovalske vizije.

OBSTOJ MALE ČRNE OBLEKE

Mala črna ženska obleka je bila ustvarjena na začetku dvajsetega stoletja. Takrat je odražala na novo osvobojeno in emancipirano žensko, prav tako pa tudi njeno modernost. Zaradi svoje relevantne podobe kot tudi zaradi svoje demokratičnosti in praktičnosti je takrat postala ena najbolj priljubljenih ženskih oblek. K njeni privlačnosti so poleg Coco Chanel prispevali tudi drugi ustvarjalci, k njeni propagandi pa so v tridesetih letih znatno pripomogle glamurozne hollywoodske zvezde – Garbo, Dietrich, Harlow ... Te so v črno-belih filmih, ki so dosegali množice, pogosto blestele v črnih oblekah. Črna obleka je vzpostavljala kontrast med svetlejšo kožo, poudarila obraz in silhueto igralk (Mendes 1999, Steele 2007). Igralki je pustila izraziti karakter lika, obenem pa je bila v ženski obleki zaradi zgodovine pomenov črne barve sposobna tudi sama nakazovati različne značaje. Obleke hollywoodskih zvezd so bile velikokrat dolge, vendar so svojo majhnost ustvarile z dekolteji in tankimi svilenimi tkaninami. Mnogo let kasneje so kostumografi, kot so Adrian, Travis Benton in Edith Head, ustvarjali variacije malih črnih oblek, ki so ustrezale vsakemu ženskemu liku ameriških črno-belih filmov (Steele 2007).

Mala črna obleka pa se ni znašla samo pred kamerami, temveč tudi v vsakdanji in spreminjajoči se družbi. Ko je konec leta 1929 padec ameriške borze povzročil vsesplošno krizo, je začela mala črna obleka ženskam služiti zaradi svoje praktičnosti. V času druge svetovne vojne so se njena uporabnost, vsestranskost in skromnost še poudarile; med drugim s pomočjo ameriške oblikovalke Claire McCardel, ki je ustvarjala preprosto in udobno modo (Mendes 1999). Tudi v konservativnejših petdesetih letih dvajsetega stoletja so jo ženske slavile zaradi njene univerzalnosti. Poleg žensk pa so v njej inspiracijo našli tudi modni oblikovalci. Christian Dior črno obleko povezuje zaradi njene elegantnosti in zatrjuje, da je mala črna obleka obvezen kos vsake ženske garderobe (ibid. 1999). Cristobal Balenciaga v mali črni obleki vidi osnovo za svoje inovativne oblike. Tudi v njegovih očeh je črna

elegantna – tako kot v očeh vseh naslednikov črne mode srednjeveškega španskega dvora (ibid. 1999).

Francoski pevki Juliette Greco ter Edith Piaf sta bili znani po nastopih v mali črni obleki. Tudi Martha Graham, pionirka modernega plesa, je bila umetnica, ki je prisegala na malo črno obleko. Znana je bila po reduciranju dekorativnih gibov plesa v avtentičnejše in je preprosto črno obleko uporabljala za poudarjanje svojih novih gibov. Ameriški modni oblikovalec Halston se je kasneje zgledoval prav po njenih preprostih in modernih črnih oblekah. Podobno pa so malo črno obleko preoblikovali njegovi sodobniki in predniki: Geoffrey Beene, Bill Blass, Mary Quant ... Vsi so v njej našli sposobnost za prikazovanje svojega izraza tako kot umetnice pred (in za) njimi (ibid. 1999).

V osemdesetih letih je mala črna obleka pri ženskah poudarjala profesionalen in resen videz, medtem ko so te zasedale vodilna mesta v poslovnem svetu. Njihove variacije so med drugimi ustvarjali: Alaïa, Mugler in Montana. Alaïa je svoje črne oprijete obleke oblikoval z zanimivimi in številnimi dekolteji, Mugler in Montana pa sta oblikovala obleke s poudarjenimi rameni in ozkim pasom (Mendes 1999, Steele 2007). V istem času je japonski oblikovalec Yohji Yamamoto obleke po stari japonski tehniki zaporedno barval v indigu. Mala črna obleka je popoln izraz nudila tudi minimalistom devetdesetih let. Če so modni oblikovalci k mali črni obleki prej dodajali, so ti od nje zdaj odvezemali. Mala črna obleka je bila v svoji najosnovnejši obliki ideal oblikovalcev, kot so Jil Sander, Donna Karan in Calvin Klein. Slednji je malo črno obleko zmanjšal tudi v širini naramnic. Donna Karan je v pleteni volneni obleki videla multifunkcionalno oblačilo za sodobno karieristko. Malo črno obleko sta po svoji meri ponudili tudi Isabel Toledo in Anne Demme, umetnici ter mnogi drugi (Steele 2007).

Mala črna obleka je s svojo sposobnostjo odražanja spreminjajočih se časov in zmožnostjo preoblikovanja preživela vse do danes. Ženske so jo nosile celotno 20. stoletje, ker ji je uspelo konstantno odražati njihove moderne vrednote. Če so za trenutek, kot v pisanih šestdesetih, pozabile na njeno sodobnost, so jih na to hitro spomnile modne ikone tistega časa, kot je bila na primer Juliette Greco (Verbič 2019). Tako je bila mala črna obleka hitro ponovno v uporabi.

K preživetju male črne obleke so pomembno prispevali tudi modni oblikovalci ter ostale relevantne osebnosti časa, ki so jo dodatno popularizirali in prenesli

naprej. Vse to pa je bilo mogoče zaradi prostora, ki ga mala črna obleka ponuja za svojo reinterpretacijo. Ima zmožnost povzemanja specifičnih, temporalnih in individualnih izrazov, obenem pa ostati enaka. Zato ji rečemo tudi črno platno za osebnost ali oblikovanje. Njena priljubljenost med ženskami je glavni razlog, da se sploh pojavlja v tako številnih variacijah: zaradi praktičnosti, vsestranskosti in elegantnosti jo ženske nenehno oblačijo, potrjujejo njeno vrednost in jo ohranjajo v svoji garderobi. Ker modna industrija s svojimi oblikovalci v prvi meri služi ženskam, ženske pa malo črno obleko rade oblačijo, je ta v središču mode. Takšna univerzalno nošena obleka pa poleg občutka brezčasnosti ženskam daje tudi občutek stabilnosti in varnosti. Ne samo, da nas mala črna obleka navidezno povezuje z vsemi okoli nas, ki jo nosijo, temveč nas zaradi svoje dolgotrajne uporabe povezuje tudi z vsemi ženskami, ki so jo nosile pred nami. Mala črna obleka je torej bistvena za modno industrijo, saj je bila in je osnovni oblačilni kos žensk. Demokratičnost je eden izmed njih. Variacije male črne obleke nam dajejo podatke o posameznih časovnih obdobjih, predvsem pa o tem, kar se ne spreminja. Če bi bila mala črna obleka osnovana na individualnem ali temporalnem, se ne bi obdržala toliko časa, ne bi bila brezčasna in univerzalna ter ne bi postala eno najbolj priljubljenih oblačil žensk preteklega stoletja.

Povzetek

Prispevek želi ugotoviti, katere so lastnosti, ki mali črni ženski obleki dajejo sposobnost trajne modernosti in univerzalnosti. To stori skozi sledenje modi pred časom oblikovanja male črne obleke, v času njenega oblikovanja in njenega obstanka. Okoliščine pred, med in po nastanku male črne obleke se izkažejo za pomembne pri oblikovanju njenih klasičnih karakteristik. Posebej vplivna pri oblikovanju male črne obleke se izkaže podoba moške črne obleke, ki s svojo vizualnostjo prva interpretira moderne družbene vrednote, ki jih ženske v svoji posodobitvi obleke povzamejo.

Tudi modni oblikovalci znatno prispevajo k interpretaciji in razvoju moderne ženske mode in k razvoju male črne obleke, še posebej Coco Chanel, ki njene vrednote popolnoma izrazi. Nadaljnja preoblikovanja male črne obleke dajejo dodatno jasnost njenim stalnim lastnostim. V prispevku so prepoznani tudi drugi ustvarjalci, ki do neke mere prav tako prispevajo k njeni pomembnosti: to so znamenite osebnosti in modni oblikovalci, ki jo preoblikujejo.

Abstract

This paper seeks to recognize the characteristics that give little black women's dress the ability to endure modernity and universality. It does this by following the fashion before the time of its design, at the time of its design and through its existence. The circumstances

before, during and after the appearance of the little black dress prove to be important in the design of its classic features. Particularly influential in the design of a little black dress is the image of a man's black dress, which, with its visuality, is the first to interpret the modern social values that women later adopt in their dress.

Of course, fashion designers also make a significant contribution to the interpretation and development of modern women's fashion and the development of a little black dress. Especially Coco Chanel, who expresses its values perfectly. After its creation, further redesigns of the little black dress over time add further clarity to its permanent features. Other creators are also recognized, which to some extent also contribute to its persistence over time; the personalities of time and the fashion designers who transform it.

Seznam literature

- CARB, David/RIES, Estelle H.: *Fashion: The debut of the winter mode*. (1926). V: Vogue archive. <https://archive.vogue.com/article/19261001075> (pridobljeno : 15. 03. 2020).
- HOLLANDER, Anne (2016): *Sex & Suits. The Evolution of Modern Dress*. New York: Bloomsbury Academic.
- MENDES, Valerie (1999): *Black in Fashion*. London: V&A Publications.
- STEELE, Valerie (2007): *The Black Dress*. New York: Collins Design.
- VERBIČ, Tina: *Re-designing classic wardrobe items*. Magistrsko delo. Helsinki: Aalto University, School of Arts, Design, and Architecture, 2019.



OBLEKA NAREDI ČLOVEKA

Mateja Gaber (Ljubljana)

UVOD

Oblačenje so že od nekdaj narekovale moralne in družbene konvencije in nobeden izmed družbenih slojev se, zgodovinsko gledano, ni smel oblačiti po mili volji. V prispevku želimo predstaviti značilnosti in pomen oblačil v srednjem veku¹ ter podrobneje obravnavati dva primera: Ulricha Lichtensteinskega ter Walterja von der Vogelweideja – prvega zaradi njegove drznosti v oblačenju, drugega zaradi prikaza, kako pomembno je lahko oblačilo za statusno umestitev. Takó drznost kot tudi statusna umestitev sta atributa, ki sta mnogo stoletij kasneje odločilno zaznamovala delo in zapuščino Gabrielle Chanel.

Okoli 1300 zaznamujejo srednjeveško družbo trije stanovi: duhovni, plemiški in kmečki. Med njimi ležijo svetovi – tudi glede oblačenja. Estetika vizualne podobe se dotakne samo višjega družbenega razreda, a funkcionalnost

¹ Besedna zveza *srednji vek* (Mittelalter) je postala običajna šele konec 17. stoletja, ko je Christoph Cellarius 1688 v nekem priročniku tako označil stoletja med smrtjo cesarja Konstantina 337 in letom 1453, ko so Turki zavzeli Konstantinopol. Toda besedno zvezo uporabi že okoli 1200 krščanski mislec Gioacchino da Fiore (*Ioachim Florentis*), ki oznani, da božja zgodovina poteka v treh stadijih in jih poimenuje po Očetu, Sinu in Svetem duhu. Po njegovem se svet trenutno nahaja v »media aetas«, tj. srednjem obdobju Božjega sinu (prim. Saltzwedel 2014). Danes s srednjim vekom običajno označujemo čas med 500 in 1500.

oblačil se zdi skupni element tako grofice kot kmeta na polju. Slednji je nosil preprosta oblačila, ki ga niso ovirala pri delu, medtem ko je plemkinja denimo nosila oblačila, ki so jo omejevala ne samo pri delu, temveč tudi pri gibljivosti. Posledično je bila zaradi oblačil primorana izvajati majhne, gracilne gibe, ki so bili del dvorne etikete. Nemški dvorni pesnik Gotfrid Strasbourški v svojem romanu *Tristan* (1210) opiše Izoldo kot pojem dvorske ljubkosti, krhkosti in finosti prav na podlagi opisa njenega oblačila: »[...] tam je bil pritrjen tanek trak iz biserov in tjakaj je lepota segla s svojim palcem leve roke. Desnico je imela nekoliko globlje, tam, kjer naj bi se – kot verjetno veste – zapiral plašč. Držala ga je z dvema prstoma, kot je v navadi na dvoru« (prim. Keupp 2014: 118). Gotfrid ne skopari z opisom Isoldinih oblek; zanj porabi 80 verzov in natančno opisuje oblačila, ki so bila narejena po francoski modi (*in dem snite von Franze*).² Bamberški pisec in rektor Hugo von Trimberg (ca. 1230–1313) je omenjeno družbeno razdelitev na tri kategorije lepo izrazil v verzih: Farji, vitezi in kmeti »sint all gesippe von natüre und süln gar brüderlich leben«³ (Schnurr 2015: 105). Vendar tak enostaven model, ki ga je propagirala Cerkev kot najvišja inštanca tedanjega časa, zagotovo ni mogel zaobjeti vse družbene resničnosti, kajti številni se niso mogli umestiti v kalup treh kategorij. To so bili na primer pesniki, glasbeniki, vrvohodci, pripadniki drugih religiozno-etničnih skupin, kot so denimo Judje, Romi ipd. Za vsako od teh družbenih kategorij pa je obstajal kodeks oblačenja in oblačila so vedno stigmatizirala tistega, ki jih je nosil. Še več: lahko so imela atribut zaščite, kadar so pomenila pripadnost neki drugi osebi. Napasti človeka, ki je nosil livrejo lorda, je denimo lahko pomenilo enako kot napad na lorda osebno. Obleko kot zaščitno sredstvo pa lahko razumemo čisto dobesedno, če se samo spomnimo znamenite češke defenestracije, ko je obleka rešila življenje odposlancem cesarja Matije, ki so jih 23. maja 1618 voditelji čeških protestantov vrgli skozi okno. Seveda je bila vsa katoliška skupnost prepričana, da je barona Martinitza, odposlanca Slavata in njunega sekretarja Filipa Fabricija rešila devica Marija, kajti začuda nihče od njih ni bil resno poškodovan, toda veliko bolj verjetno gre srečnemu

2 Opis Isoldinih oblačil je izredno podroben. Gotfrid opisuje njeno obleko, plašč, naglavno okrasje, pasove, vrste krzna, ki so del oprave (prim. Gottfried 1996: 63–69; verzi 10900–10985). Duhovit je njegov zapis Isoldine drže: njeni koraki in geste niso bili niti prekratki niti predolgi, temveč povsem primerni. Njena drža je bila pokončna in vzravnana kot pri skobcu. Urejena je bila kot papagaj: »[si] gelich dem sperwaere, gestreichet also ein papegân« (ibid. 1996: 68, v. 10994–10995).

3 Farji, vitezi in kmetje »so po naravi istega rodu in morajo živeti kot bratje«.

koncu pripisati ustrezno obleko: ob padcu v skoraj 20 metrov globok jarek so jih zaščitila njihova gosto nabrana španska oblačila, ki so se kot jadra napolnila z zrakom in ublažila padec (McGuigan 1966: 153).

POGLED V PRETEKLOST

Obleka je predstavljala sredstvo, s katerim se je med drugim ohranjal tudi socialni red. Listine iz 14. stoletja, nekakšni pravilniki o oblačenju in zakoniki, ki so urejali področje luksuza, so jasno opredeljevali, kaj se sme in kaj ne. Prostitutke v srednjeveškem Londonu so na primer nosile rumene čepice, gobavci so nosili zvonce, da so druge opozarjali nase, in menihi so nosili stánu in veroizpovedi primerna oblačila – šlo je za družbeni dogovor o primernosti oblačila za osebe, ki so ta oblačila nosila. Kljub temu opazamo diskrepanco med konservativno in moralno oblačilno uredbo na eni strani in obenem spremenljivost te iste uredbe na drugi. Če kot stalnico, ki je stigmatizirala obleko prostitutk, navajamo rumeno čepico, pa lahko v isti sapi citiramo srednjeveški londonski trač: »da prostitutke v letošnji sezoni nosijo svoje rumene čepice nenavadno visoko« (Mortimer 2015: 144). Veliko zapisov iz tega časa se nanaša na nošnjo krzna – bolj je bilo dragoceno, manj ljudem je bilo dovoljeno za uporabo. Pomemben element, ki je določal kodo nošenja krzna, je predstavljal letni dohodek: krzno so namreč smele nositi le osebe, ki so imele več kot 100 funtov letnega dohodka. »Preprosta žena ne more iti na trg ali iz hiše s pokrivalom, ki bi bilo napolnjeno s čimerkoli drugim kot z ovčjim ali zajčjim kožuščkom, sicer ji grozi, da bo svoje pokrivalo morala predati šerifu [...] (ibid.). Táko zakonodajo pa so soproge premožnih trgovcev pogosto kršile in ponosno nosile hermelin in soboljevino. Ignoranca nižjega stanu glede primernosti oblačila je vodila v reformo predpisov oblačenja, ki se je zgodila 1363, in sicer zaradi »škandaloznih in ekscesivnih oblačil mnogih ljudi, ki se oblačijo neustrezno svojemu stanu in položaju, kar posledično vodi do uničenja vse deže« (ibid.). V predpisih oblačenja, ki se sklicujejo na zakon o luksuzu iz leta poprej (1362), le gospodje s posestvi in letnim dobičkom v vrednosti več kot 1000 funtov niso imeli glede obleke nikakršnih omejitev. Enako je veljalo za njihove družine. Vitezi in njihove družine, ki so imeli skupaj s posestvi 400 mark prihodka, so se sicer lahko oblačili po mili volji, vendar niso smeli nositi krzna iz hermelina ali podlasice, prav tako ne oblek z všitimi dragulji, izjema je bil ženski naglavni nakit. Omejitve se s padanjem

družbenega statusa povečujejo in natanko določajo vrednost blaga, iz katerega so narejena oblačila. Približno 3 funte na primer lahko stane blago za oprode in gentlemene s 100 funti letnega dohodka in za trgovce in njihove družine, vendar blago ne sme biti okrašeno z zlatom, srebrom, dragimi kamni ali krznom, prepovedana je tudi svila. Na koncu seznama se znajdejo delavci na poljih, orači, pastirji, mlekarice, ki jim kodeks dovoljuje le grobo platno in pas iz lanene vrvi (Mortimer 2015: 146).

ULRICH LICHTENSTEINSKI – VITEZ, KI SE OBLAČI V ŽENSKO?

Danes glede na kodo oblačenja težje določimo nosilcu obleke določen družbeni status, medtem ko je v preteklosti družbena stigmatizacija izhajala prav iz nje. Sistem zavestnega oblačenja (ki ga lahko poimenujemo moda), je bil izključno v domeni višjih družbenih slojev. Ti so si poleg običajnih včasih dovoljevali postavljati na ogled nove, pogosto drzne kreacije. Ena izmed najbolj razvpitih, ki jo poznajo zlasti medievalisti, je zagotovo obleka viteza Ulricha Lichtensteinskega, ki jo želimo podrobneje predstaviti. Ulrich (pribl. 1200–1278) je bil predstavnik štajerskega plemstva in je imel v posesti kar tri gradove, eden izmed njih je bil grad Liechtenstein v bližini Judenburga na današnjem avstrijskem Štajerskem. V svojem dolgem življenju je Ulrich preživel kar tri vladarje: Leopolda VI. iz hiše Babenbergov, Štaufovca Friderika II. in nazadnje še Rudolfa Habsburškega (Walther 1988: 158). Za nemško literarno zgodovino je Ulrich pomemben kot avtor prvega nemškega avtobiografskega romana v verzih⁴ *Vrouwen dienst* (1255),⁵ za Slovence pa je pomemben še iz dodatnega razloga. V omenjenem delu Ulrich opisuje svojo pot, ki se je začela v Meštrah v Benečiji in je potekala preko Trevisa, slovenske jezikovne meje na zahodu, Škofje Loke, Beljaka, Dunaja in vse do Češke (Böhmen). Kot lahko razberemo iz Ulrichovega besedila, ga je na tej poti ob prihodu v Ziljsko dolino s svojim viteškim spremstvom sprejel koroški vojvoda Bernard Spannheimski (der fürste von Kaerden lant). Ta je Ulricha pozdravil s slovenskimi besedami: »Buge waz primi, gralva Venus!«⁶ Ker Ulrich ni znal ne brati ne pisati in je svoje besede narekoval kasneje, je presenetljivo, da si je

4 Balzer, C. (1967). *Frauendienst*. Kindlers Literaturlexikon III. Zürich. 241–243.

5 Služba gospe.

6 Edini ohranjeni rokopis se danes nahaja v Bavarski državni knjižnici v Münchnu pod signaturo Cod. germ 44.

zapomnil prav omenjeni pozdrav v slovenščini. Matičetov (1993) ne izključuje možnosti, da je zapisovalec po vsej verjetnosti znal (tudi) slovensko: »Paradoksa, kako bi 'nepismen' človek lahko več kot petnajst let obdržal v glavi pozdravne besede, izrečene v neznanem jeziku, si ni mogoče razložiti drugače, kot da je naš pesnik bolj ali manj obvladal tudi slovenščino«. Veliko bolj pomembno kot morebitno Ulrichovo znanje slovenskih besed, je za Slovence spoznanje, da je vojvoda Bernard Spannheimski tujca pozdravil v slovenščini in ne v nemščini. Toda zakaj se na tem mestu ustavljamo ravno pri Ulrichu? Ulrich je svojo turnejo, svojo t. i. Venusfahrt,⁷ ki je potekala tudi preko slovenskega etničnega ozemlja, začel 25. aprila 1238,⁸ in sicer preoblečen kot »žlahтна kraljica Venera, boginja ljubezni« (ibid.). Oblečen v ženska oblačila (vrowen cleit) je potoval in se dvobojeval na turnirjih ter v njih šel celo k maši (Spechtler 1985: 522). Kako obsežna je bila njegova garderoba, ki si jo je dal izdelati v Benetkah, lahko razberemo iz naslednjih verzov:

Ich hiez mir snîden vrowen cleit:
zwelf röckel wurden mir bereit
und drîzic vrowen ermel guot
an kleiniu hemde, daz was mîn muot.
dar zuo ich willeclîch gewan
zwên schœne zöpfe wol getân,
die ich mit perlîn wol bewant,
der ich dâ wunder veile vant.

Man sneit mir sâ ander zît
drî wîze capen von samît.
die setel wâren silberwîz
dar an der meister grôzen vlîz
mit sîner meisterschefte leit.
von wîzzem tuoche man drüber sneit
lanc und wît vil meisterlîch.
Die zeume wâren kosterlîch⁹
(Ulrich 1952: v. 473 ff.).

Dal sem si sešiti ženska oblačila:
dvanajst oblek so mi sešili
in trideset damskih rokavov,
z dolgimi spodnjimi krili, tako sem hotel.
Zraven sem dobil, kot se spodobi,
dva čudovita cofa,
ki sem ju dal okrasiti z biseri
in ki sem ju drago plačal.

Potem so mi istočasno ukrojili
tri bele svilene plašče,
sedla pa so bila okrašena srebrno-belo,
mojster jih je skrbno izdelal
in pokazal svoje mojstrske veščine.
Čez vse to je padalo belo sukno,
ki je segalo daleč in široko,
njegova obroba je bila zelo dragocena.

7 Venerino popotovanje.

8 Nekateri literarni zgodovinarji navajajo tudi letnico 1227, npr. Janko, A. (1982): *Altdeutsche Texte*. Ljubljana, str. 132 ali Krotzky, M. (2006): *Ulrich von Liechtensteins Verkleidung als Frau Venus*, München, GRIN Verlag. <https://www.grin.com/document/61982> (pridobljeno: 07. 03. 2020).

9 Verzi so nastali 1255 in jih navajamo v srednjevisoki nemščini. Slovenski prevod Mateja Gaber.

Ulrich pa je poskrbel tudi za svojih dvanajst oprod, ki jim je dal sešiti oblačila iz najboljšega blaga (*von wîzem tuoche guot gewant*). Ta so bila tako bela, kot so lahko beli samo labodi (*daz was gar wîz alsam ein swan*). Beli so bili tudi Ulrichov šlem, ščit, kopja in celo konjeva oprava (*mîniu orssē ze wâppen-cleit*). Njegova tunika, ki jo je nosil čez oklep, je morala biti bogato nagubana in žlahtna in iz najbolj finega, najboljšega belega sukna (*mîn wâppenroc der muoste sîn/ein wol gevalden rœckelîn/ von kleinem wîzen tuoche guot*) – ko je vse to nosil, se je počutil vzneseno.¹⁰

Pri Ulrichu smo izpostavili samo tisti del romana, kjer opisuje svojo pot od Benetk do Prage, a besedišče, ki sega na področje oblačil in oblačenja, je v celotnem romanu zelo bogato. Kot finančno neodvisen vitez si je Ulrich lahko privoščil svobodo glede oblačenja, in kar je presenetljivo: z nenavadno izbiro ženskih oblačil, ki pritičejo kraljici Veneri, je drzno posegel v običajna viteška popotniška oblačila in se za vedno zapisal v (literarno) zgodovino.



Slika 1: vitez Ulrich Lichtensteinski, Manessejev rokopis, 13. stoletje

10 Vsi navedki v srednjevisoki nemščini so dostopni na spletu, verzi 475 ff.: https://www.hs-augsburg.de/~harsch/germanica/Chronologie/13Jh/Liechtenstein/lie_fd10.html (pridobljeno: 09. 03. 2020).

Ulrichova obleka je imela ne samo osnovno funkcijo zaščite telesa, temveč je bila orodje za njegov performans, ko je kot kraljica Venera potoval po slovenskih in sosednjih deželah. S pomočjo obleke je spremenil svojo moško pojavnost in se predstavljal kot ženska. Iz njegove nenavadne oprave se je nekoliko ponorčeval tudi avtor miniature v Manessejevem rokopisu¹¹, ki je Ulricha predstavil, kako se ta, oblečen v kraljico Venero, dviga iz morja v Meštrah. Slikar na Ulrichov šlem kot okrasje ni postavil Venere, ampak figuro »gospe minne«, ki v eni roki nosi strelo, v drugi ogenj. Toda vsak opazovalec je lahko v Ulrichovem naglavnem okrasju prepoznal »kraljico Venero« (Walther 1988: 158).

WALTER VON DER VOGELWEIDE IN KRZNENI PLAŠČ

Walter von der Vogelweide je bil srednjeveški pesnik, minezenger, ki je v enem izmed najbolj dinamičnih obdobj nemške zgodovine vstopil v politično areno ob koncu 12. in v začetku 13. stoletja ter se s svojim pesniškim ustvarjanjem aktivno vključil v dogajanje. Čeprav je bil determiniran s pripadnostjo pesniškemu stanu, se je gibal v družbi, ki je krojila takratno svetovno zgodovino. Svojo ost je brezkompromisno uperil proti Rimskokatoliški cerkvi ter vsakomur, ki je ogrožal enovito nemško cesarstvo – *Sacrum Romanum Imperium Nationis Germanicae*. Na področju ljubezenske lirike je presegel dotedanje (literarno) videnje *fragilitas sexus* in razmerje do ženske prikazal v novi, sodobnejši luči (prim. Gaber 2014: 253). Nemška literarna zgodovina razglša Walterja za svojega največjega lirika vse do Goetheja (Könnecke 1895: 62);¹² nekateri ga deklarirajo celo za možnega avtorja *Pesmi o Nibelungih* (Schulze 1984: XII). Čeprav je Walterjev čas zelo oddaljen – nenazadnje nas od njega loči več kot 700 let – je njegovo delo tako sporočilno, da ga povsem upravičeno lahko umestimo v današnji čas, Walterju pa pripišemo atribut historične in v nemškem literarnem okolju ubikvitarne osebnosti (Gaber 2015: 105).

11 S črko A označujemo Mali heidelberški pesniški rokopis, ki sega v 13. stoletje (*Kleine Heidelberger Liederhandschrift*), s črko B t. i. Weingartnerški rokopis (prej Konstanški rokopis) iz Stuttgarta (*Weingartner bzw. Konstanzer Liederhandschrift*) in s črko C t. i. Veliki heidelberški rokopis (*Manessejev rokopis, Codex Manesse*); slednjemu se lahko zahvalimo za večino ohranjenih pesmi oz. kitic srednjevisokonemške lirike. Zaradi mesta hranitve so ga dolgo časa imenovali tudi Pariški rokopis. Prim. Thomas Bein: *Walther von der Vogelweide*. Stuttgart: Phillip Reclam, 1997, str. 69 ff. Od 1888 se rokopis ponovno nahaja v Univerzitetni knjižnici v Heidelbergu. Obsega 426 obojestransko popisanih pergamentnih listov formata 35,5 x 25 cm, ki so bili paginirani kasneje, 140 listov je praznih, nekaj listov pa je samo delno popisanih.

12 Prim.: »Walter ist der größte deutsche Lyriker vor Goethe.« Gustav Könnecke: *Bilderatlas zur Geschichte der deutschen Nationalliteratur*. Marburg: Elwert, 1895, str. 62.



Slika 2: Walter – Manessejev rokopis

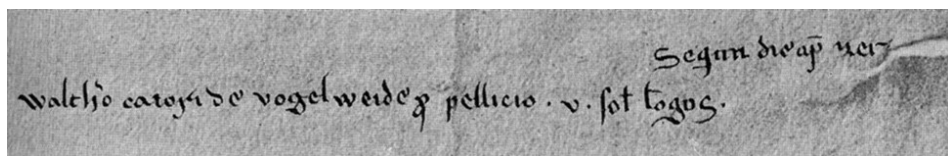


Slika 3: Walter – Weingartnerški rokopis

Tako velik pesnik, pa vendar je bila znanost (tako kot pri mnogih drugih srednjeveških pesnikih) vse do konca 18. stoletja omejena na domneve in dvomljiva izročila! Razen pesmi, ki so ostale za njim, likovnih upodobitev¹³ ter omemb sodobnikov¹⁴ so bili Walterjevo poreklo, življenje in družbeni status zaviti v meglo in kakršnakoli informacija o Walterju je bila bolj špekulacija kot ne. Potem pa se je 1874 zgodil veliki preobrat, ko so v potovalnih dokumentih škofa Wolfgerja iz Passaua našli račune, med katerimi je tudi zapis o darilu škofa Wolgerja, ki je Walterju podaril krznen plašč: »Sequenti die apud Zei[zemurum] Walthero cantori de Vogelweide pro pellicio .v. sol. Longos« (Bein 1997: 27). Ta račun je dokument, ki ne le dokazuje existenco človeka z imenom Walter in njegovo funkcijo pesnika (cantori), temveč tudi poda informacijo o natančnem datumu (12. november 1203) in kraju (Zeiselmayer pri Dunaju), kjer je bil račun izdan (Gaber 2014: 16).

¹³ Izstopata zlasti upodobitvi v Manessejevem rokopisu in v Weingartnerškem rokopisu.

¹⁴ Gotfrid Strasbourški v romanu *Tristan* (Straßburg 1985: 294); Thomasin von Zerclaere v svojem delu *Der welhische gast* (verz 11223 ff.) (v Teske 1933: 205), Wolfram von Eschenbach v *Parzifalu* (verz 297,23) in *Willehalmu* (verz 286,19); Ulrich von Lichtenstein v romanu *Frauendienst* (240, 6–9, v Halbach 1998: 12); Ulrich von Singenberg (Bein 1997: 258); Reinmar von Brennenberg v nekrologu (Bein 1997: 256) in Hugo von Trimberg v didaktični pesnitvi *Der Renner* (verz 1188).



Slika 4: Račun za Walterjev krzneni plašč –
Walthero cantori de Vogelweide pro pellicio v solidos longos

Če izhajamo iz začetne premise, da se nekateri družbeni sloji niso mogli umestiti v triado duhovščina-plemstvo-kmetje, in da Walter kot pesnik spada v »neuvrščene«, med tiste, ki so bili odvisni od darežljivosti svojih gospodarjev in brez stalnega letnega dohodka, potem je podatek, da je lahko bil prejemnik krznenega plašča, zelo pomemben. Gre za majceno, a vendar pomembno referenco, ki Walterja potencialno umešča med viteze. Njegova pripadnost viteškemu stanu je namreč zelo vprašljiva in v prid ji govori le malo stvari: na primer uvrstitev v Manessejev rokopis, kjer je Walter rangiran med minsteriale, pred imenom pa je zapisano »her«, kar je v srednjem veku pomenilo toliko kot vitez. Toda vse do danes nimamo zgodovinskih podatkov o rodbini Walterja von der Vogelweideja, ki bi bila na prelomu z 12. na 13. stoletje izpričana na ozemlju nemškega cesarstva. »Praznih rok ostajamo tudi v heraldičnem smislu: grb in šlemno okrasje, ki sta del Walterjeve podobe v Manessejevem rokopisu, prikazujeta kletko s ptičem [...], vendar se tak grb ne pojavi nikjer drugje« (ibid.: 258). To nas pripelje do pomembne ugotovitve: čeprav nimamo dokazov, da je bil Walter vitez ad verbum, nam gesta škofa Wolfgerja lahko služi kot dokaz za Walterjevo pripadnost viteškemu stanu. Škofovo ravnanje je ključno in ima veliko težo, saj škof kot pomemben mož verjetno ne bi prekršil kodeksa oblačenja in dvornemu pesniku ne bi podaril stánu neprimerne darila. Nasprotno: krzneni plašč je zelo velikodušno darilo, kar lahko razberemo iz precejšnje vsote, ki jo je škof Wolfger namenil Walterju – 5 sol. long., tj. 5 dolgih šilingov. Vrednost karolinškega funta na prelomu 12. in 13. stoletja je v nemškem cesarstvu bila 20 t. i. solidi breves (kratkih šilingov) oz. 12 denarii, skupaj 240 denarii. Toda na Bavarskem in v Avstriji je bil karolinški funt razdeljen na 8 t. i. solidi longi (dolgi šilingov) oz. 30 denarii, skupaj prav tako 240 denarii. 5 »dolgi šilingov« je torej znatna vsota, za katero si je moč kupiti ne samo krzneni plašč, ampak na primer tudi dobrega konja (Gaber 2014: 16). Sklenemo lahko, da je krzneni plašč, škofovo darilo Walterju, ne le edini neliterarni podatek, ki nam omogoča vpogled

v Walterjevo poreklo in družbeni stan, temveč bistven podatek, ki bi lahko Walterja umeščal med viteze.

SKLEPNE MISLI

Na podlagi analize dveh pesnikov z nemško govorečega področja, ki sta bila dejavna v visokem srednjem veku, Ulricha Lichtensteinskega in Walterja von der Vogelweideja, smo želeli raziskati posebnosti, ki se navezujejo na oblačila. Ugotavljamo, da je kodeks oblačenja imel veliko težo in je stigmatiziral nosilca oblačila. Že v preteklosti so si višji družbeni sloji lahko privoščili veliko več oblačilne svobode, celo ekstravagance (ki je denimo Ulrichu Lichtensteinskemu omogočila turnejo v ženskih oblačilih) kot običajni ljudje, ki so bili obsojeni na enostavna in predvsem uporabna oblačila. Načeloma pa so številni predpisi natanko opredeljevali izbor oblačil in so izhajali iz letnega dohodka ter družbenega statusa. Ravno slednje lahko na podlagi raziskave uporabimo v primeru Walterja von der Vogelweideja ter določimo njegov družbeni stan, saj mu posedovanje krznenega plašča, ki mu ga je podaril passavski škof Wolfger von Erla, daje dodatni atribut o viteškem poreklu. Obleka torej lahko naredi človeka: v enem primeru mu omogoča, da se navidezno prelevi iz moškega v žensko, v drugem ga napravi za viteza.

Zagotovo je svoboda oblačenja v srednjem veku razumljena drugače kot v 21. stoletju. Pa vendar ne vsepovsod in ne za vsakogar. Družbeni dogovori ponekod zlasti žensko še vedno ukalupljajo in omejujejo. Velik korak proti omejevanju svobode oblačenja in posledično za svobodo ženske je pred sto leti naredila Coco Chanel: žensko je osvobodila globoko zakoreninjenih konvencij ter jo popeljala v svet drznosti in ekstravagance, pa čeprav se ta lahko kaže v popolnoma preprosti mali črni obleki.

Povzetek

Obdobje srednjega veka je bilo glede oblačilnega kodeksa veliko bolj rigorozno, kot je to danes. Obleka je stigmatizirala osebo in jo načeloma umestila v enega izmed treh stanov: duhovnega, plemiškega in kmečkega. Oblačilna svoboda je bila v domeni višjih družbenih slojev. S predstavitvijo dveh predstavnikov nemške srednjeveške literature – Ulricha Lichtensteinskega in Walterja von der Vogelweideja – smo skušali predstaviti drznost enega, ki je v ženski preobleki potoval od Benečije do Češke, ter pomembnost najdbe računa za krzneni plašč drugega, saj ravno škofovo darilo v obliki krznenega plašča govori v prid njegovemu viteškemu poreklu.

Abstract

Regarding the dresscode, the Middle ages were much more rigorous than nowadays. A person was stigmatized by what they were wearing as their clothing put them into one of the three social orders: the clergy, the nobles and the peasants. Only the higher classes had freedom of expression concerning clothes. By presenting two German Minnesängers – Ulrich von Liechtenstein and Walther von der Vogelweide – we attempted to demonstrate the extravagancy of Ulrich, who traveled from Venice to Prague in women's clothing, and the importance of a receipt for a fur coat, stating that the bishop bought it for Walther, which further confirms his knighthood.

Seznam literature

- BEIN, Thomas (1997): *Walther von der Vogelweide*. Stuttgart: Phillip Reclam.
- GABER, Mateja (2014): *Podoba Walterja von der Vogelweideja v fiktivnih biografijah od 19. do 21. stoletja*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- GABER, Mateja (2015): *Literarna recepcija Walterja von der Vogelweideja pri Slovencih*. V: VALENCIČ ARH, Urška/ČUDEN, Darko (ur.): *V labirintu jezika/Im Labyrinth der Sprache*. Slovenske germanistične študije 12. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani, str. 105–115.
- GOTTFRIED, von Straßburg (1996): *Tristan*. 2. zv. Stuttgart: Philipp Reclam jun. GmbH.
- KEUPP, Jan (2014): *Tasselmantel und Herrenrock*. V: GROSSBONGARDT, Annette/SALTZWEDEL, Johannes (ur.): *Leben in Mittelalter. Der Alltag von Rittern, Mönchen, Bauern und Kaufleuten*. München, str. 116–123.
- KÖNNECKE, Gustav: *Bilderatlas zur Geschichte der deutschen Nationalliteratur: eine Ergänzung zu jeder deutschen Literaturgeschichte*. Marburg: Elwert 1895. Dostopno na spletu: <http://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/koennecke1895> (pridobljeno: 07. 03. 2020).
- KROTZKY, Mirko (2006): *Ulrich von Liechtensteins Verkleidung als Frau Venus*. München: GRIN Verlag. Dostopno na spletu: <https://www.grin.com/document/61982> (pridobljeno: 07. 03. 2020).
- MATIČETOV, Milko (1993): *Od koroškega gralva 1238 do rezijanskega krajaua 1986*. V: *Jezik in slovstvo*, letnik 38, št. 5. Dostopno na spletu: <https://www.dlib.si/stream/URN:NBN:SI:DOC-SQSRFAYW/5cdf7390-e57d-40fb-ab91-a146a25e6ad3/PDF> (pridobljeno: 07. 03. 2020).
- MCGUIGAN, Dorothy Gies (1970): *Habsburžani privatno*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- MORTIMER, Ian (2015): *Im Mittelalter. Handbuch für Zeitreisende*. München/Berlin: Piper Verlag GmbH.
- SALTZWEDEL, Johannes (2014): *Faszinierende Ferne*. V: GROSSBONGARDT, Annette/SALTZWEDEL, Johannes (ur.): *Leben in Mittelalter. Der Alltag von Rittern, Mönchen, Bauern und Kaufleuten*. München, str. 17–28.
- SCHNURR, Eva-Maria (2015): *Die Außenseiter*. V: *Der Spiegel. Geschichte. Die Menschen im Mittelalter. Herrscher, Ketzler, Minnesänger*. Hamburg: Spiegel-Verlag Rudolf Augstein, str. 103–107.
- SCHULZE, Ursula (1984): *Der mythische und der historische Walther*. V: Schulze, U. (ur.): *Walther von der Vogelweide: In dieser Welt geht's wundersam*. München: Winkler Verlag, str. V–XLVI.

SPECHTLER, Franz Viktor (1985): Ulrich von Liechtenstein. V: *Neue Deutsche Biographie*, letnik 14, str. 522–523. Dostopno na spletu: <https://www.deutsche-biographie.de/pnd118625306.html#ndbcontent> (pridobljeno: 07. 03. 2020).

ULRICH von Liechtenstein (1952): Frauendienst. V: KRAUS, Carl: *Deutsche Liederdichter des 13. Jahrhunderts*. 1. Zvezek. Tübingen: str. 428–494. Dostopno na spletu: https://www.hs-augsburg.de/~harsch/germanica/Chronologie/13Jh/Liechtenstein/lie_fd10.html (pridobljeno: 07. 03. 2020).

WALTHER, Ingo/SIEBERT, Gisela (ur.) (1988): *Codex Manesse. Die Miniaturen der Großen Heidelberger Liederhandschrift*. Frankfurt am Main: Insel Verlag.

Seznam slik

Slika 1: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/3d/Codex_Manesse_Ulrich_von_Liechtenstein.jpg (pridobljeno: 08. 06. 2020).

Slika 2: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/1a/Codex_Manesse_Walther_von_der_Vogelweide.jpg (pridobljeno: 08. 06. 2020).

Slika 3: https://www.hs-augsburg.de/~harsch/germanica/Chronologie/13Jh/Walther/wal_por2.jpg (pridobljeno: 08. 06. 2020).

Slika 4: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/84/Walther_von_der_Vogelweide_Rechnung.png (pridobljeno: 07. 03. 2020).



PIONIRKA ŽENSKEGA OSVOBAJANJA ALI IKONOMODA ZA OSVOBOJENO ŽENSKO

Jerca Legan Cvikl (Ljubljana)

UVOD

Bolj kot odkrivamo tančice pripovedi in zapisov o močnih, prodornih in nasploh družbeno angažiranih ženskah skozi zgodovino človeštva, bolj ugotavljamo, da je njihova zapuščina odločilno vplivala na razvoj in pojavnost družbe in kulture, tudi sodobne. Gabrielle Bonheur 'Coco' Chanel je gotovo med ustvarjalnimi ikonami, ki je žensko osvobajala od tisočletja narekovanih kodov oblačenja, arhetipskih vzorcev vedenja ter klišejskega spolnega in statusnega poenostavljanja. Mala črna obleka je postala sinonim za prefinjenost, ženstvenosti je nadela značaj sproščenosti, žensko pa opolnomočila z brezčasnimi oblačilnimi kosi ter opremila z navdihujočimi kosi nakita, prepoznavnimi dekorativnimi dodatki in drznimi dišavami. »Moda je minljiva, slog nikoli,«¹ je dejala. V svojem opusu ni pozabila niti na gledališče in film.

1 La mode se démode, le style jamais. Fashion passes, style remains. Izjavo Coco Chanel o minljivosti mode lahko najdemo v številnih publikacijah (Cosgrave 2012: 155).

Tukaj in sedaj se poskusimo namerno izogniti razpravi o domnevno kontroverznih življenjskih preizkušnjah Coco Chanel, kot so bili spogledovanje z vojaško ideologijo ali nekonvencionalnost v obravnavanju partnerskih in družinskih odnosov ali poseganje po prepovedanih substancah, čeprav so nedvomno pustile vidne sledi na njenih ustvarjalnih presežkih. Raje se osredotočimo na njen najpomembnejši družbenokulturni doprinos. Na premici zgodovinskega razvoja se je Coco Chanel zgodila v trenutku družbenega preloma, v povojnem obdobju na začetku seksualne revolucije, po kateri so se kasneje za dobrobit ženske zvrstili še svobodna izbira zakonskega partnerja, večja ekonomska neodvisnost, legalizacija razveze zakonske zveze in svobodni načini življenja, ki so se izražali predvsem z oblačenjem. Čas je pomenil priložnost za izoblikovanje lastnega individualizma, ko se eksterno posredovana biografija, značilna za tradicionalno družbo, začne umikati interni, samorefleksivno oblikovani, ki je značilna za sodobno družbo. Coco jo je znala opremiti s pionirsko in kultno modo za drznejšo in bolj sproščeno, zlasti pa osvobojeno žensko 20. stoletja.

Sodobna družba je družba modne industrije, v kateri je moda množični družbeni pojav. »Največ zaslug za razvoj mode imajo gotovo ženske, posebno z demokratizacijo množic 20. stoletja, saj ima ženska pomembno vlogo pri sodobni potrošnji« (Konig 1967: 131). A tudi Konigovo klasično sociološko definicijo je Coco Chanel uspela speljati na svoj mlin, saj je potencialno vedno bolj svobodne ženske nagovarjala k potrošnji za brezčasne in značajske trende, sicer stran od brezoblične demokratizirane množice kot posledice industrijske revolucije. Če bi morali za njeno modo uporabiti zgolj eno definicijo, bi to bilo dovolj dosledno z izvirnim francoskim poimenovanjem – besedno zvezo *façon de parler*, ki pomeni »način izražanja, komuniciranja« (Barnard 1996: 7–10). In če se je katera modna ustvarjalka do podrobnosti spoznala na komunikacijo z modnimi stvaritvami, ker je izhajala iz svoje prvinskosti, spontanosti, izkušenj, neodvisnosti in vizije, je to zagotovo bila Coco.

REFLEKSIJA SAMOUELJAVITVE

Gabrielle Bonheur Chanel se je kot samostanska sirota morala najprej izkustiti v krpanju svoje lastne raztrgane življenjske zgodbe, ki je bila napolnjena s

protislovji in spletkami.² A na srečo vse v senci velikega ustvarjalnega talenta, ki ga je izkazovala. Strogo in varčno življenje z redovnicami je Gabrielle naučila šivanja – veščine, ki jo je izpopolnila in ji dala nov vzgon za ustvarjalno pot. Z vsem, kar je počela,³ si je ustvarila samosvoj življenjski slog in začela razumeti žensko dušo v odnosu do moške, ki jo je venomer in povsod poskušala spraviti v svojo službo. Zelo mlada si je zastavila jasen cilj: dostojanstveno življenje in uveljavitev v visoki družbi. Za oba je poskrbela sama z veliko mero odločnosti, neustrašnim značajem, brezkompromisno borbo za opolnomočenje, inovativno ustvarjalnostjo in motivacijo v odnosu do vseh svojih uspešnih moških.⁴ (Chaney 2011: 48–72)

Za Coco Chanel je bilo povezovanje s tedanjo elito in družbeno vplivnimi posamezniki ključnega pomena. Po težkih začetkih so ji moški občudovalci v dvajsetih letih 20. stoletja pomagali pri razvijanju posla in kmalu zatem odprtju modnih butikov v elitnih obalnih resortih.⁵ Navdahnjena z moško modo je začela eksperimentirati z ženskimi oblačili iz džersija in mehkejših, prosto padajočih tkanin. Vizionarki za modno osvoboditev ženske, kakršna je bila, je do leta 1919 posel v Parizu močno vzcvetel.

V istem času je modni in kasneje globalni svet zaznamoval monogram CC, ki ga je tedaj vidno uveljavljena Coco oblikovala kar sama.⁶ Coco je ženski avto-refleksivno ponudila vse, česar prej ni mogla imeti: sproščenost, praktičnost, mladostnost, brezčasnost in svobodo. Izdelala je paleto ležernih pulloverjev in pletenih jopic, enostavnih poslovnih bluz in kratkih kril. Večerne obleke so bile glamuroznejše, a se niso oddaljile od temeljne slogovne preprostosti.

2 Chanel je bila druga hči perice in prodajalke potovanj. Imela je štiri preživele brate in sestre. Oče je po smrti njihove mame dva sinova dal za delavca na kmetiji, hčerke Gabrielle, Julie in Antoinette pa pustil v sirotišnici samostana v Moulinsu (prim. Charles-Rous 2005: 50–60).

3 Pri 18 letih je zapustila sirotišnico in čez dan delala kot šivilja v trgovini. Ponoči je pela v lokalnem nočnem klubu, da bi se lažje preživljala, kjer si je pridobila vzdevek 'Coco', ki je skrajšava francoske besede 'cocotte' in pomeni 'zadržana ženska' (ibid.: 88).

4 Finančna neodvisnost in samozavedanje njenih zgodnjih življenjskih preizkušenj sta jo spodbudila k odnosom z odmevnimi, vplivnimi, a hkrati kontroverznimi moškimi. Med njimi so bili Picasso, Cocteau in Stravinski. S sedmimi je imela intimnejše odnose in naj bi neposredno vplivali na njen navdih in poslovni uspeh.

5 Modni butik ob obalnih mestih Deauville in Biarritz so Coco spodbudili k ustvarjanju iz drugačnih materialov, k slogovnemu prenosu od svobodnega moškega k svobodni ženski, zato se je s poslom selila v Pariz na 31 Rue Cambon, kjer hiša Chanel domuje še danes.

6 Ni čisto jasno, od kod je Coco Chanel dobila navdih za svoj logo z dvojnimi C. Enak logotip se namreč nahaja v vitražnem oknu gradu Château de Crémant v Nici (Francija), ki ga je Coco Chanel večkrat obiskala (Click 2019).

Moda Chanel je postajala sinonim za uporabnost, ko je kostim dobil prefinjeno umeščen vodoravni žepek in okroglo urezan ovratnik, po katerih jo še danes brez izjeme in zlahka prepoznavamo. Oblačilni kosi so bili pojem mladostnega nošenja brez napora, a opremljeni z višjimi cenovnimi oznakami, saj je Coco ciljala predvsem na ozaveščene in osvobojene pripadnice premožnejših slojev (Hennessy 2012: 249).

Življenjski slog Coco Chanel je napeljeval tudi na specifičen in prepoznaven izbor barv. S svojimi kolekcijami oblačil in modnih dodatkov je najpogosteje promovirala paleto sivih odtenkov, črno in belo, mornarsko modro in ostajala navdušenka nad bež barvo. Vse barve so izražale odločno žensko, ki je lahko suvereno in svobodomisleno stopala ob bok moškimi izzivalcem. Coco je bila mojstrica dodatkov, s katerimi je v ženstvenosti ohranjala prefinjenost in razkošnost. Med poživitevni dodatki so bili tudi pozlačeni gumbi in torbe s pozlačeno verigo. Kostumski nakit za ženske, ki so se navduševale nad slogom Chanel, pa ni bil le sprejemljiv, temveč celo zelo zaželen. Njeni pionirski vlogi pri opolnomočenju ženske se je pridružila inovativnost v kombiniranju pravih dragocenih in umetnih kamnov – znameniti biseri so bili njeni najljubši (ibid. 2012). Nošenje le-teh je skupaj s krilnim kostimom in znamenitim Chanélovim suknjičem z obrezanim ovratnikom v 60. letih popularizirala celo prva dama ZDA Jackie Onassis, saj je bila velika ljubiteljica sloga za osvobojeno novo žensko. Če ne prej, je v njeni drugi polovici ustvarjalnega življenja postalo jasno, da se je Gabrielle Bonheur Coco Chanel s svojo slogovno čistostjo, natančnostjo in inovativnostjo uveljavila kot modna ikona stoletja.

OSVOBODITEV SPOLNE IDENTITETE

»Men act, woman appear« je slovita Bergerjeva misel, ki ponazarja asimetrijo spolne identitete zaradi aktivnosti moških in pasivnosti žensk. Vloga moškega je, da opazuje in raziskuje nasprotni spol, medtem ko je vloga ženske, da se pusti opazovati in raziskovati nasprotnemu spolu (Berger 1982: 13). Pri tem je oblačenje skozi vso zgodovino igralo pomembno vlogo. Barnard je šel še dlje, saj naj po njegovem »... moški nosi hlače, ženska krilo, moška barva naj bi bila modra, ženska pa roza« (Barnard 1996: 110–119). Ob tem je poskušal evropocentrično definirati, da je 'feminine' sinonim za sramežljivost, skrbnost in vzgojnost, 'masculine' pa za agresivnost, dominacijo in zaposlenost zunaj doma (ibid.).

Toda če je bila moda od nekdaj predvsem način za konstituiranje, signaliziranje in reproduciranje ženstvenosti oziroma moškosti, se je Coco Chanel odločila, da zakoreninjene kode spolne identitete vzame v svoje roke. Individualističnemu razumevanju sveta je dala prednost pred spolnim opredeljevanjem, ko identiteta posameznice ali posameznika ni več del naravnega in vnaprej določenega, temveč odsev osebne in svobodne odločitve. Kot bi zaključil Descamps, šele svobodni upravljamo s svojo psiho-socialno pojavnostjo in vplivamo na širšo družbeno percepcijo sebe kot individualnega in enakopravnega bitja (Descamps 1979). Coco se je zato uprla rezerviranosti nekaterih ključnih oblačilnih in dekorativnih kosov kot izključno moških, da bi ženski revolucionarno pomagala na poti k udobnejši ženstvenosti, uporabnejši prefinjenosti in opaznejši usodnosti. To ji je vsekakor uspelo. Uspelo ji je spričo vseh Chanelovih kulturnih kosov, ki so preživel desetletja modnih smernic in sezonskih kolekcij, saj ostajajo zapisani slogovni brezčasnosti.

Ker ima boj za pravice in svoboščine med spoloma dolgo in pomembno zgodovino, je bilo oblačenje skupaj z jezikom kot izraznima kodoma na tej poti izjemnega pomena. Obleke nastopajo kot »besede, ki jih s svojo podobo združujemo v stavke«. Z njimi se posameznica oziroma posameznik sporazumeva z okolico (Lurie 1981: 5). Coco je s svojo oblačilno izraznostjo pomagala ženskam na poti takšnega sporazumevanja in najširšega družbenega osvobajanja.

Znotraj pluralistične koncepcije kulture pridemo do razumevanja mode kot specifičnega načina življenja, ki zadostuje potrebam po spreminjanju kulturnih aktivnosti in življenjskih standardov. »Moda in oblačenje zaznamujeta in naznanjata družbeno in kulturno realnost. Nastopata kot artefakti, prakse in institucije, ki konstituirajo družbeno zavest, vrednote, ideje in izkušnje« (Barnard 1996: 36). Z oblačilno kulturo Chanel, ki se je sčasoma institucionalizirala, se je spremenila družbena zavest v razumevanju nove ženske, močne in neodvisne, z novimi vrednotami, zamislili in željami, ženske, zazrte v prihodnost. Kot je uspelo redkim modnim oblikovalcem, med njimi znamenitemu francoskemu Jeanu Patouju, je Coco Chanel za naslednja stoletja žensko osvobodila formalističnih oblačil. Čeprav je Coco zaznamovalo ustvarjanje v povojnem duhu, je bila začetnica ustvarjanja modernistične ženske in je vplivala na mnoge kasnejše modne trende. Pred prvo svetovno vojno, leta 1910, je v Parizu odprla prvo prodajalno klobukov, ki je privabljala številne



Slika 1: Sproščena prefinjenost Chanel iz džersija in svile, april 1926

nekonvencionalne ženske, z njeno modo so se začele spogledovati tudi predstavnice tedanje družbene elite. V 20. in 30. letih je razvila prepoznavno oblačilno linijo, ki je s pametnimi poenostavitvami, dotedaj videnimi le pri moški modi, sledila trezni in zbrani uporabnosti oblačil iz povojnega časa (Cosgrave 2012: 18 ff.).

Ženske so se opogumile in dobesedno posvojile sproščene obleke Chanel iz džersija in tvida, do takrat rezervirane za mornarje, kot tudi kasnejši racionalen premik k sproščenim srajcam in hlačam s širokim dnom, do takrat rezerviranim za moške. Prihod male črne obleke, do takrat rezervirane za ža-lovanje, je odmeval še vsa naslednja desetletja, ležernejša krajša krila so bila razgrabljena, slovanske linije ženskega kostima in kostimski nakit, do takrat rezerviran za najpremožnejše, ter modni dodatki – nakit, torbice in parfumi

– pa so postali zaščitni znak nove ženske 20. stoletja. Chanelovi modni kosi so prinašali brezčasnost sproščene privlačnosti ter vsa desetletja ostali odraz zračne mladostnosti in očarljivosti brez napora, ki jo je poosebljala Coco Chanel. Ne preseneča torej, da je Coco Chanel edina modna ikona, ki se je znašla na seznamu revije *Time* med 100 najvplivnejšimi ljudmi 20. stoletja in ki se je uvrstila med 50 največjih žensk, ki so po izboru Hortona zgodovinsko spremenile svet (Horton 2007: 103).⁷

KULTI PRIVLAČNE SPROŠČENOSTI

Za Coco Chanel je bila moda več kot le zapoved, ki živi v oblačilih: »Moda je na nebu, na ulici, moda je povezana z zamislimi, način, kako živimo, kaj se dogaja okoli nas« (Hennessy 2012: 248). Ker je izhajala predvsem iz svoje deške postave, je Chanel v modo vnašala širokogleden pristop z zapovedmi siceršnjega »moškega« udobja in enostavnega nošenja, kar je zaznamovalo »novo« žensko. Njej lastni način življenja in pojavnost sta poosebila modernistične ideale, podprte z močno publiciteto, kar ji je tedaj in za vedno omogočilo trden in ikoničen status. Coco Chanel je s svojimi kreacijami za vedno spremenila način, kako ženske razumejo sebe in »kako se nosijo«. In neomajno je verjela v preobrazbo, da se z njenimi kreacijami tudi nepremožni lahko nosijo kot milijonarji (Pendergast 2004: 792).

Zatегоvalni steznik samo zato, ker je družbeno sprejemljiv? A ne s Coco. Zaradi mode Chanel ženske niso bile več dekorativni predmet in bogastvo moških, ampak na pravi poti do neodvisnosti. Ženskam je s samosvojo, uporniško držo ter prepoznavnimi oblačilnimi kosi, dekorativnimi dodatki in dišavami demonstrirala, da so lahko v vsakem pogledu svobodne – če so za svobodo pripravljene plačati ceno. Ne glede na mnoge družbene kritike je Chanel vedno zagovarjala svojo modo in pogled na stvari, kar je bilo v obdobju njenega ustvarjanja pogosto škandalozno, a se je na koncu obrestovalo z revolucijo v oblačilni industriji in, kar je še pomembneje, z zgodovinskim korakom v osvobajanju sodobne ženske.

⁷ Med ostalimi ženskami, ki so po njegovem zaznamovale človeško zgodovino, so tudi Kleopatra, Marija Magdalena, Katarina Velika, Elizabeta I., Emmeline Pankhurst, Jane Austen, Amelia Earhart, Marie Curie, Florence Nightingale, Marija Terezija, Virginia Woolf, Eleanor Roosevelt, Helen Keller, Anne Frank, Katharine Hepburn, Simone de Beauvoir, Rosa Parks, Eva Peron, Margaret Thatcher, Marilyn Monroe, Germaine Greer, Billie Jean King, Oprah Winfrey, Madonna in princesa Diana.

Džersi

Coco je bila prva modna oblikovalka, ki je za ženska dnevna oblačila uporabila tkanino, do takrat rezervirano za moško spodnje perilo. Džersi je bil po njenem videnju enostaven, praktičen in udoben in v svoji končni Chanelovi stvaritvi popolna antiteza tistega, kar so bila ženska oblačila prej: kompleksna, pretirana in zasnovana okoli neudobnega steznika. Izbira materiala je bila sicer podvržena tudi tedanjemu času, saj je bilo zaradi vojne veliko pomanjkanje dražjih tkanin, ki si jih Coco na začetku svoje kariere sploh ni mogla privoščiti. V njenih poenostavljenih kreacijah so ženske izgledale bolj androgeno, deško, saj je bil džersi prosto padajoč, a svoboda, ki so jo ob nošenju občutile, je bila nezamenljiva in nezaustavljiva. Revolucija za svobodo žensk je bila tako že na pohodu.

Kostim

Kot ugotavljamo, je Coco med prvimi iskala navdih v moških oblačilih za ustvarjanje ženske ikonične mode. Ena izmed najbolj prepoznavnih kreacij je tvidast kostim Chanel. Suknjič ima okroglo urezan ovrtnik s pletenimi oblogami, tri četrt rokavi in je okrašen s kovinskimi gumbi, s spremljajočim ravno rezanim in oprijetim krilom čez kolena. Tak kostim bi bil popolna izbira za povojno žensko, ki si je prizadevala graditi kariero na delovnem mestu, kjer prevladujejo moški. Kostimu Chanel so bile naklonjene mnoge znane osebnosti in kultne ženske, kot sta na primer Audrey Hepburn in Grace Kelly, v zgodovino pa se je za vedno vtisnil, ko ga je nosila Jackie Kennedy na dan umora svojega moža. Seveda so obstajale še nekatere druge uporabne različice Chanelovih kostimov, ki so se kombinirali z drugimi oblačilnimi kosi in okraševali z značilnim Chanelovim nakitom (Laver 1995: 272–275).⁸

Hlače za ženske

Coco je oblekam sprostila opasje, krila je skrajšala, da so postala uporabnejša. In potem je nastopil trenutek za prevrednotenje do tedaj moškega kosa oblačila – hlač. Čeprav so ženske med vojno morale pogosto nositi hlače, ko

8 Klasičen kostimski suknjič Chanel je imel v višini kolkov štiri žepe z ravnim izrezom. Lahko se je nosil odprto, z daljšo verižico v višini prsnega koša ali celo do pasu, običajno na enojno zapenjanje s kovinskim gumbom ali preprosto zadrgo. Podloga jakne naj bi se ujemala z zunanjo tkanino ali bluzo. S klasičnim Chanelovim kostumom se je najpogosteje nosilo bluzo pastelne barve s svilenim ovrtnikom.

so opravljale tradicionalno moška opravila, je Chanel igrala veliko vlogo pri pospeševanju njihove priljubljenosti kot ženskega oblačilnega kosa. Začelo se je na plaži letovišča Deauville, ko se ni želela izpostavljati in se je odločila, da bo namesto plavalnega kostuma nosila mornarske hlače. Slog se je hitro razširil, saj so jo posnemale številne privrženke. Sposodila si je moško sproščenost in suverenost, da bi posodobila žensko modo z nošenjem hlač in uvedbo funkcionalnih športnih oblačil. Kasneje je javno obžalovala, da je njena odločitev vplivala na potek modne zgodovine, saj jih premnoge ženske nosijo celo na svečani večerji (ibid. 1995).

Mala črna obleka

Chanel je za svoje modne klobuke in ohlapna oblačila, na oblikovanje katerih so vplivale predvsem njene življenjske želje, nekoč dejala: »Luksuz mora biti udoben, sicer ni razkošje.«⁹ In kmalu je nastopil nov oblačilni element, ki ji ni dal miru. Tedaj modni mavrični blues, v katerega so oblačili njeni stanovski kolegi, jo je precej vznemirjal: »Te barve so nemogoče, ženske, oblekla vas bom v črno!« (Montalembert 2011: 63) Danes si je težko predstavljati svet brez črnine kot brezhibne elegance pri izbiri obleke, toda pred Chanel je bila črna barva rezervirana za pogrebe in žalujoče vdove. Coco je oživila črno obleko v novi podobi, da je majhna črna obleka (PRN – *petite robe noire*, LBD – *little black dress*) postala sodobna koktajl obleka in kultni kos naslednjega stoletja. Dodala je še znamenito garderobno sponko, ki so jo leta 1926 objavili v reviji Vogue s skico preproste črne obleke in jo označili za »žarek, ki bi ga nosil ves svet« (prim. Pendergast 2004).

Nakit

Oblikovalec Paul Poiret je bil med prvimi, ki je v svojih kolekcijah uporabil bižuterijo. Toda pravi trend se je zgodil z nakitom Chanel, ko je Coco predstavila ujemanje ponarejenih velikih biserov skupaj z dragimi kamni. Dekorativna ekstravaganca je bila popolna spremljava njenih minimalistčnih oblačil. Modna gurujka je menila, da je najbolje imeti kup ponarejenih draguljev ter enega ali dva prava, s čimer so se strinjale vse njene premožne in petične stranke. Čeprav je trg s ponarejenim nakitom obstajal že prej, je bil rezerviran

9 Le luxe doit être confortable, sinon ce n'est pas du luxe.



Slika 2: Coco Chanel v svojem elementu,
v znamenitem salonu na 31 Rue Cambon v Parizu

za tiste, ki si niso mogli privoščiti pravega posla. Z nakitom Chanel je bilo od tedaj naprej drugače.

'Suntan'

Na začetku 20. stoletja je bila bleda koža, ki je bila mestoma in priložnostno porjavela, povezana z nižjimi sloji. Leta 1923 pa je Coco Chanel iz sonca naredila pravi modni hit, ko se je s križarjenja po francoski rivieri vrnila v Pariz zagorela. Vsi so občudovali njeno temnejšo polt in hiteli slediti tej naravni 'preobleki'. 'Suntan' (ali po slovensko 'porjavelost') je postal znak bogastva in lepote, trend s trajnimi učinki. Coco se lahko torej zahvalimo tudi za priljubljenost poletno zagorele polti.

Parfum

Dvajseta leta 20. stoletja so bila pomembna za osvobajanje ženske z drznim navdihom, ki so ga prinašale nove dišave. Do tedaj so bile narejene iz čistih ekstraktov posameznih cvetov, zato je parfum Chanel postal pojem edinstvene dišave, ki je združila in mešala dva različna vonja pri ustvarjanju parfuma številka 5. Leta 1920¹⁰ je Coco ustvarila Chanel N° 5, prvi vonj, ki je namerno dišal umetno. Narejen je bil tudi iz nenaravnih sestavin, za razliko od običajnih parfumov, ki so bili ustvarjeni s cvetnimi sestavinami. Čeprav je bil že omenjeni Paul Poiret prva modna hiša z lastnim parfumskim vonjem, je oblikovalec zgrešil s potezo odklonitve svojega imena na steklenici. Chanel je bila vizionarka z dušo svobodne sodobne ženske, zato je svoje ime domiselno postavila na parfum številka 5 in Chanel N° 5 se je naglo širil na nove trge. Vse do danes je linija parfumov Chanel obdržala sloves kultnih vonjev, ki jih je težko preglasiti (ibid. 2004).

»Obleko opaziš, kadar je ženska slabo oblečena, kadar je oblečena brezhibno, opaziš žensko« (Cosgrave 2012: 138) je misel, ki je Coco Chanel izstrelila med največje ustvarjalne ikone v zgodovini človeštva. In njena zapuščina zato ostaja z nami.

Povzetek

Gabrielle Bonheur 'Coco' Chanel je ustvarjalna ikona, ki je novo žensko osvobajala od tisočletja narekovanih kodov oblačenja, stereotipnih vzorcev vedenja in klišejskega spolnega in statusnega poenostavljanja. Mala črna obleka je postala sinonim za prefinjenost, ženstvenosti je nadela značaj sproščenosti, žensko pa je opolnomočila s brezčasnimi oblačilnimi kosi ter opremila z navdihujočimi kosi nakita, prepoznavnimi dekorativnimi dodatki in drznimi dišavami. Od tedaj naprej so lahko ženske z modo Chanel suvereno in svobodomiselnostopale ob bok moškimi. Coco se je uprla rezerviranosti oblačilnih in dekorativnih kosov in tkanin kot izključno moških, da bi ženski revolucionarno pomagala na poti k uporabnejši eleganci in opaznejši usodnosti. Nedvomno ji je uspelo. Novi ženski je omogočila, česar prej ni mogla imeti: praktičnost, mladostnost, brezčasnost in svobodo, kar je bilo v začetnem obdobju ustvarjanja Coco Chanel pogosto škandalozno. A se je obrestovalo z revolucijo v oblačilni industriji in, kar je še pomembneje, z zgodovinskim korakom v osvobajanju sodobne ženske.

Summary

Gabrielle Bonheur 'Coco' Chanel is a creative icon who has freed the 'new' woman from the millennium of dictated dress codes, stereotypical behaviors and clichéd sexual and status simplification. Little black dress has become synonymous of sophistication, to

10 Nastanek parfuma datira v leto 1920, medtem ko se je distribucija začela 1921 (Mazzeo 2012: 97 ff.).

femininity she gave the character favour of relaxation, while empowered woman with timeless clothing pieces and equipped them with inspiring pieces of jewelry, distinctive decorative accessories and bold fragrances. Since then, with Chanel fashion women were able to step sovereignly and freely aside of male. Coco resisted the reservation of clothing and decorative pieces and fabrics as exclusively masculine in order to help the revolutionary woman on her journey to a more a more useful elegance and a more noticeable fatality. No doubt she succeeded. She gave the new woman what she could not have before: practicality, youthfulness, timelessness and freedom, which was often scandalous at the time of her creation. But it has paid off with a revolution in the clothing industry and, more importantly, with a historic step in liberating the modern woman.

Seznam literature

- BARNARD, Malcolm (1996): *Fashion as Communication*. London; Routledge.
- BERGER, John (1982): *Ways fo Seeing*. London; Harmondsworth: Penguin Books.
- CHANEY, Lisa (2011): *Chanel: An Intimate Life*. London: Penguin Books.
- CHARLES-ROUX, Edmonde (2005): *Coco Chanel. Ein Leben*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- CLICK, Calvy (2019): Do You Know the Story behind Chanel's Interlocking C Logo? V: Who What Where. <https://www.whowhatwear.co.uk/the-story-behind-chanel-logo/slide18> (pridobljeno: 01. 03. 2020).
- COSGRAVE, Bronwyn (2012): *Vogue on Coco Chanel*. London: Quadrille Publishing.
- DESCAMPS, Marc-Alain (1979): *Psychosociologie de la mode*. Paris: Presses Univeritaires de France.
- HENNESSY, Kathryn (ed.) (2012): *Fashion: The Definitive History of Costume and Style*. New York: Smithsonian.
- HORTON, Ros / SIMMONS, Sally (2007): *Women Who Changed the World*. London: Quercus.
- KONIG, Rene (1967): *Kleider und Leute zur Sociologie der Mode*. Frankfurt am Main: Fischer Bucherei.
- LAVER, James (1995): *Costume and Fashion*. London: Thames and Hudson.
- LURIE, Alison (1981): *The Language of Clothes*. London: Random House.
- MAZZEO, Tilar J. (2012): *Chanel N°5*. Hamburg: Hoffmann und Campe Verlag.
- MONTALEMBERT, Catherine de (2011): *Coco – Facetten einer Ikone*. München: Knesebeck G.m.b.G. & Co. Verlag KG.
- PENDERGAST, Tom; Sarah (2004): *Fashion, Costume and Culture*. Farmington Hills: Thomson Gale.

Seznam slik

- Slika 1: LAVER, James (1995): *Costume and Fashion*. London: Thames and Hudson (pridobljeno: 20. 02. 2020)
- Slika 2: HENNESSY, Kathryn (ur.) (2012): *Fashion: The Definitive History of Costume and Style*. New York: Smithsonian.



FENOMEN CHANEL V KONTEKSTU AMERIŠKEGA KULTURNEGA FENOMENA

Lara Burazer (Ljubljana)

UVOD – DEFINICIJA POJMA KULTURA

Pojem kulture (kot tudi kulturnega fenomena) se z vidika ustreznosti definicije izkazuje kot izmuzljiv koncept, saj gre za abstraktno družbeno kategorijo, ki se pojavno izraža na različnih aspektih družbega delovanja. V skladu z zapisom v dokumentu Sveta Evrope FREPA – *A Framework of Reference for Pluralistic Approaches to Languages and Cultures* (Candelier et al., 2012),¹ ki se loteva kompleksnosti definiranja kulture, bi lahko ta družbeni pojav opredelili po treh osnovnih komponentah, opisanih v FREPA modelu:

- 1) produkti (*products or knowledge/savoir*)
- 2) filozofski pogledi (*philosophical perspectives or attitudes/savoir-être*)
- 3) vedenjski vzorci (*behavioural practices or skills/savoir-faire*) (ibid., lasten prevod).

1 Spletni vir (sledi povezavi v seznamu literature).

Abstraktna in obenem kompleksna narava pojma kulture (in z njo povezanega pojma kulturnega fenomena) se torej kaže že v izhodišču, ob poskusu ubeseditve ustrezne definicije. Podobno se zgodi ob poskusu točne opredelitve ameriške kulture: katere družbene prakse (običaji in navade) štejejo kot specifično ameriške kulturne manifestacije?

OPREDELITEV IN PERCEPCIJA AMERIŠKE KULTURE

Rezultati nedavne raziskave (izvedene med letoma 2017 in 2019 s študenti Oddelka za anglistiko Filozofske fakultete v Ljubljani, UL)² odražajo percepcijo sodobne študentske populacije, ki ameriško kulturo povezuje predvsem z medijskimi vsebinami (televizijo in filmsko produkcijo, pa tudi internetnimi mediji, kot so na primer družabna omrežja).

Na vprašanje »Kje/Na kakšen način se srečujete z ameriško kulturo?« so respondenti podali spodnje odgovore, razvrščene od najbolj do najmanj pogostega:

- popularni mediji:
 - o serije
 - o glasba
 - o hollywoodska produkcija
 - o TV
 - o reklamna sporočila
- internetne vsebine
- šport
- jezik (angleščina, ameriški naglas)
- literature, študij
- prijatelji & znanci iz ZDA.

Pri vseh zgoraj naštetih kategorijah (razen zadnje: prijatelji in znanci iz ZDA; *friends & acquaintances from the US*) gre pravzaprav za abstraktne vsebine, ki so podvržene široki diseminaciji in kot take v svetovnem merilu dosegajo visoko raven prepoznavnosti in priljubljenosti. To je tudi eden izmed pojavnih parametrov, po katerem se ameriška kultura uvršča med 'velike kulture' (v primerjavi s slovensko, na primer, ki se po prepoznavnosti

2 Za podrobnejše informacije cp. objavo in predstavitev rezultatov raziskave (Burazer 2019: 12).

in priljubljenosti v svetovnem merilu uvršča med 'majhne kulture'). Drugi parametri razsežnosti kulture so še številčnost prebivalstva (kjer se ZDA, takoj za Kitajsko in Indijo, uvrščajo na tretje mesto)³ in geografske oziroma ozemeljske razsežnosti države (kjer se ZDA uvrščajo na četrto mesto, takoj za Rusijo, Kanado in Kitajsko).⁴

Velikost kulture po zgoraj opredeljenih demografskih in geografskih kriterijih sicer ni nujno v neposredni povezavi z njeno razširjenostjo in vplivnostjo, vendar se v primeru ZDA izkazuje, da je ameriška kultura tista, ki se v svetovnem merilu kaže kot prevladujoča in zato postaja, podobno kot angleščina, v svoji pojavnosti 'globalna'. V tej razsežnosti in posledično svetovni prevladi na mnogih trgih, predvsem z vidika izvoznih ameriških kulturnih produktov (kot so hollywoodska filmska produkcija, avtomobilska industrija, blagovne znamke hitre prehrane, energetske viri, bančništvo in podobno) se kaže moč prisotnosti ameriške produkcije na domačih in tujih trgih, s tem pa posledično tudi zahtevnost prodora tujih produktov na ameriški trg.

V tem kontekstu se hollywoodska filmska produkcija in ameriška avtomobilska industrija, vsaka na svojem področju, pojavljata kot dva najvidnejša ameriška kulturna 'atašeja'. Čeprav gre za na videz zelo različne produkte, imata filmska in avtomobilska industrija v ameriškem kulturnem prostoru nekatere stične točke. Pri obeh gre za masovno produkcijo, namenjeno široki paleti uporabnikov, za cenovno dostopne produkte za vsakdanjo rabo in s praktično (*hands-on*) vrednostjo.

FENOMEN CHANEL V AMERIŠKEM KULTURNEM PROSTORU

Ob zgornji opredelitvi ameriške hollywoodske in avtomobilske produkcije in njenega načina umeščenosti v kulturni prostor ne preseneča dejstvo, da se je že ob predstavitvi skice leta 1926 Chanelova kreacija 'črne oblekice' (ali LBD – *Little Black Dress*) uspešno umestila v ameriški kulturni prostor, saj je po svojih značilnostih, ki jih je revija *Vogue* opredelila kot *praktično in uporabno/nosljivo* (*ready-to-wear*),⁵ ustrezala zahtevam ameriškega tržišča. V

3 <http://worldpopulationreview.com/> (pridobljeno: 10. 03. 2020).

4 <https://www.worldometers.info/geography/largest-countries-in-the-world/> (pridobljeno: 10. 03. 2020).

5 <https://fashionstyleguru.wordpress.com/2012/07/27/coco-chanel-dress-the-story-of-chanel-little-black-dress/> (pridobljeno: 10. 03. 2020).

svoji genialni preprostosti je LBD odražala dva bistvena aspekta teh zahtev: široka aplikativnost in splošna dostopnost tako na konceptualni/oblikovni kot cenovni ravni (ponudba je z vidika cenovne primernosti zajemala tako rekoč celotno paleto variacij kreacije za vse družbene sloje; »a simple black dress in crêpe de Chine«).⁶

Odmevnost te kreacije se je nadaljevala v desetletja po predstavitvi in vse do danes. Naravnost senzacionalen je bil odziv na (sicer Givenchyjevo) LBD, ki jo je leta 1961 hollywoodska diva Audrey Hepburn nosila v legendarnem filmu *Zajtrk pri Tiffanyju* (*Breakfast at Tiffany's*). Nedvomno gre za eno najbolj prepoznavnih oblek v vsej kinematografski zgodovini, ki je bila leta 2006 na dražbi prodana za vrtočlavih 476 tisoč britanskih funtov.

Chanelova kreacija je z idejo preproste elegance dosegla učinek občutka vključenosti množic in se iz francoskega razvila še v ameriški in globalni fenomen. To potrjuje tudi zapis Rhonde Garelick, ki je v svoji monografiji iz leta 2014⁷ Chanelovo kreacijo opisala kot »a little bit of nothing, yet a masterpiece« – mojstrovina, ki jo odlikuje preprostost, s katero je Chanelova kreacija postala globalni trend še pred razvojem globalno dostopnih tehnologij in s katero se je že takrat lahko ponašala v vlogi trend-setterja, oziroma v sodobnem kontekstu t. i. *influencerja*, in to še pred razmahom internetnih medijev in socialnih omrežij.

Tudi v tem aspektu se odraža presečna vrednost LBD s fenomenom ameriške kulture, ki jo, kot hollywoodske zvezde, ravno tako zaznamuje neke vrste zvezdniški status (*celebrity status*) (prim. Burazer 2020: 26). Čeprav slednji morda zveni glamurozno, se v primeru ameriške kulture pogosto izkaže prej za pomanjkljivost. Visoka raven prepoznavnosti in množično poistovetenje z nekim fenomenom v uporabniku pogosto vzbudi občutek domačnosti (*familiarity*) (ibid.)⁸ in s tem občutek ali celo pravico do lastništva (*ownership*) (ibid.: 60), kar se v primeru ameriške kulture odraža v obliki sodbe (*judgement*) (ibid.: 61); uporabnik vsebine presoja v skladu s svojimi vrednotami. To pa ima včasih za posledico negativen odnos do – v tem

6 <https://www.marieclaire.co.uk/fashion/little-black-dress-524293> (pridobljeno: 10. 03. 2020).

7 Garelick 2014 (spletni vir).

8 »Globally speaking, the effect of the omnipresence and what we might refer to as 'celebrity status' of American culture is that most people would perceive it under the impression that they are familiar with it...« (Burazer 2020: 58).

primeru – ameriške kulture kot svetovnega in splošno prepoznavnega fenomena (*attitude*) (ibid.: 63).

V primeru fenomena Chanel se slednje – presoja oziroma (*attitude*) – ne izkazuje v negativni različici, pač pa je zaradi svoje uporabnosti in splošne dostopnosti LBD v globalnem, in s tem tudi ameriškem merilu, deležna pretežno pozitivnega odziva. Učinek globalnega fenomena, ki je primerljiv z razširjenostjo in prepoznavnostjo ameriške kulture v svetovnem merilu, kulminira v ustvarjanju prostora v območju t. i. medkulturnosti (*interculturality*) (ibid.: 26), ki presega razsežnosti lokalnih kulturnih meja in v globalnem smislu uvaja spremembe v kulturnih praksah.

Eden izmed učinkov tovrstnega globalnega fenomena je osvobajajoč občutek vključenosti oziroma izkušnje biti del nečesa globalnega. Čeprav se morda v nekaterih aspektih družbenega delovanja čuti, kot da se ameriška kultura nagiba k ohranjanju določenih konservativnih družbenokulturnih praks, jo obenem zaznamuje tradicionalni svobodnjaško naravnani duh, zapisan v temeljnem ameriškem dokumentu – v ameriški ustavi (*Constitution of the United States of America*);⁹ ta poudarja pravico do življenja, svobode in iskanja sreče (*the right to life, liberty and the pursuit of happiness*), ki je pomemben opomnik pomena nedotakljivosti temeljnih človekovih svoboščin. Chanelovo LBD tudi po tem parametru odlikuje pozitivna umeščenost v ameriški kulturni prostor, saj je po besedah Voguea s svojo »boyish-garçonne-look« presegla nekatere ustaljene vzorce ter s svobodnjaško naravnanoostjo do raznolikosti (*diversity*) pomagala zacementirati svoj sloves poosebljene modernosti.¹⁰

Predstavnik Forda, velikana ameriške avtomobilske industrije, je ob predstavitvi Chanelove LBD kreacije pripomnil, da gre za Chanelovega 'Forda' – kreacijo, ki jo bo nosil cel svet – »The Chanel 'Ford' – the frock that all the world will wear« (ibid.). Povezavo med brandoma je označil na ravni produktov, ki ženskam omogočajo mobilnost, se jih lahko masovno proizvaja in hitro postanejo nepogrešljivi: »[...] both conferred mobility upon women, both could be manufactured on a mass scale, and both would soon be indispensable« (ibid.). Pojem mobilnosti se tesno povezuje z ameriškim kulturnim konceptom svobode (*liberty*), ki je na nek način podprta z masovno proizvodnjo široko

9 https://www.senate.gov/civics/constitution_item/constitution.htm

10 https://www.metmuseum.org/toah/hd/chnl/hd_chnl.htm (pridobljeno 08. 06. 2020)

dostopnega nepogrešljivega produkta: »American women at every level of consumption knew the importance of a practical “Well-mannered Black”«,¹¹

LBD je poleg zgoraj opisanega imela še en pomemben osvobajajoč učinek, in sicer v povezavi s percepcijo črne barve – črne obleke – znotraj ameriškega kulturnega prostora. To je bilo v obdobju pred LBD večinoma možno zaslediti v kontekstu uniform za služinčad ali primernih oblačil za žalujoče vdove. Chanelovi kreaciji je v svoji preprostosti in obenem drznosti uspelo presekati povezavo med obleko črne barve in neprivilegiranimi družbenimi skupinami ter ji utrditi prostor vključujočega in družbeno povezujočega fenomena. V ameriškem kulturnem kontekstu je črna obleka postala simbol privilegiranosti in dostopnosti v enem, t. i. *Ford-like freedom*: »The little black dress turned the color associated with housemaids' uniforms and widow's weeds into a marker of privileged yet ... accessible – and somehow American (Ford-like)-freedom.« (ibid.).

PERCEPCIJA GLOBALNEGA FENOMENA

Sodobni trendi medkulturnega povezovanja v svetovnem merilu so tisto, kar bi lahko poimenovali osnovna definicija procesa globalizacije. V prvi vrsti gre torej za neke povezovalne tendence, ki naj bi se odvijale v smeri integracije človeštva na globalni ravni, predvsem izhajajoč iz interesov za neoviran pretok in dostop do informacij ter s tem do sodobnih dosežkov in znanja. V večji meri nam to danes uspeva – tudi in predvsem – s pomočjo angleščine, ki predstavlja glavno orodje pri premagovanju jezikovnih ovir. Obenem se ob enostranski kulturno-jezikovni prevladi, ki jo pogosto zaznavamo kot zgolj ameriško, spontano poraja strah pred izginjanjem svetovne kulturno-jezikovne pestrosti.

Koncept globalnega trenda, kakršen se odraža v primeru angleškega jezika (ki ni le prevladujoča *lingua franca*, ampak se je razvil v t. i. *lingua globala*,¹² ali ameriške kulture, ki si je s svojo prodornostjo ustvarila prostor in posledično beleži prisotnost v večini držav po svetu), je neredko predmet kritične obravnave z aspekta ohranjanja jezikovne in kulturne raznolikosti sveta. Strah pred tem, da bi ameriška kultura, katere prodornost je v veliki meri tudi zasluga

11 <https://fashion-history.lovetoknow.com/clothing-types-styles/cocktail-dress>

12 Prim. Burazer 2020: 115.

angleškega jezika, kot orodja, ki omogoča dostopnost informacij in s tem hitro diseminacijo kulturnih vsebin, prevladala kot neka *cultura globala* (ibid.) ter s tem podpirala proces kulturno-jezikovne uniformiranosti sveta, je eden izmed glavnih razlogov za negativni pristop do koncepta ameriške kulture, kot smo ga že opredelili (prim. poglavje *Opredelitev in percepcija ameriške kulture*). Ameriška kultura in angleški jezik se v tej diskusiji pojavljata kot destruktivni sili, ki botrujeta uničenju kulturno-jezikovne pestrosti sveta.

Chanelova kreacija ima podobno povezovalno vlogo globalnega trenda, saj s svojo uporabnostjo in dostopnostjo povezuje ljudi v svetovnem merilu. Na nek način bi bilo upravičeno pričakovati, da bi se do nje potencialno lahko razvil podoben odnos, kot do ameriškega globalnega kulturno-jezikovnega fenomena, vendar se to v primeru LBD ni zgodilo. Chanelova kreacija že skoraj stoletje uživa prepoznavo in drži svoj prostor na mednarodni ravni, morda zato, ker gre pri fenomenu Chanel predvsem za brisanje družbenih in premoženjskih razlik, ki mu je večina naklonjena, in ne brisanju kulturne pestrosti.

Stična točka med fenomenom Chanel in ameriškimi kulturno-jezikovnimi trendi je tudi v tem, da je angleščina jezik, ki so jo domači govorci dali na razpolago svetu v uporabo z zadostno mero odprtosti in prilagodljivosti, da jo lahko spreminja oziroma modificira v skladu s potrebami in jezikovnimi značilnostmi dotičnih etnično-jezikovnih skupin. Ta pristop je zelo drugačen od odnosa večine drugih, zlasti manjših svetovnih narodov do svojega jezika (med njimi tudi Slovencev), ki v procesu razvijanja posameznih etnično obarvanih različ lastnega jezika vidijo predvsem nevarnost za njegovo izginotje. Pa vendar se je v primeru angleščine izkazalo ravno nasprotno: s tem ko je bila dana na razpolago in v uporabo tujejezikovnim skupinam, brez strahu, da bi s tem kaj izgubila, se je angleščina v vseh svojih etnično obarvanih variantah močno obogatila, razširila in se razvila v globalni jezik. V slednjem tiči povezava s fenomenom Chanel, ki se je ravno tako uspel obdržati v mnogih etničnih in kulturnih družbenih kontekstih, koncept LBD pa tudi v številnih kulturno obogatenih in etnično obarvanih različicah.

ZAKLJUČEK

Zdi se, da globalni fenomeni, kot je fenomen Chanel, svet na nek način povezujejo in združujejo v integrirano skupino človeštva. Nasprotno pa lahko

podoben fenomen, kot sta na primer ameriška kultura in angleški jezik, v strahu pred uniformiranostjo po nekaterih kriterijih svet razdružuje. To ne spremeni dejstva, da se svet z neustavljivo silo ves čas spreminja. Spremembe so naša stalnica, zato je pomembno, da njihovo neustavljivo naravo sprejemamo in jim omogočimo, da s kreativnostjo uvajajo novitete na ravni svetovnega družbenega konteksta in posodablajo ustaljene kulturne prakse, kot je to vrhunsko uspelo fenomenu Chanel.

Povzetek

Pojem kulture je zapleten koncept, ki se odraža v kompleksnosti oblikovanja sprejemljive in natančne definicije. Podobno velja tudi za koncept ameriške kulture, ki s svojo prisotnostjo v večini kulturnih prostorov na globalni ravni predstavlja svojevrsten fenomen. V članku se avtorica v uvodnem delu osredotoča na izziv definiranja kulture in opredelitve pojma ameriške kulture, nadaljuje pa z umestitvijo fenomena Chanel v kulturni kontekst, s specifično referenco na ameriško kulturo. Z obravnavo nekaterih tipičnih kulturnih specifik avtorica analizira fenomen Chanel v kontekstu njegove umeščenosti v ameriški kulturni prostor in ga z osvetlitvijo stičnih točk in analizo razlik osmisli v širšem, globalnem kontekstu. Rezultate analize interpretira v okviru izsledkov raziskave o odnosu do ameriške kulture. V zaključku opozori na večplastnost učinkov globalizacijskih trendov, ki kot znanilci sprememb v svetovnem merilu pogosto privzamejo povezovalno vlogo, primer zanje pa je tudi fenomen Chanel.

Abstract

As a concept, culture is not a straightforward one and therefore represents a challenge in any attempt to compose a precise and accurate definition. A similar issue relates to American culture, as it is marked by its global presence in most cultures around the world, and as such represents a somewhat peculiar phenomenon. The article initially focuses on the issue of defining the concept of culture, with specific focus on American culture and its connection to the Chanel phenomenon. It then proceeds with the analysis of culture-specific parameters, as they pertain to Chanel's LBD's place in the American cultural space. The results are interpreted in the context of the research findings on the attitudes towards American culture. The conclusion highlights the multifaceted effects of globalization trends, which often tend to assume the role of connecting humanity at global level, much like the effects achieved by the Chanel phenomenon.

Seznam literature

BURAZER, Lara (2019): Global trends in developing intercultural attitudes. V: LAZOVIĆ, Vesna (ur.), BLAKE, Jason (ur.). *A hundred years, a thousand meanings : book of abstracts*. Ljubljana: University Press, Faculty of Arts: = Znanstvena založba Filozofske fakultete. 2019, str. 12.

- BURAZER, Lara (2020): *Local Attitudes & Global Perspectives: Re-examining (implicit) beliefs and attitudes – an approach to teaching (American) culture*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete UL (v tisku).
- CANDELIER, Michel, DARYAI-HANSEN, Petra, SCHRÖDER-SURA, Anna (2012): *The framework of reference for pluralistic approaches to languages and cultures – a complement to the CEFR to develop plurilingual and intercultural competences*, *Innovation in Language Learning and Teaching*. 6:3, 243–257, DOI: 10.1080/17501229.2012.725252.
- GARELICK, Rhonda K. (2014): *Mademoiselle: Coco Chanel and the Pulse of History*. Penguin Random House Company, New York. https://books.google.si/books?id=VLhzAwAAQBAJ&pg=PT237&lpg=PT237&dq=chanel+little+black+dress+phenomenon+and+the+US&source=bl&ots=NvZaH6dP26&sig=ACfU3U0aLUafmHaprhVnPI3gfuDY-CoW0A&hl=sl&sa=X&ved=2ahUKEwiMoKD25_nAhU14aYKHcmxAVQQ6AEwF3oECAgQAQ#v=onepage&q=chanel%20little%20black%20dress%20phenomenon%20and%20the%20US&f=false (pridobljeno: 08. 03. 2020).
- GOLDSTONE, Penny: *A short yet comprehensive history of the little black dress*. <https://www.marieclaire.co.uk/fashion/little-black-dress-524293> (pridobljeno: 08. 06. 2020).
- KRICK, Jessa: *Gabrielle “Coco” Chanel (1883–1971) and the House of Chanel*. https://www.metmuseum.org/toah/hd/chnl/hd_chnl.htm (pridobljeno 08. 06. 2020).
- LARGEST COUNTRIES IN THE WORLD (BY AREA). <https://www.worldometers.info/geography/largest-countries-in-the-world/> (pridobljeno: 08. 06. 2020).
- LEAPER, Caroline: *1920s fashion history: the women who changed our style forever*. <https://www.marieclaire.co.uk/fashion/1920s-fashion-icons-who-defined-twenties-style-92566> (pridobljeno: 08. 06. 2020).
- O'NEIL, Dennis: *World Diversity Patterns*. https://www2.palomar.edu/anthro/ethnicity/ethnic_5.htm (pridobljeno: 08. 06. 2020).
- SCHRAM DA CRUZ, Elyssa: *Cocktail Dress*. <https://fashion-history.lovetoknow.com/clothing-types-styles/cocktail-dress> (pridobljeno 08. 06. 2020).
- THE CONSTITUTION OF THE UNITED STATES OF AMERICA. Primary source. Dostopno na: »The Constitution of the United States of America: Analysis and Interpretation, Centennial Edition, Interim Edition: Analysis of Cases Decided by the Supreme Court of the United States to June 26, 2013« (PDF). Washington, DC: U.S. Government Printing Office. 2013. p. 49; (11. 05. 2014).
- WORLD POPULATION REVIEW. <http://worldpopulationreview.com/> (pridobljeno: 08. 06. 2020).



KAJ IMAJO SKUPNEGA CHANEL, ČASOPISI IN GLEDALIŠČE?

Marija Mojca Peternel (Ljubljana)

»Da Frauen die Kleider selbst tragen,
sind sie am berufensten,
das Kleid zu schaffen ... «¹

Gabrielle Chanel (K. L. 1949: 6)

UVOD

Zgodbe o slavni Gabrielle Chanel so številne,² prav tako je mnogo napisanega o njeni modi,³ življenju in delovanju.⁴ Za pričujoči prispevek je bila razpo-

1 Dame, ki nosijo obleke, so najbolj poklicane za to, da same ustvarjajo obleke.

2 Omenimo naj jih le nekaj: ERZNOŽNIK, Jure (2011): Antisemitka in nacistična agentka?: Coco Chanel. V: *Mladina*, št. 35, (2. september), str. 54–55; Woolton, Carol, *Fashion for jewels: 100 years of styles and icons*, München [etc.]: Prestel, 2010.

3 BOTT, Danièle (2007): *Chanel: collections and creations*, London: Thames & Hudson; HESS, Megan (2015): *Coco Chanel: the illustrated world of a fashion icon*, Richmond, Victoria: Hardie Grant Books; MAURIES, Patrick (1993): *Jewelry by Chanel*, London: Thames and Hudson, cop.

4 SIMON, Linda (2011): *Coco Chanel*, London: Reaktion Books; GIDEL, Henry (2010): *Coco Chanel: la biografia*, Torino: Lindau; PICARDIE, Justine (2011): *Coco Chanel: the legend and the life*, London: HarperCollins; GARELICK, Rhonda K. (2014): *Mademoiselle: Coco Chanel and the pulse of history*, New York: Random House.

ložljiva literatura zgolj opora oziroma vodilo pri branju nekaterih časopisov iz začetka 20. stoletja. Celoten zapis je namreč nastal na podlagi novic in člankov, ki so jih tiskali zlasti dunajski časopisi v času življenja umetnice, ko se je ta uveljavljala v svetu visoke mode. Prispevek je prvotno želel pokazati reakcije tiska iz prostora, kjer so v tistem času živeli Slovenci, zato je bil predmet raziskave najprej osrednji *Laibacher Zeitung*.⁵ Prelistali smo številke v mesecih, ki so sledili odprtju trgovine Chanel v Deauvillu, in sicer zato, ker je časopis leta 1918, torej pred odprtjem trgovine v Parizu, zamrl. Ker je šlo za meščanski časopis, namenjen v prvi vrsti mestnim gospodom in tudi gopsem, je bilo – v primerjavi z ostalimi takrat izhajajočimi časopisi tega prostora – tu najti še največ člankov, povezanih z modo ali tekstilijami. To so bile zlasti kratke novice, povzete po tujih časopisih kot na primer novica o lepo oblečenih moških, ki jo je neznana Ljubljanka povzela po angleškem časopisu *Daily mail* (N. A. 1910a: 2222). Še največ se je tej temi posvečala rubrika *Tagesneuigkeiten*, v kateri so bralci lahko dobili različne informacije: tako na primer o laseh,⁶ bolj natančno o plešavosti. Neznani avtor povzema zaključke prav tako neimenovanega znanstvenika, da ljudje s svetlejšimi lasmi, ki so lažji in tanjši, hitreje postanejo plešasti (N. A. 1910d: 2272). V omenjeni rubriki na primer najdemo še pisanje o čudovitih barvnih dežnikih, ki naj bi postali modni trend: »[...] und so können unsere Damen es sich gestatten, zu jedem Kostüm einen genau passenden Schirm zu tragen, wie sie es vom Sommer her gewohnt waren« (N. A. 1910c: 2246). Zanimiva pa je tudi tema o 'Nonnenhaube' kot najnovejši modi, ki je po besedah neznanega pisca prišla iz Amerike in ki naj bi podobno kot dežniki prav tako postala precej priljubljena (N. A. 1913: 2031).

Ker je glavna protagonistka pričujočega prispevka močno povezana s parfumi, je zagotovo treba omeniti, da lahko v oglasih Ljubljankne najdemo oglase o drogerijah (N. A. 1911: 932) in parfumerijah, ki jih je bilo v tem času že moč najti v mestu.⁷

5 *Laibacher Zeitung* – izhajal je med letoma 1784 in 1918, njegov založnik je bil Ignaz Alois Edler v. Kleinmayr in je bil največji in najbolj vpliven časnik v Ljubljani v 18. in 19. stoletju. Digitalna knjižnica Slovenije. Ljubljana: NUK. <https://www.dlib.si> (pridobljeno: 08. 11. 2019).

6 Več o tem glej: VEHAR, Maja (2016): *Nega las od preloma stoletja do druge svetovne vojne* (1. del). V: *Zgodovina.si*. <http://zgodovina.si/nega-las-od-preloma-stoletja-do-druge-svetovne-vojne-1-del/> (pridobljeno: 01. 12. 2019).

7 Več o tem glej Marija Počivavšek, En groš & en detail, *Trgovina v Sloveniji do druge svetovne vojne, trendi, strukture prakse*, Celje: Zgodovinsko društvo Celje, 2012.

Gabrielle Chanel je trgovino v Parizu odprla poleti 1922 in odzive na to smo iskali v osrednjih časopisih takratnega slovenskega prostora, predvsem v številkah časopisov *Slovenec*⁸ in *Slovenski narod*⁹. Glede na to, da sta bila omenjena časopisa izrazito politične narave, prav velikega odziva ni bilo pričakovati, kar je raziskava tudi potrdila. Zlasti je to očitno v časopisu *Slovenec*, kjer lahko tekstilije najdemo v precej zanimivih oglasih, če navedemo za primer samo ljubljanskega trgovskega poslovođjo Oroslava Bernatovića: »V Paradižu sta bila brez obleke Adam in Eva, sedaj tega ni treba, ker se dobe vsakovrstne obleke za gospode, dame in otroke v trgovine O. Bernatovića Mestni trg 5–6.« (N. A. 1922b: 16) Omenjeni trgovec je prodajal tudi obleke za koncerte, in sicer:

Salonske in frak obleke od 20 do 30 gld. in višje. V I. Angleškem skladišču oblek v Ljubljani na vogalu sv. Petra ceste in Resljeve ceste št. 3. Največja izber v oblekah za gospode, dečke in otroke in v konfekcijah za dame. Naročila po meri se najfineje, najelegantneje in najhitreje kakor tudi najceneje na Dunaji izgotavljajo (N. A. 1899: 88).

Se pa v oglasih ta časopis podobno kot *Ljubljančanka* ni mogel izogniti parfumerijam, kjer je bilo podobno kot danes moč kupiti še marsikaj drugega tako tudi »zobno čistilno sredstvo« (N. A. 1893: nepaginirano).

Najpogosteje oziroma najbolj strnjeno so oglase v zvezi z modo in parfumerijami oglaševali gledališki listi. Tako lahko za sezono 1924/1925 najdemo oglas za najcenejšo slovito angleško suknjo v Ljubljani Draga Schwaba (Gledališki list 1924: 1), najboljšo kolonjsko vodo pa se je dalo kupiti na Šelenburgovi ulici (današnja Slovenska cesta) številka 5 v drogeriji Adrija (Gledališki list 1924: 6).

V *Slovenskem narodu* je novic, povezanih s tekstilijami malenkostno več, predvsem v poročilih o ljubljanskem sejmu, kjer med drugim izvemo vse o kakovosti Singerjevih šivalnih strojev (N. A. 1922a: 3). V rubriki *Dnevne vesti* je zanimivo obvestilo o *Tečaj[u]* za damsko prirojevanje, ki naj bi v Ljubljani potekal nekaj tednov v dopoldanskih in popoldanskih urah (N. A.

8 *Slovenec* – vodilni časnik političnega katolicizma na Slovenskem, ki je izhajal med letoma 1873 in 1945, najprej tedensko, nato kot dnevnik v založništvu Ljudske tiskarne. Digitalna knjižnica Slovenije. Ljubljana: NUK. <https://www.dlib.si> (pridobljeno: 08. 11. 2019).

9 *Slovenski narod* – izhajal je med letoma 1868 in 1943, in sicer najprej trikrat na teden v Mariboru, po letu 1873 pa je izhajal dnevno v Ljubljani. Bil je političen časopis, prvi slovenski dnevnik in vodilno slovensko liberalno glasilo pred 1. svetovno vojno. Založnik: Narodna tiskarna. Digitalna knjižnica Slovenije. Ljubljana: NUK. <https://www.dlib.si> (pridobljeno: 08. 11. 2019).

1922c: 3). Tekstilije so poleg oglasov bile tudi snov Poizvedb, kjer sta se med izgubljenimi predmeti znašla klobuk ter svilena čepica (N. A. 1922d: 5). To pa je bolj ali manj vse, kar smo lahko našli v pregledu časopisov iz takratnega osrednjega slovenskega prostora. Prav zato in tudi zato, ker so časopisi ogledalo časa, v katerem izhajajo, smo se ozrli še v drugo središče, s katerim smo bili Slovenci v času Gabrielle Chanel še povezani – na Dunaj. Primerjava objavljenih novic v dunajskih in ljubljanskih časopisih na temo slavne umetnice ni bila načrtovana in tudi ne bi bila smiselna, saj so (bile) razlike obeh mest prevelike. Svetovljanski Dunaj, prežet z bogatim duhom zgodovine, kraljev in cesarjev in ostalih aristokratskih gospa, ki so jim obleke pomenile vsaj toliko kot slovenskemu kmetu bogato obložena miza, gotovo ne bi bilo pravično primerjati z Ljubljano. Četudi je mesto gostilo cesarsko krono¹⁰ in čeprav se je, če ne prej, vsaj z gostovanjem Dunajskega kongresa leta 1815 zagotovo vpisalo na politični zemljevid srednjeevropskega prostora, je Ljubljana vendarle ostala le provincialno mesto na robu monarhije do konca njenega obstoja.

UVOD V ZGODBE DUNAJSKIH ČASOPISOV

Cesarski Dunaj je zaradi številne in predvsem raznolike bralne publike predstavljal idealno okolje časopisnemu življenju. Gre za široko paleto časopisov, v kateri najdemo izrazito politične, vseobsegajoče ali pa tudi precej ozko usmerjene časopise, med njimi liste, namenjene izključno dunajskim gospem. Skoraj enak obseg je imela paleta časopisov, ki so tiskali novice in zgodbe o Gabrielle Chanel. Nekateri so bili zgovorni že po naslovu: *Moderne Welt*,¹¹ *Sport im Bild*¹² ali *Wiener Salonblatt*.¹³ Novice o umetnici najdemo še v *Neue*

10 Obisk avstrijskega cesarja v Ljubljani leta 1850 in 1883.

11 *Moderne Welt* – s polnim naslovom *Moderne Welt, Illustrierte Halbmonatsschrift für Kunst, Literatur, Mode*; časopis, ki je izhajal dvakrat mesečno na Dunaju med letoma 1918 in 1939, in sicer pri založbi *Moderne Welt*. V: Österreichische Nationalbibliothek: ONB. <http://anno.onb.ac.at> (pridobljeno: 08. 11. 2019).

12 *Sport im Bild* – časopis je izhajal tedensko, občasno tudi na dva tedna na Dunaju in v Berlinu med letoma 1895 in 1934, in sicer od 1897–1898 pri založbi: Verlag von »Sport im Bild«, Pitcairn-Knowles, Simon Co. GmbH; od 1909: Verlag von August Scherl GmbH. V: Österreichische Nationalbibliothek: ONB. V: <http://anno.onb.ac.at> (pridobljeno: 08. 11. 2019).

13 *Wiener Salonblatt* – izhajal na Dunaju med letoma 1870 in 1938, in sicer najprej dnevno, nato na dva tedna. V: Österreichische Nationalbibliothek: ONB. <http://anno.onb.ac.at> (pridobljeno: 08. 11. 2019).

Freie Presse,¹⁴ *Die Stunde*,¹⁵ *Wiener Kurier*,¹⁶ *Neues Wiener Tagblatt*,¹⁷ *Neues Wiener Journal*¹⁸ in celo v izrazito delavskem časopisu *Freiheit*.¹⁹ Prav slednji je proti pričakovanjem pod naslovom *Pariser Miniaturen* objavil članek o trgovini Chanel (K. 1928: 6–7). V kontekstu nasprotij, ki se tako kot v Ameriki najdejo tudi v Parizu, se je avtor, neki K., posvetil trgovini znane umetnice, njo pa označil za »eine der größten Schneiderinnen.« Opis lokacije trgovine in dogajanja ob njej je precej slikovit in je vreden celotne navedbe:

Besagte Chanel hat ihr Haus in einer Straße, welche zwar die Verbindung zwischen dem Boulevard des Capucines und der Rue de Rivoli, zwei der verkehrsreichsten und lärmendsten Pariser Straßen herstellt, selbst aber kirchenstill und verlassen daliegt. Aber das dauert nur ungefähr bis 11 Uhr vormittags. Dann ändert sich das Bild, Auto auf Auto saust heran. Es sind ausnahmslos Prachtexemplare, Rolls-Royce ist da etwas gewöhnliches, die raffiniertest ausgestatteten Limousinen das selbstverständliche. In diesen rollenden Boudoirs, kostbar mit Seide, Elfenbein, Gold und Silber geschmückt, geheizt und parfümiert und von frischen Blumen belebt, in diesen Wunderwerken einer durch keinerlei Währungsnot beeinflussten Technik sitzen die ebenso kostbar angezogenen und behängten und grundhässlichen Frauen der Nachkriegsgewinner und Konjunkturnutznießer aller Länder (K. 1928: 6).²⁰

- 14 Neue Freie Presse – časopis je izhajal med letoma 1864 in 1939 na Dunaju pri založbi Oesterr. Journal A.G. Izhajanje časopisa je bilo precej različno, na začetku je izhajal 2-krat na teden, zadnje leto je postal dnevnik. V: Österreichische Nationalbibliothek: ONB. <http://anno.onb.ac.at> (pridobljeno: 08. 11. 2019).
- 15 Die Stunde – izhajal je dnevno na Dunaju med letoma 1923 in 1938 pri založbi Kronos-Verlag, od 1928 pa celo dvakrat dnevno. V: Österreichische Nationalbibliothek: ONB. <http://anno.onb.ac.at> (pridobljeno: 08. 11. 2019).
- 16 Wiener Kurier – s polnim imenom für die Wiener Bevölkerung, je izhajal na Dunaju med letoma 1945 in 1955 najprej tedensko, nato dnevno pri založbi Waldheim-Eberle. V: Österreichische Nationalbibliothek: ONB. <http://anno.onb.ac.at> (pridobljeno: 08. 11. 2019).
- 17 Neues Wiener Tagblatt – izhajal na Dunaju med letoma 1867 in 1945, najprej tedensko, nato dnevno, in sicer pri založbi Steyermühl Papierfabriks- und Verlagsgesellschaft, kasnejši Ostmärkischer Zeitungsverlag-Gesellschaft. V: Österreichische Nationalbibliothek: ONB. <http://anno.onb.ac.at> (pridobljeno: 08. 11. 2019).
- 18 Neues Wiener Journal – je izhajal med letoma 1893 in 1939 na Dunaju, na začetku enkrat, nato dvakrat dnevno. V: Österreichische Nationalbibliothek: ONB. <http://anno.onb.ac.at> (pridobljeno: 08. 11. 2019).
- 19 Freiheit – Christlich-soziale Arbeiter-Zeitung je pod tem naslovom izhajal na Dunaju med letoma 1902 in 1934, in sicer tedensko, pri založbi Leopold Kunschak. V: Österreichische Nationalbibliothek: ONB. <http://anno.onb.ac.at> (pridobljeno: 08. 11. 2019).
- 20 Čeprav se Chanelova hiša nahaja v ulici, ki povezuje dve najprometnejši in najhropnejši pariški ulici, je njena lega precej odročna in mirna. To mirno vzdušje traja le do enajste ure dopoldan, ko se slika popolnoma spremeni. Takrat se pred hišo začno ustavljati limuzine, brez izjeme vse dragocene, zato med njimi rolls-royce sploh ne izstopa. V teh odišavljenih in ogrevanih, z dragoceno svilo in ebenovino okrašenih salonih na štirih kolesih, kjer je vse prevlečeno z zlatom in srebrom ter okrašeno s cvetjem, v teh čudesih tehnologije torej sedijo prav tako v draga oblačila odete in okrašene, odurne dame povojnih zaslužkarjev in konjunktturnih izkoriščevalcev dežel.

V dragocene krznene plašče odetim pojavam, ki bog ne daj, da bi v svoje luksuzne avtomobile vstopile brez tuje pomoči, pomagajo šoferji, ki ne smejo zapustiti avtomobila. Pred vhodom v slavno trgovino stoji 'Türaufmacher'. Da so pred vrati tovrstnih trgovin stali *odpiralci vrat*, v takratnem času ni bilo nič nenavadnega. A vendar je bil vratar pred trgovino Chanel nekaj posebnega, pravo nasprotje blišču, ki je stopalo mimo njega v trgovino. Bil je vojni ranjenec, kar je bilo očitno že na prvi pogled:

Er ist einbeinig und seine Brust hängt voller Medaillen, er steckt in einer prächtigen Livree, aber er hat nicht einmal eine Prothese, und wenn es vorkommt, daß infolge zu großen Andranges ein Auto nicht warten will, und die Insassin auf dem Fahrdamm absetzt, dann humpelt dieser beschnurrbartete, hübsche Krüppel auf den Fahrdamm, zwischen an- und abfahrenden Autos hindurch, und öffnet mit der unübertrefflichen Galanterie des Galliers, der ältlichen Schönen die Türe, bietet ihr seinen Arm zum Aussteigen und führt sie sicher in das Haus (K. 1928: 6).²¹

Avtor ne dvomi o njegovem dobrem zaslužku in ugotavlja, da je vedno prijazen in nasmejan. Prav zato je precej zgrožen nad vzvišenim vedenjem pariških dam do njega. Drugo nasprotje, ki ga je pisec besedila videl v trgovini Chanel, je manj pomembno, a zato toliko bolj ljubko:

Während man nicht leicht eine größere Sammlung von Häßlichkeiten an einem Vormittag beisammen sehen kann als dort vor dem Hause Chaneles, kann man in diesem Haus, im Parfümeriegeschäft, das Chanel im Parterreladen eingerichtet hat, eine der schönsten Frauen der Welt ohne Uebertreibung verkaufen sehen (K. 1928: 7).²²

Gre za rusko aristokratsko dekle, visoko, vitko, s svetlimi lasmi in velikimi črnimi očmi, oblečeno v preprosto, a elegantno temno obleko iz svile, zelo ustrežljivo do kupcev, če so le zmožni plačati stekleničko tako zaželenega eliksira. Po mnenju pisca mnogi stopijo v trgovino samo zato, da bi s priкупnim dekletom malo pokramljali. Številnim mimoidočim na pločniku pred trgovino zastane korak, da bi si to lepoto lahko ogledali skozi izložbeno okno (K. 1928: 7).

21 Ima eno nogo, prsi mu krasijo številne medalje, oblečen je v svečano uniformo. Proteze ne nosi in kadar je prevelika gneča ali pa so parkirišča zasedena, takrat to prijetno bradato, pohabljen bitje odšepa med prihajajoče in odhajajoče avtomobile samo zato, da z džentelmenško eleganco odpre vrata, da nudi pomoč dami pri izstopanju iz avtomobila ter da jo varno pospremi v hišo.

22 Medtem ko bomo na enem mestu težko našli toliko grdosti kot prav pred Chanelovo hišo, lahko v njenem pritličju, ki je preurejeno v prodajalno parfumov, vidimo eno najlepših dam na svetu.

Narava besedila se torej ujema z usmeritvijo časopisa, ki je bil namenjen delavcem. Pozitivna naravnost avtorja pa se čuti ne le ob opisu obeh predstavnikov delavskega razreda, ampak tudi do lastnice trgovine.

RAZSTAVE, KONKURENČNI BOJ IN ŠE KAJ

Slava in prestiž slavne Parižanke vejeta praktično iz vseh objavljenih novic, ki so bile vsaj malo povezane z modo. Da je Chanel v modnem svetu res bila na prvem mestu med kreatorji svojega časa, sporoča bralcem neki K. L. v članku *Modezentrum Paris*, ki ga je konec junija 1946 v nedeljski izdaji časopisa objavil *Wiener Kurier* (K. L. 1949: 6).

Jeseni leta 1932 je bila v hiši Chanel razstava nakita, ki je odmevala v *Neue Freie Presse* (N. A. 1932: 5). Neznani avtor se je v uvodu spomnil zime leta 1914, ko je Gabrielle Chanel odprla prvo pariško filialo v hotelu *Hermitage* v Monte Carlu, v kateri je poskušala damam iz vsega sveta razložiti in prikazati pomen prihajajočega *Jersey-Trikotkleider*. Takrat ni niti malo slutila, kakšen vzpon bo doživela, in danes je Gabrielle Chanel po mnenju pisca nespregljiva oseba visoke pariške družbe. V njeni vili na Azurni obali ali v njeni podeželski hiši v okolici Pariza prireja sprejeme za različne družbene kroge. Prav tam je tudi organizirala razstavo nakita neprecenljive vrednosti. Prvič so bili namreč predstavljeni z žensko roko obdelani dragulji v modne namene. Obiskovalci iz vse Evrope so bili ob obisku razstave deležni tudi kosila in večerje. Avtor zaključí besedilo z vrsto pohvalnih in laskavih besed o gostiteljici, ki je »eine Hohepriesterin künstlerischer Wohnkultur« (N. A. 1932: 5).²³

Dunajski *Salonblatt* je v začetku marca leta 1931 nostalgичno poročal o časih, ki so nekoč vladali na področju francoske Riviere (Osterbuch 1931: 16–17). Ostanki preteklega blišča so sedaj le še teniški turnirji in grof Ludi Salm.²⁴ Prizanešeno ni bilo niti visoki modi in trgovinam priznanih stilistov, kot so Madame Chanel, Jeanne Lanvin, Madame Worth, ki so v času razcveta mastno služili, sedaj pa so videti precej ubogo: »Molyneux, Chanel, Jeanne Lanvin, der alte Worth weinen« (Osterbuch 1931: 16–17).²⁵

23 Visoka umetnica kulture bivanja.

24 Ludwig Albrecht Constantin Maria von Salm-Hoogstraeten (24. 2. 1885 Homburg vor der Höhe; † 23.6. 1944 Budapest) je bil avstrijski grof in igralec tenisa. <https://www.sports-reference.com/olympics/athletes> (pridobljeno: 29. 11. 2019).

25 Molyneux, Chanel, Jeanne Lanvin, stari Worth jokajo.

Pri pregledu novic o Gabrielle Chanel smo naleteli na zanimiv zapis neznane-ga avtorja z naslovom *Vorsicht! Konkurrenz schaut zu!*, objavljenega v *Neues Wiener Tagblatt* v rubriki *Das Reich der Mode*. Vsebinsko se članek navezuje na zaščito pred konkurenco, kajti »[d]er Weg des Modespions ist mit Dornen gepflastert« (N. A. 1939: 43).²⁶

V pariškem okrožju, kjer je bilo največ modnih hiš, so vse po vrsti bile oster boj proti vohunom, ki so kopirali njihove modele in jih v Londonu ali Čikagu na modnih revijah predstavljali kot svoje. Zato so bili na modnih revijah prepovedani fotoaparati, risalni blok ali svinčnik, vstop na prireditve pa je bil mogoč le po vnaprejšnji identifikaciji in danem zagotovitvi o nakupu najmanj treh modelov. Coco, »[...] wie die Pariserin die berühmte Modeschöpferin Madame Chanel nennt [...]«,²⁷ je bila precej napredna in je po mnenju pisca svoje modele patentirala:

[...], das heißt sie unterstellt es dem Schutz der Polizei! Die Modelle der Modellekollection werden photographiert und in naturgetreuen Farben gezeichnet, die Photos und Zeichnungen werden in ein Buch geklebt, jedes Modell mit einer detaillierten Beschreibung und einer Nummer versehen, und dann wird die Mappe der zuständigen Polizeibehörde eingereicht, die auf jede Zeichnung ihren amtlichen Stempel drückt. Dieser Polizeistempel bedeutet: „Das Abendkleid Nr. 365 ist hiermit pathentiert“. Taucht das Modell in einem anderen Modehaus oder in den Konfektionshäusern auf, so liegt ein „Modelldiebstahl“ vor, und die Angelegenheit wird behördlich verfolgt (N. A. 1939: 43).²⁸

Zaradi patenta je bil izdelek zaščiten in v primeru zlorab potrjen kazenski ovadbi, ki je v središču naslednje zgodbe.

ZGODBA PARFUMA CHANEL N° 5

Pred opisom te vendarle nekolikanj skurilne zgodbe se uvodoma pomudimo pri zgodovini parfuma oziroma novicah v zvezi z njim. *Die moderne Frau*²⁹ je

26 Pot modnih vohunov je tlakovana s trnjem.

27 [...] kot so Parižanke imenovalle slavno modno ustvarjalko Madam Chanel.

28 [...], kar pomeni, da jo je postavila pod policijsko zaščito! Modele in kolekcijo so poslikali in po-barvali v originalnih barvah, fotografije in slike so nato nalepili v knjigo. Vsak model je bil natančno opisan in opremljen s številko. Na policiji so nato vsak model v knjigi opremili še z uradnim žigom, kar je pomenilo: »Večerna obleka št. 365 je s tem patentirana«. Če se je ta model pojavil v drugi modni ali konfekcijski hiši, je to pomenilo krajo in je bilo kazensko preganjano.

29 *Die moderne Frau* – je izhajal med letoma 1926 in 1928 na Dunaju, in sicer dvakrat mesečno pri založbi Fanny Freund-Marcus, Eugenie Benisch-Dariang. V: Österreichische Nationalbibliothek: ONB. <http://anno.onb.ac.at> (pridobljeno: 08. 11. 2019).

v rubriki *Du solltest schön sein* bralkam nudil nasvete o negi telesa, kuhanju in podobnem, leta 1926 pa je časopis svojim bralkam prinesel tudi poučno vsebino o zgodovini parfuma (N. A. 1926: 17). Neznani avtor (morda avtorica?) je najprej razložil izvor besede »per fumum«, kar naj bi pomenilo »s pomočjo dima« in kar nakazuje izvor v religioznih obredih, ki jih v nadaljevanju na kratko opiše. Časovni pregled se zaključi z ugotovitvijo, da je parum kljuboval vsem viharjem, urejene in elegantne dame pa ostajajo v oblakih njegovih dišavnih odtenkov (N. A. 1926: 17).

Parfuma Chanel 5,³⁰ ki je nastal leta 1921,³¹ in Chanel 22, ki je nastal leto pozneje 1922,³² sta bila kot ena izmed mnogih simbolov hiše Chanel v središču intervjuja nekega E. C. z neimenovano dunajsko gospo. Intervju mit einer schönen Wienrin je avtor podnaslovil s *Vom Puder, Zigarettenrauch, Chanel 5 und Chanel 22*.³³ Pogovor se je nanašal na dišave različnih mojstrov, a izmed vseh znamk je bila le Chanel sposobna narediti svetovno zgodovino:

Sehen Sie die gelblichen Fläschchen, alles Chanel 5 und 22. Chanel hat keine Marken, hat bloß Nummern. Die Chanel ist eine Pariser Schneiderin, die wundervollste der Welt. Sie schafft angezogene Menschen und schafft gleich ihr Parfüm dazu. Sehen Sie sich die Wiener Aristokratie an! Was elegant ist, ist von der Chanel angezogen. Und parfümiert. Das da, bitte, riechen Sie, ist Chanel (E. C. 1926: 5).³⁴

Navdušenje avtorja ob Chanelovih stvaritvah zagotovo ni zbledelo ob naslednji zgodbi, katere središče je parum številka 5.

Haus Chanel und Franz Molnár. Riecht Molyneux besser?³⁵

Naslov poglavja je povzet po *Wiener Journal* zato, ker je edini, ki že v naslovu zaobjame oba, pravzaprav vse glavne protagoniste zgodbe. Vse se je začelo z

30 Pod tem naslovom tudi Opereta v 5 slikah (roman Bobby E. Lütthge, pisec besedil pesmi Günter Schwenn, glasba Friedrich Schröder), ki je bila prvič uprizorjena v Berlinu 23. 12. 1947 v Metropol Theater. <http://www.friedrichschroeder-komponist.de/start.htm?Chanel5.htm> (pridobljeno: 29. 11. 2019).

31 <https://www.chanel.com/en> (pridobljeno: 29. 11. 2019).

32 The New York Times, 22. 2. 2007. <https://www.chandlerburr.co> (pridobljeno: 29. 11. 2019).

33 Intervju z lepo Dunajčanko. O pudru, cigaretnem dimu, Chanelu 5 in Chanelu 22.

34 Poglejte rumenkaste stekleničke Chanela 5 in 22. Chanel nima napisa, samo številke. Chanel je pariška šivilja, najčudovitejša na svetu. Ustvarja oblečene ljudi in njim pripadajoče parfume. Poglejte si dunajske aristokrate! Vse, kar je elegantno, je odeto v Chanelova oblačila. In parfume. Vse, kar tukaj vonjate, je Chanel.

35 Hiša Chanel in Franz Molnár. Diši Molyneux boljše?

uprizoritvijo dela madžarskega umetnika Ferenc Molnárja³⁶ z naslovom *Eins zwei drei* (Ena dve tri) leta 1929. Enodejanka, ki kaže moč denarja, s katerim je mogoče kupiti res prav vse, je velike uspehe doživljala za časa življenja Gabrielle Chanel in se še danes uprizarja tako na gledaliških³⁷ kot tudi amaterskih³⁸ odrih. Komedija sama po sebi poleg že običajnega uspeha slavnega avtorja ne bi bila vzbujala dodatne pozornosti, če glavni protagonist drame, bančni direktor, svoje tajnice ne bi povprašal po znamki parfuma, ki ga uporablja. Tajnica je v odgovoru navedla znamko Chanel 8. Direktor ji je svetoval, naj raje uporablja Molyneux 23,³⁹ ki je 18 % cenejši in diši 37 % bolje (N. A. 1930b: 13). Seveda svetovno slavno podjetje ob tej jasno nakazani (slabi) reklami ni moglo ostati mirno in zagotovo ni moglo dopustiti javnega ponižanja, ki se je ponavljalo ob vsaki odrski ponovitvi. Končno tudi zato ne, ker je ves Pariz, še zlasti pa pariške igralke, vedel, kaj pomeni beseda Chanel: »Sie wissen, welche Erfolge sie einzig und allein dem Umstand zu verdanken haben, daß sie sich von Chanel kleiden und mit Chanel parfümieren. Und da kommt ein ungarischer Dichter, setzt Chanel herab, zieht ihm ein anderes Parfüm vor«⁴⁰ (N. A. 1926: 6). Neznani avtor izpostavlja problem ponavljajočih se predstav: »Wäre es bloß ein Autor und kein Dichter, nur einer, dessen Stück ein paarmal geht, und nicht einer, bei dem immer ein Welterfolg zu befürchten wäre, man könnte die Sache auf sich beruhen lassen« (N. A. 1926: 6).⁴¹

Zadeva je namreč nadležna še toliko bolj, ker gre za znanega avtorja, čigar dela so po besedah pisca lahko na odrih Dunaja ponovijo tudi po več

36 Ferenc Molnár (12. 1. 1878, Budimpešta – 1. 4. 1952, New York), madžarski pisatelj, žurnalist in najpomembnejši madžarski dramatik 20. stoletja. V: Österreichische Nationalbibliothek: ONB. <https://www.onb.ac.at/> (pridobljeno: 29. 11. 2019).

37 Premiera v Grenzlandtheater v Aachnu, uprizoritev 29. 9. 2019. [https://grenzlandtheater.de](https://grenzlandtheater.de;); Aahensko gledališče je s to predstavo gostovalo v mestu Düren, uprizoritev 13. 11. 2019. <https://www.dueren.de> (pridobljeno: 08. 11. 2019); predstave so bile še v: Musik und Bühnentheater Wiesbaden, uprizoritev 5. 12. 2012. <https://www.theatertexte.de>; več uprizoritev maja 2004 v gledališču Amateurtheater Gruppo Mobil na Dunaju. <http://gruppomobile.azurewebsites.net> (pridobljeno: 08. 11. 2019).

38 Städtisches Gymnasium Eschweiler, uprizoritev 11. 11. 2019. <http://www.gymnasiums-eschweiler.de> (pridobljeno: 08. 11. 2019).

39 Britanski modni oblikovalec Edward Molyneux je leta 1919 ustanovil modno hišo Molyneux. <https://molyneuxperfumes.blogspot.com/p/history.html> (pridobljeno: 29. 11. 2019).

40 Saj veste, da se uspehu lahko zahvalite zgolj in samo zato, ker se oblačite v Chanelova oblačila in dišavite z njihovimi parfumi. In potem pride nek madžarski umetnik, poniža Chanel in da prednost drugemu parfumu.

41 Vse skupaj ne bi bilo tako hudo, če bi šlo za avtorja, čigar dela uprizorijo le nekajkrat. Za Molnárja pa lahko predvidevamo, da bodo njegova dela postala svetovna uspešnica.

100-krat, na berlinskih odrih po 400-krat, na gledaliških odrih New Yorka pa celo po več kot 700-krat. In v vseh teh številnih ponovitvah se sliši ista (slaba) pripomba na račun parfuma Chanel. Zagotovo gre za dobro reklamo v prid Molyneuxu, ki naj bi Molnárju v zahvalo poslal celo 400 stekleničk parfuma.

Srečanje Molnárja z neznanim avtorjem tega zapisa je potekalo v dunajskem hotelu Imperial, kjer je umetnik z monoklom v očesu precej udobno sedel in mirno srebal črno kavo. Elegantno oblečeni Molnár, primerno shujšan in spočitega obraza, kar je bila posledica počitka v Karlsbadu, je na vprašanje, kaj meni o tožbi podjetja Chanel, v ironični sproščenosti odgovoril, da je o tem sicer nekaj slišal, da pa obtožnice še ni prejel. Zanimivo se mu zdi, da v tisku v zvezi z njim končno vendarle bere še kaj drugega kot le o svojem umetniškem ustvarjanju:

[...] ich bin schon müde immer wieder zu lesen, daß ich da oder dort zum soundsovieltenmal gespielt wurde, daß ich fünf Romane, sieben Theaterstücke, dreizehn Novellen unter der Feder habe, außerdem an vier Tonfilmen arbeite und drei Operetten schreibe (N. A. 1929: 6).⁴²

Glede tožbe je pa pravzaprav začuden, saj ne ve prav natančno, kaj napačnega je storil. Še več:

Ich habe mich bei Parfümsachverständigen erkundigt und die Auskunft bekommen, daß es Chanel Nr. 8 gar nicht gibt, ebenso wenig wie Chanel Nr. 7, das Pallenberg allabendlich im Raimund-Theater im Mund hat. Dagegen gibt es Chanel Cinque, aber Chanel 5 habe ich nicht zitiert, über Chanel 5 habe ich mich nicht geäußert, und im übrigen heißt es im Wiener Manuskript, das jetzt gedruckt wird, gar nicht mehr Chanel, sondern Chanex (N. A. 1929: 6–7).⁴³

Pisec članka zgodbo zaključi z ugotovitvijo, da je to tudi opozorilo za druge avtorje, ki naj snovi za ustvarjanje po vsem tem ne bi jemali iz resničnega življenja. Prepričan je bil, da bodo bralci iz njegovega pisanja lahko razbrali, da je nevtralen in se ne postavlja na nobeno stran, končno tudi zato, ker mu oba parfuma dišita enako dobro. Kljub vsemu pa je se je moral »pokloniti« spretnosti madžarskega umetnika, ki je znal na tak prefinjen način ustvariti reklamo (N. A. 1929: 7).

42 [...] utrujen sem že od časopisnih novic, v katerih vedno znova berem, da so me na tem in tem odru igrali toliko in tolikokrat, da sem napisal pet romanov, sedem gledaliških iger, trinajst novel ter da se poleg tega ukvarjam še s štirimi tonskimi filmi in da pišem tri operete.

43 Pri poznavalcih parfumov sem dobil informacijo, da Chanel 8 sploh ne obstaja, prav tako tudi ne Chanel 7, ki ga je na odru Raimund-Theatra omenjal Pallenberg (Max Pallenberg – (1877–1934) avstrijski komik, pevec, igralec. op. a.). Obstaja pa Chanel 5, ki ga nisem ne citiral ne omenjal. Sploh pa se v dunajskem rokopisu, ki je v tisku, ne imenuje več Chanel, temveč Chanex.

V dunajskem časopisju je spor odmeval še januarja 1930 v časopisu *Der Tag* (N. A. 1930a: 22): Poleg že znanih dejstev so bralci izvedeli še konkretne podatke o tožbi. Molnár naj bi plačal malenkostnih 20.000 pengov:⁴⁴

So viel verlangt wenigstens Chanel, die französische Parfümfabrik, von dem erfolgreichen Bühnenautor. Molnár soll die 20.000 Pengö nicht für gelieferte und nicht ausbezahlte Duftherrlichkeiten bezahlen, sondern, weil er diese Herrlichkeiten nicht genügend herrlich fand (N. A. 1930a: 22).⁴⁵

Neznani pisec ne more mimo (ne)zaželenene reklame, saj je bila komedija v dunajskih gledališčih na sporedu že nekaj tednov. Kakorkoli že, po besedah avtorja zgodbe je Budimpešta pred »senzacionalnim procesom«, v Berlinu pa bodo v Molnárjevem delu vsekakor uživali tudi brez Chanelovega parfuma (N. A. 1930a: 22).

Epilog celotne zgodbe je bil znan nekaj mesecev pozneje, v začetku aprila 1930. Časopis *Neue Freie Presse* je v rubriki *Aus dem Gerichtssaale*⁴⁶ zapisal, da je sodišče v Budimpešti 4. aprila Chanelovo tožbo ovrglo: »Der Gerichtshof stellte sich auf den Standpunkt, es sei kaum anzunehmen, daß das Publikum unter dem Eindruck dieses Dialogs weniger Chaneels-Parfüm kaufen werde als früher-, deshalb die Klage abgewiesen werden müsse« (N. A. 1930b: 13).⁴⁷ Podjetje Chanel je tožbo torej izgubilo, zagotovo pa se ni izgubil (dober) sloves njegovih izdelkov. Slednje končno dokazujejo tudi izložbena okna sodobnih centrov visoke mode.

ZAKLJUČEK

Zgodba o modistki, oblikovalki, umetnici, ki so jo dunajski časopisi ponujali bralcem v času njenega življenja, je večplastna, tako kot je bilo večplastno njeno delovanje. Novice so se dotikale vseh področij ustvarjanja Coco Chanel,

44 Pengő je bil od 1927 do 1946 uradna madžarska valuta. <http://bankjegy.szabadsagharcos.org/xxcentury/hunxx5.shtml> (pridobljeno: 29. 11. 2019). Na spletni strani Banke Slovenije zasledimo podatek, da je bilo leta 1945 100 pengov vrednih 100 dinarjev. <https://www.bsi.si/statistika/devizni-tecaji-in-plemenite-kovine/zgodovina-deviznih-tecajev-1945-1998> (pridobljeno: 17. 12. 2019).

45 Najmanj toliko zahteva francosko podjetje parfumov Chanel od uspešnega gledališkega avtorja. Molnár naj bil plačal 20.000 pengov kazni samo zato, ker se mu to kraljestva vonjav ni zdelo dovolj veličastno.

46 Iz sodnih dvoran.

47 Sodišče je ovrglo pritožbo, saj je menilo, da odrski dialog gotovo ne bi mogel tako drastično vplivati na gledalce in posledično na manjši nakup Chanelovega parfuma.

torej tekstilij in parfumov, dokler se vse naštetu ni povezalo še z drugo vejo umetnosti, to je z gledališčem. Celostni vtis, ki smo ga dobili ob branju zapisov o pariški umetnici, je pozitiven, še več, lahko trdimo, da so o njej pisali z naklonjenostjo in občudovanjem. Pestrost novic ponuja sodobnemu in takratnemu bralcu paleto informacij o različnih vejah umetnosti, ki jih je povezovala slavna kreatorka. Prav zato Gabrielle Chanel ni bila le slavna protagonistka modnih tokov, ampak stičišče različnih umetniških smeri na odru zgodovinskega dogajanja.

Povzetek

Članek je nastal na podlagi člankov in novic, natisnjenih v časopisju zlasti med obema vojnama. Vsebina novic in pestrost člankov, objavljenih v široki paleti časopisov – predvsem iz cesarsko-kraljeve prestolnice – daje pozitiven vtis, številčnost objavljenih prispevkov pa kaže na velik interes takratnega tiska do umetnice. Kolaž časopisnih prispevkov se dotika različnih, morda celo manj znanih tem, med katerimi zagotovo izstopa zgodba Chanelovega parfuma kot enega izmed akterjev v tistem času precej znane gledališke igre.

Abstract

This article was based on the articles and news published in the newspapers between the two world wars. The content of a news and diversity of published articles in the wide pallet of the newspaper, mostly from an imperial royal capital give the positive impression and the size of the published papers are showing a great interest in the press to an artist. A collage of newspaper contributions, touches on a different, perhaps less well-known topics, from which certainly stand out the story of the Chanel's perfume, as one of the player in that time known drama.

Seznam literature

- E. C. (1926): Intervju mit einer schönen Wienrin. V: *Die Stunde*, let. 4 (16. december), št. 1131, str. 5.
- Gledališki list (1924/1925), let. 5 (1924/1925), št. 8, str. 1.
<http://anno.onb.ac.at> (pridobljeno: 8. 11. 2019).
<http://bankjegy.szabadsagharcos.org/xxcentury/hunxx5.shtml>. (pridobljeno: 29. 11. 2019).
<https://www.dueren.de> (pridobljeno: 8. 11. 2019).
<https://grenzlandtheater.de> (pridobljeno: 9. 11. 2019).
<https://www.theatertexte.de> (pridobljeno: 9. 11. 2019).
<http://gruppomobile.azurewebsites.net> (pridobljeno: 8. 11. 2019).
<http://www.gymnasiumeschweiler.de> (pridobljeno: 8. 11. 2019).
<https://molyneuxperfumes.blogspot.com/p/history.html> (pridobljeno: 29. 11. 2019).
<http://www.friedrichschroeder-komponist.de/start.htm?Chanel5.htm> (pridobljeno: 29. 11. 2019).

- <https://www.chanel.com/en> (pridobljeno: 29. 11. 2019).
- <https://www.chandlerburr.co> (pridobljeno: 29. 11. 2019).
- <https://www.sports-reference.com/olympics/athletes> (pridobljeno: 29. 11. 2019).
- <https://www.dlib.si> (pridobljeno: 8. 11. 2019).
- <https://www.bsi.si/statistika/devizni-tecaji-in-plemenite-kovine/zgodovina-deviznih-tecajev-1945-1998> (pridobljeno: 17. 12. 2019).
- <https://www.dlib.si> (pridobljeno: 2. 12. 2019).
- K. L. (1949): Modezentrum Paris. V: *Wiener Kurier*, let. 2 (29. junij), št. 147, str. 6. Chanel (K. L. 1949: 6).
- K: (1928): Pariser Miniaturen. V: *Freiheit*, let. 2 (19. November), št. 397, str. 6–7.
- N. A. (1893): Slovenec, let. 21 (15. april), št. 86, nepaginirano.
- N. A. (1899): Amtsblatt zur Laibacher Zeitung št. 11. V: *Laibacher Zeitung*, let. 19 (14. januar), št. 11, str. 88.
- N. A. (1911): *Laibacher Zeitung*, let. 130 (1. maj), št. 99, str. 932.
- N. A. (1910a): Tagesneuigkeiten. V: *Laibacher Zeitung*, let. 129 (25. oktober), št. 243, str. 2222.
- N. A. (1910c): Tagesneuigkeiten. V: *Laibacher Zeitung*, let. 129 (28. oktober), št. 264, str. 2246.
- N. A. (1910b): Tagesneuigkeiten. V: *Laibacher Zeitung*, let. 129 (27. oktober), št. 222, str. 2031.
- N. A. (1910d): Tagesneuigkeiten. V: *Laibacher Zeitung*, let. 129 (31. oktober), št. 248, str. 2272.
- N. A. (1913): Tagesneuigkeiten. V: *Laibacher Zeitung*, let. 132 (27. september), št. 222, str. 2031.
- N. A. (1922b) V: Slovenec, let. 50 (8. september), št. 196, str. 16.
- N. A. (1922a) V: Slovenski narod, 3. 9. 1922, št. 201, str. 3.
- N. A. (1922c) V: Slovenski narod, 23. 9. 1922, št. 216, str. 3.
- N. A. (1922d) V: Slovenski narod, 26. 9. 1922, št. 218, str. 5.
- N. A. (1926): Du solltest schön sein. V: *Die moderne Frau*, zvezek 2, str. 17.
- N. A. (1929): Haus Chanel und Franz Molnár. Riecht Molyneux besser? V: *Wiener Journal*, 6. 12. 1929, let. 37, št. 12947, str. 6–7.
- N. A. (1930b): Aus dem Gerichtsaale. V: *Neue Freie Presse*, 5. 4. 1930, št. 23549, str. 13.
- N. A. (1930a): Franz Molnár und die Parfümfabrik. (Eine kuriose Geschichte.), V: *Der Tag*, let. 9 (12. januar), št. 2493, str. 22.
- N. A. (1932): Schmuckausstellung bei Chanel. V: *Neue Freie Presse*, (11. November), št. 24485, str. 5.
- N. A. (1939): Vorsicht! Konkurrenz schaut zu! V: *Neues Wiener Tagblatt*, let. 73 (23. junij), št. 200, str. 43.
- OSTERBUCH, Irmgard Gräfin (1931): Rivieraraus. V: *Wiener Salonblatt*, let. 2, (6.–14. marec), št. 6, str. 16–17.
- VEHAR, Maja (2016): Nega las od preloma stoletja do druge svetovne vojne (1. del). V: *Zgodovina.si*. <http://zgodovina.si/nega-las-od-preloma-stoletja-do-druge-svetovne-vojne-1-del/> (pridobljeno: 12. 2019).



COCO CHANEL V SLOVENSKIH KNJIŽNICAH

Katarina Švab (Ljubljana)

UVOD

Knjižnice imajo posebno nalogo in poslanstvo v družbi, da ohranjajo in posredujejo vire in informacije uporabnikom v okolju, v katerem delujejo. Knjižničarji so na različne načine in sistematično popisovali gradivo, ki so ga knjižnice imele v lasti, in ustvarjali različne vrste katalogov. Ti dajejo (če so popolni glede vpisanih podatkov o gradivu) popolni vpogled nad gradivom, ki ga hrani knjižnica. Več kot 5.191.198 bibliografskih zapisov vsebuje slovenski vzajemni katalog COBIB.SI (Dornik 2019), pa vendar to ni vse gradivo, ki ga ima knjižnica v lasti. Nekatero, predvsem starejše in manj aktualno gradivo, še ni vključeno v COBISS, zato je treba uporabljati tudi listkovni katalog ali katalog, ki ga je knjižnica vodila v drugem računalniškem programu.

Coco Chanel (1883–1971) je ime, ki ga poznajo skoraj vse ženske in vsi, ki se spogledujejo z modo. Čeprav so modne kreacije in produkti znamke Chanel za mnoge nedosegljivi, pa obstaja dostopen ikonični parfum Chanel N° 5. Kljub temu je v današnjem času ime Coco Chanel v različnih spletnih objavah omenjeno le bežno, zraven dopisan le kakšen njen citat. Še vedno pa ostajajo

viri in informacije, ki jih lahko pridobimo tudi v tiskanih virih, ti pa so vir informacij za spletne objave. Zato je namen članka predstaviti gradivo in informacije, ki jih tiskani viri promovirajo in so dostopni vsem prebivalcem Slovenije v različnih slovenskih knjižnicah.

Raziskovalna vprašanja

- Katere vrste gradiva, na katerih nosilcih in v katerih jezikih so dela o življenju in delu Coco Chanel v slovenskih knjižnicah?
- Kakšna je izposoja del o Coco Chanel v slovenskih knjižnicah?
- Ali so slovenske knjižnice že pripravile prireditve, ki so bile posvečene delu ali življenju Coco Chanel?

Raziskovalna metoda

Pri raziskovanju gradiva o Coco Chanel v slovenskih knjižnicah smo uporabili metodo analize različnih katalogov in digitalnih knjižnic. Preverili smo zapise v listkovnem katalogu za starejše gradivo, ki morda ni v računalniškem katalogu, slovenski vzajemni katalog COBISS+¹ in Digitalno knjižnico Slovenije – dLib,² ki vsebuje tudi digitalizirano gradivo starejših periodičnih publikacij. Veliko tiskanega gradiva smo pregledali v fizični obliki, prav tako pa tudi najstarejše digitalizirane članke o Coco Chanel v dLib. V COBISS+ je zabeleženo število izposoj nekega gradiva že od leta 2008, a le tistih knjižnic, ki vodijo izposajo v sistemu COBISS/Izposoja.³ Prav tako smo s pomočjo knjižničarjev in analize spletnih strani slovenskih knjižnic ter različnih napovednikov preverjali, koliko in v kakšni meri so organizirali prireditve o Coco Chanel in modi.

KNJIŽNIČNO GRADIVO V SLOVENSKIH KNJIŽNICAH

Iskanje v knjižničnem katalogu

Knjižnični katalog omogoča uporabnikom in bibliotekarjem popoln pregled nad knjižnično zbirko in s tem pomaga, da dobimo jasen vpogled v vsa dela, ki jih

1 cobiss.si.

2 www.dlib.si.

3 Uradnega pisnega dokumenta nismo dobili, zato smo to informacijo pridobili le na podlagi telefonskega pogovora. V naslednji posodobitvi COBISS+ pa naj bi se ta številka spremenila in bo prikazano le število izposoj za zadnji dve leti. Zraven te številke naj bi bilo navedeno tudi pisno pojasnilo.

ima knjižnica. Na podlagi rezultatov računalniškega in listkovnega kataloga je predstavljeno gradivo o »Madmoiseille«, ki se nahaja v slovenskih knjižnicah.

Iskanje v računalniškem knjižničnem katalogu smo morali večkrat ponoviti. Priklic vseh rezultatov z eno samo poizvedbo ni bil mogoč, saj smo pridobili ali preveč ali pa premalo relevantnih zadetkov. Poizvedba (na dan 7. 2. 2020) je bila oblikovana na naslednje načine:

- z Boolovimi operatorji kw= »coco chanel« or chanel: 137 zadetkov;
- v ključnih besedah Chanel: 119 zadetkov;
- v naslovu Chanel: 67 zadetkov;
- kot besedna zveza v ključnih besedah: »Coco Canel«: 32 zadetkov.


Uporabnik knjižnice ima pri iskanju v knjižničnem katalogu veliko težav, saj je pregledovanje seznamov zadetkov zelo zamudno, zlasti ker se rezultati iskanj prekrivajo ali celo podvajajo (npr. videoposnetek *Coco avant Chanel*). Kreiranje podvojenih zapisov oz. duplikatov v knjižničnem katalogu se po katalogizacijskih pravilih in pravilih za vnos v strojno čitljiv format šteje za veliko napako (Kavčič 2012: 9), ostale nekonsistentnosti pa so pogosto posledica različnih katalogizacijskih praks posameznih knjižnic, zgodovinskega spreminjanja in upoštevanja navodil za vsebinsko obdelavo publikacij ter seveda osebno lastnosti katalogizatorjev, kot je npr. natančnost.

Razlogov, da uporabnik dobi nerelevantne zadetke, je več, pri čemer bi radi izpostavili dva: neenotna vsebinska obdelava (nkonsistentnost pri predmetnih oznakah in ključnih besedah) in neustrezen zapis imena in priimka (Šanel, Gabriel). Neenotna oz. nekonsistentna vsebinska obdelava se pokaže pri predmetnih oznakah. Večina relevantnih zapisov ima med predmetnimi oznakami navedeno Chanel Coco, 1883–1971, nekateri zapisi pa žal te oznake nimajo, čeprav publikacija govori o njenem delu oz. življenju. Če se torej njeno ime ne pojavi v naslovu, njeno ime pa ni zapisano med predmetnimi oznakami, za uporabnika to gradivo ne obstaja in ga ne bo iskal v knjižnici. Včasih za to gradivo ve knjižničar ali pa ga uporabnik po (ne)sreči najde na polici med brskanjem gradiva.

Samo če iščemo po ključnih besedah Chanel, se bo na seznamu zadetkov nahajal spodnji bibliografski zapis (Sl. 1). Med predmetnimi oznakami (teme) je namreč navedeno fonetično zapisano ime in priimek. Poleg tega pa je navedena tudi napačna letnica rojstva (1882 namesto 1883).

Osnovni podatki

Podrobni podatki



L'Irrégulière ou mon itinéraire Chanel
Charles-Roux, Edmonde

Vrsta gradiva - knjiga
Založništvo in izdava - Paris : Grasset, 1975
Jezik - francoski
COBISS.SI-ID - 9079559

Išči dalje
Autor
Charles-Roux, Edmonde
Teme
Šanel, Gabriel, 1882-1971 | U memoarima
Vse izdaje in prevodi

Zaloga po knjižnicah

* Nobena knjižnica v sistemu COBISS.SI nima izvoda tega gradiva.

Sl. 1: Bibliografski zapis z vsebinskim opisom pod temo Šanel, Gabriel in napačno letnico rojstva

Iskanje po ključni besedi »chanel« poveča število nerelevantnih zadetkov zaradi angleške besede chanel, ki ima drugačen pomen in se pojavlja v naslovih, ključnih besedah, lahko pa tudi med avtorji.

Na podlagi poizvedb o Coco Chanel smo pripravili seznam zadetkov v katalogu COBISS+. Vsak zadek posebej smo preverili in izločili neustrezne zapise, ki niso bili v povezavi z delom ali življenjem Coco Chanel. Tako smo pridobili 72 ustreznih bibliografskih zapisov. Preverili smo, ali bi morda obstajal kakšen bibliografski zapis v stvarnem listkovnem katalogu v Narodni in univerzitetni knjižnici (NUK), vendar ta ne obstaja.

Vrsta gradiva in področje vsebine v slovenskih knjižnicah

Gradivo smo razvrstili glede na vrsto gradiva (Tab. 1), med katerimi pričakovano prevladujejo tiskane monografije. V katalogu je tudi 12 člankov iz serijskih publikacij, trije filmi in zvočni oz. glasbeni posnetki.

Tab. 1: Vrsta gradiva o Coco Chanel v slovenskih knjižnicah

vrsta gradiva	število
monografske publikacije	54
članki	12
filmi	3
zvočni, glasbeni posnetki	3

V knjižničnem katalogu je gradivo vsebinsko enotno klasificirano po Univerzalni decimalni klasifikaciji (UDK). UDK označujejo kot splošen, mednarodni knjižnični klasifikacijski sistem za vsebinsko označevanje dokumentov (Šauperl,

Zupanc 2019). V bibliografskih opisih je navaden UDK, ki označuje prevladujočo vsebino. Največ gradiva (22 bibliografskih zapisov) je označenega z UDK vrstilcem iz skupine 3, saj to gradivo predstavlja delo in kreacije Coco Chanel in se vsebina navezuje na modo. Druga večja skupina pa so dela, ki predstavljajo njeno življenje in so označena z vrstilcem 929 (biografije) (Tab. 2).

Tab. 2: Razvrstitev gradiva po vsebini glede na klasifikacijo UDK

Področja po UDK	Število zapisov	UDK vrstilci
0 Znanost in znanje. Organizacije. Informacije. Dokumentacija. Institucije. Publikacije	1	005.336.1 – Učinkovitost. Poslovna uspešnost
3 Družbene vede. Politika. Ekonomija. Pravo. Izobraževanje	23	39 – Etnologija. Etnografija. Ljudska kultura. Običaji. Kulturna antropologija 391 – Narodne noše. Oblačilna kultura. Moda. Okras (22 zapisov)
6 Uporabne znanosti. Medicina. Tehnika	10	616.5 – Koža. Klinična dermatologija. Kožne bolezni (2 zapisa) 616-006 – Tumorji. Neoplazme. Onkologija 658.6 – Komericalna organizacija in praksa 665.5 – Eterična olja. Parfumerija. Kozmetika. Kozmetični izdelki (2 zapisa) 677 – Tekstilna industrija 687 – Oblačilna industrija. Kozmetična industrija in podobne obrti (3 zapisi)
7 Umetnost. Arhitektura. Fotografija. Glasba. Šport	12	7 – Umetnost. Razvedrilo. Zabava. Šport (2 zapisa) 7.05 – Uporaba umetnosti v industriji, trgovini, doma, v vsakdanjem življenju. Industrijsko, komercialno oblikovanje itd. 73 – Likovna umetnost (kiparstvo in umetna obrt) (2 zapisa) 745/749 – Industrijska in domača umetnost in obrt. Uporabna umetnost 78 - Glasba 784.6 – Družabne pesmi. Pesmi določenih socialnih slojev, poklicev itd. 785 – Instrumentalna glasba. Simfonična glasba. Komorna glasba. Godbe. Jazz 791 – Kinematografija. Film (2 zapisa) 791.2 – Filmske zvrsti, žanri. Filmski motivi

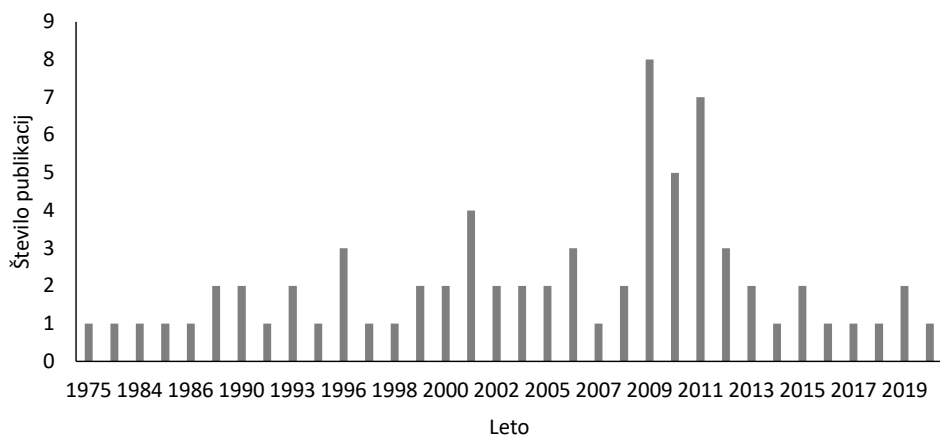
Področja po UDK	Število zapisov	UDK vrstilci
8 Jezik. Književnost	6	821.111 – Angleška književnost 821.111(73) – Ameriška književnost (2 zapisa) 821.112.2 – Nemška književnost 821.131.1 – Italijanska književnost (2 zapisa)
9 Geografija. Biografija. Zgodovina	20	913(4) – Geografija evropskih držav 929 – Biografske in sorodne študije. Osebnе biografije in skupinske biografije (19 zapisov)

Leto izida in jezik gradiva v slovenskih knjižnicah

V slovenskih knjižnicah prevladuje gradivo v angleškem jeziku (36). Med njimi so tekstovno gradivo, filmi in glasbeni ter zvočni posnetki. V petih bibliografskih zapisih je navedeno, da je bilo delo prevedeno iz francoščine. Sledi gradivo v slovenskem jeziku (17), med njimi pa je zavedeno, da sta samo dva dela prevoda: eno delo iz francoščine in drugo iz nemščine. Enajst publikacij je v francoskem jeziku, med katerimi so tudi filma *Coco avant Chanel* (2009) in *Coco & Stravinsky* (2011) ter zvočni posnetek *Coco & Stravinsky* (2009). Uporabniki knjižnic pa imajo na voljo gradivo še v italijanskem (4) in nemškem jeziku (3).

Gradivo smo analizirali tudi glede na letnico izida (Sl. 2). Kot je razvidno iz grafa, je bila najstarejša monografska publikacija, zavedena v slovenskem katalogu, izdana leta 1975 z naslovom *L'Irrégulière ou mon itinéraire Chanel* (Charles-Roux 1975), vendar pa zapis nima zaloge, kar pomeni, da nobena slovenska knjižnica izvoda te knjige nima v svoji zbirki in izposoja zato ni mogoča (Sl. 1).

Edmonde Charles-Roux je izdal knjigo *Le temps Chanel* z letnico avtorskih pravic 1979, letnico izida pa 1988, poleg tega pa je v slovenski knjižnici dostopna tudi nova izdaja iz leta 2004 (Charles-Roux 1988; 2004). V osemdesetih letih prejšnjega stoletja so od istega avtorja izšle knjige v angleškem in nemškem jeziku: *Chanel and her world* (Charles-Roux 1981), *Chanel: Die Geschichte einer Mode* (Charles-Roux 1985) in *Coco Chanel: ein Leben* (Charles-Roux 1990). V to obdobje uvrščamo tudi knjigo, ki se navezuje na parfume (Morris 1984).



Sl. 2: Število izdanih publikacij po letu izida v slovenskih knjižnicah

Do leta 2000 se pojavljajo novi naslovi v knjižnicah, vendar so knjižnice največ novega gradiva pridobile v obdobju 2001–2012. V tem času sta izšla filma *Coco avant Chanel* (2009) in *Coco & Stravinsky* (2011). Leto 2011 je bila tudi obletnica smrti Coco Chanel in k porasti števila izdaj sta pripomogla tudi dva članka (Milek 2011; Erznožnik 2011). Najnovejše delo, ki so ga pridobile knjižnice, je prevod nemškega romana *Vonj po ljubezni* (Marly 2020).

Preverili smo tudi obseg tiskanih publikacij, ki je med 43 in 744 stranmi, v povprečju pa knjige obsegajo 246 strani. Najmanj strani obsegata raziskovalna naloga (Šrimpf 2013) in diplomsko delo (Fuhrmann 2010), najbolj obsežna pa sta biografija in predstavitev njenega dela oz. kolekcij *L'irregolare : Coco prima di Chanel* (Charles-Roux 2009), ki ima 617 strani, in zbrane biografije slavnih ljudi 20. stoletja (*The New York times great lives of the twentieth century* 1988).

Članki v knjižničnem katalogu

V spletnem katalogu je prispevek iz zbornika in dvanajst bibliografskih zapisov iz serijskih publikacij o Coco Chanel, kar je pričakovano, saj katalogizatorji ne popisujejo vsakega prispevka v periodiki ali zbornikih. Časovno so članki izšli v obdobju 1991–2019, so različno dolgi in se osredotočajo na različne vidike, ki so povezani s Coco Chanel. V splošnem prispevki v časopisju predstavijo njeno življenje, opevajo jo kot oblikovalko, ki je osvobodila ženske korzetov, omenjajo parfem Chanel N° 5 in malo črno obleko. Nekaj prispevkov

obravnavava Coco Chanel le posredno ali kot izhodišče, kajti vsebina članka predstavlja škodljivost zagorelosti in izpostavljanja kože soncu, ker to povzroča raka (Adamič 2002; Perić in Hočevar 2015; Planinšek Ručigaj 2016). Zagorelost naj bi namreč promovirala prav Coco Chanel.

V *Sobotni prilogi* je bilo življenje in delo Coco Chanel predstavljeno ob obletnici njene smrti (Milek 2011). Pri tem avtorica navaja tudi tiskane vire, po katerih je povzemala dejstva, vendar sta med njimi samo dve biografiji, ki sta dostopni v slovenskih knjižnicah (Morand 2009; Picardie 2011) in film *Coco Chanel & Igor Stravinsky* (2011), ostale tri publikacije pa ne. S političnega vidika – o njenem medvojnem političnem delovanju, vohunjenju in sodelovanju z nacisti – se na Coco Chanel osredotoča članek v *Mladini*, zato tudi pomenljiv naslov *Antisemitka in nacistična agentka?* (Erznožnik 2011), ob tem pa se sklicuje na vir *Sleeping with the enemy* (Vaughan 2011), ki pa v slovenskih knjižnicah ni na voljo. Tudi prispevek v *Delu* z naslovom *Coco Chanel: med malo črno obleko in nacisti* (G. U. 2020) nakazuje na obravnavanje te tematike, vendar jo omeni le bežno.

Za vse članke, ki so zavedeni v katalogu, je značilno, da so dostopni le v nekaterih knjižnicah, za dostop do vseh tiskanih serijskih publikacij pa je treba uporabljati storitve, ki jih nudi NUK. Če želimo večji pregled nad objavljenimi omembami Coco Chanel v časopisju, je treba pregledati Digitalno knjižnico dLib. Velja pa omeniti, da so v dLib-u dostopne in digitalizirane le nekatere serijske publikacije.

Članki, dostopni v Digitalni knjižnici dLib

Digitalna knjižnica Slovenije je Digitalna knjižnica Slovenije – dLib.si, ki zagotavlja dostop do raznovrstnih digitalnih vsebin z različnih znanstvenih področij, umetnosti in kulture. Portal dLib.si vsebuje digitalizirano in izvorno digitalno gradivo. Digitalizirano gradivo je zaradi upoštevanja avtorskopravne zakonodaje v večji meri starejše (izpred leta 1945) (dLib, 2020). Nekateri časopisi in revije so ravno zaradi varovanja avtorskih pravic dostopni le na namenskih računalnikih v NUK-u.

Iskanje na portalu dLib je omogočeno tudi po celotnem besedilu digitaliziranega časopisja, zaradi česar je število prikazanih rezultatov o Coco Chanel visoko – kar 813. Ob tem pa je treba opozoriti, da se zaradi avtorskopravne

zaščite do večine gradiva (523 zadetkov) lahko dostopa le z računalnikov v NUK-u. Preverili smo tudi iskanje le z geslom Chanel. S tem smo dobili večji nabor rezultatov, zato je bilo tudi preverjanje bolj zamudno, saj je mnogo zadetkov nerelevantnih.

Prva omemba modne hiše Chanel je bila v časopisu Jutro (7. 2. 1926), ki je poročalo, da je Marija Šarc že dlje časa nameščena v eni največjih pariških modnih hiš – Maison Chanel. V časopisu Tabor (2. 10. 1926) pa je zaslediti oglas, da je možno v modni trgovini G. Schwarz & Co. »kupiti obleke znanih pariških tvrdk«, med njimi tudi Chanel. Tri leta kasneje so v Jutru (8. 12. 1929) predstavili spor, nastal zaradi Molnárjevega besedila, ki ga je dodal igralec v igri Ena dve tri, da naj namesto Chanelovega parfuma uporablja druge, ki so cenejši in boljši. V nemščini je bil v Marburger Zeitung (7. 6. 1928) objavljen članek o modi Chanel, v angleščini pa članek v Zarji: mesečnik za slovensko ženstvo v Ameriki (januar 1930) (Sl. 3). V Jutru so bili komercialni oglasi Parfumerije Nada, ki so oglaševali parfüm Chanel (9. 12. 1938; 21. 12. 1938; 23. 12. 1938). V Koledarju za leto 1939 je Coco Chanel predstavljena kot ženska, ki ji je ekonomsko in poslovno uspelo (Troha 1939, str. 55). Bolj kot o samemu življenju so časopisi pisali o njenem delu. Tako je Slovenec (16. 7. 1939) objavil, na kakšen način se Coco Chanel bori proti kopiranju in ponaredkom svojih kreacij.



Sl. 3: Prispevek v Zarji (januar 1930)

Po drugi svetovni vojni je več prispevkov v *Primorskem dnevniku*. Tako je štiri leta po njeni vrnitvi in predstavitvi nove kolekcije v Parizu *Primorski dnevnik* (22. 7. 1958) zapisal, da je »La grande Mademoiselle« že več let v sporu z ostalimi francoskimi modnimi hišami, vendar je tokrat zmagovalka. Naslednje leto (15. 1. 1959) pa je navedeno, da bo Coco Chanel zaposlovala le manekenke iz »boljše družbe, ne iz ljudstva«, ker slednje raztrobijajo vse, kar slišijo na sprejemih »boljše družbe«. Tedenska tribuna je objavila članke o modi Coco Chanel, da ostaja zvesta načelom mode: praktičnosti, udobnosti in eleganci in kostumom (24. 8. 1960; 6. 3. 1962), Chanel je citirana (7. 12. 1960) ali omenjena pod sliko (21. 8. 1962; 2. 10. 1962). V prispevkih citirajo njene izjave, Koroški fužinar (25. 11. 1964) pa opeva barve in blago jesenskega kostima Chanel. Leta 1966 krila Chanel prekrivajo kolena (*Novi list* 11. 8. 1966), sodobna »ženska 1967 pa mora biti čim mlajša in čim drobnejša« (*Novi list* 2. 2. 1967), naj ne nosi mini krila, ker je po mnenju Chanelove »koleno le del ženskega telesa in niti ne najlepši« ter s tem izgubi na svoji eleganci (*Primorski dnevnik* 16. 2. 1967). *Dolenjski list* zapiše anekdoto o modni kraljici Pariza (1967).

Ob smrti Coco Chanel so bile objavljene vesti, slika in prispevek o njenem življenju v časniku *Delo* (12. 1. 1971; 13. 1. 1971; 14. 1. 1971), *Primorskem dnevniku* (12. 1. 1971) in *Čevljarju* (januar 1971), kjer je zapisano, da modni svet žaluje za Coco Chanel. V letu njene smrti pa sta bila objavljena še članke z naslovom *Resnica ali neresnica astrologije*, v katerem navajajo, da se je pred vsemi modnimi revijami pozanimala, kaj ji napovedujejo zvezde (*Tovariš* 9. 3. 1971), in članek *Dr. Coco je bila za vivisekcijo* (Makuc 1971).

Omemb njenega dela in življenja v različnih časopisnih člankih je bilo v naslednjih letih veliko, lahko bi celo rekli, da omembe njenega imena iz leta v leto naraščajo.

IZPOSOJA KNJIŽNIČNEGA GRADIVA

Če založbe merijo svoj uspeh po številu izdanih izvodov, je v knjižnicah eden od kazalcev uspešnosti tudi število izposoje knjižnične zbirke. Število izposoj je seveda odvisno od števila izvodov, ki jih imajo knjižnice na voljo in jih lahko ponudijo svojim uporabnikom, vendar je tudi veliko dejavnikov, na katere knjižnice nimajo vpliva (npr. če je delo medijsko zelo podprto, večja prepoznavnost avtorja, oglaševani in nagrajeni filmi itd.).

Pri izposoji smo se zanašali na število izposoj, ki so jih zabeležile knjižnice v sistemu Cobiss/Izposoja od leta 2008. Številke, ki smo jih pridobili, so v resnici verjetno še večje, saj so lahko nekatere knjižnice vodile izposajo v drugih računalniških programih, vendar so ti podatki najbolj zanesljivi in preverljivi.

Predstavljeno je gradivo, ki je bilo več kot desetkrat izposojeno v zadnjih dvanajstih letih, neupoštevajoč, da bo lahko starejše gradivo imelo večjo izposajo kot novejše, ker je manj časa na voljo uporabnikom.

Tab. 3: Izposoja gradiva o Coco Chanel (vir: COBISS+, 25. 02. 2020)

Naslov	Vrsta gradiva	Leto izida	Število izposoj	Število knjižnic	Področje
Coco avant Chanel / un film de Anne Fontaine ; scénario Anne Fontaine et Camille Fontaine ; librement adapté de l'ouvrage d'Edmonde Charles-Roux	videoposnetek	2009	4160	45	biografija
Coco Chanel & Igor Stravinsky = scénario Chris Greenhalgh ; adapté du roman Coco & Igor de Chris Greenhalgh ; un film de Jan Kounen	videoposnetek	2011	1804	40	biografija
Women in business / David Evans	monografija	2008	1696	69	ekonomija
Izjemne ženske / Nicolas Wright ; prevod Jana Lavtižar	monografija	2018	545	103	biografija
Coco Chanel : the legend and the life / Justine Picardie	monografija	2010	132	6	moda
Chanel / par François Baudot	monografija	1996	96	4	Industrijska obrt
Chanel : collections and creations / Danièle Bott	monografija	2007	76	2	moda
Women in business / David Evans	monografija	2002	63	7	književnost
Coco avant Chanel: bande originale du film / musique composé et dirigée par Alexandre Desplat ; London Symphony Orchestra	zvočni posnetek	2009	51	1	glasba

Naslov	Vrsta gradiva	Leto izida	Število izposoj	Število knjižnic	Področje
The language of fashion / Roland Barthes; translated by Andy Stafford ; edited by Andy Stafford and Michael Carter	monografija	2006	48	1	moda
Chanel / Harold Koda and Andrew Bolton	monografija	2005	35	2	moda
Coco Chanel / Marie-Claude Simon	monografija	1994	33	4	biografija
Forever Paris : 25 walks in the footsteps of Chanel, Hemingway, Picasso, and more / Christina Henry de Tessan	monografija	2012	29	2	geografija
Chanel / text by François Baudot	monografija	1996	28	1	moda
Coco Chanel / Linda Simon	monografija	2011	25	1	biografija
The Quiet side of ; 30 years of / Blues Company ; [producer Bernhard Roessle]	zvočni posnetek	2006	25	1	glasba
Chanel : key collections / Melissa Richards	monografija	2000	20	1	moda
Via Chanel N° 5 / Daniela Farnese	monografija	2012	19	1	književnost
Coco Chanel : three weeks 1962 / Douglas Kirkland ; with a foreword by Judith Thurman	monografija	2008	10	1	moda

Kot je razvidno iz tabele (Tab. 3), so si člani knjižnice najbolj izposojali film *Coco avant Chanel*, pol manj je bilo izposoj za film *Coco Chanel & Igor Stravinsky*. Na tretjem mestu je delo v angleščini, ki predstavlja različne poslovne in uspešne ženske, in ena med njimi je tudi Coco Chanel (Evans 2008). Največ knjižnic ima monografijo s podobno tematiko v slovenščini (Wright 2018), vendar pa je izposoja te manjša od monografij v angleščini. Glede na to, da je knjiga novejša, lahko na lestvici najbolj izposojenih del v prihodnosti pričakujemo spremembo.

PRIREDITVE V SLOVENSKIH KNJIŽNICAH

Slovenske knjižnice organizirajo v sklopu svojega delovanja različne prireditve. V letu 2018 so splošne knjižnice pripravile 25.487 prireditev, ki jih je obiskalo več kot 855.046 udeležencev (Bibsist 2020). Po različnih kanalih smo poizvedovali, ali so knjižnice organizirale kakšno prireditev o Coco Chanel. Naredili smo pregled analize vsebine prireditev v Mestni knjižnici Ljubljana (MKL), ki je največja splošna knjižnica v Sloveniji. Od leta 2013 imajo javno objavljene mesečne Prireditvenike (MKL 2020). Naredili smo analizo vseh objavljenih prireditev, vendar v tem času niso organizirali nobene prireditve o Coco Chanel. Informacije, da bi morda katera slovenska knjižnica pripravila tovrstno prireditev, nismo uspeli pridobiti. V MKL je bilo celo zelo malo prireditev o modi. Ob izidu knjige *Obleka-kaj, kdaj, kako* (Pisani, 2010) je nekaj knjižnic (v Ljubljani, Postojni, Novem mestu) pripravilo predstavitev knjige, prav tako pa je v Trubarjevi hiši literature v Ljubljani potekala predstavitev knjige *Moda in kultura oblačenja* (2014). Različni napovedniki in arhivi novic knjižnic pa v splošnem potrjujejo, da knjižnice pripravljajo tudi prireditve o modi, oblačenju in trajnostnemu ravnanju z oblačili ter raznovrstne delavnice za izdelovanje nakita in modnih dodatkov, organizirali pa so tudi t. i. Izmenjevalnice oblačil.

ZAKLJUČEK

Knjižnice imajo veliko različnih del in izvodov gradiva, ki govori o življenju in delu Coco Chanel. V veliko pomoč pri iskanju člankov v serijskih publikacijah je bil dLib, saj omogoča iskanje po besedah v polnem besedilu. Prikaže pa tudi e-knjige, kjer je ime Chanel le omenjeno, čeprav običajno v obliki citata. Da bi dobili popoln pregled nad članki, bi vseeno morali pregledati vse serijske publikacije, ki so izhajale in še izhajajo na področju mode in niso digitalizirane, prispevki novinarjev pa niso zavedeni v obliki bibliografskih zapisov v knjižničnem katalogu. Gradivo v slovenskih knjižnicah je predvsem novejše, glede na jezik prevladuje gradivo v angleškem jeziku, glede na vsebino pa dela s področja mode. Članek v *Jutru* (7. 2. 1926) prvič omeni modno hišo Chanel, pri kateri je delala Slovenka, istega leta pa parfumerija v Ljubljani oglašuje parfum Chanel. Najbolj izposojeno gradivo v knjižnicah sta filma o Coco Chanel: *Coco avant Chanel* in *Coco & Stravinsky*. Na podlagi analize

prireditve v slovenskih knjižnicah ugotavljamo, da knjižnice v splošnem ne pripravljajo veliko prireditve s področja mode, prav tako pa nismo zasledili, da bi kakšna knjižnica kadarkoli organizirala prireditve o Coco Chanel.

V slovenskih knjižnicah prevladuje zlasti tiskano gradivo o Coco Chanel, a glede na podatke o izposoji si uporabniki knjižnice raje izposojajo filme, ki prikazujejo njeno življenje in delo. Knjižnice so pred izzivom, da ob obletnici njene smrti postanejo eden izmed virov za širjenje pripovedi o lepoti, ženskosti, modi in podjetništvu ter njenih idejah, ki so aktualne tudi za današnji čas.

Povzetek

Vpliv Coco Chanel je še vedno prisoten, s svojo osebnostjo pa je Coco navdihnila tudi številne avtorje, ki so znanstveno in poljudno pisali o njenem življenju, delu ter vplivu na mnogotera področja. Najboljši vpogled in možnost dostopa do takšnega gradiva v slovenskem jeziku in v drugih jezikih ponujajo prav knjižnice. V Sloveniji je četrtna prebivalcev včlanjena v knjižnice, prost dostop do informacij in publikacij pa ima prav vsak. V prispevku smo podrobneje predstavili gradivo, ki je na voljo v knjižnicah in je kakorkoli povezano s Coco Chanel, ter prikazali njeno priljubljenost na podlagi izposoje in razporeditve gradiva po knjižnici. Knjižnice so tudi soustvarjalke lokalne skupnosti in pripravljajo mnogovrstne prireditve, zato smo preverili prisotnost knjižničnih prireditve, ki so povezane s fenomenom Chanel.

Abstract

The influence of Coco Chanel is still present, and her personality has inspired a large number of authors who have written scientific papers and non-scientific articles about her life and work and her influence. The best insight and the ability to access this material in Slovenian and other languages is provided by libraries. In Slovenia one quarter of the population are members of libraries, but on the other hand everyone has free access to information in libraries. This article provides an overview of library materials related to Coco Chanel and it shows her popularity through circulation. Libraries are also one of the most important elements in local communities and they organize many events. For that reason we will analyse library events related to the Chanel phenomenon.

Seznam literature

- ADAMIČ, Metka (2002): Za vse je kriva Coco Chanel: v ekranu Darje Zgonc. V: *Viva*, letn. 10, št. 104.
- BIBSIST (2020): Statistični podatki o knjižnicah. <https://bibsist.nuk.uni-lj.si/statistika/index.php> (pridobljeno: 25. 02. 2020).
- CHARLES-ROUX, Edmonde (1975): *L'Irrégulière ou mon itinéraire Chanel*. Paris: Grasset.
- CHARLES-ROUX, Edmonde (1981): *Chanel and her world*. London: Weidenfeld & Nicolson.

- CHARLES-ROUX, Edmonde (1985): *Chanel: Die Geschichte einer Mode*. Berlin: Verlag Volk und Welt.
- CHARLES-ROUX, Edmonde (1988): *Le temps Chanel*. Paris: Chêne-Grasset.
- CHARLES-ROUX, Edmonde (1990): *Coco Chanel: Ein Leben*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch.
- CHARLES-ROUX, Edmonde (2004): *Le temps Chanel*. Paris: Grasset.
- CHARLES-ROUX, Edmonde (2009): *L'irregolare: Coco prima di Chanel*. Milano: Bur Rizzoli.
- Coco avant Chanel (2010). Culver City: Sonny Pictures Classics.
- Coco Chanel & Igor Stravinsky (2011). Fivia.
- DLib - Digitalna knjižnica Slovenije (2020). <https://www.dlib.si/> (pridobljeno: 1. 2. 2020).
- DORNIK, Ema (2019): Zagotavljanje kakovosti COBIB.SI: kako uspešni smo? V: BEŠTER, Tomaž/VOVK, Damjana (ur.): *Knjižnice – obvladovalke podatkov?: zbornik referatov*, str. 35–50.
- ERZNOŽNIK, Jure (2011): Antisemitka in nacistična agentka?: Coco Chanel. V: *Mladina*, (2. september), št. 32, str. 54–55.
- EVANS, David (2008): *Women in business*. Harlow: Pearson Education Limited.
- FUHRMANN, Vanessa-Isabell (2010): *Image izdelkov blagovne znamke Chanel*. Diplomsko delo. Maribor: Univerza.
- G.U. (2020). Coco Chanel: med malo črno obleko in nacisti. V: *Nedelo*, (23. februar). <https://www.delo.si/nedelo/coco-chanel-med-malo-crno-obleko-in-nacisti-277798.html> (pridobljeno: 27. 02. 2020).
- HAEDRICH, Marcel (1972): *Coco Chanel: her life, her secrets*. Boston: Little, Brown and Company.
- KAVČIČ, Irena (2012): Kakovost zapisov v vzajemni bibliografsko-kataložni bazi podatkov COBIB.SI. V: *Knjižničarske novice*, let. 22, št. 6, str. 1–19.
- MAKUC, Zvonka (1971): Dr. Coco je bila za vivisekcijo. V: *Delo*, leto 8 (8. oktober), št. 274, str. 13.
- MARLEY, Michelle (2020): *Coco Chanel in vonj ljubezni*. Tržič: Učila International.
- MILEK, Vesna (2011): Moda ni samo v oblekah, moda je v zraku, na nebu, na ulici : Coco Chanel. V: *Delo*, letn. 53 (8. januar), št. 6, str. 30–33.
- MORAND, Paul (2009): *The allure of Chanel*. London: Pushkin.
- MORRIS, Edwin T. (1984) *Fragrance: the story of perfume from Cleopatra to Chanel*. Greenwich; New York: E.T. Morris.
- Napovednik: Mestna knjižnica Ljubljana (2020). <https://www.mklj.si/napovednik-arhiv> (pridobljeno: 20. 2. 2020).
- PERIČ, Barbara/HOČEVAR, Marko (2015): Izpostavljenost sončnim žarkom in rak : dediščina Arnolda Riklija in Coco Chanel. V: *Preprečevanje raka: dejstva, ki jih mora vedeti zdravstveni delavec*. Ljubljana : Kancerološko združenje Slovenskega zdravniškega društva: Onkološki inštitut, str. 60–66.
- PICARDIE, Justine (2010): *Coco Chanel: the legend and the life*. London: Harper Collins.
- PLANINŠEK RUČIGAJ, Barbara (2016): Coco Chanel zakuhala trend zagorelosti in s tem bajno zaslužila. V: *Moje finance*, št. 7/8, str. 80–82.
- PUŠNIK, Maruša/FAJT, Elena (ur.) (2014): *Moda in kultura oblačenja*. Maribor: Aristej.
- ŠAUPERL, Alenka/ZUPANC, Špela (2019): *Klasifikacija knjižničnega gradiva*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani.

ŠRIPF, Sara (2013): *V nostalgijo preteklosti z malo črno obleko: tekstil*. Maribor: Srednja šola za oblikovanje.

The New York times great lives of the twentieth century (1988). New York: Times Books.

TROHA, Izidor (1938): Kako postaneš milijonar?. V: *Koledar za leto 1939*. Trieste: Unione editoriale Goriziana, str. 54–57.

VAUGHAN, Hal (2011): *Sleeping with the Enemy: Coco Chanel's Secret War*. Vintage.

WRIGHT Nicolas (2018): *Izjemne ženske*. Ljubljana: Tehniška založba Slovenije.

Seznam slik

Slika 1: <https://plus.si.cobiss.net/opac7/bib/9079559> (pridobljeno 01. 03. 2020)

Slika 2: lasten vir.

Slika 3: <https://www.dlib.si/stream/URN:NBN:SI:DOC-EVCFFTE/2bf6dd03-a6ee-4ad7-8fab-96bea97e182b/PDF> (pridobljeno 01. 03. 2020).

Seznam tabel

Tabela 1: lasten vir.

Tabela 2: lasten vir.

Tabela 3: COBISS+, pridobljeno 25. 02. 2020.



KAKŠEN OKUS IMA VONJ OZIROMA UPOVEDOVALNE STRATEGIJE VONJA V ROMANU PATRICKA SÜSKINDA PARFUM IN NEKAJ VZPOREDNIC IZ VED O VINU, GOBAH, VRTNICAH IN PIVU

Darko Čuden (Ljubljana)

UVOD

Po definiciji je čutilo del živčnega sistema, ki zajema čutilne receptorje, živčne poti in dele možganov, odgovorne za obdelavo informacij. Z drugimi besedami to pomeni, da zaznavamo tako, da dražljaj vzburi živčne končiče v čutilih (oko, nos, uho, jezik, koža), ti pa prenesejo zaznavo v možgane. Vendar pa odgovor na vprašanje, koliko čutov pravzaprav imamo, ni tako zelo enoznačen.

Antropozofska znanost, kot jo je zasnoval Rudolf Steiner, odkriva v človeku dvanajst čutil,¹ ki so, ker je po njegovem človek slika kozmičnih sil, povezane

1 www.prisluhni.si: antropozofija, avtor besedila: Samo Simčič.

z zodiakom.² Ta čutila so: tip (tehnica), čutilo za življenje (škorpijon), čutilo za gibanje (strelec), čutilo za ravnotežje (kozorog), vonj (vodnar), okus (ribi), vid (devica), čutilo za toploto (lev), sluh (rak), čutilo za govor (dvojčka), čutilo za mišljenje (bik) in čutilo za jaz (oven).

Okusu kot nadpomenki se v zadnjem času pridružuje še umami ali mesni okus, ki nastane ob zaznavi karboksilnega aniona glutaminske kisline, ki je pogosta v mesu, siru in drugih jedeh, bogatih z beljakovinami, in naj bi bila značilna za kitajsko in japonsko kuhinjo.³

VOH/VONJ

Z vonjem zaznavamo in določamo hlapne snovi v zraku. Po Nemaniču (1999) so človeške sposobnosti zaznave vonja približno 10-tisočkrat večje kot zaznave okusa; se pa v tem pogledu lahko skrijemo pred marsikatero vrsto sesalcev. Predmet tega prispevka je vonj oziroma upovedovanje voha oz. vonja v pisanem in govorjenem slovenskem jeziku.⁴ Na premici bolj ali manj uslovarjenih enot, od klasičnih pregovorov in rekel do novih tvorjenk, vpetih v besedilno vrsto in pogojenih s pisateljsko afiniteto, najdevamo žive in zastarele primere kot: *nekaj mi smrdi v tej zgodbi*, *smrdeti kot dihur/kozel/vinski sod*, *jesen je parfum kolesarskega življenja*,⁵ *iz ljubezni na prvi pogled nastane ljubezen na prvi vonj*,⁶ *tukaj smrdi, kakor bi dihurja drli, riba smrdi pri glavi*. Pri drugih jezikih je pričakovati svojevrstne pregovore, kot je nemški: *Kozel je šel od hiše, vendar je njegov smrad ostal*.

Protipomenskega besedja s tega področja mrgoli na glagolskem (*smrdeti/dišati*), samostalniškem (*smrdljivec/dišava*), iz glagolskega izpeljanem pridevniškem (*usmrajen/odišavljen*) in posledično tudi na (a najbrž v primerjavi s prejšnjimi tremi besednimi vrstami manj) prislovnem področju. Čutna zaznavanja v jeziku opisujemo zelo raznoliko, enobesedno, večbesedno kot primerjave, eksplicitno in implicitno. A zgolj za pokušino iz te bogate jezikovne palete pogledjmo nekatere glagole iz eksplicitne dihotomije *smrdeti* : *dišati*. V zakladnici slovenskega jezika so med drugim: (za)*dišati*, *odišaviti* (se), (za)

2 Povezovanje čutil z znaki zodiaka naj ne bil povod za ustvarjanje horoskopov.

3 Wikipedija.

4 Najbrž pa to velja tudi za druge jezike.

5 Polet, 12. 9. 2019, str. 28.

6 Oakes, 2005: 19.

dehteti, (za)duhteti, (za/pri)smrdeti, usmrđeti se, osmrđati se, zaudarjati, (po) duhati, (po)vonjati, razdišati se, (za/po)vohati, vonjati.

Prispevek se v glavnem začne s smradom (kar ni povsem naključno, kajti do parfuma in/ali arome je dolga pot). Pričakovati pa je bistveno bolj »dišeče« besede in besedne zveze v slovenski umetni in ljudski (v glavnem) ljubezenski poeziji. Več kot opazna je v njih raba dehteti, dehteč, duhteč:

V lepoti mladi /⁷ dehteča vsa / gre po livadi / zamišljena⁸. Dehtela je lilija, beli cvet,
/ dehtel mi je rožmarin mladih let⁹
Vse, vse dehti, / roža, srce in zrak¹⁰
Imam pa vijolic dehtečih in rož, / in lilij visokih tudi¹¹
Zdaj smem od blizu vpijati tvoj vonj / in brez bojazni božam te z očmi¹²
Pelin bolj in bolj diši, / jaz ne vidim več ljudi¹³
Kakor bela grud / gorka od krvi, / mlade radosti / v cvetju ajda diši¹⁴
O nič se, deklica, ne boj, / jablanov cvet dehti nocoj¹⁵
V blazinah vonj ostal je tvojih las Ur sladkih diš po sobi še dehti¹⁶
Zadiha jutro, mile mirte vonj¹⁷
Potem sva še dolgo / dišala po senu¹⁸
Postelja je zadržala z vonjem / po zeleni travi¹⁹
Močno in sladko dišijo presna zelišča²⁰
Dišiš po vročem semenu, jelen. / Po tebi diši ves gozd, in jaz²¹
Kakor z vinom strasti nalita / tvoja bela polt dehti²²
Odvrzi jo: suhi šelest greha / v vonju molitev²³
Ko duhteče vino sladkih trt / užil sem te²⁴
Samo en cvet, en češnjevi cvet, / dehteč in bel / odlomi, moja draga!²⁵

7 S poševnico razmejujem verze, ločil na koncu ne pišem, ne glede na to, ali gre za dokončani stavek ali zgolj prehod iz verza v verz.

8 Oton Župančič: *Kaj bi*.

9 Cvetko Golar: *Deviška*.

10 Jože Šmit: *Vse dehti*.

11 Dragotin Kette: *Jaz nimam več palm in lotosa več*.

12 Peter Levec: *V poltemi*.

13 Svetlana Makarovič: *Pelin*.

14 Josip Murn: *Pesem o ajdi*.

15 Edvard Kocbek: *Čuj, deklica, jablanov cvet*.

16 Igo Gruden: *V blazinah*.

17 Cene Vipotnik: *Jutro otožnega ribiča*.

18 Tone Kuntner: *Bila si grabljica*.

19 Ciril Zlobec: *Večer*.

20 Kajetan Kovič: *Zelena pesem*.

21 Svetlana Makarovič: *Dišiš po vročem semenu, jelen*.

22 Srečko Kosovel: *Rdeči cvet*.

23 Dane Zajc: *Gotska okna*.

24 Alojz Gradnik: *Eros – Tanatos*.

25 Karel Destovnik Kajuh: *Ljubezenske*, 6.

KRATEK PARFUMORIS

Ko se po premici z enega konca smradu pomikamo na drugi pol ne-smradu, naletimo na dišavo oziroma aromo. Pot do tja ni lahka, niti preprosta. Christian Dior je menda izrekel besede, da parfum o ženski več pove kot njena pisava. Zgodovina parfumov je živahna. Ko se je parfum poslovil od alkimi- je in zeliščarstva (kamor se pa ponovno vrača, v zeliščarstvo namreč!) in so ga poslali v laboratorij in na tekoči trak, smo začeli živeti v svetu sintetičnih parfumov. Ta sintetičnost je naravne dišave, iz katerih so nekoč izdelovali parfume za mogočnejše in imenitnejše, skratka petičnejše, izrinila; industrija parfumov se je namreč razbohotila v gromozanski posel, parfumi so se poce- nili in so tako postali dostopni širokim množicam.

Delov članek z naslovom *Chanel No. 5. Ena najbolj kultnih*, če ne celo najbolj kultna dišava vseh časov²⁶ pripoveduje o zapletenih, a radostnih vzvodih za nastanek te strašne Chanelove petke:

V začetku 20. let 20. stoletja se je Coco Chanel [...] bližala 40. letu in bila uve- ljavljena članica pariške družbene smetane. Parfum, ki ga je snovala s svojim poročenim ljubimcem Boyem [...], pa se je naposled odločila uresničiti kot ne- kakšen spomenik njuni ljubezni, ki se je končala, ko se je Boy smrtno pone- srečil na francoski rivieri. Potem ko ji v laboratorijih slavnega izdelovalca par- fumov François Cotyja niso znali ustreči, jo je mimogrede očaral vonj okra- snega robca, ki ga je s sabo kot nekakšen amulet vselej nosil ruski baletnik, ustanovitelj Ruskega baleta Sergej Djagilev. Podarila mu ga je ruska kneginja Marija Pavlova, tudi teta kneza Dmitrija Pavloviča Romanova iz ruske vladar- ske družine, s katerim se je Coco Chanel zapletla v razmerje. On je bil tisti, ki jo je razsvetlil z ugotovitvijo, da je to gotovo parfum Le Bouquet de Catherine, pozneje imenovan Rallet No.1, ki so ga izdelali v čast ruske cesarice Katarine Velike in so ga smele uporabljati le najimenitnejše dame v Petrogradu in Mo- skvi, ter jo spoznal z avtorjem, dvornim parfumerjem ruskih carjev Ernestom Beauxom. In ta je bil kriv, da je poustvaril podobno mešanico dišav, vzorec s številko 5 pa je postala tista 'ženstvena dišava, ki bi dišala po ženski', ki jo je iskala, ena in edina prava eau de Chanel. Ko jo je slavna Parižanka zapakirala v stekleničko, podobni tisti za imenitne žgane pijače, in nato še v škatlico v najprepoznavnejših barvah njenega modnega izraza – beli in črni – je postala ena najbolj kultnih, če ne celo najbolj kultna dišava vseh časov (Bojc 2020).

Ahačič pa kot razgledan jezikoslovec, literat in pedagog bistvo vonja parfuma pretvarja, ob tem da se še kako zaveda določevalne izmuzljivosti, v svet zvo- ka (ton, glasba), morda tudi vida (note, partiture):

26 Delo, 21. 2. 2020, str. 13.

Dober parfum opazovalcu vedno pove zgodbo. Ne zaznamo je zlahka, poznati je treba eterična olja, součinek različnih sestavin. Ni dovolj samo občutek, občutek mora biti vzgojen, zgrajen na podatkih, ki se jih nauči naš nos. Ko poznamo sestavine nekaj desetih parfumov, jih prepoznamo v novih [...] In potem začnemo počasi poslušati parfume kot glasbo: v parfumerijah; ko gremo mimo ljudi – ali pa si parfume predstavljamo, ko beremo o njih na internetu, še preden jih sploh povonjamo (Ahačič 2020: 9).

V nadaljevanju Ahačič na kratko razčleni parfum v primerjavi s strukturo skladbe, melodije, in ob tem poudarja občutljivost oziroma neobčutljivost uporabnika, poslušalca, pri čemer nas zapelje v glasbeno žanrske vode. Misel o parfumih spet zaključí z zvočno jakostjo:

Dobri parfumi imajo svoj uvod, refren in finale, slabši so podobni melodiji, ki jo slišimo na radiu in nas spremlja, če želimo ali ne. Toda po drugi strani: nekateri dobri parfumi se mnogih ne dotaknejo, zmede jih prezapletena (ali preenostavna) kombinacija vonjev. Tudi pri parfumih imamo klasiko, jazz, alternativo, etno, eksperimentiranje – in pop. Nekateri pričakujejo od parfuma samo refren in jih ne zanima skladba v celoti. Spet eni želijo tihe in drugi glasne parfume (ibid.).

SÜSKINDOV PARFUM, ZGODBA O MORILCU

Pisati o romanu Patricka Süskinda *Parfum*, podnaslovljenim z zgodba o morilcu, je z vidika upovedovanja vonja skoraj nemogoče. To pa preprosto zato, ker v romanu domala na vsaki strani prši in buhti od opisov vonja, smradu in dišav, v najboljšem primeru bi ga bilo prepisati v celoti. Zaradi omenjene nabuhlosti se v tem prispevku omejujem zgolj na nekaj uvodnih delov in skušam zaduhati nekatere njegove »vonjavne« sestavine.

Süskind že na prvih straneh samo v enem odstavku uvede roman s celo paletto opisov smradu in njegovih (iz)virov, to so prostori, stavbe, oprema, hrana, telefonski deli, človeški in živalski izločki in tako v nedogled, kajti pisateljeva domišljija je tako živahna, da lahko smrdi vse, kar leze, gre in stoji, veje od vsepovsod, z vseh vetrov in piha na vse strani. Bralec kar nekako sluti, kam bo zvijačno zapeljal zgodbo, na drugo stran smradu seveda, torej v drevored dišav in arom, a izkušen bralec bo najbrž že zaduhal, da ga na bralni poti čakajo številni odkloni in preklopi in potujitve, ki so, čeprav ne gledališke, brechtovskega kova.

V času, o katerem pripovedujemo, je vladal v mestih takšen smrad, da si ga mi, sodobni ljudje, komaj predstavljamo. Ceste so smrdele po gnoju, dvorišča po urinu, stopnišča po preperem lesu in podganjih iztrebkih,

kuhinje po pokvarjenem zelju in koštrunji masti; neprezačene izbe so smrdele po zatohlem prahu, spalnice po mastnih rjuhah, vlažnih vzmetnicah in rezki sladkobi nočnih posod. Iz dimnikov je smrdelo po žveplu, iz strojarskih delavnic so smrdela jedka lužila, iz klavnic je smrdela polita kri. Ljudje so smrdeli po potu in neopranih oblekah; iz ust jim je smrdelo po sprhnelih zobeh, iz želodcev po čebulnem soku, in njihova telesa so smrdela, če niso bila več povsem mlada, po starem siru in kislem mleku in bulavosti. Smrdele so reke, smrdeli so trgi, smrdele so cerkve, smrdelo je pod mostovi in v palačah. Kmet je smrdel enako kot župnik, obrtniški vajenec kot mojstrova žena, smrdelo je vse plemstvo, da, celo kralj je smrdel, in kraljica kakor stara koza, poleti kot pozimi. V osemnajstem stoletju namreč razkrajajoča aktivnost bakterij še ni poznala nobenih meja, zato ni bilo nobene človeške dejavnosti, ne graditeljske ne uničujoče, nobenega izraza porajajočega se ali propadajočega življenja, ki ga ne bi spremljal smrad (Süskind 1987: 7–8).

V romanu Süskind smrad tu pa tam dejanja, dogajanja, stanja, (ne)razpoloženja svojih junakov (v glavnem gre za protagonista Grenouilla, nenazadnje je ta osrednja rdeča nit) groteskno, bizarno opisuje kot nekaj neznosno omamnega, kot ga marsikdo denimo občuti ob preobilju zadušnih vonjev na pogrebnem obredu. Grenouille se rodi, potem ko ga je mama (neobčutljiva za vonj po ribah in truplih, vonj ji je namreč otopel) rodila petega. Vsi prejšnji otroci so ji pomrli in tudi njemu je slabo kazalo, a je preživel. Ko mu z ribiškim nožem prereže popkovino, se po (nezaželenem) porodu onesvesti in to nezavest, to neznosno omamnost zaradi vročine in smradu opisuje kot *polje lilij ali kot tesno sobo, v kateri je preveč narcis* [...] (ibid.: 9).

Grenouille, ta družbeni izvrženec nekako nevede s teorijo Ferdinanda de Saussura, ki pomen jezikovnega znaka (besede, besedne zveze, frazema, skratka leksema) v jezikovni sistem teoretično umešča z negacijo, abstrakcijo (gozdar je ta, ki ni pek, mesar, zidar, pisatelj, grobar; rdeče je tisto, kar ni belo, črno, zeleno, oranžno, lila; lepo, kar ni grdo, nemarno, nagravnjo, nagnusno, ogabno), zaznava in oduhava svet večplastno, tudi takole s številnimi ne-ji in drugimi nikalnicami:

Ta vonj je imel svežino; vendar ne kakor limeta ali pomaranča, ne kot mirta ali cimetov list ali konjska meta ali hruška ali kafa ali borove iglice, ni imel svežine majskega dežja ali ledenega vetra ali studenčnice [...] in obenem je bil poln topline: a ne kot bergamota, cipresa ali mošus, ne kot jasmin in narcisa, ne kot rožnato grmičevje in ne kot iris [...] Ta vonj je bil mešanica vsega tega, lažnega in težkega, ne mešanica, bil je enota, a obenem rahel in šibak in kljub temu trpežen in znosen kot kos tanke, šušteče svile ... in spet ne kot

svila, ampak kot medeno sladko mleko, v katerem se topi piškot – kar pa vendar pri najboljši volji ni šlo skupaj; mleko in svila (ibid.: 43).

V zadnjem delu tega odstavka, sicer pa v romanu domala od začetka do konca, kar buhti od slovitega učinka magdalenic, ko okus peciva v protagonistu romana V Swannovem svetu Marcela Prousta budi spomine iz preteklosti, in iz pesmi Ko-response Charlesa Baudelaira in romana Proti toku Jorisa-Karla Huysmansa.

Sinestezija,²⁷ soobčutje, hkratni doživljaj je izraz v psihologiji, književnosti, govorništvu in v glasbi in pomeni nevrološko mešanje čutov. Sinestet lahko na primer sliši barve, vidi zvoke ali okusi otip. Sinestet lahko na primer pri višjem tonu vidi močnejšo rdečo.

V zgoraj citiranem odstavku iz romana se zgolj v zadnjem delu mešajo z vonjem vsaj trije prepleteni, težko razmejljivi čuti: zelo abstraktno določen vonj (rahel in šibak in trpežen in znosen), vid/otip in vid/sluh (tanka, šušteča svila) in precej kompleksen okus/vonj (medeno sladko mleko, v katerem se topi piškot) (ibid.: 43).

Človeško telo najbrž zaznava vse vonje tega (stvarnega in namišljenega) sveta, to pa še ne pomeni, da te vonje tudi vsi zaznavamo in jih, tako kot barve in še kaj, prepoznavamo in poimenujemo. So pa mojstri, ki vidijo, slišijo, tipajo, duhajo, slišijo, in med njimi najdemo v Süskindovem romanu tudi sinestetičnega velemojstra Grenouilla, ki sluh prevaja v voh, najbrž tudi tip, čeprav iz besedila to ni razvidno, kajti zgolj na jezikovni ravni prepoznavamo dvojico videti/slišati. Kako namreč prepoznati sedeti na bukovih polenih, ki so zaradi toplote pokala (ibid.: 27) v naslednjem odstavku: »Ko je v marčnem soncu sedel na skladovnici bukovih polen, ki so zaradi toplote pokala, se je zgodilo, da je prvič izgovoril besedo 'les'. Čeprav je les že stokrat videl, besedo že stokrat slišal« (ibid.).

Ko sedimo na čem, to (o)tipa(va)mo, vidimo, morda (za)duhamo, pokanje slišimo, morda tudi vidimo, marčna toplota sonca nas pogreje. Grenouille se levi in na koncu prelevi v pretanjenega čutneža:

Drugače pa mu vsakdanji jezik prav kmalu ni več zadoščal, da bi lahko označil vse tiste reči, ki jih je zbiral v sebi kot vohalne pojme. Kmalu po vonju ni ločil le lesa, ampak tudi njegove vrste, javorov, hrastov, borov, brestov, hrškov les, star, mlad, preperel, trhel, mahovit les. Da, celo posamezne plasti lesa, trske in žagovino [...] (ibid.: 28–29).

27 Ta odstavek je povzet po Wikipediji.

GREMO MI PO GOBE²⁸

V velikem, pogosto izmuzljivem gobjem/glivnem kraljestvu so številne družine:²⁹ smrčki ali mavrahi, čašice, skledice, jeziki, gomoljike, drhtavke, lisčke, grivuše, ježki, usnjevke, pološčevke, luknjičarji, ploskocevke, polževke, vlažnice, kolobarnice, gostolistke, korenovke, čeladice, rdečelistke, ščitovke, mušnice, dežniki/dežnički, kukmaki, tintnice, strniščnice, gologlavke, žveplenjače, plamenke, luskinarji, kučmice, štorovke, koprenke, plamenke, medlenke, razcepljenke, golobice, mlečnice, podvihanke, slinarji/polžarji, gobani, polstenke, turki, dedi, lupljivke, mrežnice, zvezdice, prašnice itd.

Najbrž nekatere predstavnice glivnih družin dišijo/smrديو povsem drugače od drugih ali pa imajo sploh nezaznaven vonj. Nekatere že po imenu (včasih zavajajoče) odkrivajo svoj vonj v skladu z dihotomijo *dišati/smrديو*. Take so denimo dišeča tramovka (*Gloeophyllum odoratum*), dišeča kolesnica (*Lepista irina*), smrdljivi mavrahovec (*Phallus impudicus*), dišeča sehlica (*Marasmius oreades*). Pri nekaterih nevtrarno označenih vonjih iz dihotomije *smrdljiv/dišeč*, ko ne vemo točno, po čem kaj smrdi ali diši, Læssøe/Del Conte (1997) vonj (pogosto združen z okusom) pojasnjujeta. Tako pekoča korenovka (*Collybia peronata*) na videz ni nič posebnega, a si jo bomo zlahka zapomnili po ostro pekočem okusu njenega neužitnega mesa. Tudi vonj mesa je oster. Ta opis je tipičen primer združitve okusa (pekoč) in vonja (oster). Pri smradni shlevki (*Micromphale foetidum*) trdita, da včasih lahko to dokaj majhno lističasto vrsto najdemo samo po njenem vonju, podobnem vonju kislega zelja. Smrdljivi dežniček (*Lepiota cristata*) ima po njunem neprijeten vonj po kemikalijah, sladkobna koprenka (*Cortinarius anserinus*) po vonju spominja na slive, smrdljivo golobico (*Russula foetens*) spoznamo po žarkem vonju.

Iz imen žveplena kolobarnica (*Tricholoma sulphureum*) in milnata kolobarnica (*Tricholoma saponaceum*) smemo domnevati, da prva smrdi/diši (?) po žveplu, druga smrdi/diši (?) po milu, redkvičasta čeladica (*Mycena pura*) močno diši po redkvi. Po Vrhovcu (2010) ima začimbena sehlica (*Marasmius*

28 Poglavlja o gobah, vrtnicah, vinu in pivo so zaradi večplastnosti zgolj bežen oris upovedovanja vonja.

29 V slovenskem prevodu Gobe Ettoreja Biellija so družine za razliko od zgoraj naštetega dosledno poimenovane množinsko žensko, torej z nadpomenko goba/gliva, a tudi besedotvorno drugače od zgoraj omenjenega. Torej: mušničarke, dežnikarice, polžarke, golobičarke, kukmarke, tintarke, ježarke, solzarke itd.

scorodonius) močan vonj po česnu, zato ji mnogi rečejo kar česnovka,³⁰ seno-žetna plešivka (*Calvatia utriformis*) ima ostri vonj po lizolu, alkalna rdečelistka (*Entoloma nidosum*) zelo močno diši po amoniaku, dišeča polževka (*Hygrophorus agathosmus*) ima zelo močen, nekoliko sladkoben vonj po grenkih mandljih ali marcipanu, janeževa livka (*Clitocybe odora*) ima vonj po janežu, žveplasta kolobarnica (*Tricholoma sulphureum*) močen in neprijeten vonj po svetilnem plinu, pri karbolnem kukmaku (*Agaricus xanthoderma*) se pri kuhanju pojavi neprijeten vonj po karbolu ali črnilu, vonjava koprenka (*Cortinarius paleaceus*) zmečkana diši izrazito po pelargonijah, dišeča razcepljenka (*Inocybe pyriodora*) je zelo močnega, prodornega vonja, ki spominja na prezrele hruške, kafrna koprenka (*Cortinarius camphoratus*) – vonj spominja na gnijoč krompir, majaronova koprenka (*Cortinarius percomis*) – močnega vonja po majaronu, smrdljiva golobica (*Russula foetens*), kjer imajo stare gobe včasih tudi zelo zoprni vonj po ribah, dišeča tramovka (*Gloeophyllum odoratum*) s prijetno sladkobnim vonjem po janežu ali komarčku, smrdeči bradavičar (*Thelephora palmata*) izredno močno in neprijetno diši po česnu.

Avtorji priročnikov za enostavno in zanesljivo določanje gob ubirajo rahlo drugačno strategijo. V tem prispevku se posvečam le trem in s precejšnjo gotovostjo domnevam, da v drugih priročnikih ni bistveno drugače. Tako Læssøe/Del Conte (1997) za določevalni kriterij jemljeta 1) barvo trosnega prahu, 2) velikost, 3) rastišče in 4) razširjenost. Vonja in/ali okusa razen zgoraj omenjenih pripomb pa ne omenjata. Bielli (2002) se pri klobučarkah odloči za 1) klobuk, 2) variabilnost, 3) rastišče, 4) čas rasti, 5) podobne vrste, 6) sopomenke in 7) kulinarično uporabnost. Vonj (in okus) opisuje pod 1), torej klobukom: značilen vonj po smoli in oster okus po terpentinu, vonj po sadju ali jasminu in prijeten okus, skoraj brez okusa in z vonjem po zemlji itd. Drugačno pot ubirata nemška urednika Eppinger/Hofmann (2005) gobarskega priročnika, ki pri vsaki gobi navajata kriterije: 1) meso, 2) rastišče, 3) uporaba, 4) podobna vrsta. V prvo, meso torej, pa dosledno zapisujeta vonj. Opisujeta ga na dva načina: kot primerjave (okus po orehih/urinu) ali zelo subjektivno, torej neoprijemljivo, izmuzljivo: prijetno, odbijajoče, (ne)izrazito. Tako v njunem priročniku beremo naslednje opise vonja, mnogokrat spet v navezi z okusom: vonj in okus po orehih; po vonju prijetno, po okusu pa odbijajoče grenko; pri

30 Garnweidner uporablja ime česnovka, očitno sta torej začimbena sehlica in česnovka v slovenskem mikološkem izrazju uradni imeni za to vrsto gobe.

mladih gobah ima vonj po urinu, pri starejših po mrhovini; vonj in okus blaga in prijetna; blagega in prijetnega okusa in vonja; okus je nekoliko kiselkast, vonj neizrazit; nevpadljivega vonja; okus nekoliko po kislem; diši po mandljih, je prijetnega okusa po gobah; šibkega vonja; vonj po janežu; neprijetni vonj po karbolu ali črnilu; z bolj ali manj intenzivno izraženim vonjem po moki; skoraj brez vonja in rahlega okusa po zemlji, ki spominja na surov krompir; prijetnega blagega, nikoli mokastega vonja in okusa, rahel/blag vonj po moki, prijetnega vonja in okusa po zemlji; močan vonj po plinu, aromatičnega vonja po oreških, dobrega vonja in okusa, diši nekoliko sladko do medeno, vonj po hrenu ali repi, močan vonj po redkvi, nevpadljivo blagega vonja in okusa, po svežem kvašenem testu, kiselkastega vonja, izrazit vonj po česnu itd.

V teh okrnjenih izpisih je zlahka opaziti trditve, kot so: bolj ali manj vpadljivo, manj in bolj izrazito/intenzivno, rahlo, blago, šibko, močno, aromatično, dobro. V oči pa pade vonj po moki. Po mojem sicer zelo skromnem vzorcu vprašanih nihče ni zavohal/zaduhal moke. Dokaj neoprijemljiva in zmuzljiva (če ne tudi smešna!) je tudi trditev/primerjava, da ima neka goba prijeten okus po gobah.

TAM NA VRTU, NA ZELENEM, RDEČA GARTOŽA CVETE. PA NI ROŽA TO NA VRTU, AMPAK MOJE JE DEKLE³¹

Sinestezijo, ki se skozi ta prispevek vleče kot neskončna rdeča nit, je najti tudi v knjigi Matjaža Mastnaka (2015) z dvopomensko duhovitim naslovom *Sem z vrtnicami*. Avtor išče duh rožnega olja iz mamine šatulje in ga najde prek vida in (najbrž) tudi otipa:

Sledil sem spominu in poskušal v omarah najti rožno olje. Našel sem umetno izdelano leseno skrinjasto škatlo, vendar v njej ni bilo več niti korald niti stekleničice. A glej čudo: zaduhal sem isti vonj kot pred tridesetimi leti. Ne morem opisati, kako zelo me je to prevzelo. Gotovo močneje, kot če bi našel rožno olje. Dobil sem lekcijo o tem, kako nam lahko vonj v hipu prebudi celotne prizore in občutja, za katerimi je analitični razum že davno izgubil vsako sled.

Vonj je po Mastnaku dotik čarovnije, ki loči vrtnice od drugih lepih cvetlic. Vrtnica brez vonja je razočaranje, je samo videz brez vsebine. Dekle brez miline, čara in privlačnosti.

31 Poglavlje o vrtnicah je skoraj v celoti povzeto po mislih Matjaža Mastnaka. Naslov poglavja jo vrtnicah je začetek pesmi, ki jo pojejo Grajski pevci KŠD iz Predgrada.

Pri opisovanju vonja nam pomagajo primerjave. Vrtnice dišijo po dišavah in začimbah, denimo muškatu, miri, klinčkih, cimetu in popru. Druge imajo vonj po pravem čaju, borovi smoli ali medu, tretje po sadju: po jabolkih, pomarančah, ananasu, bananah, marelicah, breskvah, malinah, jagodah. Zanimivo je, da vonj neke rastline opisujemo z vonjem po drugem cvetju, recimo po nageljnih, narcisah, gardenijah, hijacintah, rezedi, dišečem grahorju, kovačniku in vijolicah.

Alma de l'Aigle, nemška slikarka in učiteljica, bistroura poznavalka vrtnic, je pri opisovanju vonja upoštevala še njegov temperament. Po njenem je vonj (med drugim) lahko lahek kot dih, lahko teče, lije, se širi, preplavlja, je sramežljiv, obotavljiv, plašen, se hitro izčrpa, je obilen, prekipevač, zadržan, navzoč samo v sledovih, pičel, tenek, boren, poln, lahek, utrujen, pojemajoč, izdihujoč, nejevoljen, obstojen, moten, nabrekel, sferen, širok, zvoneč ... Uporablja tudi nenavadne izraze za vonjavne odtenke, da je lahko vonj vrtnic vlažen, naiven, sopranski, altovski, da cvet diši po sveže zribani hrastovi mizi, po neprezračeni sobah, po zmečkanem mrčesu, po papirju, po dekliški koži, po košnji, po plevelu, po zapleveljenem vrtnem kotu, da je lahko obsijan od sonca in da je lahko čednosten, knežji in kraljevski (prim. de l'Aigle 2002).

AM MORGEN BIER GIBT VIEL PLAISIER OZIROMA ČEZ PIR GA NI, KO SE ZDANI³²

V pivovarstvu (pa ne le tu) se za vonj in okus uporablja izraz aroma, sopenka za dišavo, ki se na premici smrad/dišava nagiba skrajno v desno.

Hughes Greg (2015) v poglavju o zeliščih, cvetju, sadju in začimbah pri pripravi piva navaja, da so se sprva namesto hmelja za okus in zaščito piva pred kvarjenjem uporabljali koriandrova semena, zvezdasti janež, cimetove palčke, sladki koren, vaniljevi stroki, čili, brinove jagode, šipek, bezgove jagode, bezgovi cvetovi, kombavovi³³ listi, jagode, maline, višnje, pomarančna lupina, limonina in limetina lupina, vresini vršički.

32 Prevodni domislek: Darko Čuden.

33 Kombava (*Citrus x hystrix*) je po Wikipediji agrum iz rodu *Citrus* (družina Rutaceae). Izvor še ni natančno pojasnjen. Nekateri izvedenci menijo, da gre za križanje med citrino in limeto, drugi trdijo, da je rezultat mutacije na limeti.

V teh osemnajstih pivskih dodatkih je vonj v zraku najbrž zaznaven pri de-nimo janežu, cimetu, vanilji, (mogoče?)³⁴ bezgu, kaj pa pri brinovitih jagodah, malinah, vresinih vršičkih? In kdo sploh ve, kaj je kombava? Pri kombavovitih listih gre spet za splet okusa in arome. Pri pomarančni lupini pa Hughes (ibid.) trdi, da lupina grenke pomaranče da aromatičen pomarančni okus (pojasnjevanje (ne)znanega z (ne)znanim, namreč da pomaranča daje pomarančni okus?). Kakšna pa sta pri vresinih vršičkih aroma in okus po travi in meti?

V opisu pivskega vonja z zgoraj omenjenimi pridatki imajo cimetove palčke izrazito prazničen vonj. Kakšen pa je prazničen vonj? In za povrh še izrazit? Nismo spet pri sinesteziji, a tokrat zahtevnejši? Katero čutilo nas nosi v praznike? Praznično?

Vonj v poglavju o ležakih označujejo z besedo aroma. Pri svetlem ležaku je tako lahko prisotna rahla pikantna aroma hmelja, vendar je pogosto le malo zaznavne arome ali čisto nič, pri češkem pilsu se pikantne in cvetlične arome mešajo z žitnim, sladnim vonjem, bocki imajo močno aromo praženega slada z malo vonja po hmelju, drugi temni ležaki lahko dišijo po čokoladi, karamelu ali oreških, pri alih zaznavamo rahel cvetlični pridihi, zmerno hmeljni, s pridihom začimb, šibko ali pa nezaznavno hmeljno aromo s pridihom slada in karamela, vonj po praženju, rahel čokoladni ton in pridihi dima, pri pšeničnih pivih lahkotno hmeljno aromo s pridihom agrumov, banan in nageljnovih žbic, ki pa ne prevladajo. Kje pa je meja prevlade?

IN VINO VERITAS OZIROMA KJE JE RESNICA, ČE JE RES KJE?

Simčič (1987: 66) v poglavju o presoji vina s čutili v podpoglavju o vonju vina ugotavlja, da je presoja vina z vohom najtežja. V nadaljevanju govori o dišavah in aromah, pri čemer vinskemu nepoznavalcu ni povsem jasno, v čem je razlika med prvimi in drugimi. Kaj je dišava, kaj je aroma? Pravi namreč, da glede na vonj delimo vina na dva tipa: na vina z intenzivno aromo, pridobljena iz aromatičnega grozdja, in vina z blago aromo iz nearomatičnega grozdja. Pri prvih da prevladuje specifična aroma, pri drugih pa da zaznavamo odtenke, blage vtise, ki označujejo plemenitost vina. Tako acetoin, kot vsebnost grozdja, spominja na mandeljne, etilni kaproat na milo, kumarin na sveže pokošeno

34 Vsak vprašaj v besedilu v oklepajih je pomislek pisca članka, ker mu je beseda, izjava, trditev presplošna, pomensko izmuzljiva, velikokrat popolnoma nerazumljiva.

seno, vanilal na vaniljo, etilni laktat na mleko, fenil acetat aldehidna hijacinte, jonan na vijolice, 1-heksanol na zelenjavo (kakšno?), anizol na janež itd.

Po Nemaniču (1999: 28) se pri vinskih vonjih srečujemo s številnimi izrazi, kot so: vinska aroma, sortna cvetica, buke, vinjski vonj, dišave, vinski parfumi. Temu se Košmerlova (2017: 36) pridružuje, rekoč da imamo za opis vina zelo poljudno izrazoslovje, zelena pa naj bi bila strokovna opisna terminologija. Ta naj bi se nanašala na celovit opis vina od barve do poskusa ali pa samo na aromo, kar je po njej tudi najpogostejše. Iz te zahteve po čim večji objektivnosti navaja organske in anorganske arome za denimo char-donay: kumara, zelena, mineralen, kremen, zelo jabolko, grenivka, agrumi, lipa, med, nektarina, bela breskev, ananas, breskev, melona, mango, kutina, fige, lešnik, kostanj, tobak; za sauvignon pa: lantana,³⁵ zelenika, pokošena trava/seno, rastlinje (paradižnik), črni ribez, bezgov cvet, kopriva, beluš, artičoke, paprika, strok fižola ali graha.

Vinski poznavalci prepoznavajo vonje/arome pri največkrat organskih elementih, kot so rastline in njihovi plodovi; tako po Košmerlovi (ibid.: 37) prepoznavamo (pogoste/značilne) arome po marelici in/ali limoni, po svežem surovem maslu; vonj po agrumih, predvsem limoni, jabolku, cveticah; značilne arome po sadju, akaciji in cedri, po zrelem in suhem sadju, sušenem cvetju iz zelišč, sadno-cvetne note po jabolkih, hruškah in začimbnicah (rožmarinu, lovorju, timijanu); aroma najbolj **spominja**³⁶ na robide, murve in čokolado; po češnjah in slivah, po marmeladi, dimu in čokoladi, vino cabernet sauvignon **spominja** na ribez, vaniljo, zeleno papriko, zelišča (meta), začimbe (zeleni poper), tobak in divjačino (?).

Če pa se nam pri vinu zalomi, zadiši/zasmrdi po zamašku/iz zamaška. Neverjetno je, kaj vse se v njem lahko skriva. Po Puckette/Hammarku (2016: 17) ima močan vonj po namočenem kartonu, premočeni dlaki ali vlažnih kleteh, po jabolčnem moštu.

Vinski poznavalci po tradicionalni metodi prepoznavajo prevladujoče in možne arome. Tako pri penini cava prevladujejo denimo: kutina, limeta, rumeno jabolko, hruška, mandlji, možne pa so: cvetovi jablane, kovačnik, janež, cimet,

³⁵ Lantana camara.

³⁶ Pri opisovanju vonjev/arom avtorji s svojih področij pogosto uporabljajo glagol spominjati (okrepil D. Č.) Kako torej razumeti, da nekaj nima okusa robid/po robidah, ampak da spominja nanje?

limonina lupinica, pomaranča, zeleno jabolko, obtolčeno jabolko, nezrela hrušk, marelica, češnja, jagoda, figa, kreda, školjke, kruh, krušni kvas, maslo, muškatni orešček, dim, toast, brioš. Pri drugih vinih se možnim aromam pridružujejo elementi, ki navadnemu nevinskemu smrtniku najbrž ne pomenijo veliko: zdrobljena kreda, moker gramoz, piškoti, zemlja za lončnice, graham kreker, skrilavec, slanica, oljnost, kremnost, slanost, ananas na žaru, nafta, lubje, sušene mesnine, divjačina, glinen prah, lončevina, svež asfalt, pepel, (sveže) usnje, oglje, grafit, svinčnik.

Medved (2001) povzema iz obilne vinske literature od doma in po svetu pridevnike, kakršni se oprijemljejo vina:

Vinski slovarček je zelo pisan in vsebuje veliko zanimivih oznak za vino, ki pomenijo kakovost, pa tudi napake in bolezni. Na tej osnovi pozna stroka naslednje pridevnike, ki veljajo za vino: agresivno, alkoholno, aromatično, bledolično, bogato, buketno, cikasto, dišeče, dolgo, domače, ekstraktno, elegantno, elitno, enostavno, vino s fineso, glicerinsto, grobo, harmonično, iskriivo, kanasto, korektno, kosmato, kratko, krepko, lahko, mehko, miševinasto, moško, mrtvo, nerazvito, neuglajeno, neusklajeno, nevtralnno, neznačilno, nezrelo, nežno, okroglo, oksidirano, z okusom pa zamašku, ostro, plehko, plemenito, plesnivo, z okusom po kuhi, po sodo, po zdravilih, po zelenem, polno, prazno, prehitro razvito, prezračeno, prijetno, puščobno, razigrano, razkošno, rezko, s sadno aromo, sladkasto, sortno, starikavo, strogo, sveže. Široko, tanko, težko, trpkasto, uležano, uravnoreženo, utrujeno, vino s telesom, z značajem, zaokroženo, zaprto, zavrelica, zrelo, žametasto, živahno in žveplova starina, ki nam dela dolge zobe.

ZA SKLEP

Porojeni v svet barv, tipov, okusov, vonjev, sluhov, vidov se nam odpirata pot in most, da se kot sinestetiki lahko sprehajamo po vsem drevoredu in po vsej paleti človeškega bitja in žitja. Najbrž ni področja našega življa, kjer ne slišiš tega, česar drugi ne bi videl, ni barve, ki je drugi ne bi zaduhal, ni vonja, ki ga drugi ne bi zatipal, ni otipa, ki ne bi dišal brezbarvno. Zato je sklepna misel tega članka Ahačičeva (2020: 10–11). Ta znanstvenik vonj oziroma aromo razparfumira, zavedajoč se, kako neujemljiv je vonj, v sestavine glasbene partiture in jo prenaša v jezik, ki je v najglobljem bistvu glasba, simfonija, napev, melodija, viža:

Tudi jezik ima svoj vonj. To je del jezika, ki ga je najtežje opisati. Tisti del jezika, ki ne nosi pomena, ampak občutke, ki jih v nas sproža izbira besed

in njihov vrstni red. Tisti del jezika, ki se ga ne moremo naučiti popolnoma zavestno. Nikakor pa to ni del jezika, ki se ga ne bi zavedali. Če beremo ali poslušamo, lahko opazimo, kako nam jezik nekoga zasmrdi in jezik drugega zadiši. [...] Tudi pri vonju jezika imamo klasiko, jazz, alternativo, etno, eksperimentiranje – in pop.

Povzetek

Smisel članka je ujeti in prepoznati jezikovne strategije opisovanja vonja, enega od petih tradicionalno priznanih čutov. V romanu *Parfum* Patrick Süskind od prve strani do zadnje opisuje vonj, ki se razteza na premici od prevladujočega smradu do parfuma. Poskus opisa vonja je očitno tesno povezan z drugimi čuti, roman je naphan s sinestezijo. Vzporednice z romanom se kažejo na področjih pridobivanja in gojenja vina, gob, vrtnic in piva.

Abstract

The aim of the article is to catch and discover linguistic strategies of describing smell, one of the five traditionally recognized senses. In his novel *Perfume*, from the the very first page till the last one, Patrick Süskind describes smell, stretching the line from prevailing bad smell to perfume. Trying to describe smell is obviously connected with other senses, and the novel abounds in synesthesia. Parallels with Süskind's novel can be seen in the field of wine-growing, mushrooms, roses and beer.

Seznam literature

- AHAČIČ, Kozma (2020): *Kozmologija*. Novo Mesto: Goga.
- BIELLI, Ettore (2002): *Gobe: spoznavanje, prepoznavanje in nabiranje najbolj razširjenih vrst gob*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- BOJC, Saša (2020): (Skoraj) sto let legendarne petice. Ljubljana: Delo.
- CLARKE, Oz (1996): *Enciklopedija vin: abecedni priročnik znanih svetovnih vin*. (Dodatek: *Vinorodna Slovenija*, avtor Mišo Alkalaj). Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- DE L'AIGLE, Alma (2002): *Begegnung mit Rosen*. Hamburg: Dölling & Galitz.
- Eppinger, Michael, Hofmann Helga (ur.) (2005): *GU Naturführer – Pilze einfach und sicher bestimmen*. (Slovenski prevod: *Gobe, enostavno in zanesljivo določanje*.) Kranj: Narava.
- GARNWEIDNER, Edmund (1989): *Gobe: žepni gobarski vodnik*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- HUGHES, Greg (2015): *Domače pivo*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- KOŠMERL, Tatjana (2017): *Skrivnosti dobrega vina*. Ljubljana: Kmečki glas.
- LÆSSØE, Thomas, Del Conte, Anna (1997): *Velika knjiga o gobah: priročnik za prepoznavanje, nabiranje in pripravo gob*. Ljubljana: DZS.
- MASTNAK, Matjaž (2015): *Sem z vrtnicami*. Dob: Miš.
- MEDVED, Drago (2001): *Vinski breviri: kako razumeti vino*. Ljubljana: Rokus.
- NEMANIČ, Julij (1999): *Spoznavmo vino: vinske arome v aromah in zvrsteh, degustacija in ocenjevanje, vino in hrana*. Ljubljana: Kmečki glas.

OAKES, John (2006): *V raju parfumov*. Dob: Miš.

PAVČEK, Tone (ur.) (1986): *Tristo ljubezenskih. Slovenska ljubezenska lirika*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

PUCKETTE, Madeline, Hammack, Justin (2016): *Nori na vino: temeljna knjiga o vinih*. Ljubljana: Totaliteta.

SIMČIČ, Zvonimir (1987): *Vino med ljudsko modrostjo in sodobno znanostjo*. Trst: Založništvo tržaškega tiska.

SÜSKIND, Patrick (1987): *Parfum. Zgodba o morilcu*. Trst: Založništvo tržaškega tiska.

VRHOVEC, Branko (2010): *Zdravilne gobe Slovenije in 100 okusnih gob*. Kranj: Narava.



BIBLIJA, GRIMMOVE PRAVLJICE IN CHANEL N° 5

Milena Mileva Blažič (Ljubljana)

UVOD

Jacob in Wilhelm Grimm sta izdala prvo zbirko pravljic *Kinder und Hausmärchen* z mednarodno oznako KHM¹ (*Otroške in hišne pravljice*,² v nadaljevanju *Grimmove pravljice*) leta 1812. Prvi del pravljic je izšel 1812 (86 pravljic), drugi del 1815 (70 pravljic). Izdaja iz leta 1812 je na Unescovem seznamu svetovne kulturne dediščine od leta 2005.³ Na spletni strani Unesca je navedeno splošno znano dejstvo, da so *Grimmove pravljice* in Luthrova *Biblija* najbolj razširjeni knjigi na svetu. Na istem seznamu svetovne

1 KHM je mednarodno sprejet akronim za *Kinder und Hausmärchen*.

2 Brata Grimm sta KHM od leta 1812 izdala sedemkrat v t. i. velikih izdajah in desetkrat v manjših izdajah. V slovenščino (Bedenk 2018) so prevedne rokopisne variante iz leta 1810, od 51 je ohranjenih 47. Brata Grimm sta pravljice zapisovala, v kasnejših izdajah nekatere prvine spreminjala in/ali nekatere pravljice črtala iz nadaljnjih objav (npr. *Obuti maček*). Splošno je sprejeto, da je za javnost relevantna zadnja izdaja iz leta 1857, v kateri je 210 enot (200 pravljic in 100 legend), za raziskovalce pa je relevantnih 269 pravljic (210 objavljenih, 59 izločenih v ponatisih).

3 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-4/kinder-und-hausmaerchen-childrens-and-household-tales/> (pridobljeno: 08. 03. 2020).

kulturne dediščine je od leta 2001 tudi Gutenbergova 42-vrstična Biblija iz leta 1455⁴.

Največkrat prevajane Grimmove pravljice v slovenščini od prve objavljene *Ubogi in bogatinc* iz leta 1849 (Bešter 2013: 25) so *Rdeča kapica*, *Sneguljčica*, *Pepelka*, *Trnuljčica*, *Janko in Metka*, *Volk in sedem kozličkov*, *Žabji kralj ali železni Henrik*, *Palček*, *Mizica*, *pogrni se*, *Bremenski mestni godci*, *Srečni Janez*, *Pogumni krojaček*, *Bratec in sestra*, *Snežica in Rožica*, *Špicparkelj* in *Cekini z neba* (Blažič 2013: 128).

Biblija in pravljice

Poleg skupne značilnosti, da so Gutenbergova Biblija in Grimmove pravljice na seznamu svetovne kulturne dediščine, obstajajo še druge podobnosti (in razlike) na ravni skupnih motivov (Lüthi 2012), ki so imanentni tako Bibliji kot tudi Grimmovim pravljicam.

	Biblija	Pravljice
1.	Začetek Moábcev in Amóncev – Lot iz Coarja [...] je živel v votlini, on in obe hčeri. [...] Tako sta obe Lotovi hčeri zanosili s svojim očetom (30).	Kosmatinka ATU 510 B – »Poročil se bom s svojo hčerjo [...]« (Grimm 1993: 352). – Tako je prišel nazaj in rekel svoji hčerki: »Nobene take nisem dobil, kot si ti – tebe bom vzel!« (Štefan 2019: 150)
2.	Janez 6,52–59 – Kdor jé moje meso in pije mojo kri, ima večno življenje in jaz ga bom obudil poslednji dan (55).	Rdeče jabolko (Rdeča kapica) ATU 333 – »Ljuba mati,« obotavlja spregovori, »maček tule pravi, da obedujem meso svoje matere.« »Ci ci ci, nikaj ne pij! V tej kupi ni vino, je materina kri!« (Makarovič 2008: 40)
3.	– Abraham daruje Izaka (22) – Zvezal je svojega sina Izaka in ga položil na oltar na drva (10). Potem je Abraham iztegnil svojo roko in vzel nož, da bi zaklal svojega sina (11).	Zvesti Janez KHM 6, ATU 516 – Kamen je nadaljeval: »Življenje mi bo spet podarjeno, če boš z lastno roko odsekal obema otrokoma glavo in me namazal z njuno krvjo.« Kralj [oče] je potegnil svoj meč in z lastno roko na mah odsekal otrokoma glavi (Grimm 1993: 49).

4 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-3/42-line-gutenberg-bible-printed-on-vellum-and-its-contemporary-documentary-background/> (pridobljeno: 08. 03. 2020).

To so le trije primeri intertekstualnosti med *Biblijo* in pravljicami, ki so citati ali variacija motiva.⁵

Rdeča kapica KHM 25 in ATU 333

Prva varianta *Rdeče kapice*, domnevno za otroke, je bila objavljena v zbirki *Histoires ou contes du temps passé* (Zgodbe iz preteklosti) 1697. Podobne motive lahko najdemo tudi v antičnih mitih,⁶ eden prvih se je pojavil leta 1020 v delu Egberta iz Liègea: *De puella a lupellis seruata* (O deklici, ki so jo rešili volčji mladiči) (Ziolkowski: 559). *Rdeča kapica* je imela pet let.

V mednarodnem tipnem indeksu ima *Rdeča kapica* številko ATU 333,⁷ v KHM 26. Prvo različico pravljice je bratoma Grimm povedala Johanna, drugo pa Marie Hassenpflug. *Rdeča kapica* je bila objavljena (in popravljena) sedemkrat, in če primerjamo prvo (1812) in zadnjo (1857) izdajo, opazimo vidne razlike (npr. v prvi varianti se pojavlja en volk, v zadnji varianti dva). V nekaterih variantah se povezujeta *Volk* in sedem kozličkov in ATU 333 *Rdeča kapica* (Uther 2004: 225; Tehrani: 2013).⁸

Splošno znano je, da je *Rdeča kapica* ena izmed najbolj prevajanih pravljic, ki se je diseminirala tudi zunajliterarno. To je najbolj vidno npr. v najbolj popularnih variantah Studia Walt Disney, ki je pravljico nekajkrat animiral (1922, 1931), tudi seksualiziral ali združeval z drugimi pravljicami (*Rdeča kapica*, *Trije prašički in volk*, 1934). Jack Zipes meni, da bi bilo pravljice treba de-disneyficirati; tudi sam v članku in video predavanju predstavlja pet animiranih variant *Rdeče kapice* (Zipes 2010). V subverzivni varianti ruskega animatorja Garrija Bardina (Серый Волк энд Красная Шапочка, *Sivi volk in Rdeča kapica*) iz leta 1990 je sivi volk metafora za ideologijo, orožje, vojno ipd., cilj potovanja *Rdeče kapice* iz Rusije je Pariz

5 Npr. motiv incestuoznega očeta: F. F. Straparola Tebaldo, G. Basile Orsa (*Medvedka*) C. Perrault *Oslovska koža*, J. in W. Grimm *Kosmatinka* (*Allerleirauh*), G. Križnik *Sončeva hčerka*, A. Štefan *Zvezda na čelu*; naslova (*Rdeča kapica – Rdeče jabolko*) oz. oseb (npr. *Petrosinella* (*Peteršilka*) – *Rapunzel* (*Motovilka*)).

6 Npr. o bogu Kronosu, ki žre svoje otroke.

7 ATU je mednarodna oznaka oz. akronim na temelju priimkov treh folkloristov (Antti Aarne, Stith Thompson, Hans-Jörg Uther), ki so objavili mednarodno klasificiran indeks pravljичnih tipov (Uther 2004, ponatis 2011).

8 <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0078871> Tehrani, Jamshid J., The Phulogeny of Little Red Riding Hood. Plos One. Open Access. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0078871> (pridobljeno: 0.8. 03. 2020).

oz. EU, presenetljivi zapleti pa na koncu privedejo do trenutka, ko pojejo *Internacionalo*.⁹

Memetika in kulturna evolucija

Pravljice so poligenetskega izvora (Zipes 2006: XIV), nastajajo po antropološki, indoevropski in/ali migracijski poti. V literarnozgodovinskem procesu so se ohranili le tisti motivi, ki so ponovljivi (variantnost), relevantni (pomembni) ali zapomnjlivi (zgradba). Relevantne pravljice so postale t. i. literarne univerzali, kar pomeni, da so pomembne v različnih kulturah, in sicer tako, da se prilagajajo (asimilirajo) novi kulturi.

Strukturalistična osnova (angl. home-away-home) ali dom-odhod od doma-vrnitev domov, se je na ravni zgradbe ohranila tudi v reklamah, od sedem pravljичnih oseb (Propp 2005) pa se v reklamah ohranjata predvsem dve osebi: junak (Rdeča kapica) in antijunak (volk). Slednji lahko združuje več funkcij: antijunak (storilec), lažni junak (preoblečen v babico), pošiljatelj (pošilja nabirat rožice Rdečo kapico). V Grimmovi pravljici funkcijo pomočnika opravlja lovec, ki ga v francoski (prvi) varianti za otroke iz leta 1697 še ni. Pravljica se konča tako, da volk požre Rdečo kapico, in z naukom:

Naj ne verjame mladi rod,
posebej ne deklici,
ki jih lepota diči,
kar pravi kdaj jim tak in tak gospod.
Prav res, da čudnega nič ni,
če volk jih toliko ulovi.
Jaz pravim „volk“, saj vsi volcje
niso enako zlobni,
med njimi so sladkobni,
potuhnjenci, tihe vode,
ki delajo se prav sladke,
pri tem pa deklicam sledijo
do hiš, domov za njimi še hitijo.
Saj – bog pomagaj – kdo še ni spoznal,
da ti najhujši so od vseh volkov (Kuret 1957: 47).

Tudi Anton Martin Slomšek (1878: 23) je napisal verzijo pravljice z naslovom *Star lisjak in mlada kura*.¹⁰ Roald Dahl npr. v *Odvratnih rimah* (*Revolting*

9 <https://www.youtube.com/watch?v=Ljq5iM9yNRc> (pridobljeno: 08. 03. 2020).

10 Dostopno na spletu: URN:NBN:SI:DOC-HT739SY6 from <http://www.dlib.si> (pridobljeno (08. 03. 2020).

Rhymes), Rdečo kapico in volka združi s pravljico *Trije prašički*. V subverzivni verziji si Rdeča kapica naredi kožuh iz volkovega krzna in torbico iz usnja treh prašičkov (Dahl 1995). Pravljичni tip Rdeče kapice se pogosto pojavlja in ima številne variante in naslove (*The Glutton*, *Petit Chaperon Rouge*, *Cappuccetto rosso*, *Rotkäppchen*, tudi slovenska varianta v terskem narečju *Cappuccetto rosso*).

Lackner s stališča psihonalize, ki je podobno stališču B. Bettelheima v *Rabe čudežnega* iz leta 1999, povezuje Rdečo kapico in francosko frazo 'videti volka' [*elle a vue le loup*] v pomenu izgubiti nedolžnost (Lackner 2011). V simbolu volka ali druge živali nekateri vidijo pojem S. Freuda – uncanny (nem. *unheimlich*) ali falično paniko (Creed 2005: XVI).

Otroška nedolžnost Rdeče kapice se konča, ko se ji volk razkrije v svoji pravi podobi in jo požre. Ko jo izrežejo iz volkovega trebuha, se ponovno rodi na višji ravni obstoja. Zdaj je sposobna navezati pozitivne odnose tako z očetom kot z materjo (Bettelheim 1999: 255).

PRAVLJICE IN REKLAME

Reklamna industrija pogosto uporablja basni, pregovore in uganke, najpogostejše pa pravljice. Reklame naj bi ustvarjale svet iluzij, upanja in želja. Vsi, ki promovirajo produkte, jih predstavljajo potrošnikom kot uresničevanje želje, in če potrošnik kupi izdelek, bo živel kot v modelu ljudske pravljice s pogosto zaključno frazo v pravljičah »...[i]n potem sta živela srečno do konca svojih dni«. Reklame temeljijo na bistveni značilnosti pravljičnega tipa: npr. *Motovilka* (bistvena značilnost so dolgi lasje), ki jo uporabljajo pri reklamiranju izdelkov za lase, *Trnuljčica* (pri promociji izdelkov v zvezi s spanjem), *Pepelka* pri reklamiranju obutev, *Sneguljčica* (promocija zrcal), *Janko* in *Metka* (mobilni telefon z GPS) ipd.

Chanel N° 5

Modna hiša Chanel je leta 1998 z Lucom Bessonom posnela 30-sekundno reklamo *Le Loup* (Volk), ki izraža bistveno povezavo med umetnostjo in možgani. Glavni (pravljичni) lik igra 20-letna kanadska plavalka, takratna manekenka in kasneje igralka Estella Warren v obleki modnega kreatorja Karla Lagerfelda, glasba pa je iz filma *Škarjasti Edvard* (pravljica *Struwwelpeter*, v

slov. Peter Kušter).¹¹ Literarna analiza reklam in teorij pravljič bo pokazala, kaj imajo skupnega Biblija, Grimmove pravljičice in Chanel N° 5.

Sestava Chanel N° 5

Parfum Chanel 5 je aldehyd (spojina, ki nastane z oksidacijo primarnih alkoholov). Literarna analiza sestavin aldehyda najde številne pravljične motive, povezane z rožami, saj pravljičice o rožah in naravnih pojavih sodijo v t. i. etnološke in/ali razlagalne pravljičice. Poleg sestavine 'neroli eteričnega olja', ki je cvet pomarančevca in ki v kolektivni zavesti pravljičnih motivov simbolizira nevestin šopek, so pravljične sestavine Chanel N° 5 naslednje¹² (intertekstualno se navezujejo na Thompsonov (1997), mednarodni motivni indeks), čeprav je sestavin seveda več:

1. Majska vrtnica (angl. may rose) – v literarni zgodovina simbolizira cvet grških muz; ljubezenska postelja Here in Zeusa je posuta z majskimi vrtnicami, je osrednjega pomena v pravljičah *Lepotica in Zver*, *Trnuljičica*, tudi v Andersenovi *Palčici*, Wildovi *Slavec in vrtnica*, Grafenauerjevi *Mahajani* idr. Pogosto je tudi roža žensko ime in simbolizira biofilijo, ljubezen in življenje. V pravljičah obstajajo metamorfoze moškega/ženske v vrtnico/lilijo. V italijanskih pravljičah rožna voda daje čarobno lepoto. Nekatere pravljičice pripovedujejo, da užitje rožnatih vrtnic pomeni spočetje dečka, belih pa spočetje deklice.
2. Jasmin – (angl. jasmine Grasso) v pravljičah je jasmin neposredno povezan z indoevropskimi motivi, včasih zraste iz groba indijske princese, ki jo je zavrnil bog sonca, zato stori samomor. Ima status žalostnega cvetnega grma. V indijskih pravljičah so znani pravljični motivi iskanja (najlepšega) cveta – jasmina [lotusa]. V zbirki arabskih pravljičice *Tisoč in ena noč* je jasmin pomemben simbol in je cvet ljubezni in zaljubljenecv.
3. Geranijini listi – (angl. geranium rosat) se neposredno ne pojavljajo, vendar se posredno pojavlja pravljični motiv – čarobni parfum v Thompsonovem motivnem indeksu (prepoznava preko parfuma, ponovno rojstvo, angl. *resuscitation*) s parfumom, predvsem v smislu, ki je uporabljen v reklamah za parfum Chanel N° 5 – čarobni parfum kot ščit pred različnimi nevarnostmi.

11 Dostopno na spletu: URN:NBN:SI:doc-UB4HG9PF from <http://www.dlib.si> (pridobljeno 12. 03. 2020).

12 https://www.chanel.com/en_WW/fragrance-beauty/fragrance/c/rose-de-mai.html (pridobljeno: 10. 03. 2020).

4. Tuberoza – (angl. tuberose) je posebna vrsta rož – trajnica z najbolj izrazitim vonjem. V slovenski književnosti jo je pogosto omenjal I. Cankar¹³ v smislu 'omamljiv, pohoten vonj [...] tuberoz [...] vzdih poželjive, nenasitne in nenasitne ljubezni' (Cankar 1913: 1). V indijskih pravljicah je tuberoza povezana z ljubezenskim napojem.
5. Iris (angl. iris) simbolizira modrost, pogum, zvestobo in ima dolgo literarno tradicijo že od antične književnosti naprej; npr. Zevs pošlje božjega sla Hermesa na zemljo in mavrico kot puščico v obliki iris.

Pravljčni motivi se pogosto uporabljajo v reklamah, tudi v Chanelovih,¹⁴ kjer nekatere modne revije oz. kolekcije tematizirajo pravljice. To so bodisi pravljice kot take, npr. jesensko-zimska kolekcija 2020/21 (H. C. Andersen: *Snežna kraljica*), poletna (H. C. Andersen: *Palčica*), arabska (*Tisoč in ena noč*), bodisi zgolj nekatere elemente pravljice (Mirror, Mirror – J. in W. Grimm: *Sneguljčica*), parfum Egoist tematizira antični motiv o Narcisu oz. sonet z odmevom B. A. Novaka (*Narcis in Eho*), Paris-Bombay Metier's d'Art 2011/12 pa *Tisoč in eno noč* ipd.¹⁵

UGOTOVITVE IN DISKUSIJA

Kratka reklama L. Bessona z manekenko Estello Warren, ki nastopa v podobi Rdeče kapice, temelji na tipični zgradbi (angl. home-away-home) in je sestavljena iz 12 prizorov.

1. Prvi prizor predstavlja navidezno pot po modni pisti v rdeči obleki (1998) (v varianti 2002 je obleka črna) do številke 5, ki predstavlja cilj. Lik vodi zakon želje (Žižek 1988), zato linearno sledi uresničevanju. V zlatem trezorju parfumov Chanel N° 5 pritisne na št. 5 (dvigalo/sef).
2. Rdeča kapica odloži košarico v trezorju, iz trezorja (simbol temnega gozda), vzame Chanel N° 5, ki simbolizira zaklad oz. čarobnega pomočnika.
3. Vzame eno stekleničko Chanel N° 5 in se nadišavi (angl. magic helper).
4. Stekleničko parfuma da v značilno rustikalno košarico in si ogrne rdečo pelerino s kapuco. Potrebno je omeniti, da ima tudi rdeče čevlje (intertekstualnost s pravljico H. C. Andersena *Rdeči čevlji*).

13 Cankar, I.: *Uboge rože*, 1902; Cankar, I.: *Milan in Milena*, 1913; Cankar, I.: *Monna Lisa*, 1912; Cankar, I.: *Pohujšanje v dolini Šentflorjanski*, 1908; Cankar, I.: *Ciganska sirota*, 1914.

14 https://www.youtube.com/channel/UCclHSnngVTZK7LEOQAzc1w?sub_confirmation=1 (pridobljeno: 08. 03. 2020).

15 Chanel.com <https://www.youtube.com/user/Chanel> (pridobljeno: 12. 03. 2020).

5. Reklama doseže dramaturški vrh, ko Rdeči kapici sledi volk s poudarjenim rdečim jezikom.
6. Rdeča kapica mu z govorico telesa in prstom na ustnicah prijazno pokaže, naj bo tiho.
7. Vidimo metamorfozo volka in storilca v socializirani lik – volk se usede.
8. Filmski prizor kaže sedečega volka, za njim je senca štirih kipov psov (intertekstualnost s Cerberjem, grškim bajeslovnim psom/bitjem, ki straži Had), ki so pred trezorjem v zlati gozd.
9. Na koncu reklame je t. i. 'novi dom' Rdeče kapice, ki odpira vrata v svet, in to je Eifflov stolp, Pariz, medtem ko rahlo sneži (intertekstualnost H. C. Andersen *Snežna kraljica*).
10. Rdeča kapica odide iz trezorja Chanel N° 5 in za njo se zaprejo vrata (prim. S. Makarovič vrata Rastiella).
11. Volk, ki sedi v krogu številke 5, zatuli s temnim glasom.
12. V zaključnem prizoru se ločita notranji in zunanji prostor, kar spominja na začetek *Sneguljčice* (belo kot sneg [sneži], rdeče kot kri [čevlji, kapuca, ličilo, obleka, pelerina, pentlja], in črno kot ebenovina [črna številka 5, volkovi]).

Reklama za parfum Chanel N° 5 temelji na subjektivizaciji ženske in feminističnem zaključku. Režiser Luc Besson se je intertekstualno navezal ne na patriarhalno varianto (rešitev s pomočjo lovca) Grimmove pravljice *Rdeča kapica*, ki se zaključi bodisi tako, da 'volk požre Rdečo kapico' bodisi da 'lovec reši Rdečo kapico', ampak se povezuje z oddaljenim motivom, ko se Rdeča kapica reši sama. Tudi v reklami se reši s pomočjo parfuma, ki ga lahko interpretiramo v duhu Marie Louise von Franz in feminističnih razlag; tako (Franz 2001) parfum pozunanja njeno notranjo moč, ki je le prikazana kot parfum, v resnici pa je esenca njenega subjekta. Estella Warren je prikazana kot sodobna glamurozna princeska, ki gradi na videzu in glamurju (princesin sindrom).

Reklamo lahko razumemo tudi v kontekstu C. P. Estés in knjige *Ženske*, ki tečejo z volkovi (2003), v kateri avtorica analizira štiri tipe mater oz. žensk (kolapsirana, nematerinska, otročja in žareča). Rdeča kapica v reklami Chanel N° 5 je tip žareče ženske.



Slika 1: Le loup 1998



Slika 2: Le Musee 2002

Subjektivizirana Rdeča kapica v reklami za Chanel N° 5 vsebuje odgovor igralki Marilyn Monroe na novinarsko vprašanje, kaj ima na sebi. Poslušalci so želeli seksualiziran odgovor, in na posnetku je slišati, da nosi samo Chanel N° 5. S tem se je implicitno povezala z oddaljenim motivom Kraljice iz Sabe, motivom junaških deklet/žensk, tudi Ivane Orleanske.

V Andersenovi pravljici *Cesarjeva nova oblačila*, ki je značilna 'moška pravljica', saj ni niti enega ženskega lika, se vsi sprenevedajo glede cesarjevih oblačil in 'kralja, ki nima ničesar na sebi', vidijo oblečenega – ravno obratno kot Marilyn Monroe.



Slika 3: Marilyn Monroe (1952)¹⁶

Povezava štirih volkov in Rdeče kapice v reklami Chanel N° 5 ter koncepta C. P. Estés *Ženske*, ki tečejo z volkovi je zelo očitna. Rdeča kapica v reklami z medmetom – pst – izraža opozorilo v prvi reklami enemu volku (1998), v drugi reklami (2002) z istim medmetom socializira volkove, kar je lahko simbol za zunanjega predatorja (volka) ali notranjega volka. Ta simbolizira infantilni del vsakogar, ki naj bi bil socializiran. Brata Grimm sta v prvi varianti pravljice *Rdeča kapica* opisala srečanje z enim volkom (1812), v drugi varianti (1857)

16 Glej tudi posnetek: <https://www.youtube.com/watch?v=r6AtDQZ8K28c> (pridobljeno: 08. 03. 2020).

z dvema volkovoma. Razlika med prvo (1998) in drugo reklamo (2002) na temo Rdeče kapice je v barvi obleke: v prvi ima rdečo, v drugi črno, obakrat ima rdečo pelerino. V prvi reklami je čarobni pripomoček Chanel N° 5 postavljen v trezor in je podoben zlatim palicam. V drugi je parfum postavljen v kontekst muzeja, kar poudarja historičnost, hkrati je imanentna intertekstualnost z Andersenovo pravljico *Kraljična na zrnu graha*, ker je zrno graha na koncu pravljice – v muzeju.

ZAKLJUČEK

Pravljичni tipi oz. motivi so literarne univerzalije, ker govorijo o relevantnih temah (rojstvo, poroka, smrt, kar izražajo v jeziku simbolov, tudi barv, npr. bela, rdeča, črna). Ljudje imajo potrebo po olepševanju sveta, po utopiji, po narativizaciji sveta (*Homo narrans*),¹⁷ ravno pravljice pa dajejo bralcem in/ali gledalcem dvojni občutek varnosti: s formo (morfologija) in vsebino.

Ljudje potrebujejo vero v človeka, v prihodnost, v socialno državo, zato so pravljice povezane s tudi principom upanja (Bloch 1986) ali zakonom želje (Žižek 2020) in se dotaknejo prvobitnosti; z besedilom, reklamo ali vojnem. Če parafraziramo poslanico B. A. Novaka,¹⁸ bi lahko zaključili v slogu *Poslanice ob mednarodnem dnevu knjig* (1997),¹⁹ da so pravljice otroštvo književnosti in otroštvo je pravljica življenja, zato je uporaba pravljčnih motivov, ki jih lahko najdemo v *Bibliji* in *Grimmovih pravljicah*, na Unescovem seznamu svetovne kulturne dediščine in reklamah, in ne le v zgodbi Chanel N° 5 – logična izbira.

Povzetek

Namen članka je literarna analiza reklam in teorij pravljic. Uporaba pravljic, ki so v kolektivnem spominu (npr. *Rdeča kapica*, *Sneguljčica*, *Trnuljčica* ...), ima stoletno tradicijo: od risank Walta Disneyja po 1920, reklam po 1950 in animiranih filmov (*Pepelka*, *Sneguljčica*, *Trnuljčica* ...). Posebej smo predstavili uporabo pravljčnih elementov v 30-minutni reklami *Le Loup*, ki jo je 1998 posnela modna hiša Chanel v sodelovanju z Lucom Bessonom. Prispevek skuša prikazati povezave med Biblijo, Grimmovimi pravljicami in reklamami za Chanel N° 5.

17 Prim. Niles 1999.

18 B. A. Novak: *Otroštvo je poezija življenja /Poezija je otroštvo sveta* (Novak 2016: 95).

19 <https://www.ibby.si/index.php/int-ibby/ibby-2-april/109-poslanica1997> (pridobljeno: 12. 03. 2020).

Abstract

The purpose of this article is literary analysis of commercials and fairy-tales. For over a century, common fairy-tales (i.e. *Little Red Riding Hood*, *Snow White*, *Sleeping Beauty*) have been used in pop culture, such as in Walt Disney's animated films (since the 1920s), and advertisements (since the 1950s). We especially focused on the use of motives from fairy-tales in the 30-minute commercial *Le Loup*, made by the House of Chanel in collaboration with Luc Besson in 1998.

Seznam literature

- BEDENK, Kasilda/BLAŽIČ, Milena Mileva (2018): *Pravljice bratov Grimm : od prvotne rokopisne zbirke iz leta 1810 do recepcije na Slovenskem*. 1. izd. Ljubljana: Pedagoška fakulteta.
- BEŠTER, Tomaž (2013): Bibliografija prevodov pravljic bratov Grimm v slovenskem jeziku. *Knjižnica*, let. 57, št. 1, str. 17–85. (pridobljeno: 12. 03. 2020).
- BETTELHEIM, Bruno (1999): *Rabe čudežnega: o pomenu pravljic*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- BIBLIJA.NET – Sveto pismo na internetu. Ljubljana. Svetopisemska družba Slovenije. (pridobljeno: 12. 03. 2020).
- BLAŽIČ, Milena Mileva (2013): Memetika in kulturna evolucija Grimmovih pravljic na Slovenskem (1849–2012) = Memetics and cultural evolution of Grimm's fairy tales in Slovenia (1849–2012). *Knjižnica : revija za področje bibliotekarstva in informacijske znanosti*. 2013, let. 57, št. 1, str. 113–134.
- BLOCH, Ernst (1986): *The pinciple of hope*. Oxford: B. Blackwell.
- CANKAR, Ivan (1908): *Pohujšanje v dolini šentflorjanski*. URN:NBN:SI:DOC-UTZ64S3C from <http://www.dlib.si> (pridobljeno: 12. 03. 2020).
- CANKAR, Ivan (1912): *Mona Lisa*. *Ljubljanski zvon*, let. 32, št. 1. URN:NBN:SI:DOC-TA-2BAJTR from <http://www.dlib.si> (pridobljeno: 12. 03. 2020).
- CANKAR, Ivan (1913): *Milan in Milena*. URN:NBN:SI:DOC-6ZAT2XCJ from <http://www.dlib.si> (pridobljeno: 12. 03. 2020).
- CANKAR, Ivan (1914): *Črtice; Ciganska sirota. Dom in svet (Ljubljana)*, let. 27, št. 3/4. URN:NBN:SI:DOC-P5KERMWL from <http://www.dlib.si> (pridobljeno: 12. 03. 2020).
- CHANEL S. A. Official Website: Fashion, Fragrance, Makeup, Skincare, Watches, Fine Jewellery. <https://www.chanel.com/> (pridobljeno: 12. 03. 2020).
- CREED, Barbara (2005): *Phallic Panic: Film, Horror and the Primal Uncanny*. Melbourne University Publishing.
- DAHL, Roald (1995): *Odvratne rime*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- DRUKER, Elina, KUMMERLING MEIBAUER, Bettina (2015): *Children's Literature and the Avant-Garde*. Amsterdam; Philadelphia: J. Benjamins.
- ESTÉS, Clarissa Pinkola (2003): *Ženske, ki tečejo z volkovi: miti in zgodbe o arhetipu Divje ženske*. Nova Gorica: Eno.
- FRANZ, Marie Louise von (2001): *The Feminine in Fairy Tales*. Shambhala: Boston & London.

- GRIMM, Jacob in Wilhelm (1993, 1997): *Pravljice 1, 2*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- KURET, Niko (1957): *Francoske pravljice*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- LACKNER, Tadeja (2011): Motiv Rdeče kapice v kratki sodobni pravljici Rdeče jabolko Svetlane Makarovič in Kaje Kosmač. *Jezik in slovstvo*, let. 56, št. 1/2, str. 103-115. <http://www.dlib.si> (pridobljeno: 12. 03. 2020).
- LŮTHI, Max (2012). *Evropska pravljica: forma in oblika*. Ljubljana: Sophia.
- MAKAROVIČ, Svetlana/KOSMAČ, Kaja (2008): *Rdeče jabolko*. Ljubljana: Center za slovensko književnost.
- NILES, John D. (1999): *Homo narrans: the poetics and anthropology of oral literature*. Philadelphia : University of Pennsylvania Press.
- NOVAK, Boris A. (2016): *Oblike duha: zakladnica pesniških oblik*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- NOVAK, Boris A. (2016): *Oblike duha. Zakladnica pesniških oblik (tretja, razširjena izdala)*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- PIRTOŠEK, Zvezdan (2016): Umetnost in možgani. *Časopis za kritiko znanosti*, let. 44, št. 265, str. 23–38. <http://www.dlib.si> (pridobljeno: 12. 03. 2020).
- PROPP, Vladimir (2005): *Morfologija pravljice*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- SLOMŠEK, Anton Martin/LENDOVSŠEK, Mihael (ur.) (1878): *Slomšekove basni, prilike in povesti*. <http://www.dlib.si> (pridobljeno: 12. 03. 2020).
- ŠTEFAN, Anja (2019). *Tristo zajcev: najlepše slovenske ljudske pravljice iz zapuščine Milka Matičetovega*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- TEHRANI, Jamshid J. (2013): The Phylogeny of Little Red Riding Hood. *Plos One*. 2013. <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0078871> <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0078871> (pridobljeno: 12. 03. 2020).
- THOMPSON, Stith (1997): *Motif-index of folk-literature: a classification of narrative elements in folktales, ballads, myths, fables, mediaeval romances, exempla, fabliaux, jest-books and local legends*. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press.
- UTHER, Hans-Jörg, (2011): *The Types of International Folktales, a Classification and Bibliography, Based on the System of Antti Aarne and Stith Thompson*. Helsinki Suomalainen Tiedakatemia/Academia Scientiarum Fennica.
- UTHER, Hans-Jörg (2004): *The Types of international folktales: a classification and bibliography, based on the system of Antti Aarne and Stith Thompson*. Helsinki: Suomalainen Tiedakatemia/Academia Scientiarum Fennica.
- UTHER, Hans-Jörg (2010): (2008). *Handbuch zu den "Kinder- und Hausmärchen" der Brüder Grimm: Entstehung - Wirkung - Interpretation* (pp. I–XVI). <https://doi.org/10.1515/9783110926224> (pridobljeno: 13. 03. 2020).
- ZIOLKOWSKI, Jan M. (1992). A Fairy Tale from before Fairy Tales: Egbert of Liège's "De puella a lupellis servata" and the Medieval Background of "Little Red Riding Hood". *Speculum*. <https://www.medievalists.net/2013/03/a-fairy-tale-from-before-fairy-tales-egbert-of-lieges-de-puella-a-lupellis-servata-and-the-medieval-background-of-little-red-riding-hood/> (pridobljeno 08. 07. 2020).
- ZIPES, Jack (2006): *Why fairy tales stick: the evolution and relevance of a genre*. New York, London: Routledge.
- ZIPES, Jack (2010): *08- De-Disneyfying Disney: Notes on the Development of the Fairy-Tale Film*. <http://hdl.handle.net/10125/16447> (pridobljeno: 09. 03. 2020).

ŽIŽEK, Slavoj (1988). Graf želje. *Vestnik Inštituta za marksistične študije*, let. 9, št. 2, str. 46–58. <http://www.dlib.si> (pridobljeno: 12. 03. 2020).

Seznam slik

- Slika 1: https://inside.chanel.com/en/no5/campaigns/1998_no5_le_loup (pridobljeno: 13. 03. 2020).
- Slika 2: <https://www.youtube.com/watch?v=Wand8dyDU8Y> (pridobljeno 10. 03. 2020).
- Slika 3: <https://i.pinimg.com/originals/a2/db/ae/a2dbae386e7d2ba5e864ae57e0861768.jpg> (pridobljeno: 08. 06. 2020).



COCO CHANEL IN BALLETS RUSSES: INOVATIVNI PRISTOPI V KOSTUMOGRAFIJI

Ana Obid (Ljubljana)

UVOD

Leta 1909 je pod vodstvom Sergeja Djagileva z delovanjem pričela neodvisna baletna skupina *Les Ballets Russes de Serge Diaghilev*, ki je s svojimi revolucionarnimi baleti med pariškim občinstvom in na gostovanjih v tujini takoj vzbudila pozornost. Djagilev je pri snovanju baletov strmel h konceptu *Gesamtkunstwerk*: glasbo, ples, scenografijo in kostumografijo je združil v sintezo in jo predstavil kot celostno umetnino. Karizmatični Djagilev je k sodelovanju pri ustvarjanju baletnih predstav še posebej v dvajsetih letih privabil množico avantgardnih umetniških umov, med njimi tudi modno oblikovalko Gabrielle 'Coco' Chanel (1883–1971), ki je v tem obdobju postajala ena osrednjih figur modne in družabne scene Pariza, takratnega modnega in umetniškega središča. Še preden je sodelovala z baletno skupino, ki je slovela po svojih slikovitih kostumih, je *Ballets Russes* podpirala finančno. Chanel je pri kreiranju kostumov ostala zvesta svoji minimalistični estetiki ter občutku za brezčasno eleganco, s čimer je odstopila od zastavljenih smernic. Obdobje

sodelovanja je bilo za oblikovalko navdihujoče tudi zaradi tesnih stikov, ki jih je spletla s skladateljem Igorjem Stravinskim, dramatikom Jeanom Cocteaujem, Djagilevim ter drugimi soustvarjalci baletnih predstav.

GABRIELLE CHANEL V VLOGI MECENKE

Začetek zgodbe o sodelovanju med Gabrielle Chanel in skupino *Ballets Russes* sega v poletje 1920, ko je Misia Sert, pianistka, *salonnière* ter ena osrednjih figur pariške visoke družbe povabila Coco Chanel v Benetke, kamor se je s svojim možem Joséjem-Mario Sertom odpravila na poročno potovanje.¹ Tam je počitnice v tem obdobju preživel tudi Djagilev, ki je z Misio spletel tesno prijateljsko vez: bila je njegova mecenka, svetovalka ter ključna figura pri mreženju kot sredstvu za omogočanje sodelovanj s spektrom avantgardnih umetnikov. Zaupal ji je svoje finančne težave² in željo po ponovni uprizoritvi baleta *Posvečenje pomladi*, ki ga je premierno predstavil 29. maja 1913 ter z njim zaradi revolucionarne koreografije Vclava Nižinskega ter eksperimentalne glasbe Stravinskega povzročil škandal in sprožil mešane odzive med navzočim občinstvom pariškega *Théâtre des Champs Élysées*. Djagilev je s ponovno izvedbo baleta želel pritegniti pozornost Parižanov, med katerimi je baletna skupina med vojno pričela izgubljati na priljubljenosti (Davis 2010: 198). Jeseni istega leta je Gabrielle Chanel obiskala Djagileva v pariškem Hotelu Continental ter mu za izvedbo baleta podarila ček v vrednosti 300.000 frankov in pri tem zahtevala, naj ostane anonimna:

Nisem preprečila propada Diaghilove baletne skupine kot se je govorilo ... [...] Nikoli nisem videla baleta *Posvečenje pomladi* pred 1914. Sergej je govoril o njem, kot da je povzročil škandal in da je bil velik zgodovinski trenutek. Želela sem ga slišati in zato sem ponudila, da ga subvencioniram. Ni mi žal za 300.000 frankov, kolikor me je stal (Morand 2009: 127).³

-
- 1 Tudi Jose Maria Sert, katalonski umetnik, je z baletno skupino sodeloval pri kostumografiji. Prav on je Misio predstavil Djagilevu.
 - 2 Finančne težave so *Ballets Russes* spremljale vse od samega začetka delovanja, s pričetkom prve svetovne vojne pa so se te zgolj stopnjevale: skupino so namreč financirali francoska in ruska aristokracija ter londonska visoka družba, ki so zaradi vojne izgubili velik delež svojega bogastva (Weddle 2014: 25).
 - 3 Navedeno izjavo je Chanel zaupala svojemu biografu Paulu Morandu leta 1945, kar pojasnjuje napako v letnici (1920, namesto 1914), obstaja pa tudi možnost, da si je oblikovalka balet ogledala že leta 1913: eden izmed glavnih povodov za donacijo je bila najverjetneje oblikovalkina želja po vključitvi v krog Djagileva.

Z donacijo so se Gabrielle Chanel odprla vrata v krog Djagileva, ki so ga tvorili avantgardni umetniki ter pomembne figure pariške družabne scene: tam naj bi se prvič srečala tudi s Cocteaujem, Stravinskim in Pablom Picassom, s katerimi je sodelovala pri snovanju predstav v okviru skupine *Ballets Russes* ter izven njega (Weddle 2014: 76).⁴

Gabrielle Chanel je bila le ena izmed avantgardnih umetnikov pariške scene, s katerimi je baletna skupina *Ballets Russes* pričela izraziteje sodelovati v začetku 20. let. Sprva so namreč pri ustvarjanju scenografije in kostumografije sodelovali zgolj ruski umetniki, po večini člani nekdanjega ruskega umetniškega gibanja *Mir iskusstva*, delujočega v prvem desetletju 20. stoletja. Djagilev je k sodelovanju najpogosteje povabil svojega prijatelja Léona Baksta, ki so ga je pri snovanju njegovih barvitih in vzorčastih kostumov za *Ballets Russes* navdihovali ruska folklor in tradicija, romantične pravljice ter kulture Bližnjega vzhoda in antike. Kot piše Davisova, je Djagilev že kmalu zaznal, da je sprememba okusa pariške publike med letoma 1914 in 1919 zahtevala tudi spremembo v scenografiji in kostumografiji (Davis 2010: 191). Sledilo je obdobje sodelovanj z avantgardnimi umetniki, kot sta Natalia Goncharova ter Michael Larionov, ki sta v svojo kostumografijo še vedno pogosto vnašala lastne interpretacije elementov ruske folklorne motivike. 18. maja 1917 je bil premierno predstavljen balet *Parada*,⁵ ki je s Picassovimi kubističnimi scenami in kostumi nakazal smer razvoja k modernistični podobi. Od takrat so se pod scenografijo in kostumografijo podpisala imena, kot sta fauvista Henri Matisse in André Derain, orfista Sonia in Robert Delaunay, kubista Picasso in Georges Braque ter nadrealisti Joan Miró, Max Ernst in Giorgio de Chirico. S sodelovanji s slednjimi je bila baletni skupini *Ballets Russes* dodeljena tudi vloga popularizatorja modernizma (Van Norman Baer 1998: 53).

'RUSKO' OBDOBJE COCO CHANEL

»Vsak Zahodnjak bi moral podleči 'slovanskemu šarmu', da bi ga spoznal. Bila sem očarana« (Morand 2009: 116). – Gabrielle Chanel

4 Coco Chanel je Djagilevu skupaj z njuno tesno prijateljico Sertovo glede kostumografije svetovala vse do leta 1929, ko so *Ballets Russes* v svoji prvotni obliki zaradi smrti Djagileva prenehali z delovanjem (Woodcock 2010: 150).

5 Glasba za balet je delo Erika Satieja, scenarij pa Cocteauja.



Slika 1: Bel Respiro: Stravinski pri Coco Chanel ... Igorja Stravinskega je pri skladanju ob Picassovi sliki z motivom harlekina narisal Jean Cocteau (1930)

Poleti 1920, v obdobju, ko se je skupina *Ballets Russes* pripravljala na ponovno izvedbo baleta *Posvečenje pomladi*,⁶ se je Coco Chanel zblížala s Stravinskim ter mu zaradi njegovih finančnih težav ponudila nastanitev v svoji vili Bel Respiro v Garchesu, predmestju Pariza, kjer je skladatelj nato s svojo družino bival med septembrom 1920 in majem 1921 (Weddle 2014: 79). V času skupnega bivanja sta imela Chanelova in Stravinski afero,⁷ ki je oba umetnika navdihovala na področju njunega ustvarjanja: »Za Stravinskega je bilo obdobje, preživeto v Garchesu, ključno za razvoj njegovega novega glasbenega sloga ... izčiščene-ga, poenostavljenega zvoka, imenovanega 'neoklasicizem'« (Davis 2010: 204). Podoben pristop je ubirala Coco Chanel, ki je pri svojem oblikovanju stremela k temu, da je s preprostimi formami dosegala čim večji efekt v estetskem in funkcionalnem smislu. Leta 1921, v času, ko je v sodelovanju z Ernestom Beauxom,

6 Po spominu Stravinskega so bili kostumi za ponovno izvedbo baleta *Posvečenje pomladi* narejeni v ateljeju Chanel (Stravinsky 1936: 93).

7 Coco Chanel je razmerje s Stravinskim potrdila svojemu biografu Paulu Morandu (Morand 2009: 127).

rusko-francoskim parfumerjem, izdala svoj prvi parfum Chanel N° 5, je Stravinski dokončal klavirsko kompozicijo *Pet prstov*:

V teh osmih skladbah, ki so zelo enostavne, pet prstov desne roke ostane, ko so enkrat na klavirju, na istem mestu, včasih celo vso skladbo, medtem ko leva roka, katere namen je spremljanje melodije, izvede vzorec, ki je bodisi harmonija bodisi kontrapunkt ter je znak največje preprostosti (Stravinski 1936: 91).

V kolekcijah, ki jih je Chanel predstavila v zgodnjih dvajsetih, so ruski vplivi vidni predvsem v vključevanju vezanih motivov ter aplikacijah krzna na ukrojene kose oblačil nevtralnih barv, uporabi žameta in brokata ter interpretacijah *roubachke* in *pelisseja*. Tega ne gre pripisati zgolj zbližanju s Stravinskim: Coco je namreč v tem obdobju pogosto sodelovala ter se gibala v krogu Rusov, ki jih je leta 1917 v Pariz 'pregnala' oktobrska revolucija. Številne pribežnike aristokratske krvi je Coco zaposlila kot prodajalce in modele v svojem ateljeju na Rue Carbon (Picardie 2010: 137). Eden od pribežnikov je bil tudi veliki vojvoda Dmitri Pavlovič Romanov, obubožani carski potomec, s katerim je Coco leta 1920 pričela dve leti trajajočo afero. Del draguljev ruske cesarske zbirke, do katerih je dostopala preko velikega vojvode, jo je navdihoval pri oblikovanju nakita (Young 2019: 59).⁸

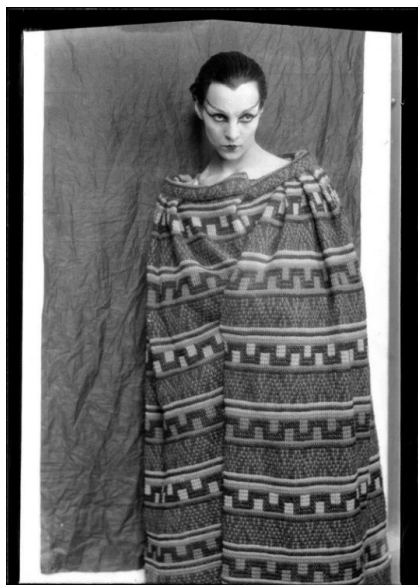


Slika 2: Ruski vplivi v kreacijah Gabrielle Chanel; risbe so bile posamično objavljene v reviji *Vogue* med letoma 1920 in 1923

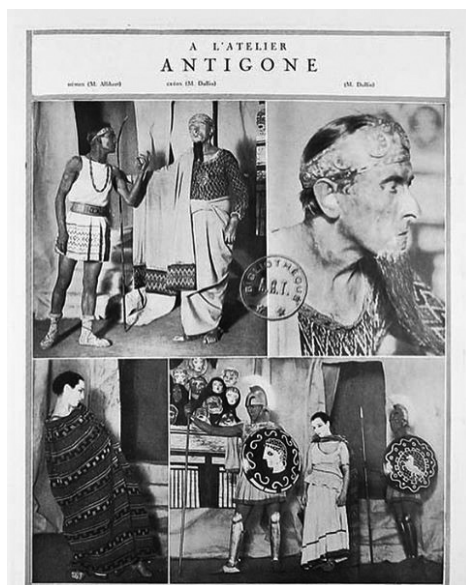
8 Gabrielle Chanel so očarali in inspirirali tudi dragulji iz zakladnice sv. Marka v Benetkah. Prvič naj bi jih videla prav v družbi Dmitrija Pavloviča Romanova (Bott 2007: 104).

ANTIKA V KREACIJAH GABRIELLE CHANEL: SODELOVANJE Z JEANOM COCTEAUJEM

Še preden je Gabrielle Chanel pričela sodelovati z *Ballets Russes*, jo je k soustvarjanju svoje predelave Sofoklejeve tragedije *Antigona* povabil Cocteau: »Povabil sem Mademoiselle Chanel k izdelavi kostumov, ker je največja modna oblikovalka našega časa [...] poleg tega si ne morem predstavljati hčeri Ojdipa slabo oblečeni (Garelick 2014: 165).« To je bilo oblikovalkino prvo sodelovanje z gledališčem, pri katerem je združila moči z imeni, ki jih je spoznala v krogu Djagileva: sceno za predstavo je ustvaril Picasso, ki je dopolnil tudi videz igralcev z maskami ter štiti, glasbo pa je prispeval skladatelj Arthur Honegger (Weddle 2014: 85). Modna oblikovalka se pri snovanju kostumov za *Antigono*, premierno predstavljeno 20. decembra 1922 v pariškem Théâtre de l'Atelier, ni oddaljila od svoje filozofije stila: igralce je oblekla v enostavne, vendar elegantno krojene kostume in jih dopolnila z nakitom iz svoje linije. Kralj Ojdip je tako nosil krono, v katero so bili v obliko grškega križa vpeti dragulji. Antigona, ki



Slika 3: kostum za predstavo *Antigona*, ki ga je oblikovala Coco Chanel. Génico Athanasiou, ki je igrala vlogo Antigone, je v njem fotografiral Man Ray



Slika 4: Stran iz revije *Le Théâtre et Comœdia illustré* s fotografijami iz uprizoritve *Antigone*

jo je interpretirala Génica Athanasiou, je nosila volneno dolgo oblačilo rjave in bela barve iz žakarda. Geometrični vzorci, ki krasijo tuniko, močno spominjajo na grške vazne motive, v katerih je Chanel najverjetneje črpala navdih.

Kritiki so bili nad kostumi navdušeni, v reviji *Vogue* so zapisali:

Chanel je postala grška, medtem ko je ostala Chanel. Njeni nenavadni kostumi to dokazujejo. Antigona groba obleka iz bele volne z vtkanimi rjavimi deli je natanko obleka, ki nam jo razkrivajo frizi v Delfih: to je lepa rekonstrukcija arhaizma, osvetljenega z inteligenco (Garellick 2014: 170).

Sodelovanje Gabrielle Chanel s Cocteaujem se ni ustavilo pri *Antigoni*: oblikovala je še kostume za antično dramo *Orfej* (1926) in čez desetletje še za dramo *Kralj Ojdip* (1937)⁹ in *Vitezi okrogle mize* (1937).

GABRIELLE CHANEL ZA BALLETS RUSSES

Plesalci *Ballets Russes* so se v kreacijah Chanel z baletom *Modri vlak* prvič predstavili 20. junija 1924 v pariškem Théâtre des Champs Élysées v okviru glavnega dogodka VII. olimpijskih iger (Lodwick 2010: 165). Libreto za balet je napisal Cocteau, koreografijo je sestavila Bronislava Nižinska, glasba pa je delo Dariusa Milhauda, ki je takrat z baletno skupino sodeloval prvič. Za scenografijo sta poskrbela Picasso ter kipar Henri Laurens: medtem ko je prvi oblikoval gledališko zaveso z motivom dveh žensk, ki z roko v roki tečeta po plaži, je drugi oder dopolnil s kubistično oblikovanimi kabinami za preoblačenje in prikazom morske obale. Satirični sodobni balet *Modri vlak* je namreč na prijeten način smešil snobovske počitnice pariških aristokratov na francoski Rivieri, kamor so se odpeljali z luksuznim vlakom *Calais-Méditerranée Express*, značilne temno modre barve. Tam so si čas krajšali z igranjem tenisa ali golfa, ki sta – tako kot športna oblačila – v tem obdobju postala zelo modna.¹⁰

V sodobnem, vsakdanjem življenju se je pri ustvarjanju kostumov navdihovala tudi Gabrielle Chanel, ki je baletne plesalce oblekla v kostume, ali pravilneje rečeno, oprave iz njene kolekcije, zaradi česar so močno odstopali od kostumov, ki so jih za *Ballets Russes* oblikovali kostumografi doslej, še posebej v

9 Glasbo za *Kralja Ojdipa* je zložil Stravinski.

10 Športna oblačila so postala popularna prav po zaslugi Gabrielle Chanel; ta je leta 1923 v Deauvillu odprla svoj prvi butik, ki se je specializiral za športna oblačila in kopalke (Bott 2007: 21).

prvem desetletju delovanja skupine. Tokrat so se plesalci namreč prvič predstavili v oblačilih 'ulične mode' (Lodwick 2010: 166).

Protagonisti baleta *Modri vlak* so štirje: teniška prvakinja, igralec golfa, plavalec ter kopalka, imenovana *Perlouse*.¹¹ Teniška prvakinja je bila oblečena v dvodelno, popolnoma belo obleko, sestavljeno iz bluze s kratkimi rokavi, ki jo je dopolnjeval okrog vratu zavezan ozek trak ter tik čez kolena segajoče krilo. Modna oblikovalka je videz nadgradila z naglavnim trakom v obliki turbana in loparjem. Kot piše Garelickova, naj bi se lik teniške igralkice navdihoval pri teniški prvakinji Suzanne Lenglen: »[...] kot Chanel, si je ta prislužila sloves 'osvojenih' ženske; naklonjena je bila drzno razkrivajočim teniškim oblačilom ter bila znana po srkanju brandyja med nizi« (Garelick 2014: 178). Oprava golfista, ki jo je navdihnil Edvard, valežanski princ in znan ljubitelj golfa, je bila sestavljena iz črtastega volnenega puloverja, izpod katerega je segal ovratnik bele srajce, hlače, ki so se zaključile pod kolena, ter črtastih nogavic. Plavalec in kopalka sta nosila dvodelne črtaste kopalke iz džersija, sestavljene iz majice brez rokavov in ozko prilegajočih se kratkih hlač. Izgled močno naličene kopalke je bil dopolnjen z gumijasto kopalno kapo in copati ter velikimi okroglimi uhan, ki asociirajo na njen vzdevek – *Perlouse*. Ostali del baletne skupine je bil oblečen v kopalke iz džersija, priljubljenega materiala Coco Chanel. Medtem ko so plesalci nosili modre kopalke, je Chanel plesalke oblekla v rožnate črtaste. Baletke so nosile tudi črtast pullover z dolgimi rokavi.

Chanel je s svojo kostumografijo navdušila občinstvo in kritike, v *Vogueju* so zapisali:

V *Modrem vlaku* se najdemo en *plein dix-neuf cent vingt quatre*. [...] ¹² Scenografija Laurensa in obleke Chanel so popolne. Ruski balet ni več ruski: hladne, mirne, popolnoma imenitne barve so toliko francoske, kolikor je to mogoče ... Nenazadnje čutimo, da smo doživeli izkušnjo, ki je nova (Davis 2010: 209).

Nekoliko manj so bili nad kostumografijo, krojeno iz neprimernih materialov za balet ter dopolnjeno s številnimi spremljajočimi dodatki navdušeni plesalci. Kljub temu, da je želela Chanel s kreiranjem udobnih oblačil 'osvoboditi' žensko telo, je ta segment svojih oblikovalskih pristopov zanemarila pri kreiranju kostumov.

11 Teniško prvakinja je interpretirala Bronislava Nižinska (ki je za balet pripravila tudi koreografijo), igralka golfa Leon Voizikovski, plavalca Anton Dolin ter dekle v kopalnih Lydia Sokolova.

12 Slovensko: čisto v letu 1924.



Slika 5: Protagonisti baleta *Modri vlak* z dramatikom Jeanom Cocteaujem. Od leve proti desni: Lydia Sokolova, Anton Dolin, Jean Cocteau, Leon Wolzikowski in Bronislava Nižinska



Slika 6: Opravi za vloge kopalcev. Kopalke na levi strani je nosila Lydia Sokolova

V naslednjih letih je Gabrielle Chanel v okviru *Ballets Russes* oblikovala še kostuma za Felio Doubrovsko, ki je v ponovitvi baleta *Les Biches* (1927) interpretirala hosteso, ter za vlogo služkinje Alexandre Danilove v baletu *Bogovi gredo prosjačiti* (1928). Ta je nosila enostavno svetlo obleko, opasano s črnim pasom. Videz sta dopolnjevali bela ruta in košara. Chanel je oblekla tudi plesalce za balet *Zefir in Flora* (1927), vendar je v tem primeru njen kreativni delež manjši: scenografijo Georgesa Braqueja je namreč le pretvorila v oblačila (Lodwick 2010: 166).

Leta 1929 je Gabrielle Chanel še zadnjič sodelovala z Djagilevim, in sicer pri oblikovanju kostumov za balet *Apolon*.¹³ Za ponovitev baleta, ki ga je napisal Stravinski, je preoblikovala kostume slikarja Andréja Bauschanta ter oblekla

13 V Benetkah se je zgodilo tudi zadnje srečanje med Coco Chanel ter Djagilevim, ki je tam umrl 19. avgusta 1929. Modna oblikovalka naj bi po smrti poravnala vse njegove dolgove ter poskrbela za njegov pogreb (Weddle 2014: 90). Skupina *Ballets Russes* je z delovanjem prenehala po njegovi smrti.

trojico muz: Terpsihoro, Polihimnijo in Kaliopo (Lodwick 2010: 166). Nosile so enostavno, vendar elegantno pleteno tuniko v beli barvi, prepasano s črnimi moškimi kravatami iz ateljeja Charvet, kamor je pogosto zahajal Arthur 'Boy' Capel, velika ljubezen Gabrielle Chanel (Garellick 2014: 173). Kontrastu med črno in belo je bila oblikovalka naklonjena ves čas svoje kariere.



Slika 7: Alexandra Danilova v kreaciji Coco Chanel (balet Bogovi gredo prosjačit, 1928)



Slika 8: Lubov Tchernicheva v vlogi Kaliope, muze epske poezije (ponovitev baleta Apolon, 1929)

SKLEP

Gabrielle Chanel, ki je navdih za oblikovanje črpala v vsakdanjem življenju moderne ženske, je v kostume *Ballets Russes* vnesla preprostost in eleganco in jih približala trendom, aktualnim v vse bolj popularni visoki modi. Z idejo, da plesalce, nastopajoče v baletu *Modri vlak*, obleče v kreacije iz njene aktualne kolekcije in s tem briše mejo med gledališkim odrom in pariškimi ulicami, je obenem poskrbela za promocijo lastne kolekcije. Skupina *Ballets Russes* je bila namreč pomembna referenčna točka, ki je s svojo kostumografijo vplivala tako na sodobne kot tudi prihodnje generacije modnih oblikovalcev.

Coco Chanel po razpadu originalne skupine *Ballets Russes* ni prenehala s kreiranjem kostumov: med mejnike njenega življenja sodi leto 1931, ko je na povabilo filmskega producenta Samuela Goldwyna odšla v Hollywood in oblikovala kostume za največje filmske zvezde. S svojo kostumografijo je postavila nove standarde na področju oblikovanja kostumov, ki so spremenili dotedanjo paradigmo tega področja. S svojim inoviranjem kljub časovni distanci še vedno ostaja aktualna figura na sceni modno-oblikovalske umetnosti ter sinonim za žensko, ki je s svojim kljubovanjem trendom svojega časa postala zgled za številne oblikovalce prihodnjih generacij.

Povzetek

Leta 1924 se je pričelo obdobje petletnega sodelovanja med Coco Chanel ter revolucionarno baletno skupino *Ballets Russes*, znano po svoji slikoviti kostumografiji. Modna oblikovalka, ki je skupino pred tem podpirala finančno, je s svojimi inovativnimi kreacijami odstopila od zastavljenih smernic, oblekla baletne plesalce v oblačila iz svoje aktualne kolekcije ter s tem navdušila gledalce in kritike. Sodelovanje z *Ballets Russes* je vplivalo tako na njeno modno oblikovanje kot tudi zasebno življenje, predvsem zaradi tesnih stikov, ki jih je spletla s skladateljem Igorjem Stravinskim, dramatikom Jeanom Cocteaujem ter ustanoviteljem baletne skupine Sergejem Djagilevim.

Abstract

In 1924, it was the beginning of a five-year collaboration between Coco Chanel and the revolutionary ballet group *Ballets Russes*, known for its colorful costumes. The fashion designer, who previously supported the group financially, dressed ballet dancers in clothes from her current fashion collection, thereby convincing the audience and critics. With her innovative creations, she deviated from trends set by previous costume designers, collaborating with the *Ballets Russes*. Cooperating with the ballet group influenced Chanel's fashion design as well as her private life, especially because of the strong bonds she had with Igor Stravinsky, playwright Jean Cocteau and the founder of the group Sergei Diaghilev.

Seznam literature

- BOTT, Daniele (2007): Chanel. Collections and Creations. United Kingdom: Thames & Hudson Ltd.
- DAVIS, Mary (2010): *Ballets Russes Style: Djagilev's Dancers and Paris Fashion*. London: Reaktion Books.
- GARELICK, Rhonda (2014): *Mademoiselle: Coco Chanel and the pulse of history*, New York: Random House.
- LODWICK, Kate (2010): Djagilev and Chanel. V: PRITCHARD, Jane (ur.): *Djagilev and the golden age of the Ballets russes 1909–1929*. London: V & A Publishing, str. 165–166.

- MORAND, Paul (2009): *The Allure of Chanel*. London: Pushkin Press.
- STRAVINSKY, Igor (1936): *An Autobiography*. New York: W.W. Norton & Company.
- PICARDIE, Justine (2010): *Coco Chanel: the legend and the life*. London: HarperCollins.
- VAN NORMAN BAER, Nancy (1998): *Design and Choreography. Cross-influences in the Theatrical Art of Ballets Russes*. V: HALL, Susan (ur.): *From Russia with love: Costumes for the Ballets Russes 1909–1933*. Canberra: National Gallery of Australia, str. 40–55.
- WEDDLE, Emily: *The Powerhouses of Parisian Society: Female Patronage and the Ballets Russes*. Dizertacija. Wellesley: Wellesley College, 2014.
- WOODCOCK, Sarah (2010): *Wardrobe*. V: PRITCHARD, Jane (ur.): *Djagilev and the golden age of the Ballets russes 1909–1929*. London: V & A Publishing, str. 149–150.
- YOUNG, Caroline (2019): *Living with Coco Chanel. The homes and landscapes that shaped the designer*. London: White Lion Publishing.

Seznam slik

- Slika 1: https://repository.wellesley.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1310&context=the_siscollethesi (pridobljeno: 24. 02. 2020).
- Slika 2: <https://modecostume.hypotheses.org/217> (pridobljeno: 24. 02. 2020).
- Slika 3: <https://www.chanel.com/us/fashion/news/2017/04/gabrielle-chanel-s-antique-costumes.html> (pridobljeno: 24. 02. 2020).
- Slika 4: <https://i.pinimg.com/originals/9a/ba/97/9aba9782b27a01da1b45a1029b690488.jpg> (pridobljeno: 24. 02. 2020).
- Slika 5: https://arthive.com/publications/3221~Ballets_Russes_as_a_driving_force_of_a_new_aesthetic_of_the_20th_century (pridobljeno: 24. 02. 2020).
- Slika 6: <https://www.vam.ac.uk/articles/Djagilev-and-the-ballets-russes> (pridobljeno: 24. 02. 2020).
- Slika 7: https://media.vam.ac.uk/media/thira/collection_images/2017JY/2017JY4875_jpg_l.jpg (pridobljeno: 24. 02. 2020).
- Slika 8: <https://i.pinimg.com/474x/5e/b4/88/5eb488b3933dc44ca231e80d7679e4b1--vintage-dance-dancers.jpg> (pridobljeno: 24. 02. 2020).



COCO CHANEL IN IGOR STRAVINSKI

Nina Misson (Škofja Loka)

UVOD

Gabrielle 'Coco' Chanel, modistka, šivilja, modna oblikovalka in poslovna ženska, je bila drzna in neustrašna pri svojem delu. Proslavila se je z minimalističnimi modnimi kosi oblačil, ki so po mnogih desetletjih še vedno brezčasni in modni. Bila je tudi pomembna za gibanje dada in podpornica umetnosti, zlasti *Ruskega baleta (Ballets Russes)* v Parizu. Vprašanje intimnega razmerja med njo in ruskim skladateljem Igorjem Stravinskim je do neke mere odprto, zagotovo pa je bila njegova pomembna mecenka. Ne samo da je zagotovila novo produkcijo njegovega slavnega baleta *Posvetitev pomladi (Le Sacre du printemps)* v izvedbi baletne skupine *Ballets Russes*, tudi povabila ga je, da je živel v njeni graščini Bel Respiro v pariškem predmestju Garches. Po nekaterih govoricah naj bil ravno ruski skladatelj navdih za slavni parfum Chanel N° 5,¹ (Mazzeo 2010: 107) vendar za to ni dokazov.

IGOR STRAVINSKI IN BALLETS RUSSES

Mednarodne slave je bil Igor Stravinski deležen, ko je Sergej Djagilev, impresarij skupine *Ballets Russes*, zrežiral izgrede na krstni izvedbi *Posvetitve*

1 Parfum je bil svetu predstavljen 5. maja 1921, torej v času, ko je za seboj že imela tako razmerje z Dmitrijem Pavlovičem kot tudi (domnevno) razmerje z Igorjem Stravinskim.

pomladi maja 1913. Razmerje med Djagilevom in Stravinskim sega dlje v preteklost. Njegovi prvi prispevki za *Ballets Russes* so bile priredbe Chopinovega baleta *Les Sylphides* iz leta 1909. Potem ko so program kritiki označili za konservativnega, je Djagilev osebno naročil balet *Ognjeni ptič* (*L'oiseau de feu*) za sezono 1910. Stravinski je v Pariz prvič prišel, ko mu je bilo 27 let in v *Ballets Russes* je dirigent Gabriel Pierné nanj gledal zviška kot na neizkušenega mladca, v zameno pa je Stravinski dirigentu zameril, ker se ni držal njegovih glasbenih oznak. Premierna uprizoritev *Ognjenega ptiča*, ki je svetu predstavila avantgardo tako v glasbi in plesu, je bila uspešna, prisotni pa sta bili tako Misia Edwards² kot tudi princesa de Polignac³ (Stravinsky in Craft 1980: 77). Leta 1911 je uspehu *Ognjenega ptiča* sledil balet *Petruška*. Za *Petruško* je Stravinski večino glasbe spisal, preden je bila zgodba do konca razvita. V glavi je imel zamisel o lutki, podobni liku Pulcinella iz *commedia dell'arte*, ki bi nenadoma oživel. Djagilev je Stravinskega obiskal, ko je ta živel v Švici, in ga prepričal, da je razvil temo trpljenja lutke in napisal cel balet. Kompozicijo je dokončal v Rimu, kjer je *Ballets Russes* nastopal na mednarodni razstavi in že v Rimu so se za *Petruško* začele vaje. Nenadne spremembe ritmov so bile velik izziv za koreografa Michela Fokina, še bolj pa za plesalce. Premierna uprizoritev je kljub težavam⁴ uspela, Stravinskega je potrditev občinstva prepričala v lastne sposobnosti in kmalu je začel pisati *Posvetitev pomladi* (McAuliffe 2014: 215).

POSVETITEV POMLADI

Idejo za novo kompozicijo je Stravinski dobil v sanjah, ki jih imel med skladenjem zadnjih strani *Ognjenega ptiča*. V bežeči viziji, ki jo je sam opisal kot presenečenje, je videl resnoben poganski obred: jasnovodne starešine, sedeče v krogu, opazujejo mlado dekle, ki pleše do smrti. Starešine so dekle žrtvovali, da bi pomirili bogove pomladi. Vizija je pustila globok vtis nanj (Stravinsky 1936: 55). Sanje je zaupal prijatelju in slikarju Nikolaju Roerichu, ki je bil strokovnjak za pogsanske teme, nad idejo pa je bil navdušen tudi Djagilev. Leta 1911 sta Stravinski in Roerich tako skupaj oblikovala scenarij, Roerich pa je

2 Misia Edwards, roj. Maria Godebska, pianistka in mecenka umetnosti, bolj znana pod priimkom svojega tretjega moža, Sert, s katerim je bila poročena od 1920 do 1927.

3 Princesa Edmond de Polignac, roj. Winnaretta Singer, ameriška dedinja in mecenka umetnosti.

4 S predstavo so zamujali, ker je Misia Edwards tekla domov po gotovino, da je Djagilev lahko plačal kostumografa.

za prvo izvedbo tudi oblikoval kostume. Stravinski se je nato vrnil v Clarens, v Švico, kjer je skoraj celotno kompozicijo spisal v sobi, ki je imela ravno dovolj prostora za mizo, dva stola in majhen pianino. Z delom je hitel, ker je upal, da bo novi balet Djagilev postavil na oder že v sezoni leta 1912, vendar ga je Djagilev na koncu prestavil na leto 1913 (McAuliffe 2014: 248). Stravinski je sicer imel vse prej kot miren odnos s svojim ruskim kolegom. V pogovorih z Robertom Craftom je izjavil, da je imel Djagilev bolj kot dober glasbeni okus občutek za uspeh nekega umetniškega dela. Vodja Ruskega baleta naj bi bil presunjen, ko mu je Stravinski prvič zaigral *Posvetitev* na klavir, šokirale so ga dolge linije ponavljajočih se akordov. Kljub temu pa je spoznal resnost nove glasbe, pomembnost novega modernega izraza in možnost, da se z njo kaj zasluži (Stravinski in Craft 1980: 42). Glasba je bila težka, z zahtevnimi in hitro spreminjajočimi ritmi in močnimi disonancami, ki za igranje zahteva veliko osredotočenosti in pazljivosti. Orkester je pod taktirko Pierra Monteuxa potreboval kar 17 vaj in še dodatnih pet odrskih vaj s plesalci na željo koreografa Vaclava Nižinskega. Konec maja 1913 pa je bila *Posvetitev* pomladi vendarle krstno izvedena v Théâtre des Champs-Élysées in povzročila succès de scandale za Djagileva (McAuliffe 2014: 248–249).

Krstna izvedba *Posvetitve* pomladi

Občinstvu so obljubljali divji večer, vendar je kombinacija disonančne glasbe z divjim plesom kljub temu dodobra pretresla gledalce. Skoraj takoj po prvih začetnih taktih so se na nastopajoče usule žaljivke in glasni vzkliki. Stravinski je bil tako ogorčen, da je odkorakal ven in zaloputnil vrata za seboj. Pozneje se je spominjal, da nikoli v življenju ni bil tako jezen in ni mogel razumeti, da so se ljudje odločili protestirati, še preden so dodobra slišali glasbo, na katero je bil sam ponosen. Djagilev je bil v zaodrju in je v brezplodnem poskusu, da bi umiril občinstvo, naročil, naj se prižiga in ugaša luči. Dirigent Pierre Monteux se je Stravinskemu, ki ga je do konca predstave opazoval iz zaodrja, zdel neprizadet in »brezčuten kot krokodil« (Stravinsky 1936: 73) ter je nekako speljal skladbo do konca. Medtem je Nižinski stal na stolu, skrit pred občinstvom, in kot krmar kričal na plesalce korake, ki zaradi vpitja gledalcev niso mogli slišati orkestra. Stravinski je moral besnega Nižinskega držati za repe fraka in mu preprečevati, da ni skočil na oder in ustvaril še večje zmede. Ko je bilo konec, so se Stravinski, Djagilev in Nižinski odpravili v restavracijo

in Djagilev je bil vzhičen nad večerom, ki je bil točno to, kar si je želel: ogromna publiciteta (Stravinsky 1936: 73–75).

Stravinski in denarne zadrege

S prihodom svetovne vojne se je veliko skladateljev in glasbenikov znašlo v finančnih težavah, še posebej Stravinski, ki je izgubil svoja ozemlja v Rusiji in z njimi tudi svoje dohodke, ko jih je prevzela avstro-nemška vojska. Djagilev je še dodatno slabšal njegov položaj, saj mu ni izplačeval tantiemov, pa tudi drugi mecenari so prenehali plačevati. Takrat mu je na pomoč priskočila princesa de Polignac, ki mu je v začetku leta 1916 naročila orkestralno skladbo za komorno skupino. Stravinski je tako zanj po naročilu napisal komorno delo *Renard* (McAuliffe 2014: 311).

Novi pretresi iz domovine so sledili boljševiški revoluciji. Stravinskemu se je zdela nova Rusija tuja in nerazumljiva, pustila pa ga je tudi brez vsakršnih prihodkov. Ostal je »soočen z ničem«, kot je temu sam rekel (Stravinski 1936: 70), v tuji deželi in sredi vojne (ibid. 2014: 326). Do konca prve svetovne vojne je Stravinski ostal v Švici, kjer je s svojim zmanjšanim dohodkom skušal preživljati vse večje število ruskih sorodnikov. Nazaj na noge se je postavil šele s pomočjo Sergeja Djagileva in Coco Chanel (ibid. 2014: 344).

CHANEL IN STRAVINSKI

Coco je bila ob koncu prvega desetletja 20. stoletja že uveljavljena figura v modnem svetu in dobra prijateljica Misie Edwards, na novo poročene Sert, dolgoletne podpornice Sergeja Djagileva in Ruskega baleta (ibid. 2016: 46). Coco je ob istem času, ko je Stravinski mukoma preživel svojo družino, doživljala svoje čustvene pretese. Vsaj od leta 1910 je bila v razmerju z Arturjem Edwardom 'Boyem' Capelom, ki pa se kot angleški plemič ni mogel poročiti z nekom tako nizkega rodu, kot je bila Coco. Decembra leta 1920 je tragično umrl v prometni nesreči in v oporoki (kljub temu, da je bil poročen z drugo žensko) Coco zapustil dovolj denarja, da je lahko razširila svojo trgovino na Rue Cambon in si kupila vilo v predmestju Garches, zahodno od Pariza. V vilo se je vselila v času, ko je Djagilev z *Ruskim baletom* pripravljal produkcijo Stravinskijeve opere *Pulcinella*. V isti vili je kasneje bival Stravinski s svojo družino (ibid. 2016: 63).



Sl. 1: Igor Stravinski, José Maria Sert, Coco Chanel, Misia Sert, 1920

O odnosu med Coco in Igorjem je znanih več govoric kot konkretnih dejstev. Gotovo je, da je Coco prispevala denarna sredstva za ponovno uprizoritev *Posvetitve pomladi* decembra leta 1920. Prav tako je znano, da je Stravinskemu in njegovi razširjeni družini ponudila dom, ko so iz Švice prišli v Pariz. Razen tega ostanejo le še govorice, domneve in nejasne izjave same Coco v poznejših letih. Stravinski in Chanel sta se najbrž spoznala na eni od vaj za balet *Pulcinella* na začetku leta 1920. Ko je oblikovalka slišala, da Stravinski išče namestitev zase in za svojo družino, mu je ponudila, da stanujejo pri njej, dokler si ne najdejo svojega doma (ibid. 2016: 77).⁵ Prva žena Stravinskega, Katja, je bila ob selitvi v Pariz že bolna in skorajda ni zapuščala predmestnega dvorca, medtem ko je Stravinski pogosto obiskoval Chanel v pariškem Ritzu. V mestu so ju skupaj videvali po klubih in zabavah (Sl. 1, Sl. 2). Coco je razvijala strast za njegovo glasbo, on pa je med bivanjem v dvorcu Bel Respiro kreativno zaživel: dokončal je *Concertino* za violinski kvartet, balet *Les nocés* in *hommage* Claudu Debussyju, *Symphonies d'instruments à vent*. Po nekaterih pričevanjih je prijateljem pisal o napetem stanju v dvorcu, vendar pa je kratko, čeravno morda res stresno bivanje pri Chanel, bilo zanj vsaj glasbeno zelo plodovito (Morand 2008: 148).

⁵ Coco je večkrat gostila zakonske pare, med drugimi tudi Henryja Bernsteina in njegovo ženo Antoinetto leta 1918, ko je imela s Henryjem razmerje (Garelick 2016: 52).



Sl. 2: Serge Lifar, Marie Laure de Noailles, Igor Stravinski (tretji z desne), Coco Chanel (skrajno desno), Paris Café de Flore, dvajseta leta 20. stoletja

Nekako ob istem času, torej septembra 1920, ko se je družina Stravinski preselila h Coco, je ta že pričela razmerje z nadvojvodo Dmitrijem Pavlovičem. Robert Craft, dober prijatelj Stravinskega, pa je zapisal, da se razmerje Coco Chanel s Pavlovičem ni začelo do začetka leta 1921, kar bi omogočalo več časa za razmerje med Coco in Igorjem. Coco je razmerje z ruskim skladateljem potrdila šele v poznem obdobju svojega življenja, v pogovoru s svojim dobrim prijateljem Paulom Morandom. Po njenem lastnem pričevanju je bil v tistem času edini moški, ki jo je privlačil, Pablo Picasso,⁶ vendar ni bil samski, kot tudi ne Stravinski. Vztrajala je, da je Rus prvi želel razmerje z njo in ne ona z njim. Ko mu je izrazila svoje zadržke do razmerja zaradi njegovega zakonskega stanu, naj bi ji odvrnil, da se njegova žena zaveda, da je zaljubljen vanjo, saj je to prevelika stvar, da bi jo lahko skrival (McAuliffe 2016: 77). Gotovo je le, da se je razmerje, intimno ali prijateljsko, hitro in nenadno končalo, ko je Stravinski z *Ruskim baletom* odšel v Španijo in povabil Coco, naj se mu pridruži (McAuliffe 2016: 78). Coco se ni odzvala njegovemu vabilu, ampak je namesto tega odpotovala s Pavlovičem na Riviero. Ves čas njunega bivanja na obali se je trudila, čeravno naivno, kot je njeno pretirano opreznost označil nadvojvoda, ohraniti to razmerje kot skrivnost. Glede na to, da je nadvojvodi kot sumljivi osebi francoska policija sledila, vse odkar je leta 1920 prišel v Francijo, in skrbno pripravljala poročila o tem, kje in s kom je kaj počel, je bilo to nemogoče. V

6 Pablo Picasso je oblikoval kostumografijo za krstno izvedbo baleta *Pulcinella* maja 1920.

nadaljnji želji po skrivnostnosti je Coco Dmitrija celo naselila v Bel Respiro. Možno je seveda tudi, da je želela ohraniti svoje dostojanstvo in ni želela, da bi javno postalo znano, da »finančno podpira še enega bankrotiranega Rusa« (Garelick 2016: 33). Takrat se je vmešala Misia Sert, ki naj bi bila ljubosumna na svojo prijateljico, in poslala Stravinskemu telegram, v katerem je izdala razmerje med Coco in Dmitrijem, ter dodala, da ima »Chanel raje nadvojvode kot umetnike«, in Stravinski je menda pobesnel. Djagilev je nato poslal telegram Chanel z besedami: »Ne pridi, ubiti te hoče« (McAuliffe 2016: 79).

»Jaz sem samo šivilja«

Decembra 1920, ko je Massine pripravljal novo koreografijo za ponovno izvedbo *Posvetitve pomladi* v Parizu, je impresarij Ruskega baleta naletel na finančne težave (McAuliffe 2016: 77–79). Djagilev je bil v Benetkah, ko je Misii tarnal, da si ne more privoščiti nove izvedbe *Posvetitve*, ki je zahtevala veliki (in torej zelo drag) orkester. Coco Chanel je pogovoru prisostvovala, vendar ni rekla ničesar. Šele ko so se vrnili v Pariz, je šla do Djagileva, ki naj bi, ko so jo najavili, komaj prepoznal njeno ime. Sestanek, kjer je Coco Djagilevu povsem samovoljno izročila ček, je obema spremenil življenje. Coco se je spominjala, da ji je Djagilev povedal, da je bil že pri princesi de Polignac, ki mu je dala 75.000 frankov. Coco mu je odvrnila, da je »princesa velika ameriška dama, ona pa je le šivilja« in mu ponudila 200.000 frankov (Garelick 2016: 55). Pri tem pa postavila samo en pogoj: nikomur naj ne pove o tem. Djagilev ji želje ni izpolnil. Vprašanje je, ali je bila njena želja po anonimnosti resnična ali pa je šlo za preračunljivo potezo, s katero bi se uveljavila v pariški umetniški družbi. Coco Chanel je trdila prvo, Misia Sert pa drugo. Dami sta postali ostri tekmiči v mestu za glavno podpornico Stravinskega in *Ballets Russes* (McAuliffe 2016: 77–79). Coco Chanel je ob različnih priložnostih navajala različne zneske, ki jih je dala Djagilevu. Paulu Morandu je rekla, da je ponudila subvencijo, ker je »hotela slišati *Posvetitev pomladi* in da ne obžaluje 300.000 frankov, ki jih je porabila za to« (Morand 2013: 87–88). Samo v zvezi s tem dogodkom se Stravinski v literaturi spominja Coco. V svoji avtobiografiji se še posebej zahvali »Mlle⁷ Gabrielle Chanel, ki je zelo velikodušno priskočila na pomoč pri podvigu in tudi aktivno pripomogla k produkciji, saj so kostume izdelali v njeni svetovno znani šiviljski ustanovi« (Stravinski 1936: 145).

7 Mlle – gdč.

Razmerje po »razmerju«

Razmerje Coco Chanel z vojvodo Dmitrijem se je izkazalo za strastno, a kratko (McAuliffe 2016: 80). Če je bil Stravinski kdaj zaljubljen v Coco, jo je vsekakor prebolel do leta 1921, ko je pričel razmerje z balerino Vero de Bosset. A čeprav je bil v plesalko močno zaljubljen, je čutil predanost do svoje žene Katje, ki je bolehalo in počasi umirala. Razmerje se je kljub temu nadaljevalo vse do Katjine smrti leta 1939 in naslednje leto se je Stravinski z Vero poročil. Ne glede na to, ali sta imela intimno razmerje ali ne, je Coco še vrsto let finančno podpirala Stravinskega (McAuliffe 2016: 90). Velikemu uspehu decembrske ponovitve Posvetitve pomladi, ki jo je tako velikodušno podprla Coco, je sledil polom s komično opero enodejanko Mavra leta 1922. Gre za eno njegovih zgodnjih neoklasicističnih del, ki se je bojda občinstvu zdela preveč preprosta. Bolj uspešno delo, vsaj toliko kot Posvetitev pomladi, je bil balet *Les Noces* (1923), ki ga je napisal za štiri klavirje, tolkala ter zbor in štiri soliste, kar naj bi se nanašalo na primitivni obred ruske poroke. Koreografijo je zasnovala Bronislava Nižinska, sestra Vaclava Nižinskega. Djagilev je bil tako navdušen, da ga je glasba spravila v jok in kompozicijo je označil za »najbolj čisto rusko stvaritev ruskega baleta.« Ker je tako oboževal to delo, je Stravinski *Les Noces* celo posvetil Djagilevu (McAuliffe 2016: 137).

Do leta 1927 Coco Stravinskemu ni bila več pripravljena finančno pomagati. Njegov *Oedipus Rex*, kombinacija opere in oratorija, je bil neprimeren za plesno odsko postavitev, ki bi si jo želel Djagilev, zato je Stravinski sredstva moral najti sam. Misia Sert mu ni mogla pomagati, saj je bila takrat v procesu ločitve, in mu je predlagala, naj se obrne na Coco Chanel, prijateljici pa hkrati pisala: »Pazi se, prežijo nate, ki si jim kot vreče denarja« (McAuliffe 2016: 223). Coco Chanel se je pritiskom izognila tako, da je odšla v Španijo in prepustila odgovornost princesi de Polignac, ki pa ni bila pripravljena finančno podpreti polne odrske produkcije. Nazadnje se je Stravinski vseeno obrnil k Djagilevu, ki nad *Oedipusom Rexom* ni bil navdušen, vendar je kljub temu organiziral koncertno izvedbo dela (McAuliffe 2016: 223). Občinstvo je bilo, kot je izjavil Stravinski sam, ki je bil na premieri dirigent, vse prej kot vljudno, kritiki pa še veliko manj kot to (Walsh 2003: 448).

ZAKLJUČEK

Čeprav je bil odnos med Coco Chanel in *Ballets Russes* sprva mecenski, so ume-
tniki, predvsem Djagilev in Stravinski, v njej videli nekoga s sorodnim ustvarjalnim

duhom. Razmerje samo je težko dokazljivo, vse kar je ostalo, so pričevanja, ki se mestoma medsebojno izključujejo, in govorice. Vsekakor ne bi bilo nenavadno, da bi se Coco spustila v zvezo z umetnikom, ki je, živeč pod njeno streho, morda v njej našel uteho ali navdih, česar pri bolehní ženi ni imel. Coco Chanel pa je menda rada uničevala svojo korespondenco in za seboj brisala sledi, po eni strani v želji po mistifikaciji lastne persóne, po drugi v želji, da bi skrila svoje nizko poreklo in (po nekaterih govoricah) svoje slabo slovnično znanje, ki je izviralo iz njene skromne vzgoje. Med ohranjenimi pismi Stravinskega, ki jih je izdal Robert Craft, se Coco Chanel pojavi, vendar je pri prepisovanju in pri prevajanju iz ruščine prihajalo do napak. Tako je bilo na primer v prepisu pisem objavljeno, da je Stravinski »utrujen in naveličan Chanel«, v resnici pa naj bi napisal, da je »hvaležen Chanel« (Joseph 2001: 238). Coco Chanel je vsekakor omogočila Stravinskemu in Djagilevu, da na sta na oder ponovno postavila drago produkcijo *Posvetitve pomladi*, za kar je morda imela globlji razlog, na primer romantična čustva do Stravinskega. Lahko pa je, kot moderna ženska in umetnica, želela podpirati prodorno novo umetnost, ki je v glasbi sprožila ravno tako revolucijo, kot so bila Chanelova kratka pričeska in krila v modnem svetu.



Sl. 3: Pablo Picasso, Igor Stravinski z dne 31. decembra 1920



Sl. 4: Apol les Fenosa, Chanel

Povzetek

Gabrielle Chanel, modistka, šivilja, modna oblikovalka in poslovna ženska, je bila pri svojem delu drzna in neustrašna. Proslavila se je z minimalističnimi dizajni, ki so po mnogih desetletjih še vedno brezčasni in modni. Vprašanje intimnega razmerja med njo in ruskim skladateljem Igorjem Stravinskim je do neke mere odprto, zagotovo pa je bila njegova pomembna mecenka tudi še po končanem domnevnem razmerju. Ne samo da je zagotovila novo uprizoritev *Posvetitve pomladi*, tudi povabila ga je, da je živel v njeni graščini Bel Respiro v pariškem predmestju Garches. Stravinski je v svoji avtobiografiji samo enkrat omenil Coco Chanel in še to le kot donatorko, njena pričevanja o razmerju pa je prijatelj Stravinskega, Robert Craft, označil za blodnje. Kar družijo oba ustvarjalca, skladatelja na eni in modno oblikovalko na drugi, je drznost in revolucionarnost njunih stvaritev. Niti svet glasbe niti svet mode po njunem prodoru nista bila več ista.

Abstract

Gabrielle Chanel, a modist, seamstress, fashion designer and a business woman. Daring and fearless with her creations she made her work famous with minimalistic designs which are still fashionable to this day. The question of an intimate affair between her and Igor Stravinsky remains open, but the fact is that she was a big supporter of his even after the alleged affair was said to be over. She not only financially supported the production of *The Rites of Spring* in December of 1920; she invited him and his family to live with her in her villa Bel Respiro at Garches, Paris. Stravinsky only mentions Chanel once in his autobiography and even that only as a supporter, not as a friend or lover. Chanel's testimonies of a passionate relationship between her and the Russian composer were labelled as nonsense by his close friend, Robert Craft. What the two have in common, a Russian composer on one side and a French fashion designer on the other, is a daring and revolutionary nature of their works. Neither the world of music nor the world of fashion was ever the same after their breakthroughs.

Seznam literature

- CHANEY, Lisa (2011), *Coco Chanel: An Intimate Life*. New York: Penguin Group.
- GARELICK, Rhonda K. (2014), *Mademoiselle: Coco Chanel and the Pulse of History*. Chippendale: Pan Macmillian Australia.
- JOSEPH, Charles M. (2001), *Stravinsky Inside Out*. Yale: Univeristy Press.
- MAZZEO, Tilar J. (2010), *The Secret of Chanel N° 5, The Intimate History of the World's Most Famous Perfume*. New York: Harper Collins.
- MCAULIFFE, Mary (2014), *Twilight of the Belle Epoque: The Paris of Picasso, Stravinsky, Proust, Renault, Marie Curie, Gertrude Stein, and Their Friends through the Great War*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- MCAULIFFE, Mary (2016), *When Paris Sizzled: The 1920s Paris of Hemingway, Chanel, Cocteau, Cole Porter, Josephine Baker, and Their Friends*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- MORAND, Paul (2008), *The Allure of Chanel*. London: Pushkin Press.
- STRAVINSKY, Igor (1936), *An Autobiography*. New York: Simon and Schuster.

STRAVINSKY, Igor/CRAFT, Robert (1980), *Conversations with Igor Stravinsky*. California: University Press.

WALSH, Stephen (2003), *Stravinsky: A Creative Spring: Russia and France, 1882–1935*. California: University Press.

Seznam slik

Slika 1: CHANEY, Lisa (2011), *Coco Chanel: An Intimate Life*. New York: Penguin Group. stran 585.

Slika 2: <https://www.costasmeralda.it/wp-content/uploads/2019/09/Gabrielle-Chanel-circondato-da-amici-tra-cui-Igor-Stravinsky-e-Serge-Lifar-la-star-dei-le-ggendari-Ballets-Russes-di-Serge-Diaghilev-%C2%A9-Foto-Roger-Schall-Collezione-Schall.jpg>.

Slika 3: <https://i.pinimg.com/originals/06/5a/cc/065acc5e95abeb6c064abd6e6fee373d.jpg>.

Slika 4: GARELICK, Rhonda K. (2014), *Mademoiselle: Coco Chanel and the Pulse of History*. Chippendale: Pan Macmillian Australia. p. 368.



IKONOGRAFIJA COCO CHANEL

Katarina Richter (Ljubljana)

UVOD

Mineva 110 let, odkar je Coco Chanel na pariški Rue Cambon 21 odprla svoj prvi neodvisni butik. Modna hiša Chanel je več kot stoletje po ustanovitvi trdno zasidrana v samem vrhu modnega sveta. Njena ustanoviteljica spada med najpomembnejše osebnosti dvajsetega stoletja. V skoraj petdesetih letih, ki so minila od njene smrti, je Mademoiselle iz slavne osebnosti prerasla v legendarno.

Pravzaprav je bila Coco legendarna že za časa svojega življenja. Njene kreacije so bile zaradi edinstvenega sloga prepoznavne že na daleč in jih ni bilo potrebno posebej predstavljati. Poleg značilnega sloga je Coco okrog sebe namreč spletla množico simbolov ter drugih prepoznavnih znakov, pravo ikonografijo, ki jo jasno predstavlja brez potrebe po uporabi imena Chanel. Vanjo poleg revolucionarnega sloga Chanelovih kreacij spadajo tako klasični simboli, med njimi njen logotip, kot tudi manj tradicionalni, na primer vonjava Chanel N° 5. Prvi korak k razvozlanju ikonografije Coco Chanel predstavlja poznavanje njene mladosti.

MLADOST

Gabrielle Chanel je bila rojena 19. avgusta 1883 v Saumurju kot drugi otrok Jeanne Devolle. Njenega očeta pri porodu ni bilo. Albert Chanel je takrat taval po francoskem podežlju v iskanju priložnosti za zaslužek, saj resne službe ali poklica nikoli ni imel, rad pa je se izogibal tudi odgovornostim. Z materjo svojih otrok se je (sicer nerad) poročil šele po rojstvu tretjega otroka, Alphonsa. Poroka ni izboljšala odnosov med staršema in Albert je še naprej izginjal in puščal svojo družino samo. Jeanne ga je iskala ter mu sledila po podežlju z vedno večjim zarodom, posledično pa družina ni imela niti stalnega doma in otroci se niso niti šolali. Tudi Gabrielle je bila rojena med enim izmed zasledovanj Alberta, v ubožnici v Saumurju (Garelick 2014: 8–9).

Ko je bilo Gabrielle 11 let, je njena mama umrla. Spremljali sta jo najstarejši hčeri Julia in Gabrielle. Kot že mnogokrat prej je bila na poti v iskanju svojega moža (Garelick 2014: 12). Oče je nastalo situacijo rešil tako, da je sinova pustil v ubožnici, hčere pa odpeljal v bližnjo sirotišnico v Aubazinu. Gabrielle nikoli ni izgubila upanja na očetovo vrnitev, njegova dejanja je kasneje celo opravičevala, a ga ni nikoli več videla (Garelick 2014: 13–14). Tako sta njeno mladost zaznamovali dve veliki tragediji, izguba vsakega izmed staršev posebej.

Izkušnja življenja v sirotišnici jo je močno zaznamovala, saj je kasneje svojo mladost potlačila ter zanikala. Vedno je trdila, da ni živela pri nunah, ampak pri svojih dveh strogih 'tetah'. Ravno tako se je počutila ponižano, kadar je kdo zanjo uporabil besedo sirota, saj to ni bila, ker je njen oče namreč ni zapustil (Haedrich 2008: 24; Morand 1996: 17–18). Gabrielle je v Aubazinu živela do svoje polnoletnosti. Samostansko življenje je bilo monotono ter naporno, vendar pa se je med drugim naučila likanja, pranja ter navsezadnje tudi šivanja (Mazzeo 2010: 5).

COCO IN BIOGRAFI

Življenjska zgodba Coco Chanel je bila do sedaj predstavljena v množici življenjepisov. Ti orisi bralcu predstavijo življenje slavne modne oblikovalke, a se hitro zatakne pri podrobnostih. Podatki v različnih biografijah se večkrat ne skladajo oziroma si celo nasprotujejo. Nekatere zmede je povzročila

Mademoiselle sama, druge so posledica narave posameznih življenjepisov. Teh se je v preteklih desetletjih nabralo kar nekaj. Nekateri izmed njih so bolj literarne narave, drugi povzemajo prve, medtem ko so tretji natančneje raziskani.

Coco Chanel and the Pulse of History (2014), delo ameriške avtorice Rhonde K. Garelick, spada med novejša dela o Coco Chanel. Ta biografija se razlikuje od večine drugih, saj se ne osredotoča le na Coco, temveč jo umesti v čas, v katerem je živela, v tedanjo družbo, raziskuje njeno poslovno plat, njene odnose ter ljudi, s katerimi se je srečevala. Delo je nastalo na podlagi temeljitih raziskav, saj knjigo poleg besedila biografije odlikujejo tudi obsežni sezname opomb, bibliografije ter drugih virov.

Posebno vrednost imata tudi zgodaj nastali biografiji Coco Chanel izpod peres Paula Moranda ter Marcela Haedricha. Njuna vrednost se skriva v dejstvu, da sta nastali v sodelovanju s Coco. Kako je do tega prišlo, sta avtorja zapisala v uvodih biografij. Novinar ter pisatelj Marcel Haedrich je Mademoiselle spoznal leta 1959. Sčasoma je postal njen prijatelj in zaupnik, saj so se njuni pogovori, na podlagi katerih je nastala biografija, odvijali naslednjih 12 let, vse do leta 1971, ko je po Cocojini smrti delo tudi izšlo (Haedrich 2008: 17). Pisatelj Paul Morand je Coco poznal vse od začetka dvajsetih let in ga je kot prijatelja sama povabila k pripravi knjige. Njuni pogovori so potekali pozimi leta 1946, delo pa je izšlo šele leta 1976, v letu njegove smrti (Morand 1996: 15). Morandovo delo so pravzaprav Cocojini spomini, napisani prvoosebno.

Brez dostopa do arhivskih in drugih primarnih virov moramo tudi zgodbo o Cocojinih simbolih ter drugih prepoznavnih znamenjih sestaviti predvsem s pomočjo iskanja ter tehtanja informacij, ponujenih znotraj njenih biografij.

MALA ČRNA OBLEKA

Na preprost in udoben slog Gabriellinih kreacij so močno vplivale njene izkušnje iz otroštva: odraščanje v revščini, zatem pa v strogosti sirotišnice. Ta se je nahajala v bivšem samostanu cistercijanov, meniškega reda, ki zagovarja trdo delo ter preprostost. Tudi arhitektura, ki je deklico obdajala v teh letih, je bila stroga, hladna, utilitarna ter z malo okrasja. Oblačila pripadnikov ter pripadnic cistercijanskega reda so črne in bele barve. Takšen je bil tudi videz Gabriellinih 'tet', nun, ki so vodile sirotišnico (Picardie 2010: 26). Strog in



Slika 1: Prva mala črna obleka

minimalističen način življenja je vplival na njen osebni slog oblačenja, ki ga je dalje razvijala kot modna oblikovalka. Ti vplivi se lepo kažejo v njeni prelomni iznajdbi, mali črni obleki.

Coco je začetek male črne obleke postavila v leto 1920, ko je med opazovanjem njej nemogočih barv in oblik ženskih oblek sklenila, da bo dame oblekla v črno (Picardie 2010: 92). Mala črna obleka je bila sicer lansirana šele leta 1926 (Fiemeyer 2004: 164). Ni bila le eden izmed produktov Gabrielline neobičajne oblikovalske usmeritve, ampak prava revolucija. Predstavljala je nasprotje vsega, kar so ženske nosile poprej, saj je bila preprosta, udobna ter krajša od običajnih oblek tistega časa, hkrati pa še elegantna. Kamen spotike je predstavljala tudi njena črna barva, ki je bila v viktorijanski dobi namenjena zgolj žalovanju.

BISER

V dvajsetih letih prejšnjega stoletja je Coco poskrbela za modno osvežitev tudi na področju nakita. Svojim preprostim oblačilom je začela dodajati impozanten nakit, pri tem pa je kombinirala prave drage kamne s cenejšimi in



Slika 2: Coco Chanel z biseri

dostopnejšimi kopijami. Tudi zato je bilo lep nakit končno varno nositi v javnosti. Coco Chanel ter oblikovalec Paul Poiret sta popularizirala uporabo biseruterije, ki so jo poprej nosili le tisti, ki za kaj vrednejšega niso imeli denarja. Kljub vsemu novonastalemu nakitu pa so Cocojino prepoznavno znamenje postali bogati nizi biserov, ki na mnogih ikoničnih fotografijah krasijo njen vrat. Več kot primerno podlago zanje so predstavljale njene minimalistične kreacije (Picardie 2010: 218).

Biser je na prvi pogled videti zelo preprost zaradi okrogle oblike in bele barve, ki ni živa in niti ne žari tako kot dragi kamni. Biser bi prav zaradi svojega minimalizma lahko postal tako ljub Coco. Za biserom se namreč skriva veliko več, kot se zdi na prvi pogled. Pravi biser potrebuje veliko časa, da nastane. Sprva je le kamenček, ki se ujame v školjko. Ta ga začne obdajati s plastmi biserovine, da bi se obvarovala pred ostrimi robovi tujka, in tako ustvari čudovit biser. Zaradi načina nastanka je biser postal metafora za nekaj redkega in dragocenega, povezujemo pa ga tudi z naporom in trdim delom. Vsi ti pomeni bi se lahko nanašali na Coco ter modno hišo Chanel. Bisere pri Coco Chanel lahko razumemo tudi kot kontrast barvam in bogatemu nakitu, ki je bil v modi pred njimi.

KAMELIJA

Rod kamelij prihaja iz Azije, najbolj znana izmed vrst pa je japonska kamelija (*Camellia japonica*). Čeprav so bile kamelije v Evropi prisotne že prej, so višek svoje priljubljenosti doživele v 19. stoletju (Wells 1997: 33–34). Bela kamelija predstavlja predanost, občudovanje ter čisto in nedolžno ljubezen. Dokaj enakomerno razporejeni cvetni listi uravnotežijo cvet in ponujajo asociacijo na popolnost.



Slika 3: Chanel broška z belo kamelijo

Kamelije so tudi pri Coco Chanel večinoma bele barve.¹ Razlag, zakaj se je Coco najbolj poistovetila prav s to cvetlico, je več. Zgodba romana *Dama s kamelijami* Aleksandra Dumasa je bila po izidu leta 1848 priljubljena tako v knjižni obliki kot v gledaliških izvedbah, njena vsebina pa splošno znana. V romanu kurtizana Marguerite, glavna junakinja zgodbe, nosi belo kamelijo, rdečo pa le v tistih dnevih, ko ni na voljo svojim ljubimcem. Coco je o tej zgodbi pripovedovala Marcelu Haedrichu. Dejala je, da jo je pri štirinajstih ena izmed njenih »tet« peljala v Pariz, kjer sta si ogledali igro *Dama s kamelijami* v izvedbi Sarah Bernhardt, ki je Coco ganila do solz (Haedrich 2008: 44). Na tem mestu gre poudariti, da se to prav zagotovo ni zgodilo in da je to ena izmed izmišljotin, ki jih je redno pripovedovala biografom ter drugim sogo-vornikom. Ker je Coco glede kamelij ponudila razlago, ki je izmišljena, se za

1 Kamelije so se vrsto let pojavljale (in se še vedno pojavljajo) v kreacijah Coco Chanel, in sicer v različicah iz mnogih materialov in različnih barv.

njo prav lahko skriva dejstvo, da je poseben pomen zanjo imela tudi zgodba *Dame s kamelijami* in ne le kamelija kot cvetlica.

Gabrielle je po odhodu iz Aubazina odšla v Moulins s svojo teto Adrienne, ki je bila le malo starejša od nje. Tam sta stanovali ter se zaposlili. V Moulinsu je Gabrielle opazil Étienne Balsan, kasneje pa jo je prek Balsana spoznal tudi Arthur 'Boy' Capel. Coco je tri leta živela v dvorcu Étiennea Balsana kot njegova ljubica ter vzdrževana ženska. Tovrsten odnos in dejstvo, da je od nekoga odvisna, ji sicer ni najbolj ustrežal, a ni imela veliko izbire. Coco bi v tej situaciji lahko razumeli kot Balsanovo 'damo s kamelijami'. Situacija se je spremenila, ko je Étienne Coco predstavil Boya. Ta se je izkazal za ljubezen njenega življenja, ni je izkoriščal toliko kot Balsan, a se je moral po več letih njunega skupnega življenja v Parizu poročiti svojemu stanu primerno, in tako je bila Coco še izraziteje v položaju 'druge ženske', tokrat Boyeve 'dame s kamelijami'. Boy je leta 1919 tragično umrl v prometni nesreči in Coco si dolgo ni opomogla (Picardie 2010: 51, 90). Ker bela kamelija simbolizira predanost, se legenda, da je prav Boy Capel Coco podaril njen prvi šopek kamelij, zdi smiselna. Kamelije so postale Cocojine redne spremljevalke kot del njenih modnih kreacij, pa tudi v obliki šopkov rož ter drugih predmetov, ki so krasili njeno stavnovanje.

Možna aluzija na kamelijo se sicer pojavi tudi mnogo prej v njenem življenju. V bivši samostanski oziroma današnji župnijski cerkvi Naše Gospe v Aubazinu se nahaja nagrobni spomenik sv. Štefana iz Obazine, opata ter ustanovitelja dvojne cisterce iz 12. stoletja (Barrière 1992: 76).² Svetnik je bil vplivna figura za dekleta, ki so živela v Aubazinu. Njegovemu življenju ter naukom je bilo gotovo namenjenih mnogo molitev ter veliko kontemplacije, na njegovo stalno prisotnost pa je opozarjal tudi nagrobni spomenik v samostanski cerkvi (Charles-Roux 1974: 81; Mazzeo 2010: 5). Nagrobnik iz 13. stoletja je pravzaprav tumba z upodobitvijo ležečega svetnika, nad katerim se pne s streho pokrita arhitektura. To streho krasijo figuralni prizori, pod njimi pa teče sklenjen venec rozet. Te z uravnoteženo razporeditvijo cvetnih listov spominjajo na kamelije.³ Gotovo so bili cvetovi prej mišljeni kot vrtnice, saj kamelije

2 V 12. stoletju je bil na samotnem kraju ustanovljen dvojni samostan. Nedaleč od moškega je namreč stal tudi ženski samostan Coyroux. Nahajal se je na odmaknjeni ter težko dostopni lokaciji, ki naj bi onemogočala stike z zunanjim svetom. Danes je kraj ruševina, stojijo le še zidovi cerkve.

3 <https://www.pop.culture.gouv.fr/notice/palissy/PM19000616> (pridobljeno: 25. 2. 2020).

v srednjem veku niso bile tako razširjene, a podobnost ostaja. Konec koncev je poljudno ime za kamelijo tudi japonska vrtnica.

LEV

Lev je pomembna simbolna žival že vse od časa starih visokih civilizacij. Njegova simbolika se je skozi dolga tisočletja bogatila v okviru različnih kultur ter verskih praks. Pomen leva je moč strniti na nekaj ključnih besed, ki so se sčasoma neločljivo povezale z njim: odličnost, bojevitost, moč, pogum, neustrašnost, dostojanstvo in svoboda, po drugi strani pa tudi krutost (Germ 2006: 113, 119). Coco Chanel si ni težko predstavljati in povezati s temi izrazi ob misli na njene skromne začetke in vse, kar je kljub oviram dosegla v življenju.



Slika 4: Lev, ki krasi dom Coco Chanel na Rue Cambon

Motiv leva je povezljiv tudi z njenim življenjem v sirotišnici. V Aubazinu so levom podobna bitja izrezljana na lesenih mizerikordijah (Picardie 2010: 28–29). Leva je moč povezati s Coco še na drug način. Rojena je bila namreč 19. avgusta in je po astrološkem znamenju levinja. Lev je kot nebeško znamenje podvržen soncu, ki ga prav tako najdemo med simboli Chanel (Germ 2006: 113).

ZVEZDA, SONCE IN LUNA

V Aubazinu se na tleh samostanskega hodnika nahajajo mozaična tla. Vzorci na tleh spominjajo na znameniti diagonalni prešiti vzorec, ki se pojavlja na kreacijah Chanel. Med neobičajnimi podobami iz temnih in svetlih kamenčkov

se nahajajo tudi luna, sonce ter peterokrake zvezde, morda celo število 5, ki naj bi pomenilo svetlo prihodnost (Gidel 2000: 36).⁴ Peterokraka zvezda je imela v Aubazinu poseben pomen. Samostan se je kot cistercijanska arhitektura povezoval s skrivnostmi vitezov templjarjev, pri katerih je bilo število pet ključno. S pomočjo arhitekture je število pet Gabrielle spremljalo več čas. Ni presenečenje, da je postalo njeno najljubše število (Mazzeo 2010: 8–9; Fiemeyer 2004: 27). Zvezda, sonce in luna so postali del njenih modnih kreacij ter nakita, močno pa jo je pritegnila tudi numerologija.



Slika 5: Peterokraka zvezda iz talnega mozaika samostana v Aubazinu

ŠTEVILO 5

To število simbolizira željo po skladnosti ter stanju popolnosti. Pet je število človeka, ki ima po pet prstov na roki ter pet čutov. Pomembno je tudi v kontekstu peterokrake zvezde, ki naj bi bila že od nekdaj simbol sreče, moči ter varnosti. Število pet se je pojavljalo v Aubazinu vsaj v obliki pentagramov. Coco ga je imela za svoje srečno število (Germ 2003: 40). Prav tako je bila po horoskopu levinja, lev pa je peto astrološko znamenje. Coco je nove kolekcije vedno predstavljala 5. februarja ter 5. avgusta. (Fiemeyer 2004: 74). Najpomembnejša manifestacija njene vere v numerologijo je neobičajno ime njene prve dišave.

4 Kot zanimivost se tudi na današnjem grbu Aubazina nahajajo sonce, dve zlati zvezdi, luna ter dve srebrni zvezdi.



Slika 6: Parfum Chanel N° 5

Veliki vojvoda Dmitri Pavlovič je leta 1920 Coco Chanel predstavil izdelovalca parfumov Ernesta Beauxa. Beaux je nato zanj razvil dve liniji vonjev, označenih s števili od 1 do 5 ter od 20 do 24, ter jih ponudil Coco na izbiro. Ko je izbrala vonj, ki je nato postal eden izmed prvih parfumov z aldehydi na svetu, dišavi ni nadelala osladnega in privlačnega imena, kot je bilo v navadi. V svojem preprostem slogu ga je poimenovala Chanel N° 5. Poleg imena je bil popolnoma nov tudi njegov videz, saj je bila steklenička zelo preprosta, a elegantno okrašena. Parfum je naprodaj vse od leta 1921 in je z imenom, vonjem ter stekleničko prerasel v enega izmed Cocojinih simbolov (Gidel 2000: 172; Charles-Roux 1974: 350).

COCO

Ime Coco je Gabrielle prevzela med bivanjem v Moulinsu, kjer je bivala s teto Adrienne. Zaposleni sta bili kot šivilji, ob večerih pa sta sprva obe, zatem pa le Gabrielle, nastopali za dodatni zaslužek. Priljubljeni pesmi, ki ju je Gabrielle pogosto izvajala, sta bili *Qui qu'a vu Coco?* ter *Ko Ko Ri Ko* (Gidel 2000: 53). Pri obeh je že v naslovu vidna podobnost, zaradi katere se je Gabrielle prijelo ime Coco. Vzdevek Coco, ki je izšel iz teh dveh pesmi, spominja na izraz *cocotte*, ki je pomenil vzdrževano žensko oziroma kurtizano. Takšne asociacije ni mogoče povezati z Gabrielle, saj je bila nekajkrat v življenju v podobnem položaju, na primer kot vzdrževana ljubica Étiennea Balsana. Boy Capel je imel sicer resnejši odnos z njo, a jo je prav tako vzdrževal. Podpiral jo je ob ustanovitvi njenega podjetja ter ji posodil denar, a mu je ob prvi priložnosti vse vrnila (Gidel 2000: 116; Charles-Roux 1974: 196). Tako je postala finančno neodvisna, ker pa poroka z njo za Boya ni bila možna, je Coco ostala njegova ljubica.



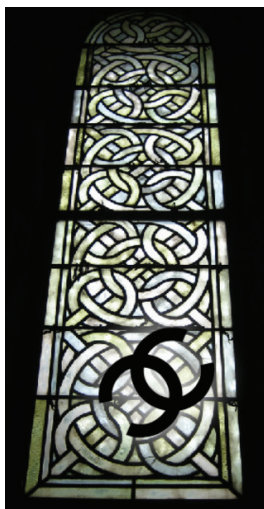
Slika 7: Coco Chanel in Arthur 'Boy' Capel

Seveda pa je Coco imela tudi svojo razlago za prevzeto ime. Prijatelju in biografu Marcelu Haedrichu je namreč razložila, da jo je tako klical oče; ker mu ime Gabrielle ni bilo pri srcu in jo je klical »mala Coco,« kasneje pa le še Coco. To ni mogoče, saj očeta po materini smrti ni več videla. Zdi se, da je bila v resnici Coco tista, ki ni marala imena Gabrielle, verjetno zaradi spominov na travmatično otroštvo, in se je iz tega razloga imenovala Coco, kasneje v življenju pa le še Mademoiselle. Haedrichu je dejala, da je njeno ime Coco, ime Gabrielle pa uporablja v skrajni sili, na primer pri podpisovanju uradnih dokumentov (Haedrich 2008: 21–22). Gabriellina izbira imena Coco se je izkazala za ključno pri oblikovanju logotipa modne hiše Chanel.

LOGOTIP

Izmed Cocojinih simbolov je bil največ pozornosti in razlag do sedaj deležen logotip njene modne hiše. Sestavljata ga dve delno prekrivajoči se zrcalni črki C. Glede njegove oblike ter celo pomena obstaja več razlag. Najbolj znana razlaga za obliko dveh prepletenih C-jev izhaja iz Cocojinih let v sirotišnici. V samostanski cerkvi, v bližini sarkofaga sv. Štefana iz Obazina, se nahaja slikano okno z geometrijskim prepletenim vzorcem, v katerem je moč prepoznati logotipu podobne forme. Interpretacija vitraja kot navdiha je danes splošno sprejeta.

Simbol, ki ga danes poznamo kot logotip Chanel, je pravzaprav mnogo starejši od Gabrielle Chanel. Obstajata vsaj dva simbola, po katerih bi se Coco lahko zgledovala. Coco naj bi v dvajsetih letih prejšnjega stoletja večkrat obiskala dom znanke Irène Bretz. Njen dom, dvorec Crémat, je bil zgrajen šele leta 1906. Nad vhodnimi vrati ter drugih mestih po dvorcu je upodobljen prav tak logotip kot je Chanelov, črki CC pa predstavljata ime dvorca (Château Crémat).⁵ Drugi vzor za logotip bi bil lahko še starejši monogram Katarine Medičejske (Garelick 2014: 131).



Slika 8: Srednjeveško slikano okno v Aubazinu z vrisanim logotipom Chanel

Črki CC prav gotovo predstavljata začetnici Coco Chanel, vendar obstaja še alternativna razlaga. Boy Capel nikoli ni bil Cocojin poslovni partner, a ji je tako in drugače pomagal ter jo podpiral pri ustanovitvi modne hiše Chanel. Poleg tega je bil njena največja ljubezen v življenju, hkrati pa je bila njegova smrt za njo največja izguba. V luči tega je Justine Picardie v biografiji Coco Chanel logotipu pripisala pomen Chanel–Capel (Picardie 2010: 74–75).

SKLEP

Nekateri simboli, ki so spremljali življenje ter kreacije Coco Chanel, v veliki meri izvirajo iz njenega težkega otroštva, drugi pa iz časa, ko je vzpostavljala svoj

⁵ <https://chateaucremat.com/le-chateau/> (pridobljeno: 28. 2. 2020).

modni imperij. Njen odnos do lastnega otroštva ter mladosti je bil zapleten in je močno vplival nanjo. Tega ne kažejo le izmišljene zgodbe, ki jih je rada pripovedovala, ampak tudi dejstvo, da se je s podobami in simboli iz otroštva obdajala vse življenje. Za nekatere se ponuja več razlag, izvor drugih pa je manj jasen in bi ga bilo potrebno bolje raziskati. Dejstvo je, da simboli niso bili izbrani naključno, saj se niso pojavljali le kot okrasni elementi Cocojinih kreacij, temveč so kamelije, kipci levov ter drugi simboli krasili tudi njen dom.

Dragocena izkušnja Marcela Haedricha pove veliko o Coco Chanel. Potem ko je Haedrich po več letih pogovorov z njo zapisal njeno življenjsko zgodbo, ji je besedilo predal v pregled. Po nekaj minutah branja mu je odgovorila »Mais qui donc vous a raconté ces idioties, mon cher?« (Haedrich 2008: 14).⁶

Povzetek

Gabrielle Chanel spada med najznamenitejše osebnosti dvajsetega stoletja. Danes nas bolj kot njena podoba obkrožajo ideje, vonjave ter druge novosti, ki jih je uvedla, in ki še vedno pripomorejo k prepoznavnosti modne hiše Chanel ter njene filozofije. Parfum Chanel N° 5 in njegova steklenička, dolgi nizi biserov, mala črna obleka ter ime Coco so le nekateri izmed Gabriellinih prelomnih »izumov«. Simboli njene modne hiše niso nič manj znani. Logotip CC, število 5, kamelije, zvezde ter druga znamenja bi na prvi pogled lahko razumeli kot zgolj okrasne elemente izdelkov Chanel, a se prav za vsakim skriva zgodba. Nekateri simboli so jasneje razložljivi, drugi pa ostajajo zaviti v tančico skrivnosti. Večina jih je intimno povezana z Gabriellinim otroštvom. To nam žal ne pomaga pri njihovem razvozlanju, Gabrielle je v intervjujih namreč znova in znova ponujala različne in nasprotno si razlage glede svojega življenja in svojih korenin.

Abstract

Gabrielle Chanel is one of the most celebrated figures of the twentieth century. Today, more than by her image, we are surrounded by the ideas, scents and other innovations that were introduced by her and which still contribute to the recognition of the House of Chanel and its philosophy. The Chanel N° 5 perfume along with its bottle, long strings of pearls, the little black dress and the name Coco are only some of Gabrielle's groundbreaking "inventions." The symbols of her fashion house are just as famous. The CC logo, the number 5, camellias, stars and other marks can be seen as merely decorative elements of Chanel products at first glance, but there is a story hiding behind each one. Some symbols have clearer explanations, while others remain wrapped in a veil of mystery. Most of them are intimately related to Gabrielle's childhood. Unfortunately, this does not help us to discern them, and Gabrielle has repeatedly offered different and contradictory explanations of her life and her roots in interviews.

6 Le kdo ti je povedal tak nesmisel, dragi?

Seznam literature

- BARRIÈRE, Bernadette (1992): *The Cistercian Convent of Coyroux in the Twelfth and Thirteenth Centuries*. V: *Gesta*, let. 31, št. 2, str. 76–82.
- CHARLES-ROUX, Edmonde (1974): *L'irrégulière ou mon itinéraire Chanel*. Paris: Grasset.
- FIEMEYER, Isabelle (2004): *Coco Chanel: Un parfum de mystère*. Paris: Payot & Rivages.
- GARELICK, Rhonda K. (2014): *Mademoiselle: Coco Chanel and the Pulse of History*. New York: Random House.
- GERM, Tine (2003): *Simbolika števil*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- GERM, Tine (2006): *Simbolika živali*. Ljubljana: Modrijan.
- GIDEL, Henry (2000): *Coco Chanel*. Paris: Éditions j'ai lu.
- HAEDRICH, Marcel (2008): *Coco Chanel: Biographie*. Paris: Editions Gutenberg.
- <https://chateaucremat.com/le-chateau/> (pridobljeno: 28. 02. 2020).
- <https://www.pop.culture.gouv.fr/notice/palissy/PM19000616> (pridobljeno: 25. 02. 2020).
- MAZZEO, Tilar J. (2010): *The Secret of Chanel N° 5: The Intimate History of the World's Most Famous Perfume*. New York: HarperCollins Publishers.
- MORAND, Paul (1996): *L'allure de Chanel*. Paris: Gallimard.
- PICARDIE, Justine (2010): *Coco Chanel: The Legend and the Life*. London: HarperCollins Publishers.
- WELLS, Diana (1997): *100 Flowers and How They Got Their Names*. Chapel Hill: Algonquin Books.

Seznam slik

- Slika 1: <https://i.pinimg.com/originals/41/b9/5c/41b95c45c6875873fc55b3c31ee60078.jpg> (pridobljeno: 08. 06. 2020).
- Slika 2: <https://www.designer-vintage.com/en/stories/channels-pearl-necklace> (pridobljeno: 01. 03. 2020).
- Slika 3: <https://www.pinterest.ca/pin/267682771582454517/?lp=true> (pridobljeno: 01. 03. 2020).
- Slika 4: <https://www.pinterest.at/pin/207939707767914174/?lp=true> (pridobljeno: 01. 03. 2020).
- Slika 5: <https://www.pinterest.com/pin/328340629063286107/?lp=true> (pridobljeno: 01. 03. 2020).
- Slika 6: https://www.chanel.com/images/t_fragrance/q_auto,f_jpg,fl_lossy,dpr_2/w_1920/n-5-eau-de-parfum-spray-3-4fl-oz--packshot-default-125530-8820672233502.jpg (pridobljeno: 08. 06. 2020).
- Slika 7: <https://www.pinterest.it/pin/87749892723091122/?lp=true> (vpogled: 1. 3. 2020).
- Slika 8: <https://www.pinterest.com/pin/301459768789580880/?lp=true> (vpogled: 1. 3. 2020).



COCO CHANEL KOT CELOSTNA UMETNINA

Brane Kovič (Ljubljana)

Izraz »celostna umetnina« (nem. das Gesamtkunstwerk) je v kontekstu nemške romantike prvi opredelil nemški pisec in filozof K. F. E. Trahndorff v eseju iz leta 1827, skladatelj Richard Wagner pa ga je uporabil v dveh esejih iz leta 1849, kjer je omenjal ideal združitve vseh umetnosti na primeru gledališča, vendar ni znano, ali je vedel za Trahndorffovo besedilo. Posamezni interpreti prepoznavajo zametke ideje celostne umetnine že v renesansi, v združevanju arhitekture, notranje opreme, slikarstva, kiparstva in celo inženirstva (na primer pri Michelangelu), še bolj vidne so te povezave v baroku, tako rekoč kanonične pa so postale v obdobju findesièclovske umetnosti z umetnostnimi smermi, ki so v različnih okoljih znane kot Art Nouveau, Jugendstil in secesija z avtorji, kot so Victor Horta in Henry Van de Velde v Belgiji, Antoni Gaudí v Kataloniji, Charles Rennie Mackintosh na Škotskem, Josef Hoffmann v Avstriji, Hector Guimard v Franciji in drugi. Med avantgardnimi gibanji 20. stoletja se je ta koncept uveljavil zlasti v dadaizmu, kjer se je nanj skliceval Hugo Ball, v praksi pa ga je najbolj dosledno uresničeval Kurt Schwitters s svojimi Merzbau projekti. V prenesenem pomenu pa izraz lahko označuje tudi kompleksno osebnost in z njo povezane raznolike dejavnosti, ki sestavljajo njeno javno

podobo. Med takšne osebnosti nesporno sodi Coco Chanel, ki se je sčasoma spremenila v ikonični znak tako z lastno podobo (kot lik, ki je navdihoval in še navdihuje umetnike) kot s kulturnimi produkti svoje blagovne znamke in z grafično rešitvijo (logotipom) za označevanje lastne produkcije. Njeno delo ne sega samo na področje mode, temveč zaznamuje določen življenjski slog, ki je sovpadal z umetniško in kulturno konstelacijo njenega časa, v razponu od likovnega ustvarjanja (kubizem, dadaizem) in gledališča (Jean Cocteau) do glasbe (Igor Stravinski) in sodobnega plesa (Sergej Djagilev).

Jean Cocteau je marca 1954 zapisal, da je Coco Chanel na čudežen način v modi delovala po načelih, ki naj bi veljala samo za slikarje, glasbenike in pesnike, razkrivala je nevidno, mondenemu trušču je zoperstavila plemenitost tišine. Sama je v nekem intervjuju povedala, da verjame v četrto dimenzijo in celo v peto, saj je prepričana, da se nikoli ne izgubi vse in da se nekaj dogaja na oni strani. Bila je strastna bralka, njeno pozornost je med drugim pritegnila tudi ezoterika, svet simbolov in števil ter njihovih skrivnostnih pomenov, kar ji je predstavljalo svojevrstno uteho, zlasti po smrti njenega prvega pomembnejšega ljubimca Arthurja Capela, ki je umrl v prometni nesreči decembra 1919 in s katerim sta bila v razmerju več kot desetletje. Svojo radovednost pa je vztrajno tešila tudi v dialogih s prijatelji umetniki in književniki, ki so jo sprejemali kot ustrezno sogovornico v prizadevanjih za uveljavitev stilske govornice modernizma. V kreacijah Coco Chanel so prepoznavali enake vrednote in mišljenjske vzorce, kakršne so zagovarjali sami, ko so v ustvarjalnem zanosu tlakovali pot novim umetniškim smerem in svoja hotenja vpisovali v širši okvir spreminjanja družbenih odnosov. Guillaume Apollinaire je že leta 1915, ko je mlada modistka, potem ko je odprla svoj prvi butik s klobuki, za katere so bili značilni široki krajci, okrašeni pa so bili s preprostim trakom ali peresom, zaslutil njeno pripadnost poetiki, s katero se je istovetil – tedaj je namreč ustvarjal kaligrame, s črkami abecede oblikovane like in občutja, ki jih je opisoval. Redukcionizem in stilizacija, ki sta zaznamovala moderne umetniške težnje, sta nesporno med izstopajočimi značilnostmi oblačil in modnih dodatkov, kakršne je kreirala Coco Chanel. Njeno zanimanje za simbole, znake in številke je navsezadnje botrovalo izbiri imena za eno njenih najslavnejših kreacij, parfum N° 5, ki je presegel časovno danost svojega nastanka in s svojo drugačnostjo, enkratnostjo in nekonvencionalnostjo postal brezčasen, vedno sodoben, ker je sestavljen iz skrivnosti, ki se zlivajo v enost na enak

način kot glasba in poezija. Kulturna je postala tudi oblika stekleničke tega parfuma – in tako kot lik Coco Chanel v kasnejših desetletjih – pogosto predmet umetniških upodobitev.

Marsikdo, ki je bil s Coco Chanel v neposrednem stiku, je v njenem načinu govorjenja prepoznal tisto gotovost, tisto samozavest, značilno za ljudi, ki so prepričani, da bodo s svojimi stvaritvami presegli čas svojega fizičnega bivanja in segli daleč v obdobja po svoji smrti. Njena razmišljanja, njene izjave in pogledi oziroma stališča nikoli niso skrivali njene predanosti umetnosti, njenega občudovanja sodobnih ustvarjalcev, med katerimi so mnogi postali njeni tesni prijatelji. Interakcija različnih umetniških področij in sinestetični učinek njihovega sobivanja sta povsem ustrezala ustvarjalnim prizadevanjem Coco Chanel, ki je svojo identiteto iskala (in tudi našla) v polimorfnosti in nekonvencionalnosti izjavljanja. Paradigmo tovrstne diskurzivne prakse je postavil balet *Parada*, premierno uprizorjen 17. maja 1917 v pariškem Théâtre du Châtelet: glasbo za predstavo v enem dejanju je napisal Eric Satie, koreografijo je prevzel plesalec Léonide Massine, zavor, sceno in kostume je zasnoval Pablo Picasso, avtor libreto in koordinator projekta je bil Jean Cocteau, ki je sestavil celotno ekipo, izvedba pa je bila zaupana sloviti plesni skupini Ballets Russes, ki jo je ustanovil in vodil Sergej Pavlovič Djačilev. Guillaume Apollinaire je v predgovoru gledališkega lista izpostavil »vez med slikarstvom in plesom, telesnostjo in mimiko, ki napoveduje začetek celovitejše umetnosti«. Vizualno razkošje, ki jo je obdajalo, je Coco Chanel potegnilo v samo srž teh umetniških iskanj, ne da bi ji bilo treba karkoli pojasnjevati in jo o čemerkoli prepričevati. Cocteau se je sredi petdesetih let preteklega stoletja spominjal, kako pomembna je bila njena podpora Djačilevu za ponovitev predstave *Posvetitev pomladi* na glasbo Igorja Stravinskega in s koreografijo Václava Nižinskega, tako kot potem *Parada* ne bi doživela takšnega uspeha in bi namesto kot prelomni umetniški dogodek vseh sodelujočih verjetno ostala zgolj provokacija s predznakom škandala. Iz njenih pisem izvemo še več o njeni naklonjenosti avantgardni umetnosti, med drugim o stikih z vodilnima osebnostma pariškega dadaizma Tristanom Tzaro in Francisom Picabio, pozneje tudi z Marcelom Duchampom. Dadaizem je bil pravcati laboratorij prevratniških idej v različnih izraznih zvrsteh, od polja literarnih (zlasti pesniških) artikulacij do likovne govorice, katerih namen je bil odstopanje od konvencij in spodkopavanje malomeščanske miselnosti, kar je kasneje povzel

tudi nadrealizem. Ta idejna konstelacija se je udejanjala tudi v kreacijah Coco Chanel, ki je prav tako rušila kodirane modne zapovedi – na primer s tem, da je nekatere značilnosti moškega oblačilnega repertoarja drzno prenesla v žensko modo in ji dodala pridih nonšalantnosti, ki jo je pri ženskah v obdobju *belle époque* pogrešala. Svojo drznost je pokazala tudi s tem, da si je lase ostrigla na kratko, kadila je, sama vozila avto, bila je samska, predvsem pa je suvereno odločala o svoji usodi in usmerjala svojo kariero. Pojem ustvarjalne svobode je razumela kot svobodo nasploh, kar je ne nazadnje dokazovala s svojim življenjskim slogom.

Smisel za kombiniranje, povezovanje in prepletanje različnih ustvarjalnih praks tako na ravni oblike kot na ravni vsebine je na specifičen način povzela v svojem znamenitem parfumu N° 5, katerega steklenička je oblikovana skrajno preprosto, geometrijsko strogo, »po moško«, hkrati pa je s prozornostjo stekla in zlato barvo tekočine izpostavila čutnost in ženskost dišave. Ustvarjeni vonj je bil zelo umeten, sestavljen kot tekstilni izdelek, brez vnaprej določljivih oziroma prepoznavnih cvetličnih arom (vrtnice, jasmina, lilije ...), torej neke vrste abstraktni izdelek brez dominantne note. Pripravo parfuma »za ženske, ki diši po ženski« je po njeni zamisli prevzel Ernest Beaux, v Moskvi rojeni Francoz, ki je prej dobavljal parfume za ruski carski dvor, po oktobrski revoluciji pa je pobegnil in se naselil na Azurni obali. Za parfum Chanel N° 5 je uporabil kar osemdeset sestavin, poleg naravnih še sintetične, med njimi na primer nedavno odkrite aldehide, ki že v majhnih količinah zelo poudarijo svežino. Skrivnostni čar teh kombinacij je preglasil, pravzaprav izrinil iz mode vse druge parfume, ko je leta 1921 izdelek prišel na trg, pa se je na črnem pokrovčku stekleničke pojavil grafični znak v obliki velike črke C (začetnice imena Coco), ki ga je gospodična Chanel lastnoročno zapisovala kot preprost *ex-libris* v knjigah iz svoje knjižnice. Prvotni črkovni znak je kmalu dobil svoj pendant v zrcalni obliki in rojen je bil sloviti, nedvoumno prepoznavni logotip, s katerim so še danes označeni vsi izdelki modne znamke Chanel.

Ikonični status med oblačilnimi kreacijami tega *branda* vsekakor uživa »mala črna oblekica«, za katero je Coco dobila navdih pri Katarini Medičejski, ki je postala francoska kraljica po poroki s Henrikom II. leta 1549. Ko je čez deset let ovdovela, je sklenila, da bo odtlej oblečena le v črna oblačila, česar se je držala tudi kot regentinja (med 1560 in 1564). Kot dedinja čuta Medičejcev za umetnost se je uvrstila med največje francoske mecene 16. stoletja. Njena

preprostost v oblačenju je gospodično Chanel navdušila, kraljičin portret v preprosti črni obleki z belim ovratnikom, ki ga je naslikal François Clouet, pa je bil zanjo vir navdiha za podobno barvno kombinacijo obleke, ki jo je ovekovečil znani fotograf Hoyningen-Huene. Zanimivo je tudi dejstvo, da se je kraljica podpisovala z monogramom v obliki dvojne črke C, kakršnega si je izbrala tudi Coco Chanel, to vznemirljivo naključje pa samo potrjuje njeno fasciniranost s Katarino Medičejsko.

Coco Chanel so že od otroštva privlačili znaki, simboli in številke. Boy Capel, ki ga je navduševala ezoterika, ji je med njuno zvezo rade volje razložil skrite pomene posameznih znamenj, seveda tudi petice, ki si jo je izbrala za svojo srečno številko. Hindujska božanstva s petimi glavami, pet Budinih videnj, mistika petice na Kitajskem, alkimistična kvintesenca in še bi lahko naštevali različne kontekste te simbolike, ki jo je Coco tako rekoč posvojila in petega v mesecu (običajno 5. februarja in 5. avgusta) pogosto celo premierno predstavljala svoje kolekcije. Petica je bila del kristalnega lestenca v salonu njenega stanovanja in nazadnje na njenem nagrobniku, okrašenem s petimi levjimi glavami.

»Če hočeš biti nenadomestljiv, moraš biti drugačen«¹ je bilo eno izmed vodil gospodične Chanel. Njena odprtost do umetniških pobud, ki so v prvih desetletjih 20. stoletja predrugačile pojmovanje prostora, perspektivni iluzionizem, podedovan iz renesanse, pa nadomestile s haptičnostjo abstraktnih konstrukcij, se je uresničevala skozi njene stvaritve, čiste linije so postale neizogibne sestavine njenega avtorskega besednjaka, ki se je razvijal v duhu maksime »Less is more« (Manj je več) kot estetske zapovedi, na katero je prisegal nemško-ameriški arhitekt in oblikovalec Ludwig Mies van der Rohe. Geometrijska načela, natančnost izvedbe, strogost linij in prvin-skost črno belih kontrastov so, prenešeni v modo, popolnoma usklajeni z modernističnimi postulati v umetnosti, s katerimi se je Coco Chanel vedno identificirala.

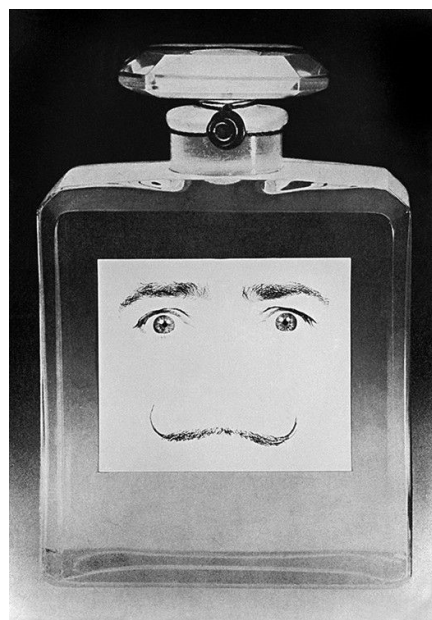
Tako kot je hlastno vsrkavala različne umetniške pobude, domislice in radikalne slogovne premene, je lik Gabrielle Chanel in njenih kreacij navdihnili številne upodablajoče umetnike bodisi že za časa njenega življenja bodisi

1 Prev. B. K., prim. Chanel, C. (2017) v: *Pocket Coco Chanel Wisdom*. London: Hardie Grant Books, str. 19).

po njeni smrti. Bila je privlačen in hvaležen model premnogim fotografom, od Cecila Beatona in Douglasa Kirklanda do Horsta P. Horsta in legendarnega Henrija Cartier-Bressona, pozirala je številnim slikarjem, še več pa je bilo tistih, ki so po lastnih občutjih interpretirali njeno osebnost in njene dosežke. Že leta 1923 jo je upodobila francoska slikarka Marie Laurencin (slika je danes v pariškem Musée de l'Orangerie). Coco je med drugim prijateljevala s Salvadorjem Dalijem, ki je bil leta 1938 z ženo Galo štiri mesece gost v njeni vili La Pausa v Roquebrunu, kjer je naslikal znano sliko *L'Enigme sans fin*, poenostavljen Dalijev avtoportret pa se je v eni od različic pojavil kot etiketa na parfumski steklenički *L'essence de Dali* z aluzijo na slovito »petico«.



Slika 1: M. Laurencin, Portret Coco Chanel, 1923



Slika 2: Avtoportret na etiketi na steklenički parfuma

Stiliziran portret kreatorke naj bi sredi sedemdesetih let (mnjenja o atribuciji so sicer deljena) v mešani tehniki naslikal razvpiti Andy Warhol, za mnoge kar sinonim pop arta, ki je leta 1985 naredil tudi serijo devetih sitotiskov (različnih barvnih variacij) z motivom stekleničke parfuma Chanel N° 5.



Slika 3: Andy Warhol (atr.) Portret Coco Chanel, mešana tehnika, sredina 70. let



Slika 4: Andy Warhol, Chanel N° 5, iz serije 9 barvnih sitotiskov, 1985

Nepregledna množica znanih, pa tudi anonimnih likovnih ustvarjalcev se še danes ukvarja z motiviko fenomena Chanel, z grafičnimi variacijami in oblikovalskimi aplikacijami na uporabne predmete (rute, šale, brisače, plakate, itd.). Zdi se, da je vse, kar je povezano s tem ikonografskim sklopom, postalo nesporen sestavni del moderne in sodobne vizualne kulture in civilizacijske dediščine in ne samo tiste iz preteklega stoletja.

Ali lahko torej govorimo o liku in delu Gabrielle Coco Chanel kot o celostni umetnini? Glede na kompleksnost njenega opusa in na odmeve, ki jih je imel v posameznih umetniških okoljih, je odgovor vsekakor pritrdilen.

Seznam slik

- Slika 1: <https://www.musee-orangerie.fr/en/artwork/portrait-mademoiselle-chanel>.
Slika 2: <http://thisisnthappiness.com/post/49368867662/the-essence-of-dali-1954>.
Slika 3: <https://warholstars.org/andy-warhol-2015.html>.
Slika 4: https://www.artprice.com/marketplace/1900537/andy-warhol/print-multiple/chanel-28fs-ii354-29?fbclid=IwAR1sVMpzEcUZrZ0ea3y3Gawm1hsAOOv-vh2Qpf8DvGVSt7bJzTHMdn_Cc3e4#!#zoom_image.



ŽIVLJENJEPI SI AVTORIC IN AVTORJEV



Milena Mileva Blažić je redna profesorica na Pedagoški fakulteti Univerze v Ljubljani. Njeno področje je humanistika oz. literarne vede. Znanstveno-raziskovalno, strokovno in pedagoško se ukvarja z mladinsko književnostjo, medkulturnostjo, pravljicami, pravljničarkami, primerjalno mladinsko književnostjo in slikanicami. Študijsko se je izpopolnjevala v tujini.



Lara Burazer je visokošolska učiteljica s skoraj tridesetletno afilijacijo s Filozofsko fakulteto Univerze v Ljubljani. Z diplomom s področja jezikoslovja se je leta 1997 kot diplomantka Oddelka za anglistiko in amerikanistiko neposredno po končanem študiju zaposlila na Oddelku za prevajalstvo Filozofske fakultete v Ljubljani. Leta 1999 je uspešno zagovarjala magistrsko delo s področja diskurzne analize, leta 2011 pa doktorsko disertacijo s področja prevodoslovja. Od leta 2008 je zaposlena na Oddelku za anglistiko, FF, UL. V svojem raziskovalnem delu se je med drugim posvečala konceptu

globalne povezljivosti, ki se tesno prepleta s položajem angleškega jezika v kontekstu njegove vloge t. i. *lingue france*. Svoje akademske izkušnje je obogatila z daljšimi bivanji v anglosaških kulturah (Veliki Britaniji in ZDA), kar je pomembno prispevalo k njenemu poglobljenemu razumevanju angleško govorečih kultur ter sodobnega koncepta medkulturnosti. V zadnjem času se uveljavlja tudi na področju didaktike. S svojim vestnim raziskovalnim in pedagoškim delom ter izkazano akademsko ravno je na UL nedavno pridobila naziv docentke za področje didaktike angleškega jezika.



Darko Čuden, rojen 1961 v Ljubljani, kjer je zaključil študij anglistike in germanistike. Od leta 1991 je sprva kot asistent, nato docent in danes kot izredni profesor zaposlen na Oddelku za germansitiko z nederlandistiko in skandinavistiko na Filozofski fakulteti v Ljubljani. Njegova znanstveno-raziskovalna in pedagoška dejavnost sega na mnoga področja: morfologija, besedotvorje, kontrastivna analiza, semantika, leksikologija, onomastika in slovaropisje. Prevaja iz norveščine, danščine, švedščine, nemščine, angleščine (za gledališče pa tudi iz španščine in portugalsščine).



Mateja Gaber (1965, Murska Sobota) je lektorica za nemški jezik na Filozofski fakulteti v Ljubljani in predsednica Akademskega zbora Filozofske fakultete. Poučuje nemščino na Oddelku za umetnostno zgodovino ter na Oddelku za primerjalno književnost in literarno teorijo. Leta 2000 je uspešno zagovarjala magistrsko delo *Heinrich von Veldeke: Eneît – književni liki v odnosu do gote (pl.) in êre ob vključitvi drugih postulatov fevdalne dvorske ideologije*, nato pa je 2014 doktorirala iz srednjeveške književnosti (*Podoba Walterja von der Vogelweideja v biografskih romanih od 19. do 21. stoletja*), ki je tudi sicer predmet njenega raziskovalnega dela. Študentski svet Filozofske fakultete ji je že dvakrat podelil nagrado za nadpovprečno pedagoško delo, prav tako je ob stoletnici Filozofske fakultete prejela nagrado Filozofske fakultete za enkratni dosežek.



Tajda Hlačar (1994) je univerzitetna diplomirana filozofinja in sociologinja, ki zaključuje magistrski študij tekstilnega in modnega dizajna, smer teorija in kultura mode, na Fakulteti za tekstilno tehnologijo v Zagrebu. Z interdisciplinarnim pristopom obravnava različna področja mode. Trenutno se ukvarja z raziskovanjem sodobne mode v dobi tehnološkega napredka.



Brane Kovič (1953, Ljubljana), umetnostni zgodovinar, likovni kritik, prevajalec in publicist. Po študiju na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani se je izpopolnjeval na univerzi Paris I (Panthéon-Sorbonne) in na Ecole Normale Supérieure v Parizu. Avtor vrste monografij o slovenskih in tujih likovnih umetnikih (Zvest Apollonio, Giorgio Celiberti, Janez Boljka, Klementina Golija, Maria Teresa Carlini, Muslim Mulliqi). Pobudnik, selektor in organizator številnih likovnih in fotografskih razstav v Sloveniji in tujini. Član upravnega odbora in bivši generalni sekretar (2010–2016) AICA (Association Internationale des Critiques d'Art). Med 2002 in 2004 glavni urednik revije *art.si*. Objavlja razprave, članke, recenzije in prevode v strokovnih publikacijah ter v dnevnem in periodičnem tisku doma in na tujem. Aktiven tudi kot predavatelj na tujih univerzah (Rennes II, ENSAD Strasbourg, Mount Allison University, Sackville, Kanada) ter na kongresih, konferencah in simpozijih, pogosto angažiran kot svetovalec za področje likovne umetnosti in fotografije.



Jerca Legan Cvikel je doktorirala iz filozofije in teorije vizualne kulture na Univerzi na Primorskem, kjer je tudi poučevala. Prihaja iz Novega mesta, a je takoj po gimnazijski maturi odšla na študij v Ljubljano in skoraj tri desetletja ustvarjala, bivala in potovala po svetu. Uveljavljala se je kot raziskovalna novinarka in odgovorna urednica pri tiskanih medijih, reporterka in redaktorica na javni televiziji ter kot univerzitetna predavateljica, vodja dogodkov in svetovalka za strateško komuniciranje v Sloveniji in tujini. Poleg znanstvenih

raziskav na področju humanistike je ponujala tudi medijsko produkcijo in analize. V zadnjem obdobju je začela razvijati trajnostni turizem na Bledu. Je avtorica štirih knjig – opus dveh znanstvenih monografij o družbenih pojavih *Razgaljena: Žensko branje v Sloveniji* in *Razgaljeni: Medijski fenomen elit v Sloveniji*, poročnega priročnika *Za (p)ravi korak*, večjezične pravlјice za otroke vseh starosti *Drevo/Tree/Baum/L'Arbre*, po kateri je bila v Parizu narejena gledališka uprizoritev, ter številnih znanstvenih in strokovnih člankov v večavtorskih publikacijah. Kot antropologinja se v javnosti pogosto vključuje s strokovnimi razpravami in komentarji na aktualne teme vsakdanjega življenja ter deluje kot specialistka za strateške komunikacije, kjer svetuje posameznikom, skupinam in podjetjem v javnem in zasebnem sektorju. Znana je tudi kot angažirana filantropistka in borka za opolnomočenje žensk, zato je ustanovila mednarodno žensko organizacijo Femmes Sans Frontières Foundation.



Nina Misson, rojena 17. novembra 1992 v Ljubljani, je po končani klasični gimnaziji v Škofji Loki šolanje nadaljevala na ljubljanski Filozofski fakulteti. Po izobrazbi je univerzitetna diplomirana slovenistka in umetnostna zgodovinarica. Diplomirala je s tezama *Goga in nemški ekspresionistični film* ter *Triumf Smrti* v italijanskem slikarstvu 15. stoletja. Od leta 2018 nadaljuje študij umetnostne zgodovine na magistrski stopnji s poudarkom

na ikonografiji srednjega veka in antike. Osnovno glasbeno znanje si je pridobila v nižji glasbeni šoli, kjer je leta 2007 zaključila smer klavir in glasbena teorija, 2019 pa še smer solopetje. Glasbeno se udeleži s petjem raznolike glasbe, od klasične do sodobne in v različnih jezikih.



Ana Obid, rojena 1995, je diplomirana umetnostna zgodovinarica, ki trenutno na Oddelku za umetnostno zgodovino ljubljanske Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani svoje izobraževanje nadaljuje na magistrski stopnji. Ukvarja se z vizualno umetnostjo 20. stoletja, predvsem slovenskim slikarstvom v Trstu, vlogo umetnosti v širšem družbenem kontekstu ter scenografijo in kostumografijo.



Marija Mojca Peternel je po končanem študiju nemščine in zgodovine leta 2000 na Oddelku za zgodovino Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani končala magistrski študij. Pet let pozneje je na istem oddelku uspešno zagovarjala doktorsko disertacijo z naslovom *Nemški časopisi na Slovenskem v revolucionarnem letu*. Od leta 2012 je docentka za področje slovenske in obče zgodovine 19. stoletja. V središču njenega znanstvenega raziskovanja so predvsem nemški časopisi in sodobna zgodovina 19. stoletja.



Tim Prezelj je diplomirani mikrobiolog, ki trenutno zaključuje magistrski študij molekulske in funkcionalne biologije na Biotehiški fakulteti Univerze v Ljubljani. Vzporedno je študiral tudi kognitivne znanosti, veliko pa se je izobraževal tudi v tujini – predvsem v Nemčiji, Avstriji in Italiji. Raziskovalno se je dolgo posvečal molekularni biologiji, imunologiji in evoluciji raka. Zadnja leta se bolj intenzivno ukvarja z evolucijsko psihologijo in nevrologijo spola in spolne identitete, religije ter jezika. Zanima se tudi za umetnostno zgodovino ter se trudi povezovati naravoslovne znanosti s humanizmom. Pri tem mu poseben izziv predstavljajo nova interdisciplinarna področja, kot sta nevro- in psihoestetika.



Mojca Ramšak je etnologinja in profesorica filozofije. Raziskuje na področju etnologije, kulturne in socialne antropologije ter folkloristike. Njene raziskave segajo onkraj meja disciplinarnih okvirov, poudarjajo aplikativnost ter uporabo kritičnih, eksperimentalnih in tradicionalnih oblik kvalitativnega preučevanja v interesu družbene pravičnosti, dostojanstva in človekovih pravic. Napisala je sedem znanstvenih monografij, med drugim je za *Spoločensko-kulturne reflexie rakoviny prsníka v Slovinsku*, Bratislava 2013, dobila priznanje ministra za zdravje na Slovaškem. Njena bibliografija zajema tudi številna znanstvena dela s področja medicinske antropologije,

medicinske humanistike, narativne medicine, zgodovine etnomedicine, javnega zdravja, trženja v medicini, medicinsko-pravnih tematik ter kulturne zgodovine človeškega telesa. Te teme tudi predava doktorskim študentom na AMEU – ISH, Fakulteti za podiplomski humanistični študij v Ljubljani ter na Filozofski fakulteti v Bratislavi, Medicinski fakulteti na Reki in drugje, sicer pa je raziskovalka na Filozofski fakulteti in Medicinski fakulteti Univerze v Ljubljani.



Katarina Richter je študentka podiplomskega študija umetnostne zgodovine na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani. Leta 2018 je z odliko diplomirala iz umetnostne zgodovine in anglistike. V svojem delu raziskuje umetnost starejših obdobj, zlasti slikarstvo ter arhitekturo srednjega veka. Zanima jo tudi ikonografija. Izkušnje na področju umetnostne zgodovine je pridobivala z večletnim delom animatorke v Narodni galeriji.



Katarina Švab je docentka na Filozofski fakulteti na Oddelku za bibliotekarstvo, informacijsko znanost in knjigarstvo. Preden je postala mlada raziskovalka pri prof. dr. Maji Žumer (FF), je bila zaposlena v šolstvu. Doktorirala je leta 2016 z naslovom *Atributi in relacije v bibliografskih informacijskih sistemih*. Njeno raziskovalno področje so knjižnični katalogi, uporabniki knjižničnih katalogov in storitve v splošnih knjižnicah. Aktivno sodeluje v programski skupini Modeliranje bibliografskih informacijskih sistemov in se aktivno ukvarja z raziskavami na področju uporabniških skupin v knjižnicah in uporabniških izkušnjah. V soavtorstvu je sodelovala pri učbeniku *Organizacija knjižničnih zbirk* (2019).



Tina Verbič je modna oblikovalka in diplomantka Naravoslovnotehniške fakultete Oddelka za tekstilstvo, grafiko in oblikovanje, smer Oblikovanje tekstilij in oblačil, ter univerze Aalto University, School of Arts, Design and Architecture, magistrskega programa MA Fashion, Clothing and Textile Design. Z odliko je zaključila magistrski študij na Aalto University o preoblikovanju klasičnih oblačilnih kosov glede na njihov oblikovalski izraz.

Izbrano temo je predstavila v kolekciji modnih oblačil, fenomen oblačilnih klasik in njihovega preoblikovanja pa je opisala tudi v obsežnem akademskem besedilu. Oblikovalske izkušnje je nedavno pridobivala tudi med enoletnim pripravništvom v modni industriji, in sicer v modnih hišah KENZO ter GIVENCHY. Njeno zanimanje za brezčasne oblačilne klasike izhaja že iz otroštva, in sicer iz njenega občudovanja krojaštva ter moške klasične garderobe.



IMENSKO KAZALO

A

Adamič, Metka 116, 122
 Adrian, Adolph Greenburg 56
 Ahačič, Kozma 128, 129, 138, 139
 Aleksandrovna, Maria 24
 Andersen, Hans Christian 146–148,
 150, 151
 Apollinaire, Guillaume 194, 195
 Arden, Elisabeth 37
 Aspria, Marcello 34, 38
 Athanasiou, Génico 160, 161

B

Bacci, Francesca 16, 27
 Bajgrowicz, Jerzy A. 17, 27
 Bakst, Léon 157
 Balenciaga, Cristobal 56
 Ball, Hugo 193
 Balsan, Étienne 185, 188
 Bardin, Garri 143
 Barnard, Malcolm 74, 76, 84
 Barriere, Bernadette 185, 192
 Barthes, Roland 120

Baudelaire, Charles 46, 131
 Baudot, François 119, 120
 Bauschant, André 163
 Beaton, Cecile 198
 Beaux, Ernest 11, 24, 25, 128, 158,
 188, 196
 Bedenk, Kasilda 141, 152
 Beene, Geoffrey 57
 Bein, Thomas 67, 68, 71, 99, 100
 Benton, Travis 56
 Berger, John 76, 84
 Berglund, Hans 20, 21, 27, 28
 Bernard, Spannheimski 64, 65
 Bernhardt, Sarah 184
 Bertin, Rose 50
 Besson, Luc 145, 147, 148, 151, 152
 Bešter, Tomaž 123, 142, 152
 Bettelheim, Bruno 145, 152
 Bielli, Ettore 132, 133, 139
 Blake, Jason 92
 Blass, Bill 57
 Blažič, Milena Mileva 4, 6, 141, 143,
 145, 147, 149, 151–153, 201

- Bloch, Ernst 151, 152
 Boelens, Hans 17, 27
 Bojc, Saša 128, 139
 Boljka, Janez 203
 Bolton, Andrew 120
 Bosset, Vera de 174
 Bott, Daniele 95, 119, 159, 161, 165
 Boy (gl. tudi Capel, Arthur Edward) 55, 128, 164, 170, 185, 188, 190, 197
 Brancusi, Constantin 51
 Braque, Georges 157, 163
 Bretz, Irène 190
 Brookes, Jennifer C. 18, 27
 Burazer, Lara 4, 6, 85–93, 201
 Bürger, Peter 45, 48, 117
 Burr, Chandler 21, 27, 103, 108
- C**
- Candelier, Michel 93
 Cankar, Ivan 147, 152
 Capel, Arthur Edward (Boy) 55, 128, 164, 170, 185, 188, 190, 197
 Carb, David 59
 Carlini, Maria Teresa 203
 Carter, Michael 120
 Cartier-Bresson, Henri 198
 Celiberti, Giorgio 203
 Chaillet, Robert 11
 Chanel, Albert 180
 Chanel, Gabrielle Bonheur (Coco) 4–7, 9–12, 23–27, 37, 41–48, 52, 54–56, 58, 59, 61, 70, 73–77, 79–84, 93, 95, 97–99, 101–104, 106, 107, 109–124, 128, 155–167, 170–177, 179–183, 186, 188–200
 Chanel, Julia 180
 Chaney, Lisa 75, 84, 176, 177
 Charles-Roux, Edmonde 75, 84, 114, 115, 119, 122, 123, 185, 188, 192
 Chirico, Giorgio de 157
 Chopin, Frédéric 168
 Clarke, Oz 139
 Classen, Constance 30, 32, 37, 38
 Click, Calvy 75, 84
 Clouet, François 197
 Cocteau, Jean 45, 75, 156–158, 160, 161, 163, 165, 176, 194, 195
 Conte, Anna del 132, 133, 139
 Cooper, Malcolm 20, 27
 Cosgrave, Bronwyn 78, 83, 84
 Craft, Robert 168, 169, 172, 175–177
 Creed, Barbara 145, 152
- Č**
- Čeferin, Hana 12
 Čuden, Darko 4, 6, 71, 125, 135, 202
- D**
- Dahl, Roald 144, 145, 152
 Dali, Salvador 198
 Daryai-Hansen, Petra 93
 Davis, Fred 47, 48
 Davis, Mary 156–158, 162, 165
 Debussy, Claude 171
 Delaunay, Robert 157
 Delaunay, Sonia 157
 Demeeulemeester, Anne 57
 Denis, Caroline 17, 27

Derain, André 157
 Descamps, Marc-Alain 77, 84
 Desmond, John E. 20, 28
 Desplat, Alexandre 119
 Destovnik, Karel (gl. tudi Kajuh) 127
 Devolle, Jeanne 180
 Dietrich, Marlene 56
 Dior, Christian 43, 56, 128
 Disney, Walt 151–153
 Djagilev, Sergej Pavlovič 7, 128,
 155–157, 160, 163, 165–170,
 173–175, 194, 195
 Dolin, Anton 162, 163
 Dornik, Ema 109, 123
 Dubrovska, Felia 163
 Duchamp, Marcel 44, 195
 Dumas, Aleksander 184
 Dyson, Malcolm 17, 27

E

Edvard, valežanski princ 162
 Edwards, Misia (gl. tudi Sert, Misia)
 11, 156, 157, 168, 170, 171,
 173, 174
 Egbert iz Lièga 143
 English, Bonnie 44, 48
 Eppinger, Michael 133, 139
 Erznožnik, Jure 95, 115, 116, 123
 Estés, Clarissa Pinkola 148, 150,
 153
 Evans, Caroline 43, 48
 Evans, David 119, 120, 123

F

Fabricij, Filip 62
 Fajt, Elena 123

Farnese, Daniela 120
 Fiemeyer, Isabelle 182, 187, 192
 Filip Dobri 53
 Fokin, Michel 168
 Fontaine, Anne 119
 Fontaine, Camille 119
 Fortuny, Mario 55
 Franz, Marie Louise von 148
 Fráter, Georg 17, 27
 Freud, Sigmund 145
 Friderik II., Štaufovec 64
 Fuhrmann, Vanessa-Isabell 115,
 123

G

Gaber, Mateja 3, 5, 11, 61, 67, 68,
 71, 202
 Gabrieli, John D 20, 28
 Garbo, Greta 56
 Garelick, Rhonda K. 88, 93, 95, 160–
 162, 164, 165, 171, 173, 176,
 177, 180, 181, 190, 192,
 Garnweidner, Edmund 30, 139
 Gaudí, Antoni 193
 Georgescu, Magdalena 17, 20, 27
 Germ, Tine 186, 187, 192
 Gidel, Henry 95, 187, 188, 192
 Gilbert, Avery 36, 38
 Givenchy, Hubert de 41, 88
 Glover, Gary H. 20, 28
 Goethe, Johann Wolfgang von 67
 Golar, Cvetko 127
 Goldstone, Penny 93
 Goldwyn, Samuel 165
 Golija, Klementina 203
 Goncharova, Natalia 157

Gotfrid Strasbourški (gl. tudi Gottfried) 62, 68

Gradnik, Alojz 127

Graham, Martha 57

Greco, Juliette 57

Greenberg, Adrian 56

Greenhalgh, Chris 119

Grès, Madame (Barton, Alix) 52

Grimm, Jacob in Wilhelm 4, 6, 141–144, 146–148, 150–153

Gris, Juan 45

Gruden, Igo 127

Guimard, Hector 193

Gulyas, Balazs 20, 27

Gutenberg, Johannes 142

H

Haedrich, Marcel 123, 180, 181, 184, 189, 191, 192

Hammack, Justin 140

Harlow, Jean 56

Hartley, Catherine A. 20, 28

Hassenpflug, Johanna 143

Hassenpflug, Marie 143

Hautala, Heidi 23, 24, 27

Head, Edith 56

Heinrich von Veldeke 202

Hemingway, Ernest 120, 176

Hennessy, Kathryn 76, 79, 84

Hepburn, Audrey 41, 80, 88

Herz, Rachel S. 21, 27

Hlačar, Tajda 3, 5, 41, 203

Hočevár, Marko 116, 123

Hoffmann, Josef 193

Hollander, Anne 50, 52, 59

Honegger, Arthur 160

Horsfield, Andrew P. 18, 27

Horst P. Horst (Bohrmann, Paul Albert) 198

Horta, Victor 193

Horton, Ros 79, 84

Howes, David 30, 32, 37, 38

Hoymingen-Huene, George 197

Hughes, Greg 135, 136, 139

Hugo von Trinberg 62

Huysmans, Joris-Karl 131

I

I'Aigle, Alma de 135, 139

Inzlicht, Michael 21, 27

Ivana Orleanska 149

J

Jacob, Max 45

Jacob, Suma 20, 27

K

Kajuh (gl. tudi Destovnik, Karel) 127

Karan, Donna 57

Karbo, Karen 43, 46, 48

Karel V. Habsburški 53

Katarina Medičejska 54

Katarina Velika 24, 79

Kavčič, Irena 111, 123

Kelly, Grace 80

Kette, Dragotin 127

Keupp, Jan 62, 71

Kinnunen, Lean 20, 27

Kirkland, Douglas 120, 198

Klein, Calvin 57

Kocbek, Edvard 127

Koda, Harold 120

Konig, Rene 74, 84
 Kónnecke, Gustav 67, 71
 Kosmač, Kaja 153
 Kosovel, Srečko 127
 Košmerl, Tatjana 137, 139
 Kounen, Jan 119
 Kövecses, Zoltán 33, 39
 Kovič, Brane 4, 7, 197, 203
 Kovič, Kajeta 127
 Kraft, Philip 17, 27
 Krick, Jessa 93
 Krotzky, Mirko 65, 71
 Kuntner, Tone 127
 Kuret, Niko 144, 153

L

Lackner, Tadeja 145, 153
 Læssøe, Thomas 132, 133, 139
 Lagerfeld, Karl 145
 Lamparsky, Dietmar 17, 23, 27
 Lanvin, Jeann 43, 101
 Larionov, Michael 157
 Laurencin, Marie 198
 Laurens, Henri 161, 162
 Laver, James 80, 84
 Lavtižar, Jana 119
 Lawless, Harry 36, 39
 Lazović, Vesna 92
 Leaper, Caroline 93
 Legan Cvikl, Jerca 3, 6, 73, 203
 Lelong, Lucien 44
 Lendovšek, Mihael 153
 Leopold VI. Babenberški 64
 Levec, Peter 127
 Lifar, Serge 172
 Lindström, Per 20, 21, 28, 28

Lipovetsky, Gilles 41, 43–45, 48
 Lodwick, Kate 161–165
 Loos, Adolf 45
 Lurie, Alison 77, 84
 Luther, Martin 141
 Lüthi, Max 142, 153

M

Mackintosh, Charles Rennie 193
 Makarovič, Svetlana 127, 142, 148, 153
 Makuc, Zvonka 118, 123
 Marija Antoaneta 50
 Marley, Michel 123
 Martinitz, Jaroslav Borsita von 62
 Massine, Léonid 173, 195
 Mastnak, Matjaž 134, 139
 Matičetov, Milko 65, 71, 153
 Matija, rimsko-nemški cesar 62
 Matisse, Henri 157
 Mazzeo, Tilar J. 23–25, 27, 83, 84, 167, 176, 180, 185, 187, 192
 McAuliffe, Mary 168–174, 176
 McCardel, Claire 56
 McClintock, Martha 20, 27
 McGuigan, Dorothy 63, 71
 Medved, Drago 138, 139, 143
 Melcher, David 16, 27
 Mella, Corina 17, 20, 27
 Mendes, Valerie 55–57, 59
 Metz, John 20, 27
 Michelangelo 193
 Mies van der Rohe, Ludwig 197
 Milek, Vesna 115, 116, 123
 Milhaud, Darius 161
 Miró, Joan 157

Misson, Nina 4, 7, 167, 204
 Molnár, Franz (Ferenc) 103–106,
 108, 117
 Monroe, Marilyn 79, 149–159
 Montalembert, Catherine de 81, 84
 Monteux, Pierre 169
 Morand, Paul 116, 123, 156–158,
 166, 171–173, 176, 180, 181,
 192
 Morris, Edwin 114, 123
 Mortimer, Ian 63, 64, 71
 Muller, Peter M. 17, 23, 27
 Mulliqi, Muslim 203
 Murn, Josip Aleksandrov 127

N

Nemanič, Julij 126, 137, 139
 Niles, John D. 151, 153
 Nižinska, Bronislava 161–163, 174
 Nižinski, Vaclav 156, 169, 174, 195
 Noailles, Marie Laure de 172
 Novak, Boris A. 147, 151, 153

O

O'Neil, Dennis 93
 Oakes, John 126, 139
 Obid, Ana 4, 6, 155, 204
 Osterbuch, Irmgard 101, 108

P

Paić, Žarko 42–45, 48
 Patou, Jean 44, 52, 55, 77
 Pavček, Tone 140
 Pendergast, Tom 79, 81, 84
 Perederco, Cipriana 17, 20, 27
 Perić, Barbara 116, 123

Peternel, Mojca Marija 4, 6, 95, 205
 Piaf, Edith 57
 Picabia, Francis 195
 Picardie, Justine 95, 116, 119, 123,
 159, 166, 181–183, 185, 186,
 190, 192
 Picasso, Pablo 120, 157, 158, 160,
 161, 172, 175, 176, 195
 Pierné, Gabriel 168
 Pirtošek, Zvezdan 153
 Planinšek Ručigaj, Barbara 116, 123
 Poirer, Paul 43, 52, 55, 81, 83, 183
 Polignac, Winnaretta Singer de 168,
 170, 173, 174

Prezelj, Tim 3, 5, 9, 205
 Prabhakaran, Vivek 20, 28
 Propp, Vladimir 144, 153
 Puckette, Madeline 137, 140
 Purgar, Krešimir 48
 Pušnik, Maruša 123

Q

Quant, Mary 57

R

Ralls, Katherina 22, 27
 Ramšak, Mojca 3, 5, 29, 39, 205
 Ray, Man 160
 Reinartz, Jonathan 34, 37, 39
 Rennaker, Robert L. 14, 15, 19, 28
 Reverday, Pierre 45
 Richards, Melissa 120
 Richter, Katarina 4, 7, 179, 206
 Ries, Estelle 59
 Roerich, Nikolaj 168
 Roessle, Benhard 120

Roland, Per 20, 27
 Romanov, Dmitri Pavlovič 24, 105,
 128, 159, 167, 172–174, 188
 Rossiter, Karen 17, 27
 Rudolf Habsburški 64

S

Saltzwedel, Johannes 61, 71
 Sandberg, Brian 22, 27
 Sarafoleanu, Codrut 17, 20, 27
 Satie, Eric 157, 195
 Savic, Ivanka 20, 21, 27, 28
 Schiaparelli, Elsa 43, 45
 Schnurr, Eva-Maria 62, 71
 Schram da Cruz, Elyssa 93
 Schröder-Sura, Anna 93
 Schulze, Ursula 67, 71
 Schwitters, Kurt 193
 Sczesny, Sabine 23, 28
 Sem, George Goursat 11
 Sert, José-Maria 156, 171
 Sert, Misia (gl. tudi Edwards, Misia)
 11, 156, 157, 168, 170, 171,
 173, 174
 Siebert, Gisela 71, 72
 Silva, Maria Cayetana de 54
 Simčič, Zvonimir 136, 140
 Simmel, Georg 42, 44, 48
 Simon, Linda 120
 Simon, Marie Claude 120
 Slavata, Viljem 62
 Slomšek, Anton Martin 144, 153
 Smith, Christopher Upham Murray
 14, 28
 Sobel, Noam 20, 28
 Sokolova, Lydia 162, 163

Spechtler, Franz Viktor 65, 72
 Stafford, Andy 120
 Stahlberg, Dagmar 23, 28
 Steele, Valerie 43, 46–48, 54–57, 59
 Stoneham, Arthur Marshall 18, 27
 Stravinski, Igor (gl. tudi Stravinsky)
 4, 7, 75, 114–116, 119, 121,
 123, 156–159, 161, 163, 165,
 177, 194, 195
 Stravinski, Katja 171, 174
 Sullivan, Edith V. 20, 28
 Süskind, Patrick 4, 6, 125, 129–131,
 139, 140
 Svendsen, Lars H. 44
 Synnott, Anthony 30, 32, 37, 38

Š

Šamperl, Alenka 112, 123
 Šarc, Marija 117
 Šmit, Jože 127
 Šripf, Sara 124
 Štefan iz Obazina 185, 189
 Štefan, Anja 142, 143, 153
 Šuvaković, Miško 42, 44, 46, 48
 Švab, Katarina 4, 6, 109, 206

T

Tehrani, Jamshid 143, 153
 Tessian, Christina Henry de 120
 Thompson, Stith 143, 146, 153
 Thornton, Minna 43, 48
 Thurman, Judith 120
 Toledo, Isabel 57
 Trahdorff, Karl Friedrich Eusebius
 193
 Troha, Izidor 117, 124

Turin, Luca 17, 18, 28

Tzara, Tristan 195

U

Ulrich Lichtensteinski 5, 6, 61, 64–68, 70–72

Uther, Hans-Jörg 143, 153

V

Valenčič Arh, Urška 71

Valentić, Tonči 44, 48

Van de Velde, Henry 193, 202

Van Norman Baer, Nancy 157, 166

Vaughan, Hal 116, 124

Veblen, Thorstein 42, 44, 46, 48

Vehar, Maja 96, 108

Verbič, Tina 3, 5, 49, 51, 57, 59, 207

Viktorija Britanska 54

Vionnet, Madeleine 43, 52

Vipotnik, Cene 127

Vovk, Damjana 123

Vrhovec, Branimir 140

W

Wagner, Richard 193

Walsh, Stephen 174, 177

Walter von der Vogelweide 5, 6, 61, 67–71, 202

Walther, Ingo 64, 67, 72

Warhol, Andy 198–200

Warren, Estella 145, 147, 148

Weddle, Emily 156–158, 160, 163, 166

Weifang, Huang 25, 28

Wells, Diana 192

Wilde, Oscar 146

Wilson, A. Donald 14, 18, 28

Wilson, Elisabeth 42, 44, 46–48

Wolfger von Erla 6, 68–70

Wolfram von Eschenbach 10, 68

Wolzikowski, Leon 163

Woodcock, Sarah 157, 166

Worth, Charles Frederik 51

Wright, Nicolas 119, 120, 124

Wyatt, Tristram D. 20, 28

Y

Yamamoto, Yohji 57

Yoshii, Fumiko 17, 18, 28

Young, Caroline 159, 166

Z

Zajc, Dane 127

Ziolkowski, Jan M. 143, 153

Zipes, Jack 143, 144, 153

Zlobec, Ciril 127

Zupanc, Špela 113, 123

Zvest, Apollonio 203

Ž

Žižek, Slavoj 147, 151, 153

Župančič, Oton 127



Univerza v Ljubljani



Ta projekt Evropske noči raziskovalcev je financiran s strani Evropske komisije, Marie Skłodowska-Curie Actions. Projekt je prejel sredstva okvirnega programa Evropske unije za raziskave in inovacije Obzorje 2020, št. pogodbe 954337. / This European Researchers' Night project is funded by the European Commission under the Marie Skłodowska-Curie Actions. The project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 954337.

Izvedba tega projekta je financirana s strani Evropske komisije. Vsebina publikacije je izključno odgovornost avtorja in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije. / This project has received funding from the European Commission. The action reflects only the author's view. The Agency and the Commission are not responsible for any use that may be made of the information it contains.