

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Denis Pucelj

Romantika sodobne potrošnje
ali ko ti Alexander McQueen bere iz svoje knjige zgodb

Diplomsko delo

Ljubljana, 2013

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Denis Pucelj

Mentorica: Red. prof. dr. Breda Luthar

Somentor: Doc. dr. Andrej Škerlep

Romantika sodobne potrošnje
ali ko ti Alexander McQueen bere iz svoje knjige zgodb

Diplomsko delo

Ljubljana, 2013

Hvala Tadeju, Jani, Kaji in Alešu.

Hvala mentorici dr. Bredi Luthar za dobre nasvete
in somentorju dr. Andreju Škerlepu za vprašanje genialnosti.

Hvala mami za domišljijo.

Za McQueena in vse novo.

Romantika sodobne potrošnje ali ko ti Alexander McQueen bere iz svoje knjige zgodb

Pričujoča razprava obravnava pomen mode skozi razumevanje moderne. Modo opredeli kot industrijo in artistično kreativno prakso, ki svojo novost utemelji v romantičnem idealističnem hrepenenju po prelomu s tradicijo. Tovrstna razprava je utemeljena na primeru modnega oblikovalca Alexandra McQueena, ki ga modni teoretiki označujejo kot romantika moderne. Njegova naloga ustvarjanja moderno novega je torej analizirana skozi kritiko romantičnega fenomena genialnosti subjekta. Skozi Foucaultovo razumevanje moderne kot prostovoljne drže posameznikov do sodobnosti, se novost McQueenovega dela opredeli v njeni refleksiji sedanjosti. Da demistificira delo modnega oblikovalca, razprava analizira McQueenovo lastno kritiko delovanja modne industrije skozi pojasnjevanje konflikta razuma in domišljije v kontekstu razvoja industrijskega kapitalizma. Da razprava opredeli družbeno-kulturni pomen kreativne vloge McQueena, analizira njegovo izbiro historičnih estetskih motivov in uprizarjanja zgodovinskih dogodkov. McQueenova moda je torej opredeljena kot historično izkustvo modernosti.

Ključne besede: McQueen, moda, modernost, romantika, genialnost.

The Romantics of Modern Consumerism: Alexander McQueen's story telling

The importance of today's fashion is considered through its close relation to modernity. Fashion is thus defined as an industry and an artistic creative practice, which novelty derives from the romantic idealistic longing for the break of tradition. This discussion is based on analysis of Alexander McQueen, fashion designer, who fashion writers consider him as a Romantic of the modern era. His role as the creator of modern new is thus considered through critical analysis of the romantic phenomenon of genius. Basing on Foucault's understanding of modernity as a voluntary attitude of individuals to the modern era, the novelty of McQueen's work is considered through its reflexivity of the present. To demystify the work of McQueen, his own critique of fashion industry is considered through the conflict of reason and imagination, in the context of industrial capitalism. To culturally and socially understand McQueen's creative role, it is necessary to analyze his use of historical aesthetical motives and his reenactments of historical events. McQueen's fashion is thus defined as a historic experience of modernity.

Key words: McQueen, fashion, Modernity, Romanticism, genius.

Kazalo

1 Uvod.....	6
2 Jezik mode Alexandra McQueena.....	8
2. 1 Romantika in odkritje sebe v prelomu s tradicijo	12
2. 2 Romantični ideal občutljivosti ali »naj jedo brioche«.....	13
2. 3 McQueenov historicizem in moderna	17
3 Genialnost v sodobni modni industriji	21
3. 1 Zvezdniška mistifikacija dela A. McQueena	25
3. 2 Združitev domišljjskega in razumskega v genialnosti ter prenos mode v vsakdan	27
4 Sklep.....	34
5 Literatura	36

Seznam slik

Slika 2.1 Bumsters.....	11
Slika 2.2 Highland Rape.....	14
Slika 2.3 Supercalifragilisticexpialidocious	18
Slika 3.1 Horn of Plenty.....	22
Slika 3.2 Steklена kocka Voss	29
Slika 3.3 McQueenova Venera.....	30
Slika 3.4 Witkin, Sanitarium	31
Slika 3.5 Giorgione, Speča Venera	31

1 Uvod

»Bistvo je očem nevidno.« (Saint-Exupery 2010, 86)

»In če opazovalca ni več?« (Carax 2012)

V diplomskem delu obravnavam pomen historičnega obdobja romantike za razumevanje današnjega delovanja mode kot industrije in kot artistske kreativne prakse. Sodobno pojmovanje kreativnega dela posameznika analiziram skozi Foucaultovo razumevanje moderne. Foucault (1991) moderno definira kot prostovoljno miselno in estetsko držo izbranih posameznikov v odnosu do sodobne realnosti.¹ Skozi izbrano izhodišče raziskujem držo romantike in njen vpliv na sodobnost. Sodobno pojmovanje kreativnega in industrijskega dela posameznika utemeljujem prek analize historičnih romantičnih konceptov subjektivitete posameznika, estetskih in družbenih motivov romantike ter kulturno-družbenih instanc industrijskega kapitalizma.

Tovrstno teoretizacijo razvijam prek analize dela modnega oblikovalca Alexandra McQueena, pri čemer se opiram na kritiko romantičnih konceptov kulta genija. Pomen McQueenove izbire romantične estetike in družbene motivike v ustvarjanju novega obravnavam dvoplastno. Skozi njegovo naslavljanje dialektičnega značaja mode (Evans 2007) analiziram preplet romantičnih družbenih motivov s sodobnimi. Obenem pa me zanima McQueenovo izpraševanje vloge modnega oblikovalca, definirane skozi tendence kulta

¹ Raziskovalno premiso diplomskega dela baziram na teoretskem vprašanju Catherine Driscoll (2010, 136–139), ki je v svojem članku *Chanel: The Order of Things* obravnavala pomen mode za razumevanje tega, čemur pravimo moderna in pomen moderne za razumevanje mode. Njen članek je baziran na razpravi Foucaulta *Kaj je razsvetljenje* (1991). Vprašanje razumevanja mode skozi moderno je Driscoll naslovila skozi obravnavo dela modne oblikovalke Coco Chanel. Kar jo zanima, je pomen vsega, česar smo se »navadili« označevati kot Chanel, torej kot moderni trenutek v modi. Kot pravi Driscoll, Chanel odlikuje videz, za katerega pravimo, da je klasičen, vendar moderen. Driscoll (2010, 137) izhajajoč iz Jamesonovega dela *A Singular Modernity: An Essay on the Ontology of the Present* in njegovi utemeljitvi moderne skozi razmišljanje o tistem današnjem, ki se razlikuje od včerajšnjega, obravnava Chanel kot *revolucijo* ženske mode, ki moderno izrablja ambivalentni značaj mode.

genija. V razumevanju mode kot narativno podanega izkustva potrošnje postavljam tezo, da McQueenovo delo ustvarja novost skozi podajanje novih kulturnih in družbenih odgovorov na romantična vprašanja starega/mladega, lepega/grdega, funkcionalnega/domišljjskega. McQueenova novost naslavlja moderno pluralizacijo življenjskih slogov in omogoča refleksijo njihovih kulturnih in družbenih vrednot.

Pri svojem pisanju izhajam iz koncepta dialektičnega značaja mode, kot ga opredeli Caroline Evans. Evans (2007) razume razvoj in družbene učinke sodobne mode v kontekstu njene historičnosti. Razvoj mode temelji na modernem naslavljanju zgodovine, skozi katero se pretekli družbeni in estetski motivi historizirajo skozi sodobno rabo. Moda posledično pridobi zmožnost modificiranja sodobnosti posameznika. Delovanje mode temelji na primerjavi sodobnosti z izbranimi zgodovinskimi obdobji, katerih estetika in družbeni razvoj lahko artikulirata (in ne determinirata) sedanost in kompleksnost družbenega delovanja modernega človeka – njegove družbene vzorce, vrednote, misel in delovanje.

Kar moje delo utemeljuje, je razumevanje McQueenovega kreativnega dela kot historične družbene in kulturne drže, ki reflektira sodobno realnost skozi izbrane zgodovinske romantične družbene pojave. V tem kontekstu se McQueenovo delo vzpostavi kot historično izkustvo modernosti. Analiziram ga prek njegove zmožnosti ustvarjanja historičnih vizualnih podob, ki so zmožne modificiranja sodobnosti. McQueen je v kontekstu modnih revij, ki temeljijo na estetiziranem uprizarjanju romantičnih dogodkov, vzpostavil utopične prostore realnosti. Tovrstno razumevanje utemeljujem skozi Foucaultov (2008) koncept heterotopije. Heterotopija je prostor, v svojem pomenu kontrasten z idealizacijo utopije. Je temelj utopije in omogoča refleksijo v njenem (nemožnem) obstoju. McQueenovo delo torej opredelim kot dialektično in utopično izkustvo, v katerem se preizprašuje realnost posameznika. Pri tem pa je nujna kritika Foucaultovega determinističnega pogleda, ki zanika posameznikovo lastno motivno delovanje. To kritiko razvijam prek A. C. Danta (2013) in njegovega koncepta *poosebljenega* pomena v izkustvu kulturnega artefakta, ki utemeljuje kreativne instance posameznika.

2 Jezik mode Alexandra McQueen

Alexander McQueen je bil britanski modni oblikovalec, ki ga številni modni teoretiki (Steele in Park 2007; Evans 2007) kot tudi umetnostni (Bolton 2011) označujejo kot romantika moderne mode. Kot pravi Bolton (2011, 12), ko opisuje McQueenovo kreativnost: »Tematike ljubezni in lepote predstavljajo temelj njegove vizije mode, ki izprašuje vse videno skozi razkrivanje predsodkov in omejenosti naših estetskih sodb.« Ko je McQueen (v Bolton 2011, 12) označil namen svojega dela, je dejal: »Moje delo zastavlja vprašanja časa in prostora, v katerem živimo. Moje delo je družbeni dokument današnjega sveta.«

McQueen je v svoji modni kolekciji *No. 13* naslovil vprašanje modnega ideala lepote, tako da je svoja oblačila predstavil na ženskah z amputiranimi nogami, ki so se sprehodile po modni brvi na svojih protezah. Ob zaključku modne kolekcije *Voss* je na modno brv spustil molje, ki so po nekaj sekundah leta umrli. Ob predstavitvi *The Horn of Plenty* so se manekenke sprehajale ob kupu smeti, z oblačili pa je dekonstruktivistično naslavljal ustaljene podobe mode, kot je Diorjev *New Look*. Na trg je lansiral svoje *bumsters* – hlače z izredno nizkim pasom, ki so razgalile razporek ritnic, njegove manekenke so hodile s kovinskimi okovi, ki so povezovali komolce s koleno, in v oblekah iz rož, ki so zgnile ob koncu modne revije. Njegovo delo so odločilno zaznamovali filmi 20. stoletja – v kolekciji *Deliverance* je izhajajoč iz filma *They Shoot Horses, Don't They* svoja oblačila prikazal skozi uprizoritev maratonskega plesa, v katerem so ljudje v dvajsetih letih prejšnjega stoletja plesali tudi mesec ali dva zavoľo zmage in tisoč dolarjev. V svoji modni kolekciji *Plato's Atlantis* pa je skozi Darwinovo teorijo evolucije, ki temelji na linearno sukcesivnem razvoju človeštva in posledičnem koncu, postavljaj vprašanja o povrnitvi človeškega bitja na stopnjo življenja pod vodo. Obenem je vseskozi ostaj močno vpet v industrijo mode – mesto izvršnega kreativnega oblikovalca blagovne znamke Givenchy je prevzel zgolj zato, kot je dejal sam, da lahko finančno omogoči delovanje svoje blagovne znamke (Watt 2012).

Moderni značaj McQueenovega dela določa njegova izraba ambivalentnosti mode. Kulturni pomen mode je torej v svoji dvoumnosti diskurzivno nestabilen. Sawchuk² (v Barnard 2005,

² Sawchuk svojo teorijo razvija skozi obravnavo Derridajevega pojmovanja intertekstualnosti (v Barnard 2005, 215).

215) utemelji modo kot diskurz, ki ga določajo drugi družbeni diskurzi, kot so diskurz lepote, zdravja, moralnosti, seksualnosti, naroda, naroda in prostora ter ekonomije. Odnosnost diskurzov določa intertekstualnost diskurza mode. Mode in oblačenja tako ne moremo togo obravnavati skozi socio-ekonomske predpostavke posameznika. Ambivalentnost pomena mode določa pluralnost kulturnih kontekstov potrošnje.

Moda je jezik z dvoplastnim pomenom. Neposreden pomen oblačila (kot jakna, hlače, krilo) določa tehnika ustvarjanja. Obenem pa ima oblačilo *alegorični* pomen. Kakor razlaga Maramotti (2000, 94), se v rabi mode kot jezika ta izrazi kot orodje artikulacije posameznikovega družbenega in kulturnega izkustva. S spreminjanjem vsakdana posameznika in posledično organizacijo sebstva se spreminja tudi moda. Jezik mode je torej dinamičen, saj se neprestano odziva na družbene spremembe ter posledično posodobi pomen, ki ga tvori. Sistem neprestano spreminjajočih se pomenov, kod in vrednot je temeljnega značaja za razumevanje mode v današnji družbi. Modni oblikovalci so torej razumljeni kot »tolmači« teh pomenov, ki jih posodablajo skladno z ambivalentnostjo in negotovostjo posameznikovega družbenega vsakdana. V svojem oblikovanju naslavljajo konfliktnost vsakdana, definirano prek ambivalentnih razmerij romantičnih vprašanj starega/mladega, svobode delovanja/zatiranosti, konformizma/upornosti, erotike/neomadeževanosti, če naštejemo le nekatere. Spremembe mode in njene novosti se torej artikulirajo znotraj ponavljajočih se ambivalentnih pomenov. Korzet, priljubljeno McQueenovo oblačilo, ni le represivni aparat ženskosti, temveč ima tudi družbeno-kulturni emancipatorni potencial. Alexander McQueen kot modni oblikovalec torej izpostavlja spremenljivost modernega pomena mode skozi njeno zmožnost posredovanja *alegorije*. Prek ustvarjanja podob, ki romantično naslavljajo preteklost v sodobnosti, McQueen izkorišča historične motive z željo po ustvarjanju novih družbenih in kulturnih pomenov nošnje oblačil. Pri tem McQueen izprašuje intertekstualni značaj mode in posledično preostale povezane družbene diskurze (glej Sliko 2.1). Evans (2007, 5–6) v obravnavi pomena mode za konstrukt sebstva modernega posameznika izpostavi njeno zmožnost ustvarjanja podob in pomenov kot temeljno za artikuliranje sodobnih konfliktov posameznika v odnosih z ideali. Moda se pojavi kot katalizator dialoga sodobnih skrbi posameznika v njegovem odnosu do sveta, vsakdana. V tem pogledu moda »govori« – kot diskurz, ki vodi modernega človeka v neprestano spreminjajočem se svetu, ki artikulira, kaj si želimo biti oziroma bi lahko bili. Vendar le redki izpostavljeni modni oblikovalci delujejo in soustvarjajo modo kot diskurz s kulturnimi

implikacijami. Tovrstni modni oblikovalci so kreativni posamezniki, katerih delo, kakor utemelji Steele (2012a), vpeljuje časovno trajne modne struje – določeno estetizirano in družbeno motivno držo.

Da to razumemo, moramo McQueena opredeliti tako kot ekonomskega kot tudi družbenega in kulturnega akterja modne industrije. Moda, kot utemelji Black (2011, 5), je večplastna množica medsebojno povezanih disciplin, ki determinirajo tako produkcijo kot potrošnjo oblikovanega izdelka. Proizvodnjo in potrošnjo določajo tako trženjske determinante kot tudi kultura, estetika in pojmovanje identitete posameznika v moderni. V tovrstni hibridni disciplini je kreativnost modnega oblikovalca opredeljena na dva načina, na eni strani kot promocijska trženjska komponenta končnega produkta mode, na drugi strani kot izkaz motivno ustvarjalnih instanc modnega oblikovalca. V kritiki elitističnega pogleda na delo modnega oblikovalca potrošnja nastopi kot družbeno-kulturno izkustvo, v katerem blago pridobi pomen v svojem razmerju s kulturnimi artefakti, družbenimi konteksti potrošnje, produkcijskimi faktorji in osebnimi instancami kreativnosti modnega oblikovalca.

Pred nadaljevanjem pojasnjujem, da osnovno izhodišče razumevanja mode izključuje posploševanje uporabljene teorije na celotno modno industrijo. Nekatere vrste mode so povsem trženjske – Volonté (2012) je tako ob spraševanju milanskih oblikovalcev o lastnem razumevanju ustaljenega videnja kreativnosti oblikovalca kot vodila mode odkril njihov izrazit odpor do tovrstnih oznak. Moda je za njih strogo industrija, ki proizvaja oblačila kot kalupe mode in mora kot taka uspeti na trgu.

Slika 2.1: Bumsters



Vir: Urbanelli (2011, 52).

2. 1 Romantika in odkritje sebe v prelomu s tradicijo

V analizi historičnosti dela Alexandra McQueena moramo romantiko³ razumeti kot premik v zavesti. Po Berlinu⁴ (2012, 27) gre pri tem za premik »od pojmovanja, da obstajajo univerzalne resnice, univerzalni kanoni umetnosti, da je smisel vsega človeškega delovanja narediti stvari prav, kriterij za to pa je javen in dokazljiv ter dostopen vsem inteligentnim ljudem, ki uporabljajo svoj razum – premik stran od vsega tega v smer povsem nove drže do življenja in do družbenosti«. Campbell⁵ (2001, 266–268) historično natančneje omeji romantizem kot evropsko splošno družbeno in umetniško gibanje na prelomu devetnajstega stoletja. Prišlo naj bi do velikega obrata v smer emocionalizma in zanimanja za primitivno in oddaljeno – oddaljeno v času in kraju. Vse to s seboj pripelje hrepenenje. Kot romantiko ovrednoti Berlin (2012, 31): »Je lepota in grdota. Je umetnost zavoljo umetnosti in umetnost kot instrument družbenega zveličanja. Je moč in šibkost, individualizem in kolektivizem, čistost in pokvarjenost, revolucija in nazadnjaštvo, mir in vojna, ljubezen do življenja in ljubezen do smrti.«

V tovrstnem duhu časa se je umetnost vzpostavila kot odločilna kulturna forma, ki pooseblja novo družbenost, romantični umetnik pa je postal epitom stvaritelja in katalizator novega. Skozi vlogo umetnika kot glasnika nove družbenosti sta umetniško delo in izbira estetskih form ambivalentno naslavljal politične in družbene razmere svojega časa (po Vaughan 1994, 10–11). Posameznik v času francoske in industrijske revolucije je namreč v svoji želji po novem, po prelomu dosedanjega, skozi umetnost iskal možnost premagovanja tradicije in dosego obljube boljšega, novega. Po Kosu (1980, 34) je romantična umetnost v tovrstnem

³ Romantiko obravnavam kot držo gibanja, in ne kot zgodovino vseh. Diplomsko delo zagovarja uvid zgodovine kot prepleta dogodkov – razvoj ni linearen, temveč vseobsegajoč, v njem so prevladujoče zgodovinske silnice le referenčne točke za nadaljnji kritični uvid. Romantiko obravnavam kot misel, utemeljeno v številnih historičnih in družbenih faktorjih, ki so jo omogočili *slišati* in razvijati v poplavi številnih glasov. Historičnost obdobja izpostavljam predvsem v njegovi odnosnosti in relevantnosti za danes – skozi navezovanje na različne družbene aspekte in trajna vprašanja, ki jih spodbuja.

⁴ Berlin (2012) na tem mestu uporabi termin romantizem; termina romantike in romantizma ne ločujem, saj oba poudarjata umetniško subjektivnost in prenos le-te v širše aspekte vsakdana posameznika.

⁵ Pri historičnem definiranju romantike Campbell (2001) izhaja iz teorije Halstedove.

konfliktu s tradicijo tako poudarjala odprtost umetnostne forme, njeno dinamičnost, nejasnost in simboličnost. Želja po prelomu s tradicijo pa obenem določa polarizirani značaj romantike. Nova družbenost, ki je poudarjala pravico do *samoizrazitve* ali odkritja samega sebe v prelomu s tradicijo, pa je ustoličila zamisel božanskosti jaza kot enkratnega ustvarjalnega *genija* (Campbell 2001, 273).

2. 2 Romantični ideal občutljivosti ali »naj jedo brioche«⁶

Leta 1995 je Alexander McQueen predstavil modno kolekcijo *Highland Rape*, v kateri je manekenke odel v oblačila s tartan vzorcem, pri čemer so bile pogosto razgaljene oziroma pokrite le z raztrgano tančico in cigaretnimi ogorki, prišitimi na različnih delih oblačil (glej Sliko 2.2). McQueena so kritizirali, da sovraži ženske in jih s tovrstnimi oblačili ponižuje. Vendar, kot je razložil sam, kolekcija ni bila namenjena poniževanju žensk – beseda posilstvo v naslovu kolekcije signalizira genocid, posilstvo družbe (McQueen v Watt 2012, 77–84). Kolekcija je bila protest proti prirejanju zgodovine s strani modne oblikovalke Vivienne Westwood, ki povsem romantizira škotski vzorec in v svojih referencah na tisti čas izkrivlja historično dogajanje na Škotskem v osemnajstem stoletju. Kot je dejal McQueen (v Watt 2012, 80): »Čudovite ženske, ki lebdiyo naokoli v svojih neobvladljivih oblekah iz šifona, nikakor ne predstavljajo Škotske osemnajstega stoletja.« Vivienne Westwood je zavoljo družbeno konsenzualnega okusa lepega skrajno estetizirala Škotsko osemnajstega stoletja. McQueen s svojo kritiko pristnosti rabe historičnih podob kritizira moderni diskurz mode o lepem. Da razumemo konflikt med Westwoodovo in McQueenom, je nujna opredelitev utilitarnosti mode in domišljije kot karakteristike avtorskega dela, ki naturalizira njegovo vlogo razlage moderne sedanjosti.

⁶ Citat Marie Antoinette, obglavljene kraljice francoske revolucije, ki naj bi lačnim v odgovor njihovi prošnji po hrani dejala, naj jedo brioche, če nimajo kruha. Gre za mitološko in nepreverjeno izjavo.

Slika 2.2: Highland Rape



Vir: Met Museum – Alexander McQueen, Savage Beauty (2011).

Da uvidimo pomen sentimentalnosti in domišljije posameznika v tvorbi širšega družbenega kulturnega zasuka, je nujno razumevanje družbenih učinkov francoske in industrijske revolucije. Po Berlinu (2012, 20) je ključni doprinos francoske revolucije v njeni nadaljnji

delitvi družbe. Revolucija, utemeljena na univerzalnosti posameznikovega družbenega delovanja, je namreč zanemarjala bistveno romantično načelo edinstvenosti in poudarjene introspekcije.⁷ Neuspeh dosega idealov revolucije in sočasni vzpon industrijskega kapitalizma sta po Campbellu (2001, 262–265) vodila k temu, da je kulturna ločnica med plemstvom in meščanstvom postala manj pomembna od ločnic naraščajočega srednjega razreda. Vzpostavile so se nove kulturne bojne črte, ki dolgoročno vplivajo na kulturo sodobnih industrijskih družb. Vzpon industrijskega kapitalizma je razosebil družbene odnose in podelil razumu primat razlage realnosti. V historičnem nasprotovanju etosu utilitarnosti postaneta umetnost in domišljija družbeni kulturni prostor delovanja posameznika, ki legitimizira posameznikovo nezadovoljstvo v mehaniziranem svetu in njegovo izpraševanje tradicije. Sentimentalisti so torej postali vzor moralnega, intelektualnega in duhovnega delovanja ter si vzeli pravico urejanja družbe v celoti, pri čemer je njihovo nasprotovanje tradiciji postalo kazalec njihove občutljivosti in skrbi za boljši svet.

V analizi romantičnega značaja moderne mode moramo po Wilsonovi (2013, 60–63) uvideti družbene posledice industrializacije za realnost posameznikovega vsakdana. Z vzponom mehanizacije je spremenljivost vsakdana postala ključna karakteristika delovanja posameznika. Zavoľjo pomiritve negotovosti posameznika v njegovem družbenem delovanju se je znanost ustoličila kot epitom razlage realnosti. Spremenljivost posameznikovega delovanja in vsakdana je bila tako razumljena skladno s kapitalistično etiko. Tovrstna alienacija posameznika je povzročila njegov beg v svet domišljije, ki je bil zmožen naslavlјati skrbi vedno bolj spreminjajočega se vsakdana. Vedno večje udejstvovanje posameznika v mehaniziranem svetu je vodilo v njegovo preizpraševanje odnosa realnosti in njegove percepcije, njene idealizacije. Kulturno ambivalenten pristop do razumevanja realnosti določa družbeno delovanje romantičnega subjekta in njegovo izpraševanje ustaljenosti družbene tradicije.

⁷ Berlin (2012, 25–26) počela romantike izpostavi v historičnosti literarne zvrsti tragedije. Za Grke je bila tragedija zabloda, ki so jo nad človeka poslali bogovi in je bila kot taka neizbežna. Le boljši ljudje – moralno in intelektualno močnejši – bi se lahko izognili usodi tragedije. V zgodnjem devetnajstem stoletju pa literatura spodbuja novo pojmovanje morale – krivda tragičnega posameznika zdaj ni več le njegova, ker se zdaj ne bojuje le za sebe, temveč za boljšo družbo. Tako se vzpostavi dvom v značaj prevladujočih vrednot in spodbudi ambivalenten značaj delovanja posameznika kot akterja družbe.

Delovanje moderne mode je utemeljeno na soodvisnosti družbenega in subjektivnega izkustva v kapitalistični družbi, prek katerega posameznik izprašuje realnost. Tovrstno delovanje pa se legitimizira prek oblikovanja značajskega ideala, skozi katerega, kot opredeli Campbell (2001, 235), »bi bila presoja o lepem stvar pristne čustvene občutljivosti in dovzetnosti«. Romantični umetnik se vzpostavi kot tisti, ki določa in izkazuje želeno romantično držo. V hrepenenju posameznika po dosegu nove družbenosti postane kreativno delo umetnika temelj idealnega značaja občutljivosti. Tovrstna idealizacija kreativnega dela pa povzroči razumevanje umetnika skozi tendence genialnosti. Delo posameznika in njegovo vlogo pri njegovem ustvarjanju tako doleti mistifikacija.⁸

Romantični subjekt je s potrošnjo tistega, kar je prepoznano kot lepo (delo, konceptualizirano skozi genialnost stvaritelja blaga, kot nadalje analiziramo), ustoličil svoje družbeno mesto. Da razumemo pomen blaga skozi širše dimenzije življenjskega sloga sodobnega posameznika, je nujno razumevanje in kritika ene izmed prvih teorij potrošnje – Veblenove teorije porabništva in razumevanja potrošnje blaga skozi razkazovalno funkcijo tako imenovanega brezdelnega razreda. Veblen (1998, 227–237) opredeli razkazovalno funkcijo potrošnje kot posledico družbenega razvoja v času industrijskega kapitalizma, ki ohranja obstoječe družbene razlike. Industrijska revolucija in neenakomerna porazdelitev kupne moči je po Veblenu konstituirala tako brezdelni ekonomsko premožni razred kot tudi delavski razred, katerega naloga je ustvarjanje dobrin, ki jih troši brezdelni razred. V kontekstu razkazovalne funkcije potrošnje del delavskega razreda pridobi novo nalogo – zastopništvo potrošnje dobrin. Potrošnja oblačil torej postane indikator ugleda potrošnika, ustvarjalec teh dobrin pa prenosnik zelene družbenosti. Ker je industrijski kapitalizem zmanjševal število podložnikov in silil v najem delovne sile in s tem povezanega plačevanja z denarjem, se posledično začne oblikovati ustvarjalec produkta kot ključni pogoj, ki blago ustvari na način osebnega samozadovoljstva potrošnika.⁹ Uporabnost teh dobrin torej ni

⁸ Mistifikacija dela posameznika je, kot utemelji Barnard, izhajajoč iz Marxa in Engelsa (2005, 206), rezultat ustvarjanja industrijskega presežka in reduciranja družbene strukture na dva prevladujoča razreda, buržoazijo in proletariat. Oblikovanje značajskega ideala z genijskimi tendencami torej legitimizira pomen industrijskega blaga kot družbeno-kulturno novost.

⁹ Ključni dejavnik simbolne vrednosti produkta je po Veblenu sprememba v pojmovanju tako imenovanega instinkta delavnosti in produktivne vrednosti produkta oziroma vzpona industrijskega kapitalizma in začetka plačevanja delovne sile za ustvarjanje produktov. Kakor obrazloži Veblen (1998, 237): »Dokler so vse delo

določena le strogo skozi utilitarno vrednost, temveč skozi domišljijo, njihovo simbolno vrednost, ki pa je po Veblenu utemeljena le skozi socio-ekonomske predpostavke.

Vendar tovrstni družbeni vidik potrošnje obravnava blago le skozi njegovo zmožnost označevanja družbenih razlik. Kakor utemelji Wilson (2007, 50–53) v svoji kritiki Veblenove teorije potrošnje, se družbeni pomen mode vzpostavi v razumevanju širših družbenih, tehnoloških in političnih zasukov, ki dinamično spreminjajo pomen blaga ter njegove potrošnje v različnih družbenih in kulturnih kontekstih. Posledično je nujna tudi kritika elitistične konceptualizacije ustvarjalca, utemeljene na socio-ekonomskih predpostavkah. Da opredelimo družbeno-kulturni pomen dela modnega oblikovalca, je nujno razumevanje moderne družbenosti in njene refleksivnosti.

2. 3 McQueenov historicizem in moderna

Alexander McQueen je leta 2002 predstavil modno kolekcijo *Supercalifragilisticexpialidocious*, katere estetski videz je temeljil na rabi vizualnih motivov francoske revolucije, zlasti Marie Antoinette (glej Sliko 2.3). Modna revija je potekala v pariškem La Conciergerie, v kateri je bila Marie Antoinette zaprta pred svojo usmrtitvijo. McQueen je v prostoru, urejenem v slogu zapora s konca 18. stoletja, uprizoril historični dogodek francoske revolucije (Watt 2012, 190–192). Estetska motivika preteklosti je bila torej vpeta v sodobnost; prek sodobne spektakularizacije je preteklost v svoji modernosti spet postala *trenutna*. V obravnavi mode kot jezika, kjer je pomen kulturni, izbira estetske motivike in njena vpetost v sodobnost signalizirata svojevrsten družbeni fenomen. McQueen je prek dialektičnosti odnosa preteklosti in sodobnosti naslovil vprašanje sodobne realnosti, ki v svoji samoumevnosti determinira moderno družbenost posameznikov – v tem primeru vprašanje zaporne funkcije v sodobni družbi.

izključno ali pretežno ustvarjali sužnji, je nečastnost produktivnega dela preprečevala, da bi instinkt delavnosti učinkoval v smislu produktivne uporabnosti.«

Slika 2.3: Supercalifragilisticexpialidocious



Vir: Knox (2010, 38).

Kako razumeti historični značaj novosti mode, ki jo označuje vpletanje zgodovine v sedanjost? Foucault v svoji razpravi *Kaj je razsvetljenje?* (1991), kjer se sklicuje na zavest modernosti po Baudelairu, moderno ovrednoti kot držo in ne kot sebi lastno časovno in prostorsko obdobje. Baudelaire (2010, 7–9) je dejal, da preteklost napravi privlačno ravno njen historični značaj, sedanjost pa njena zmožnost biti trenutna. V tem kontekstu je razumevanje modernosti opredelil skozi dvoplastnost lepote umetnosti – umetniško delo

sestoji iz večnega, nespremenljivega, nedojemljivega, obenem pa ga določa tudi spremenljiv značaj, določen s časom nastanka in njegovim avtorjem. Moderni posameznik je namreč po Baudelairu (2010, 11–15) človek sveta, ki kot umetnik tako ni strogo zavezan klasičnim konvencijam umetnosti, temveč njegovo delo uprizarja spremenljivost sveta. Umetniško uprizarjanje motivov torej naslavlja preteklost, ki pa je modificirana za sodobni čas. Naloga modernega slikarja po Baudelairu (2010, 21–22) pa je, da zna pokazati uprizorjen motiv kot konstitutiven za sedanost družbe.

Foucault (1991, 150) tako opredeli modernost kot način navezovanja na sočasno realnost, »prostovoljno izbiro, ki jo naredijo določeni ljudje; in nazadnje, način mišljenja in občutenja; tudi način delovanja in vedënja, ki istočasno označuje razmerje pripadnosti in se predstavlja kot naloga«. Kakor Foucault opredeli Baudelairovo tezo, biti moderen ne pomeni le sprejemanje bežnosti časa in njegove spremenljivosti. Moderni posameznik zavzame določeno držo do tega gibanja časa. Po Foucaultu »ta hotena, težavna drža ni drugo kot ponovno zajetje nečesa večnega, ki ni onstran sedanjega trenutka, niti za njim, ampak v njem. (...) modernost je drža, ki omogoča, da dojamemo 'heroični' vidik sedanjega trenutka«, njegove spremenljivosti in historičnosti.

Foucault nadalje opredeli tovrstno heroizacijo sedanjosti kot ironično, saj je po njem nujna opredelitev odnosov moči, ki legitimizirajo vlogo ustvarjalca preoblikovanja sedanjosti. Po Foucaultu (1991, 151–152) je baudelairovska modernost dejavnost, »kjer se izjemna pozornost do realnega sooča s prakso svobode, ki to realnost spoštuje in hkrati krši«. V tem pogledu se moderna opredeli kot celota institucij, ki določajo družbene prakse posameznikovega delovanja. Vendar nas bolj kot institucionaliziran značaj McQueenovega kreativnega dela, ustvarjenega v sistemu mode, zanima družbena refleksija sedanjosti, ki jo njegovo delo omogoča. Kakor opredeli Foucaultovo držo Driscoll (2010, 136), je moderno mogoče opredeliti tudi kot trenutno časovno prostorsko dimenzijo – kot prostovoljno držo posameznikov do ambivalentnosti sedanjosti in nestabilnosti družbenega konsenza, kjer, kakor utemelji Giddens (1991), krhanje pomena tradicije krepi posameznikovo refleksijo v njegovem družbenem delovanju. McQueenova raba estetskih form torej omogoča tovrstno refleksijo tradicije oziroma baudelairovskega *večnega* v spremenljivosti sedanjosti.

Giddens (1991) samorefleksivnost opredeli kot odločujočo karakteristiko modernega posameznika v njegovem družbenem delovanju. V izpostavljanju konflikta posameznika in družbe ter vprašanja determiniranosti družbene vloge posameznika se krepí njegova individualizacija. Prisiljen je k reflektiranju sebe in svoje življenjske situacije. Tradicija družbe po Giddensu (1991, 38–39) omogoča tovrstno refleksijo posameznika. Funkcijo tradicije v moderni utemelji kot način obvladovanja časa in prostora, ki vsakršno družbeno dejanje ali izkustvo umesti v kontinuiteto preteklosti, sedanjosti in prihodnosti. Vendar je tradicija vedno manjšega pomena pri tovrstnem obvladovanju. Da ima vsaj deloma še lahko pomen za sedanjost, je po Giddensu vedno znova predmet refleksivnega modificiranja.

V analizi moderne kot prostovoljne drže posameznikov se utemljijo kulturne posledice transformacije delovanja mode. Valerie Steele (2000, 7) pluralizacijo življenjskih slogov,¹⁰ definirano prek potrošnje, utemelji kot nezmožnost mode, da bi vzpostavila enoten radikalen videz (po vzoru Diorja in *New Look* videza¹¹). Razvoj mode torej temelji na naslavljanju nižnih modnih slogov. Kar slednje razlikuje, niso le socio-ekonomski faktorji, temveč tudi vrednote, pripisane življenjskim slogom.¹² Po Steelovi je naloga modnega oblikovalca umeščanje oblačila skladno z drugimi kulturnimi artefakti in izbranimi družbenimi prostori delovanja mode, ki tvorijo pomen oblačila, ter s kulturnim vzorcem življenjskega sloga njenih potrošnikov. Kulturni pomen oblačila tako postane katalizator življenjskega sloga oziroma drže do sodobnosti. Steele torej utemelji razosebljenje kreativnih instanc modnih oblikovalcev, saj je po njej pomen produkta mode vedno družben, torej določen z življenjskim slogom potrošnikov. Vendar se ravno skozi tovrstno kritiko modni oblikovalec ustoliči kot epitom želenega življenjskega sloga, in kakor zagovarjamo, želene nove družbenosti v prelomu s tradicijo.

¹⁰ Steele (2000) tezo razvije s pomočjo teoretske predpostavke Teda Polhemusa in njegove študije subkulture ulične mode *Streetstyle: From Sidewalk to Catwalk*.

¹¹ Videz, ki je v svojem odzivanju na družbenost svojega vsakdana še vedno konsenzualno utemeljen kot prelom s tradicijo mode.

¹² Kakor razlaga Steele (2000, 7), slog *modernistov* temelji na potrošnji minimalističnih oblačilnih form in kontrasta bele ter črne barve (značilno za blagovno znamko Jil Sander); in posledični potrošnji družbenih pomenov, ki jih signalizirajo tovrstne estetske forme, skladno z družbenostjo življenjskega sloga potrošnikov.

V kontekstu moderne kot prostovoljne države reflektiranje sedanjosti poteka skozi oblikovalčevo izpraševanje praks družbenega delovanja, kulturnih kontekstov posameznika in modernega vsakdana, ki določa kulturno in družbeno izkustvo potrošnje. Naloga modnega oblikovalca kot ustvarjalca novega je tako ustvarjanje mode kot vizualnih podob, ki so zmožne refleksivno modificirati ustoličene odgovore na vprašanja lepega/starega, mladega/novega, vprašanja konstrukta spolne in družbene identitete, svobode posameznika. Modificiranje pomenov pa poteka skladno s konteksti potrošnje življenjskega sloga posameznika in venomer spreminjajočim se vsakdanom; s skladnostjo realnosti in idealov oziroma utopije.

3 Genialnost v sodobni modni industriji

Alexander McQueen je leta 2010 predstavil modno kolekcijo *The Horn of Plenty*. V njej je retrospektivno obravnaval svojih preteklih petnajst let modnega oblikovanja, ki ga je s preoblikovanjem »recikliral« za današnji čas. Na modni brvi, posuti z razbitimi ogledali, so manekenke hodile ob preteklih McQueenovih oblačilih in eksponatih preteklih modnih revij kot kupov smeti. Predstavljena oblačila so v svojem naslavljanju preteklih kolekcij le-te kanibalizirala – ponovno je izpostavil prevladujoče motive svojega dela in ustvarjal nove videze preteklih oblačil. Vizualne motive in kreativne karakteristike svojega dela je prikazal skozi naslavljanje izbranih estetskih drž, ki jih vzpostavljajo preostale modne hiše. Modno revijo je tako začel s pastišem Diorjevega *New Look* videza – vzorec ribje kosti, značilne za Dior, je združil z njim značilnim vzorcem ptic v letu (glej Sliko 3.1). Če je Diorjev suknjič v tovrstni rabi vzorca poudarjal enostavnost linij in silhuete, je bil McQueenov suknjič, v svojem naslavljanju Diorjevega videza, poln naborkov. Z modno revijo je McQueen, kot je dejal, hotel izpostaviti pomen trajanja oziroma potratnosti mode, v kateri se ideje oblikovanja v svojem ponavljanju vedno znova izrabljajo (Watt 2012, 258–260). Modni sistem skorajda sili modne oblikovalce da se v svojem ustvarjanju novega uvidijo kot kreativni geniji, medtem ko se njihovo delo ob koncu modne revije meče v koš zgodovine.

Slika 3.1: Horn of Plenty



Vir: Knox (2010, 1).

Modni oblikovalci prek konstantne rabe izbranih estetskih in družbenih motivov diferencirajo svoje delo na trgu mode. Obenem pa modna industrija sili oblikovalca v neprestano produciranje novega, zavaljo ohranjanja delovanja institucij proizvodnje in distribucije mode kot tudi modnih kritikov, urednikov. V McQueenovi reciklaži lastnega dela lahko uvidimo kritiko delovanja modne industrije. S stališča modne industrije je McQueen razumljen kot romantični subjekt, čigar delo legitimizirajo tendence genialnosti. V demistifikaciji kreativnega dela posameznika je nujen uvid v romantični konstrukt želje po novem in izpostavljanje družbenih fenomenov, ki legitimizirajo delovanje modnega oblikovalca kot karizmatičnega posameznika s tendencami genialnosti.

Razumevanje kreativnosti posameznika skozi romantično oznako genialnosti je odločilno povezano s sodobno obliko potrošne kulture. V želji po prelomu s tradicijo in ustvarjanju novega delo kreativnosti postane izkustvo, prek katerega posameznik sanjari o dosegu nove družbenosti. Kreativno delo posameznika je torej razumljeno skozi vlogo romantičnega subjekta izkazovanja nove družbenosti in kataliziranja hrepenenja po njenem dosegu. Kakor opredeli Campbell (2001), sanjarjenje kot odločilna karakteristika *idealistične* potrošnje omogoči domišljjsko izkušanje užitka potrošnje v pomenu in podobi izdelka. V premiku užitka potrošnje iz stroge utilitarnosti v njegovo emocionalnost izdelek postane imaginarno izkustvo s podobami, ki jih posameznik želi doseči. V tem pogledu velja omeniti McCrackena (1990), ki temelj delovanja potrošnje opredeli v njeni zmožnosti premeščanja človekovih idealov v drug čas in prostor kot strategiji posameznikovega razreševanja konflikta realnosti in idealnosti. Blago ali pa ljudje postanejo referenčne točke, ki nudijo posamezniku zmožnost zamišljanja zelenega stanja. V tem pogledu postanejo mesto dostopa do historično premeščenega ideala. Kakor utemelji Luthar¹³ (2008, 17): »Gonilna sila takega sanjarjenja in t. i. hedonistične potrošnje so tako kulturne utopije kot individualni ideali – je romantično hrepenenje postati drugi in drugačen«.

Sodobno pojmovanje in družbene implikacije koncepta genialnosti naj bi po Negusu in Pickeringu (2004, 138–139) odločilno zaznamovali evropski romanticizem, ki je genialnost utemeljil kot značajsko karakteristiko romantičnega subjekta. Historični koncept genialnosti pojmuje posameznika, katerega delo so *navdihnile* spiritualne sile. Izhajajoč najverjetneje iz

¹³ Lutharjeva (2008) v analizi Campbellove teorije potrošnje.

evangeličanskega izročila, so romantiki zatrjevali, da imajo vizionarsko moč, ki izvira iz njihovega notranjega duha – »živi prizori, kot jim jih je razodevala domišljija, so bili po njihovem namreč tako stvari izjemne lepote same po sebi kot tudi utrinki idealne stvarnosti« (Campbell 2001, 275–276). Ravno ta nezmožnost racionalne razlage duha oziroma pojasnjevanja njegovega izvora pa konceptu genialnosti posameznika omogoči primat v podajanju domišljajske vizije sveta in ga ustoliči kot izkaz ultimativne umetniške ekspresivnosti.

Genialnost, kakor pravita Negus in Pickering (2004, 139), je močno povezana z zmožnostjo inovativnosti, originalnosti in tudi družbene večvrednosti posameznika. Umetnost je bila primarno prizorišče prenosa religioznih tendenc razlage sveta v sekularne ideje originalnosti. Romantični umetnik-genij je bil v svojem delovanju ločen od vsakdanje realnosti, saj naj bi bil ravno on najbližje silam izvora ustvarjalnosti. V tem pogledu je bila umetniška kreativnost razumljena kot odgovor na razočaranje posameznika, kateremu umetniška stvaritev nudi beg v neskončnost, v idealizirano historičnost oziroma prihodnost. Bolj kot se je vsakdanje življenje definiralo v konfliktu z iskanjem originalnosti posameznika oziroma, kot smo izpostavili prej v analizi Campbella (2001), v želji po prelomu s tradicijo v vzponu industrijskega kapitalizma in razrešitvi občutka izgubljenosti posameznika v mehaniziranem svetu, bolj so romantični umetniki kot razsodniki okusa in posredniki nove kulturno zelene države pridobivali primat družbene kritike vsakdanjosti življenja. Umetnik se je torej ustoličil kot moderna paradigma individualne tendence po samostojnem ustvarjanju oziroma družbeni samoaktualizaciji.

Tovrstno verjetje v družbeni značaj novega, ki ga zmora vzpostaviti le posameznik, prepoznan skozi tendence genialnosti, je vzpostavilo transcendentalni značaj odnosa kreativnosti in umetnosti. Umetniško delo je bilo torej razumljeno kot zmožno univerzalnega naslavljanja družbe in želje po družbenih spremembah. Romantični umetnik-genij se je tako znašel v paradoksalnem položaju – če je naloga romantičnega umetnika izkazovanje zelene družbene države kot univerzalne karakteristike družbe, je bil ta obenem prisiljen v podajanje svojega unikatnega videnja realnosti. Po Negusu in Pickeringu (2004, 150) je ravno to verjetje v moč transcendentalnosti tega odnosa izpodbijalo razumevanje romantičnega subjekta genija kot edinega zmožnega prenosa izvirnosti in izjemnosti v vsakdan, in, kakor dokazujemo, zaznamovalo moderno vlogo modnega oblikovalca.

Skozi hrepenenje posameznika kot vodila potrošnikove želje po novem se vzpostavijo pričakovanja o modnem oblikovalcu kot katalizatorju idealov, ki jih potrošnik skuša doseči prek potrošnje. Tvorijo se elitistični pogledi na delo modnega oblikovalca, ki v kontekstu sodobne družbe ustvarja modne oblikovalce kot *zvezdnike* – poosebljene idealizirane celostne vzorce simbolnega in materialnega sveta ter posledično posredno izkustva in koncepta specifičnega sebstva (Luthar 2008, 19). Diskurz mode torej predstavi delo modnih oblikovalcev kot »delčke genialnosti« in mistificira tako njihove lastne kreativne instance kot tudi družbenost kontekstov potrošnje, ki določajo novost kreativnega dela.

3. 1 Zvezdniška mistifikacija dela A. McQueena

Pomembna instanca, ki mistificira delo modnih oblikovalcev skozi diskurz genialnosti, je sodobni fenomen zvezdnitva. Slavljenje genialnosti McQueenovega dela se ne vzpostavi izključno skozi estetsko in družbeno ovrednotenje njegovih kreativnih instanc. Njegovo slavo moramo razumeti skozi kritiko McQueena kot blagovnega znaka, torej skozi kritiko diskurza (Luthar 2008), ki legitimizira njegovo delo skozi tendence romantičnega koncepta genialnosti.

Slava že dolgo ni več le fenomen popularne množične kulture, temveč je vedno večjega pomena tudi v tako imenovani visoki kulturi. Čeprav je moda zaradi svoje množičnosti (in potrošnega značaja) videna kot del popularne kulture, se vse bolj legitimizira prek svojega poseganja v sfere konsenzualno visoke kulture, še posebej v umetnost, kar se izkazuje prek ustvarjanja umetniških teorij o modi in sodelovanja modnih oblikovalcev z umetniki kot tudi prek muzejskih razstav (le preminulih oblikovalcev, kot opozori Steele (2012b), kar deloma razloži kritiško argumentacijo postavitve retrospektivne razstave McQueena *Savage Beauty* v Metropolitanskem muzeju). Za utemeljitev modernosti McQueenovega dela je nujna tudi analiza institucionaliziranega pomena slave v njegovem ustvarjanju novega. Alexandra McQueena torej razumemo kot karizmatičnega posameznika v visoki kulturi.

Lutharjeva (2008, 24) opredeli slavo kot kulturni diskurz; kot historični in performativni fenomen. Fenomen slave je torej utemeljen na sistemu vrednot in ideoloških konfiguracijah družbe, ki se diskurzivno reprezentirajo v zvezdniku kot poosebljenem blagovnem znaku. V ospredju je karizmatični posameznik, odločilno pogojen in konstituiran z diskurzom slave in

zvezdnštva. Kakor pravi Lutharjeva (2008, 80–85), zvezdnštvo v visoki kulturi odločilno zaznamuje postopek individualizacije posameznika kot osebe s posebnimi darovi in kvaliteta – utemeljenega prek mita o individualnem avtorju kot karizmatičnem geniju. Zvezde so torej kulturni označevalci, ki v sebi nosijo več različnih pomenov, v svojem diskurzu pa ambivalentno izpostavljajo težnjo po transcendentni kreativnosti v kulturi zunaj vseh ekonomskih razmerij, medtem ko je v resnici v celoti komercializirana. Razlog za tovrstno prikrivanje je v težnji posameznega avtorja po legitimizaciji svojega kulturnega kapitala in posledični mistifikaciji ekonomskih interesov, ki vodijo postopek individualizacije pretvorbe posameznika v zvezdo. Pomembna posledica tovrstne individualizacije posameznika zvezdnika je njegova umeščenost zunaj družbe, saj je njegova kreativnost utemeljena kot romantično transcendentalna in tako elitistično naturalizira delovanje kreativnega posameznika.

Avtor umetnik naj bi bil popolnoma osvobojen vseh družbenih določenosti – vseh ekonomskih, političnih in družbenih imperativov, zakonitosti institucionalne matrice (založniške, koncertne itd.) industrije, osvobojen vseh vpetosti v obstoječe stilistične konvencije, v zgodovinske tradicije umetnostnega polja in domnevno neodvisen od režima vrednot, ki vlada v literarnem polju. Kot da ga nič družbenega ne omejuje in določa, le njegov narativni genij (Luthar 2008, 83).

Lutharjeva tovrstno mitologizacijo avtorja opredeli skozi Bourdieujevo »karizmatično iluzijo«. V kontekstu individualističnega subjektivizma se torej vprašanja stvarjenja dela in njegove novosti naslovijo le skozi avtorja ustvarjalca in se zanemarija, kaj njegovo ustvarjanje avtorizira, torej odnose moči akterjev delovanja kulturnega polja¹⁴. Kakor pravi Lutharjeva (2008, 83): »Sistem zvezdnštva v polju visoke kulture, ki temelji na karizmatični ideologiji, prikriva interese, vpletene v delovanje umetniškega polja, in zanemarija vprašanje režima vrednot, na podlagi katerih potekajo vrednotenje, kategorizacija tekstov in slavljenje umetniške kvalitete ali genija«.

¹⁴ Pierre Bourdieu (1993) utemelji kulturno polje kot institucionalizirani prostor posameznikovega družbenega in kulturnega delovanja. Posamezniki tovrstnega polja (v našem primeru modni oblikovalci, tržniki, modni kritiki) so po Bourdieuju družbeni akterji odnosov moči. Svoj družbeni položaj naturalizirajo skozi posedovanje habitusa (poenostavljeno: internaliziranega vrednostnega vzorca, ki določa trajno družbeno delovanje posameznika) in s posedovanjem kapitala (simbolnega, ekonomskega in kulturnega).

Po Bourdieuju (1993, 76–81) je karizmatična iluzija temelj verjetja v vrednost umetniškega dela in osnova za delovanje polja produkcije in razširjanja kulturnih dobrin. Umetniki tako postanejo del dominantnega razreda, njihovo radikalno delo pa je v svojem izpraševanju konvencij umetnosti obenem institucionalizirano, kar omogoča nadaljnjo dominantnost razreda. Fowlerjeva (1997, 64–66) v analizi Bourdieujeve opredelitve karizmatične iluzije umetnikov opredeli posledično ambivalentnost njihovega delovanja. Umetnik je tako analiziran kot prerok družbe, ki prek svojega dela razlaga sedanost, obenem pa strmi k profesionalizaciji svojega dela, ki mu lahko omogoča finančno in družbeno ugodje. Fowlerjeva torej kritizira Bourdieujevo razlago umetnika kot akterja dominantnega razreda, ki legitimizira njegovo razlago sedanosti. Fowlerjeva tovrstno nerazrešeno konfliktnost delovanja umetnika po Bourdieuju opredeli v kontekstu modernosti. Da utemeljimo družbeno in kulturno vlogo umetnika kot tolmača sedanosti, moramo preučevati kulturni pomen njegovega kreativnega dela in kritizirati osebne dispozicije avtorja oziroma njegovo vpetost v odnose moči. Na ta način po Fowlerjevi (1997, 64) kreativno delo ne postane le način družbene distinkcije družbenih akterjev, temveč način osmišljanja sedanosti.

3. 2 Združitev domišljjskega in razumskega v genialnosti ter prenos mode v vsakdan

Konceptualizacija vloge romantičnega subjekta genija po Kantu, kakor jo opredelita Negus in Pickering (2004, 140) v obravnavi Kantovega dela *Kritika razsodne moči*, odločilno določa moderno izrabo koncepta genialnosti. Pojmovanje genialnosti še vedno ostaja deloma elitistično. Ključni doprinos Kanta k modernemu pojmovanju genialnosti pa je, kakor izpostavita Negus in Pickering, izpostavitve njenega institucionaliziranega značaja. Opredeljevanje originalnosti dela tako poteka znotraj dveh polj genialnosti oziroma izjemnosti – med tistim, kar je v svojem izkustvu nezmožno razlage, oziroma *sublimnim*, in tistim, kar mu z izražanjem skozi prevladujočo družbeno tradicijo omogoča konsenzualno prepoznavo, torej *razumom*.

Kot prirojena dispozicija genialnost onemogoča konceptualno razlago svoje originalnosti, obenem pa je vzor, po katerem se ustvarjajo oziroma radikalno spreminjajo temeljna pravila umetniškega izražanja znotraj kulturne tradicije. Kant ne pripisuje genialnosti notranjemu

demonu (kar danes pojmuje kot nezavedno) in tudi ne nasprotuje tovrstnemu pojmovanju, tako da bi izpostavljalo trdo delo tovrstnega posameznika, temveč zariše umetniško genialnost kot združitev sublimnega in razuma (Negus in Pickering 2004, 140).

V opredeljevanju genialnosti dela in posledične modifikacije sodobnosti, velja izpostaviti Sontag (2009, 293–294) in njeno kritiko družbenega občutenja kreativnega dela v času industrijskega kapitalizma. Vzpon slednjega je vzpostavil ločenost dveh sfer delovanja posameznika – umetniške in znanstvene. Umetniško izkustvo naj bi popolnoma temeljilo na zmožnosti umetnika, da vzpostavi to občutenje, medtem ko znanstveno občutje temelji na razumu. Tovrstno konstruirani konflikt razuma in domišljije tudi določa način modernega razumevanja novosti kreativnega dela. V ločevanju domišljije od razuma je kreativnost obravnavana kot značajska poteza genialnosti. Novost tovrstnega dela pa je obravnavana le skozi njen institucionalizirani značaj (kritiki, teoretiki, tržniki ...), torej ločeno od širše družbenosti. V tovrstni razlagi, kakor utemelji Sontag (2009, 4), teoretiki in kritiki vrednotijo kreativnost dela posameznika skozi institucionalizirane kriterije ocenjevanja forme in vsebine. Tako konceptualizirani modi se zanika kreativne instance dela posameznika in posledično družbeni ter kulturni pomen novosti njegovega dela. Zakaj torej mistifikacija delovanja mode in kreativnosti modnega oblikovalca?

V tem kontekstu velja izpostaviti kritiko romantične misli o avtorskem delu po Negusu in Pickeringu (2004, 153), ki jo predstavlja na primeru dela poeta. Romantična naloga poeta naj bi bila pretvorba svoje kreativnosti v besedilne figure na način razlage sedanjosti. Avtor torej skozi svoje delo podaja izkustvo sedanjosti. Obenem pa občinstvo občuteno sprejema to delo, saj jih avtor poziva, da podoživijo to izkustvo. Kakor pravi Sontag (2009, 295–296), moramo tako pomen kulturnega blaga razumeti skozi preplet umetnosti in znanosti; torej skladno s spremenljivostjo vsakdana in več polji delovanja, ekonomskega, političnega, spolnega, kulturnega. Novost dela Alexandra McQueena tako v svoji modernosti postane izkustvo njegove kreativnosti in spremenljivosti kulturnih ter družbenih kontekstov potrošnikov. V potrošnji, utemeljeni na hrepenenju po dosegu družbenih idealov, jih modni oblikovalec uprizori skozi spremenljivost moderne. McQueenova novost se torej utemelji v ustvarjanju družbenega izkustva sodobnega izpraševanja historičnih idealov; utopičnosti ideala in realnosti vsakdana.

Alexander McQueen je leta 2001 predstavil modno kolekcijo *Voss*. Modna brv je bila postavljena znotraj steklene komore, katere stene so ločevale občinstvo od manekenk. Notranjost komore se je razkrila ob začetku revije; obiskovalci so med čakanjem strmeli v lastne odseve, medtem ko so poslušali zvoke globokega dihanja in srčnega utripa (glej Sliko 3.2). Ob začetku revije so obiskovalci videli prostor, urejen v slogu psihiatrične ambulante, obložen z belimi blazinami, na sredi pa zagledali še eno zaprto komoro. Obiskovalci so postali voajerji – steklene stene in 100.000 megavatnih ur svetlobe je preprečevalo manekenkam, da bi videle obiskovalce. Kolekcija *Voss* je v svojem spektaklu estetsko in motivno naslavljala naravo in ptice – oblačila asimetrične forme z naborki iz lupin morskih školjk, podobnimi ptičjim pernatim repom, so bile predstavljene znotraj steklene komore, ki je ločevala obiskovalce revije od manekenk (Watt 2012, 167–173).

Slika 3.2: Steklена kocka Voss



Vir: Knox (2010, 15).

Tableau vivant je bil finale modne revije. McQueen je v naslavljanju umetniške instalacije *Sanitarium* umetnika Witkina (2012) ob zaključku revije spustil stene steklene škatle znotraj komore in razkril golo debelo žensko na stolčku za ležanje, ki je ob pogledu na obiskovalce razparala vrečko z molji (glej Sliko 3.3 in Sliko 3.4). Prizor je naslavljal renesančne podobe

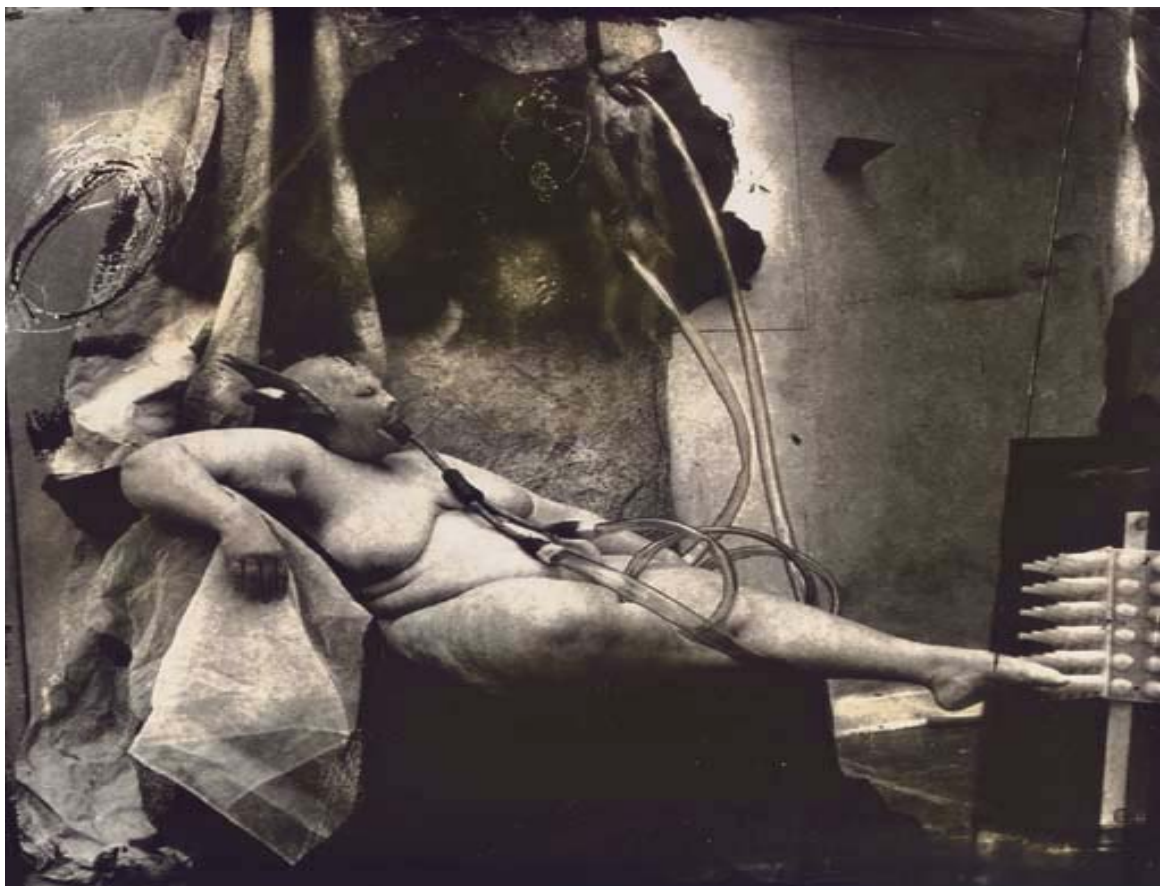
Venere kot ultimativnega izkaza ženske lepote, sedaj prikazanega v prostorih, podobnim ustanovam psihiatrične bolnišnice (glej Sliko 3.5). *Tableau vivant* kot estetska in družbena kulturna forma kreativnosti modnega oblikovalca izpostavlja dialektični značaj delovanja novosti mode v izpraševanju sodobnosti. Watt (2012, 170–173) v svoji obravnavi McQueenove *tableau vivant* oziroma »živeče slike« opredeli sodobno uprizorjanje družbenih in kulturnih historičnih motivov kot orodje izpraševanja družbene tradicije sodobnosti. V McQueenovi rabi umetniške forme *tableau vivant* in izbiri historičnega motiva se izkaže ustvarjalčeva želja po ustvarjanju nove ideje, katere novost se utemelji v modificiranju kulturnega etosa sodobne družbe.

Slika 3.3: McQueenova Venera



Vir: Knox (2010, 16).

Slika 3.4: Witkin, Sanitarium



Vir: Christie's.

Slika 3.5: Giorgione, Speča Venera



Vir: Web Gallery of Art.

Pomembno vprašanje opredelitve mode skozi soodnosnost romantike in moderne je razumevanje modernega pojmovanja časa in prostora. Anthony Giddens (1990, 17–18) moderni čas in prostor opredeli kot *izpraznjena*. Čas in prostor se utemeljita skozi družbene instance, torej skozi način družbenega upravljanja z njima. Sodobnost je tako utemeljena v reprezentacijah časa in prostora. Posledično je preteklost razumljena kot svojevrsna *razgledna točka*, ki reflektivno opredeli sodobnost moderne. Skozi ponovno uprizarjanje historičnih družbenih motivov McQueen torej izpostavi družbeno konstruiranost pomena specifičnega sodobnega pojava. Postavitev *tableau vivant* oziroma »živeče zgodovine« v kontekst modne revije postane moderno orodje izpraševanja sodobnosti. Modernost se v svoji želji po novem neprestano odziva na spremenljivost vsakdana. Kakor utemelji Evans (2000, 143), moda (natančneje: modne revije, modne fotografije, instalacije, ipd.) s svojo rabo historičnih motivov spektakularizira preteklost. Predstavlja jo idealizirano, visoko estetizirano in kot skladno s sodobnim vsakdanom. S postavljanjem estetiziranih podob historičnih dogodkov ob bok sedanjim preteklost ponovno postane sedanja. Historični čas tako ni nekaj, kar teče linearno iz preteklosti v sedanost, temveč sestoji iz kompleksnega odnosa vrnitev in oživljanj, prek katerega preteklost spet postane sodobna.¹⁵ Historični čas torej postane *trenuten* v modernosti.

Tovrstna McQueenova izraba *alegoričnosti* diskurza mode odločilno določa njegovo novost. Sklepni argument kritike romantične oznake McQueena je analiza utopičnega značaja mode v ustvarjanju novega. Driscoll (2010, 152)¹⁶ v svojem sklicevanju na Foucaultov koncept heterotopij pravi, da moda v svoji želji po prelomu s tradicijo in ustvarjanju novega odločilno konstituira dva ločena prostora – utopijo in realnost.

Po Foucaultu (2008, 14–22) obstajata dva družbena prostora, znotraj katerega se konstituira realnost posameznika, in kakor obravnavam, njegova novost – idealizirani prostor utopije, nezmožen uresničenja v realnosti, in institucionalizirani prostor heterotopije, ki kontrastno naslavlja utopijo in jo reprezentira v realnosti. Koncept heterotopij temelji na primeru odsevanja posameznika v ogledalu – izkustvo ogledovanja sebe v ogledalu tvori za Foucaulta (2008, 16–17) nerealni prostor izkušanja ideala in realnosti. Skozi dialektični značaj delovanja utopije (ogledala) in heterotopije (družbenega in kulturnega konteksta delovanja

¹⁵ Evans tezo spektakla modnih revij razvije skozi teorijo Benjamina (v White and Griffiths 2000, 143 – 165).

¹⁶ Driscoll (2010) nadalje obravnava klasičnost mode.

posameznika) se ideal *naturalizira* skozi realnost. Historični kulturni ideal se namreč reflektira v svojem sodobnem izkustvu – skladno z družbenim in kulturnim delovanjem. V tem kontekstu je novost le predmet modernega modificiranja ustaljenega historičnega ideala. Foucault torej deterministično obravnava dialektičnost ideala in realnosti. Za njega so kulturni ideali univerzalni, skupni vsej družbi in v svojem značaju nespremenljivi. Alexandru McQueenu kot ustvarjalcu novega se torej zanika njegova kreativnost, saj so ideali po Foucaultu samoumevno dialektični. Vendar kdo ustvari ogledalo na način zmožnega odseva?

Kompleksno vprašanje moderne subjektivitete ustvarjalca novega na tem mestu naslavljam le deloma – skozi pojmovanje kreativnega dela kot kulturnega artefakta, ki svojo novost utemelji v razrešitvi konflikta razuma in domišljije, torej utilitarnosti in tudi občutenja. Po Dantu (2013, 36–42)¹⁷ je nujno družbeno verjetje v simbolno vrednost kreativnega dela. Po njem nič ne more biti novo, saj občutenje kreativnega dela (torej razumska in domišljajska interpretacija) temelji na našem predhodnem akumuliranem znanju – naša pričakovanja o pomenu dela determinirajo kulturni vzorci in družbeni konteksti našega delovanja. Kreativno delo po Dantu torej nikoli ne more biti povsem novo, le modificirano. Kako torej razumeti trajnejši družbeni in kulturni pomen novosti kulturnega artefakta?

Izhajajoč iz Dantove konceptualizacije, je McQueenova naloga ustvarjanje kreativnega dela, ki je interpretirano poosebljeno, občuteno. Vendar ravno ko Danto zanika, da bi v tovrstnem delu šlo za ustvarjanje novega, se vzpostavi moderno razumevanje novosti. Novo v moderni je v prelomu s tradicijo in je torej soodnosno vzpostavljeno. Tradicija ni zanikana, temveč preizpraševana. V analizi mode kot Foucaultovega ogledala, torej kot intertekstualnega stičišča družbenih diskurzov, se novost mode vzpostavi v preseku sodobnosti in zgodovine. McQueenovo rabo historičnih estetskih in družbenih motivov tako razumemo v odnosu s tradicijo sodobnosti. Da pa moda postane v svojem idealiziranem značaju del realnosti, je naloga modnega oblikovalca, da uokvirja izkustvo odseva želene družbenosti v ogledalu mode. To se lahko opredeli prek rabe estetskih form in tudi izrabe ekonomskega značaja mode, ki vedno znova stremi k novemu. Vendar tovrstna utilitarna razlaga ohranja strogo idealizacijo historičnega ideala. Naloga modnega oblikovalca je družbeno uokvirjanje izkustva mode, ki je odzivno na kulturno ambivalentnost sodobne družbe. V sodobnem razumevanju kreativnega

¹⁷ Danto (2013) v kritiki institucionalizacije kreativnosti umetniškega dela.

dela moramo McQueena razumeti kot ustvarjalca *izkustva ambivalentnosti modernosti*, ki prek uprizarjanja historičnega ideala tvori novost oblačila kot kulturnega artefakta preizpraševanja kulturnih konvencij družbe.

4 Sklep

Genij je za Baudelaira (2010, 16) kreativni posameznik, ki odrasel lahko izrazi vsa naivna otroška doživetja novega. Po Baudelairu se torej novo ustvari skozi izpraševanje vseh ponotranjenih družbenih izkustev. V digitalizirani sodobnosti vloga modnega oblikovalca kot ustvarjalca modernega novega postane še kompleksnejša. Kakor pravi Liroy Choufan (2013), popolno arhiviranje zgodovine posledično zanika modi zmožnost ustvarjanja novega. Vendar že ekonomski značaj mode vedno znova strmi k novemu, kakor je dejala Coco Chanel: »Moda mora umreti, in to kar se da hitro, zavoljo lastnega preživetja« (v Steele 2012b).

Kako torej razumeti novo skozi prelom s tradicijo? V razumevanju mode kot intertekstualnega kulturnega diskurza se novost vzpostavlja skozi dinamiko razvoja družbe. McQueenova novost je utemeljena v svoji družbenosti – v soodnosnosti sprememb ekonomskih faktorjev (trženje, promocija, produkcija) kot tudi kulturno-družbenih faktorjev (politika, identiteta, kultura), po Marimottiju (2000, 96–97). Četudi se prepustimo postmoderni misli, da je vse nedoločljivo, je v značaju kreativnega dela modne industrije in modnega oblikovalca, da vedno znova ustvarja nov pomen. Da McQueenova moda pridobi dinamični družbeni pomen novega, se njegova kreativna vloga utemelji v kritiki historičnosti mode in ustvarjanju novega v prepletu s tradicijo; v izpraševanju historičnih idealov in modernem modificiranju.

Steele (2012b) je v svoji analizi umetnosti mode izpostavila Bourdieujevo opredelitev družbenega verjetja kot ključnega faktorja pojmovanja kulturnega artefakta kot umetnosti. Vendar je Steelova v kritiki Bourdieuja in produciranja simbolnega pomena kreativnega dela izpostavila, da nestabilnost družbenega konsenza otežuje tovrstno institucionalizacijo verjetja. V Foucaultovi (1991) opredelitvi moderne kot drže se naše prostovoljno verjetje v McQueenovo novost utemelji v raznolikosti kulturnih in družbenih kontekstih potrošnje modernega posameznika. Konceptualizacija novega mora presegati univerzalno videnje le-tega kot vseobsegajočega in skupno družbeno deljenega. Tako lahko morda opredelimo

McQueenu značilno rabo gotskih historičnih motivov kot odziv na držo izbranih posameznikov do sodobnosti. Obenem pa gotsko motiviko, ki signalizira minljivost, uničenje, dekadenco življenja, lahko razumemo skozi konstrukt sodobnosti moderne, ki zanika posameznikovo subjektiviteto. Analiza McQueenovega dela vsekakor potrebuje širšo družbeno in kulturno obravnavo estetike njegovega dela in bo predmet nadaljnega raziskovanja.

Prek razreševanja konflikta razuma in domišljije oziroma kritike institucionalizacije kreativnosti se potrošnja mode utemelji v raznolikosti družbenih in kulturnih kontekstih potrošnje. Moderna novost se torej ne ustvari v prelomu s tradicijo, temveč v njeni soodnosnosti z modernostjo družbe. Vendar se ravno tu ustoliči ambivalentna vloga kreativnega posameznika v njegovem ustvarjanju novega. Po eni strani njegovo delovanje institucionalizirano vodi v vizionarsko mistificiranje vloge modnega oblikovalca ustvarjanja novega. A kakor je McQueen opredelil novost svojega dela (v Urbanelli 2011, 30): »Moraš poznati pravila zgodovine, da jih lahko uničiš. Ustvarjam, da izprašujem pravila, a ohranim tradicijo.« V tem kontekstu se moramo pri razumevanju novosti kulturnega objekta odmakniti od razumevanja genialnosti kot poosebljene značajske poteze ene osebe ter jo obravnavati kot predmet družbe. Kakor opredelita Negus in Pickering (2004, 170), kreativno delo tako spet postane družbeno izkustvo razlage spremenljivosti modernosti. V kritiki novega kot historičnega ideala in družbenega verjetja, da novost ustvarja le modni oblikovalec kot romantični subjekt umetnik, izpostavljam McQueenovo razlago namena modne revije Voss (v Urbanelli 2010, 144): »Hotel sem, da se vidijo v odsevih. Hotel sem, da se vprašajo – ali sem res tako dober kot tisto, kar gledam?«

5 Literatura

- Barnard, Malcolm. 2005. *Moda kot sporazumevanje*. Ljubljana: Založba Sophia.
- Baudelaire, Charles. 2010. The Painter of Modern Life. V *The Painter of Modern Life*, prev. P. E. Charvet, 6–60. London: Phaidon.
- Berlin, Isaiah. 2012. *Izvori romantike*. Ljubljana: Krtina.
- Black, Sandy. 2011. Editorial. *Fashion Practice* 3 (1): 5–10.
- Bolton, Andrew. 2011. Preface. V *Alexander McQueen – Savage Beauty*, ur. Elissa Urbanelli, 12–16. New York: Metropolitan Museum of Art.
- Bourdieu, Pierre. 1993. *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press.
- Campbell, Colin. 2001. *Romantična etika in duh sodobnega porabništva*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- Christie's. Dostopno prek: <http://www.christies.com> (18. avgust 2013).
- Choufan, Liroy. 2013. *Is Digital Imagery Creating Cut-And-Paste Fashion Trends?* Dostopno prek: <http://www.businessoffashion.com/2013/07/op-ed-is-digital-imagery-creating-cut-and-paste-fashion-trends-saint-laurent-moschino-zara-mango-madeleine-vionnet.html> (3. avgust 2013).
- Danto, Arthur C. 2013. *What Art Is*. New Haven & London: Yale University Press.
- Driscoll, Catherine. 2010. Chanel: The Order of Things. *Fashion Theory* 14 (2): 135–158.
- Evans, Caroline. 2000. John Galiano: Modernity and Spectacle. V *The Fashion Business: Theory, Image, Practice*, ur. Nicola White in Ian Griffiths, 143–165. Oxford: Berg.
- 2007. *Fashion at the edge: spectacle, modernity and deathliness*. New Haven and London: Yale University Press.
- Foucault, Michel. 1991. Kaj je razsvetljenstvo? V *Vednost – oblast – subjekt*, ur. Mladen Dolar, 145–158. Ljubljana: Krt.

---2008. Of Other Spaces. V *Heterotopia and the City. Public space in a postcivil society*. ur. Michiel Dehaene in Lieven De Cauter, 13–29. London in New York: Routledge.

Fowler, Bridget. 1997. *Pierre Bourdieu and Cultural Theory: Critical Investigations*. London: Sage Publications.

Giddens, Anthony. 1990. *The Consequences of Modernity*. Stanford: Stanford University Press.

Knox, Kristin. 2010. *Alexander McQueen. Genius of a Generation*. Great Britain: A & C Black Publishers Limited.

Kos, Janko. 1980. *Romantika*. Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnosti, Inštitut za slovensko literaturo in literarne vede.

Carax, Leos, režiser. 2012. Holy Motors. DVD. Velika Britanija: Artificial Eye.

Luthar, Breda. 2008. *Proizvodnja slave: politika v popularni kulturi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV.

Maramotti, Luigi. 2000. Connecting Creativity. V *The Fashion Business: Theory, Image, Practice*, ur. Nicola White in Ian Griffiths, 91–102. Oxford: Berg.

McCracken, Grant. 1990. *Culture and Consumption*. Bloomington: Indiana University Press Press.

Met Museum – Alexander McQueen, Savage Beauty. 2011. Dostopno prek: <http://blog.metmuseum.org/alexandermcqueen/> (18. avgust 2013).

Negus, Keith in Michael Pickering. 2004. *Creativity, Communication and Cultural Value*. London: Sage.

Saint-Exupéry, de Antoine. 2010. *Mali princ*. Ljubljana: Mladinska knjiga.

Sontag, Susan. 2009. *Against Interpretation and other essays*. London: Penguin Group.

Steele, Valerie. 2000. Fashion: Yesterday, Today and Tomorrow. V *The Fashion Business: Theory, Image, Practice*, ur. Nicola White in Ian Griffiths, 7–20. Oxford: Berg.

--- in Jennifer Park. 2007. *Gothic: Dark Glamour*. New Haven: Yale University Press.

--- 2012a. *Valerie Steele on Daphne Guinness*.
Dostopno prek: <http://www.youtube.com/watch?v=Txip9RdSpFg> (2. avgust 2013).

--- 2012b. *Is Fashion Art? @ mumok*.
Dostopno prek: <http://www.youtube.com/watch?v=weB-SQ-XP-c> (2. avgust 2013).

Urbanelli, Elisa, ur. 2011. *Alexander McQueen – Savage Beauty*. New York: Metropolitan Museum of Art.

Vaughan, William. 1994. *Romanticism and Art*. London: Thames and Hudson Ltd.

Veblen, Thorsten. 1998. Razkazovalna potrošnja. *Časopis za kritiko znanosti* 26 (189): 227–240.

Volonté, Paolo. 2012. Social and Cultural Features of Fashion Design in Milan. *Fashion Theory* 16 (4): 399–432.

Watt, Judith. 2012. *Alexander McQueen: The Life and the Legacy*. New York: Harper Design.
Web Gallery of Art. Dostopno prek: <http://www.wga.hu/index.html> (17. avgust 2013).

Wilson, Elizabeth. 2003. *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. London: I.B. Tauris & Co Ltd.

Witkin, Joel-Peter. 2012. *Vanitas*. Revnice: Nakladatelstvi Arbor Vitae.