



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 zmagovito 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 Mägdlein«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, osebo Gabrielle Chanel in parfum 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 mravljice skrbijo, da so vitke v pasu, še bolj vitke želijo biti dekllice; Wolfram von Eschenbach (2013): *Parzifal*; po izdaji Wolfram von Eschenbach: *Parzival und Tituel*. 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 kulturnega 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 kritičnih umov s področja prava, kemije, znanosti, umetnosti in filozofije je predstavil kalejdoskop 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