

CALVIN KLEIN RENESANSAS

Autorė – Liucija Adomaitė

Nuotraukos – mados namų archyvai, Giovanni Giannoni, Willy Vandepierre



1981-ieji. Amerika

Kamera lėtai slenka ties laibomis *Brooke Shields* kojomis, kuri dėvi tamsaus, beveik pilkšvo mėlynumo džinsus. Sužiba kaubojiška diržo sagtis. Pasigirsta švilpavimas: švelnus ir be pastangų. Taip švilpauja tie, kurie švilpauja geriau nei kiti, ant kurių flaneliniai marškiniai akimirksniu virsta *haute couture*, tie, kurie kramtydami gumą atrodo mandagūs. Staiga kamera sustoja, *Brooke* pakelia įkypas akis ir išdrėbia: „Nori sužinoti, kas slypi tarp manęs ir mano *Calvin*? Nieko.“ Konservatyvi namų šeimininkė turėjo dvi galimybes – staigiai perjungti kanalą arba išmesti iš rankų dar vieną obuolių pyragą. Bet buvo per vėlu. Išibėgėjusiai įžūlumo revoliucijai dirigavo dvi raidės – *CK* – jau tapusios vienu įtakingiausių naujosios kartos amerikietišku prekės ženklu. 80-aisiais „Times Square“ jau puošė milžiniška vos trumpikėmis prisidengusio olimpinio sportininko *Tom Hintnaus* nuotrauka su prierišu „Calvin Klein Underwear“. Kompanija pardavė tris milijonus porų trumpikų vos per tris savaites, o masinės psichozės varomai gerbėjai išvogė plakatus net iš autobusų stotelių. 90-aisiais jaunutė *Kate Moss* įkūnijo androgenišką „Calvin Klein“ viziją, garbinančią nepriklausomą, atviro seksualumo išraišką, kuriai pritarė ir rokenrolo tėvu vadinamas *Iggy Pop*. Marketingo žiniuoniai, atsukę krūtines į vakarus, kartojo burtažodį *sex sells*.

2014-ieji. „Instagram“

Beveik pusė milijono čia esančių nuotraukų turi žymę *#MyCalvins*. Reklaminė kampanija tokiu pat pavadinimu socialiniuose tinkluose praūžė kaip uraganas. Aritmetika – „Facebook“ puslapis pasipildė 2,2 milijonais naujų patinka, „Instagram“ – beveik 2 milijonais. Kas atsitiko? Socialinių tinklų grandai *Justin Bieber*, *Kendall Jenner*, *FKA Twigs* įstojo į klubą. 2016-ųjų gegužę *CK* metė dar vieną kozirį. Kampanija „I ___ in *#mycalvins*“, kurioje dirbo fotografai *Harley Weir* ir *Tyrone Lebon*, kilstelėjo vidutinę metinę temperatūrą. Viskas, apie ką galėjai pagalvoti, ką galėjai įrašyti į paliktą tarpą, galėjo tapti realybe. Nuotraukoje *Justin Bieber*, kurio ranka tarsi netyčia patogiai guli ant klyno, sako sapnuojąs savo *#kalvinuose*, tuo tarpu *Abbey Lee*, ranka uždengusi nuogą krūtį, tikina, jog yra laisva savo *#kalvinuose*. Tačiau, provokaciją sėkminga galima buvo skelbti tik tada, kai *Klara Kristin* parodė raštuotus apatinius. Prierišas „I flash in *#mycalvins*“ galėjo reikšti arba aliuziją į *Britney*, kuri dar savo aukso amžiuje mokė Holivudą iš naujo permąstyti apatinių (ne)dėvėjimo prasmę lipant iš taksi, arba tai, kad buvo peržengta per toli. Publikai toks vojeristinis žiūros taškas pasirodė seksistinis ir menkinantis moterį. Beveik nepastebimai „Calvin Klein“ iš prekės ženklo, kuris simbolizavo pareiškimą, tapo tarsi rentgenu peršviesta, nuoga provokacija. Nuogas dėl nuogumo „Calvin Klein“ identitetas, išpeitęs save į kampą ir supratęs, kad nuogesis būti nebegali, turėjo kažką sugalvoti. Ir labai greitai.



2017-ieji. Amerikietiškas renesansas

Vos užėmęs „Calvin Klein“ vyriausiojo dizainerio kėdę, belgų dizaineris *Raf Simons* nieko nelaukė. Beveik simboliškai atrodo pirma jo įvykdyta misija – kartu su grafikos dizaineriu *Peter Saville* perkurtas ikoniškasis „Calvin Klein“ logotipas. Būtent toks logotipo dizainas, anot dizainerio, žymi ženklo grįžimą prie savo originaliųjų ištakų. Tai reiškia du svarbius strateginius žingsnius. Naują „Calvin Klein“ gyvavimo erą ir naują užduotį jam pačiam – parvesti namo kažkur paklydusį *Kleinišką* entuziazmą, tik šįsyk pro pagrindines duris *West 39-oje* gatvėje, Njujorke. Strateginio kelio, kurį pasirinko dizaineris, gale išnyra *Laisvės* statulos kontūrai. Iš esmės, *Raf Simons* bandys grąžinti Amerikai jos pačios širdį.

Buvęs „Christian Dior Couture“ mados namų *womenswear* kūrybos vadovas, pasižymi tipišku minimalistiniu braižu ir savo liberaliu požiūriu į industriją, kurioje elitizmui nėra vietos. „Calvin Klein“ vadovas *Steve Shiffman* yra sakęs, kad būtent *Raf Simons* prisidėjo prie modernios mados estetikos formavimo, tos mados, kokia ji yra šiandien. Tvarkingi kirpimai, šviri forma, intelektualiai ramybė, idėja prieš formą. Būtent tokia ir buvo vasario 7-ąją pasirodžiusi pavasario-vasaros „Calvin Klein“ kampanija pavadinimu „American Classics“, kurią fotografavo jaunosios kartos, plačiai neišgarsėjęs kūrėjas *Willy Vandepierre*. Nuotraukose matyti tokių amerikiečių tapytojų kaip *Andy Warhol*, *Richard Prince*, *Dan Flavin* ir *Sterling Ruby* darbai. Didžiulio kontrasto su tuo „Calvin Klein“, kurį gerai žinome, negalima nepastebėti. Modeliai, dėvintys *CK* džinsus, baltus marškinėlius ar tik trumpikes, stovi basi ant šalto galerijos grindinio. Žiūrovui, pripratusiam prie kaltų siužetų, įprastų *CK* plakuose, gali pasidaryti neįauku. Šįkart, pusnuogiai vaikinai ne tik nusisukę nuo kameros, jie absoliučiai į mus nežiūri. Dar daugiau – atrodo, jog jie





tikrai užsiėmę – apžiūrinėja paveikslus, diskutuoja, gėrasi, mąsto, apsikabina, pasibučiuoja. Tušti žvilgsniai iš iki prakaito įkaitusių #MyCalvins plakatų „American Classics“ virto subtiliai kontempliuojančia kūno kalba. Svarbu ir tai, kad Raf Simons praplėtė apatinio rūbo sampratą į lentynas gražines klasikinius apatinius marškinėlius ir džinsų medžiagiškumą. Atiduodamas duoklę drabužių dizainui, kaip aukščiausios klasės eruditas, Raf Simons aprenė prieš tai apnuogintus modelius ir papuošė juos renesansišku noru pažinti.

Po kelių dienų, vasario 10-ąją, Raf Simons pristatė savo naują „Calvin Klein“ 2017-ųjų rudens viziją ant podiumo. Kolekcija buvo apie viską po truputį, tokia, kokia yra ir pati Amerika. Į permatomą plastiką įsukti klasikiniai moteriški siluetai, rankų darbo skiautinių detalės, juodai rudos spalvos modernūs kaubojiški batai, Amerikos vėliavos spalvas ir raštą atkartojantys motyvai, dizainerio stiprioji pusė – moteriškas ir vyriškas kostiumas, langučiai, lengvos PVC (polivinilchloridas – red. pastaba) suknelės ant petnešėlių, puoštose rankų darbų plunksnomis, ir, žinoma, labai daug džinsų. Jaunatviškos, ryškios ir aiškios spalvos – oranžinė, auksinė, rožinė, sodriai mėlyna, violetinė, kreminė, koralinė, anglies juoda, klasikinė pilka ir smėlio – sukūrė pritaikomos ir apgalvotos kolekcijos išpūdį. Sodrios aukso spalvos kailinis paltas, per liemenį perjuostas virve, iškart tapo vakaro vinimi. Natūralūs, beveik be makiažo modelių veidai tarytum skaitė Niujorkui minimalistinės mados architektūros pradžiamokslį. Socialinių tinklų žvaigždučių ant podiumo nebuvo. Raf Simons aiškiai parodė, kad sekėjų skaičius jam išpūdžio nedaro. Toks beveik vintažinis dizainerio požiūris „Twitter“ valdomoms Jungtinėms Valstijoms galėjo pasirodyti kaip iš medžio iškritęs europietiškas akibrokštas.

Vis dėlto, optimistiška kolekcijos energija tvyrojo ore. Menininko Sterling Ruby kūrinys „Flag“ – balinta ir dažyta drobė, atkartojanti Amerikos vėliavos motyvą, puošė pirmo aukšto lubas „Calvin Klein“ būstinėje. Didįjį pristatymo finalą vainikavo David Bowie daina „This Is Not America“. Bet iš tiesų, Amerikos čia buvo daugiau nei Baltuosiuose rūmuose. Pats Raf Simons savo debiutą apibūdino kaip įvairovės šventę. Dizaineris meistriškai atidavė savo duoklę šaliai, kurioje amerikietiškos ikonos statusas priklauso „Calvin Klein“, ir kurios vėliavą jis jau pasiryžo nešti.

Ar permatomo plastiko motyvai galėjo būti atkirtis tradicinei „Calvin Klein“ nuogumo filosofijai? Toks neintymus, beveik nuasmeninančios medžiagos pasirinkimas sukūrė sintetinį, gamyklinį pakuotės efektą. Jei Brooke Shields dabar vėl paklaustų, kas slypi tarp jos ir „Calvin Klein“, ši būtų atsakiusi: „visi mano rūbai“. Rišdamas virves per modelių liemenis, Raf Simons užrišo ir visas likusias vulgarumo užuominas. Atėjo laikas ištarti – Calvin Cleaned.

