



Kavakubo Rei

A divat nagyasszonya

Írta: Iskariotes

Tökéletlenség, mulandóság, hiányosság, rendellenesség vagy az aszimmetria; ezek jellemzik korunk egyik leghíresebb japán divattervezőjét, Kavakubo munkásságát.



Kavakubo Rei (川久保玲) 1942. október 11-én született Tokióban, apja egyetemi tanár volt, mára világhírű divattervező, stylist és a „Comme des Garçons” (コムデギャルソン, mint a fiúk) nevű divat márka alapítója, tulajdonosa, tervezője és egyik vezetője (a márka jelenleg 180 millió dollárt ér). Technikáját mind Japánban mind pedig nyugaton elismerés övezi, mestere a különböző textiliáknak és egyéb anyagoknak, a vágás technikája egyedül. Mind a nemzetközi szakma mind pedig a divat-sajtó nagyra becsült tagja Kavakubo, aki saját magát nem tartja ikonnak.

Korai évei

Kavakubo 1964-ben diplomázott le a Keio Egyetemen, ahol filozófiát, irodalmat és képzőművészetet tanult. Egy kémiai cég, az Asahi Kasei hirdetési osztályán kezdett el dolgozni. Hamar csalódott a munkahelyében, ezért 1967-ben független stylistként kezdte el keresni a mizsóra valót. Ezekben az években inkább divatfotósként dolgozott, nagy problémája volt, hogy egyetlen ruhát sem kellett fotóznia, ami tetszett volna neki, ezért egyre inkább a tervezés felé fordult. Már ekkor a vabi-szabi filozófia alá került, tehát semmi sem lehet tökéletes, minden mulandó, így a ruhák sem lehetnek tökéletesek és állandók. 1969-ben már divattervezőként határozta meg magát és 1973-ban meg is alapította a legfőbb vállalkozását a Comme



des Garçons-t. A ruhákat elsősorban férfiaknak tervezte és előszeretettel használt francia neveket az egyes kreálmányainak. Mivel „eredetileg” bölcsészettudományt végzett, így ruháira sem öltözékként, inkább művészeti alkotásként tekint. Nem az számít számára, hogy egy ember jól mutasson egy ruhában, hanem az, hogy egy ruha jól mutasson egy emberen. Tehát ne a ruha hordja a viselőjét, hanem fordítva. 1976-ban pedig megnyitotta első butikját is Tokióban, a Minami-Aojama-negyedben, azóta több butikot nyitott a ginzai Micukosiban és Szeibuban is. 1978-ban pedig elindította a „Comme des Garçons Homme” nevű vonalát.

Párizsi évek

A harmincas éveinek végén járó Kavakubo az '80-as évek elején csatlakozott az úgynevezett antifashion irányzathoz. Ennek a stílusnak pont az a célja, hogy a divatos irányzatokkal szembehelyezkedjen, az elfogadott konvenciókat elvesse, akár a divat területén, de megfigyelhető ez több más művészeti formában is (pl.: hagyományosan a zenében a punkot lehet ide sorolni). Stílusában androgün ruhákat és kiegészítőket tervezett, e ruhákon minden eleganciát és nőiséget elvetett.

„Nem az számít számára, hogy egy ember jól mutasson egy ruhában, hanem az, hogy egy ruha jól mutasson egy emberen.”

Az első 1981-es párizsi divatbemutóján, már nemcsak férfiakra tervezett ruhákkal jelentkezett, hanem nőknek szánt darabokkal nyitott, a kollekción a „Toriko Comme des Garçons” nevet viselte. A premier botrányt és ezzel járó médiafigyelmet hozott magával. A kollekción ruháin lyukak voltak láthatóak, a szomorú színek domináltak, torz és befejezetlen ruhák vonultak végig a kifutón. Az egésze



leginkább a tökéletlenség és szegénység volt a legjobb kifejező szó, ahogyan a kor divat ítései fogalmazták. Kavakubo ettől fogva kezdte kialakítani azt a stílust, ami a mai napig elkíséri munkásságát: főbb színei a fekete és a sötétszürke, amit később a kritikusok „Hiroshima Chic”, poszt-nukleáris divat vagy csavargó módnak is szoktak hívni. Innentől kezdve az antifashion egyik arca lett, ahogyan a minimalista trendnek is. Célja mindkét trend viselésével az, hogy olyan ruhákat készítsen, amiket a nők a hétköznapi életben is tudnak hordani.

Ebben az évtizedben tovább tágitotta a saját határait is a tervező. Míg az 1970-es években Takada Kenzo és Mori Hanea képviselték a Keletet nyugaton a divatszakmában, addig a nyolcvanas években három új szereplő érkezett erre a területre: Mijake Isszej, Jamamoto Johdzsi és Kavakubo



Rei. A trió képviselte a következő évtizedben a kortárs japán vonalat Párizsban. Az első években Rei nagyon sokat dolgozott együtt Jamamotoval, hamar meg is születtek a bemutatkozó kiállításuk: a Csipke. Kavakubo később úgy emlékezett vissza a korai párizsi éveire, hogy sokkolóak voltak, az ottani légkör arra sarkallta, hogy még jobb legyen, és egész lénye lángba borult a fények városában.

1982-ben megnyitotta butikját Párizsban is, és ettől kezdve figyelmét már a bütortervezés is lekötötte, amit az is segített, hogy inspiráló kapcsolatba lépett Kavasaki Takao belsőépítésszel. A '82-es divatbemutatóján már erősen érezte hatását

Párizs. Rei megismerte a globális trendeket, az antifashion irányvonalnak köszönhetően lemondott a jó ízlés által diktált mintákról és az eleganciáról, a varrás technikája pedig megújult. Végül belépett a Chambre Syndicale du Prêt-à-porter nevű divattervezőket tömörítő szakmai szervezetbe. Sőt saját art magazint indított Six néven, mely a hatodik érzékre utalt. A magazin évente kétszer jelent meg és csak képeket tartalmazott.

1983-ban megalapította bütortervező vállalkozását, újabb boltot nyitott - most New Yorkban - és végre egy díjjal is elismerték a munkásságát. A Mainichi újság Divat Nagydíját nyerte el. Majd nyitott még egy divatszalon Londonban a Dover Street Marketen, e két európai városban kívül még Németországban

van jelen a divatmögül, de csak közvetett úton; valamint van egy boltja New Yorkban és Hong Kongban is. 2004 óta kapcsolatban áll a Guerrilla Store-ral, akik több nagy világvárosban is elérhetővé tették ruháit: Los Angelesben, Berlinben, Moszkvában, Varsóban, Bécsben, Szingapurban, Pekingben, Szóulban, Kiotóban, Oszakában, Fukuokában, Szentpéterváron és Düsseldorfban. Világszerte közel 200 boltban vannak jelen a japán üzletasszony ruhái.

Ezekben az években kezdett együtt dolgozni több európai fiatal tervezővel, így a belga Maison Martin Margiélával és Ann Demeulemeesterrel valamint az osztrák Helmut Langgal. Természetesen nem feledkezett meg gyökereiről és fiatal japán tervezőket is segített, hogy bekerüljenek az európai divat vérkeringésébe; Vatanabe Junját, és Kurihara Taót is a szárnyai alá vette. Ninomija Keijel is együtt dolgozott, aki később a Comme des Garçons esernyőit tervezte. A legtöbbre Vatanabe vitte, aki 1992-ben már saját szalon tudott nyitni Párizsban és így önerőből szerzett elismerést a divat világában.

„Rei megismerte a globális trendeket, az antifashion irányvonalnak köszönhetően lemondott a jó ízlés által diktált mintákról és az eleganciáról, a varrás technikája pedig megújult.”

Globalizáció

1994-re piacra dobta első parfümét, ami leginkább klasszikus anyagokat tartalmaz, mint fahéj, szerecsendió, szegfűszeg, fekete bors, méz, virágok, borostyán, cédrus és szantálfa. Ahogy a termék mottója szól: „Úgy működik, mint a gyógyszer és úgy hat mint a drog.” 1998-ban Kavakubo újabb szintre vitte a parfümök készítését és itt is elkezdte érvényesíteni a ruháknál használt szemléletét, az új kollekciójának az antiparfüm nevet adta. Olyan szagokat, anyagokat használt, mint szén, körömlakk, kátrány, cellulóz vagy égő gumik szaga.





Sokan ezt már túl erőltetettnek, posztmodernnek érezték a szakmában, mottója itt is ugyanaz lett mint a ruhaiparban: a furcsa is lehet szép. A parfümjéi is leginkább uniszex illatúak, de enyhén férfiasak.

Első művészi megnyilvánulása 1986-ban történt a párizsi Georges Pompidou Központban, ahol Franco Albini és Kris Ruhs társaságában együtt mutatta be fotográfiáit.

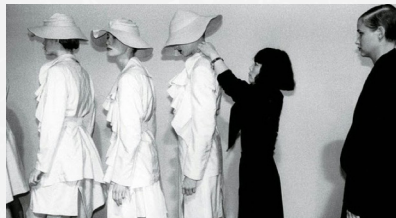
Közel tíz éves csönd után a brüsszeli Művészet Brüsszelben címet viselő 1995-ös rendezvényen tért vissza a tárlatokhoz. Ugyanebben az évben egy másik rendezvényen is részt vett, a Kyoto Costume Institute-n. 1996-ban tovább tágitotta művészeti látóterét, amikor részt vett a firenzei Biennale Internazionale dell'Arte Contemporanea művészeti és divat kiállításon, ahol Madeleine Vionnettel és Clara McCardellel közösen volt kiállítása. 1997-ben együtt dolgozott Cindy Shermanal és Jean-Pierre Raynauddal amikor egy forgatókönyvhöz készítettek vázlatokat és terveket. De volt önálló tárlata a New York-i Fashion Institute of Technology-ban is.

2011-ben a Viktória és Albert Múzeumban nyílt Postmodernism: Style and Subversion (Posztmodernizmus: stílus és felforgatás) kiállításon volt jelen. A japán dizájner ruhái a kiállítás első harmadában kaptak helyet Vivienne Westwood társaságában, mivel mindketten a barkácsolts öltözékekkel jelentkeztek akkor, melyek a „más műfajokban követett bricolage technika



gyegyében fogantak” (R.Hahn Veronika). Volt bútor kiállítása is a milánói Galleria Carla Sozzaniban 1993-ban.

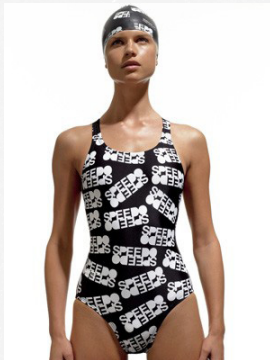
2003-ban Peggy Moffitt-tal (aki divatba hozta a monokinit) dolgozott együtt, pólókat és nadrágokat terveztek. 2006-ban a ruhák, a bútorok és a parfümök után az ékszerkészítésbe is beszállt Kawakubo a „Comme des Garçons Pearl” nevű márkájával.



2007-ben Fred Perry felkérésére készített póló kollekciót. Egy évvel később 2008-ban a H&M svéd divat cég kérte fel H&M termékek tervezésére és egy uniszex parfüm elkészítésére. Szintén ebben az évben a sportszergyártó Speedo kérte fel egy fürdőruha kollekció tervezésére. Együtt dolgozott WestWooddal is valamint Louis Vuitton felkérte egy exkluzív táska kollekció tervezésére, arra az alka-

lomra, hogy a cég 30 éve volt jelen Japánban. Azóta még több nemzetközileg ismert cég kérte fel egy-egy akció alkalmával a japán divattervezőt, így már az alábbi cégekkel működött együtt: Levi, Lacoste, Nike, Hermes, The North Face, Moncler, Converse, Vans, 10 Corso Como, Visvim.





Stílusa

1982-ben az első párizsi bemutakozása során a dekonstruktív Rei háborút indított az exkluzív divat kliséi ellen, olyan anyagokat használt, amiket mások lenéztek. A szakma istenkáromlásnak nevezte a fekete szín használatát a nyugati típusú ruhákon. (Pedig Kavakubo mind a magánéletben mind pedig a tervező asztalnál előszeretettel használja a feketét.) Az avantgardista divattervező különösképp és úttörő munkáival könnyedén a középpontba került. Hamar kialakultak a rá jellemző stílusjegyek: aszimmetria, túl-

méretezett ruhadarabok, túl hosszú ujjak, valamint a bélések és szegések kívültre helyezése, szakadások, tépések, lógó cernák, csomók.

Vonalvezetése: természetellenesség, félreértés ne essen, ez csupán a hagyományos japán öltözködés újjászületése. Mivel a legismertebb japán ruha, a kimonó sem követi a női test vonalát (hiszen elvileg egy T- betűt jelenít meg), így Kavakubo sem érzi azt, hogy követni kéne. Célja, hogy tudatosan eltérjen a klasszikus női vonalaktól, erre a legjobb példa az 1997-

„Ahogy Kavakubo fogalmaz, nincs definíció a szépségre és ő sem tudja mi a szép, hiszen az mindig mulandó és mindig változik.”

es „Quasimodo stílus” volt. Ahogyan a kimonó, úgy a ruhái is egyensúlyoznak a hétköznapi és az alkalmi ruhaviselet közt, nem tudjuk eldönteni, hogy hol a határ. A kimonó még egy valamire hatással volt Kavakubo világában, ez pedig a rétegződés. Egy-egy darabján annyira réteg van és olyan sok leleplezett szerkezet, mint egyes régi kimonókon. Ahogy Kavakubo fogalmaz, nincs definíció a szépségre és ő sem tudja mi a szép, hiszen az mindig mulandó és mindig változik. A modern világban a női lét is átfórmálódott, ehhez pedig szerinte új szépségre van szükség. A divattervezőt minden bizonnyal mélyen megérintette

Yves Saint Laurent nadrágkosztümje, illetve a '80-as évek elejei „le a melltartóval” mozgalom, amelyek szintén a feminizmus egyes ágai voltak.

Elismerések és díjak

1986-ban megkapta első elismerését, az A Night of the Stars Awards Fashion díját New Yorkból. A Veuve Clicquot az év üzletasszonya díját ítélte neki oda 1991-ben. A francia Kulturális Minisztérium 1993-ban a Művészet és Irodalmi Lovagrend címét



adományozta Kavakubónak. A Royal College of Art díszdoktori címmel tüntette ki a japán tervezőt 1997-ben. 2000-ben a Graduate School of Design, a Cambridge jutalmazta kiválósági díjjal, de elismerést kapott a Harvardtól is. 2001-ben a Victoria és Albert Múzeum ismerte el forradalmi munkásságát, ugyanebben az évben a japán Oktatási, Művészeti, Sport és Tudomány Minisztérium Művészetek Ösztönzése díjjal jutalmazta. 2002-ben a japán NHK televízió készítette vele dokumentumfilmet. 2003-ban a japán Asahi Shimbun újság tüntette ki újabb díjjal. 2004-ben újra egy francia elismerés jutott neki, ekkor a francia Nemzeti Érdemrenddel tüntették ki. 2005-ben a Forbes magazin a világ ötödik legbefolyásosabb divattervezőjének választotta meg. Legutoljára 2012-ben a CFDA-n (Council of Fashion Designers of America), a divat Oscarján Nemzetközi Díjat érdemelt ki az avantgárd divattervező.

