

Sissi Ehrström

Le Smoking

Smokkiasun vaikutus naisen ruumiillisuuteen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Artenomi (AMK)

Muotoilun koulutusohjelma

Opinnäytetyö

31.1.2013

Tekijä(t) Otsikko	Sissi Ehrström Le Smoking – Smokkiasun vaikutus naisen ruumiillisuuteen
Sivumäärä Aika	44 sivua + 2 liitettä 31.1.2013
Tutkinto	Artenomi (AMK)
Koulutusohjelma	Muotoilun koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Vaatetussuunnittelu
Ohjaaja(t)	Lehtori Anna Halme Koulutuspäällikkö Leena Juntunen
<p>Opinnäytetyön aiheena on Le Smoking ja naisen ruumiillisuus. Työn tavoitteena on havainnollistaa ja kuvailla Yves Saint Laurentin naisille suunnittelema Le Smoking smokkiasu ja sen historia. Työn tavoitteena on kuvata miten yksi asu, Le Smoking, on ollut merkittävä kulttuuriartefakti muodin historiassa.</p> <p>Tutkielmassa selvitetään, miten Le Smoking on vaikuttanut naisen identiteettiin ruumiillisuuden näkökulmasta sekä sitä, millainen vaikutus Le Smokingilla on ollut naisten pukeutumiseen ja ruumiinkieleen. Tutkimuksessa selvitetään kuva-analyysin avulla, millaisia merkityskokonaisuuksia Le Smokingiin pukeutunut nainen on luonut ja viestinyt.</p> <p>Tutkimuksen taustalla on vaikuttanut tutkijan oma kiinnostus aiheeseen ja aikomus jatkaa aiheen tutkimista opinnäytetyön jälkeen. Tutkimuksella taustoitetaan lopputyömallistoa, joka tulee olemaan oman yrityksen tuotevalikoiman pohjana.</p> <p>Tutkimus rohkaisee suunnittelijaa pohtimaan pukeutumisen ruumiillista kokemuksellisuutta ja vaateen vaikutuksia pukeutumisen perusfunktioiden ulkopuolelta. Tutkimus antaa ymmärryksen siitä, kuinka tärkeää on miettiä miten vaate, asu ja pukeutuminen voivat avata kantajassaan aivan uusia ulottuvuuksia oman persoonallisuuden kehittämiseen ja identiteetin vahvistumiseen.</p>	
Avainsanat	Le Smoking, pukeutuminen, ruumiillisuus, nainen, muodin historia, muotisuunnittelija

Author(s) Title	Sissi Ehrström Le Smoking – Tuxedo suit's effect on women's body dressing
Number of Pages Date	44 pages + 2 appendices 31 January 2013
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Design
Specialisation option	Fashion design
Instructor(s)	Anna Halme, Senior Lecturer Leena Juntunen, Head of Degree Programme
<p>The subject of the thesis is Le Smoking in relation to female physicality and presence. The study describes and illustrates the Le Smoking tuxedo suit for women by Yves Saint Laurent and its history.</p> <p>The study explains how Le Smoking has affected the woman's identity and body dressing. It also illustrates the effect on women's dressing and body language. The study uses image analysis to investigate what kind of role a woman dressed in Le Smoking takes and how she communicates with the world while dressed in Le Smoking. This describes how one outfit, Le Smoking, is a significant cultural artefact in the history of fashion.</p> <p>The author's own interest to the subject has been a motivating factor for the study as well as the intention to continue the research on the topic of the thesis later on. The study provides the background for a graduation collection, which will form a ground to the collections of author's own business in the future.</p> <p>The study encourages a designer to consider the style how to interpret the bodily experiences through dressing and the effects of clothing outside basic practicalities. The study gives a comprehension of how important it is to consider how a cloth, outfit and dress can open up whole new dimensions in a person - in developing personality and to strengthen one's identity.</p>	
Keywords	Le Smoking, body, dress, woman, fashion history, clothing, designer,

## Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tutkimuksen lähtökohdat ja tavoitteet	1
2.1	Tutkimuksen viitekehys	2
2.2	Tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineisto	3
3	Ruumiillisuus ja pukeutumistutkimus	4
4	Smokin määritelmä ja käyttötarkoitus	5
5	Yves Saint Laurentin Le Smoking	8
5.1	Le Smoking -variaatiot	13
5.2	Le Smoking osana 1960-luvun muuta muotia	15
6	Le Smoking ja naisten vapautuminen	16
6.1	Muodin demokratisoituminen - haute couture ja prêt-à-porter	18
6.2	Le Smoking ja pukeutumisen yhdenmukaistuminen	22
6.3	Le Smoking ja vaatteet valtapelin välikappaleena	24
7	Le Smoking ja naisen ruumiinkieli	26
8	Le Smoking ja naisen kuva	31
9	Pohdintaa	36
	Kuvalähteet	
	Lähteet	
	Liitteet	
	Liite 1. Artikkelit	
	Liite 2. Le Smoking 1966–2002	

## 1 Johdanto

”Morocco” ja Marlene. Yhteys nuoren naisen mieleen oli luotu. Kuva Marlene Dietrichin mustasta hännystakista, silinteristä ja tyrmistyttävästä asenteesta konkretisoituivat lukemattomiksi tunteiksi, kun ensimmäistä kertaa laitoin Yves Saint Laurentin Le Smokingin päälle. Ymmärsin, mistä pukeutumisessa oli kyse. Le Smoking on Yves Saint Laurentin naisille suunnittelema smokkiasu, joka esiteltiin ensimmäistä kertaa vuonna 1966.

Palaan tuohon hetkeen ja tunteisiini pohtiessani, millaisena vaatesuunnittelijana näen itseni tulevaisuudessa. Kuvaamani kertomus selittää, miksi olen valinnut tämän aiheen, ”Le Smoking ja naisen ruumiillisuus”, opinnäytetyöhöni. Työssäni tarkastelen Le Smokingia ruumiillisuuden näkökulmasta löytääkseni merkityksiä, joita nainen pukeutumalla smokkiasuun luo ja viestii, ja miten naisen ruumis vastavuoroisesti tulkitaan.

Työni alussa avaan aiheeni kannalta keskeisimmät käsitteet ja menetelmät, minkä jälkeen lähiluvun keinoin määrittelen Le Smokingin esineenä ja kulttuurisena artefaktina. Tämän jälkeen tutkin 1960-luvun ajan pukeutumiskulttuuria, johon Le Smoking asettui, ja viimeiseksi selvitän kuva-analyysin keinoin Le Smokingin vaikutuksia naisen ruumiillisuuteen ja kuinka Le Smokingiin pukeutunut nainen esiintyy kuvassa.

Aihe on kiinnostava ja aion jatkaa sen tutkimista opinnäytetyöni jälkeen. Taustoitän tutkimustyölläni lopputyömallistoa, joka tulee koostumaan naisten housupuvuista ja smokkiasuista. Tavoitteeni on käyttää lopputyömallistoa tulevaisuudessa oman yrityksen tuotevalikoiman pohjana. Koska teen opinnäytetyön omalle yritykselle, ei sille ole ulkopuolista toimeksiantajaa.

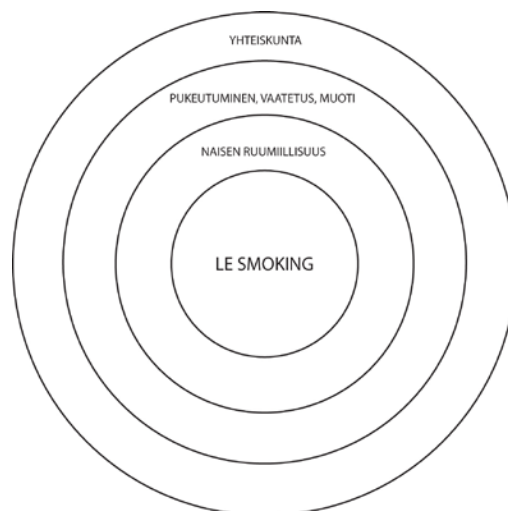
## 2 Tutkimuksen lähtökohdat ja tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena on havainnollistaa ja kuvailla, mikä on Le Smoking ja mikä sen vaikutus oli pukeutumiseen 1960-luvulla ja kuinka kauaskantoisesta asiasta oli kyse. Selvitän, millaisia merkityskokonaisuuksia Le Smoking antoi kantajalleen ruumiillisuuden näkökulmasta ja miten smokkiasu vaikutti naisten suhtautumiseen omaan kehoonsa.

Tutkimuksen tarkoituksena on myös oman asiantuntemukseni syventäminen, ammattitaidon kehittäminen ja suunnittelijaidentiteetin vahvistaminen. Työn kautta tuon esiin, millaisia kysymyksenasetteluja suunnittelijan kannattaa esittää ja miksi. Parhaimmillaan tutkimus on keskustelua menneisyyden kollegojen kanssa ja siten palvelee käytäntöjä ja ammattikuntaa.

## 2.1 Tutkimuksen viitekehys

Viitekehys on yleinen asetelma ilmiössä esiintyvistä yhteen liittyvistä tekijöistä (Anttila 1997, 97). Se on visualisoitu ja pelkistetty kuva tai kuvio tutkimuksen lähtökohdista. Olen käyttänyt viitekehysten kehämallia työni tärkeimpien ulottuvuuksien rajaamiseen. Kehämallin keskiössä on tutkimuskohteeni: Yves Saint Laurentin naisille suunnittelema smokkiasu Le Smoking. Tutkimukseni etenee Le Smokingin esittelystä sen havainnointiin ja aiheen täydentämiseen kuvaesimerkein. Tutkimukseni keskeisimpänä teoreettisena käsitteenä on naisen ruumiillisuus. Selvitän työssäni mitä kaikkea naisen ruumiinkieli, asennot ja eleet kertovat katsojalle ja mikä osuus Le Smokingilla on tässä prosessissa. Tämän jälkeen lavennan näkökulmaa ja tarkastelen Le Smokingia osana naisten pukeutumista sekä osana naisen sosiaalista, moraalista että yhteiskunnallista asemaa. Kehämalli osoittaa Le Smokingin vaikutuksen siihen liittyviin erilaisiin ilmiöihin ja teemoihin. Malli havainnollistaa Le Smokingin vaikutuksen sitä lähimpänä olevaan kehään, nämä puolestaan vaikuttavat taas niitä ulompana oleviin kehiin. Ulommissa kehiissä vaikutus on monen tekijän summa, mutta kehämallin mukaisesti vaikutus on lähöisin mallin keskiöstä, Le Smokingista.



Kuvio 1. Tutkimuksen viitekehys

## 2.2 Tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineisto

Tutkimukseni on lähtökohdiltaan materiaalin lähilukua, jonka kohteena on Yves Saint Laurentin naisille suunnittelema smokkiasu, *Le Smoking*. Tutkimus on pukeutumistutkimusta, jonka lähestymistapa on osittain kulttuurihistoriallinen ja sosiosemiotittinen.

Aineiston analyysimenetelmänä käytän materiaalin lähilukua, joka viittaa ”sanana kirjallisten tekstien analyysiin ja tulkintaan, mutta lähiluvunmukaisella analyysillä voidaan tulkita myös kuvia, mediatekstejä ja ympäristöjä. Lähiluvussa kokonaisuus jaetaan tarkastelua varten eri osa-alueisiin.” (Jyväskylän yliopisto 2013.) Tämän tutkimuksen analyysikohteina ovat *Le Smoking* fyysisenä tuotteena, *Le Smoking* ja ruumiillisuus sekä *Le Smoking* kuvissa.

Keskeisimpänä teoreettisena käsitteenä tutkimuksessani on ruumiillisuus, jota tutkin sosiosemiotittisen kuva-analyysin keinoin. Sosiosemiotittisella lähestymistavalla selvitetään muun muassa millaisia todellisuusrepresentaatioita kuvilla tuotetaan, miten kuvakulmilla rakennetaan paikka katsojalle ja miten kuvan erilaisilla visuaalisilla elementeillä luodaan sommittelun avulla merkityksellinen kokonaisuus. (Heikkilä 2003, 126.) ”Visuaalisten representaatioiden analyysissä tärkeitä ovat kehon liikkeen suunta, ruumiinosien muodostamat linjat, jotka osoittavat kuvasta toimijan ja kohteen, sekä kuvan henkilöiden katseen suunnan” (Heikkilä 2003, 126). Luhtakallion (2011,12) mukaan sosiosemiotittisen kuva-analyysin avulla tutkitaan kuvissa ilmeneviä kulttuurisia representaatioita. Lähtökohtana on, että ”kuvat ovat rituaalisia esityksiä todellisuudesta sukupuolten välisen valta-aseman näyttämöllepanoina” (Luhtakallio 2011, 12).

Tutkimukseni on pioneerityötä. Tekemästäni hausta huolimatta en ole löytänyt aikaisempaa tutkimusta *Le Smokingista*. Aihetta sivutaan lähes kaikessa Yves Saint Laurentia koskevassa kirjallisuudessa, mutta varsinaista tutkimusta *Le Smokingista* ei ole tietämäni mukaan aiemmin tehty. *Smoking Forever* -näyttelyjulkaisu on ainoa Yves Saint Laurentin smokkiasuista julkaistu teos. Olen käyttänyt muun muassa sen kuvamateriaalia tutkimukseni lähdeaineistona.

Lähdeaineisto on pääasiassa kirjallista materiaalia. Suomenkielistä yhteen koottua aineistoa *Le Smokingista* ei ole, joten aihetta koskeva materiaali on koottu ulkomaisista kirjallisuuslähteistä. Yhdistän tutkimuksessani kirjallisen tutkimustiedon, lehdistöaineiston, videohaastattelut sekä pukujen analysoinnin kuvamateriaalin perusteella.

### 3 Ruumiillisuus ja pukeutumistutkimus

”Pukeutumisen tutkimus on tieteenala, jossa käsitellään vaatetukseen, ulkonäköön, muotiin ja kulttuuriseen ihmisruumiiseen liittyviä teemoja. Ilmiönä pukeutuminen on moniulotteinen ja tarjoaa useita erilaisia tutkimusmahdollisuuksia” (Wikipedia 2013). Tutkimusalana sille on tyypillistä monitieteisyys ja tieteidenvälisyys, joka etsii vastauksia kysymyksiin miksi ja miten ihmiset pukeutuvat. Pukeutumista voidaan tarkastella käytännöllisyyden, esteettisyyden ja kommunikatiivisuuden näkökulmasta, jolloin se mahdollistaa kulttuurisen vuorovaikutuksen elävän prosessin. Aihealueesta käytetään myös termejä pukututkimus, vaatetustutkimus ja vaatetutkimus (Wikipedia 2013). Pukeutuminen on inhimillinen ilmiö, joka erottaa meidät muista elävistä olennoista. Se luonnehtii ihmistä muiden kommunikointitapojen, kuten puhutun ja kirjoitetun kielen ohella. (Koskennurmi-Sivonen 2012, 5.)

Sosiaalinen maailma on puettujen ruumiiden maailma (Entwistle 2000, 6). Pukeutumistutkimukseen liitettyä ruumiillisuuden käsitettä (*body*) ovat tutkineet muun muassa Joanne Entwistle teoksessaan *The Fashioned Body* sekä Jennifer Craik kirjassaan *The Face of Fashion – Cultural Face of Fashion*. Ruumiillisuuden mukaan ruumiin asennot, eleet ja ilmeet vaikuttavat pukeutumisen rinnalla siihen, miten ruumis koetaan ja tulkitaan (Turunen 2002, 7). Entwistlen (2000, 141) mukaan pukeutuminen antaa ruumiille merkityksiä, joita siinä itsessään ei ole. Craik näkee pukeutumisen yhtenä ruumiin tekniikoista ja osana identiteetin rakentamista, jolloin luonnollista ruumista ei ole, vaan kehoa kannetaan tietyin esittämisen tavoin eli tekniikoin (Turunen 2002, 8).

Minna Uotila (1994, 17) lähestyy pukeutumisen ilmiötä pukeutumiskuvan avulla. Tutkijan mukaan ”pukeutumista on tarkasteltava kahdella tasolla, jotta ilmentymien monitasoisuus tulee otetuksi huomioon. Pukeutumiskuvaan sisältyy vaatetuksen aineellinen ominaisuus sekä kommunikatiivinen merkityskokonaisuus”. Pukeutumistutkimus on pukeutumiskuvan puitteissa inhimillisen toiminnan ja ihmisen ymmärtämistä. Merkityskokonaisuus, pukeutumiskuva, on lukuisten erilaisten tavoitteiden kohtaamispaikka (Uotila 1994, 15).

Pukeutumiseen liittyvä käsitteistö on laaja ja sitä tarpeellista selventää pääkäsitteiden osalta. Pukeutuminen (engl. *Dress*) kattaa kaiken sen, mitä ja miten ihminen ilmentää itseään vaatetuksella, kampauksilla, koruilla – ja jopa alastomuudella (Turunen 2002,6).



Vaatetus (*clothing*) on osa pukeutumista ja tarkoittaa tavallisesti tekstiileistä tehtyjä konkreettisia vaatekappaleita, joista koostuu ihmisen päällä oleva vaatteiden kokonaisuus. Vaate (*cloth*) viittaa yksittäisiin vaatekappaleisiin, asusteisiin, pukuun ja pukimiin. (Koskennurmi-Sivonen & Raunio 2003, 1.)

Puvulla (*costume*) viitataan arkielämässä muun muassa miesten pukuun tai yöpukuun, mutta käsitteeseen liittyy myös historiallinen, kansallinen, taiteellinen ja sosiaalinen kytkös. Termi pitää sisällään myös teatteripuvut ja muut rooliasut (Niemi 2011, 16).

Muoti (*fashion*) on termistön vaikeimmin konkretisoitava ja määriteltävä käsite; sen käyttö edellyttää kontekstin lukemista ja tulkittamista. Muoti viittaa jatkuvaan prosessiin, joka ilmentää muutosta, uutuutta tai ainakin pyrkimystä näyttää uudelta. Se viittaa jonakin ajankohtana käytössä olevaan muotoihanteeseen, siihen mikä on muodissa juuri nyt. (Koskennurmi-Sivonen 2012, luento). ”Muoti voidaan jakaa kahteen osaan – muoti identiteettinä ja muoti muutoksena”, johon Koskennurmi-Sivonen vielä lisää:

Sitä mukaa kun useimmat länsimaisen kulttuurin yhteisöt ovat löysänneet otettaan jäsentensä pukeutumisesta, ihmiset yksilöinä ovat joutuneet ottamaan tai saaneet ottaa oman ruumiin haltuunsa entistä konkreettisemmin. Toiset yrittävät selvittää päivittäisestä tehtävästä mahdollisimman pienellä huomiolla ja vaivalla, kun taas toisille identiteetin rakentaminen mm. pukeutumisen avulla on jatkuva projekti. (Koskennurmi-Sivonen 2012, 13.)

#### 4 Smokin määritelmä ja käyttötarkoitus

Nimi smokki on lähtöisin englantilaisesta tupakkatakista ”smoking suit”. Smokin historian lasketaan alkavan vuodesta 1865, jolloin silloinen Walesin prinssi ja tuleva kuningas Edward II tilasi lontoolaiselta Savile Row’n räätäliiikkeeltä Henry & Poole Co.:lta lyhytelmäisen iltatakin epäviralliselle illalliselle Sandringhamiin. Tupakkatakki oli tarkoitettu rentoon illanviettoon sisätiloissa, johon ajan hengen mukaisesti kuului seurustelu tupakkasalongeissa. (Henry Poole 2013.)

Vuonna 1886 smokin käyttö laajeni Yhdysvaltoihin. ”Siellä se esittäytyi ensi kertaa julkisesti herrainkerho Tuxedo Clubissa, jonka jäsenistö hullaantui vaatekappaleeseen niin, että siitä tuli klubin epävirallinen tunnusvaate” (Raivio 2012).

Asu tunnetaan Amerikassa yhä nimellä ”tuxedo”, Englannissa käytettäviä nimityksiä ovat black tie tai dinner suit. Ranskassa tupakkatakki sai nimen Le Smoking, jonka

shaalikauluksellista mallia kutsuttiin nimellä le smoking Deauville ja herrainkauluksellista le smoking Capriksi (Laitinen 2009).



Kuva 1. Herrainkauluksellinen smokki juhlaan sekä shaalikauluksellinen, samettinen tupakkatakki sisätiloihin. Kuvat Henry & Poole Co.

Perinteinen smokin väri on musta, mutta myös tummansininen sopii iltatilaisuuksiin. Takki on yksi- tai kaksirivinen ja sen kauluskäänteet tai shaalikaulus ovat silkkipäällysteiset. Smokin housut ovat samaa kangasta kuin takki ja niiden sivusaumoja peittää silkkinauha. Housuissa ei ole alisuukäänteitä eikä vyölenkkejä (Vaatturiliike Sauma 2012).

Smokkipaidassa on laskostettu tai pikeekankainen edusta ja napitusta peittää kaitale. Hihansuissa on taitekalvosimet. Etiketin mukaan smokin kanssa käytetään mustaa solmuketta, mutta värillinenkin käy. Housujen vyötäröaluetta peittää smokkivyö, vyölliviksi kutsuttu (cummerbund) laskostettu kangaskaitale, jonka väri on sama kuin solmukkeessa.

Taskussa on valkoinen kulmikkaaksi taiteltu liina. Etikettisääntöihin kuuluu, että smokin kanssa ei käytetä isoja kunniamerkkejä. Pieniä kunniamerkkejä voidaan käyttää, jos niistä on kutsussa erikseen maininta. Kenkien tulee olla kiiltonahkaa, himmeät nauha-kengät tai avokkaat. Nykyisin käyvät modernin miehen smokkiasuun myös kiillotetut nilkkurit. Polvipituiset sukat kuuluvat viimeistelyyn asuun. (Vaatturiliike Sauma 2012.)

Smokki on miehen iltapuku, jota käytetään kello 18 jälkeen alkavissa tilaisuuksissa, kuten illallisilla, ensi-illoissa ja iltagaaloissa. Sitä ei käytetä suurissa ja arvokkaissa juhlissa, kuten itsenäisyyspäiväjuhlissa. ”Jos kutsukortissa lukee asutoivomuksena smokki tai iltapuku, mies voi pukeutua myös tummaan pukuun. Naisella voi olla joko lyhyt tai pitkä iltapuku” (Lindfors & Paimela 2004, 169). Täyssamettinen tupakkatakki on tarkoitettu sisätiloihin herrasmiesten käyttöön. Valkoista smokkitakkia pidetään kesäisin iltajuhlissa mutta alkujaan se oli purjehdusseurojen jäsenten juhla-asu. Takin kuosi on sama kuin tumman takin ja sen kanssa pitää käyttää tummia housuja. (Lindfors & Paimela 2004, 169.)

Ilta- ja yöjuhlien vaatteena smokkiin sisältyy vahvoja mielikuvia, jopa eräänlaista miehistä teatraalisuutta. Musta väriin liittyy paljon symbolismia aina pyhäväristä paheelisuuteen, muodollisuudesta juhlavuuteen. Mielikuvissa se yhdistetään yöhön. (Hollander 1993, 365.) Smokki mielletään vahvasti osaksi maskuliinista ideaalimaailmaa ja miesten fantasiaa, jota populaariviihde ja erityisesti elokuvat ovat olleet omiaan vahvistamaan. James Bond, joka laittaa vastustajiaan kuriin räätälöidyssä smokissaan ja käyttäytyy muissakin toimissaan alfauroksen tavoin, on erittäin miehinen fantasia.

Smokki ei ole arkinen työvaate, vaan sen olemukseen kuuluu ryhdikkyys ja juhlavuus. Smokissa eivät näy pitkät työpäivät kulumina, ryppyinä tai tahroina. ”The smoking suit repels the dust and debris of the real world and keeps it at bay outside its circle of itself” (Chenoune 2006, 92).

## 5 Yves Saint Laurentin Le Smoking

Le Smoking on naisvartalolle leikattu smokkiasu, joka on Yves Saint Laurentin vaihtoehto naisten ”pikkumustalle”. Etiketin mukaan smokkiasua voi käyttää ilta- tai cocktail-pukuna sekä vierailupukuna, joka vastaa miesten tummaa pukua (Tekstiili- ja Muotialat TMA 2013).



Kuva 2. Le Smokingit vuodelta 1966. Villakangasta ja samettia.

Le Smoking esiteltiin vuonna 1966 osana ”Pop Art” syksy-talvi haute couture -näytöstä. Ensimmäistä kertaa haute couturen historiassa tarjottiin mustalle mekelle vaihtoehto ja uusi asukoodi iltaan. Smokkiasu koostui klassisesta pitkälinjaisesta, tiivissidoksisesta grain de poudre -villasta valmistetusta smokkitakista ja samasta kankaasta tehdyistä suorista smokkihousuista, joissa oli satiininauhat sivusaumoissa (Kuva 2). Näytöksen toinen smokkiasu oli tehty sametista. Asuun kuului satiininauhoin koristellut housut ja lyhyt jakku, liivi sekä röhhelökauluksinen mansettipaita.

Le Smoking täytti smokin määritelmät, mutta se ei ollut suora kopio miesten smokista vaan leikattu naisvartalolle sopivaksi ja asustettu naiselliseksi. Takin alta näkyi röhhelö-reunainen valkoinen paitapusero ja kaulaan oli sidottu musta rusettisolmuke ja vyötäröllä oli leveä smokkivyö. (Shardlow 2011, 1.)

Naisten smokkiasun tarpeellisuutta Yves Saint Laurent perusteli sillä, että naisillakin pitää olla vaatekaappi, jota ei tarvinnut muuttaa jatkuvasti muodista toiseen (Fondation 2008, 142). Myös naisilla tuli olla miesten pukujen kaltaisia klassikkoasuja, jotka kesti-

vät aikaa. Le Smokingin myötä Saint Laurent antoi naisille uuden tavan ajatella pukeutumistaan ja etenkin mahdollisuuden irrottautua sesonkien sanelemista säännöistä ja linjoista. Suunnittelija halusi vapauttaa naiset muodin orjuuttamasta impulsiivisesta ostokäyttäytymisestä ja auttaa heitä löytämään oman tyylin ja identiteetin. (Yves Saint Laurent, France 2002.)

Le Smokingin myötä pukeutumisen painopiste siirtyi naisen vartalossa vyötäröltä hartioihin. Saint Laurent oli hyvin tarkka Le Smokingin olkalinjasta ja sen liikkeestä, mikä on olennainen osa naisten smokkiasun olemusta. Takin olkalinja kaartuu kaulan tyvessä aavistuksen verran alaspäin ja nousee hihan saumakohdassa ylös. Olkatoppauksien tekemisessä käytettiin erityistä valmistusmetodia, jossa useilla eri komponenteilla rakennettu olka muotoiltiin ihmisen anatomiaa myötäillen, niin että hartian liike seurasi luontevasti ylävartalon, kaulan ja pään mukana (Fondation 2010, 173).



Kuva 3. Le Smoking-luonnoksista käy ilmi suunnittelijan mieltymys voimakaslinjaisiin hartioihin.

Yves Saint Laurentin Le Smoking takin leikkaus pienentää visuaalisesti rinnanympärystä. Naisen ylävartalo saa takissa suuremman linjan, johon rintojen muoto häviää. Musta väri häivyttää naiselliset muodot entisestään ja illuusio on valmis. (Chenoune 2006, 94.)

Le Smokingin protokappale leikataan ja mitataan aina toppauksin muokatun sovituskappaleen päällä. Hiha istutetaan takin runkoon aina tiettyssä asennossa. Käsivarsi ei koskaan roiku suorana alhaalla vaan se on koukussa taivutettuna lanteille. Kyseessä on Le Smokingille omaleimainen maskuliininen ”voima-asento”, joka tuodaan vaatteeseen jo sen tekovaiheessa. (Chenoune 2006, 94.)

Le Smokingissa nainen astui hyvin miehiseen osa-alueelle – yön näyttämölle. Puvun suunnittelussa Saint Laurentin innoituksen lähteinä olivat muun muassa avantgarde-taiteilija Niki de Saint-Phalle (1930–2002), joka aiheutti Pariisissa kohua ja kiinnostusta ei vain taiteellaan vaan myös pukeutumalla miesten pukuihin ja korkokenkiin (Shardlow 2011, 1).



Kuva 4. Niki de Saint-Phalle liituraitapuvussa. Röyhelömansetit ja ase, taiteilijan yksi työvälivälineistä, jolla ampui väripatruunoita taideteoksiinsa.

Saksalainen näyttelijätär Marlene Dietrich (1901–1992) mursi sukupuolirajoja omalla aikanaan. Hänet tunnettiin itsenäisten ja paheellisten naisten esittäjänä, ja yksi tunnetuimmista on Josef von Sternbergin ”Morocco”-elokuvan Amy Jolly. Frakkiin ja silinterihattuun pukeutuneen Amy Jollyn kapakassa esiintymistä ja yleisössä istuvan naisen suutelemista pidetään yhtenä elokuvahistorian kuuluisimpana kohtauksena.



Kuva 5. Marlene Dietrich kolmiosaisessa puvussa, jonka alaosana on housuhame. Toisessa kuvassa näyttelijätär on frakissa.

Yksityiselämässäänkin Dietrich pukeutui miesten vaatteisiin. Hän innostui herrainmuodista ja teetti useita räätälöityjä miesten pukuja itselleen. Dietrich kuvattiin usein kädet rennosti housujen taskussa ja lonkkalepoasennossa. Dietrichin housuasukuviin liittyvät vahvasti maskuliiniset eleet ja maneerit, jäljittelyä miehistä asennoista, jotka hän on itselleen omaksunut (Kuvat 5 ja 7). Tutkija Anne Hollanderin (1993, 315) mukaan, kuvan katsojalle jää aina selvitettäväksi kysymys näyttäytykö visuaalinen kuva henkilöstä joko mekaanisena roolina tai puhtaasti omana identiteettinä.



Kuva 6. Katharine Hepburn samettisessa tupakkatakissa elokuvassa *Tie miehen sydämeen* (1942).

Elokuvamaailmasta löytyy muitakin esimerkkejä, joista Yves Saint Laurentin sai vaikutteita (Kuva 6). Kuinka paljon kuvissa on tuotantoyhtiöiden luomaa identiteetin rakentamista ja kuinka paljon omaa henkilön persoonaa, on toinen tutkimusaihe. Yhtäkaikki, 1930–50-luvun viihteen ja elokuvien kuvakieli on ollut Saint Laurentin inspiraation lähteenä, ja vaikutteet ovat nähtävissä sekä Le Smokingin että housupukujen mainosku-  
vissa 1960-luvun lopulta lähtien.



Kuva 7. Yves Saint Laurent -liituraitapuku vuodelta 1967, ja Marlene Dietrich kolmiosaisessa räätälöidyssä puvussa.



Saint Laurent tunsi miesten vaatteisiin pukeutuneiden naisten historian hyvin. Vuonna 1931 Ranskan lehdissä raportoitiin naisista, jotka pukeutuivat räätälöityihin miestenpukeihin. Rivieralta Pariisiin palanneet naiset kehuskelivat vaatteidensa tulleen miestensä räätäleiltä. Monet pariisilaiset räätälit huomasivat pian palvelevansa mies-asiakkaiden vaimoja. (Lau 2010, 1.)



Kuva 8. Kirjailijat Radclyffe Hall ja Gertrude Stein.

Erityisesti alakulttuureissa esiintyi transvestistista pukeutumista fetisseineen. Naiset housupuvuissa oli tuohon asti assosioitu muun muassa lesbokirjailijoihin kuten Radclyffe Halliin ja Gertrude Steiniin, mutta suunnittelija kielsi tämän omissa vaikuttimissaan (Kuva 8). Hän ei halunnut luoda ns. maskuliinista lesbistä naista vaan pehmensi maskuliinisen siluetin naiselle soveltuvaksi. Hän käytti perinteistä miesten räätälöintiä uudella tavalla ja viimeisteli asut hyvin naisellisilla asusteilla. (Rawsthorn 1996, 90.)

### 5.1 Le Smoking -variaatiot

Le Smoking oli Yves Saint Laurentille ehtymätön inspiraation lähde. Hän suunnitteli vuosien 1966–2002 aikana satoja erilaisia variaatioita Le Smokingista. Hän muutti housuasun ilmettä mallistosta toiseen, mutta myös varioi smokkiteemaa aina kunkin ajan hengen ja tarpeiden mukaan. Saint Laurent ei antanut mallin tai materiaalin olla mielikuvituksensa esteenä, vaan hänen käsissään jokainen vaatekappale muuntui jossain vaiheessa *smokingiksi*. Mustan eri sävynyanssit eri materiaaleissa ja pinnoissa (sa-

metti, satiini, pitsi, paljetit tai kashmir) synnytti aina uuden, mutta tunnistettavan Le Smokingin. (Chenoune 2006, 92.)

Le Smoking -teeman alla lanseerattiin: smoking-bermudashortsit (1968), smoking -shortsit (1971), smoking-haalari (1975), smoking-neuletakki (1977), smoking-spencer-jakku (1978), smoking-takki (1980), smoking-jodhpurhousut (1984), smoking-mekko(1985), smokin- bolerojakku (1986), smoking-trensstitakki (1991), smoking-safari-takki (1996), smoking-keepi (1999) (Liite 3). Vaikka Le Smokingista kehittyi ajan myötä kokonainen naisen vaatekaappi, pysyi Saint Laurentin omana suosikkina ensimmäinen smokkiasu vuodelta 1966, jonka pitkään siluettiin ja mittasuhteisiin hän oli erittäin tyytyväinen (Shardlow 2011,1).



Kuva 9. Le Smoking -variaatioita vuosilta 1992, 1993 ja 1999.

Le Smoking on pysynyt muotitalon mallistoissa tähän päivään saakka. Le Smoking on muuntunut erilaisiksi ilmentymiksi myös Saint Laurentin jälkeisten suunnittelijoiden käsissä. Vuoden 2002 jäähyväisten jälkeen muotitalon suunnittelijoina ovat olleet Alber Elbaz, Tom Ford ja Stefano Pilati, jotka ovat jättäneet oman jälkensä Le Smokingeihin. Nykyisen taiteellisen johtajan Hedi Slimanen ensimmäisessä mallistossa (SS 2013) Le Smoking oli vahvasti mukana. Mallisto oli kumarrus talon perinteitä kohtaan ja erityisesti smokkiasulle. Merkillepantavaa oli, että Le Smokingin takissa oli ensimmäistä kertaa miesten puoleinen napitus, mikä on jälleen yksi askel kohti miesten ja naisten pukeutumisen yhdenmukaistamista.



Kuva 10. Hedi Slimanen suunnittelema Le Smoking kevään 2013 mallistoa.

## 5.2 Le Smoking osana 1960-luvun muuta muotia

1960-luku on vuosikymmen, jolloin maailmalla kuohui ja tapahtui. Kuuban ohjuskriisi, Kennedyn salamurha, Berliinin muurin rakentaminen, Marilyn Monroen kuolema sekä yhteiskunnalliset muutokset ympäri maailmaa pitivät ihmiset valppaina ja kiinnostuneina ajan tapahtumista ja ilmiöistä. Television yleistyminen välitti myös sodan ja sen raakuudet ensimmäistä kertaa koteihin. Suuret opiskelijamielenosoitukset ja rauhanliikkeet toivat nuorisomuotiin armeijahenkiset vaatteet, kuten parkatakit ja univormumaiset päällysvaatteet.

Teknologinen kehitys huipentui avaruuden valloitukseen. Muodissa tämä näkyi futurististen teemojen käyttöönottona ja mitä erikoisimpien materiaalien uskaliaina kokeiluina. Moderni avaruusaika toi mukanaan vaatetukseen uusia materiaaleja kuten metallin, pleksilasin ja paperin. Mallistot saivat sellaisia nimiä kuin André Courrèges'n Avaruusaika tai Pierre Cardinin Cosmos (Stevenson 2011, 184). Vaatteiden valmistus halvoista ja erikoisista materiaaleista ja niiden työstö esimerkiksi teräspihdeillä ja metallisaksilla oli dramaattinen rajanveto haute couture -maailmaan.

Lääketeieteellisistä saavutuksista merkittävin oli e-pillerin keksiminen, joka aiheutti seksuaalisen vallankumouksen mahdollistamalla ajattelutavan vapaasta seksistä ja antoi

riippumattomuuden institutionaalista sääntelyistä. Minihame istui 60-luvun naisen vartaloon ja ajattelutapaan. Sen keksijästä taidetaan tosin vieläkin olla kahta mieltä; oliko sen takana Courrèges vai Quant (Stevenson 2012, 178).

Yhdeksi vuosikymmenen seuratuimmaksi muodin ikoniksi nousi amerikkalainen Jacqueline Kennedy. Eurooppa-keskeinen muoti sai Amerikasta toisenkin klassikon kilpailijakseen, nimittäin farkut, joiden käyttö kasvoi räjähdysmäisesti 60-luvulla. Tähän haasteeseen Pariisin muotitalot eivät kyenneet heti vastaamaan, vaikka Diorin muotitalon silloisen johtajan Marc Bohanin tiedetään saaneen tiedon farkkujen "maihinnoususta" jo vuonna 1961 (Otava 1979, 4457).

Muiden muodintekijöiden kokeillessa moderneja ja vallankumouksellisia materiaaleja, pintoja ja muotoja toi Yves Saint Laurent naisen muotiin ja pukeutumiseen jotain niinkin perinteistä ja klassista kuin miehen smokin, jonka alkujuuret olivat jo 1800-luvulla. Le Smokingin tuoma murros naisen muotiin ja pukeutumiseen oli vaikuttava, ja housupuvun taival naisen vaatekaappiin tekikin aimo harppauksen.

## 6 Le Smoking ja naisen vapautuminen

Yhdysvalloissa alkanut ja Eurooppaan levinnyt naisasialiikkeen eli feminismin toinen aalto oli 60-luvulla aluillaan ja vahvistui entisestään 1970-luvulle tultaessa. Uusi feministinen ajattelu piti sisällään ideaalin; ajatuksen nuoresta naisesta, joka on taloudellisesti riippumaton muista ja aktiivinen toimija niin yhteiskunnallisesti kuin yksityishenkilönä. Naiset vaativat täysiä kansalaisoikeuksia aikana, jolloin länsimaissa oli paljon kuohuntaa. Hippiliike, rauhanliike, vapaan rakkauden aate; 60-luvulla nuoriso kapinoi vanhoja arvoja vastaan (Kuitunen 1998,105).

60-luvun nainen rimpuili irti 50-luvun kahleista ja sosiaalisesta kontrollista ja samalla kiinnitti katseen omaan kehoonsa. Sosiologi Georg Simmelin käsite muodin dualismista soveltuu mielestäni hyvin 1960-luvun muodin tarkasteluun. Muodin dualistisella kah-tiajaolla tarkoitetaan yksilön kuulumista ryhmään ja sulautumista joukkoon, mutta samalla pyrkimystä yksilölliseen erottautumiseen. (Sweetman 2005, 61.) 60-luvun nuoriso pyrki erottautumaan edellisistä sukupolvista radikaalisti, mitä omalta osaltaan vahvisti kulutus- ja massakulttuurin nousu. Uusi nuorisomuoti oli ryhmää sosiaalistava ja yhteenkuuluvuutta lisäävä, mutta loi samalla tarvetta yksilölliseen erottautumiseen. Erityisesti mainonnan ja uusien muotikuvien myötä, joissa nainen kuvattiin aivan uudella

tavalla, naisen katse kiinnittyi entistä enemmän omaan kehoon ja sen mahdolliseen muokkaamiseen. Syntyi uudenlainen hoikka ja fyysisesti aktiivinen ideaalivartalo, jota ihannoitiin ja johon pyrittiin. Sosiaalinen yhteenkuuluvuus näkyi ulospäin ja yksilölliseen erottautumiseen oli sisäinen paine. (Radner 2005,184.)

Yksi ajan moraalikysymyksistä oli naisten housut, joiden käyttö oli yhä paheksuttua. Housuja oli kyllä pidetty jo aiemmin, 30-luvulta lähtien, etenkin amerikkalaisten naisten keskuudessa, mutta silloinkin päiväkäytössä ja erillisenä asun osana. Ilta-asuina tai kokonaisina housupukuina ei niitä käytetty juuri lainkaan. Poikkeuksen tekivät suuret filmitähdet, kuten Greta Garbo, Katharine Hepburn ja Marlene Dietrich, joilla oli näyttelijän statuksen ja performatiivisen tilan myötä eräänlainen oikeutus pukeutua housuihin ja muutenkin miesten vaatteisiin, joihin ei tavallinen nainen uskaltanut koskea (Theatre of Fashion 2011).

Suomalaisten naisten oli vedettävä housut jalkaansa jo sota-aikana, kun he joutuivat ottamaan vastuun miesten töistä kotona. Tästä ”oikeudesta” he eivät luopuneet sodan päätyttyä, minkä tiedän olleen totta myös omassa perhehistoriassani.

Hélène Lazareff, muotilehti Ellen perustaja ja Saint Laurentin suuri ihailija kielsi kuitenkin naispuolisia työntekijöitään pukeutumasta housuihin työpaikalla (Rawsthorn 1996, 91). Kiellot olivat hyvin tavallisia tuohon aikaan yrityksissä ja kouluissa, eikä vain Ranskassa vaan myös muualla maailmassa (Koskennurmi-Sivonen 2012, luento).

Yves Saint Laurent piti housuista, ja vieläpä erittäin paljon. 1960-luvulla tehdyissä videohaastatteluista (Yves Saint Laurent, France 2002) käy ilmi, että moni mies ei voinut sietää housuja naisilla, koska ne olivat heidän mielestään hyvin epänaiseelliset. Saint Laurent näki asian päinvastaisena. Hän mielestään nainen housuissa voi maksimoida feminiinisyytensä ja siksi niiden puolesta oli perusteltua taistella.

Pukeutumisen sääntelyt olivat hallinneet vaatesuunnittelua 60-luvulle tultaessa. Ajoitus Le Smokingille oli loistava, sillä se tuli markkinoille samaan aikaan, jolloin naiset tarvitsivat oman aikansa tunnusmerkin, uuden sukupolven univormun. Yves Saint Laurentin muoti kävi samaa tahtia naisten vapautumisen kanssa. Le Smoking antoi naisille ei vain mahdollisuuden mutta myös keinon murtaa yhteiskunnan asettamat normit ja säännöt. Nainen oli astumassa muodin kautta vapauteen ja valtaan. (Rawsthorn 1996, 91.)



Kuva 11. Christian Dior näyttää, mikä on sesongin helman pituus.

### 6.1 Muodin demokratisoituminen - haute couture ja prêt-à-porter

Haute couture määritteli länsimaisen naisen muodin 1850-luvulta 1960-luvulle. Haute couture on Pariisilainen ilmiö, joka tarkoittaa korkealaatuista ompelutaitoa ja valmistusta. Se on mittatilaustyötä, joka tehdään käsityönä yksilöllisesti jokaiselle asiakkaalle (Otava 1979, 4455). Virallista haute couture -nimikettä saavat käyttää vain ne yritykset, jotka täyttävät *Chambre Syndicale de la Haute Couture:n* asettamat vaatimukset. Vaatimukset koskevat muun muassa tuotantotapoja, materiaaleja, henkilöstön määriä ja näytöskalentereita. Yrityksistä, jotka toimivat suunnilleen samalla periaatteella, käytetään nimitystä "couture". (Koskennurmi-Sivonen 2012, luento.)

Käsite prêt-à-porter (engl. ready-to-wear) tarkoittaa valmisvaatteita. Nimikkeeseen sisältyy oma arvojärjestyksensä: *prêt-à-porter de luxe* viittaa nimenä korkealaatuisiin boutique-myyntiin tarkoitettuihin valmisvaatteisiin, *prêt-à-porter des couturiers* viittaa haute couture talojen prêt-à-porter linjoihin, joita ovat muun muassa Yves Saint Laurentin Rive Gauche ja Chanelin Boutiquet ja *prêt-à-porter des createaur* ovat muotitaloja, joilla ei vielä ole haute couture -statusta, mutta jotka mahdollisesti pyrkivät siihen. Muun muassa Karl Lagerfeld suunnittelee Chanelille couturier-nimikkeellä ja omalle Lagerfeld-merkilleen createaur-tittelillä. (Koskennurmi-Sivonen 2012, luento.) Tässä tutkimuksessa käytän valmisvaatteista yleisnimikettä prêt-à-porter.

Valmisvaatekonseptin alkaminen ajoitetaan 1920-luvulle, jolloin muun muassa Madeleine Vionnet myi rue de Castiglioneella sijaitsevalle pukuvalmistaja Eva Boëxille jällevalmistusoikeudet joihinkin suunnittelemiinsa vaatteisiin (Voguepedia 2013, 1).

Jatkoa seurasi vuonna 1934, jolloin taantuman ja taloudellisten vaikeuksien johdosta haute couture -talo Lucien Lelong avasi muotitalonsa yhteyteen putiikin, josta pystyi ostamaan haute couture -kokoelmien yksinkertaistettuja versioita. Mallisto tunnettiin nimellä Édition. (Rawsthorn 1996, 84.)

Valmisvaatteiden valmistus alkoi lisääntyä myös muissa haute couture -taloissa erityisesti toisen maailmansodan jälkeen. Ne olivat edullisia kopioita alkuperäisistä haute couture -luomuksista. Niitä oli paljon huokeampaa valmistaa, sillä materiaalit olivat alkuperäisiä edullisempia ja yksityiskohdiltaan karsittuja. Vaatteiden valmistuksessa käytettiin koneita, kun taas haute couture -vaatteet valmistetaan aina käsin. Ostopäätökseen ei vaikuttanut kuitenkaan pelkästään hinta. Edullisemmän hinnan lisäksi valmisvaatteita oli helpompi ostaa, sillä niitä ei tarvinnut käydä sovittamassa useampaan kertaan. (Lehnert 2001, 21.)

Tultaessa 1960-luvulle oltiin yhä vähemmän valmiita ja kykeneviä maksamaan korkeita hintoja yksittäisistä vaatekappaleista. Ala joutui kriisiin ja haute couturen merkitys laski. Muotitalojen luomukset koettiin vanhanaikaisiksi, porvarillisiksi ja tylsiksi. Muoti pyristeli irti vanhoista kalkkeutuneista järjestelmistä ja pyrki uusiin toimintatapoihin. Valmisvaatteet korvasivat uniikit ja yksilöidyt vaatteet ja siirryttiin tyyllisesti laidasta toiseen, ilta-pukeutumisesta päivä- ja arkipukeutumiseen.

Valmisvaateteollisuuden kehittymisen myötä nuorisolla alkoi olla valtaa kuluttamisen ja pukeutumiskulttuurin saralla. Nuorisosta ja katumuodista tuli uusia muodin määrittäjiä. Muoti menetti elitistisen asemansa, mikä samalla tasa-arvoisti kuluttajia. Muodin oli oltava taloudellisesti kaikkien ulottuvilla. Nuorisomuodista olivat kiinnostuneet niin eri ikä- kuin sosiaaliryhmätkin:

Muoti saavutti kaikki ikäryhmittymät ja yhä useammat ihmiset pukeutuivat muotivaatteisiin palkkatason katsomatta. Muotia pystyttiin valmistamaan ja myymään yhä halvemmalla, varsinkin kun hyödynnettiin kaukomaiden halpatyövoimaa. Vaatteita ei enää ostettu pitkäaikaiseen käyttöön, vaan niistä tuli tavaratalojen ”päivittäistuotteita”, jotka ostettiin nopeasti, kulutettiin nopeasti ja heitettiin aivan yhtä nopeasti menemään. (Lehnert 2001, 61.)

Prêt-à-porter aiheutti paljon keskustelua ja kiistaa haute couture -taloissa. Perinteiset muotitalot olivat huolissaan haute couturen kohtalosta ja yleisestä arvostuksen laskusta. Taloudellinen tilanne ajoikin monet muotitalot alas, etenkin sen jälkeen kun amerikkalaiset ja eurooppalaiset tavaratalot sulkiivat haute couturea jälleenmyyvät salonkinsa.

Uusi sukupolvi näki haute couturen vanhahtavana ja itselleen sopimattomana vaihtoehtona ja vaati haute couturea valvovaa Chambre Syndicalea muuttumaan ajanmukaiseksi, jotta haute couture säilyisi myös jatkossa kiinnostavana. Myös Saint Laurent koki instituution jäykäksi ja epädemokraattiseksi, mikä ilmenee liitteenä olevasta artikkelista vuodelta 1971 (Liite 1). Elle-lehden artikkelissa hän perustelee vielä jälkeinpäin syytä prêt-à-porterin pariin siirtymiselle. Kuvapareissa on ilmoitettu kahden lähes samanlaisen tuotteen hinnat haute couture- ja prêt-à-porter -puolella. Videohaastattelusta (Yves Saint Laurent, France 2002) käyvät ilmi samat ajatukset:

Haute couture on järjestelmänä vanhentunut, esimerkiksi tavassa, miten asiakkaat tilaavat vaatteita. Tulevaisuus on prêt-à-porterissa, koska se luo toivoa ja jotain uutta. Prêt-à-porter on moraalisesti oikein, sillä se antaa kaikille mahdollisuuden hankkia laadukkaita vaatteita. Haute couturen hinnoissa on suuri epäoikeudenmukaisuus, ja koen velvollisuudekseni olla demokraattinen naisia kohtaan.

Saint Laurent ymmärsi ajan hengen ja 60-luvun naisen tarpeet. Hän halusi suunnitella aktiivisille naisille, jotka kävivät töissä, liikkuivat ja matkustelivat. Tavoitteena oli luoda vahva ja omaleimainen valmisvaatemallisto, joka ei olisi vain halpa kopio haute couturesta. Prêt-à-porter -tuotteilla tuli olla selkeä oma tuoteidentiteetti ja niitä tuli voida myydä omissa putiikeissaan. (Bergé 2012, 170.)

Tuohon mennessä ei ollut yksikään couturier tehnyt prêt-à-porteria kunnolla. Jotkut olivat yrittäneet tehdä, mutta epäonnistuneet tekemällä vain halvempaa versiota haute couturesta. Yves oli ensimmäinen, joka mielti prêt-à-porteria itsenäisenä kokonaisuutena. (Rawsthorn 1996, 86)

Ajoituksella oli jälleen merkittävä osa. Tuon ajan toinen ranskalainen supertähti André Courrèges oli siirtymässä haute couturesta kokonaan prêt-à-porter -puolelle eikä hänen toivottu ottavan suunnannäyttäjän roolia (Rawsthorn 1996, 86). Saint Laurentin tavoitteena oli olla ensimmäinen couturier, joka avaa prêt-à-porter -putiikin Pariisiin. Ranskalainen prêt-à-porter oli myös vastaus svengaavalle Lontoolle. Oli keksittävä jotain uutta, joka kilpailisi Mary Quantin minihameiden kanssa ja kääntäisi katseet jälleen Pariisiin. (Yves Saint Laurent, France 2002.)

Saint Laurent avasi ensimmäisen prêt-à-porter -liikkeensä syksyllä 1966, heti Le Smokingin lanseerauksen jälkeen ja antoi sille nimen Rive Gauche, Vasen ranta, joka tarkoittaa Pariisin boheemia kaupunginosaa. Se teki henkisen eron lisäksi maantieteellisen eron haute couture maailmaan, sillä haute couture -muotitalot sijaitsivat Pariisin oikealla rannalla ja aina rakennusten toisessa kerroksessa, katutasoa korkeammalla sekä kirjaimellisesti että vertauskuvallisesti. (Koskennurmi-Sivonen 2012, luento.)





Kuva 12. Ystävykset Betty Betty Catroux, Saint Laurent ja Loulou de la Falaise Rive Gauche – liikkeen edustalla.

Syksyllä 1966 Le Smoking sai haute couture -puolella ristiriitaisen vastaanoton. New York Timesin muotitoimittaja Gloria Emerson kritisoi näytöstä kutsuen Le Smokingia vanhanaikaiseksi ja rahvaanomaiseksi. Hänen mielestään Yves Saint Laurentilla oli liian kovat paineet osoittaa maailmalle olevansa katu-uskottava suunnittelija, jonka tuotteisiin nuoret voisivat samaistua. (Shardlow 2011,1).

New York Herald Tribune ja Women's Wear Daily esittivät eriävät mielipiteet. Sametti-versiollinen Le Smoking aiheutti sensaation ilmestyessään elokuun 5. päivä New York Herald Tribunen kanteen ja Women's Wear Daily julisti Saint Laurentin suunnittelijaksi, joka kyseenalaisti vanhentuneet järjestelmät ja halusi luoda jotain uutta ja eleganttia (Chenoune 2006, 91).

Heti Rive Gauche -liikkeen avauduttua Le Smoking -tuotteet lanseerattiin valmisvaatepuolelle, jossa niiden hinta oli vain murto-osa haute couture -vaatteiden hinnoista. Smokkiasun suosiosta tuli valtava. (Fondation 2008, 142.) Lehdet raportoivat nuorista naisista, jotka kiiruhtivat liikkeeseen saadakseen oman smokkiasunsa. Esimerkiksi lokakuussa 1968 rue de Tournon -liike myi 150 pukua alle 15 päivässä. (Benaïm 1999, 126). Rive Gauche -liike sai kutsumanimen "pantsuit".

Seuraavien vuosien aikana Le Smoking sai runsaasti palstatilaa. Elle-lehden H el ene Lazareff, joka aiemmin kielsi ty ontekij it aan pukeutumasta housuihin, kirjoitti elokuussa 1968 Le Smokingista:

Saint Laurent on muodin k arjess . Nuorin haute couture -suunnittelijoista on asettanut muodille aivan uuden suunnan ja muotokielen. Uskomme, että h enen iltaan tarkoitettuja housupukujaan voi käyttää suurin osa naisista, naisen ikään tai kokoon katsomatta. Le Smoking on vastine Balenciagan s akkimekolle tai Diorin vuoden 1947 New Lookille. (Bena im 1999, 126.)

Smokkiasun myyntiä edesauttoi useamman julkisuudenhenkil n esiintyminen Le Smokingissa. Smokkiasun siluettiin ihastuivat muun muassa Catherine Deneuve, Liza Minnelli, Lauren Bacall ja Bianca Jagger, jonka h  asun myöhemmin vuonna 1971 oli valkoinen smokkitakki ja pitkä hame. (Shardlow 2011,1).



Kuva 13. Catherine Deneuve, Fran oise Hardy ja Charlotte Rampling smokkiasuissaan.

## 6.2 Le Smoking ja pukeutumisen yhdenmukaistuminen

1960-luku oli vastakohtien yhdenmukaistumisen aikaa, jolloin sukupuolirot hämärtyivät ja sukupuoliuntomerkit kätkettiin. Miesten hiukset alkoivat kasvaa, kun naisten lyhenivät. Ihanteeksi tuli hoikka ja solakka vartalotyyppi, eivätkä siihenastiset perinteiset naisihanteet enää puhutelleet nuoria. (Lehnert 2001, 57.) Poikamaisia tyttöjä alettiin kutsua androgyneiksi, joka oli myös Saint Laurentin ideaali. Androgyynisyys oli suunnittelijan oma unelma ja fantasia (Yves Saint Laurent, Ranska 2002).

Täydellinen tilanne olisi se, että molemmat sukupuoli olisivat samassa vartalossa; että kukin olisi puoliksi nainen, puoliksi mies (Yves Saint Laurent, Ranska 2002). Ideaali toteutui Yves Saint Laurentin omassa henkilökohtaisessa elämässä läheisen ystävänsä

Betty Catroux'n kautta, joka oli kuin naisversio hänestä itsestään, ja hän oli miesversio Bettystä. Ystävykset peilasivat sukupuoli-identiteettiään toistensa kautta; he pukeutuivat toistensa kaltaisiksi ja näköisiksi. (Yves Saint Laurent, France 2002.)



Kuva 14. Yves Saint Laurent ja Betty Catroux smokkiasuissaan.

Ruotsalainen muotisuunnittelija Sighsten Herrgård oli sitä mieltä, että tasa-arvon nimissä naisen ja miehen kuului pukeutua täsmälleen samanlaisiin vaatteisiin, kuten farkkuihin ja t-paitoihin (Kuitunen 1998, 106). Saint Laurent onkin todennut, että jos jokin häntä on jäänyt harmittamaan, on se ettei hän keksinyt farkkuja (Yves Saint Laurent, France 2002). Mutta Le Smoking teki saman kuin farkut; se oli asu, joka oli tarkoitettu molemmille sukupuolille.

Ajan pukeutumisen yhdenmukaistumista korosti myös värien minimalistisuus. Hempeän pastellisen 50-luvun jälkeen siirryttiin kirkkaisiin blokkiväreihin sekä mustavalkoisuuteen, josta tuli vuosikymmentä kuvaava väriyhdistelmä. Se edusti modernia minimalistista ajattelutapaa. Vaikka Yves Saint Laurent oli kuuluisa värien käytöstään, on mustavalkoisuus ollut tärkeä osa Le Smokingia. Valkoinen ja musta ovat länsimaisen juhlapukeutumisen kaksi tärkeintä väriä ja ne ovat säilyneet osana Le Smokingia tähän päivään saakka.

### 6.3 Le Smoking ja vaatteet valtapelin välikappaleena

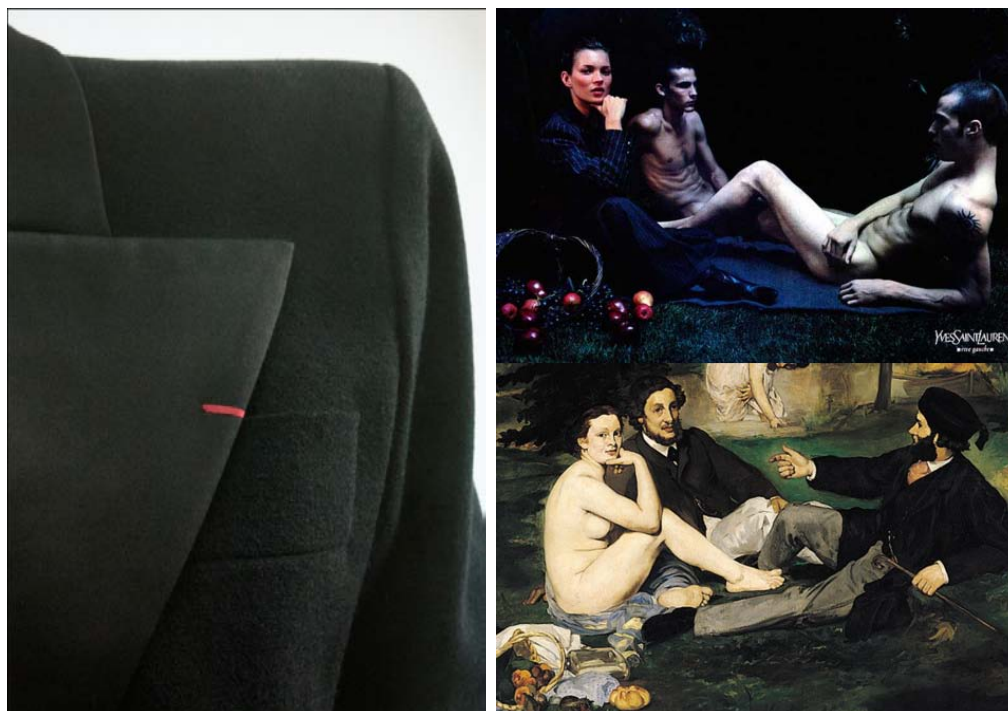
*Chanel antoi naisille vapauden, Yves Saint Laurent vallan (Pierre Bergé)*

Pukeutumistutkija Jennifer Craikin (1994, 176) mukaan länsimaiselle muodille on tyypillistä sen keskittyminen naisiin ja naisten muotiin. Tutkijan mukaan miehiä elementtejä ei pidetä muodikkaana vaan ne edustavat pysyvämpiä arvoja kuten käytännöllisyyttä ja järkeä. Naisten herkkyyttä ja ailahtelevaisuutta on pidetty heikkoutena, ja näin myös jatkuvasti vaihtuvaa muotia ja siihen liittyviä ilmiöitä on pidetty impulsiivisina ja naisellisina. (Jervis 1998, 129.)

Naisen muuttunut yhteiskunnallinen asema, vapautuminen ja seksuaalinen tasavertaisuus johtivat naisten aseman vahvistumiseen, mikä alkoi heijastua vaatteiden kautta käytävään valtapeliin. Pukeutumisella on mahdollisuus vaikuttaa sosiaaliseen kanssakäymiseen eri tavoin. Sen avulla voi tehdä vaikutuksen, kontrolloida ja manipuloida. Näin ollen muoti, pukeutuminen ja vaatetus ovat sidoksissa valtaan ja sen käyttöön. (Kukkonen 2005, 23.)

Le Smoking antoi naiselle voimaa ja vapauden. Le Smokingin vaikutus voimapukeutumiseen (engl. *power-dressing*) on kiistaton. Voimapukeutuminen tarkoittaa pyrkimystä vaikuttaa asulla arvovallan ja oman statusaseman nostoon. Sillä viestitään johtajuudesta, kilpailukyvyistä ja autoritäärisyydestä. John T. Molloy *Dress for Success* -kirjassaan (1975) pitää pukeutumista tärkeänä tekijänä ja osana menestystä liike-elämässä ja henkilökohtaisessa elämässä. Samalla hän popularisoi termin, joka vakiintui 1980-luvulla median ottaessa sen yleisesti käyttöön. (Young 2011, 9.)

Voimapukeutuminen tarkoittaa asuissa vahvoja siluetteja, räätälöityjä pukuja ja tarkoin harkittuja väriyhdistelmiä. Asun kokonaissiluettilla ja hartialinjalla jakuissa, bleisereissä ja takeissa on suuri merkitys voimapukeutumisessa.



Kuva 15. Le Smokingin hartialinja vuonna 1988 on suora ja järkähtämätön. Kaulus mukailee olkalinjaa, joten vaateen viesti on voimakas. Kuvapari Rive Gauche ja Aamiainen ruohikolla.

Saint Laurent otti osaa keskusteluun naisten lisääntyvästä tasa-arvosta ja sitä kautta vallasta ja vapaudesta. Mainoskuvissa ylläpidettyjä sukupuolten väliset valta-asemat, kuten naisen alistainen asema mieheen nähden tai miehen katseen kohteena oleminen saivat Yves Saint Laurentin nousemaan barrikadeille naisten puolesta ja heidän kanssaan. Le Smoking- ja housuasukampanjakuvillaan Saint Laurent kyseenalaisti vallitsevia naisten ja miesten välisiä valta-asetelmia.

Rive Gauche kampanjakuvan (1998) inspiraationa on Edouard Manet'n maalaus *Aamiainen ruohikolla* (*Le déjeuner sur l'herbe*) vuodelta 1863, joka omana aikanaan aiheutti paljon kohua ja pahennusta epäsovinnaisuudellaan. Mainoksessa perinteiset sukupuoliroolit on käännetty pääläelle. Liituraitapukuinen nainen kuvassa on dominoivassa asemassa miehiin nähden ja hänen asentonsa on erittäin maskuliininen. Miesten alastomuus ja naiselliset poseeraukset herättävät katsojassa hämmennystä, aivan kuten alkuperäinen kuva aikoinaan. Saint Laurent halusi vahvistaa viestiä naisen uudesta asemasta kommunikoidessaan sekä miehille että naisille.

Voimapukeutuminen kertoo määrätietoisesta naisen bisnesvaistoista ja poliittisista pyrkimyksistä. Kulmikkaan maskuliininen siluetti leimautui vahvasti osaksi 80-luvun nousukautta ja juppikulttuuria. Voimapukeutumisella alleviivattiin henkilöahmojen voimasuhteita myös populaariviihteen puolella, kuten elokuvissa ja tv-sarjoissa. Joan Col-

linsille, *Dynastia* –tv-sarjan supernaiselle teetettiin lukematon määrä ylellisiä jakkupukuja voimakkailla hartialinjoilla, joilla naisen roolihahmoon luotiin samaan aikaan miehistä uskottavuutta ja naisellisen synnillistä vetovoimaa (Stevenson 2012, 239).

Voimapukeutumisesta puhutaan tänä päivänä viitatessa naisiin korkeissa poliittisissa asemissa tai puhuttaessa liike-elämän vaikuttajanaisista. Heille on syntynyt oma pukeutumiskoodistonsa, joka noudattelee pitkälti samaa kaavaa kuin termin syntyessä 80-luvulla. Jakku- ja housupuvut kuuluvatkin olennaisena osana voimapukeutumisen koodistoon.

## 7 Le Smoking ja naisen ruumiinkieli

Asu on linkki identiteetin ja ympäristön välillä. Pukeutumisella viritämme itsemme - mieleemme ja kehomme - toimimaan sosiaalisissa tilanteissa ja pelaamaan niillä säännöillä, jotka ympäristö meille asettaa. Ruumiin tekniikat rakentuvat ja kehittyvät ympäristön paineen alaisuudessa, jolloin valitsemamme päivittäiset asut ja niihin liittyvä kehon kieli ovat aina ympäristön, yhteisön ja oman tahtomme kompromisseja. (Entwistle 2000, 114.)

Ulkoasu voi pettää vaikka kuinka yrittäisimme sitä kontrolloida. Entwistlen mukaan pukeutuneen minän ja luonnollisen minän välillä on jatkuva jännite. Kysymys kuuluu, kuinka paljon Le Smoking paljastaa ja kertoo naisen identiteetistä ja kuinka paljon sen on tarkoitus piilottaa?

Pukeutumistutkija Penny Storm jaottelee teoksessaan *Functions of Dress, Tools of Culture and the Individual* (1987) pukeutumisen funktiot seuraavasti:

- 1) Pukeutumisen luontaiset funktiot: koristautuminen, suojautuminen, häveliäisyys.
- 2) Pukeutumisen viestinnälliset funktiot: kommunikaatio, roolit, status.
- 3) Pukeutumisen sosiaaliset funktiot: sosiaaliluokka, talous, hallinto, uskonto.
- 4) Pukeutumisen psykologiset funktiot: yksilön kehitys, ryhmädynamiikka, käyttäytyminen.

(Koskennurmi-Sivonen 2012, 7.)

Le Smokingissa toteutuvat kaikki pukeutumisen funktiot. Le Smoking ei ilmaise vain asun käyttötarkoitusta ja kontekstia, vaan se myös kommunikoi sosiaalisessa tilassa ja ilmentää yksilön persoonaa. Se tuo esiin kantajan ulkoisen identiteetin sekä aiheuttaa kantajassaan fyysisen kokemuksen. Fyysinen kokemus ilmenee asennoissa, ilmeissä, kävelytyylissä tai siinä kuinka asun kantaja seisoo paikallaan, nojaa ja istuu.

Le Smoking vaikuttaa naisen asentoon ja liikkumiseen (Menkes 2005). Ei vain puvun tuoma asenne mutta myös ilmaisuliike ovat yhtä *smokingia*. Hyvin miehekkäästä asennosta kädet housujen taskuissa tuli Saint Laurentin asujen ilmaisutapa, joissa muun muassa on Marlene Dietrichin henki vahvasti läsnä. Le Smokingin pukeutumiskuvaan sisältyykin kommunikatiivinen merkityskokonaisuus.



Kuva 16. Helmut Newtonin ikoniset kuvat vuosilta 1975 ja 1979.

Yksi pukeutumishistorian ikonisimmista kuvista on Helmut Newtonin vuonna 1975 ot-tama kuva androgyynisestä naisesta Pariisin Rue Aubriot -kadulla. Kuvan naismallilla ei ole päällä Le Smokingia vaan Yves Saint Laurentin ”gangsterimalliston” liituraitapuku 1930-luvun henkeen. Kuvan tunnelmasta välittyy kuitenkin olennainen, se *idea*, mistä *smokingissa* on kyse. (Fondation 2010, 146.)

Vaatteet eivät ole vain sitä, mitä laitetaan päälle vaan myös tunne, minkä ne saavat aikaiseksi. Samalla kun Saint Laurent ohjasi pukeutumisen suuntaa pois sääntelyistä,

hän muutti naisten kehollista kokemusta ja vei heidän katseensa suunnan omaan kehoon. Hän antoi naisille välineet tutustua oman identiteettinsä eri puoliin; vaatteet avaavat persoonan osia, jotka muuten jäisivät piiloon.

Vaatesuunnittelija Diane von Furstenberg on todennut, että Saint Laurentin vaatteet eivät olleet vain vaatteita, jotka peittävät kehon mutta myös tunne, minkä ne saivat naisessa aikaiseksi. Von Furstenbergin mukaan Saint Laurentilla oli poikkeuksellinen kyky ymmärtää naisen vartaloa ja ajattelutapaa, mikä tarkoitti kykyä muuntaa naisen sisäistä tunnetta omasta pukeutumisestaan. Hän teki naisista voimakkaita mutta samalla naisellisia (Von Furstenberg 2008).

Yksi Le Smokingiin vahvasti liittyvistä ruumiillisuuden teemoista on peittämisen ja paljastamisen vuoropuhelu (Chenoune 2006, 93). Se on teema, joka on alusta asti ollut mukana osana Le Smoking maailmaa. Le Smokingin tarkoituksena on osaltaan peittää naissukupuolen tuntomerkit, mutta myös paljastaa sen feminiinisyyttä ja pehmeys. Maskuliininen smokki verhoaa alleen naisellisen naisen, joka paljastuu mallistoista toiseen aina eri tavalla.



Kuva 17. Le Smoking vuodelta 1978. Liituraitapuku vuodelta 1971.



Alastomuus on yksi ruumiin tekniikoista. Smokkiasun myötä nainen ei vain omaksu uutta elekieltä ja asentoa, vaan myös paljastaa vartalostaan osia, jotka luovat jännitteitä fyysisen olemuksen ja ruumiin kielen välillä. Le Smokingiin pukeutuneen naisen ruumiin kieli ja välitetty viesti voi katsojasta olla hämmentävä ja mysteeriin verhottu.

Mustasta smokkiasusta tuli Yves Saint Laurentin symboli, jota hän kutsui turvapaikaksi. Saint Laurentin naiselle tarjoama turvapaikka oli naisen muuttunut itsetunto. Hän oli pannut merkille, kuinka itsevarmoja miehet olivat pukeutuessaan pukuihinsa ja vastavaa hän ei ollut koskaan nähnyt naisten kohdalla. Hänen tavoitteenaan oli antaa naisille tunne ja kokemus itsevarmuudesta, mikä tarkoitti siluettia. Ideaalina hänellä oli luoda täydellinen siluetti, mikä käytännössä tarkoitti pyrkimystä pidentää ja hoikentaa naisvartalon kokonaisilmettä. Hän kuvasi smokkia välttämättömydeksi, koska se saa naisen tuntemaan itsensä jatkuvasti muodikkaaksi (Chenoune 2006, 94).

Saint Laurent halusi luoda uudenlaisen naisellisuuden, joka on samalla eräänlainen paradoksi. Se syntyy, kun nainen pukeutuu miehen vaatteisiin. Juuri tuolloin nainen on hänen mielestään naisellisimmillaan. Suunnittelijan mallistojen ytimenä onkin jännite maskuliinisuuden ja feminiinisuuden välillä. Vastakohtaisuudet näkyvät mallistojen muodoissa, silueteissa, pinnoissa ja materiaaleissa, jotka leikittelevät pukeutumisen ja paljastamisen teemoilla (Chenoune 2006, 93).



Kuva 18. Le Smoking -pitsiversio vuodelta 1990.

Yves Saint Laurentin naiseen liittyy asennon lisäksi liike. Saint Laurent on kuvannut suunnittelunsa lähtökohtaa seuraavasti:

Asujeni lähtökohtana ovat eleet ja vartalon liikkeet. Jos vaatteet vaikeuttavat liikkeen muodostumista tai ne eivät heijastele sitä, vaatteet ovat huonoja. Vasta sitten, kun olen löytänyt ilmaisuliikkeen vaatteelle, valitsen värin ja lopullisen muodon (Fondation 2010, 170).

Suunnittelija laittoi naisiin liikettä myös näytöslavoilla. Mallit uhkuivat catwalkilla itsetuottamusta ja huolettomuutta, kun Saint Laurent vapautti naisten vartalot liikkeelle. Vapautunutta itsenäisen naisen habitusta korostettiin korotetuilla olkalinjoilla ja kapealla lantiolla. Huoleton vapaus saavutettiin myös lisäämällä taskut sekä päivä- että ilta-vaatteisiin. Tästä tulikin Saint Laurentin tavaramerkki. Kädet vapautettiin käsilaukuista, ja olkalaukuista tuli nyt erittäin suosittuja. (Yves Saint Laurent, France 2002.)

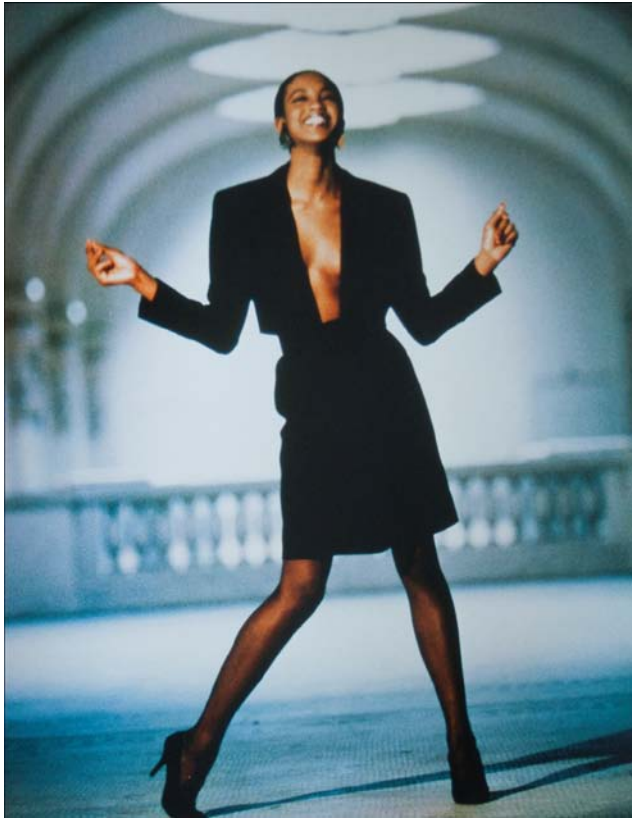
## 8 Le Smoking ja naisen kuva

*Le Smoking edustaa tyyliä, ei muotia. Muodit tulevat ja menevät, mutta tyyli on ikuista* (Yves Saint Laurent)

Teoreetikko Guy Debord julkaisi vuonna 1967 kapitalismia kritisoivan teoksen *Spektaakkelin yhteiskunta* (ransk. *La Société de spectacle*), jossa hän paheksui kulutuskulttuuria ja ihmisen vieraantumista kokemuksellisuudesta. Muodin pinnallisuus, impulsiivisuus ja kuvallisen kulttuurin lisääntyminen 1960-luvulla loivat epätodellisia ideaaleja, joiden ansoihin Debord näki kuvan lukijan lankeavan. Debordin tavoitteena oli arjen vallankumous, jossa todellinen kokemuksellinen taide ja arkielämä yhdistyisivät. (Weber 2006, 225.) Uotilan (1994, xiii) mukaan kokijan osuus teoksen merkityksellistymisen kannalta on aina avoin mahdollisuus ja pukeutumiskuvan totuus on subjektiivinen.

Panofskyn kuva-analyysin mukaan kuvia analysoitaessa tulisi huomioida myös niiden sisältö ja sisäiset merkitykset. Se merkitsee, että otetaan huomioon myös miten teoksen aihe on valittu, mitä on kuvattu, kuka työn on tehnyt, mikä on teoksen syntyajan kohta, epookki ja kulttuurinen konteksti. (Anttila 2006, 372) Luhtakallion (2011) mukaan sosiosemiottilaisen kuva-analyysin avulla selvitetään kuvan kulttuurisia representaatioita; mistä jokin kuva on kuva, mitä asennot ja kuvakulmat representoivat ja millaisista sosiaalisista rakenteista kuvat kertovat. Tavoitteena on kiinnittää analyysoitavat kuvat sosiaaliseen todellisuuteen ja näin yhdistää parhaita puolia muista menetelmistä: semioottilaisen tarkka kuvaluenta yhdistettynä laadulliseen sisällönanalyysiin. Olen käyttänyt pukeutumiskuvaa ja sosiosemiottilaista kuva-analyysinä seuraavien kolmen esimerkkikuvan johtopäätöksissä.

## Esimerkki 1.



Kuva 19. Le Smoking vuodelta 1988, Vogue.

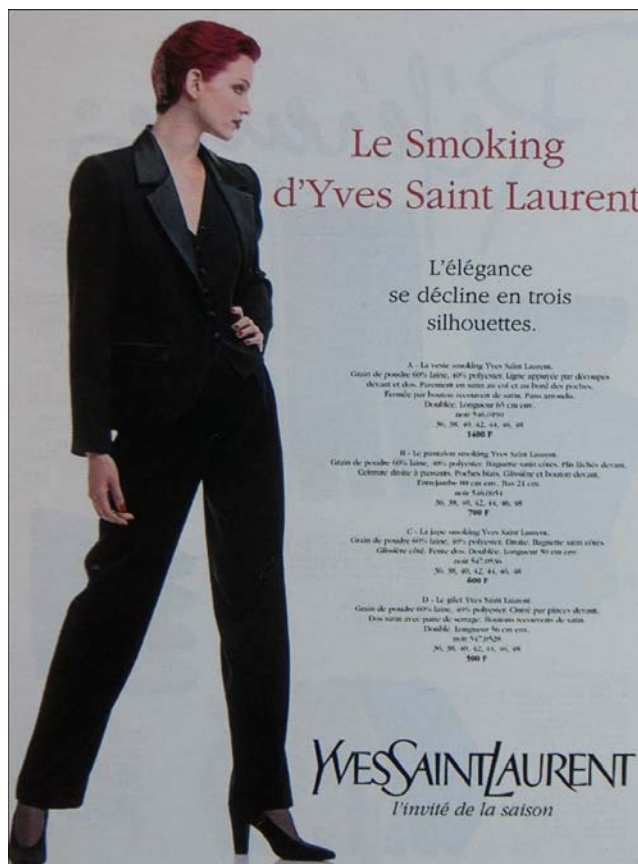
Naomi Campbellista otettu Le Smoking editorialokuva vuodelta 1988 ilmentää naisen lopullista vapautumista. Kuvan nainen ei liity katsojaan, sillä hän ei esiinny katsojalle. Vapautuneisuus liittyy häneen itseensä eikä näin ollen ole kosketuksissa katsojaan ja katsojan maailmaan. Vapautuneisuus ilmenee tanssilla, asennolla, ilmeellä. Kuva on naisen ”state of mind”, eikä näin ollen todellinen maailma katsojalle, mutta silti uskottava sellainen. Kuvasta voisi päätellä, että kyseessä on hyvin toimeentuleva virkanainen, jonka univormun alla on kuitenkin sensuelli ja aistikas nainen. Tapahtumapaikka on urbaani suurkaupunki ja paikkana klassisen juhlava tila. Ruumiillisuuden näkökulmasta nainen ilmaisee smokkiin verhotulla kehollaan arvovaltaa ja voimaa. Kuvakulma on otettu alaviistosta, mikä korostaa naisen kokoa ja antaa hänelle arvovaltaa.

Musta nainen smokkiasussa viestii kosmopoliittisesta henkilöstä, jonka asema ei ole riippuvainen rodusta. Kuvan sininen väri on businessmaailman väri; raikas ja virallinen, joka yhdistyy ruskeanbeigeen vastaväriin ja mustaan. Uutilan (1994, xiii) pukeutumiskuvan mukaan pukeutumisessa kuvantekijä siirtää visionsa kokijalle käyttäen vaatetusta ilmaisuvälineenä. Kuvan lähettäjän tarkoituksena on myydä tuotetta vaikutusvaltai-

sille naisille. Kuva viestii vapautuneisuutta, arvovaltaa, sensuellia ja voimaa. Nainen voi olla kaikkea tätä yhtä aikaa.

Kehysanalyysin mukaan kuva representoi stereotyyppien kanssa pelaamista, jossa on irrottauduttu perinteisistä naisen rooleista. Sosiaalinen asetelma on muuttunut, nainen on miehen kanssa tasavertainen menettämättä naisellisuuttaan. Tasavertaisuuden saavuttamisen myötä nainen voi jälleen pukeutua hameeseen, tai housuihin, oman valintansa mukaan.

## Esimerkki 2.



Kuva 20. La Redoute – katalogikuva vuodelta 1996.

Vuodelta 1996 olevassa mainoskuvassa nainen on edellistä kuvaa haastavammassa asennossa. Lantio edellä ja leuka alhaalla seisova kuvan nainen on kuin matadori, jolla on päättäväisyyttä ja päämäärä. Housut ja leveä haara-asento heittävät haasteen. Nainen osoittaa kykeneväisyytensä asulla ja asennolla, ja kuva puhuttelee naisia, joille sillä on merkitystä. Kuvakulma alhaalta korostaa naisen pituutta ja vaikutusvallan tunnetta. Mainoksen nainen on androgyyni, mitä lonkkalepo ja lyhyet hiukset korostavat. Tässä kuvassa Le Smoking poistaa tai ainakin hämärtää sukupuolirajoja, sillä nainen

haluaa osoittaa olevansa yhtä hyvä kuin miehet. Ruumiillisuuden näkökulmasta Le Smoking rakentaa naisen päälle maskuliinisuutta, jota siinä ei luonnostaan ole. Silti hän astuu miesten maailmaan tasa-arvoisena. Jälleen kerran kuvan katsoja on sivustakatsoja, sillä nainen keskittyy vain omaan itseensä ja päämääriinsä, eikä kiinnitä katsojaan minkäänlaista huomiota. Pelkistetty kuvatausta korostaa naisen voimaa, kykyjä ja rajattomia mahdollisuuksia, missä ja milloin vain.

Kuva representoi sukupuolirajojen ylittämistä ja niiden merkitysten vähentymistä. Sosiaalinen asetelma on muuttunut niin, että naisen sukupuolituntomerkit on peitetty ja androgyyninä, sukupuolettomana hahmona hän on täten samanvertainen kuin kaikki muut, myös miehet.

Esimerkki 3.



Kuva 21. Rive Gauche syksyn 1999 kampanjakuva.

Kolmas esimerkkikuva on vuodelta 1999. Sen viesti tehdään katsojalle erittäin selkeäksi ja helppolukuiseksi. Le Smokingin ydin, naisen ja miehen tasavertaisuus ja lopulta naisen voimistuminen suhteessa mieheen, on saavuttanut lakipisteensä ja muuttanut sukupuolten välistä dynamiikkaa. Rooleissa ilmentyy sukupuolten samankaltaistuminen

sekä kummankin henkilön, miehen ja naisen, androgynisyys. Mies ja nainen vaikuttavat olevan suhteessaan toisiinsa tasavertaisia. He tuntevat ystävyyttä toisiaan kohtaan. Seksuaalista jännitettä heidän välillään ei juuri ole.

Kuvakulma ja katseen suunta antavat naiselle voimaa. Nainen istuu ylempänä kuin mies, joka on alisteinen naiselle. Ruumiillisuuden näkökulmasta kuvasta puuttuu naisen uhma, vaatimus ja päällekkäisyys, jotka esimerkiksi aiemmasta kuvasta olivat luetavissa. Mies luottaa naiseen ja hän on ottanut asemansa vapaaehtoisesti. Nainen voi tässä kuvassa jo rentoutua, kun mies on ottanut asemansa hänen alapuolelleen. Tasa-arvoisuus on muuttunut naisen mielessä jopa ylevyyden tunteeksi.

Kuva ei ole todellinen vaan symbolinen, mitä asetelma naamiointeen korostaa. Kuvan katsoja on samassa tilassa henkilöiden kanssa, sillä mies ottaa katsekontaktin katsojaan. Katsekorkeudesta voisi päätellä, että kuvan katsojaksi on tarkoitettu mies.

Kuvan tekijä haluaa kertoa, että asuna Le Smoking voi olla rennon tyylikäs. Kuvassa ei ole samaa virallisuutta kuin aiemmissa kuvissa. Nyt tavoitteena on synnyttää mielikuvia persoonallisuudesta ja Le Smokingista osana taiteellisuutta, josta naamiot ja ateljeemainen ympäristö kielivät. Asun käyttötarkoitusta halutaan näin laventaa boheemimpaan, tyylikkään käyttövaatteen suuntaan.

Le Smoking oli Saint Laurentin mukaan naiselle ideaali ja kokemuksena aito, jolloin Le Smoking ei ole vain tiettyyn hetkeen luotu tarve ja impulssi, mitä esimerkiksi muoti terminä ja ideana edustaa. Ajatusta kokemuksen aitoudesta tukee myös tutkimukseni koko kuvamateriaali. Le Smokingin kuvakielellä ja naisen esittämistavoissa ei ole tapahtunut suuria muutoksia 50-vuoden aikana. Ensimmäisen mallistokuvan nainen vuodelta 1966 ei eroa juurikaan vuoden 2012 naisesta, heillä on sama katse ja päämäärä. 1990-luvun kuvat ovat tyyliltään lyyrisiä ja 1980-luvun voimanasetukset ovat menestyviä uratykkeitä, jolloin kuvilla on haluttu selvästi puhutella laajempaa kohderyhmää. Le Smokingiin on kietoutunut aikaa kestäviä arvoja ja asenteita, naisen vapautuminen, tasa-arvo, itsetunto ja tyyli.

## 9 Pohdintaa

Tutkimuksen johtopäätöksinä voidaan todeta, että Le Smoking on merkittävä kulttuuriartefakti, joka tultuaan lanseeratuksi asettui saumattomasti 1960-luvun murroskauteen ja on vaikuttanut naisten pukeutumiseen tähän päivään saakka. Le Smokingilla oli merkittävä rooli naisten yhteiskunnallisessa, sosiaalisessa ja seksuaalisessa vapautumisessa ja tasa-arvoistumisessa.

Tutkimuksesta käy ilmi, ettei kyse ollut vain naisen aseman muutoksesta suhteessa instituutioihin ja valtaan vaan myös muutoksesta naisessa itsessään. Le Smoking oli eräänlaisen maskuliinisen-feminiinisen roolileikin mahdollistava avain ja se loi edellytyksiä uuden naiseuden ja naisellisuuden löytymiseen.

Uskon tutkimukseni myötä valottaneeni Le Smokingin historiaa ja sitä aikakautta, johon se sijoittui lanseeraamisensa myötä. Tutkimukseni tuo myös esiin sen vaikutuksen, joka Le Smokingilla oli 1960-luvun lopun pukeutumiseen, ja sen miten se näkyy edelleen esimerkiksi naisten housupukujen käytössä ja voimapukeutumisessa. Tutkimukseni osoittaa siis myös sen, mihin nykyisen naisen voimapukeutumisen juuret johtavat.

Tutkimusta aloitellessani epäilin, voiko vaatesuunnittelija koskaan tietää millaisia merkityksiä yksittäinen vaate tai asukokonaisuus viestittää kantajalleen. Valmisvaateteollisuuden todellisuudessa suunnittelijan ja vaatteen käyttäjän kohtaaminen on hyvin epätodennäköistä, päinvastoin kuin haute couturessa, jossa vaatteen avulla kehoa muokataan yksilöllisesti vaikuttaen samalla ruumiinkieleen ja sitä kautta kantajan mieleen. Tutkimus osoitti, kuinka tarkkaan Le Smokingilla rakennettiin kollektiivisia merkityksiä, jotka aiheuttivat naisissa hyvin samanlaisia kokemuksia, vaikkei henkilökohtaista kohtaamista tapahtunut koskaan suunnittelijan ja käyttäjän kesken. Oli mielenkiintoista havaita kuva-analyysin keinoja käyttäen, miten tämä yksi vaate - Le Smoking - on tullut joka vuosikymmenellä esiin samanlaisten merkityssisältöjen kanssa. Kuva-analyysin tulokset osoittivat kuvissa esiintyneiden ja Le Smokingiin pukeutuneiden naisten olevan voimakkaita, tasa-arvoisia tai jopa muita ylempänä olevia, päämäärätietoisia, voimakastahtoisia ja riippumattomia ulkopuolisten sanelemista säännöistä.

Tutkimusprosessin edetessä ongelmaksi muodostui niukka lähdeaineisto. Primaarilähteiden vähyyden vuoksi muun muassa aikalaiskeskustelun osuus jää vähäiseksi. Koska olin sekundaarilähteiden varassa, luovuin ajatuksesta tehdä tutkimustyö täysin historiallis-analyttisin kriteerein. Tutkimuksen painopiste siirtyikin muodinhistoriasta kohti naistutkimuksen- ja pukeutumistutkimuksen kenttää ja semiotikkaa. Tutkimuksen läh-



tökohtana on ruumiillisuus, mistä olen tyytyväinen myös jatkotutkimusta silmällä pitäen. Näen, että aiheen tutkimusta voi jatkaa hyvin erilaisista näkökulmista. Suomalaisten naisten housujen käytöstä ilmestyi kuluneen vuoden kuluessa Arja Turusen väitöskirja, joten pyrin tietoisesti rajaamaan oman tutkimustyöni koskemaan vain Le Smokingia eikä esimerkiksi housuja. Tutkimuksen myötä ymmärrän, kuinka tärkeää suunnittelijalle on miettiä työtään myös ruumiillisuuden kautta; miten vaate, asu ja pukeutuminen voi avata kantajassaan aivan uusia ulottuvuuksia omaan persoonallisuuden kehittymiseen ja identiteetin vahvistumiseen.

## Kuvalähteet



1. Le Smoking Syksy-Talvi haute couture 1966, lähde: Smoking Forever 2006  
 Le Smoking samettiversio 1966, Helmut Newton,  
 lähde: Fashion and the Cold War, Kumu, Tallinn 2012



2. Le Smoking luonnokset, lähde: Smoking Forever 2006



3. Le Smoking 1992, 1993, 1999, lähde: Smoking Forever 2006



4. Le Smoking Kevät-Kesä 2013, lähde: <http://www.ysl.com>



5. Catherine Deneuve 1966, Journal Le Parisien  
 Francoise Hardy 1966, lähde: <http://www.cartelblanche-x.com/blog/2011/09/13/ysls-le-smoking-forever/>  
 Charlotte Rampling 1974, lähde: [http://www.vogue.com/voguepedia/Le\\_Smoking](http://www.vogue.com/voguepedia/Le_Smoking)



6. Yves Saint Laurent ja Betty Catroux, lähde: Smoking Forever 2006



7. Le Smoking 1988, lähde: Smoking Forever 2006  
 Rive Gauche 1998, Mario Sorrenti  
 Edouard Manet (*Aamiainen ruohikolla*)1863



8.

Yves Saint Laurent liituraitapuku haute couture Syksy-Talvi 1975, Helmut Newton  
Rive Gauche, Vogue Paris, Maaliskuu 1979, Helmut Newton



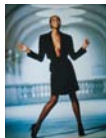
9.

Le Smoking 1978, lähde: Smoking Forever 2006  
Yves Saint Laurent liituraitapuku haute couture Kevät-Kesä 1971, Vogue USA, Maaliskuu 1971, David Bailey



10.

Le Smoking 1990, lähde: Smoking Forever 2006



11.

Le Smoking Rive Gauche Syksy-Talvi 1988, Vogue 1988, Arthur Elgort



12.

Le Smoking, La Redoute 1996, Jean-Marie Perier



13.

Le Smoking Rive Gauche 1999, Philippe Cometti

## Lähteet

Anttila, Pirkko 2006. Tutkiva toiminta ja Ilmaisuu, Teos, Tekeminen. Helsinki: Akatiimi Oy.

Anttila, Pirkko 1997. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Helsinki: Akatiimi Oy.

Benaïm, Laurence 2001. Pants – A History Afoot. Paris: Vilo Publishing.

Bergé, Pierre 2012. Pierre Bergé Acute; On life with with Loulou De La Falaise & Yves Saint Laurent. Harpers' Bazaar. Feb 2012, Issue 3600,170.

Chenoune, Farid 2006. Saint Laurent's Smoking: identification of a woman. Teoksessa Fondation Pierre Bergé-Yves Saint Laurent, 2006. Smoking Forever. Paris, 91-94.

Craik, Jennifer 1994. The Face of Fashion. Cultural studies in fashion. London: Routledge.

Fondation Pierre Bergé -Yves Saint Laurent, 2010. Yves Saint Laurent. New York: Abrams Books.

Fondation Pierre Bergé -Yves Saint Laurent, 2008. Yves Saint Laurent Style. New York: Abrams Books.

Entwistle, Joanne 2000. The Fashioned Body. Cambridge: Polity Press.

Heikkilä, Elina 2003. Kuva-analyysistä kuvien käytön analysoimiseen. [verkkodokumentti] <[http://www.kotikielenseura.fi/virittaja/hakemistot/jutut/2003\\_123.pdf](http://www.kotikielenseura.fi/virittaja/hakemistot/jutut/2003_123.pdf)> (29.1.2013)

Henry Poole, 2013. The Tuxedo. [verkkodokumentti] <<http://www.henrypoole.com/?id=14&pid=2>> (20.1.2013)

Hollander, Anne 1993. Seeing through clothes. California: University of California Press.

Jervis, John 1998. Exploring the Modern. Oxford: Blackwell Publishers.

Jyväskylän yliopiston, 2013. Lähiluku. [verkkodokumentti]

<<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metelmapolkuja/metelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/lahiluku>> (1.12.2012)

Koskennurmi-Sivonen, Riitta 2012. Vaatetuksen historia luentosarja. Omat muistiinpanot. Aalto yliopisto.

Koskennurmi-Sivonen, Riitta 2012. Johdatuksia pukeutumisen tutkimukseen. [verkkodokumentti]

<[https://tuhat.halvi.helsinki.fi/portal/files/25567166/Johdatuksia\\_pukeutumisen\\_tutkimukseen.pdf](https://tuhat.halvi.helsinki.fi/portal/files/25567166/Johdatuksia_pukeutumisen_tutkimukseen.pdf)> Helsinki: Tekstiilikulttuuriseura. (1.1.2013)

Koskennurmi-Sivonen, Ritva 2003. Vaatetus, pukeutuminen ja muoti. Teoksessa Koskennurmi-Sivonen, Ritva & Raunio, Anna-Mari (toim.) 2003. Vaatekirja. Helsinki: Helsingin yliopiston kotitalous- ja käsityötieteiden laitos.

Kuitunen, Arja-Liisa 1998. Länsimaisen muodin historia. Mynämäki: Mynäprint Oy.

Kukkonen, Virve 2005. Farmarihousut merkitysten ja mielikuvien kantajana. Pro-gradu-tutkielma. Jyväskylän yliopisto.

<[https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/12210/URN\\_NBN\\_fi\\_jyu-2005366.pdf?sequence=1](https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/12210/URN_NBN_fi_jyu-2005366.pdf?sequence=1)> (23.1.2013)

Laitinen, Tuomas 2009. Klassikko:Smokkitakki. [verkkodokumentti]

<<http://www.olivialehti.fi/jutut/aiheet/yleinen/>> (10.12.2012)

Lau, Vanessa 2010. Moment 11: Women Embrace Menswear. [verkkodokumentti]

<<http://www.wwd.com/eye/fashion/moment-11-women-embrace-menswear-3344600>> (22.1.2013)

Lehnert, Gertrud 2001. 1900-luvun Muodin historia. Köln: Könemann.

Lindfors, Vuokko & Paimela, Sirkka-Liisa 2004. A La Mode. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Luhtakallio, Eeva 2011. Visuaaliset aineistot sosiologiassa – Kehysanalyysi kuvien tutkimisen välineenä. [verkkodokumentti]

<[http://blogs.helsinki.fi/tklehton/files/2011/11/Luhtakallio\\_kvali2011\\_verkkoon.pdf](http://blogs.helsinki.fi/tklehton/files/2011/11/Luhtakallio_kvali2011_verkkoon.pdf)>

(2.1.2013)

Menkes, Suzy 2005. A toast to Yves for 'le smoking'. [verkkodokumentti]  
<[http://www.nytimes.com/2005/10/04/style/04iht-Rysl.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2005/10/04/style/04iht-Rysl.html?_r=0)> (10.11.2012)

Niemi, Pipsa 2011. Artistinen Vaate - Pukeutumiskuvallinen tutkimus The Lady of Shalott-maalauksista. Pro gradu – tutkielma. Jyväskylän yliopisto.  
<<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/36740/URN%3aNBN%3afi%3aju-2011092911477.pdf?sequence=1>> (9.1.2013)

Otavan Suuri Enkyklopedia 6 1979. Keuruu: Otava.

Radner, Hilary 2005. Embodying the Single Girl in the 1960s. Teoksessa Entwistle, Joanne & Wilson, Elizabeth (ed.) 2005. Body Dressing. Oxford: Berg, 183-197.

Raivio, Ville 2012. Smoking Jacket. [verkkodokumentti]  
<http://www.keikari.com/blogi/smoking-jacket/> (1.12.2012)

Rawsthorn, Alice 1996. Yves Saint Laurent. London: HarperCollinsPublishers.

Shardlow, Estella 2011. How Yves Saint Laurent Revolutionized Women's Fashion By Popularizing The "Le Smoking" Suit. [verkkodokumentti]  
<<http://www.businessinsider.com/ysls-greatest-fashion-hits-2011-8>> (1.12.2012)

Stevensen, NJ. 2012. Muodin vuosikymmenet 1800-luvulta nykypäivään. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Sweetman, Paul 2005. Shop-Window Dummies?. Teoksessa Entwistle, Joanne & Wilson, Elizabeth (ed.) 2005. Body Dressing. Oxford: Berg, 59-77.

Tekstiili- ja Muotialat TMA 2013. Naisten vierailupuku. [verkkodokumentti]  
<<http://www.teja.fi/pukeutuminen/48.html>> (10.1.2013)

Theatre of Fashion 2011. No People Like Show People: Vesta Tilley and the Tuxedo. [verkkodokumentti] <<http://theatreoffashion.co.uk/2011/09/30/no-people-like-show-people-vesta-tilley-and-the-tuxedo/>> (15.12.2012)

Turunen, Arja 2002. Marimekkoihmisiä ja marimekko-  
muotia. Pro gradu – tutkielma.  
Jyväskylän yliopisto.  
<<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/8109/G0000056.pdf?sequence=1>> (20.12.2012)

Uotila, Minna 1994. Pukeutumisen kuva. Fenomenologis-eksistentiaalinen lähestyminen pukeutumiskuvien tekemiseen ja tukintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston kädentöiden opettajan koulutuslinja.

Vaatturiliike Sauma 2012. Smokki. [verkkodokumentti]  
<<http://vaatturiliikesauma.fi/smokki.html>> (1.11.2012)

Voguepedia 2013. Vionnet. [verkkodokumentti]  
<<http://www.vogue.com/voguepedia/Vionnet>> (21.1.2013)

Von Furstenberg, Diane 2008. The Matisse of the Fashion Runways. [verkkodokumentti] <<http://www.thedailybeast.com/newsweek/2008/06/07/the-matisse-of-the-fashion-runways.html>> (20.12.2012)

Weber, Caroline 2006. Fashion. Teoksessa Kritzman, Lawrence D. (ed.) 2006. The Columbia History of Twentieth-Century French Thought. New York: Columbia University Press, 222-227.

Wikipedia 2013. Pukeutumisen tutkimus. [verkkodokumentti]  
<[http://fi.wikipedia.org/wiki/Pukeutumisen\\_tutkimus](http://fi.wikipedia.org/wiki/Pukeutumisen_tutkimus)> (10.1.2013)

Young, Robb 2011. Power Dressing. London: Merrell Publishers Limited.

## Video

Yves Saint Laurent – The life story of the man who re-imagined women's fashion. 2002. Teboul, David. France. Empire Pictures.

## Muu aiheeseen liittyvä kirjallisuus

Aikasalo, Päivi 2000. Seuratkaamme järkevää ja terveellistä muotia. Helsinki: Kansatieteellinen Arkisto 47

Bergé, Pierre 1996. Fashion memoir Yves Saint Laurent. Thames and Hudson.

Drake, Alicia 2006. The Beautiful Fall. Bloomsbury Publishing.

Lurie, Alison 1983. The Language of Clothes. Hamlyn Paperbacks.

Madsen, Axel. Living for Design: The Yves Saint Laurent Story.

The Metropolitan Museum of Art, New York 1984. Yves Saint Laurent. Thames and Hudson.

Turunen, Arja 2011. Hame, housut, hamehousut! Vai mikä on tulevaisuutemme. Kansatieteellinen arkisto 53. Helsinki: Kansatieteellinen Arkisto 53.

Victoria and Albert Museum 2013. Fashion in 1960s London. [verkkodokumentti]  
<<http://www.vam.ac.uk/content/articles/f/1960s-fashion-london/> (21.1.2013)



Artikkeli

Elle September 1971

L'événement-mode de la rentrée

# Yves Saint Laurent choisit le prêt à porter: cette photo explique sa décision

Yves Saint Laurent a annoncé officiellement sa décision de se consacrer désormais au prêt à porter. Il a des cheveux assez longs, des chemises assez vives, des pantalons assez décontractés, des similitudes assez agressives pour qu'on pense d'abord à un coup de tête. Mais l'effort préalable de la haute couture n'a été que de 21 ans à s'ajuster à 20 ans. C'est l'âge des filles. L'âge des divas. L'âge où l'on redéfinit le rôle. Yves Saint Laurent lui a décidé de refaire son avenir.

— Pourquoi ?  
— Parce que je suis malheureux et que je ne peux plus continuer comme ça. Je suis assis devant moi et ce que je dois faire. Quand je lance en haute couture des choses que l'année — mes premiers shootings, mes robes 1966, etc. — font, finalement, des robes vieillissantes. Quand je présente des modèles « commodes » les journaux salissent plus ou moins poliment. Je suis fatigué de voir la presse s'émouvoir chez moi.

Et je refuse d'imposer à des dames qui s'en veulent pas — la plupart sont d'âge respectable — des vêtements qui les traumatisent. Mon vrai public, ce sont les femmes jeunes, les femmes qui travaillent. Je sais que mes prix sont encore prohibitifs pour beaucoup d'entre elles et le vrai problème me semble là. Arriver à vendre 300 F le manteau qui coûte actuellement 700 F. Non pas sortir quelques robes de plus ou de moins à 7.000 F, rue Spontini.

— Alors pourquoi ne fermez-vous pas simplement votre maison de couture ?  
— Parce que je ne peux pas moralement jeter 150 personnes sur le pavé. Je garde mes clientes particulières pour mes soirées et non pas le contraire. Mais je ne pense pas que la haute couture suscite de nouvelles vocations : ni du côté des créateurs, ni du côté des clientes. Peut-être cela va-t-il durer encore cinq ou dix ans.

— C'est au contraire assez excitant d'appartenir à une génération condamnée à tout remettre en question. Il faut tout reconstruire sur des bases nouvelles.  
— Avez-vous envie, aussi, de reconstruire les vêtements et les femmes ?  
— En tant que créateur, je n'ai jamais été un promoteur de vêtements « commodes » et de robes à trous. Et je ne vois pas l'utilité de changer d'une saison à l'autre des vêtements quand ils sont au point. Pas plus les cabans que les blue-jeans, pas plus les amonks que les trench-coats. C'est si vrai que je finissais par faire les mêmes en prêt à porter et en couture. Plus un vêtement est parfait, plus il est simple, le m'aimant quand même pas rajouter des boutons et des fronces pour faire riche !

— Un caban à 4.000 F n'a donc rien de plus qu'un caban à 400 F ?  
— Rien. Seules différences : le tissu et le prix. C'est pourquoi il est parfaitement aberrant d'acheter en haute couture un imperméable, un blazer ou un pantalon, bref, finale-



Il y a 4 850 F de différence entre ces deux robes-chemisiers. Celle de gauche, en prêt à porter : 650 F. Celle de droite, en haute couture : 5 500 F.

## Yves Saint Laurent choisit le prêt à porter



Deux mannequins dans un dress. En prêt à porter : 1 200 F. En haute couture : 4 000 F.

**Unqaro :**  
« Je ne change rien »  
La décision de Saint Laurent pour qui j'ai beaucoup de respect m'a surpris. Je continue de penser que la haute couture est un instrument d'expression privilégié. Pour un créateur, c'est sa liberté totale. Une liberté que, moi, j'ai perdue chèrement et à laquelle je ne renoncerais pas volontiers. Rien n'est prêt à porter, c'est à l'inverse, mais la haute couture n'est pas encore du passé. Elle reste un phénomène vivant. Renoncer à être couturier parce que le prêt à porter est démodé — c'est vrai, il l'est — serait comme de renoncer à la peinture parce que seuls quelques uns parviennent à acheter des tableaux. Le monde est rempli de dessins que nous ne posséderons jamais, mais il est important qu'ils existent.



Caban en drap et pantalons en jersey. Prêt à porter : 300 F et 400 F. En haute couture : 1 000 F et 1 200 F.



Taffetas, velours, soie, soie. 1 200 F (la gauche en prêt à porter) à 3 000 F (la droite en haute couture).

**Pierre Cardin :**  
« Je change de dates non de convictions »  
Je présenterai désormais mes collections en octobre et en avril. Aux mêmes dates que le prêt à porter. Mais ce seront toujours des collections de haute couture. Pour moi la création est individuelle de la haute couture que reste quelque chose d'irremplaçable et qui ne doit mourir à aucun prix. C'est là que sont les vrais créateurs. C'est là que viennent s'habiller les femmes qui en ont les moyens. A force de naviguer et de standardiser, on va fabriquer un monde où l'on fera d'habitude pour nous épouser tout. La vie c'est le choc, la liberté, la différence. Il n'y a aucune raison plus précieuse que le pull et le blue-jean sont des vêtements rationnels et sous prétexte d'égalité d'éliminer la haute couture qui crée, elle, des œuvres d'art uniques. L'art, la beauté restent indépendants sous tous les régimes.



Mais cette mannequin n'arrête pas de tourner. « Je change de dates non de convictions ».

— Mais vous qu'il est même aberrant d'y acheter une robe de mousseline qui coûte plus cher qu'une Volkswagen ?  
— Ça n'est autre chose. C'est l'histoire, l'anachronisme, tout ce que vous vendez, mais ce robe à l'exportation, un travail spécifique, irréalisable en prêt à porter. Les femmes qui les commandent font en quelque sorte, inconsciemment, un acte de révolte. Quand la haute couture meurt, ce sera la fin des derniers grands artisans.

— Pourquoi la haute couture n'a-t-elle plus aucune influence sur la rue ?  
— Parce que son prix la destine à une clientèle de femmes à qui les autres n'ont aucune envie de ressembler.

de cinéma must exprimer au contraire le besoin d'aventure, d'insolite, d'instant. C'est l'éternel débat : besoin de fidélité et besoin de liberté, besoin de certitudes et besoin de risques. Chacun de nous est un champ de bataille permanent et la contradiction est partout : jersey et taffetas, bonnet tricoté et turban drapé, pantalon et robe à volants n'en sont que la traduction vestimentaire.

— Comment pensez-vous que va évoluer la mode ?  
— Vers la coexistence des contradictions. D'une part des vêtements de base, pratiquement anecdotiques, pour la vie active : pull, pantalon, trench-coat, subarmines. Plus la robe chemisier pour les femmes. D'autre part des vêtements de séduction pour le soir. Ceux-là, épa-

lagement « couture »  
— Est-ce que la fall, désormais, de toujours créer en tenant compte des prix de revient et de la fabrication en série ne va pas vous sembler contraignant ?  
— Je n'ai pas besoin de tissu à 300 F le mètre et de travaux d'aiguille pour m'exprimer. J'aime ce qui est sophistiqué, je déteste ce qui est riche. Si par hasard j'ai besoin de me défrayer dans la plume et la palette, j'aurai enfin le temps de faire des

costumes de scène ; j'adore le théâtre, le cinéma, les comédies musicales, les revues. En plus, pour moi, la série n'est pas l'obligation de sortir quatre collections par an. Maintenant mes souffrances seront divisées par deux. J'ai toujours souffert dans la douleur. Pas au stade de l'idee, ni du croquis, mais quand il s'agit de donner la vie à un morceau de tissu et qu'on n'a plus que ses ciseaux et ses épingles et que tout semble rester plat, bête, mort. Alors il y a toujours un moment où l'on a envie de tout déchirer et de partir pour une île au bout du monde pour vivre nu et oublier définitivement ce que veulent dire les mots crêpe, velours, ratine et le prix de tous : collection.

Claude Berthod

## Le Smoking 1966–2002

Lähde: Smoking Forever 2006

