

Дијана Љ. Метлић*
Стефан С. Жарић*

ИЛУСТРАЦИЈЕ ЉУБИЦЕ ЦУЦЕ СОКИЋ ЗА КОМПАНИЈУ „ЖИФРЕ” У КОНТЕКСТУ РАЗВОЈА ИНДУСТРИЈЕ ЛЕПОТЕ И МОДЕ 1950-ИХ И 1960-ИХ ГОДИНА***

САЖЕТАК: Рад контекстуализује до сада недовољно истражене рекламне и модне илустрације српске сликарке и академика Љубице Цуце Сокић (1914–2009) доводећи их у везу са развојем моде и адвертајзинга како у свету, тако у Југославији током шесте и седме деценије XX века. Знајући да се Цуца Сокић претежно бавила дечјом илустрацијом, откриће до којег је дошло 2020. године захваљујући сарадњи породице Гаталовић и Народне библиотеке Србије, отворило је нове могућности сагледавања проширеног интересовања сликарке у домену моде. Изненађујућа могућност која се тиме отворила упућује новију историју уметности ка преплетеном читању и разумевању богатог опуса Цуце Сокић ван граница досадашњих тумачења њеног сликарства: њен „модни ангажман” говори у прилог Цуциној свестраној личности и „праћењу лепоте” за потребе фармацеутске компаније „Жифре”. Овај рад понудиће целовитије тумачење новооткривених илустрација и упутиће на везе које је сликарка „успоставила” са историјом моде XX века, како кроз израду рекламних илустрација, тако и кроз низ покушаја да пружи сопствено виђење тада актуелних париских и домаћих модних трендова, пласираних захваљујући модним магацинима у свету и код нас.

КЉУЧНЕ РЕЧИ: Цуца Сокић, модна илустрација, рекламна илустрација, „Жифре”, илустрована штампа.

Историја уметности и историја моде

Двадесети век и модерна уметност открили су појачано интересовање ликовних уметница за моду. Не само да су се њихови опуси развијали у пољу нове, радикалне

* Универзитет у Новом Саду, Академија уметности Нови Сад; dijana.metlic@uns.ac.rs

** University of Massachusetts Amherst, College of Humanities and Fine Arts; z.stefano27@gmail.com

*** Рад је настао као резултат истраживања спроведеног уз подршку Фонда за науку Републике Србије, број пројекта 1010, *Историја и идентитет уметностице у српској модерној уметности – креирање извора за научну и уметничку трансозицију* – АРСФИД.

авангардне и апстрактне сликарске естетике већ су оне неретко дефинисале своју личност посредством „модног говора” који је подразумевао како израду одређених одевних креација, тако и јасно дефинисан визуелни идентитет и јавну персону кроз својеврстан и препознатљив модни стил. У том смислу, подједнако ликовном уметношћу и дизајном бавиле су се уметнице попут Соње Делоне (Sonia Delaunay), Александре Екстер (Aleksandra Aleksandrovna Ekster), Љубов Попове (Lyubov Popova), Барбаре Степанове (Varvara Fyodorovna Stepanova). Опуси модних креаторки попут Габријеле Коко Шанел (Gabrielle Coco Chanel) и Елзе Скјапарели (Elsa Schiaparelli) нераздвојни су од уметничког миљеа прве половине XX века док је, с друге стране, уметнички опус истакнуте сликарке кубизма Мари Лоренсен (Marie Laurencin) неодвојив од тенденција у модерној моди. Истовремено, бројне сликарке и концептуалне уметнице развиле су свој одевни стил као особени знак распознавања и неодвојив сегмент целине њиховог стваралаштва. Не треба заборавити Џорџију О’Киф (Georgia O’Keeffe) или Фриду Кало (Frida Kahlo) чији су флорални дезени, јарке боје, дуге тихуана сукње и незаобилазни асесоар у коси постали заштитни знак и синоним за самосвесну, слободну и провокативну жену XX века (ВАТЕМАН 2015).

Ту су такође и Луиза Буржоа (Louise Bourgeois), која је од најранијих дана, везана за породичну радњу у којој су се правиле таписерије, гајила изузетну наклоност ка текстилу и различитим типовима тканина, а чији су сведени, минималистички и истовремено раскошни стил уздизали дизајнери попут Хелмута Ланга (Helmut Lang) и уметнице Симон Роша (Simone Rocha), Хана Бејс (Hannah Bays), Поли Морган (Polly Morgan), Џен О’Фарел (Jen O’Farrell) и друге (DINSDALE 2022). Јајои Кусаме (Yayoi Kusama) је захваљујући препознатљивим тачкастим одевним комбинацијама и сама постала савршена „допуна” сопственим, сложеним уметничким инсталацијама, у којима хипнотички кружићи уводе посматрача у халуцинаторни свет њене подсвести. Свакако, поменутих женама треба прикључити низ уметница које су дефинитивно неговале свој спољашњи „look” као својеврсни контрапункт њихове уметничке продукције, смело преплићући материјале употребљаване у изради слика и скулптура, приликом прављења сопствених дизајнерских комада или одабира већ произведене моде коју су пажљиво уклапале са шминком, фризуром и модним детаљима. Реч је о концептуалним уметницама Ники де Сан Фал (Niki de Saint Phalle) и Синди Шерман (Cindy Sherman), фотографкињи Грети Стерн (Grete Stern), скулпторки Луис Невелсон (Louise Nevelson), перфоманс уметницама Јоко Оно (Yoko Ono) и Марини Абрамовић, или мултимедијалној исландској кантауторки, композиторки и певачици Бјорк (Björk), чији је сваки концерт својеврсни визуелни спектакл у којем одећа/костим представља неизоставни, ако не и најбитнији, део сценског наступа. Овој листи заслужено припада и Милена Павловић Барили која је свој идентитет градила како посредством личног одевног стила, тако и варирајући га и поигравајући се са њим у фотографији, на сликаним аутопортретима и, коначно, бавећи се модном и рекламном илустрацијом за бројне америчке часописе (*Vogue*, *Town and Country*, *Haarper’s Bazaar*), док је живела у Сједињеним Државама, од 1939. до 1945. године (ЖАРИЋ 2017).

Нема сумње да би се овај списак могао ширити, указујући на неопходност дубљег и детаљнијег истраживања веза моде, индустрије лепоте и историје уметности, како с обзиром на утицаје које су ликовне уметности имале на модне креаторе и њихове појединачне колекције, тако и на трагове које је мода оставила у стваралаштву бројних савремених уметниц(к)а. У том смислу, XXI век речито сведочи о преплетености моде и различитих остварења из наслеђа широко схваћеног поља визуелних уметности: сликарство, фотографија, филм подједнако утичу на рекламну и модну индустрију, баш као што и мода одређује кретања и тенденције савремених уметничких пракси. Истовремено, изазовна је и сама помисао на откриће нових територија, нарочито ако се у обзир узму појаве и личности које делују толико удаљено од моде, „дистанциране“ су од ње или се чине незаинтересоване за њу, тако да „модни“ радови чине екскурс унутар целине њихових ауторских опуса.

Управо је такав случај Љубице Цуце Сокић (1914–2009), српске сликарке, некадашње професорке Факултета ликовних уметности и академика, чије је „бављење“ модом и лепотом донедавно било потпуно непознато, тј. откривено је сасвим случајно, када је породица Гаталовић, сликаркини наследници, сређивала њену импозантну заоставштину. Поменути радови (преко педесетак илустрација различитог, али доминантно малог формата) чувају се у оквиру Одељења посебних фондова Народне библиотеке Србије, а први пут јавности су постали познати захваљујући причи о односима Цуце Сокић и породица Кешељевић и Барбеза (МЕТЛИЋ 2020), чиме су осветљене пријатељске и професионалне везе које су српску уметницу ненадано и накратко упутиле ка „царству моде“. Значај ових минијатурних али драгоцених радова, претежно у техници темпере, несумњиво је двострук: на првом месту, они упућују на једну сасвим другачију и „нову“ Цуцу Сокић којој је очигледно био довољан и најмањи спољашњи подстицај па да с лакоћом и сигурно закорачи у свет рекламне индустрије и посредно моде, док су, на другом месту, ове илустрације потврда да се у доба када је тежила да изабере нови сликарски курс умерене и асоцијативне апстракције 1950-их и 1960-их година, Љубица Сокић задржала у фигурацији захваљујући подједнако илустрацијама за децу,¹ тако и оним које је по наруџбини радила за фармацеутску компанију „Жифре“ („Gifrer“) са седиштем у малом месту Десину, у Француској, недалеко од Лиона.

Куриозитет Цуциног приближавања моди и ономе што бисмо могли окарактерисати као покушај одговора на подстицаје добијене из париских и београдских илустрованих часописа, налази се у чињеници да је по бројним сведочанствима њених савременика, Цуца била далеко од жене која је посебну пажњу придавала одевним

¹ Вид. детаљније: Горана Стевановић, *Пронађени свети илустрације Љубице Сокић*, Народна библиотека Србије, Београд 2019. Међу ретке истраживаче илустрација Цуце Сокић убрајају се: Весна Лакићевић Павићевић и Божидар Тимотијевић, *Љубица Цуца Сокић: илустрације*, 3–22. априла 1989, Галерија графички колектив, Београд 1989, као и Драгана Ковачић, „Дечје илустрације Љубице Цуце Сокић и југословенска визуелна култура шездесетих година XX века“, у: М. Лојаница (ур.), *Љубица Цуца Сокић и њено доба 1914–2009–2014*, САНУ, Београд 2015.

комбинацијама. Важнија јој је била удобност приликом шетњи по граду или рада у атељеу, него да комфор жртвује наглашеном *outfit*-у којим би заступала јасно дефинисан „говор моде”. У том погледу, публициста Милош Чолић прецизно запажа да је на утабаној стази од Дечанске до атељеа у Коларчевој задужбини увек ишла сунчаном страном улице. И даље, да је обично била „у лаганој сликарској антилоп јакни-сакоу боје умбре, нешто светлијој, равној сукњи од твида и равним ципелама, мокасилама” (СОЛИЋ 2021). Бавећи се стилем различитих уметница и уметника, модни новинар Чарли Портер (Charlie Porter) у књизи *Шта уметници носе (What Artists Wear)* предлаже да одећа коју уметници и уметнице носе може да буде „алат” у њиховим уметничким праксама и да је неретко од велике важности јер њом преиспитују или пак потврђују *status quo* у друштву и уметности (PORTER 2022). Иконографија минимализма уз примесу андрогинности, сведен и загасит колорит и основне одевне форме јасних кројева карактеришу Цуцин лични, али и њен илустраторски језик моде. Као такав, уметничин „модни” стил али и мода времена којем је сведочила представљају визуелно референтан алат у процесу класификовања и дефинисања места које њене модне илустрације имају у целини њеног (илустраторског) опуса, док уметничин илустраторски стил истовремено омогућава разумевање и њених модних остварења.

Цуца Сокић у свету моде

Компанија „Жифре” настала је 1912. године на састанку хемичара Пола Луја Барбезаа (Paul Louis Barbezat) и браће Гињо (Gignoux), произвођача водоник-пероксида и нитроцелулозе за филмове браће Лимијер (Lumières). Пол Луј Барбеза 1920. године открива процес стабилизације водоник-пероксида. После Другог светског рата, Марк Барбеза (Marc Barbezat), фармацеут и књижевни издавач, и супруг најбоље Цуцине пријатељице, историчарке уметности и неостварене глумице, Олге Кешељевић, наследио је свог оца и унапредио „Жифреову” активност, посебно ка производњи козметичких производа: фарби за косу, помада за руке и крема за депилацију. Ипак, колоњске воде у великим четвртастим боцама од 500 милилитара, са карактеристичним плавим, жутом или зеленим ваљкастим поклопцима, означене препознатљивим малим грифоном који је дизајнирала Љубица Цуца Сокић као заштитни знак компаније, с временом постају један од траженијих производа „Жифреа” (сл. 1). Са деликатним тоновима цитруса, бергамота, слатке поморанџе и ваниле, биле су ово свеже и лагане мирисне ноте, намењене млађим генерацијама које чезну за изазовима и узбуђењем. На једној од парфемских кутија писало је да „преко 80 година компанија ’Жифре’ ствара једноставне, природне и привлачне мирисне комбинације од најбољих есенција и арома. Наши парфемски обогашеног мириса, створени су руком истанчаних и рафинираних мајстора који знају како да се поигравају природним састојцима и креирају хармоничне мешавине. Управо они створили су препознатљиву робну марку коју високо цене познаваоци и препоручују је уважени

фармацеути”.² Нема сумње да је тежња Марка Барбезаа у једном тренутку била да понуди производ који би се квалитетом и постојаношћу могао приближити чувеној мануфактури „Галимар” („Galimard”) основаној 1747. у градићу Грасу (Grasse) на Азурној обали, где је Жан де Галимар (Jean de Galimard), Лорд од Серанона и члан Гилде произвођача рукавица и парфема, основао једну од првих француских кућа парфема која ће снабдевати мирисним бочицама чак и Луја XV. Користећи се драгоценим и префињеним мирисима Азурне обале (лаванда, јасмин, љубичица, мимоза, ружа), на основи од маслиновог уља, Галимар је претворио Грас у центар производње парфема, а крајем XVIII века, ослањајући се на његову идеју, развила се снажна индустрија о чијој хиперпродукцији сведоче данашњи конзументи и „зависници” од опојних тоалетних вода.³

Упркос чињеници да Марк Барбеза није издржао трку с временом и све већим притиском козметичке индустрије, нема сумње да су му у пласирању производа и њиховом унапређивању подједнако помагале и супруга Олга Кешељевић и Цуца Сокић. Обе су имале истанчан естетски укус, биле су им ближе „потребе” жена у оквиру све развијеније индустрије моде и лепоте, и коначно, извесно је да је живећи у Паризу, Олга пратила илустроване часописе чији/е су уредници/е усмеравали/е модне трендове. Не само да је Цуцин мали грифон као заштитни знак компаније био присутан на свим производима „Жифреа” већ се српска сликарка нашла пред изазовним задатком да за нове производе направи и одговарајућу, привлачну и ефектну амбалажу. У складу с тим, битно је напоменути да је Цуци као вид креативног охрабрења био доступан већ један



Сл. 1. Парфемска боца, Компанија „Жифре” (приватно власништво)

² Текст је преузет са парфемске боце у приватном власништву. На кутији је такође назначена адреса радње у којој се колоњска вода могла купити (22, rue Beautreillis Paris 4^e), све док Марк Барбеза није продао фабрику и препустио је белгијском фармацеутском концерну „Калифар” („Qualiphar”). И данас, без обзира на проширену палету, најважнији производ „Жифреа” остају његови физиолошки растови. „Жифре” је 1981. направио револуцију у хигијени креирајући раствор у стерилним појединачним дозама које су лако примењиве и у свакодневним, кућним условима, нарочито прилагођене и најмлађим корисницима, а посебном бебама (у питању су физиолошки серуми, еозин, итд.). Сећање на компанију Марка Барбезаа чува се у оквиру данашње интернет презентације „Калифара”, на адреси: <https://www.gifrer.fr/>.

³ О историји парфемске куће „Галимар”, вид. детаљније: <https://www.galimard.com/en/founded-in-1747>.

екскурс националне историје уметности у домен продукт-дизајна парфемске амбалаже: Милена Павловић Барили 1943. године креира амбалажу и рекламу за парфем „Бег” („Escape”) британске козметичарке Мери Данхил (Mary Dunhill) коју потом објављује амерички *Voï* (ЖАРИЋ 2017). Данас је познато, много више него у времену када су се Милена Павловић Барили и Џуца Сокић упустиле у овај подухват, да је паковање најзаслужније за продају производа. Оно обезбеђује први контакт са купцима. Децентна, елегантна и минималистичка, с једне стране, или можда, ефектна, разнобојна и раскошна кутија за помаду, фарбу за косу или за колоњску воду, с друге стране, директно ће утицати на потрошаче и недвосмислено дефинисати циљну групу. Барбезаова колоњска вода, пре свега, била је модни производ чију је продају одређивала реклама или пласирана слика коју су о њој добијали купци приликом сусрета са бочицом, логотипом и, тек на крају, мирисом. Управо зато што је требало да сугерише смерност или нагласи еротичност, да наметне слику романтичне, егзотичне или сензуалне жене, да фаворизује тешке, опојне ноте или лагане, свеже, цветне мирисе, индустрија парфема постепено се мењала током XX века, прилагођавајући се потребама конзументата, али и профилишући њихов укус. „Да ли ћемо посегнути за одређеном бочицом зависи највише од рекламне поруке коју смо примили преко медија, нарочито телевизије или часописа. Стручњаци верују да наша чула одређени производ примају 80% видом и 14% слухом. Тиме за мирис, укус и додир остаје само шест процената.” (PEL, JONAS 2009: 122).

Иако се Џуца Сокић сасвим сигурно није бавила маркетиншким стратегијама пласирања производа, решења за кутије козметичких производа „Жифре” значајна су управо зато што осветљавају њена необична интересовања у домену моде и индустрије лепоте крајем 1950-их и током 1960-их година. За Марка Барбезаа она ће израдити више десетина „необавезних” предлога етикета и амбалажа, од којих ће неки бити прихваћени и на коначним производима у продаји: реч је о минијатурним температурама на папиру као предлошцима за визуелна решења кутија фарби за косу (с једноставним слоганом: „Одаберите своју нијансу”), помада за лице и руке, крема за депилацију, лакова за нокте, као и реклама за fine колоњске воде. Истина је заправо да се међу педесетак илустрација налазе доминантно рекламне: у питању је Џуцин заобилазни пут од индустрије лепоте до модног дизајна. Нудећи предлошке за паковања фарби за косу, она је представљала младе згодне девојке у средњем или крупном плану: одећа, коса, црте лица извучени су црном или сивом, тањом или пунијом линијом, док је монохромна позадина једноставно решена јаркоплавом и црвеном бојом (МЕТЛИЋ 2020: 194). Међутим, сликарки није било довољно да се заустави на фризури и различитим бојама косе које су очигледно упућивале на богату палету нијанси: представљајући моделе у допојасном формату, она је смишљено прекорачила границе маркетиншког и прешла у поље „модног говора”. Не остављајући прецизне трагове о години настанка илустрација (можда и зато што их је посматрала само као скице настале у времену доколице и релаксације), својим малим радовима (најчешћих димензија 3 × 5 цм, 3 × 8 цм, до 13 × 17 цм, с ретким примерцима који достижу или

прелазе А4 формат), она поставља изазов пред истраживаче. Датовање може бити одређено на основу самог изгледа модела на илустрацијама или га је могуће дефинисати уз помоћ насловних страна париских модних часописа (*Paris Match, Elle, Vogue*) или домаћих пандана који су следили узоре из света, а који су се од средине 1950-их година штампали и у Београду (Ристић 2009).⁴

Прихватање светских трендова било је најчешће посредно, захваљујући претплати коју су домаће новинске редакције имале на светске часописе. Нада Дорошки, илустраторка, новинарка и дугогодишња уредница „Женске стране“ листа *Полиџица*, у том погледу, наглашава да је „редакција женске рубрике *Полиџице* била претплаћена на париске часописе *Elle, Marie Claire*, а потом и на италијанску *Grazia*-у” (Дорошки 1997: 186). Андријана Ристић, историчарка уметности и популарне културе, сматра да су „страни часописи уједно представљали и једине изворе из којих се могло сазнати шта се носи у свету, какве су фризури модерне, како се жене шминкају и томе слично” (Ристић 2009: 48). Тиме се недвосмислено истиче да су педесете и шездесете године у Југославији биле време постепеног и све значајнијег окретања свету: у овом процесу најбитнији су били пионирски покушаји просвећених и смелих појединаца да унапреде модне и естетске стандарде, те укажу на неопходну еманципацију жена и удаљавање од доминантног идеала снажне жене, градитељке и мајке ка већем степену женствености и формирања индивидуалног одевног стила. Међутим, ни ова трансформација, упркос све чешћем писању о моди, није се одвијала „преко ноћи”. Антрополошкиња Данијела Велимировић примећује да су идеолошки императиви и током педесетих година подређивали индивидуални укус колективном, а да су естетски идеали и даље били „идеали заједнице” (Велимировић 2007: 344–345). Тек ће се од средине шездесетих година приметити значајнији искорак у производњи атрактивније и разноврсније конфекцијске производње, квалитетнијих материјала и савременијих кројева.

Домаћи часопис *Жена данас* после 1945. године увео је рубрике о лепоти, моди, одржавању витке линије, а у њему су штампане и фотографије манекенки. Постепеним пуштањем робе у слободну продају од 1951. до 1956. године, као и коначним окретањем ка Западу, створили су се погоднији услови за појаву „новог типа” југословенске жене која почиње да размишља о „унапређеној” лепоти као обавезном сегменту женствености (Ристић 2009: 50–59). Проучавајући бројне насловнице модних, илустрованих магазина покренутих током шесте деценије (најутицајнији су били *Практична жена* основана 1956. и *Базар* чији је први уредник од оснивања 1964. године био модни креатор Александар Јоксимовић), Ристић истиче да су се на њима све чешће појављивале како иностране тако и креације домаћих модних дизајнера, те да се од краја шесте и током читаве седме деценије иде ка све већем „ослобођењу” женског тела и сексуалној провокативности (Ристић 2009: 58). На основу фризура или

⁴ Модни магазин *Elle* покренуће 1969. издање на српском језику, које је према реклами довело „свет модерне жене на дохват руке”. Вид.: Ристић 2009.



Сл. 2. *Базар*, насловна страна, број 31, март 1966. (приватна архива)

косе различитих форми и дужина, шминке у првом плану, очију уоквирених црном маскарном или ајлајнером, једноставних костима равних линија, с једноредним или дворедним копчањем, могуће је пружити оквирно датовање Цуциних сачуваних илустрација. Чак и летимичним погледом на неколицину насловних страна *Базара* (издања 1. мај 1965, 1. јун 1965. или 15. март 1966) откривају се извори њене инспирације за фризуре, троугаоне или кружне наушнице јарких боја, па чак и поједине одевне детаље, чиме је отворен пут ка сигурнијем временском позиционирању сликаних предлогака у крај шесте и прву половину седме деценије XX века (сл. 2). Праволинијске, цигарет-хаљине, жакети и блејзери високих крагни с крупним дугмадима, блузе са ве изрезима, саставни су делови визуелних решења, иако је њихова примарна намена козметика, а не мода (МЕТЛИЋ 2020: 198). После Другог светског рата долази до неумитног повезивања индустри-

је лепоте и света моде, а начин шминкања, бојења косе, избор фризура, као и додатни асесоар, усаглашавали су се с актуелним диктатима у сфери одевања:

Бизнис у вези с лепотом био је нераскидив од моде... Култура је сада изразито визуелна, а часописи и филм најважнији су извори модних слика и савета за жене. Управо у ово време настаје индустрија лепоте каква нам је позната и у данашњем облику (ВЛАСК 2006: 22).

Сигурно је да Цуци Сокић мода није била у првом плану, али одрастање у либералној атмосфери, живот у Паризу тридесетих, као и повратак у њега почетком педесетих, утицали су и на њен систем вредности, жељу за експериментом, прекорачењем граница, испробавањем новог. Несумњиво је важан подстицај долазио и из популарне културе, а пре свега филма. Филмске диве шесте и седме деценије, међу којима су се истицале Мерилин Монро (Marilyn Monroe), Брижит Бардо (Brigitte Bardot), Одри Хепберн (Audrey Hepburn), а код нас Беба Лончар у филму *Љубав и мода* (Љубомир Радичевић, 1960) или ТВ звезда Данка Нововић, предодредиле су изглед одабраних Цуциних модела чије црте лица понављају или комбинују физиономију ових славних жена. Дугогодишње пријатељство са Олгом Кешељевић која је обожавала



Сл. 4. *Практична жена*, насловна страна, број 67, децембар 1958. (приватна архива)

Сл. 3. Љубица Цуца Сокић, *Жуџа хаљина*, 1960-е, модна илустрација, колаж 45 × 21 цм (Графичка збирка Народне библиотеке Србије, Заоставштина Љубице Цуце Сокић НБС, ЦСГр 5/33)

модне куће „Шанел“ и „Диор“, као и неопходност Марка Барбезаа да уђе у трку с модификацијом лепоте, мотивисали су Цуцу Сокић да изађе у сусрет пријатељима и допринесе визуелном идентитету њихових препарата.

Сокићева је највећу слободу „модног мишљења“ пружила на креацијама малих димензија, на индиго плавој позадини, које се тешко могу довести у везу са рекламним илустрацијама за неки од „Жифреових“ производа. Овој групи несумњиво се могу прикључити и лапидарни цртежи и скице хаљина урађени у свега неколико потеза оловком, баш као и исечене, „колажне хаљине“ од жуте и зелене хартије са спорадично разбацаним белим крупним цветовима, у којима се недвосмислено препознају дизајнерски комади или чак конфекцијска мода виђена на насловницама *Практичне жене* (неколико бројева из 1957. и 1958. године) (сл. 3; сл. 4). Дуге хаљине уског струка са цветним или геометризованим детаљима и танким текстилним каишевима упућују на Цуцино поигравање са предложеним креацијама које су је



Сл. 5. Љубица Цуца Сокић, *Портрет жене у њаво-жутој хаљини*, 1960-е, модна илустрација, комб. техника 8,5 × 4,5 цм (Графичка збирка Народне библиотеке Србије, Заоставштина Љубице Цуце Сокић НБС, ЦСГр 5/101)

инспирисале на незнатне варијације, допуне или корекције, у складу са сопственим укусом. Ослобађајући се наруџбина, не размишљајући о томе да ли ће их Барбезаови уопште употребити за неке од својих амбалажа, Цуца Сокић је смело комбиновала апстракцију и фигурацију с девојкама које позирају и заводљиво намештају косу, одевене у геометризване хаљине. Фовистичка палета јаркоцрвене, жуте и различитих нијанси зелене боје, знатно одудара од првобитних решења за „Жифреове” производе (сл. 5). На једној од сликаних минијатура девојка је одевена у раскошну зелену корсет-хаљину без рукава, док се око ње налепљени жути и светлозелени петугао и црвени правоугаоник могу протумачити као палета доступних боја за понуђену креацију. Варијације на тему приметне су и на „манекенки” опуштеног става са шеширом у руци, у зеленој хаљини с плисираним појасом од кога се спуштају дуге црне траке, савршено уклопљене с дезеном горњег дела. Модну креацију употпуњује оранж цвет на рамену хармонизован с косом бринете и траком на шеширу. По иновативности решења посебну пажњу привлаче два рада у којима се Цуца вешто поиграва са изменом модних трендова:

преко струкираних хаљина широких, глокнастих сукњи карактеристичних за педесете и наговештених само танком црном линијом, она слика правоугаонике јаркоцрвене и жуте боје, док се равне линије и плоснате површине доживљавају као стилизовани означитељи за појас, траку или унутрашњи џеп. Овом смишљеном „апстрактном” интервенцијом у домену фигурације, Сокићева суптилно скреће пажњу на измену трендова и појаву коктел мини-хаљина геометријских линија, једноставних кројева и смелих боја које револуционишу моду шездесетих година.

Модна илустрација Цуце Сокић у контексту моде 1950-их и 1960-их година

Упућујући на високу моду из средине и са почетка друге половине XX века, рекламне и модне илустрације Цуце Сокић својеврсно су „везивно ткиво” које употпуњује наратив историје моде и њеног „женског писма” у оквиру националне историје

уметности: од Милене Павловић Барили током прве половине XX века до Мире Бртке после 1960. године. Својим модним илустрацијама и уљима на платну, Милене Павловић Барили одговорила је на поетике Коко Шанел, Мадлене Вионе (Madeleine Vionnet), Жана Патуа (Jean Patou) и Жане Ланвен (Jeanne Lanvin). Мира Бртка је понудила тумачење контракултурних естетика Мери Квант (Mary Quant) и Лоре Ешли (Laura Ashley), наглашавајући ликовност и историчност моде и утирући пут савременим српским креаторкама које су изникле на богатој традицији брисања граница између визуелне и материјалне културе, односно ликовне и примењене уметности, попут Роксанде Илинчић, Дејане Момчиловић, Александре Лалић и Ане Љубинковић. Цуца Сокић је пак формирала свој илустраторски израз у односу на модне поетике оних креатора који су дефинисали канон високе моде и несумњиво је довели до статуса уметности међу којима се, у првом реду, издвајају Кристијан Диор (Christian Dior) и Кристобал Баленсијага (Cristobal Balenciaga), а потом и Пјер Балмен (Pierre Balmain), Ибер де Живанши (Hubert de Givenchy) и Ив Сен Лоран (Yves Saint Laurent). Према „идеалу женствености“ који Розмари Торе (Rosemary Torre) уочава у модној илустрацији XX века, модне илустрације Милене Павловић Барили представљају заводницу (the temptress), „дечака“ (the garconne) и гламурозну девојку (the glamour girl), док мода Мире Бртке представља „твигицу“ и хипи естетику (Twiggies and Hippies) (TORRE 2011). Позициониране између поменутих идеала, модне и рекламне илустрације Цуце Сокић представљају идеал женствености 1950-их и 1960-их који ауторка дефинише као „принцезу“ (the princess), жену из дипломатских или културно-уметничких кругова високог друштва која фаворизује Диоров стил (TORRE 2011) каква је, уосталом, била и Олга Кешељевић.

Основна карактеристика модне иконографије идеала „принцезе“, било у моди или у модној илустрацији, био је деколте и одступање од крутих нараменица 1940-их чиме се наглашавао струк кроз хаљине са сукњама принцес-кроја. Ослањајући се на историју уметности – Диор на сликаре француског импресионизма, а Баленсијага на Дијега Веласкеза (Diego Velasquez) – модни креатори су вратили принцес-крој у моду, модернизујући силуете из историје моде. Такав третман женске фигуре и одеће видимо на готово свим илустрацијама Сокићеве на којима су женске фигуре често обнажених рамена и у деколтираној хаљини која се сужава ка струку, а потом шири кроз сукњу принцес-кроја (сл. 6). Но, иако су њене илустрације намењене рекламирању козметичког производа, то не умањује нити њихову ликовност, нити модност, јер је афинитет према козметици, препаратима за улепшавање и негу такође једна од карактеристика идеала принцезе 1950-их и њеног модног стила. На тај начин су многи илустратори, приметиће Торе, у очима јавности постали синоними за популарне козметичке производе, попут Ерика (Eric) за препарате Елизабет Арден (Elizabeth Arden) и Ренеа Гроа (Rene Gruau) за Диорове парфеме (TORRE 2011: 89). Тако су и позе Цуциних „принцеза“ које евоцирају наношење пудера или парфема, намештање косе или накита – а све то у, како га Торе назива, „неодређеном простору“ – одраз епохе која је подједнако ценила естетизацију тела путем моде исто колико и естетизацију



Сл. 6. *Практична жена*, насловна страна, број 76, мај 1959. (приватна архива)



Сл. 7. *Базар*, насловна страна, број 10, мај 1965. (приватна архива)

лица путем козметике. Интензивно нашминкана лица, стилизоване фризуре и деколтиране бисте манекенки које евоцирају издужене Модиглијеве (Amedeo Modigliani) фигуре популаризоване од стране модног фотографа Ричарда Аведона (Richard Avedon) биле су савршено иконографско решење за промоцију и пласман козметичких трендова путем насловница страних и домаћих модних часописа које Џуца Сокић „преводи” у илустраторску минијатуру (сл. 7).

Илустраторска делатност српске уметнице за „Жифре” је, дакле, у потпуности у складу са духом времена и модним *zeitgeist*-ом, а њен илустраторски опус не може бити изузет из тенденција историје моде 1950-их и 1960-их. Управо нам историја моде омогућава да јасније разумемо ликовне елементе њених илустрација попут колорита који, у складу са Сен Лорановим апропријацијама неопластицизма Пита Мондријана (Piet Mondrian), усваја и Џуца, „привидно стварајући мондријановски поредак”⁵ (уп. са сл. 5). У том смислу, приметиће Маријан Дејвис (Marian Davis) бавећи се аспектима визуелног дизајна у креирању одеће, визуелни утисци у одевању имају велики

⁵ Вид.: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/83442>.

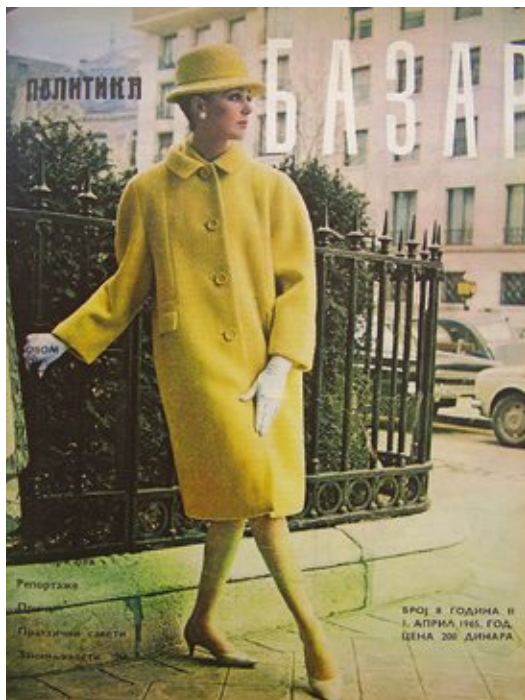
утицај на концепт културно прихватљивог, како у друштву тако и у моди и уметности (DAVIS 1980: 1). У прилог томе говори илустрација-колаж на којој Сокићева не наступа више само као илустраторка већ и као модна креаторка. На листу хартије уметница, евоцирајући мустре за шивење популарне у домаћој штампи, графитном оловком представља три решења струкиране хаљине опуштених рамена у Диор стилу која може да се оптимизује дугим или кратким рукавима, или пак да постане комбинезон (сл. 8). Колаж од папирних исечака у облику цвећа у чијој основи је жута хаљина као омаж Матисовим (Henri Matisse) колажима јавља се као варијација кратких вечерњих хаљина са везеним цветним мотивима по којима је познат Баленсијага (уп. са сл. 3).⁶ Изражавајући свест о различитим визуелним могућностима друштвено, естетски и културно прихватљивог дизајна одеће, српска илустраторка показује владање и формом и функцијом, било на ликовном било на модном плану.

Но, поетика Цуце Сокић као модне илустраторке није само у складу са француском високом модом већ и њеном рецепцијом и конфигурацијом у Југославији и уже, Београду. У првом реду, блискост илустрација Сокићеве са модним цртежима модне креаторке Анђелке Слијепчевић (1931–2010) која крајем 1950-их борави у Паризу радећи за „Ланвин” (ŽARIĆ 2022), показује на који је начин модни диктат Кристијана Диора, чија модна кућа заједно са „Ланвином” и „Баленсијагом” представља моделе на сајму *Мода у свету* у Београду 1959. године, локализован у југословенској визуелној култури и култури одевања 1950-их и 1960-их. Заједничка иконографија са визуелним репертоаром насловница домаћих модних часописа такође није случајна. Она одсликава циркулацију западне високе моде и њено прилагођавање домаћим материјалним и естетским условима, нарочито када се узме у обзир да су насловне стране домаћих часописа, чак и када је



Сл. 8. Љубица Цуца Сокић, Скица женске хаљине, модна илустрација, графитна оловка 30 × 20 цм (Графичка збирка Народне библиотеке Србије, Заоставштина Љубице Цуце Сокић НБС, ЦСГр 5/34)

⁶ Вид.: <https://collections.vam.ac.uk/item/O109714/evening-dress-cristobal-balenciaga/evening-dress-crist%C3%B3bal-balenciaga/>



Сл. 9. *Базар*, насловна страна, број 8, април 1965. (приватна архива)



Сл. 10. *Базар*, насловна страна, број 1, децембар 1964. (приватна архива)

садржај унутар њих био прилагођен нашем поднебљу, неретко приказивале манекенке у западној високој моди или естетизованој домаћој конфекцији, симулирајући водеће светске модне часописе којима је Цуца активно изложена у Паризу (сл. 9). Модни часописи из средине XX века су, како у иностранству тако и код нас, били „интелектуална и визуелна гозба”, пружајући оно најбоље из домена уметности, књижевности, уређења ентеријера, путовања и разоноде (Торре 2011: 89). Тако већ први број Политикиног *Базара* од 15. децембра 1964. године са Миленом Дравић на насловној страни доноси цртеже београдског уметника Небојше Митрића, интервју са керамичарком Олгом Вујадиновић, едиторијал са манекенкама у сталној поставци Музеја примењене уметности у Београду у креацијама Александра Јоксимовића и есеј о Надежди Петровић (сл. 10).

Премда се Љубица Сокић због своје привржености француској култури и уметности, као и честих путовања код Барбеаових, при изради илустрација највероватније инспирисала париским трендовима (Метлић 2020: 195), њен илустраторски рад, иако епизодичан, никако није изван општих токова прожимања уметности и моде, као и естетизације моде у Југославији. Њега, наравно, не карактерише оно „национално” и „фолклорно” као у случају Александра Јоксимовића и, мање, Анђелке

Слијепчевић, али га управо његова „франкофиличност“ чини јединственијим за позиционирање у оквиру историје моде и историје уметности у Србији. У складу с тим, „читање“ рекламних и модних илустрација Цуце Сокић у контексту развоја индустрије лепоте и историје моде 1950-их и 1960-их отвара могућност ревалоризације њеног опуса у канону историје националне уметности, истовремено отварајући и ново поглавље у оквиру историје националне моде. Узимајући у обзир све интензивнији развој студија моде и примат изложби моде у водећим светским музејима током последње две деценије, активност Љубице Цуце Сокић на плану рекламне и модне илустрације несумњиво завређује даљу академску и музејску пажњу.

ЛИТЕРАТУРА

- ВЕЛИМИРОВИЋ, Данијела. „Мода и идеологија – ка новој политици стила.“ У: *Приватни живот код Срба у двадесетом веку*. Београд: Clio (VELIMIROVIĆ, Danijela. „Moda i ideologija – ka novoj politici stila.“ У: *Privatni život kod Srba u dvadesetom veku*. Београд: Clio), 2007, 342–361.
- ДОРОШКИ, Нада. *Одпринуто од заборава – људи и догађаји од 1922. до 1996*. Београд (Doroški, Nada. *Otrgnuto od zaborava – ljudi i događaji od 1922. do 1996*. Београд), 1997.
- ЖАРИЋ, Стефан. *Maison Barilli: Belgrade / New York: једна студија о високој моди и високој уметности*. Пожаревац: Фондација Миленин дом – Галерија „Милене Павловић Барили“ (ŽARIĆ, Stefan. *Maison Barilli: Belgrade / New York: jedna studija o visokoj modi i visokoj umetnosti*. Požarevac: Fondacija Milenin dom – Galerija „Milene Pavlović Barili“), 2017.
- МЕТЛИЋ, Дијана. *Олга Кешељевић и Марк Барбеца: једна сасвим (не)обична српско-француска веза*. Нови Сад: Галерија Матице српске (METLIĆ, Dijana. *Olga Kešeljević i Mark Barbeza: jedna sasvim (ne)obična srpsko-francuska veza*. Novi Sad: Galerija Matice srpske), 2020.
- РИСТИЋ, Андријана. *Насловне стране београдске илустриране шивање 1945–1980*, необјављени рукопис магистарског рада одбрањеног на Одељењу за историју уметности Филозофског факултета у Београду 2009. (RISTIĆ, Andrijana. *Naslovne strane beogradske ilustrovane štampe 1945–1980*, neobjavljeni rukopis magistarskog rada odbranjenog na Odeljenju za istoriju umetnosti Filozofskog fakulteta u Beogradu 2009)
- ВАТЕМАН, Kristen. “Fearless Female Artists with Style.” *Another Magazine* 23rd June 2015. <<https://www.anothermag.com/fashion-beauty/7486/fearless-female-artists-with-style>> 25. 12. 2023.
- BLACK, Paula. *Beauty Industry. Gender, Culture, Pleasure*. Taylor and Francis e-library 2006.
- ЋОЛИЋ, Милош. „Foto-istorija: Ulazak Cuce Sokic u carstvo mode.” 27. decembar 2021. <<https://nova.rs/kultura/foto-istorija-cuca-sokic-moda/>> 15. 12. 2023.
- DAVIS, Marian. *Visual Design in Dress*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1980.
- DINSDALE, Emily. “Ten women artists and designers on their love of Louise Bourgeois.” *Dazed* 22nd February 2022. <<https://www.dazeddigital.com/art-photography/article/55464/1/ten-women-artists-designers-on-their-love-of-louise-bourgeois-woven-child>> 20. 12. 2023.
- PORTER, Charlie. *What Artists Wear*. New York: W. W. Norton & Company, 2022.

- PEL, Tobias, Silvija Jonas. *Mali leksikon parfema*. Beograd: Vulkan izdavaštvo, 2009.
- TORRE, Rosemary. *20th-Century Fashion Illustration: The Feminine Ideal*.: Dover Publications, 2011.
- ŽARIĆ, Stefan. The Problem of the Historization of 20th Century Serbian Fashion.” *Istorija 20. veka* 1 (2022): 1–16.

Dijana Lj. Metlić, Stefan S. Žarić

**LJUBICA CUCA SOKIĆ'S ILLUSTRATIONS FOR GIFRER-BARBEZAT
IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF BEAUTY INDUSTRY
AND FASHION IN THE 1950s AND 1960s**

Summary

Following the increasing academic development of fashion studies and the growing popularity of fashion exhibitions in museums worldwide, the paper contextualises hitherto insufficiently researched commercial and fashion illustrations of Serbian painter and academician Ljubica Cuca Sokić (1914–2009) regarding the development of fashion and advertising, both internationally and in Yugoslavia, in the 1950s and 1960s. Discovered only in 2020, these illustrations, created for the French pharmaceutical company Gifrer, opened up new possibilities for interpreting the artist's oeuvre and her expression as an illustrator through the framework of fashion history. They were representations of her artistic treatment of contemporary fashion trends from the mid-20th century and their translation into illustrations. Resonating with the dominance of French haute couture, predominantly Christian Dior, Cristobal Balenciaga, and Yves Saint Laurent's designs on one, and the reception and reconfiguration of its iconography in Yugoslav fashion print on the other side, Cuca Sokić's illustrations can be observed not only as the extension of her life in Paris but as well as one artist's creative response to fashion as a formidable cultural phenomenon and artistic practice in the 20th century. Despite being less numerous compared to her extensive painterly oeuvre, the illustrations appear in a decent variety of forms – as finalised illustrations for cosmetic products; miniature 'fashion portraits'; studies combining figuration and geometric abstraction with Fauvist and Neoplasticist colour palettes; paper cut-out collages of dresses; and fashion sketches. Through all these forms of her fashion works, Sokić demonstrated admirable sensibility and awareness of tendencies in the beauty industry and fashion design, illustration, and photography of the late 1950s and the early and mid-1960s and their relation to fine arts, further strengthening the importance of fashion in the canon of the national history of art.

Keywords: Ljubica Sokić, fashion illustration, advertising, fashion magazines, Gifrer pharmaceuticals.