

فَشِن

ربکا آرنولد

ترجمه منظر محمدی

فشن

ربکا آرنولد

ترجمه منظر محمدی

ویرایش محسن صلاحی راد

لیتوگرافی و چاپ: آرتا / صحافی: فرانگر

چاپ دوم ۱۳۹۸. شمارگان ۵۰۰

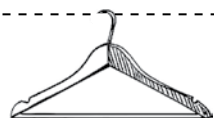
نشرمشکی. تهران ۹۸ ۶۸ ۰۰ ۷۷

www.meshkipublication.com

info@meshkipublication.com

@meshkipublication

همه حقوق برای ناشر محفوظ است. تکثیر یا تولید همه یا بخشی از کتاب به هرصورت (انتشار الکترونیکی، چاپ، فتوکپی، تصویر، صوت) بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است.



دیزاین مشکی / ۸

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۸۴۳۹-۸-۵

شماره کتابشناسی ملی: ۵۳۷۸۱۱۴

عنوان و نام پدیدآور: فشن / ربکا آرنولد؛ ترجمه منظر محمدی.

مشخصات نشر: تهران: نشر مشکی، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری: ۲۰۸ ص.؛ مصور: ۱۹,۵×۱۴,۵ س.م.

یادداشت: عنوان اصلی: *Fashion: a very short introduction*, 2009.

موضوع: مد

موضوع: Fashion

موضوع: مد - تاریخ

موضوع: Fashion - History

موضوع: پوشاک - صنعت و تجارت

موضوع: Clothing trade

موضوع: طراحی لباس

موضوع: Fashion design

رده بندی دیویی: ۳۹۱

رده بندی کنگره: ۱۳۹۷ ف۵/۴/۵۰۷ TT

سرشناسه: آرنولد، ربکا

Arnold, Rebecca

شناسه افزوده: محمدی، منظر، ۱۳۵۶. مترجم

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

فهرست

مقدمه ۹

۱ | دیزاینرها ۱۹

۲ | هنر ۴۷

۳ | صنعت ۷۳

۴ | خرید ۹۹

۵ | اخلاقیات ۱۲۵

۶ | جهانی سازی ۱۵۳

نتیجه گیری ۱۷۹

یادداشت ها ۱۸۷

نام نامه ۱۹۷

«میوزهای دژخیم» در موزه مُد آنتورپ، سال ۲۰۰۵، نمایشگاه نوآورانه‌ای بود از جودیت کلارک که در آن ترکیبی جالب و نامعمول از لباس‌های قدیمی و جدید به نمایش درآمده بود. دکور نمایشگاه شبیه بازارهای نمایشگاهی سده نوزدهم دیزاین شده بود، با داربست‌های ساده چوبی که آدم را یاد چرخ‌وفلک‌های قدیمی می‌انداخت و دیزاین‌های بزرگ و سیاه‌وسفید فشن از روبن تولدو که به سهم خود فضای سحرآمیز و نمایشی نمایشگاه را تقویت می‌کرد. این نمایشگاه به خصلت هیجان‌انگیزی و نمایشی فشن اشاره داشت؛ ترکیبی بود از لباس‌های عجیب‌وغریبی از جان گالیانو و الکساندر مک کوئین، به همراه آثاری از کوتور بین دو جنگ جهانی مثل «پیراهن اسکلتی» السا اسکاپارلی که پیراهن تنگی بود با برآمدگی‌هایی مثل اسکلت بدن. پیراهن شب پُر جلوه‌ای هم از کریستین دیور، مربوط به دهه ۱۹۵۰، به نمایش درآمده بود از جنس تافته ابریشم با بالاتنه کمرستی و دامن دنباله‌داری که با پایبونی در پشت جمع شده بود و همچنین پیراهن تابستانی لطیفی از ململ سفید که در اواخر سده نوزدهم در هند درست شده بود



عکسی از نمایشگاه «میوزهای دژخیم»، در موزه مُد آنتورپ، در سال ۲۰۰۵، با دیزاین و کیوریتوری جودیت کلارک

تسخیر تأثراتی از گذشته است، همان‌گونه که فرهنگ به‌طور کلی چنین است. ارجاع به گذشته ممکن است به طرحی جدید و مبدعانه اعتبار ببخشد و آن را تداعی گرکمال مطلوبی در گذشته کند. حتی در آثار دیزاینرهای قدیمی هم همواره ردی از ارجاع به گذشته نمایان بود، مثلاً در پیله‌های ظریف پیراهنی از مادام گره که در همین نمایشگاه به نمایش درآمده بود و منبع الهامش لباس کلاسیک [یونان] باستان بود. فشن حتی ممکن است حاکی از وحشت ما از مرگ باشد، چراکه همواره در جست‌وجوی جوانی و نوبودن است، آن‌گونه که در پیراهن سراسر سیاه و گوتیک مآبانۀ دو دیزاینر هلندی، ویکتور و رالف، در این نمایشگاه مجسم می‌شد. به این ترتیب، بازدیدکنندگان نه تنها می‌توانستند جنبه‌های تصویری و مادی

و سوزن‌دوزی سنتی زنجیره‌ای داشت. لباسی با نقوش چاپی تند و خوش‌رنگ و پولک‌های براق از دیزاینر بلژیکی، دریس فان نوتن، از اواخر دهه ۱۹۹۰، در کنار لباس رنگارنگی از کارهای دهه ۱۹۸۰ کریستین لاکروا نمایش داده شده بود. این ترکیب بی‌ربط به کمک دکورهای هوشمندانه‌ای که کلارک دیزاین کرده بود به خوبی به فهم درمی‌آمد، چون دکورها براساس ارجاعات تاریخی مختلف فشن ساخته شده بودند. صحنه‌سازی نمایشی فضا به نمایش‌های کم‌یاد دل‌آرته و بال‌ماسکه‌های سده هجدهمی شبیه بود و اشاره مستقیمی داشت به کاربست عناصر دراماتیک و افراط‌کاری‌های بصری در شوهای فصلی دیزاینرهای فشن معاصر.

«میوزهای دژخیم» مدتی بعد در موزه ویکتوریا و آلبرت لندن به نمایش درآمد و در آنجا نامش به «اشباح: آن‌گاه که فشن بازمی‌گردد» تغییر یافت. نام جدید بیانگر یکی از تناقضات نهفته در ذات فشن بود: فشن دغدغه اصلی‌اش نبودن است، اما پیوسته به گذشته رو می‌کند. کلارک این تناقض مهم را به خوبی به نمایش گذاشت: بازدیدکنندگان را به سویی سوق می‌داد که درباره تاریخ غنی فشن بیندیشند و از رهگذر آن، مسائل امروز فشن را دریابند. این کار را با کنار هم گذاشتن لباس‌هایی از دوران‌های مختلف انجام داد که همه ویژگی‌های مشابهی در ساخت یا نقوش یا محتوا داشتند. موفقیت این نمایشگاه همچنین مدیون همکاری نزدیک کلارک با مورخ و نظریه‌پرداز فشن، کارولین اوانز، بود. کلارک، به مدد مفاهیم مهمی که اوانز در کتاب فشن بر مرز: نمایش، مدرنیته، و مرگ‌وارگی (۲۰۰۳) در باب فشن و تاریخ مطرح کرده بود، در نمایشگاهش انگیزش‌های پنهان فشن را آشکار ساخت. اوانز در کتابش نشان داده که چگونه فشن همواره در

بازگشت فشن به تاریخ را ببینند، از طریق توضیحات کوتاهی هم که به نحوی بازگوشانه در کنار آثار نصب شده بود ترغیب می شدند در معانی عمیق ترین لباس ها غور کنند. همسوبا حال وهوای بازارگونه نمایشگاه، چند بازی خطای دید به کمک آینه ترتیب داده شده بود، طوری که انگار وقتی از سوراخ چشمی ها نگاه می کردید لباس ها ظاهر و بعد ناپدید می شدند یا تصویرشان بزرگ یا کوچک می شد و، به این ترتیب، بینندگان مجبور بودند با آنچه بدان نگاه می کردند درگیر شوند و در آنچه گمان می کردند می توانند ببینند تردید کنند.

بینندگان وادار می شدند به معنی «فشن» ببیندیشند: برخلاف «پوشاک» که اغلب صورتی ایستاتر و کارکردی تر از لباس قلمداد می شود که به تدریج تغییر می کند، ماهیت «فشن» بدعت و تغییر است؛ در این نمایشگاه، تغییرات فصلی و چرخشی سبک های فشن در طرحی دایره وار از تولدو، که چرخش بی پایان تغییرات فرمی فشن را نشان می داد، مجسم شده بود. فشن همچنین اغلب «ارزشی» افزوده بر پوشاک تلقی شده که لباس را در چشم مصرف کننده مقبول می کند؛ جلوه پُرشکوه و دراماتیک فضای این نمایشگاه هم بازتاب شیوه های اغواگری و فریبندگی شوهای کت واک و تبلیغات و عکاسی فشن بود که همواره تصویری آرمانی از لباس را به مخاطب نشان می دهند. به همین ترتیب، فشن ممکن است پدیده ای یک ریخت کننده باشد که همگان را تشویق می کند مثل هم لباس بپوشند و، در همان حال، در جست وجوی فردیت و بیان خود باشند؛ تضاد رویکردهای استبدادی نظام کوتور در میانه سده بیستم - که مثلاً در لباس های دیور تجسم می یافت - با تکثر مدهای دهه ۱۹۹۰ نیز از نکاتی بود که در این نمایشگاه به آن اشاره شده بود.

این نمایشگاه به بینندگان نشان می داد که امکان دارد انواع متفاوتی از فشن هم زمان وجود داشته باشند. حتی در دورانی که «عصر دیور» قلمداد می شد، انواع دیگری از پوشاک مُدروز نیز وجود داشت، مثل مدل های ساده و حاضر آماده دیزاینرهای کالیفرنایی یا مدهای اعتراضی خُرده فرهنگ هایی مثل تدی بوی ها. فشن ممکن است از منابع متنوعی سرچشمه بگیرد، امکان دارد به دست دیزاینرها و رسانه ها ساخته شود یا، به صورتی خودرو، از بطن خیابان برخیزد. از این منظر، نمایشگاه «میوزهای دژخیم» رویدادی مهم در تاریخ فشن بود: عناصر به ظاهر نامتجانسی از مدهای گذشته و حال را گرد هم آورد و آن ها را به گونه ای عرضه کرد که بینندگان را مشغول و مفتون جلوه های حسی خود می کرد و در عین حال آگاه از اینکه فشن چیزی فراتر از ظاهر صرف است.

این نمایشگاه نشان داد که فشن از بطن تناقض رشد می کند: برخی آن را مقوله ای نخبه و نادر می بینند، جهانی تجملی از صناعتگری کوتور و فروشگاه های گران قیمت، و برای برخی دیگر پدیده ای است سریع و یک بار مصرف در خیابان های شهر؛ از یک سو روزه روز جهانی تر می شود، چنان که هر سال به «پایتخت های [جدید] فشن» در دنیا اضافه می شود، و از سوی دیگر ممکن است بومی باشد، خرده فشنی خاص هر گروه اجتماعی کوچک؛ هر روز بیش از پیش صفحات متون آکادمیک و فضای موزه های مشهور را اشغال می کند و، در همان حال، در برنامه های تلویزیونی یا وب سایت های میک اُور هم پیدا می شود. همین دوگانگی است که آن را افسونگر می کند یا، برعکس، منفور و محقّر.

فشن را ممکن است بتوان در هر زمینه ای، از نظریه پردازی آکادمیک تا مبلمان یا رقص، مشاهده کرد، اما عموماً، به ویژه اگر به صورت مطلق به کار برود، ارجاع آن

به مدهای پوشاک است. در این مقدمه مفید و مختصر، می‌خواهم کارکردهای آن را در مفهوم صنعتی‌اش و رابطه آن را با مسائل کلان‌تر فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی بررسی کنم. فشن از دهه ۱۹۶۰ به این سو موضوع مباحث جدی آکادمیک بوده و مثل «متن» و «شیء» و «ایماژ» تحلیل شده است. از آن زمان، از زوایای متعدد و مهمی در مورد فشن مطالعه شده است. طبیعت میان‌رشته‌ای مطالعات آن بازتاب رابطه‌اش با زمینه‌های تاریخی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، و مقولات خاص‌تری نظیر جنسیت و قومیت و طبقه است.

رولان بارت، در تحلیل‌های نشانه‌شناختی‌اش در *نظام فشن* (۱۹۶۷) و *زیان فشن*، با تحلیل متونی از سال‌های ۱۹۵۶ تا ۱۹۶۹، فشن را از منظر روابط متقابل متن و تصویر بررسی می‌کند. از دهه ۱۹۷۰ به این سو، مطالعات فرهنگی پله آغازین تحقیقات فشن و هویت بوده است: برای مثال، کتاب *دیک هبیدیچ، خرده‌فرهنگ: معنای سبک* (۱۹۷۹)، نشان می‌دهد که چگونه مدهای خیابانی در پیوند با فرهنگ‌های جوانان پدید آمدند. الیزابت ویلسون، در *آراسته در رؤیا: فشن و مدرنیته* (۱۹۸۵)، به اهمیت فرهنگی و اجتماعی فشن از منظری فمینیستی تصریح کرده است. آن هولندر و ایلین ریپیرو در مطالعات‌شان از روشی برآمده از تحقیقات تاریخ‌هنر برای تحلیل دقیق رابطه فشن و فرهنگ تصویری مدد گرفته‌اند. محقق‌هایی مثل ژانت آرنولد نیز به اقتباس رویکردی موزه‌محور پرداخته و مطالعاتی دقیق بر برش و ساختار لباس‌ها در مجموعه‌های موزه‌ای انجام داده است. رویکردهای تاریخی متعددی هم برای بررسی ماهیت صنعت فشن و رابطه آن با مسائل یک زمینه خاص در پیش گرفته شده، از جمله در مطالعات بورلی لیمیر درباره بُعد تجاری فشن و کار خود من و نیز کار کریستوفر پروارد در باب

تاریخ فرهنگی. از دهه ۱۹۹۰، محققان علوم اجتماعی نیز توجه ویژه‌ای به فشن نشان داده‌اند: مطالعات دنیل میلر و جوان انتویسل نمونه‌های مهمی از این گونه‌اند. کار بینارشته‌ای و جالب‌توجه کارولین اوانز هم، که جمیع این رویکردها را در خود دارد، بسیار مهم است. آموزش فشن در دانشگاه‌ها و کالج‌ها نیز تابع روش‌ها و رویکردهای متنوعی بوده: برخی آن را در دانشکده‌های هنر گنجانده‌اند و برخی در میان دروس دیزاین، اما در بسیاری از موارد به گروه‌های تاریخ‌هنر و مردم‌شناسی و دوره‌های آموزش تخصصی در سطوح کارشناسی و کارشناسی ارشد نیز گسترش یافته است.

این توجهات آکادمیک به موزه‌های بی‌شماری هم که مجموعه‌های مهم فشن را در خود جای داده‌اند تسری یافته است، از جمله به موزه پاورهاوس سیدنی، به مؤسسه پوشاک موزه متروپولیتن نیویورک و به موزه کیوتو. مطالعات کیوریتوری فشن منجر به پیدایش نمایشگاه‌های مهم زیادی شده و شمار زیاد بازدیدکنندگانی که به چنین نمایشگاه‌هایی می‌آیند نشان‌دهنده علاقه گسترده مردم به فشن است. مهم‌تر از همه این است که این نمایشگاه‌ها دانش تخصصی کیوریتورها، نظریات آکادمیک معاصر درباره فشن، خود لباس‌ها، و ایماژهای سازنده ذهنیت ما را از فشن، همه را، کنار هم گرد می‌آورند و دسترسی ما را هم به آن‌ها آسان می‌کنند.

از دوران رنسانس به بعد، صنعت فشن در ابعادی گسترده و جهانی شکل گرفت. تصور رایج بر این است که فشن از این دوران آغاز شد و نتیجه تحولات تجاری و سرمایه‌ای بود و اهمیت یافتن فردگرایی به تبع گسترش اندیشه اومانیستی و تحولات ساختار طبقاتی که به تعداد بیشتری از مردم امکان می‌داد به نمود

ظاهر خود بیندیشند و بپردازند. انتشار اطلاعات دربارهٔ مُدهای جدید از طریق گراورها و دستفروش‌های دوره‌گرد و نامه‌ها و، در اواخر سدهٔ هفدهم، پیدایش مجلات فشن این پدیده را روزه‌روز برای مردم محبوب‌تر و مهیّاتر کرد. برگزاری دوره‌های کارآموزی در این عرصه و بعدها دوره‌های آکادمیک برای آموزش صنعتگران و دیزاینرهای جدید، تولیدِ دستی یا بعدها ماشینی پارچه و لباس، شیوه‌های فروش، و انواع صنایع وابسته -از تبلیغات گرفته تا آموزش مدل‌ها و برنامه‌ریزی شوهای کت‌واک- نیز با توسعهٔ نظام فشن پا گرفتند. از اواخر سدهٔ هجدهم آهنگ فشن سرعت گرفت و، در زمان اوج انقلاب صنعتی در نیمهٔ دوم سدهٔ نوزدهم، چنان گسترده شد که انواع بسیار متفاوتی از مُدها پدید آمد. در این زمان، نظام اوت‌کوتور، یعنی صورت نخبهٔ فشن با لباس‌هایی که فقط [در یک نسخه] برای مشتریان خاص دیزاین و دوخته می‌شد، در فرانسه شکل گرفت. دیزاینرهای کوتور برای اولین بار مفهوم «دیزاینر» را به‌مثابهٔ [هنرمند] خلاق که لباس [را همچون اثری هنری و] دست‌ساز پدید می‌آورد و مُدروز را هم شخصاً تعیین می‌کند متبلور ساختند. اولین دیزاینرهای کوتور برجسته، مثل لوسیل، بودند که اولین بار به‌فکر برگزاری شوهای فشن افتادند تا با نمایش طرح‌های استادانه‌شان بر بدن مانکن‌های حرفه‌ای برند خود را تبلیغ کنند. لوسیل قابلیت‌های مقولهٔ مهم دیگری را هم در فشن دیده بود: رشد صنعت پوشاک حاضری که امکان تولید حجم انبوهی از لباس را با سرعت و سهولت بیشتر و عرضهٔ آن را به مشتریان بیشتر فراهم می‌کرد. لوسیل سفرهایی به آمریکا داشت، در آنجا طرح‌هایش را می‌فروخت، حتی در مطبوعات عمومی دربارهٔ فشن مطلب می‌نوشت و، با همین کار، رابطهٔ متقابل دنیای کوتور را با دنیای پوشاک حاضری

مُدروز تقویت می‌کرد. اگرچه پاریس در آن زمان مهد ایدئال فشن در بالاترین سطح آن شمرده می‌شد، شهرهای دیگر جهان نیز دیزاینرها و سبک‌های خود را پرورش می‌دادند. تا اواخر سدهٔ بیستم، با ظهور برندهای عظیمی چون «اسپریت» و «بربری» که محصولات‌شان را در سراسر جهان می‌فروختند و برندهایی که در این زمان از جایی غیر از جهان غرب سر برمی‌آوردند، فشن به‌راستی مقوله‌ای جهانی شد.

فشن نه صرفاً لباس است و نه صرفاً مجموعه‌ای ایماژ، بلکه جلوه‌ای پویا از فرهنگ مادی و بصری است که نقش مهمی در زندگی اجتماعی و فرهنگی ایفا می‌کند. فشن از بازوهای اقتصادی مهم جهان است، جزء ده صنعت مهم در کشورهای توسعه‌یافته است. فشن به بدن‌های ما و نحوهٔ نگاه ما به بدن دیگران شکل می‌دهد. می‌توان از آن چون ابزاری خلاق برای بیان هویت‌های متفاوت یا، برعکس، برای تحمیل معیاری از زیبایی و مقبولیت به همه بهره گرفت. مسائل اخلاقی و عرفی مهمی را برمی‌انگیزد و با هنرهای زیبا و فرهنگ عامه در ارتباط است. این کتاب مختصر، با تأکید بر پوشاک زنان به‌عنوان عرصهٔ غالب دیزاین فشن نوشته شده، اما نمونه‌های متعددی از پوشاک مردان را هم مثال آورده است. این کتاب بر مراحل متأخر توسعهٔ فشن تمرکز دارد، اما به پیشینه‌های مهم آن پیش از سدهٔ نوزدهم نیز رجوع می‌کند تا چگونگی تکامل آن را نشان دهد؛ فشن غربی را همچون صنعت مسلط فشن بررسی می‌کند، اما در این سلطه نیز تردید می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه دیگر نظام‌های فشن در کنار آن تکامل و با آن همپوشانی یافته‌اند. من خواننده را با عرصه‌های به‌هم پیوستهٔ صنعت فشن آشنا می‌کنم؛ نشان می‌دهم که فشن چگونه دیزاین می‌شود، ساخته می‌شود، و به فروش می‌رسد و ارتباط آن را با زندگی اجتماعی و فرهنگی مان بررسی می‌کنم.

دیزاینرها

در شوی [کوتور] بهاری برند «شانل» در سال ۲۰۰۸، ماکت عظیمی از کُتِ پشمی معروف شانل، که امضای این برند محسوب می‌شود، ساخته و روی سکوی گردانی در وسط صحنه نصب شده بود. این «کُت» عظیم، که از چوب درست شده و خاکستری یکدست رنگ شده بود، مثل قلعه‌ای وسط صحنه سربرافراشته بود: مدل‌ها از درز باز جلوی آن بیرون می‌آمدند، از جلوی بینندگان متشکل از نمایندگان مطبوعات فشن و خریداران و افراد مشهور عبور می‌کردند، بعد جلوی دو حرف متداخل «C» در لوگوی آن توقف می‌کردند، و سپس دوباره در دل این محصول نشانه وار میراث کوکوشانل ناپدید می‌شدند. تن مانکن‌ها لباس‌هایی در چند رنگ محدود پوشانده بودند که آن هم بازتابی بود از میراث این برند: سیاه و سفید و خاکستری و صورتی‌های خیلی روشن. لباس‌ها مدل‌های مختلفی از کُتِ فاستونی‌آشنای طرح شانل بودند که، هم به شکلی استعاری و هم در عمل، فرم مسلط محصولات شانل است؛ اما این لباس کلاسیک در اینجا وجهی معاصر و بازیگوشانه و زنانه پیدا کرده بود: لبه کُت‌ها چین‌دار بود، بُرش تنگ و



نسخه ۲۰۰۸ کارل لگرولد از کت ودامن کلاسیک شانل

چسبان داشت، و پولک‌دوزی شده و با دامن‌های کوتاه دالبری و صدف‌مانند پوشیده شده بود. هم صحنه‌سازی و هم لباس‌های این شو تجسم اصالت این برند بودند، چراکه کارل لگرولد -دیزاینر فعلی این برند- عشق کوکوشانل به کت و دامن‌های شیک و زیورآلات پرتالو و پیراهن‌های شب با دامن طبقه طبقه را وفادارانه مجسم کرده، اما با نگاه تیزبینش جلوه‌ای معاصر به آن بخشیده بود.

نگاهی به سیر تکامل برند شانل، به عنوان یکی از مشهورترین و تأثیرگذارترین برندهای کتور سده بیستم، بسیاری از عناصر کلیدی موفقیت در دیزاین فشن را مشخص می‌کند و رابطه میان دیزاین، فرهنگ، تجارت، و خصوصاً هویت را نشان می‌دهد. کوکوشانل در دهه ۱۹۱۰ و ۱۹۲۰ در جامعه و صفحات مطبوعات فشن شخصیت برجسته‌ای بود. ترقی اسطوره‌وارش از یک خواننده کلپ‌های شبانه به دیزاینر کتور، و شایعات پیرامون زندگی عشقی‌اش، به سبک ساده و مدرنش حال و هوایی مهیج و فریبنده می‌داد. لباس‌هایی هم که دیزاین می‌کرد [در تحول مُد دوران] اهمیت زیادی داشتند و گرایش به لباس‌های صاف و ساده و حداقلی برای اوقات روز و پیراهن‌های کمی زنانه‌تر و پُرجلوه‌تر برای اوقات شب را در بین عموم باب کردند. می‌گفت زنان باید ساده لباس بپوشند، مثلاً مثل خدمتکاران شان پیراهن ساده سیاه بپوشند؛ هرچند، بنا به نقل قول کلود بیلن از او، همیشه به زنان می‌گفت: «سادگی به معنای فقر نیست.» علاقه‌اش به ترکیب کردن جواهرات واقعی و بدلی و اقتباس‌هایی که از پوشاک مردانه می‌کرد در تمام دنیا مشهور شد. داستان زندگی‌اش شهرت و محبوبیت لازم را برای برجسته ساختن برندش به او داد و او را به عنوان دیزاینر و شخصیتی برجسته معروف کرد. مهم‌تر از همه، گوناگونی محصولات برندش، از جواهرات و ضمائم تا عطر، و فروش