

# DOPPIOZERO

---

## Vivienne Westwood, la moda e le mille vite

Bianca Terracciano

1 Gennaio 2023

«Too Fast to Live, Too Young to Die», troppo veloce per vivere, troppo giovane per morire.

Il destino era già rivelato da uno dei nomi del negozio con cui, nel 1971, Vivienne Westwood ha iniziato il suo cammino verso l'immortalità. La velocità ha caratterizzato l'anticipazione delle tendenze, che la designer considerava un senso innato. A Westwood non è mai importato di essere icona, di lasciare tracce per la memoria, il suo obiettivo era esprimersi vivendo al meglio delle sue possibilità e in più [salvare il mondo per regalare una vita alle generazioni future](#).

Appena si rende conto di far parte del sistema più tossico per l'ambiente, Westwood dirige il suo spirito ribelle verso l'attivismo e rende la protesta una forma ulteriore di arte. Gli oggetti di moda diventano uno strumento di rivolta sempre più raffinato, come si vede nella collezione autunno-inverno 2016/17 *Intellectuals Unite*, una [chiamata all'azione rivolta alla comunità intellettuale](#) mondiale, finalizzata a fermare il cambiamento climatico. Nel video che introduce la collezione, Vivienne mostra una mappa su cui la maggior parte del mondo è dipinto di rosso-pericolo per dare concretezza al manifesto del movimento, consistente in una lista di problemi risolvibili con l'azione collettiva guidata dall'agente trasformatore *noi*, di cui lei è umile portavoce e collante. Questo movimento intellettuale parte dalle università e serve a costruire la green economy per attuare la rivoluzione climatica.

Non è un caso che Westwood sceglie come origine l'accademia, luogo altamente significativo che ha rivoluzionato la sua stessa vita grazie all'incontro con Andreas Kronthaler, suo studente durante la docenza alla *Die Angewandte* di Vienna, marito e poi direttore creativo del marchio. Bisogna agganciarsi all'ancora del sapere in un mondo dove l'acqua è più preziosa del petrolio, la plastica uccide gli esseri viventi, e non c'è fine all'eccidio dei migranti e alle guerre, mentre il senso comune ha la mente confusa dai media mainstream che distraggono l'attenzione dai veri problemi del mondo. Il futuro parla la lingua della cultura, non del consumo, adagio che ripete nuovamente in una video-lettera rivolta al pianeta terra, registrata a ottobre 2021 [sul palco dello Shakespeare's Globe Theatre](#) in occasione della Cop26.



# 矢沢先生、ヴィヴィアンについて教えて!

- Q.ヴィヴィアンとの付き合いの、スタートは何でしたか?**  
 A.実は自分には似合わないと思うけど、知り合いが着てたのがあまりにステキだったので、がまんできなくなった(笑)。1度着たら、シルエットの美しさにハマりました。
- Q.いちばん始めに買ったヴィヴィアンは、何でしたか?**  
 A.すいません…思い出せない。
- Q.もっとも大事なヴィヴィアンは、何ですか?**  
 A.…選べません。全部大事。でもヴィヴィアンは、スーツがとくに好き。
- Q.今、もっとも欲しいヴィヴィアンは、何ですか?**  
 A.昔から探して続けるレオパードのファーコート。
- Q.どこのヴィヴィアンのショップで、買うことが多いですか?**  
 A.ヴィヴィアン・ウエストウッド青山店。
- Q.古着の場合だと、どこのショップ、あるいはウェブサイトがおすすめてですか?**  
 A.Milly Molly Mandy。
- Q.この世で誰が、いちばんヴィヴィアンがにあうと思いますか?**  
 A.デザイナー本人。
- Q.どれくらいヴィヴィアンにつき込んでいますか?**  
 A.相当。

## ホルターネック

「自分ではあまり着ていない服です。ナナはわざと裏表を逆に着てます。そのうち表を着てるシーンも出したいと思っています。ちなみにこれは、まだコミックス化されていないシーンですが…」



## コルセット

「ヴィヴィアンのコルセットは、付けこい谷間が作れます(笑)」★このコルセットは、ノブが、ナナを追いかけて上ってきた日にナナが着ていたもの

Cookie7月号P27

## チョーカー&ブレスレット

「伊勢丹本店に、友人が務めていた頃に予約購入したブレスレットとチョーカー。私の持っているものはピンクですが、ナナは黒を持っています!」



第0巻P101より



## ミニバッグ

「古着屋さんで見つけたときには、すでにポロポロだったのですが、めずらしいサイズのヤスミンだったので、つい買ってしまいました。…衝動買いです!」

第5巻P136より

## オーブライター

「オーブのガスライターは、今は使わずに置いてあります。使い過ぎたのか、だんが스가入らなくなってきたの…。世界500定の、限定ものです!」★シンも愛用しています

第6巻P1



第4巻P

## パールネックレス

こんな大ぶりのネックレスは、スーツやブラウスに合わせて、こそこそに着るのが好きです。といっても、最近では、ラフな格好をしていることが多いのですが…。ヴィヴィアンを着るなら、これくらいしないとね。ナナは、予告カットでつけたことがあります

09年7月新刊号の予告カット



## ゴールドピアス

「ナナがふだんつけているピアス。ナナはアクセサリはすべてシルバーですが、私は、アクセサリはほとんどゴールド。美里と同じカラーです!」

第4巻P74より



## パール付きピアス

「こんな、はでなピアスは、あまり使わないのでは?と思われるかもしれませんが…。実はよく使います。」



## パールネックレス

「私は、こついオーブがついているピアスが好きなんです(笑)。これはネックレスの中では、最も、小ぶりな」

**プレゼント**

応募のきまりは、P007を見てね

**LDS EX DAY DOMI のネックレス**

¥19

Westwood ha saputo attuare un peculiare esercizio di memoria collettiva, orientata alla riscrittura e alla “creolizzazione” delle tradizioni del presente. Comprendere il passato le ha permesso di ottenere una visione sistemica atta a garantire l’avvenire altrui con l’attivismo, scelta che le ha creato non pochi problemi, soprattutto in forma di accuse di greenwashing. Sicuramente la produzione di alcuni oggetti potrebbe essere considerata controversa, ma in questa sede è più giusto concentrare l’attenzione sull’impatto simbolico di Westwood estrinsecato dai segni distintivi del suo stile.

La collezione Born to Rewild sembra chiudere un ciclo tramite il pattern a tema Saturno che celebra la ricomparsa del pianeta nel segno in cui si trovava alla nascita di Westwood. Il ritorno di Saturno accade ogni 27-29 anni e viene considerato un rito di passaggio per chi compie 30, 50 o 80 anni. Stando all’astrologia, il caos creato da Saturno distrugge e ricostruisce e, soprattutto per una Westwood dichiaratamente taoista, sembra tradursi nel passaggio da una vita all’altra. Il taoismo rifugge la reificazione dell’esperienza che inaridisce la società, e sposta il focus sull’accettazione del caos come flusso attivatore di crescita personale.

Con Westwood il caos si trasforma in couture, così come celebrato su molti indumenti a sua firma, e poi anche da una mostra sull’influenza punk sulla moda tenutasi al MET di New York nel 2013, dove sono state esposte più di venti sue opere. Padroneggiare il caos vuol dire avere consapevolezza di cosa poter fare e poter essere, che coincide con il sogno di Westwood di regalare una vita alla generazione successiva. La proiezione verso il futuro è incisa nel segno che meglio ha caratterizzato le creazioni di Westwood, l’orb, cioè un globo crucigero circondato da un anello di Saturno, in cui l’inglesità raggiunge una dimensione universalizzata.



Partendo da un maglione realizzato pensando all’attuale Re Carlo, l’orb di Westwood ha assunto svariate forme sino a ricoprire il ruolo di oggetto di culto della generazione Z su TikTok. Il ritorno di Saturno diviene un passaggio di testimone sostanziato da un bijoux noto come *Three Row Pearl Bas Relief Choker*, un collier

a tre fili di perle in vetro Swarovski – dunque sostenibile –, con al centro l'orb. Ammetto di essermi meravigliata quando l'ho visto in aula, addosso a un mio studente della Sapienza. Poi, grazie a TikTok ho capito che l'esprit comunicativo di Westwood e del suo orb è stato capace di riunire varie derive della tendenza Y2K, dal classicissimo *royalcore* – basato sulla quotidianizzazione dello stile *Austen-Bridgerton* – ai più tecnologici *e-kids* che mescolano k-pop, hip-hop e ispirazioni manga.

La transculturalità di Westwood attecchisce nell'immaginario della mangaka Ai Yazawa che popola *Nana* (Shueisha 2000-2009), il suo lavoro più famoso, con pezzi iconici di Vivienne Westwood tra cui l'orb in varie declinazioni, l'anello  *Armour*, le scarpe con zeppa di legno *Rocking Horse*, o la giacca *Heart Lapel*. Gli oggetti di moda hanno il compito di trasmettere a chi legge l'estetica di due gruppi di musicisti punk-rock e della loro cerchia di amici. Non c'è da stupirsi se il protagonista maschile, Ren, compagno di Nana, è ispirato a Sid Vicious. Il marchio Westwood non ha ignorato la ghiotta occasione comunicativa e, durante la pubblicazione del manga, ha avviato una campagna pubblicitaria dedicata, in modo da essere naturalizzato nello streetstyle delle Harajuku girls. Il potere terreno dell'orb coincide con la sua ampia duttilità e traducibilità. Un segno che, come da caratteristica figurativa, ingloba e mette in comunicazione circolare, le inclinazioni trasversali a generazioni, culture e periodi storici.

Con Umberto Eco si può dire che Vivienne Westwood ha coltivato la memoria per vivere mille vite, donandole altrettante a chi la seguirà su questo globo.

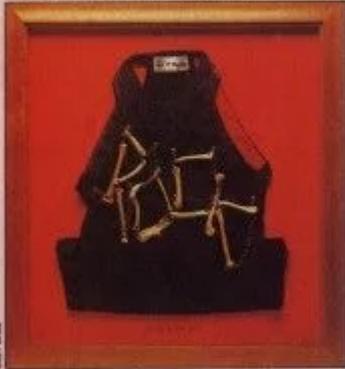
---

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

---

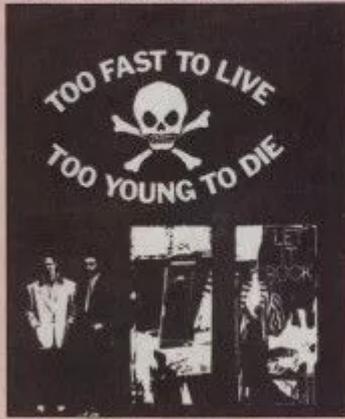
From the Swinging Sixties to the Extreme Eighties every dedicated follower of fashion has made monthly visits to check out what's happening at this extraordinary shop site. One by one it has housed the leaders of the avant-garde pack. *Miles Chapman pots a style history*

## 1971 LET IT ROCK



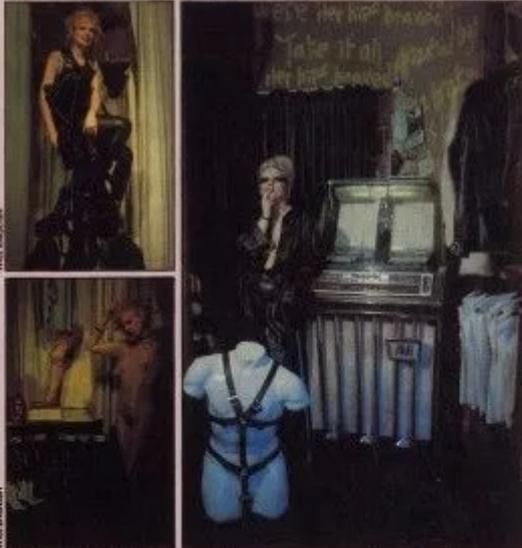
Vivienne Westwood and Malcolm McLaren started by selling Fifties Rock'n'Roll records in the back room of Paradise Garage done up as a suburban Teddy Boy's dream front room with ornamental jars of Brylcreme. Vivienne made Ted clothes for Malcolm, they started to sell those too and soon took over the entire shop. Teds loved it. So did milliner Stephen Jones, then aged 13, whom they fitted out in orange and black—draped jacket, drapetop jeans, day-glo socks, ruffled shirt, booface tie — and lime-green suede brogue creepers.

## 1972 TOO FAST TO LIVE TOO YOUNG TO DIE



Malcolm and Vivienne's interest shifted from Teds to Rockers. The new name was a slogan from a biker's jacket. They got deeper into leather, studs and zips.

## 1974 SEX



The huge padded plastic letters of the new name were shocking pink. Malcolm and Vivienne had gone all the way — making public display of the leather and rubber stuff that fetishists succumbed to in private. The two little pictures above show Vivienne sporting a strappy ensemble and the all-in-one 'rubber Johnny' suit. Jordan (shopgirl of the year, above and right) wowed fellow commuters from Sussex by boarding the train in such apparel. The shop's walls were thick with gobs of latex and sprayed with lines from things like the S.C.U.M. Manifesto. Malcolm formed the Sex Pistols. A boy was arrested in Piccadilly Circus for wearing a Sex T-shirt of two semi-nude cowboys. The Police swooped. Jordan starred in Jarman's Jubilee.



PHILA ROCK

PHILA ROCK

PHILA ROCK