

## Новый жанр и новый вид искусства



*Ил. 1. Демонстрация мод стала новым жанром поп-культуры: смесью ревью, мюзикла, театра и хэппенинга.*

В конце 2011 года в Нью-Йорке состоялся премьерный показ коллекции моделей Донателлы Версаче для H&M (Hennes & Mauritz)<sup>1</sup>. На это мероприятие было приглашено 500 журналистов из 40 стран. Шумное дефиле прошло в огромном фабричном зале самой модной ныне части Манхэттена – Meatpacking District. Ещё каких-нибудь десять лет назад на этом месте мясники разделявали говяжьи туши, а теперь здесь разместились наимоднейшие бутики. В числе гостей дефиле посетили София Коппола, Джессика Альба, Линда Эвангелиста, Ума Турман. Гвоздём программы стало выступление Принца. Вечер завершился роскошным банкетом.

Времена, когда на камерных показах мод манекенщицы, бесшумно ступая, двигались по мягкому ковру, а несколько десятков дам сосредоточенно разглядывали наряды, канули в лету. Ещё в 60-е годы XX столетия мода представляла собой изолированный и элитарный мир. Дефиле служили для того, чтобы богатые клиентки могли выбрать себе модную одежду. В 70-е годы «высокая мода» начала постепенно терять смысл своего существования. Шитьё стало массовым и дешёвым, восторжествовало «прет-а-порте». В следующем десятилетии с появлением крупномасштабного маркетинга мода окончательно утратила элитарный характер. Из торговой презентации показ превратился в демонстрацию марки,

---

<sup>1</sup>В 1947 году Э. Перссоном был открыт магазин женской одежды Hennes (швед. – «для неё») в городе Вестерос, Швеция. Позже Перссон приобрёл магазин для охотников и рыболовов Mauritz Widforss. В ассортимент добавились линии одежды для мужчин и детей, название компании изменилось на Hennes & Mauritz.

эманацию её стиля и мощи. Эта тенденция сохранилась в 90-е годы, когда по шокирующей силе воздействия показы мод стали конкурировать с выступлениями звёзд шоу-бизнеса. Вырос масштаб всего, что могло подчеркнуть выразительность эфемерного зрелища: макияж, причёски, стилизации. Их творцов возвели в ранг артистов и художников. Гримёр превратился в художника make up(a), парикмахер – в стилиста по причёскам...



*Ил. 2.*

Первым дефиле уподобил перформансу бельгийский модельер-коцептуалист Мартин Маргела. Его модели, покрытые красной краской, оставляли на подиуме красные следы. В интерпретации Александра МакКуина и Хусейна Чалаяна показ ещё более отделился от моды, превратившись в носителя социальных идей, выразителя индивидуальных посланий авторов коллекций. Но сцены насилия, которые разыгрывали манекенщицы МакКуина, или проходы по подиуму моделей с ампутированными ногами не нашли последователей. Мода выбрала более развлекательное содержание и форму.

Сегодня она создаёт особого рода спектакль, который синтезирует разные виды эстрадного искусства, эпатирует размахом и экстравагантностью.

Мода влилась в поп-культуру и стала действовать по её законам. «Мода – это не только изделия, которые мы покупаем, но всё, на что мы смотрим, это переживания, эмоции, чувства», – утверждает Николя Формичетти, художественный директор Дома моды Тьерри Мюглера [1]. Для участия в дефиле он пригласил известную звезду шоу-бизнеса Леди Гагу, которая на фоне декорации, напоминающей романский собор, пела под музыку Stabat Mater Перголези.

На глазах современников завершается становление нового жанра поп-культуры: смесь ревью, мюзикла, театра и хэппенинга. Стробоскопы, лазеры, гигантские экраны, оглушительно ревущие живьём звёзды рок-музыки, караван грузовиков с техническим оборудованием. Для зрелища, которое длится не более получаса, создаётся сценография за сотни тысяч долларов: искусственный снег, декорации сельской фермы, горного ландшафта, сада, будуара а-ля «Дама с камелиями». Возможно всё, на что только хватает фантазии. И конечно с участием звёзд, которые служат украшением шоу.

До недавнего времени дорогостоящие и эффектные зрелища организовывали, причём преимущественно в Париже, только знаменитые, старые дома моды, такие, как Диор,

Шанель, Живанши. Эту монополию нарушила H&M – крупнейшая в Европе розничная сеть торговли одеждой. С 2004 года она стала выпускать свои коллекции в сотрудничестве с известными дизайнерами. Такая одежда пользуется огромной популярностью, поскольку потребитель получает вещи с атрибутикой высокой моды по цене массовой продукции. Начиная с 2005 года, H&M каждый сезон устраивает умопомрачительные шоу, на которые приглашает журналистов, звезд эстрады и знаменитостей из мира политики и финансов. Например, коллекцию нижнего белья, авторства Сони Рикель, осенью 2009 года представили в парижском Гранд Пале, крупнейшем экспозиционном зале французской столицы, построенном на Елисейских полях для Всемирной выставки 1900 года. Режиссуру дефиле доверили Этьенну Руссо, создателю самых зрелищных показов мира моды, без которого не обходится ни одно дефиле Шанель, Гермеса, Миу Миу. На представление съехалось 2,5 тысяч гостей со всего мира. Публика входила в зал через лес подсвеченных прожекторами искусственных деревьев. На возвышении, у подножия сверкающей двадцатипятиметровой Эйфелевой башни был воспроизведён Париж в миниатюре с каменными особняками, ресторанами, магазинами, Мулен Ружем и т. д. Показ начался с парада живых гусей, «промаршировавших» перед публикой. Вслед за ними поочередно выезжали платформы, каждая из которых представляла собой минитеатр, где манекенщицы в модельном белье разыгрывали альковные сценки (спальня с атласной постелью, салон с четырёхметровой хрустальной люстрой...).



Продюсером этого мега-спектакля выступила одна из наиболее известных в мире американских компаний по продаже женского белья и косметики [Victoria's Secret](http://www.victoriassecret.com), основанная в 1977 году выпускником Стэнфорда Роем Реймондом. Сегодня её доход от кружевных лифчиков VS (Very Sexy) составляет миллиард долларов в год.

Начиная с 1995 года, компания регулярно организует пышные и шумные дефиле, на которые приглашает сотни важных персон. Для зрителей, особенно мужского пола, парад полуобнажённых моделей является тем же, чем раньше были шоу «Фоли Бержер» или «Мулен Руж».

Последний [показ Victoria's Secret](http://www.victoriassecret.com) (прим. режим видео) в нью-йоркском выставочном зале Armory был скорее роскошным ревью, чем просмотром dessous. На нём присутствовали знаменитости из мира моды и шоу-бизнеса: модельер Александр Вонг, модели «Ангелы»

Victoria's Secret<sup>2</sup> Даутцен Крус и Миранда Керр, муж последней – кинозвезда Орландо Блум и др. Программу открыла топ-модель Кэндис Свейнпол в бикини, к которому были прикреплены большие крылья из перьев. Миранда Керр демонстрировала на себе лифчик из драгоценных камней – Fantasy Treasure Bra – стоимостью 2,5 млн долларов. В потоках воздуха взвивались к небу невесомые пеньюары и пелерины манекенщиц, в руках у них сами собой раскрывались зонтики и т.д. Шоу обошлось устроителям в 12 млн. долларов.

Желая поднять свой престиж, представители мира моды проводят показы моделей в исторических зданиях. Музеи, дворцы, памятники архитектуры создают атмосферу роскоши и праздника, отвлекая внимание от прозы коммерции. Для бюджетных учреждений деньги от аренды залов являются немаловажным источником дохода. В этих случаях бизнес в определённом смысле работает на пользу общества. Особой щедростью здесь отличаются косметические концерны, готовые арендовать самые дорогие объекты – Музей Человека в Париже, Музей Современного Искусства в Париже, нью-йоркский MOM.



Например, [презентация коллекции зимней бижутерии Сваровского](#) (прим. режим видео) в 2011 году прошла в Милане в Palazzo Reale. Проходя по залам дворца XVI века, публика знакомилась с экспозицией бижутерии, представленной с таким мастерством, что даже музейные кураторы не могли бы иметь к ней претензий. Для двух

тысяч приглашённых гостей презентация закончилась светским раутом.

Не меньше средств тратится на рекламу моды. В рекламных кампаниях участвуют высокооплачиваемые фотографы, топ-модели, известные режиссёры и актёры. В коротких рекламных роликах Дома моды Шанель снимались, например, Николь Кидман, Одри Тоту, Кира Найтли, Мартин Скорцезе и др. Однако можно обойтись и без звёзд.



<sup>2</sup> «Ангелы» Victoria's Secret — наиболее известные модели, представляющие продукцию компании. Моделей называют «ангелами» благодаря тому, что во время ежегодного показа они традиционно выходят на подиум с разнообразными крыльями за плечами, похожими на крылья бабочек, ангелов, птиц и фей.



Настоящий народный праздник моды в 2010 и 2011 годах организовала [французская торговая сеть Galeries Lafayette](#) (Прим. режим видео). Для участия в показе, проводимом одновременно в 53 городах, где имеются её фирменные магазины, были приглашены 5000 жительниц,

пожелавших выступить в роли манекенщиц. Полные и худые, молодые и постарше девушки и женщины после короткой репетиции, консультации у стилиста, парикмахера и визажиста дефилировали на подиумах, построенных на улицах, в нарядах этого торгового дома. Данная поп-акция не только реализовала мечту женской половины населения ближе познакомиться с работой манекенщиц, но также улучшила репутацию отрасли, которую в народе традиционно связывают с употреблением наркотиков, сексуальным использованием несовершеннолетних, моббингом, пропагандой анорексии и т. д.

В то время как демонстрация мод становится новым жанром поп-культуры, *произведения высокой моды (haute couture) всё чаще рассматриваются в качестве самостоятельного вида изобразительного искусства*. Их экспозиции в музеях и галереях больше не вызывают яростного протеста кураторов и нареканий критики. Подобно фотографии и фильму, поздно включённым в сферу деятельности музеев, haute couture в последние годы приобрела лидирующие позиции в выставочных планах этих учреждений. «Люди искренне радуются спектаклю моды, одновременно внимательно присматриваясь, как эти наряды созданы, – отмечает директор Музея изобразительных искусств в Денвере (США) Кристоф Хайнрих, показавший весной 2012 года ретроспективную выставку произведений знаменитого модельера Ив Сен-Лорана. – Мода становится публике всё ближе. Даже если вы живёте в Гонконге или Сингапуре можно смотреть показы мод в прямом эфире из Нью-Йорка или Парижа. Благодаря этому мода обрела такую популярность. Думаю, что у людей появилось желание больше в неё ангажироваться. Ранее простой человек не имел доступа к haute couture – для этого надо было родиться принцем или стать кинозвездой» [2].

Кураторы выставок занялись поиском модельеров, которые «мыслят как художники». Порой презентация моды в стенах музеев и галерей преследует цель облагораживания мероприятия коммерческого характера.



*Ил. 3.*

Однако в остальных случаях такая инициатива направлена на расширение традиционного понимания изобразительного искусства. Выставки, посвящённые haute couture, появились в нью-йоркском Метрополитен-музее более десяти лет тому назад. Экспозиции «Жаклин Кеннеди: годы в Белом Доме» (2001) и «Супергерои: мода и фантазия» (2008) посмотрело 550 тысяч человек. В 2011 году Музей де Янга в Сан-Франциско показал выставку «Баленсиага и Испания», Музей современного искусства в Лос-Анджелесе – «Родарт: состояние материи», а Музей изобразительного искусства в Монреале – «Мир моды Жана-Поля Готье», в 2012 году её можно было посмотреть в Художественном музее Далласа. Летом 2011 года Музей Гетти в Лос-Анджелесе, а также Библиотека и Музей Моргана в Нью-Йорке показали выставку, посвящённую моде средневековья, основу которой составили многочисленные иллюстрации из манускриптов XIV–XVI веков.

«Сегодня мы имеем дело с огромным интересом к моде и значительно большим согласием на её присутствие в музеях», – отмечает Валери Стил, директор музея при нью-йоркском Институте Технологии Моды. Стил была одним из первых организаторов таких выставок в музейных залах. В 2011 году она представила экспозицию, посвящённую Дафни Гиннес, наследнице знаменитого рода и иконе моды, которая заказывала наряды у многих известных дизайнеров, отдавая предпочтение Александру МакКуину. «Музей – это просто другая площадка презентации моды, – считает Стил. – Моду можно смотреть по Интернету, на дефиле, в магазинах и на улице. Но в музее она представлена в другом контексте, что заставляет публику увидеть её в ином свете» [2].

Ошеломляющим успехом пользовалась в 2011 году выставка «Александр МакКуин: Дикая красота» в Метрополитен-музее, которую посмотрело более 660 тысяч человек. «Она стала феноменом, которого я не ожидал, – рассказывает её куратор Андре Болтон. – Я думал, что когда люди придут на выставку, то будут воспринимать экспонаты как необычные

произведения искусства, но никак не предполагал, что те тронут сердца такого количества посетителей» [2]. Экспозиция, подготовленная Болтоном, впервые показала зрителям нечто большее, чем красоту самих нарядов. Устроители проследили развитие длившейся девятнадцать лет карьеры МакКуина аж до его самоубийства в 2010 году. Подобно Ив Сен-Лорану талантливый англичанин часто обращался к творчеству современных художников (например, С. Тейлора-Вуда, Р. Хорн и др.), вдохновляясь их идеями. Многие его модели можно с полным основанием назвать инсталляциями.

Весной 2012 года Мет показал выставку [«Скиапарелли и Прада: невозможный разговор»](#) (Schiaparelli & Prada: Impossible conversation), которая объединила сюрреалистические работы итальянского модельера Эльзы Скьяпарелли (1890–1973) и Миуччи Прады (р. 1949), известного дизайнера и большой поклонницы изобразительного искусства. Кураторы Э. Болтон и Г. Кода разделили экспозицию на семь «диалогов, которых не было»: Акцент выше/Акцент ниже пояса; Жёсткий шик; Некрасивая роскошь; Наивный шик; Классическое тело; Экзотическое тело и Сюрреалистическое тело.



*Ил. 4.*

В первом зале «соединённых разногласий» (Скьяпарелли считала, что женская голова, плечи, грудь и талия заслуживают большего внимания, чем нижняя часть тела, в отличие от Прады, которая придерживается противоположного мнения) кураторы выставили головные уборы от одной и туфли от другой, соединили в гармоничное целое жакеты Скьяпарелли с юбками Прады. Посетители также получили редкую возможность увидеть знаменитую экстравагантную шляпу-туфлю с высоким каблуком из вельвета, возвышающимся над головой как колонна, созданную Скьяпарелли в содружестве с Сальвадором Дали. В Жёстком шике кураторы представили мужские тенденции в женской одежде обеих итальянок. Некрасивая роскошь шокировала публику найденным Скьяпарелли вызывающе ярким, агрессивным розовым цветом, который впоследствии стал визитной карточкой своей изобретательницы. «Как утверждающий символ женственности» его также использовала в

первой коллекции начинавшая Прада. Наивный шик иллюстрировал идею воплощения детского стиля во взрослой одежде и размывания возрастных границ. Разделы Классического, Экзотического и Сюрреалистического тел демонстрировали использование истории моды в качестве вспомогательного материала для создания новых коллекций.

Выставка оправдала надежды устроителей: она имела почти такой же громкий успех, как нашумевшая экспозиция «[Александр МакКуин: Дикая красота](#)» в Метрополитен-музее в Нью-Йорке (*Прим. Ли Александр Маккуин (Lee Alexander McQueen)*). «Многое отличает демонстрацию моды на подиуме от посвящённой моде выставки в музее», – говорит Андре Леон Тали, журналист «Вога» и член жюри американской программы «Next Top Model». Осенью 2011 года Художественный музей при Колледже изобразительного искусства и дизайна в городе Саванна (штат Джорджия) открыл галерею моды, названную именем Тали, который являлся куратором её инаугурационной выставки «Высокий стиль». На ней были представлены работы одиннадцати современных модельеров, лауреатов присуждаемой Колледжем награды за совокупность творческих достижений, среди которых оказались обладатели таких громких имён, как Карл Лагерфельд, Том Форд, Марк Джекобс, Миучча Прада и другие. «Демонстрация произведений высокой моды в музеях способна выявить взаимосвязь между изобразительным искусством и модой», – считает Тали [2]. Число специалистов, разделяющих это мнение, постоянно растёт. Таким образом, превращение искусства haute couture в отдельный вид изобразительного искусства не за горами.

#### **Список литературы:**

1. *Bojańczyk J.* Wielki spektakl popkultury // Rzeczpospolita. Plus Minus. – 2012. – 4 feb.
2. *Pollack B.* All Dressed Up // ARTnews. – 2012. – February.

#### **Сведения об использованных иллюстрациях:**

Иллюстрация содержания. Ил. 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://payload.cargocollective.com/1/0/13231/885967/1a\\_maira\\_henry\\_fashion\\_museum\\_tokyo\\_55\\_0.jpg](http://payload.cargocollective.com/1/0/13231/885967/1a_maira_henry_fashion_museum_tokyo_55_0.jpg) (дата обращения: 16.11.2012).

Ил. 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.dailygloss.com/wp-content/uploads/2011/02/contemporary-fashion-exhibit-Museum-Les-Arts-D%C3%A9coratifs-parisLacroix-Couture-F-W-2002.jpg> (дата обращения: 16.11.2012).

Ил. 3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://img5.nmni.com/Images/UM-What-s-On/News/fashion-collections/Fashion-collection-returns-to-Ulster-Museum1page> (дата обращения: 16.11.2012).

Ил. 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://iskanderova.org/wp-content/uploads/2012/06/Prada-Schiaparelli-3.jpg> (дата обращения: 16.11.2012).

Источник: *Культура в современном мире.* — 2012. — № 4. — [Электронный ресурс]. —  
Режим доступа: URL: <http://infoculture.rsl.ru>