

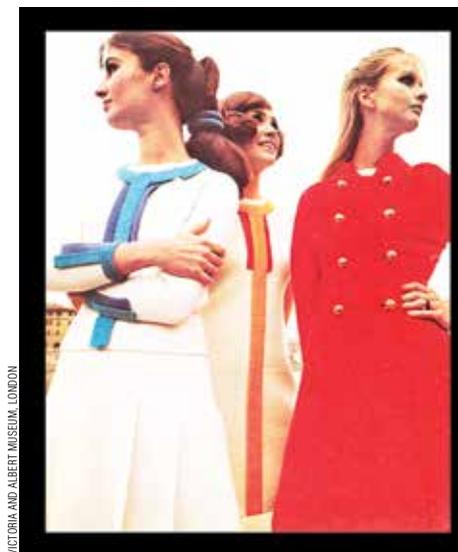
ВЕЛИКАЯ КРАСОТА

«Очарование итальянской моды 1945–2014»

Лондон, Музей Виктории и Альберта, до 27 июля



Модели в платьях
Jole Veneziani, 1956
Courtesy The Art
Archive, Mondadori
Portfolio, Electa



Реклама римского
дома трикотажа
Albertina, 1960-е

Мебель, керамика, металл, текстиль — искусство, которое по-русски довольно презрительно называют декоративно-прикладным. В лондонском Музее Виктории и Альберта, основанном британской королевской четой, из всего этого складывается история. Не чего-то прикладного или декоративного, а настоящая история цивилизации.

Раздел костюма и моды в V&A самый большой в мире, и нынешней весной при поддержке *Vulgar!* музей устраивает выставку, посвященную одной из самых захватывающих страниц истории моды — мировой интервенции итальянского стиля во второй половине XX века, *The Glamour of Italian Fashion*.

После окончания Второй мировой войны Италия мало кому могла бы показаться будущим источником модных тенденций. Разрушенная экономика, полуграмотное население, в основном занятое на сельскохозяйственных работах. Сохранившиеся в войну ателье шили по парижским лекалам, а главным достоинством были не дизайнерские находки, нет, совсем другое — умение экономить дорогую ткань. Впрочем, свойственные итальянской одежде качество ткани и тщательность исполнения деталей никуда не делись, и вскоре именно они стали одной из основ процветания. Удивительно, но итальянскую моду спасали по «Плану Маршалла»: США и Италия сошлись на том, что модная индустрия может служить как для экономической, так и для политической реабилитации. Позже, между 1950 и 1970 годами, Италия пережила «экономическое чудо»: высокие темпы развития производства, резкий прирост городского населения — и в значительной степени благодаря производству модной одежды и американскому на нее спросу.

Французы первое время скептически относились к конкурентам. «За серьезными покупками все равно будут приходить к нам», — был уверен парижский кутюрье Пьер Бальмен. И ошибся: вещи итальянских дизайнеров были не менее качественными, но более дешевыми.

В 1940-х и начале 1950-х годов итальянская аристократия одевалась в основном у местных, «традиционных» портних. На выставке будет часть нарядов (вечерние платья, дневной костюм, пальто) Маргарет Аберг, супруги итальянского текстильного магната и коллекционера, шитых портнихой Марией Гримальди в Турине — одежда, выдержавшая конкуренцию с творениями именитых дизайнеров на вечеринках в Париже и Нью-Йорке. Выводить небольшие ателье, часто семейные, в большой мир первым стал «Дягилев итальянской моды» антрепренер и бизнесмен Джованни Баттиста Джорджини. Вначале он устраивал показы у себя дома во Флоренции, потом в палаццо Питти — там впервые появились костюмы, созданные Русси, Fontana Sisters и Симонеттой Колонной (Simonetta), там их впервые заметили интернациональные покупатели и пресса. Тогда же, в самом начале

1950-х, прошли первые показы коллекций итальянских дизайнеров в США, которые немедленно заинтересовали крупные американские универмаги. Италия дала США то, чего послевоенной Америке не хватало и чего она не могла найти во Франции. Во-первых, систему бутиков — малотиражных коллекций не слишком дорогой, но стильной одежды, адаптированной для среднего класса. Во-вторых, фигуру *lo stilista* — дизайнера, работающего с покупателями и прессой, а нередко и рисующего для журналов и афиш, то есть того, кто и создает модный образ, и внедряет его в массовое сознание. Итальянцы лучше самих американцев поняли, что тем надо: всего-навсего роскошь и удобство. А американцы помогли итальянцам поверить в себя — оторваться от Франции и, создавая свою моду, чуть ли не сформировать на ее основе новую национальную идею.

«Страна праздников и лестниц», как ее называли путеводители, Италия в 1950–1960-х годах сделалась местом массового туризма. Климат, прекрасные виды и относительно дешевизну оценили и голливудские компании — здесь снимали «Антония и Клеопатру», «Войну и мир», «Римские каникулы», а журналы охотно печатали фотографии звезд в бутиках, ателье и мастерских итальянских дизайнеров, например Одри Хепберн, покупающую туфли у Сальваторе Феррагамо.

В 1960-е расцвели из семейных ателье и мастерских дом Черрути, провозгласивший в мужской моде девиз «роскошь прет-а-порте», Эмилио Пуччи, активно использовавший в дизайне платьев находки оп-арта, Эрменедильдо Зенья, неизменно ставивший на качество ручной работы. И хотя в этот период взгляды модников иногда разворачивались к Лондону, Твигги и Beatles, итальянские дизайнеры без внимания теперь не оставались никогда. Например, портным княгини Ли Радзивилл, младшей сестры Жаклин Кеннеди, была миланский дизайнер Мила Шон — ее платье и легкое пальто, украшенные полосками серебряного шитья и бусин, будут на выставке. Итальянские дизайнеры как никакие другие умели — и не стеснялись — использовать достижения своих великих соотечественников, художников и архитекторов. Например, вышить на платье узор с картины Боттичелли или украсить полы пальто ренессансным орнаментом.

Структурный кризис 1970-х ударил по Италии, возможно, сильнее, чем по другим европейским государствам. Тем не менее в середине 1970-х — начале 1980-х годов тут возникли крупнейшие модные дома, которые сегодня хорошо нам знакомы, — это Armani, Versace, Moschino, Gianfranco Ferré, Dolce & Gabbana. Целый раздел выставки будет посвящен их моделям, а также модной фотографии, которая из прикладного раздела ныне превратилась в крупнейший раздел искусства фотографии.

Татьяна Маркина
(«Ъ-Стиль Часы» № 10 от 20.03.2014)