BRAD FARWELL

BRAD FARWELL

BRAD FARWELL

Полный список ароматов, представленных на выставке, а также имена их создателей
Jicky, 1889, Aime Guerlain
Chanel №5, 1921, Ernest Beaux
L`Interdit, 1957, Francis Fabron
Aromatics Elixir, 1971, Bernard Chant
Drakkar Noir, 1982, Pierre Wargnye
Angel, 1992, Olivier Cresp
L`Eau d`Issey, 1992, Jacques Cavallier
Pleasures, 1995, Annie Buzantian, Alberto Morillas
Light Blue, 2001, Olivier Cresp
Prada Amber 2004, Carlos Benaim, Max Gavarry, Clement Gavarry
Osmanthe Yunnan, 2006, Jean-Claude Ellena
Untitled, 2010, Daniela Andrier

В НЬЮ-ЙОРКСКОМ

Музее искусства и дизайна (MAD) завершается одна из самых необычных выставок — ароматическая экспозиция The Art of Scent: 1889–2012. Курирует ее известный парфюмерный критик Чендлер Бурр, заведующий недавно созданным в музее отделом ольфактивного искусства, а материальный вклад в выставку внесли крупнейшие парфюмерные компании и дизайнерские бюро.

Слово «музей» применительно к духам обычно означает застекленную коллекцию разной ценности и древности флаконов, пустых и полных, содержимое которых остается абсолютной тайной для посетителя. Таким образом, парфюмерная экспозиция обычно симулякр первого порядка, где все внимание уделяется форме, редкости и красоте флакона. До этого момента единственным музеем, где посетителя действительно знакомили с запахами, была версальская Осмотека, хранилище утраченных ароматов и секретных формул. Экспозиция в нью-йоркском MAD — большой шаг вперед в представлении публике парфюмерного искусства.

Именно в этом состояла задача куратора и музейных работников — поместить в выставочный контекст, среди живописи и скульптуры сами ароматы, признать их таким же видом искусства, как музыку или фотографию, а парфюмера заслуженно назвать художником.

12 отобранных куратором духов должны были показать развитие современной парфюмерии, ароматическую карту конца XIX, всего XX и начала XXI веков, начиная с Jicky Guerlain (1889) и заканчивая Untitled от Maison Martin Margiela (2010). Можно долго спорить о том, действительно ли духи, выбранные для экспозиции, отражают все парфюмерные достижения обозреваемого периода, но куратор придумал концепцию, в рамках которой связал каждый аромат с соответствующей школой изобразительного искусства — не хронологически, но идеологически. Так, великие духи Jicky, где были использованы синтезированные кумарин и ванилин, иллюстрируют романтизм, цветочно-пачульный шипр Aromatics Elixir Clinique (1971) отнесен к ранней американской школе, давший начало целой плеяде гурманских ароматов Angel Thierry Mugler (1992) приписан к сюрреализму, цветочно-фруктовый Osmanthe Yunnan Hermes (2006) — к люминизму.

Духи в экспозиции представлены только их ароматическими сущностями — никаких флаконов, никакой рекламы, никаких визуальных образов. Инсталляция для первого знакомства с запахами создана компанией Diller Scofidio & Renfro, известной своими новаторскими технологическими решениями. В пустом зале есть лишь 12 ниш сложной формы, где находятся распылители запаха. Как только посетитель наклоняется над нишей, диспенсер выбрасывает облако запаха, рассчитанное таким образом, чтобы находиться на месте несколько секунд и не распространяться дальше в зал. Автоматы для распыления создавала немецкая марка Scentcommunication, и это, как пишет газета The New York Times, вероятно, первый случай, когда подобные промышленные установки использовались в музее.

Не все посетители понимали, как устроена эта сложная конструкция, поэтому некоторые дамы пробовали быстро пропитать платочки понравившимися духами. Однако в соседнем зале это можно было сделать проще. В столы были вмонтированы чашки Петри с ароматами, куда можно опустить блоттер и получить нужную дозу душистого вещества.

По мнению куратора, крайне важным для искусства является возможность описать его словами и обычные маркетинговые словесные образы не отражают сущности духов. Не раскрывает ее и описание, опирающееся на использованное сырье — цитрусовое ли, древесное или цветочное. Так разговор о живописи не ограничивается составом красок, а речь об архитектуре — перечислением используемых материалов. Каждому посетителю выставки предлагается выбрать те слова, которые лучше всего охарактеризуют эмоциональное и художественное влияние на него аромата. И спроецированные на стены тексты покажут нам эти словесные образы.

Еще несколько аттракционов выставки — видеозаписи мини-интервью с известными парфюмерами и почти гладкая стена с прорезями, из которых можно получить несколько ароматических карточек, созданных по технологии peel-and-sniff и представляющих собой этапы создания знаменитых духов Tresor (1990) парфюмером Софией Гройсман.

Три месяца экспозиции сопровождались обширной культурной программой. Известные парфюмеры проводили мастер-классы, читали лекции, открывали публике секреты создания ароматов, натуральные и синтетические палитры запахов, говорили о синестезии — родстве запаха, живописи и цвета, беседовали о технологиях и инновациях в современной парфюмерии.

К выставке был выпущен ограниченным тиражом в 1 тыс. экземпляров каталог, содержащий кроме эссе, посвященных ароматам, маленькие флакончики с духами. Прекрасно изданный сувенир за $250 еще можно приобрести на сайте музея.

BRAD FARWELL