

ЧАСЫ ДЛЯ СЧАСТЛИВЫХ

ПИТЕР ЛИНДБЕРГ ДАРИТ BAUME & MERCIER



— Питер Линдберг поставил для женевской часовой марки **Baume & Mercier** несколько мизансцен, соответствующих разным счастливым моментам в жизни



— **Baume & Mercier**, Clifton Retrograde Date, 2014

Несколько человек встретились мартовским вечером в Париже в салоне ресторана Hotel de Vendome. Это славное место для того, чтобы поужинать между своими. Политики, звезды, финансисты ценят такую возможность, особенно в Неделю моды, когда фотографы охотятся за ее гостями. Но на этот раз фотограф за столом был более чем уместен — ужин был дан в честь Питера Линдберга.

Повод для встречи дала женевская часовая марка Baume & Mercier, которая пригласила знаменитого германского фотографа для съемок новой рекламной компании.

— Каждый год, — говорил глава Baume & Mercier Алан Циммерман, — к нам привозят часы, которые мы когда-то выпускали. Мы берем их на техническое обслуживание, которое механизмы проходят раз в пять лет. И я поражаюсь тому, как много на обороте наших часов выгравировано слов посвящений, благодарности, поздравлений. Это все подарки, которые люди получили по поводу важнейших событий своей жизни: свадьбы, рождения ребенка, окончания университета. Мы подумали: вот о чем надо рассказать, вот чем нам надо гордиться.

Алан произнес эту речь над бокалом с золотым эльзасским рислингом, к которому он, уроженец Эльзаса, питает ностальгическую привязанность. Но стоит ли ждать, когда вино пробудит воспоминания, «если можно сохранять на руке свидетельства лучших моментов твоей жизни, воспоминания о людях которые любят тебя».

Питер Линдберг — хороший выбор для такой рекламной компании. Он родился за год до конца войны в польском городке на границе Германии. Родители увезли его на запад, он рос в промышленном Дуйсбурге, в 15 лет оставил школу, с 19 — работал дизайнером. Учился живописи и занимался

концептуальным искусством. В Германии 1970-х, после Йозефа Бойса, Кифера, Пенка, оно было эмоциональным, совсем не забавным, не стремящимся к парадоксу, очень глубоким. Линдберг совершенно не собирался встраиваться в мировую галерейную систему, которая начала в 1970-х выдвигать звезд, как спортсменов, и натаскивать их на рекорды. Пропутешествовав по Швейцарии и Франции, почти всегда автостопом, чтобы видеть места и людей, он взялся за фотографию.

Сначала он занимался рекламой. Однажды редактор, рассматривая серию его снимков, из которых предстояло отобрать всего один или два, увидел в них готовую «фэшн-стори». Вскоре журналы стали наперебой приглашать его на работу. Одной из самых известных его работ стала обложка 1990 года для британского Vogue: он собрал Кристи Тарлингтон, Наоми Кэмпбелл, Линду Евангелисту, Синди Кроуфорд и Татьяну Патитц. Это было их первое появление вместе, фотограф показал их как новые лица нового поколения моды.

«У меня нет определенного стиля, и я не хочу его иметь, — говорил тогда Питер Линдберг, — потом из него не выкарабкаешься». Тем не менее его всегда узнаешь по кинематографичности черно-белой картинке. Известно, что на съемках он никогда не нервничает и не злится, а когда стилисты приносят тонны нарядов, всегда просит надеть что-нибудь самое простое. «Женщина важнее, чем ее одежда», — считает он.

Для Baume & Mercier Линдберг поставил несколько мизансцен, соответствующих разным счастливым секундам жизни — всегда личным и в то же время понятным для всех. Появившийся несколько лет назад слоган марки «Life is about moments» в его работах приобрел наконец конкретику.

Мысль о том, что мы проходим в жизни одни и те же этапы, но запоминаем их по-разному, ему близка. «Фотография нужна для того, чтобы ловить моменты, которые не увидишь невооруженным глазом», — говорит Линдберг. Недаром модели на его снимках никогда не смотрят на фотографа, они заняты друг другом. Единственное исключение — ребенок на руках у матери, который не удержался и с любопытством посмотрел в объектив.

Интересная задача для фотографа — дать почувствовать зрителю моменты любви, гордости, нежности. Такая же интересная работа для часовщика — придумать часы, им соответствующие.

Алан Циммерман — человек, неплохо разбирающийся в эмоциях. Это он нашел одну из последних представительниц семьи Бом и предложил ей вести блог на сайте марки, делясь с людьми своими чувствами и воспоминаниями. Он придумал, что модели Baume & Mercier должны вызывать у людей самые приятные ассоциации и связал их в рекламе с отдыхом, морским берегом, солнечным утром, ощущением свободы. Теперь он настаивает, что его часы должны дарить эмоции, а значит, люди должны дарить его часы. Пусть часы и уходят к безымянным клиентам, но возвращаются — с награвированными человеческими именами.

Алексей Тарханов

