

На все эти вопросы журналисты ищут ответы последние полгода. Простая надпись на свитшоте может стать причиной грандиозных скандалов и бойкота, а из-за неуместных принтов коллекции снимали с продажи. Британский Vogue ставит большой и подробный материал о современных суфражистках, меняющих мир в своей отдельно взятой сфере интересов. Семь сильных женщин — два политика, борец за права трансгендеров, две активистки объединения женщин с разным цветом кожи, художница, блогер, которая носит хиджаб, — представляют сегодняшний мир в модном журнале между съемкой тенденций нового сезона и статьей о новых кремах антиэйдж. Лучшего подтверждения тому, что мода больше не может существовать в отрыве от общественно-политической дискуссии, не придумать. Конечно, это не вчера началось, не с глянца и не с феминистских лозунгов на майках Dior (о них, кстати, в следующем материале).

Самый простой и очевидный пример моды «в контексте» — форма, военная или школьная, по которой можно определить чин, звание, кадетский корпус или принадлежность к университетам Лиги плюща — по полоскам на галстуке. То есть мода как средство идентификации: отличить своего от чужого, от врага. Так возникла военная форма. По одежке встречают и там, где в униформе нужды нет. Кожаные куртки с нашивками, розовые велюровые костюмы, леопардовые лосины — все это тоже мода, не в значении тенденций, а как массовый культурный феномен. В 1980-е самовыражались через одежду панки, позже — металлисты, рейверы. Возможность демонстрировать свои предпочтения и принадлежность к той или иной социальной группе имеют все, независимо от доходов. Очень, кстати, забавно наблюдать за тем, как в Англии вся эта выстроенная веками система кодов в последние годы намеренно разрушается. То Кейт Миддлтон появится в платье Topshop, то невеста королевского внука Меган Маркл — в свитере Marks & Spencer.

Возвращаясь к теме панков. Спорить с тем, что одежда — способ самовыражения, не будет никто. Но если сорок лет назад главным посылом было «право быть собой», то сегодня дизайнеры и журналы уже не пытаются найти ответ на вопрос «кто я?», они спрашивают: «Что кажется мне важным?» — и именно такая постановка вопроса отличает современные коллекции. Эдакий новый этап развития отношений с одеждой: надевая ту или иную вещь, женщины и мужчины как бы говорят: «Я такой, какой есть. И вам придется это принимать. Но также вам придется принять и тот факт, что я выступаю за... (нужное подставить)» — выступать сегодня можно за что угодно. Собственно, дизайнеры так и делают.

Здесь со мной наверняка захотят поспорить историки. Мол, позвольте, а хиппи, которые выступали за мир во всем мире, вплетали цветы в волосы и носили майки с призывами любить, а не воевать? Французские санкулоты без козырьков? Советские рабфаковки в красных косынках? Черные пантеры в лаковых беретах? Все эти модные символы тоже говорили о протест-



01



02



04



01 Модель на показе Alexander McQueen Highland Rape «Высокогорное изнасилование», осень—зима 1995/96

02 Модель на показе Jean Paul Gaultier Chic Rabbies («Шикарные равнины»), осень—зима 1993/94

03 Дизайнер Кэтрин Хэмнетт в майке с надписью «58% не хотят «Першинга»» на приеме в резиденции премьер-министра Маргарет Тэтчер, 1984 год

04 Модели на показе-перформансе Hussein Chalayan Afterwords Collection («Коллекция послесловия»), посвященном этническим чисткам на Кипре в 1970-е. Дизайнер размышлял о том, как трудно приходится людям, которые должны покинуть дом из-за войны и забрать с собой только самое необходимое. Чалаян изобразил подиум в виде комнат, где модели надевали на себя платья из чехлов для кресел и кофейного столика, а стулья превращали в чемоданы



03



ных настроениях и декларировали важные для носителя вещи. А тут вдруг речь о тенденциях последних сезонов — нестыковка. На самом деле все действительно так. И три века назад, и даже в середине XX века протест шел с улиц, люди стихийно выбирали некий атрибут, который становился их символом, тогда как на подиумах, в ателье и в салонах показывали совсем другую моду. В этом и есть главное отличие моды нынешнего, XXI века. Акцент изменился — и теперь протест идет с подиума. Современным потребителям мало просто покупать красивые вещи. Им нужно красивое хитро сплетенное кружево не только на рукавах пиджака, скажем, но и вокруг всего бренда — истории, манифесты, протесты про-

даются лучше всего. Как говорится, если не можешь подавить бунт, возглавь его! Бренды возглавили.

Хотя были яркие вспышки общественно-политической моды и в прошлом. Что характерно, в чопорной Англии. Очевидный пример — Вивьен Вествуд и ее панк-мода. Но самые провокационные модные заявления, конечно, на счету дизайнера Кэтрин Хэмнетт. В 1984 году она пришла на прием, организованный для дизайнеров в честь недели моды в Лондоне премьер-министром Маргарет Тэтчер в резиденции на Даунинг-стрит, 10, в майке с надписью «58% не хотят «Першинга»». Это был намек на то, что 58% британцев высказались против размещения в Западной Европе ракет