

Снятие напряжения Куда идет мужская мода

Алла Анацко (GQ) |

Новизна мужской моды последнего десятилетия, начиная с самых первых робких попыток изменить представление о «мужском» как о неизменно «брутальном», строится на двух фундаментальных вещах — более свежем визуальном языке и социальных кодах, отвергающих все карикатурно мужское.

Свобода от стереотипов

Никаких образов в духе «бородат и могуч», никаких глухих пиджаков и прочих цельнометаллических оболочек. Главное свойство «новой маскулинности» — гибкость. Мужчина сегодняшнего дня свободен от груза социальных маркеров и их обязательной демонстрации и не находится в заложниках у стереотипных «мужских» качеств — богатства, физической силы и власти (при этом всем перечисленным он вполне может обладать). К тому же многие дизайнеры, которым мужчины обязаны прогрессу в своем предельно консервативном гардеробе, — это женщины, от дизайнера мужских коллекций Hermes Вероник Нишанян до победительницы конкурса LVMH Prize Грейс Уэллс Боннер. Даже знаменитую Сэвил-роу оккупировали предпринимательницы: ателье, возглавляемые Кэтрин Сарджент или Алекс Игл, сошьют отличный костюм.

Казалось бы, свободные рубашки или брюки сложных цветов, вышивки и более тонкая талия (которая, как подметил критик моды Алекс Фьюри, появляется в мужских коллекциях Prada, Dior Homme и Rick Owens) не могут изменить мир, тем более что в «новой мужественности» в отличие от «новой женственности», ставшей следствием повсеместного интереса к феминистской повестке, нет никакой манифестации. Но если спокойно и последовательно разложить происходящее по

полочкам, то можно увидеть важные социальные аспекты и без помощи социолога — новая мужская мода оказывается в некотором смысле освобождающей от искусственных обязательств, придуманных мужчинами для себе же подобных. Эта мода не кричит, а говорит рассудительно: «Не нужно всем доказывать, что ты мужик, — это самоочевидно».

Влияние улицы

«Уличная мода захватывает люкс» — это звучит все чаще, пока обсуждение недавнего назначения Вирджила Абло на должность креативного директора мужских коллекций Louis Vuitton порождает все новые и новые дискуссии. Удивительная вещь — один инфоповод, а пресса уже предрекла мужской моде второе рождение на городских улицах. На самом деле Louis Vuitton, будучи не просто уважаемым домом моды, но и брендом, внесшим большой вклад в поп-культуру, стал катализатором превращения моды улицы в мощный тренд. Начало положил Ким Джонс, сделавший одну из коллекций не без помощи культовой стрит-марки Supreme (теперь Джонс будет работать в Dior Homme). Кстати, в подтверждение тренда — основатель Supreme Джеймс Жеббия номинирован на CFDA Fashion Awards (вместе с Томом Брауном и Томом Фордом). Вообще из пятиерых номинантов на премию трое стойко ассо-

ZZEGNA, SS 2018

COURTESY OF ZZEGNA

НОВЫЕ ДЕНДИ

Крис Ван Аш

«Я не считаю, что красотой нужно пренебрегать. Ужинать за красиво накрытым столом намного приятнее, чем просто есть с пластиковой тарелки. Но красота всегда требует усилий — небольших или, наоборот, чрезмерных. И я за то, чтобы прилагать эти усилия»