

главе больших брендов чаще станут появляться дизайнеры с африканскими и азиатскими корнями — начало уже положено. И страх человека, принадлежащего к западной культуре, прослыть расистом не закроет пути для внедрения в мужской гардероб кросс-культурных нововведений, скорее наоборот — даст представителям других культур свободу разговаривать с потребителем на своем языке. Как минимум к нам снова вернулся Дэппер Дэн, модная легенда Гарлема 1980-х.

Художники — новые звезды

Мода — завистливая сестра искусства; она всегда вдохновляется любого рода искусством и хочет им быть. К счастью, теперь модные марки с удовольствием приглашают художников сделать вместе что-то занятное. От разовых заходов, вроде дружбы Fendi со Сью Тилли, которая нарисовала для принтов на сумках и тканях «повседневные» объекты в наивном стиле, до постоянного сотрудничества, такого как у креативного директора Calvin Klein Рафа Симонса со Стерлингом Руби. Сейчас Руби оформляет магазины-площадки для шоу бренда. Та же взаимная любовь случилась у Gucci сразу с несколькими иллюстраторами и граффити-художниками — Unskilled Worker, Coco Captain, Тревором «Trouble» Эндрю (он же GucciGhost). Многие из них становятся не просто звездами андерграунда и даже арт-мира — благодаря моде они превращаются в инфлюенсеров, куда более глубоких, чем рядовые fashion-блогеры. За самым ярким примером далеко ходить не нужно — Такаси Мураками, который и сам по себе очень стильный, сделал несколько коллабораций с Off-White и сейчас наслаждается своим амплуа ролевой модели. Он стал живым манекеном для самых желанных и свежих мужских брендов, а еще «засветил» на весь мир первую сумку из мужской коллекции Вирджила Абло для Louis Vuitton. Может себе позволить.

Работа кистью

В магазинах современного искусства ничуть не меньше, чем в музеях, ведь Reebok x Pokras Lampas не единственный в этом сезоне проект такого рода.

CALVIN KLEIN 205W39NYC
Креативному директору марки Рафу Симонсу переносить на одежду работы известных художников не впервой. На этот раз выбор пал на Энди Уорхола: среди принтов — портреты издателя журнала Interview Сандры Брант и актера Денниса Хоппера.

PRADA
Вдохновение как для мужской, так и для женской коллекции Миучча Прада черпала в эстетике комиксов. Над ними работали художники Ollie Schrauwen и James Jean.

GUCCI
Итальянский бренд заказал молодому художнику Игнаси Монреалу сначала лукбук коллекции подарков к Рождеству, а потом и рекламную кампанию сезона «весна-лето 2018». Реклама построена на воссоздании классических полотен известных художников и полностью отрисована на компьютере без привлечения фотографов и моделей.



новые денди

Ким Джонс

«У мужчин совершенно иной подход к покупкам, чем у женщин. Они не будут визжать от восторга при виде сумки и вряд ли будут делать спонтанные покупки. Мне нравится такой размеренный подход к потреблению. Хотя красивые вещи, как магнит, притягивают всех»



Как Fendi пересмотрели офисный дресс-код

Пока Сильвия Вентурини-Фенди, внучка основателя дома и директор мужской линии и аксессуаров Fendi, готовила новую коллекцию, она размышляла о будущем. Фенди очень заботит карьера людей будущего: «Все говорят о технологиях, андроидах, которые заменят людей на работе. Но я уверена: какие-то вещи нельзя заменить искусственным интеллектом. Например, творческий потенциал, фантазию, видение, мечты, в конце концов, — все, что отличает человека от машины. Потому я решила поразмышлять, как будет выглядеть работа будущего и что нужно будет носить в офис. Для презентации коллекции я выбрала молодых ребят. Они изображали менеджеров новой волны — юных, современных и креативных».

Впрочем, одних юных и современных было бы мало, пусть они и одеты в светлые костюмы мягкого покроя — Сильвия назвала это Skype looks — образы, которые легко трансформировать из непринужденных в офисные. Для пущей убедительности Сильвия пригласила к сотрудничеству британскую художницу Сью Тилли, чья биография заслуживает отдельного внимания. Сью всегда посещала галереи и выставки, помогала молодым талантам пробиться, позировала своим друзьям-художникам. Кстати, о позировании.

Картину «Спящая социальная работница» известного художника Люсьена Фрейда, на которой изображена Тилли, за \$33,6 млн купил на аукционе Christie's Роман Абрамович. Но все это Тилли проделывала лишь в свободное от основной работы время — Сью трудилась в офисе почти 35 лет, выполняя работу по документообороту. И только в 2015 году, когда ее картины стали продаваться, а выходного пособия хватило бы, чтобы открыть студию, Тилли решила уволиться.

Сильвия Вентурини-Фенди увидела в Сью Тилли того самого менеджера будущего, которому хотела посвятить коллекцию, — человека, который, будучи занят по уши офисной работой, все равно находит в себе силы, желание и стремление развивать свой творческий потенциал и художественное начало. Именно поэтому забавные рисунки ключей, банановой кожуры, обычной офисной лампы, чашки кофе авторства Сью Тилли украсили коллекцию одежды и аксессуаров Fendi SS 2018 — ведь по мнению Сильвии и Сью, любые повседневные вещи могут стать катализатором самых смелых фантазий.

