

# ЧЕРЕПА ЖИВЕЕ ВСЕХ ЖИВЫХ О ВРЕМЕНИ И ВЕЧНОМ В ЧАСАХ HUBLOT АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ

Часы в виде черепа, а также само его изображение на эмалевом циферблате — тема, освоенная часовщиками еще в далеком XVI веке. Тогда о скоротечности жизни принято было время от времени напоминать, не все же веселиться на балах, а крохотный металлический череп с часовым механизмом внутри стал популярным подарком в кругах знатных вельмож, аристократов и просто богатей. Одни из самых известных подобных часов в серебряном корпусе принадлежали Марии Стюарт. Их подарила ее гувернантка Мэри Ситон. Следующая волна популярности скелетов и черепов пришла на Викторианскую эпоху — не только в часах, но и в ювелирных украшениях, где первые выступали в виде филигранно изготовленных подвесок, а вторые — смотрели своими пустыми глазницами с колец и брошей. Новое прочтение этой по-настоящему вечной темы дали 1970-е и самое начало 1980-х с их увлечением стилем панк — и изображение черепа уже сопровождалось лозунгами вроде «Too fast to live too young to die» («Живи быстро, умри молодым») по имени магазина Малколма Макларена и Вивьен Вествуд. Именно там и одевались участники музыкальной группы Sex Pistols. Череп и скелет стал своеобразным отличительным знаком большинства рок-музыкантов, для них он был олицетворением бунтарского духа и больше ни о какой скоротечности жизни и прочих эзотерических премудростях не напоминал. «Мертвые» короли и королевы вновь триумфально вернулись в мир люкса с ювелирной коллекцией Reines et Rois, созданной Виктуар де Кастеллан для Dior Joaillerie в 2010-м. Она закрепила уверенный тренд первой декады 2000-х — черепа живее все живых, их любят и дизайнеры (Александр Маккуин сделал изображение черепа не только своим логотипом, но и самым известным орнаментом), и художники (тут самым ярким и блистательным примером был и остается Дэмиен Херст), а также ювелиры и часовщики.

В коллекциях швейцарской часовой мануфактуры Hublot череп — не дань моде (свой первый они поместили на циферблат часов еще в 2007-м, к открытию первого именованного бутика в Париже), а точное отражение неподдельного рок-н-рольного духа марки. «Только вперед!» и «Не оглядываться назад» — именно эти лозунги могут смело красоваться рядом с логотипом этой марки, как у настоящих рок-звезд. Действительно смелую и по-королевски богатую коллекцию черепов, как будто бы дань уважения успеху херстовского бриллиантового For the Love of God, марка показала на часовой и ювелирной выставке в Базеле в конце марта. В нее входит несколько моделей — в том числе усыпанный бриллиантами Classic Fusion Skull Pave и воздушный скелетон с турбийоном Classic Fusion Tourbillon Skull. Обе модели выпускаются в двух цветовых версиях, а их тираж ограничен полусотней для каждого вида. Если Classic Fusion Skull Pave больше выступают в роли ярких, заметных модных часов и выглядят как полноценное ювелирное украшение, то Tourbillon Skull — это технологически сложная модель. Она необычна во всем: от способа изготовления корпуса до самого механизма. Покрытый керамической «пленкой» алюминиевый корпус практически невозможно поцарапать, а скелетонизированный механизм, мосты которого выполнены в виде костей, открывает глазу турбийон с кареткой в виде черепа, совершающей один полный оборот за минуту. Сам механизм с ручным подзаходом, и запас хода обеспечит ему целую рабочую неделю, не меньше 120 часов.



— Часы **Classic Fusion Skull Pave**, титан, бриллианты

— Часы **Classic Fusion Skull Pave**, титан с PVD-покрытием, бриллианты



— Часы **Classic Fusion Tourbillon Skull**, алюминий с покрытием из керамики

— Часы **Classic Fusion Tourbillon Skull**, алюминий с покрытием из керамики