

Создавая женщину

Как Джейсон Ву меняет Boss

Владимир Гридин |



НАЗНАЧЕНИЕ Джейсона Ву, американского дизайнера с тайваньскими корнями, креативным директором немецкого концерна Hugo Boss летом 2013 года стало сенсацией. И это не журналистское клише. Случилось назначение спустя полгода после того, как другой американец с Тайваня, Александр Вэнг, стал креативным директором Balenciaga. Мир моды заговорил о том, что отныне молодые дизайнеры с азиатскими корнями — новый тренд. Нерешительный Вэнг значительных побед не добился (критики обвиняли его в дословном пересказе архивов дома), поэтому с ним быстро попрощались. А Ву удалось повисить продажи известного в первую очередь своими мужскими костюмами немецкого гиганта едва ли не вдвое. Вэнгу не хватило энергии для адаптации архивов знаменитого дома к современности. Ву не занимать решительности в создании новой эстетики марки, основанной на строгой архитектурности линий и урбанистическом прагматизме.

«ПРАГМАТИЗМ КАК ИДЕЯ

ВЫГЛЯДИТ ДОСТАТОЧНО ХОЛОДНО. Я хочу сделать его элегантным и привлекательным»

Джейсон Ву очень точно формулирует свою задачу: «Прагматизм как идея выглядит достаточно холодно. Я хочу найти способ сделать его элегантным и привлекательным». И добавляет: «Структура и хирургическая точность — это ДНК Boss, так что в этой коллекции я пытался найти способ соединить их с женственностью и мягкостью». Созданные под влиянием наследия Баухауса пальто, костюмы и платья — ода архитектурной красоте. Выверенные портновские решения, рациональные, обтекаемые формы и сдержанная графика складываются в коллекцию, обладающую одновременно структурой и ясно выраженным настроением. Пронизанная индустриальным шиком, она перерабатывает темы мужской моды, отточенные Boss до сияния, до блеска, в вещи, которые придутся по вкусу не только суровым бизнес-леди.

Продолжая тему взаимосвязи человека и природы, на которой основана эстетика Джейсона Ву для Boss, дизайнер объединяет четкие жесткие линии с более мягкими и создает образ, вдохновленный стилем наездницы, которая закована в броню пальто и жакетов воительницы — Жанны д'Арк. Объединяя жесткое и мягкое, натуральное и синтетическое, мужское и женское, Ву сочетает классические мужские ткани и декор, вдохновленный эпохой индустриализации. Из этого непредставимого ранее микса он формирует новый тип современной женственной элегантности, на которой Boss может построить будущее своей женской линии.

Яркие контрасты оттенков антрацита, ванили, энергичного красного и черного буквально переплетены друг с другом в вещах из твида. Узкие брючные костюмы сшиты из меланжевого шерстяного джерси, а необработанные края подчеркивают двустороннюю инновационную ткань контрастных цветов.

Стеклобус, блестящая лазерная сетка, пластиковое покрытие и тюль добавляют

остроты, в то время как с помощью традиционных техник достигнуты трехмерные формы-оригами, напоминающие рыцарские доспехи. Деликатные металлические нити вплетены в свечащиеся, как кольчуги, трикотажные платья.

Аксессуары идеально вписываются в концепцию: челси из шерстяной фланели и кожи, трехцветные ботильоны со скульптурными, гранеными каблучками, сапоги на плоской подошве, четкий прямоугольный сумки Vesproke из телячьей кожи, шкуры пони или фетра с застежкой, вдохновленной запонками, — все это привет строгому функционализму мужской портновской традиции.

Сам Ву — талантливый портной, которому не надоедает работать в ограниченном пространстве и день за днем придумывать, скажем, воротнички. Вместе с броскими, смыслообразующими для коллекции вещами вроде двухцветных угольно-оранжевых пальто и костюмов с необработанными краями он предлагает двусторонний шелковый смокинг, платье-комбинацию из черного сатина, впечатляющие платья-футляры из шерсти с диагональным бегом линий лазерного кроя и чувственные платья из трикотажа. Ву явно предпочитает в этой коллекции платья, хотя некоторые из них и могут сравниться с костюмами и точностью кроя, и лаконичностью конструкций.

Предложенные в коллекции решения — от черного шерстяного тренча с накладными карманами до серо-голубого жакета с поднятыми арками линиями плеч, экстраприлегающего смокинга и расшитого стеклярусом платья — гораздо смелее, чем можно было ожидать от Boss. На этом фоне более чем вероятными смотрятся прогнозы аналитиков об удвоении продаж брендом женской одежды в ближайшие три года. Весьма позитивно для 91-летней компании, чья женская линия появилась только в 2000 году.