

«МУЖЧИНЫ ПРОДОЛЖАЮТ НОСИТЬ

КОСТЮМЫ, НО ДЕЛАЮТ ЭТО ОЧЕНЬ ИЗЯЩНО И НЕОБЫЧНО»

Кевин Хартер



RAF SIMONS.
ВЕСНА—ЛЕТО 2017



PITTI UOMO

ПОСЕТИТЕЛИ
ВЫСТАВКИ МУЖСКОЙ
МОДЫ PITTI UOMO



PITTI UOMO

Street Journal сравнила костюмы с вымирающими черными носорогами, что, к сожалению портных на Сэвил-роу, почти правда. У вымирания есть свои причины. И главная — великий и ужасный Instagram. Конечно, расшитые цветочками кимоно Gucci соберут куда больше лайков и ретвитов, чем строгий костюм в клетку (пусть и с разноцветной подкладкой). Но цветочки вроде как работают на пиар и узнаваемость бренда. А что в реальной жизни?

Оказалось, что рынок костюмов упал на 2%. Тревогу бить рано, но компании, славящиеся своими пиджаками и брюками, уже начали на всякий случай развивать другие направления.

«Ты что как девчонка?»

Сразу несколько брендов в сентябре провели объединенные показы в рамках женской недели моды и отказались от участия в мужской неделе. Например, Burberry и Bottega Veneta. Алессандро Микеле в Gucci просто делает два шоу: одно во время мужской недели, другое — во время женской. И там и там — и мальчики, и девочки. Кто-то видит в таком шаге экономию бюджета, а кто-то объясняет это стиранием границ между женской и мужской модой.

Гендерная амбивалентность и унисекс — об этом написаны сотни статей и в глянце, и в бизнес-изданиях о моде. Чаще говорили, как сексуально на женщине сидят мужские вещи, реже — об экономической целесообразности шить одну коллекцию на двоих. Вечная борьба женщин за равноправие привела к тому, что никто не удивляется, когда женщина выходит на улицу в мужском пиджаке или брюках. Последние несколько лет остро стоит во-

прос: действует ли это в обратную сторону? Могут ли женские тенденции или предметы гардероба органично вписываться в мужскую моду? Шарон Грабар, старший вице-президент аналитического агентства Stylesight, предсказывающего тенденции в моде, как-то в интервью говорила, что лучшим источником вдохновения для мужских коллекций должны стать... женские: «Я убеждена, что дизайнерам мужской одежды важно почаще смотреть в сторону женских шоу. Некоторые уже делают это — например, J.W. Anderson, одевая мужчин в шорты с воланами (речь о показе 2013 года. — «Ъ»). Может быть, не так буквально...»

Многие бренды уловили тенденцию и непременно привозят на Pitti Uomo и свои женские коллекции, а о большинстве пред-

метов говорят «унисекс». Например, Мария Ичо, основатель и владелица бренда Ma'gu'ya, описывая свою коллекцию, подчеркивает, что все вещи могут носить и мужчины, и женщины. Хотя она и создала отдельную женскую линию с приталенными силуэтами, все равно настаивает на том, что деление это условное: «Понимаете, я просто сделала более маленькую размерную линейку, добавила несколько «женских» цветов, но это стереотипы. Вещи асимметричного покроя, вязаные кардиганы до колен или удлиненные свитера вполне могут надеть и мужчины, которым эти вещи будут впору».

Кстати, Раф Симонс в рамках своего показа на Pitti Uomo предлагает мужчинам (уже не первый раз) оголять живот. В 1980-е мода на женские вещи среди мужчин была повсеместно. Панки покупали джинсы в женских отделах, потому что они идеально облегли ноги, Принс часто заказывал рубашки с жабо или рюшами у дизайнеров, занимавшихся женскими коллекциями. Когда Игги Попа упрекали в его страсти к феминизации своего образа, он парировал: «Я не стыжусь одеваться «как женщина», потому что я не нахожу ничего предосудительного в том, чтобы быть женщиной». Этой же философии придерживаются многие посетители Pitti Uomo: среди гостей были замечены мужчины в рубашках из женской коллекции Dries Van Noten. И при правильном сочетании вещи выглядят органично.

Считается, что даже когда бренд мужской одежды уходит в фантазийность, он все равно остается практичным и функциональным (за редким исключением в виде Thom Browne, который, впрочем, все равно не выпускает все самое сумасшедшее в продажу). Даже где-то строгим. Мужчины редко поддаются желанию совершить спонтанную покупку или приобрести рубашку для свидания. Их покупки всегда более осмысленны, а значит, должны быть «на века». Женщины другие, женщинам нужен драйв и перемены. Подумайте, если сравнить предметы мужского гардероба с тем, что носили, скажем, 200 лет назад, все будет вполне узнаваемо. Брюки — это брюки независимо от фасона, а пиджак — это пиджак. Чего нельзя сказать о гардеробе женском. Некоторые современные части женского гардероба вызвали бы у женщин XVII или XVIII века как минимум недоумение, не говоря уже о том, что они просто не поняли бы, куда именно нужно прилаживать этот прямоугольный лоскуток ткани, именуемый «топ бандо». «Будьте смелее», — твердили критики почти всем мужским брендам. И, похоже, добились того, что смелость стала синонимом женственности.

И вновь рано делать какие-то выводы. Но признать право мужчин носить топы бандо и юбки плиссе (если они не спустились с шотландских гор, конечно) консервативная общественность пока не готова.