

Красота, победившая индустрию

Неделю назад умер Александр Маккуин. Дизайнер, которого многие даже не самые восторженные коллеги называют гением.



Всю неделю интернет бурлил по-настоящему трогательными и искренними признаниями в любви и пронзительными словами прощания. О нем с одинаковым восхищением вспоминали коллеги-дизайнеры, подружки-тусовщицы и главы крупных fashion-корпораций. Но вот тепер, по прошествии первой шоковой недели, настало время, нет, конечно, не понять, но хотя бы попробовать разобраться, в чем и в самом деле был феномен британского дизайнера Александра Маккуина.

"В этом мире, где каждый гей со своей собачонкой называет себя дизайнером, Маккуин им действительно был", — сказал о нем знаменитый шляпник Филипп Трэйси, который часто становился соавтором Маккуина. И это чистая правда. То есть дизайнеров, и даже очень талантливых, в мире не так уж мало, но художника такого масштаба среди них нет. Слово "художник", звучащее пафосно и неприятно всякий раз, когда относится не собственно к живописцу или графику, по отношению к Маккуину уместно вполне. Потому что он, безусловно, был намного больше, чем просто создатель одежды, пусть даже красивейшей из всех возможных. Его коллекции и шоу, которые он создавал вокруг них, всегда были

грандиозными постановками, всегда на грани безумия и всегда завораживающим, гипнотическим действием. Он воплощал в них прекрасные сны и страшные кошмары, но и те и другие были безусловно прекрасны.

Именно эту фантастичность его работ ставили ему поначалу в укор. Но в том-то и был его главный секрет — каждая вещь в коллекции была абсолютно носимым предметом одежды. И не только носимым, но и выполненным с таким мастерством, которое уже давно утрачено современной модной индустрией. Мастерство это было получено в мужских ателье на Savile Row, где 16-летний сын таксиста Маккуин получил свою первую работу. Отсюда его безупречный крой, несравнимый даже с французской кутюрной школой, потому что, как известно, ничего сложнее мужского костюма в портновском искусстве просто не существует. С помощью этого, на первый взгляд, вполне прозаического навыка он создавал свои полные поэзии одежды. Его героини могли быть пациентками сумасшедшего дома или прекрасными принцессами, шахматными фигурами или хичкоковскими блондинками, африканскими хищницами или инопланетянками, но они неизменно были трогательны, прекрасны. Именно трогательными и беззащитными, вопреки всем дурацким выпадам феминисток по поводу того, что его женщины якобы агрессивны.



Свои шоу он помещал то в декорации психиатрической лечебницы, то заснеженных лесов, то суровой, продуваемой ветрами безжалостной тундры, он проводил их в бывшей тюрьме и в старой синагоге, а в последнее время все чаще на парижских стадионах. Все это было похоже и на кино, и на театр одновременно и всякий раз буквально сшибало с ног. Организаторы показов всегда ставили его коллекции на самый поздний вечер, потому что после шоу Маккуина даже самый бесчувственный чурбан не мог продолжать нормальный рабочий день.

Конечно, его вещи, пусть и носимые, но, безусловно, очень дорогие в исполнении, не могли расходиться как горячие пирожки. Он и сам говорил: "Я занимаюсь модой не для того, чтобы предложить женщинам твинсет и нитку жемчуга". Тем не менее Маккуин всегда гордился тем, что его марка никогда не была убыточной. Правда и доход она начала приносить всего лишь в 2007 году, но функционеры Gucci Group, которой принадлежала его марка, относились к этому с пониманием. Даже черствые финансисты понимали, что имеют дело с дизайнером, которого трудно вписать в обычные рамки модного потока, и, похоже, гордились причастностью к его

таланту.

Буквально через пару дней после смерти Маккуина начались рассуждения о судьбе его марки, закроют ли ее навсегда или Gucci Group примет решение сохранить бренд. Последнее кажется немыслимым. В отличие от французских кутюрных домов Givenchy, Yves Saint Laurent и им подобных, которые создали империи, Маккуин никогда не становился "престижным". Его одежду покупали именно потому, что ее делал он, Александр Маккуин, и ни по какой другой причине. И дело даже не в том, что сохранить бренд без его создателя кажется кощунством, а в том, что это выглядит экономически бессмысленным. Невозможно ни повторить Маккуина, ни продолжить его дело. И, как ни странно, именно это соображение примиряет с чудовищностью произошедшего. Осознание того, что в этой перемалывающей все и вся индустрии мог существовать такой вот гениальный человек. И даже быть вполне успешным.

Автор: Ольга Михайловская © Коммерсантъ КУЛЬТУРА, МИР 👁 5341 20.02.2010, 10:11 📌 609

URL: <https://babr24.com/?ADE=84104> Bytes: 4713 / 4500 Версия для печати

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)