

РАССВЕТ И ЗАКАТ ВОСТОЧНОЕВРОПЕЙСКОЙ ЭСТЕТИКИ НА МИРОВЫХ ПОДИУМАХ

А. В. Смоляк

*Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4
220030, г. Минск, Беларусь, alyonasmaliak@gmail.com
Научный руководитель — М. С. Машедо, старший преподаватель*

В данной статье рассматривается влияние восточноевропейских дизайнеров и стилистов на мировые тренды 2010-х годов, а также последующее развитие уникального альтернативного уличного стиля среди молодежи стран СНГ. В статье рассмотрены культовые элементы гардероба, которые попали на отечественный рынок благодаря падению железного занавеса. Отмечены имена из мира моды, которые повлияли на формирование иного восприятия восточноевропейской эстетики в одежде.

Ключевые слова: спортивный стиль; уличный стиль; стритстайл; молодежный стиль; восточноевропейская эстетика.

Своеобразным носителем информации о культурном, духовном, социальном и экономическом формировании какой-либо нации или народности является костюм. Процесс адаптации восточноевропейской эстетики на мировых подиумах – это не просто теоретическое описание интереса к нарядам «а-ля русс» начала XX века или к коллекциям Ив Сен Лорана, Джона Гальяно или Валентино, созданных по мотивам разнообразной русской культуры, – это целое социально-культурное движение, получившее название «славик кор» (slavic core). На протяжении последних десятилетий можно наблюдать исключительно спортивный и уличный стиль на мировых подиумах. Спортивные костюмы Adidas, белые носки с высоким голенищем, бритые головы, свитшоты с надписью «Рассвет», стилизованные под фотографии 90-х годов XX века – все это внешние атрибуты эстетики «славик кор», которые позволяют духу времени найти свое отражение и воплотиться в костюме, как в главном объекте материального мира. В течение последних нескольких лет на главных подиумах мира бритоголовые парни стали лицом целого направления в моде и определили дальнейшее влияние эстетики «славик кор» на современную молодежь в странах постсоветского пространства и Западной Европы.

Распад Советского Союза в 1991 году, падение железного занавеса и наплыв зарубежных брендов на рынки всего бывшего СССР повлияли на формирование определенной эстетики в одежде, ведущим стилем которой был спортивный. Это подтверждают фотографии 1990-х годов, анализи-

руя которые видно, что ведущим стилем явно был спортивный, характерный скорее для 80-х годов XX века на Западе. Свитшоты, именуемые «байками», спортивные костюмы, ветровки и олимпийки укрепились в гардеробах молодежи. К 2000-ым годам стилистическое решение внешнего образа молодого человека обретает законченную форму. Костюм adidas с тремя полосками, ставший в последствие легендарным, носить который полагалось обязательно со шлепанцами, и демонстрировать исключительно в определенной позе, плотно засел в поп-культуре славянских стран и стал символом определённого стиля жизни, достаточно маргинального.

Период с начала 2000-х годов нельзя назвать гармоничным. Взаимодействие, которое происходило между отдельными видами искусства, рождало специфические творческие вариации, и способствовало развитию актуальных направлений в моде, на которые было обращено внимание, как отдельного человека, так и общества в целом. Время становления и формирования культурных кодов каждой отдельной страны постсоветского пространства. Как следствие, историко-культурное наследие, которое в будущем сыграет не последнюю роль в формировании моды 2020-х годов, предстало перед публикой в виде андеграундного направления в искусстве и моде.

Ярким представителем этого творческого движения стал Гоша Рубчинский, российский уличный фотограф. В своей фотографии Гоша исследовал тему жизни молодежи, выросшей на обломках некогда великой страны, и то, как на жизни молодых людей повлиял экономический кризис, политические перипетии и проблемы в обществе, связанные с развалом СССР. Гоша Рубчинский в лично пережитом опыте увидел источник вдохновения для создания не просто произведений фотографического искусства, а возможность большое число почитателей его таланта приобщиться к культуре через создание одежды под собственным брендом. В первой коллекции 2009 года «Империя зла» (англ. «Evil Empire»), дизайнер четко определяет будущие коды и отличительные особенности стиля своего бренда одежды. Дизайнер через эту коллекцию одежды стремился передать дух постсоветского времени, дефицит и сложное положение людей в 90-е годы XX века. Дизайнер живо чувствовал эти проблемы сам, так как в 1991 году ему было 7 лет. Все эти темы можно видеть как в его дебютной коллекции, так и в последующих работах.

Вторая коллекция, получившая название «Растем и развиваемся», логически продолжала идеи, заложенные дизайнером в первую коллекцию: выбор моделей и дизайна и стайлинг. Стремление дизайнера к этажности повлияли не только на саму коллекцию, но и на выбор места для проведе-

ния показа. Выбор автора пал на старообрядческую церковь, переоборудованную в стадион. В конце подиума была возведена трибуна, как которую модели «взлетали» после своей проходки. Дизайнер, через стиль в одежде, которую создавал, был своеобразным рупором, который говорил от лица всего поколения, в том числе противопоставляя себя яркому и кричащему гламурному стилю золотой молодежи. Гоша Рубчинский сделал то же, что до него сделала британский дизайнер Вивьен Вествуд – вывел на подиум маргинализированный слой молодежи, и начал на этом зарабатывать. После второй коллекции Рубчинского заметили не только как дизайнер, но и как фотографа, и его фотографии начали появляться в лондонских журналах.

Третья коллекция Гоши Рубчинского «Рассвет не за горами», стала завершением его трилогии. Презентация коллекции собрала андеграундных инфлюенсеров со всего мира, а также фотографов и журналистов из Европы и Америки. Для этого показа Рубчинский отказался от классического подиума, устроив шоу в заброшенном спортивном зале, где модели занимались спортом в одежде из новой коллекции. После показа коллекции Рубчинского заметили. Как художник, с инсталляцией о своем детстве, в 2010 году принял участие в выставке в Лондоне, чем еще больше расширил горизонты и философию своего бренда одежды. Картина мира и визуальные образы, которые дизайнер использовал, были новы и необычны для западных критиков, и модный мир с нетерпением ждал новых коллекций. В этих первых коллекциях появляются ключевые для дизайнера надписи, который он будет использовать на протяжении всей своей карьеры – «Аглец» и «Рассвет». Слово «аглец» – это игра слов «ugly» (англ. уродливый) и «агнец». Слоган «Рассвет» стал главным в третьей коллекции Гоши Рубчинского.

В 2012 году, после нескольких лет затишья, в творчестве дизайнера случаются изменения, бренд почти полностью выкупает французская группа Comme Des Garçon, открывая для Рубчинского новые горизонты. В течение нескольких следующих лет, бренд экспериментировал как с более детскими и ностальгическими тематиками, так и с современным андерграундом, например, с металл-сценой постсоветских стран, на чьей эстетике была частично основана коллекция осень-зима 2012 года. В 2015 году Гоша Рубчинский впервые дебютировал на Парижской Неделе Моды, и коллекция весна-лето 2015 окончательно определила дальнейшее направление бренда. В 2016 дизайнер открывает свой второй бренд «Рассвет», ориентированный на скейтеров. В последующие годы создаются коллаборации со спортивными и люксовыми брендами. Последний показ бренда «Гоша Рубчинский» состоялся в Екатеринбурге, весной 2018 года.

Проходил он в местном Доме Культуры, а одним из организаторов выступил «Ельцин Центр».

Ниша андеграундного дизайна с постсоветским налетом пополнилось именем, который не просто продолживший дело Рубчинского, но превзошел его. Имя Демны Гвасалии известно не только в маленьких лондонских и берлинских журналах, но и в главных модных изданиях всего мира. Первые 10 лет жизни дизайнер прожил в Грузии, а в 1991 году его семья уехала жить в Дюссельдорф, Германия. Окончив университет в Тбилиси, он возвращается в Германию с четким пониманием, что хочет заниматься дизайном. Следующие несколько лет Демна проводит в академии искусств в Антверпене, в выпускниках которой числились такие имена как Мартин Марджела, Хайдер Аккерман и антверпенская шестёрка. Сразу после выпуска Демна работал в бренде одного из своих преподавателей, параллельно создавая собственную коллекцию женской одежды, которая была представлена на токийской неделе моды в 2007 году, но не произвела фурора. Благодаря этой коллекции дизайнера заметил модный дом Maison Margiela и взял на работу как дизайнера женской одежды. В 2010 году, Демна переходит работать в Louis Vuitton, под руководство Марка Джейкобса.

В 2014 году, приняв решение уйти в свободное плавание, Демна собрал команду из людей, с похожими взглядами на мир, которые вместе хотели изменить все, что происходило в мировой массовой моде. Вместе с родным братом Гурамом Гвасалия они основали бренд Vetements, что переводится с французского просто как «одежда». Первые две коллекции не были очень успешными, и фурора не произвели. Прорывом в творчестве дизайнера стала третья коллекция, показ которой посетил зарубежный исполнитель Канье Уэст, находившийся в поиске новых имен для модного дома. Именно в этой коллекции Демна начал широко использовать элементы стрит-стайла, хотя критики не приняли творчество дизайнера, называя коллекцию «антимодой». И после всего 6 сезонов в Vetements, Гвасалия получил предложение от модного дома Balenciaga. После ухода предыдущего креативного директора, Александра Ванга, бренд искал человека, который мог сочетать в себе внимания к архивам с абсолютно новым подходом к моде.

Первая коллекция для модного дома была колоссальным успехом, и в ней намного больше видны коды Кристобая Баленсиаги, чем в последующих коллекциях Демны. В 2017 году Balenciaga выпустили кроссовки-носки, а 2018 знаменитейшие triple S, окончательно зацементировавшие имя Дэмны Гвасалии как главного дизайнера стритстайла. С каждым годом бренд все больше и больше отходит от заветов основателя, но в 2022 году бренд представил кутюрную коллекцию, в основе которой заложены

отсылки к архивам Кристобая Баленсиаги. На творчество дизайнера оказали влияние его детство и студенческие годы. Цветочные платья напоминают наряды, в которых ходят грузинские женщины, а четкие формы и тяжелые цвета отсылают к своеобразной архитектуре Тбилиси. Стайлинг коллекций, общая стилистика и кастинг моделей сильно напоминают показы Гоши Рубчинского. Спустя почти 10 лет в Balenciaga, дизайнер все чаще использует спортивный стиль, отсылки на костюмы adidas и общую постсоветскую эстетику. Лицо современной моды с появлением Демны Гвасалия полностью изменилось. До Демны на подиумах высокой моды почти никто не предлагал толстовки и джинсы, сейчас же это неотъемлемая часть многих показов. Демна превратил антимоду в моду. В 2019 году Гвасалия покинул основанный им же бренд, Vetements, оставив главным дизайнером своего брата.

Говоря о Демне Гвасалии и Гоше Рубчинском, нельзя не упомянуть еще одну фигуру. Стилист Лотта Волкова. В 2004 она оказалась в колледже Central Saint Martins в Лондоне. Сначала Волкова сама занималась дизайном, но позже уехала в Париж и заинтересовалась стайлингом. Познакомившись с Гошей Рубчинским, они стали вместе работать. Она стилизовала почти все его шоу. Позже она познакомилась с Демной Гвасалия и была в команде Vetements с самого основания бренда. Без стайлинга Волковой невозможно представить ни один показ Vetements или Balenciaga. Учитывая то, какой огромной популярностью пользовались эти показы в стритстайл комьюнити, то можно сказать, что Волкова единолично определила стиль второй половины 2010-х годов. Она тоже использовала ностальгию о своем детстве и юности как основное вдохновляющее настроение для стайлинга. Сейчас Лотта Волкова одна из самых успешных стилистов индустрии. Она работает со многими брендами, но сохраняет верность Демне. Несколько лет назад она плотно сотрудничала с Blumarine, а сейчас активно работает с Miu Miu. Во всех работах можно наблюдать фирменный стиль общей потрепанности.

Начало 2000-х годов – это переход, ставший для дизайнеров временем экспериментов и творческих поисков. Переосмысления различных тем прошлого позволяют современному костюму отвечать запросам настоящего и ближайшего будущего. Дизайнеры, опирающиеся в своем творчестве на ассоциативный ряд исторического и культурного наследия, не только популяризировали определенную эстетику на подиумах, но и открыто заговорили о проблемах молодежи, показали миру совершенно другую сторону стиля «а-ля русс» и стали почти официальными лицами и идейными вдохновителями стритстайла. Стритстайл достаточно широко проявился в современных модных образах, стер границы между высоким искусством и повседневной практичностью. Как активное и популярное

стилистическое направление в одежде способствовало появлению новых тенденций и подходов в дизайне одежды, расставив акценты на индивидуальности и свободе самовыражения. Активное включение элементов уличного стиля в повседневные образы делает его популярным среди широкого круга почитателей. Однако мода постепенно смещается в сторону создания классических форм одежды или кутюрных коллекций, но количество адептов стритстайла все еще остается внушительным.

Библиографические ссылки

1. *Алексеевко, Л. В.* Социология моды: классический социологический дискурс о моде / Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2012. – № 6. – С. 284–288.
2. *Demna Gvasalia: his true story* [Electronic resource]. URL: <https://letiquette.com/en/blogs/ar> (date of access: 05.04.2024).
3. *Кто такая Лотта Волкова* [Электронный ресурс]. URL: https://www.vogue.ru/fashion/news/kto_takaya_lotta_volkova_i_kak_ona_stala_samym_vostrebovannym_stilistom (дата обращения: 25.03.2024).
4. *Первый показ Гоши Рубчинского* [Электронный ресурс]. URL: <https://soberger.ru/gosha-rubchinskiy-show-in-moscow/> (дата обращения: 05.04.2024).
5. *Сидоренко, В. И.* История стилей в искусстве и costume / Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 475 с. : [8] л. ил