

Предисловие

19 октября 1989 года Мартин Маржела представил свою первую коллекцию, которую журналисты почти единогласно назвали самой оригинальной среди всех весенних коллекций 1990 года. Подиумный показ — третий по счету с момента основания бренда *Maison Martin Margiela* в 1988 году — удостоился многочисленных похвал и был необычен во всех отношениях. Гостям пришлось отправиться в отдаленный и неблагополучный район Парижа, где посреди пустыря был сооружен импровизированный подиум, по которому дефилировали модели. К толпе зрителей присоединилась и местная ребятня, обычно игравшая в этом месте. Вскоре, осмелев, дети стали ходить вслед за моделями, иногда даже им подражая, а затем одна из моделей, покидая подиум, усадила к себе на плечи маленького мальчика. Несмотря на всю сумбурность показа, костюмы Маржелы произвели на публику большое впечатление. Они резко отличались от лощеной и пышной моды 1980-х годов особой ветхой красотой — этот прием позже назовут «деконструкцией», — а их внешний вид подчеркивал особый подход к дизайну, который модный дом будет развивать на протяжении следующих двадцати лет.

Модельер, давший имя бренду и на тот момент проработавший в модной индустрии не более десяти лет, счел внимание к своей коллекции чрезмерным. Маржеле не прельщал образ «звездного» дизайнера, а потому он решил не давать интервью и не подпускать к себе фотографов, пока шумиха не стихнет¹. Но этого так и не случилось. Ажиотаж вокруг его творчества только усиливался — многие критики и исследователи моды по-прежнему считают его одним из ключевых дизайнеров конца XX века. Имя Мартина Маржелы было у всех на устах, но его личность окутывала тайна. Что это был за человек? И существовал ли он в действительности?

Дизайнер был и остается неуловимым. Вышедший в 2019 году документальный фильм «Маржела: Своими словами» пролил свет на его жизнь, позволил зрителям услышать голос модельера и комментарии многих людей из его круга. Но тех, кто надеялся увидеть лицо Маржелы, ждало горькое разочарование. На протяжении всего фильма камера фокусируется на руках дизайнера, его изделиях

и личных архивах, при этом не посягая на желание Маржелы сохранить инкогнито. Сам модельер объяснял это так: «Ощущение, что я могу быть как все, помогает мне сохранять равновесие»².

Хотя найти обрывки интервью и несколько ранних фотографий дизайнера несложно, широкая публика мало что знала о внешности и характере Маржелы, когда он был на пике славы. Сотрудники модного дома редко объясняли, какие идеи стояли за коллекциями бренда, и отвечали на вопросы прессы расплывчато. В публичных комментариях часто использовалось местоимение «мы», что подчеркивало важность коллективного труда. Кроме того, в конце каждого показа — когда обычно на поклон выходит креативный директор бренда — на подиуме появлялись работники ателье в одинаковых белых халатах, тем самым привлекая дополнительное внимание к роли сотрудников, которые зачастую остаются в тени.

Любопытно, как подобные идеи соотносятся с тем, о чем писала теоретик моды Юния Кавамура в книге *Fashionology** — социологическом исследовании, оспаривающем представление о модельере как о художнике-творце. «Моду создает не конкретный человек, а все, кто участвует в производстве одежды, поэтому мода — это коллективное творчество», — поясняет Кавамура³. Тем не менее в модной индустрии по-прежнему господствует миф о «дизайнерском гении», и Мартин Маржела — один из немногих дизайнеров, попытавшихся его развенчать.

Успех Маржелы в первую очередь был обусловлен его уникальным творческим видением, но репутация таинственного незнакомца, безусловно, подогрела публичный интерес к его персоне. Мартин Маржела родился в 1957 году в бельгийском городе Генке, а в 1980-м окончил Королевскую академию изящных искусств в Антверпене. Хотя его часто ставят в один ряд с «антверпенской шестеркой» (выпускниками Королевской академии — Вальтером ван Бейрендонком, Дирком Биккембергсом, Анн Демельмейстер, Дрисом ван Нотеном, Дирком ван Саеном и Мариной Йи), Маржела покинул академию раньше них. В 1984–1987 годах он рабо-

* «Модология».

тал ассистентом Жан-Поля Готье⁴, после ухода от которого в 1988 году вместе с Дженни Мейренс основал собственный бренд. Пока Маржела под началом Готье знакомился с парижской модной индустрией, Мейренс занималась продвижением бельгийских дизайнеров. В 1982 году она способствовала учреждению ежегодной премии «Золотое веретено» для подающих надежды бельгийских модельеров при поддержке представителей бельгийской текстильной промышленности. Мейренс стремилась преодолеть стереотипные представления о бельгийских дизайнерах, над которыми издавна посмеивались соседи-французы, считавшие их изделия далекими от изящества, а эстетические уставки — отсталыми⁵. На пресс-конференции, состоявшейся в том же году, Мейренс заявила:

Я почувствовала, что пришло время помочь бельгийской моде, поскольку стандарты здесь остаются удручающе низкими. Внимание обращают только на коммерческую составляющую, но не на художественную. Полагаю, в Бельгии можно создавать яркую моду, которая ни в чем не будет уступать тому, что делают в Париже, Милане и где-либо еще⁶.

Дженни Мейренс познакомилась с Мартином Маржелой в 1983 году, когда он был выдвинут на премию «Золотое веретено». Мейренс пророчила первое место Мартину, но в конечном счете победил Дирк ван Саен. Тогда она сказала, что костюмы Маржелы «чем-то напоминали медицинскую одежду; огромные юбки, красивые, очень крепкие туфли, верхняя часть — как у мужской обуви, с низким и основательным каблуком»⁷. На одной из фотографий той коллекции запечатлено пальто, сшитое из крапчатой шерстяной материи. В горизонтальном разрезе по центру виднеется подкладка из искусственного меха, притороченная ворсом наружу. Так же отделан и воротник. И, хотя эти изделия кажутся более элегантными, чем вещи, созданные Маржелой в период деконструкции, в них явно видна оригинальность подхода дизайнера.

Отношение к бельгийским модельерам изменилось в 1990-е годы, когда прогрессивное творчество «антверпен-



Maison Martin Margiela, портновские манекены в студии Мартина Маржеля на бульваре Сен-Дени, коллекция осень-зима 1991-1992.
Фотограф: Рональд Стопс

ской шестерки» привлекло международное внимание. Любопытно, что ни они, ни Маржела не предпринимали попыток подражать парижской моде (хотя многие из них представляли свои коллекции на парижских показах), — известность пришла к ним благодаря индивидуальности и изобретательности. В частности, творчество Маржелы строилось вокруг концепции «сдвига». Бельгийский дизайнер, работающий в Париже, оказался и бунтарем, переосмыслившим представления о том, как шить и носить одежду, и провокатором, разрушившим традиционный образ высокой моды.

Маржела возглавлял свой бренд до 2009 года, но самые примечательные из созданных им вещей относятся к 1990-м годам. Хотя его самобытное творчество стоит особняком, в нем можно найти отдаленные переклички с тенденциями последнего десятилетия XX века, такими как гранж, минимализм, деконструкция и историческая реконструкция. Впрочем, уникальная эстетика Маржелы не укладывалась ни в один из перечисленных стилей, однако подобные классификации помогали модным обозревателям и критикам контекстуализировать подход дизайнера. Заимствование стилей из разных культур — один из важнейших трендов 1990-х годов, которого Маржела по большей части старался избегать. (Заметное исключение — сетчатые топы с «этническими» тату-принтами, представленные модельером весной 1989 года; по иронии судьбы, через несколько лет «этнические» мотивы стали ассоциироваться с творчеством Жан-Поля Готье.) Как однажды заметила модный обозреватель Эми Спидлер, «[Маржела] не искал вдохновения в недрах других культур — он находил его в недрах самой моды»⁸.

Оригинальность изделий Маржелы не вызывает сомнений, но при этом они с трудом поддаются интерпретации и выходят за пределы привычного контекста. Клиенты бренда не раз говорили, что ощущают глубоко личную связь с его вещами — несмотря на необычный вид, эта одежда как будто создана, чтобы окутывать комфортом. Остается строить догадки, какая идея на самом деле стоит за той или иной вещью. В одном из немногочисленных высказываний о своей первой коллекции Маржела описал собственный стиль простой фразой: «Все, чем я не мог заниматься в детстве, и все, что мне нравится»⁹. Конечно, такие таинственные реплики

только разжигали интерес к его работе. На момент написания этого текста *Maison Martin Margiela* стал темой двух документальных фильмов, шести выставок, четырех книг, вышедших в крупных издательствах. Уже в первые годы существования бренда идеи Маржелы стали предметом многочисленных профессиональных исследований, а основанный в 1997 году журнал *Fashion Theory* — первое научное издание о моде — за первые три года опубликовал три статьи о бельгийском дизайнере.

Когда пишешь о творчестве Маржелы, нельзя не упомянуть, что во многом он разрушил систему моды. Он прекрасно понимал, что одежда создается прежде всего для того, чтобы ее носили, и подчеркивал, что у вещей есть жизнь после (а иногда и до) демонстрации на подиуме. Он открыто и беззастенчиво переосмыслял свои и чужие дизайнерские решения и часто использовал старые материалы повторно, ставя под вопрос привычные модели производства и потребления. Он создавал одежду, которая выглядела свежо и ново, но при этом была наполнена эстетикой незавершенности и распада. К своим вещам он прикреплял пустые ярлыки — отчасти в ответ на «логоманию» 1980-х годов, а отчасти желая привлечь клиентов дизайном, а не престижем бренда. И со временем эти вещи с пустыми ярлыками, пришитыми характерными неприкрытыми стежками, стали такими же желанными, как и изделия признанных кутюрье.

Творчество Маржелы переполнено парадоксами и отсылками к собственной работе, что порой затрудняет его понимание и интерпретацию. Но, как утверждал сам дизайнер, «если не бунтовать, далеко не уйдешь»¹⁰. Вместе с тем единственный в своем роде подход Маржелы к дизайну одежды и маркетингу не был продиктован желанием критиковать других модельеров¹¹. Он просто хотел делать все по-своему.