

Они были первыми: вспоминая создателей послевоенной японской моды

Е. Л. Катасонова

Аннотация

Статья посвящена недавно ушедшим из жизни выдающимся японским модельерам – Мори Ханаэ, Такада Кэндзо и Миякэ Иссэй, которых по праву можно назвать пионерами послевоенной японской моды.

Они не только создали этот культурный феномен на основе синтеза восточного и западного искусства, но и совершили мощный прорыв японской одежды на мировые подиумы, создав новые тренды, получившие широкое распространение во многих странах. В работе освещены наиболее важные моменты их биографий и творчества.

Ключевые слова: Япония, мода, европейская одежда, национальная культура, Мори Ханаэ, Такада Кэндзо, Миякэ Иссэй.

Автор

Катасонова Елена Леонидовна, доктор исторических наук, руководитель Центра японских исследований Института Востоковедения РАН. Москва, 131031, ул. Рождественка, д. 12.

E-mail: katasonova@rambler.ru

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

They Were the First: Remembering the Creators of Post-War Japanese Fashion

E. L. Katasonova

Abstract

The article is devoted to the recently deceased outstanding Japanese fashion designers, Mori Hanae, Takada Kenzo and Miyake Issey, who can rightfully be called pioneers of post-war Japanese fashion.

They not only created a cultural phenomenon based on the synthesis of Oriental and Western art, but also made a powerful breakthrough of Japanese clothing into the world's catwalks, creating new trends which became widespread in many countries. The work highlights the most important moments of their biographies and work.

Keywords: Japan, fashion, European clothes, national culture, Mori Hanae, Takada Kenzo, Miyake Issey.

Author: *Katasonova Elena Leonidovna*, Doctor of Sciences (History), Head of the Center of Japanese Studies, Institute of Oriental Studies of RAS: 12, Rozhdestvenka Street, Moscow, Russia, 103031.

E-mail: katasonova@rambler.ru

Conflict of interests

The author declares the absence of the conflict of interests.

Введение. Их имена уже стали историей

На протяжении последних десятилетий японская мода не просто гармонично и стремительно вписывалась в мировую: ее влияние достигло таких масштабов, что в наши дни японские дизайнеры во многом определяют ее самые актуальные тренды, порой смело заглядывая далеко в будущее. Кто бы мог предположить, что когда-то мы просто забудем о таком понятии, как размер, который будем одномоментно менять при помощи небольшого регулирующего диска, искусно спрятанного на боку изделия? А кто мог представить себе одежду, поддерживающую одну и ту же температуру тела

в разных климатических условиях? А как вам понравятся платья, реагирующие на ультрафиолетовые лучи и меняющие цвет под их воздействием? И таких чудес много. Но пока это еще только эксперименты по применению передовых технологий в одежде. Их успешно проводят японские разработчики, одним из наиболее успешных из них является модельер Морианага Кунихико 森永邦彦 (р. 1980). В 2019 г. он стал обладателем всемирно известной награды в области моды – Премии LVMH за претворение в жизнь идеи «устойчивой моды».

Всех потрясли представленные им вещи, в которые вплетены нитки, обладающие свойством органического разложения. Новый узор на вещах проявляется спустя месяц после того, как они пролежат в земле. Цель своего творчества Морианага выразил так: «Фантазия возникает тогда, когда пересекается то, что обычно друг с другом не пересекается. Я хочу продолжить расшатывать систему ценностей, культуру, понятие возраста, пола – все стереотипы, о которых каждый думает как о само собой разумеющихся»¹.

Не знаю, как следует отнестись к этим словам модного дизайнера, но современная мода пока не ушла так далеко вперед, и мы продолжаем жить в эпоху, образно говоря, «аналоговых» вещей. Другое дело, что с каждым годом наша одежда меняется в сторону комфорта, практичности и многофункциональности. Это – с одной стороны. А с другой, как отмечают эксперты, в Японии «расцвет модной индустрии ушел в прошлое. Продолжается время “дизайнерских страданий”, вызванное общим спадом швейной индустрии и набирающей все большую силу фаст-фэшн – модой, ориентированной на массовое производство и быструю смену ассортимента без лишних затрат. От дизайнера одежды ждут не только совершенных творений, но и обращения к социальной сфере»².

На фоне потрясающих изобретений и не менее экстравагантных заявлений с большой ностальгией вспоминаются имена первых японских модельеров, которые стали создателями послевоенной японской моды, когда мир, пережив трагические потрясения войны, стремился не к технологическим находкам, а к поиску элегантности

¹ Мода, изменяющая жизнь. Кунихико Морианага. Япония. Стили и жизни. Весна 2020. С. 14: https://www.ru.emb-japan.go.jp/MAGAZINE/MAGAZINE_20/2020_SPRING_all.pdf

² Там же. С.15.

и красоты. Для Японии это было тем более злободневным, поскольку европейская одежда окончательно вошла в повседневный обиход населения лишь в послевоенное время в контексте стремительной модернизации жизни всей страны. Среди прочих актуальных проблем на повестку дня сразу же встала задача не только создания мощной текстильной промышленности, с чем японцы достаточно быстро и легко справились, но и разработки новых образцов одежды, гармонично сочетающей японские традиции с западными стандартами, а также с новыми требованиями дня. Эту задачу попытались решить первые японские модельеры, которые начали с освоения и адаптации западных образцов к японской реальности, а в дальнейшем и вовсе совершили модную революцию на западных подиумах, уже тогда предложив миру иной подход к одежде, ее конструированию, художественным образам, материалам [Ермилова 2018; Тормозова 2007; English 2004; Kawamura 2001].

Сегодня мы вспоминаем троих пионеров японской моды – Мори Ханаэ 森英恵 (1926–2022), Такада Кэндзо 高田賢三 (1939–2020) и Миякэ Иссэй 三宅一生 (1938–2022), которые один за другим как-то незаметно и тихо ушли из жизни за последние несколько лет, оставив после себя богатейшее культурное наследие. Их смелые креативные идеи не только изменили мир моды, но и оказали огромное влияние на каждого из нас, на то, что мы любим и носим, начиная с лаконичных черных водолазок и кончая столь актуальной сегодня одеждой «оверсайз». Но мода – это не только одежда, это наша жизнь, наша культура и, наконец, как любил говорить об этом Миякэ Иссэй, это – счастье, поскольку в японском языке слова «одежда» и «счастье» – синонимы и звучат как *фуку*, хотя и пишутся разными иероглифами (服/福). Для меня большим счастьем была возможность встречаться и общаться с этими замечательными людьми, переводить их многочисленные дружеские беседы с нашим теперь уже тоже покойным модельером Вячеславом Зайцевым (1938–2023), бывать в их творческих мастерских и бутиках на самой модной улице Токио Омотэсандо в районе Харадзюку и наблюдать за тем, как их креативные идеи разлетались по всему миру.

Японская бабочка, перелетевшая через границы Японии

О Мори Ханаэ знает каждый, кто изучал культуру послевоенной Японии или хотя бы что-то читал о ней, поскольку долгие годы эта прославленная женщина являлась лицом своей страны. Ее образ всегда ассоциировался с изящной бабочкой благодаря созданным ею моделям и рисункам, а одновременно с этим напоминал любимую во всем мире героиню оперы Дж. Пучинни «Мадам Баттерфляй». Мори заняла «особое место в умах японцев» [Kawamura 2004, p. 155] благодаря высокому статусу кутюрье, который она приобрела во Франции, будучи принятой в состав Синдиката высокой моды. Это – титул, которого на тот момент не имел ни один японский дизайнер. Ее появление в Париже в 1960-е гг. стало первым шагом к широкой японской экспансии в мире красоты и дизайна. Именно работы Мори открыли «моду на японцев», которая быстро перешагнула границы французской столицы.

Правда, все это случилось далеко не сразу и, как может показаться, во многом случайно. Но, как говорится, случайных вещей не бывает на свете. Мори родилась в 1926 г. в многодетной семье преуспевающего хирурга и воспитывалась так, чтобы стать идеальной женой и домохозяйкой, как и ее мать, посвятившая себя целиком заботе о доме и детях. Однако при огромной домашней нагрузке эта женщина всегда находила время, чтобы приобщиться к красоте и приобщить к ней маленькую Ханаэ, пролистывая вместе с ней журналы мод, которые часто приносили в их дом. В одежде она знала толк и своей дочери с детских лет старалась привить хороший вкус и умение делать все по дому своими руками. Но ни о какой дизайнерской карьере никто тогда даже не помышлял. После окончания школы девушка поступила в Токийский женский христианский университет на факультет японской литературы и, получив высшее образование, вскоре удачно вышла замуж за сына крупного текстильного магната. В общем, типичная история японской женщины из среднего класса послевоенного времени. Правда, на этом обыкновенная история прерывается и начинается звездная история, определившая весь дальнейший жизненный путь нашей героини.

Постигать профессию дизайнера она решила у себя на родине, вдохновленная опытом Европы и бережно сохраняя свои национальные традиции. Для этого окончила один из старейших колледжей при Академии моды Сугино, где изучала систему традиционного и европейского кроя, училась разбираться в тканях. Именно тогда она сделала для себя поразительное открытие, поняв основное отличие двух концепций – восточной, которая была «плоской» и двумерной, и западной – объемной и трехмерной.

И уже в 1951 г. она открыла в оживленном торговом районе Токио свое первое маленькое ателье, в котором стала шить одежду на заказ. А ровно через год она уже становится владелицей шикарного салона мод на главной улице Токио – Гиндзе. Ей во всем помогал муж, который взял на себя и заботу о двух детях, и всю деловую сторону их совместного бизнеса. И спустя несколько лет семья Мори уже владела несколькими бутиками. В Японии в те годы происходили разительные перемены – впервые ношение европейской одежды приняло массовый характер. Японцы облачились в деловые костюмы, а японки – в платья и юбки вместо кимоно, а традиционные сандалии гэта японские модницы быстро сменили на туфли на каблуках. Мори, как и большинство ее соотечественников, также попала под власть западных дизайнеров, копируя для своих клиенток модели из модных журналов. И это имело среди молодых состоятельных женщин большой успех, на волне которого начинающая портниха вскоре стала модным дизайнером, создающим одежду в европейском стиле. Модели с лейблом «Мори Ханаэ» стали продаваться в самых дорогих универмагах японской столицы, а спустя какое-то время и по всему миру.

Но прежде чем стать по-настоящему знаменитой, и особенно за пределами Японии, Мори Ханаэ пришлось много учиться и работать в США и Франции, обшивать мировую элиту, делать костюмы для японского театра и кино. Ей повезло: японское кино в те годы переживало свои золотые времена, и именно эта сфера деятельности, а не заказы японских модниц в самом начале ее звездного пути, стала приносить максимальные материальные и иные дивиденды. Да и не могло быть иначе, ведь ей посчастливилось работать с такими прославленными режиссерами, как Куросава Акира 黒澤明 (1910–1998), Мидзогути Кэндзи 溝口健二 (1898–1956), Осима Нагиса 大島渚 (1932–2013) и др. В общей сложности на счету Мори создание костюмов для нескольких сотен фильмов. Забегая на десятилетия вперед,

уместно вспомнить, что одной из ее последних работ в кино стала картина о выдающемся советском разведчике Рихарде Зорге, поставленная классиком японского экрана Синода Масахиро 篠田正浩 (р. 1931) в 2003 г., где в роли главного героя выступил британский актер Иэн Глен.

Кинематографический опыт молодого модельера и дружба с мэтрами японского экрана стали ее своеобразной визитной карточкой для признания в высших кругах японского общества, да и в Европе тоже, потому что японское кино к тому времени уже приобретало необычайную популярность во многих странах. Неудивительно, что и во Франции о нем говорили с восторгом, правда, при этом все еще считая эстетическим удовольствием для избранных. Но завоевание Парижа Мори Ханаэ начинала не с кино и не с показа своей коллекции, а с того, что, накопив солидную сумму денег, приехала туда якобы для шоппинга. Вместо всевозможных дешевых распродаж она колесила под видом клиентки по всемирно известным модельным домам и, невзирая на внушительные цены, заказывала для себя последние дизайнерские новинки. А сама в это время наблюдала за тем, как работают мэтры – Живанши, Карден, Боан и др. и как организовано их производство. Впоследствии Мори Ханаэ вспоминала, что «все они одевали женщину, будто она была не живым человеком, а красивым приложением к мужчине. Все – кроме Коко Шанель...»³.

Удивительно, но в Японии Шанель в те годы была непопулярна. Ханаэ о ней практически ничего не знала. Но именно общение с этой знаменитой женщиной, ее работы, ее взгляд на мир стали для Мори настоящим источником вдохновения. В те годы Запад переживал сексуальную революцию, танцевал рок-н-ролл, пел песни «Битлз» и курил марихуану. Знамением времени стало новое поколение – хиппи, именовавшее себя «детьми цветов». Последним изобретением в моде были мини-юбки, а самой популярной одеждой – джинсы. Пьер Карден представил коллекции в стиле роботов, а Ив Сен-Лоран наполнил высокую моду идеями улицы. Япония же все еще жила образами европейской классики и романтическими ощущениями пятидесятых, которые ассоциировались с триумфальными показами коллекции Диора в Японии в 1953 г. И этот здоровый и во многом

³ Егорова С. Как Ханаэ Мори стала первым дизайнером из Японии, покоровшим Париж. Культурология.РФ : kulturologia.ru/blogs/021021/51298

традиционный для японцев консерватизм по большей части пошел им только на пользу.

Набравшись профессионального и практического опыта во Франции, Мори отправилась изучать фэшн-индустрию в США. Там она посещала курсы дизайна, часто ходила по крупным универсам, продававшим готовую одежду известных брендов, изучая каждую деталь ее изготовления. Но однажды она спустилась в подземный этаж одного из торговых центров, где продавались дешевые и некачественные товары, сделанные в Японии, и была просто шокирована таким открытием. И после этого она долго еще не переставала искать ответ на вопрос, как случилось так, что ее страна с такой древней и богатой культурой вынуждена была довольствоваться столь плачевным положением в мире моды. И это придавало ей силы в достижении поставленной весьма амбициозной цели – стать профессиональным модельером.

А еще, будучи в США, она открыла для себя оперу, малопопулярный жанр в Японии. Однажды Мори попала на постановку «Мадам Баттерфляй», которая потрясла ее настолько, что именно с тех пор бабочка навечно стала ее визитной карточкой. И именно здесь, в Нью-Йорке, в 1965 г. она впервые представила свои работы на суд местных и зарубежных знатоков моды. Коллекция называлась весьма символично: «Восток встречается с Западом» – тема, которая пронизывает все творчество модельера. Публику потрясло в этом показе буквально все: и непривычные силуэты, и крой, во многом заимствованный из традиционной японской одежды. При этом, в отличие от будущих японских модельеров авангардного толка, Мори не искажала человеческое тело, а украшала его, следуя в целом европейским лекалам.

Другим запоминающимся моментом оказался материал, из которого были выполнены эти шедевры. Это – тончайший японский шелк с популярным японским декором – изображениями бабочек, ирисов, хризантем, – который переливался всеми красками, почерпнутыми из самой природы. Одним словом, одежда, представленная молодой японкой, была довольно консервативна и близка по своему духу европейцам и американцам, но особенно впечатлял поклонников традиционно японский колорит ее работ. С тех пор визитной карточкой Ханаэ стали шелковые платья, обильно украшенные цветами и, конечно, бабочками, которые исследователи моды считают лучшими дизайнерскими находками на отрезке времени с конца 1970-х

по начало 1990-х гг. Публика была в восторге, и уже через какое-то время открылись первые бутики Мори Ханаэ в Нью-Йорке и Лондоне. Но это было только начало. Вслед за этим талантливая японка запустила первую собственную парфюмерную линию и расширила географию своей известности, организовав очередные показы в Индии и на Ближнем Востоке.

А в 1977 г., утвердившись в статусе дизайнера в США, Мори все-таки приехала в Париж, на сей раз не учиться у своих коллег, а покорять столицу мировой моды. И покорила, войдя в состав Синдиката высокой моды, учрежденного еще самим Чарльзом Воротом. Так она стала первым азиатским модельером, разрабатывающим одежду *haute couture*. Ее стиль, сочетающий в себе этнические мотивы и универсальность, был и здесь принят с восторгом. Ее модели все чаще стали появляться на страницах американского *Vogue*, ее постоянными клиентками стали женщины из японской императорской семьи, представительницы высшей знати и богемы других стран, жены политиков и дипломатов. Вот только несколько имен: Жаклин Кеннеди, Хиллари Клинтон, Нэнси Рейган, принцесса Монако Грейс Келли и т.д. А еще следует вспомнить, что именно Мори придумала свадебное платье для императрицы Масако, усеянное гирляндами из роз.

На волне своей популярности Мори открыла бутик в Париже. И в скором времени торговый знак ее фирмы – красочные бабочки – разлетелись по планете: почти 70 магазинов по всему миру давали доход ее фирме, превышающий 40 млрд. иен в год (323 млн. долл.). Как писали в те годы американские газеты, «изделия Ханаэ Мори помогли нам избавиться от предубеждения, что лейбл “Japan” – признак дешевого низкокачественного товара». Считая себя сугубо европейским дизайнером, Мори никогда не порывала с традициями японской культуры. Предложенный ею интернациональный стиль всегда сохранял едва уловимые приметы Востока

Как у большинства домов высокой моды, основным источником ее дохода являлась готовая одежда с маркой «Мори Ханаэ», которая успешно продавалась по всем миру. Однако в условиях экономического спада после кризиса конца 1990-х гг. дорогая одежда в Японии потеряла массовый спрос, и, несмотря на всемирную известность и безупречную репутацию, модный бизнес Мори стал убыточным. Ее иностранные конкуренты также немало сделали, чтобы вытеснить известного модельера с международного рынка моды. В результате

в 2002 г. в связи с огромными объемами долга принадлежавшая ей линия *prêt-à-porter* (готовой одежды) перешла в руки концерна Mitsui & Co. Ltd. Однако и это еще не было концом звездной карьеры. После закрытия собственного бренда Мори Ханаэ еще какое-то время осуществляла руководство своими ателье в Париже и Нью-Йорке, где шили одежду для избранных особ. Да и в Токио на улице Омотэсандо еще долго действовал ее знаменитый дом моды, прославляя ее имя, но уже торгуя изделиями, разработанными и выполненными под руководством других мастеров. В очередной раз легендарное имя Мори Ханаэ прозвучало на Неделе моды в Токио в конце 2010-х гг. на представлении новой линии женской одежды Hanae Mori Manuscript, правда, разработанной уже не ею, а молодым дизайнером Амацу Ю 天津憂 (р. 1979). Его тогда прочили в продолжатели дела Мори, но из этой затеи так ничего и не вышло. При этом сама Мори тогда еще оставалась в мире моды, создав благотворительный фонд для поддержки молодых дизайнеров, который возглавляла вплоть до своей смерти в 2022 г., когда этой великой женщине уже шел девяносто седьмой год. Возможно даже, что самых талантливых из них когда-нибудь символично нарекут «внуками Мори», поскольку именно от нее ведут отсчет истории современной японской моды, и уже следующее за ней поколение прославленных японских дизайнеров на Западе с любовью называют «детьми Ханаэ Мори».

Самый парижский из японских кутюрье

Японские дизайнеры в Париже – это особое явление. Японская культура органично влилась во французскую моду, но не смешалась с ней. Сегодня самым парижским из всех японцев и первым японским мужчиной-кутюрье часто называют Такада Кэндзо. Его предшественница Мори Ханаэ когда-то не без гордости сказала: «Я завоевала мир, в котором женщинам не было места»⁴. Она говорила так о верхушке мировой моды, во главе которой в те годы находились мужчины. Наверное, нечто похожее, но в зеркальном отражении, произошло и с Такада Кэндзо, который стал первым мужчиной-модельером в японской фэшн-индустрии, в те годы преимущественно женской.

⁴ Егорова С. Как Ханаэ Мори стала первым дизайнером из Японии...

В Японии долгие годы мода считалась чисто женским занятием. Профессия дизайнера одежды для мужчины являлась малопрестижной, да и двери профессиональных учебных заведений были закрыты для юношей. И многим ныне прославленным японским модельерам-мужчинам пришлось выдержать довольно серьезное сопротивление семьи, а порой получить вначале другое образование, прежде чем избрать моделирование одежды делом своей жизни. Но, как правило, всемирная слава к ним приходила далеко не сразу и не из Японии, а из Парижа, где они вначале проходили школу выживания, а затем их ждал стремительный профессиональный взлет. Такада Кэндзо проделал в своей жизни и творческой биографии именно этот типичный для того времени путь.

Он родился в 1939 г. в г. Химэдзи и с ранних лет окупнулся в мир красоты и искусства. Еще учась в средней школе, он с искренним интересом наблюдал за учебой своей старшей сестры в школе кройки и шитья. Она часто приносила домой популярные в те годы журналы «Химавари» и «Сорэйю», которые выпускал известный японский художник Накахара Дзюнъити 中原淳一 (1913–1983). В этих изданиях публиковались его рисунки с изображением миловидных кукольных созданий, напоминающих героинь *манга* для девочек, в чем Накахара не знал себе равных. Кэндзо очень нравились эти образы, и он любил копировать их на бумаге. Как впоследствии рассказывал сам модельер: «Через эти журналы я впервые соприкоснулся с миром моды, ощутил аромат Европы»⁵.

Вот почему, когда настало время выбора профессии, он первым делом навел справки о возможности поступления в учебное заведение дизайнерского профиля, но прежнее табу еще продолжало существовать. И тогда Кэндзо не без давления со стороны семьи поступает на отделение английского языка и английской литературы в Институт иностранных языков г. Кобе. Но проучился он там немногим больше семестра, когда случайно увидел в электричке объявление о первом наборе молодых людей в престижный колледж «Бунка фукусю: гакуин» 文化服装学院, который в силу его популярности обычно называют просто «Бунка». И конечно же, не слушая возражений родителей, он бросает институт и направляется в Токио, где, пройдя профес-

⁵ Исидзэ М. Кэндзо Такада: «В России сбалансированно сочетаются западная, европейская культура и восточная, азиатская...» *Япония. Стили и жизни*. Осень 2012. С. 5.: https://www.ru.emb-japan.go.jp/MAGAZINE/MAGAZINE_7/All%20articles.pdf

сиональный отбор, поступает на кафедру преподавания и дизайна. Жил он вместе с другом в маленькой съемной комнатке, на жизнь подрабатывал везде, где повезет, порой даже подмастерьем маляра. Но все-таки для будущей знаменитости это был счастливый период в жизни. Потом он с большой теплотой рассказывал об этих годах, о дружбе с сокурсниками, среди которых были Косино Дзюнко コシノジュンコ (р. 1939) и другие будущие знаменитости подиума. Но чаще всего Такада вспоминал своего преподавателя Коикэ Тиэ 小池千枝 (1916–2014), которая незадолго до этого побывала в Европе и в восприятии романтического юноши олицетворяла собой свободный дух Европы. А непосредственно с новинками из Европы начинающий модельер познакомился на показах моделей Пьера Кардена, которые были организованы прямо в актовом зале колледжа во время его приезда в Японию в 1957 г.

Сам же Такада отправился в Париж в 1965 г., уже после того как окончил колледж и проработал какое-то время дизайнером женской одежды в универмаге «Санай», куда он попал, выиграв нескольких студенческих конкурсов. По совету своей любимой преподавательницы Коикэ он отказался от привычного авиаперелета в Париж через Европу и отправился морем на торговом судне. Путь пролегал из Иокогамы до Марселя через портовые города многих стран – Гонконг, Тайвань, Сингапур, Макао, Барселону и т.д. Это заняло в общей сложности около месяца. По ходу морского путешествия молодой дизайнер знакомился с укладом жизни разных народов, изучал их национальную одежду, открывал для себя необычные и разнообразные сочетания цветов местных тканей и т.д. Спустя годы, вспоминая прошлое, Такада Кэндзо не раз говорил о том, что полученные тогда неожиданные и разнообразные впечатления сильно повлияли на его дальнейшее творчество, пробудив в нем огромный интерес к этническому стилю, основателем которого он вошел в историю моды. Но на тот момент все мысли молодого человека были заняты ожиданием долгожданной встречи со столицей мировой моды. В Париже он первоначально планировал провести всего несколько месяцев, но стремительное развитие его профессиональной карьеры на долгие десятилетия связало модельера с этой страной, где он провел и последние дни своей жизни в октябре 2020.

Первые впечатления от Парижа не стали столь светлыми и радостными, как представлял себе начинающий дизайнер. Город поначалу

показался Такада Кэндзо блеклым и унылым, пока он не увидел Собор Парижской Богоматери, который потряс его своей красотой. И тогда молодому человеку захотелось окрасить в яркие тона эти грустные пейзажи. Он начал рисовать свои знаменитые цветы, радуя и себя, и окружающих, и все это – несмотря на то, что сам мучительно переживал в это время полную бытовую неустроенность и безденежье. Но случилось чудо, и благодаря его рисункам о нем заговорили в Париже. И этот во многом случайно возникший художественный промысел помог молодому художнику не только хоть как-то наладить свою жизнь, но и обзавестись полезными знакомствами среди художественной богемы. При поддержке новых друзей он вскоре стал работать стилистом на текстильной фабрике и одновременно рисовал эскизы для модных домов, получая за каждый из них 25 франков. А в свободное время молодой человек шил одежду просто для себя из ткани, которую привез из Японии, а также из купленных на блошином рынке лоскутов. Большого он позволить себе тогда не мог. Но из этой эклектики фактур и материалов, парижского настроения и традиций японской культуры родилась первая коллекция его работ.

В 1970 г. один из местных приятелей предложил Такада Кэндзо снять небольшое полуразвалившееся помещение бывшей галереи неподалеку от Гранд Опера, и тот обрадовался такой возможности. Переселившись туда, он сразу же приступил к ремонту помещения, декорируя его под джунгли в стиле рисунков Анри Руссо – тропические цветы, листья и звери. Так было положено начало самобытному этностиллю модельера, насыщенному яркими экзотическими цветами, птицами, бабочками, который не теряет своей актуальности и по сей день. Так родился бренд Такада с экзотическим названием “Jungle Jar”. Его презентация происходила непосредственно перед открытием магазина на первом этаже здания.

Коллекция состояла из 50 моделей, которые демонстрировали не профессиональные манекенщицы, а знакомые девушки Кэндзо, которые не требовали за работу никакой оплаты. Правда, вместо строгого дефиле они устроили веселое шоу с танцами в странной для того времени одежде. Модельер вынужден был экономить на всем и в особенности на тканях, на которые было затрачено не более 200 долл. Отсюда – его особое увлечение так называемыми лоскутными нарядами (пэчворк), что стало главной отличительной чертой его первой

коллекции. Зрителей тоже оказалось немного, но среди них можно было встретить знаковые фигуры во французском мире моды. Так что, хотя презентация первой коллекции Такада прошла без особой помпы, слухи об этом событии быстро распространились по Парижу. И через несколько дней на обложке очередного номера модного журнала *Elle* уже красовалась фотография лучшей из представленных Такада моделей. Это была победа начинающего мастера и его смелый вызов своему кумиру – Иву Сэн-Лорану. А еще через год Кэндзо уже представлял свои модели в Нью-Йорке и Токио.

Секрет его успеха состоял в том, что в первой же коллекции он соединял формы европейской одежды и кимоно. На основе японских традиций он создал свой оригинальный свободный силуэт, обеспечивающий непринужденность и раскованность движений, сохранив приверженность яркой необычной цветочной палитре и рисунку, контрастирующему с серой обыденностью. В душе Такада давно таил дерзкий вызов традициям высокой моды и стремление создать моду заново. «Мне хотелось сделать что-то нестандартное, и я показал одежду, дизайн которой не был связан с устоявшимися здесь представлениями, – отмечает в одном из интервью модельер. – Я использовал материал для кимоно и традиционные ткани. Кимоно подсказало мне идею просторной одежды. Азия тоже вдохновляла меня. Это было слияние японского и западного стилей. Мне кажется, мое творчество как раз обусловлено тем, что я – японец, моим японским восприятием. И еще, думаю, в моем творчестве мне помогла та самая эпоха»⁶.

Незадолго до этого, в 1968 г., Францию потрясли студенческие бунты, приведшие к отставке правительство де Голля и поставившие перед жителями страны вопросы поиска новых путей общественного развития. Это была свободная эпоха, построенная на контрастах, эпоха, испытывавшая большое влияние движения хиппи с их тягой к свободе, сексу, наркотикам и т.д. Общественные перемены повлекли за собой и серьезные трансформации в области моды, завершившиеся переходом от высокой моды *haute couture* к повседневной *prêt-à-porter*, от одежды дорогого пошива на заказ, рассчитанной на состоятельную публику, к более дешевой готовой одежде массового производства.

⁶ Исидзэ М. Кэндзо Такада... С.6.

Стиль Кэндзо точно отвечал этим запросам парижской моды. Его модели ярко контрастировали со строгими нарядами французских модельеров 1960-х гг. своей подчеркнутой сексуальностью и гламуром. А еще, по словам самого же модельера, «его одежду отличала высокая функциональность, одежда подходила под климатические условия любой местности». Модельер ориентировался, как говорил он сам, «на одежду для женщины, в которой она одна может ездить в метро»⁷.

Такада ввел на Западе моду на просторные мешковатые фасоны, скрывающие фигуру. Он искусно вписывал в современные тренды пышные рукава и шаровары, элементы кимоно, многослойность и другие особенности японской национальной одежды. Хлопок, редко используемый в модных парижских домах, позволял экспериментировать с большими пропорциями и свободным кроем и т.д. Одним словом, «эстетика Кэндзо попала в стиль и образ того времени и помогла ему стать знаменитым»⁸.

А еще модельер буквально поразил местную публику, продемонстрировав на первом же показе совершенно новый тип дефиле с музыкой, клоунадой и фейерверком. С тех пор элементы театрального действия прочно вошли в парижские показы мод. И это он тоже заимствовал из национальной культуры, возможно, даже из спектаклей театра Но, преданным поклонником которого он оставался всю жизнь. Достаточно вспомнить его знаменитую экспозицию Kenzo No, с которой он приезжал в Москву в 2012 г. На ней были представлены картины, изображающие кутюрье в костюме артиста театра Но, а также видеокадры спектаклей.

Казалось бы, что может быть общего между современным дизайнером прославленного мастера и древним японским театральным искусством? Он сам дал ответ на этот вопрос в одном из интервью: «Традиционная культура любой страны имеет глубокую историю. Я сам как японец, и театр Но как традиционная культура Японии, сливаются воедино. Иногда это может быть классикой, а иногда модернизмом. Я всегда это чувствую»⁹. И еще одно откровенное высказывание

⁷ Мидзусима М. Основатель Kenzo: Кэндзо Такада. *Япония. Стили и жизни*. Весна 2021. С. 11.: https://www.ru.emb-japan.go.jp/MAGAZINE/MAGAZINE_22/2021_SPRING_all.pdf

⁸ Делюкин Е. «Мода для всех, она не должна быть серьезной»: кем был Кендзо Такада, создавший бренд Kenzo... *VC.ru* <https://vc.ru/design/164261-moda-dlya-vseh-ona-dolzha-byt-sereznoy-kem-byl-takada-sozdavshiy-brend-kenzo>.

⁹ Исидзэ М. Кендзо Такада... С. 7.

Такада на этот счет: «Моя принадлежность к японскому народу, конечно же, является основой моего творчества. В то же время вдохновение от японской традиционной культуры я воплощаю в одежде, пропуская через свой собственный фильтр. Когда я представил свою коллекцию в 1970 году, я идентифицировал себя как японца, азиата»¹⁰.

Однако настоящую известность Такада Кэндзо приобрел лишь после 1976 г., когда зарегистрировал свой всемирно известный бренд “Kenzo” и открыл флагманский магазин в центре Парижа. А “Jungle Jar” ушел в историю. Так посоветовали ему в США, так как прежнее название оказалось некорректным в отношении японцев. Вместе с новым названием бренда модельер создал целое новое направление в европейской моде – «деструктивный кутюр». Показы его коллекций превратились в грандиозные шоу – на площадках размером со стадион, рок-музыкой, приглашенными знаменитостями. Билеты продавали всем желающим. Так, в 1978 и 1979 гг. Кэндзо устроил шоу в цирке с наездниками на лошадях в прозрачной униформе, а сам модельер в конце программы выезжал на арену на слоне.

В дополнение ко всему в 1980 г. Кэндзо занялся парфюмерным бизнесом, который, по его словам, начал буквально «ради развлечения». В результате аромат Flower by Kenzo журнал *Vogue* назвал одним из лучших классических французских духов всех времен. Вслед за этим на волне необычайной востребованности в 1980-х гг. модельер расширил линейку одежды: в 1983 г. появилась мужская коллекция, в 1986 г. – детская, началось производство мужских и женских джинсов. Следующим шагом в его головокружительной карьере стало сотрудничество с бюджетными брендами, что газета *The New York Times* назвала новаторским подходом¹¹. В 1984 г. Такада подписал контракт с сетью доступных магазинов Limited Stores на создание недорогой одежды Album by Kenzo, чем вызвал среди других торговых домов большие опасения по поводу судьбы его основного бренда. Но модельер, хотя и признавал огромный риск, уверенно настаивал на том, что мода не должна быть только для избранных, и стремился к тому, чтобы сделать ее доступной каждому.

Одна за одной успешно выходят его знаменитые коллекции, а также парфюмы. Творческая активность Такада бьет ключом. Но

¹⁰ Там же. С. 6.

¹¹ Там же.

тут на самом пике популярности прославленный кутюрье неожиданно продает свою торговую марку концерну LVMH и через шесть лет сам уходит из модного дома. Так что сегодня, строго говоря, назвать японской марку “Kenzo” трудно: имя самого знаменитого японского модельера носит прибыльное международное предприятие, к Такада Кэндзо уже давно не имеющее никакого отношения. В свое время сам маэстро объяснял это непростое решение множеством причин, в том числе смертью близких друзей и партнеров, сменой моды и т.д. И тем не менее какое-то время он еще пытался найти для себя новую сферу деятельности: занимался дизайном интерьера и мебели, а потом и посуды, организовывал выставки своих картин, создавал костюмы на заказ, в частности, для Токийской оперы. Но это продолжалось недолго, в 1999 г. он окончательно расстался с миром моды. Во время его прощального показа кроме топ-моделей на подиуме появилось около 200 друзей модельера, устроивших дружеское выступление. Это стало двухчасовым зрелищем, на котором было показано около 300 работ звездного модельера, созданных за почти полувековую историю его деятельности. Сам же 50-летний юбилей со дня дебюта Такада в фэшн-индустрии отпраздновали в 2000 г., после чего его имя практически исчезло из первых строчек модных показов. И тем не менее в 2002 г. он вновь громко напомнил о себе, решив создать линию одежды под символичным названием «Юмэ» («Мечта»). Его последние работы еще несли в себе отголоски художественных исканий Мори Ханаэ, но уже в большей степени предвещали грядущие перемены, которые осуществит следующее поколение японских дизайнеров.

Великий оптимист

О решительном наступлении японцев на мировые подиумы впервые заговорили в конце 1970-х – начале 1980-х гг. Именно тогда к уже гремевшим на Западе именам Мори Ханаэ и Такада Кэндзо присоединились следовавшие по их стопам Миякэ Иссэй, а вслед за ним Ямамото Ёдзи 山本耀司 (р. 1943) и Кавакубо Рэй 川久保玲 (р. 1942), которые внесли настолько кардинальные изменения в мировую моду во второй половине XX в., что их сравнивают с модной революцией. Правда, самих революционеров еще часто называют «детьми Мори». Однако, в отличие от своей знаменитой предшественницы, эти бунтари от моды бросили вызов европейским классическим

канонам в одежде, всему тому, что проповедовала она, и встали на путь «антимоды». Но их дерзкие эксперименты во многом перекликаются с принципами традиционной японской эстетики. И в этой ярко выраженной или искусно скрытой, но всегда присутствующей в их творчестве национальной окраске, возможно, и состоял тот элемент «кровного родства» с Мори Ханаэ, о котором любят писать в прессе.

На самом деле найдется куда больше оснований называть следующее поколение японских модельеров продолжателями креативных идей Такада Кэндзо. Но если Такада пытался найти компромисс между парижской модой и своим восточным взглядом на одежду, то Миякэ, Кавакубо и Ямамото совсем не пытались подстроиться к модным тенденциям в тот момент, когда появились в Париже. Главное, что они стремились донести до публики, – это то, что «одежда предназначена не только для украшения человека, но для осознанного наслаждения тем, что носишь»¹², что она несет в себе интеллектуальное начало. И более того, они настаивали, что одежда – еще и искусство и в то же самое время явление социальное. Достаточно вспомнить, как в 1982 г. Кэндзо совместно с Миякэ Иссэй устраивали модные шоу в Токио и Осаке, пропагандируя важную роль моды во всех общественных сферах – в экономике, культуре и повседневной жизни. Миякэ стал следующим, кто подхватил новые идеи Кэндзо и подготовил почву для тех серьезных трансформаций, которые назревали в мировой фэшн-индустрии.

Как и Кэндзо, Миякэ сделал свой осознанный выбор в пользу профессии модельера еще тогда, когда в учебные заведения модельного профиля допускались только девушки. Родился он в 1938 г. в г. Хиросима, в семь лет пережил атомную бомбардировку, во время которой потерял практически всю семью, а сам получил тяжелое облучение, от которого страдал всю жизнь. Но тогда ему посчастливилось выжить, и это вселило в него оптимизм. С тех пор он научился особенно остро ценить красоту, стремясь передать ее в своих рисунках. И окончив художественную школу в 1959 г., юноша сразу же отправился в Токио, где поступил в художественный университет Тама на отделение графического дизайна. И именно тогда он впервые задумался о моделировании одежды. В 1963 г. появилась его дебютная коллекция под возвышенным названием «Поэма из ткани и камня». По ней

¹² Мацусима М. Основатель Kenzo... С.11.

уже было нетрудно предсказать большое профессиональное будущее талантливого студента.

И все-таки утверждать себя как модельера молодой человек решил, как и его предшественники, в Париже, куда он и направился через год после завершения учебы в 1965 г. Цель была ясна – совершенствовать свое мастерство и добиться международного признания. Здесь он сразу же поступает в школу при Синдикате высокой моды, а после ее окончания дипломированный специалист становится ассистентом в модном доме Ги Лярош. Через год он переходит в мастерскую Юбера де Живанши, а вслед за этим и вовсе переезжает в США, где сразу же находит работу в Центре мировой массовой культуры и поп-арта. Именно эти два направления тогда более всего привлекали юношу. Параллельно он работает стилистом в мастерской Джеффри Бина, известного в первую очередь как создатель простой, удобной и нарядной женской одежды. Судьба всячески благоволила Миякэ, но долго за границей молодой человек не стал задерживаться. Набравшись полезного опыта в США, он поспешил вернуться на родину.

За время пребывания за границей Миякэ, в отличие от Кэндзо, не особенно был вдохновлен западной одеждой. Куда больше его занимал вопрос о том, как придать новое современное звучание традиционному костюму. В одном из интервью кутюрье так выразил свою мысль: «Вдали от дома, работая в Париже, я с трудом представлял свое место в моде и задавался вопросом: “Что я могу сделать как европейский дизайнер?” Тогда я понял, что мой недостаток – отсутствие европейской традиции – это и есть мое главное достоинство. Я свободен от европейских представлений об одежде, зная это, назад идти не мог и пошел вперед»¹³.

В действительности, размышляя о своих творческих задумках, Миякэ никогда не брал в расчет модные тенденции последних лет, предпочитая творить свое. Правда, вместе с тем из опыта своего знакомства с Западом он навсегда вынес для себя две идеи, которым следовал всю свою жизнь. Первая – идея свободы. Он хотел создать одежду – «вторую кожу», дающую свободу движению, самовыражению личности, соединению разных культурных традиций. И вторая – идея демократичной одежды, одежды для людей. Эти принципы стали концептуальным наполнением его творчества.

¹³ Ориентализм. История восточных влияний на западную моду (часть девятая): <https://vita-colorata.livejournal.com/860040.html>

Обосновавшись в Токио, будущий кутюрье начинает работать над созданием собственного бренда и собственной дизайн-студии. И это не потребовало долгого времени: в апреле 1970 г. заработала его творческая мастерская, а конце года Миякэ уже представил первую коллекцию своего бренда для сезона веста-лето 1971 г. главному редактору американского издания *Vogue* Д. Бриланд. Основная концепция этой коллекции была взята у американцев, уделяющих главное внимание простоте, удобству и практичности повседневной одежды. Как правило, это были джинсы и трикотажные майки, и Миякэ также взял за основу эту несложную комбинацию из двух предметов, декорировав белый верх портретами кумиров американской поп-культуры – рок-певицы Дженис Джоплин и музыканта Джимми Хэндрикса. При этом все принты были выполнены в стиле татуировок, являющихся, как известно, непременным атрибутом образа японской мафии *якудза*. Но если в преступном мире эти рисунки наносятся на кожу, то в коллекции Миякэ они были выполнены на ткани.

Вот такое удивительное и неожиданное смешение элементов американской и японской культур: сочетание рок-н-ролла и современного искусства с традиционным японским искусством тату 入れ墨, *ирэдзуми*. И вся коллекция была создана в том же эклектическом стиле. Речь, в частности, идет о пальто из стеганой джинсовой ткани, которая напоминала орнаменты тканей эпохи Нара (VIII в.). Далее шли яркие облегающие комбинезоны из трикотажа, похожие на костюмы конькобежцев, с рисунком, словно скопированным со старой крестьянской одежды. В дальнейшем идеи для оформления тканей дизайнер стал черпать в таких привычных предметах национального быта, как старинный японский зонтик, фонарик и т.д. Источником вдохновения для Миякэ не раз становились старинные гравюры. А из японских традиций костюма модельер перенял стремление к комфорту, универсальности, а также многослойности и свободному широкому крою. Его привлекали такие геометрические фигуры, как прямоугольник, квадрат и круг. Именно такие формы имеют его модели в разложенном виде.

Все эти обращения к национальной культуре вряд ли позволяют причислить Миякэ к последователям западной моды, но и прямое и единственное влияние исключительно восточной художественной традиции на его творчество тоже трудно признать. Так что, наверное, правы те, кто считает модели Миякэ японскими по корням,

западными по духу и универсальными по принципу, – чем-то большим, чем одежда¹⁴. О нем заговорили как о смелом новаторе и авангардисте в области фэшн-индустрии, подогревая интерес как к самому молодому дизайнеру, так и к его бренду

На волне растущей популярности, быстро преодолевшей границы Японии, в том же 1972 г. Миякэ открывает свои офисы в Париже, а затем и в Нью-Йорке, где он впервые за рубежом показал свою новую коллекцию сезона осень–зима 1971–1972 гг. в рамках открытия галереи «Японский дом». В 1973 г. дизайнер уже принимает участие в парижской и нью-йоркской Неделях *prêt-à-porter*, с чего, собственно и началась его известность в мире моды. В 1974 г. появляется первый фирменный бутик в Токио, а в следующем году – в Париже. При этом настоящее признание на родине приходит к Миякэ лишь в 1977 г., когда ему присудили престижную премию газеты *Майнити симбун* 毎日新聞, впервые доставшуюся дизайнеру. И все равно на Западе куда больше знали и чтили профессиональные заслуги японского кутюрье. В 1999 г. журнал *Time* назвал его вместе с Далай-ламой и Мао Цзэ-дуном одним из самых влиятельных людей Азии XX в. Он получил почетную докторскую степень в лондонском Королевском колледже искусств, а также Орден Почетного легиона от французского правительства и т.д. Среди его многолетних и верных поклонников можно назвать Майлза Дэвиса – известного джазового музыканта, Роберта Раушенберга – художника поп-арта и др.

Его давним почитателем и просто хорошим знакомым был основатель корпорации *Apple* Стив Джобс, в гардеробе которого долгие годы была практически незаменимой знаменитая черная водолазка от Миякэ, вошедшая в энциклопедию моды, как когда-то маленькое черное платье Коко Шанель. Любовь к этому базовому предмету одежды началась у Джобса еще в 1990 г., когда он побывал в офисе компании *Sony* и увидел, что носят сотрудники. Тогда он обратился к Миякэ с просьбой сделать то же самое для него самого и его команды. Правда, идея именно черного цвета в его офисе не прижилась, так что разработанная униформа стала ассоциироваться именно с Джобсом. В его гардеробе было около сотни одинаковых черных моделей, которые, несмотря на внешнюю простоту, обладают редкой элегантностью и комфортом в носке за счет качества материала,

¹⁴ См.: <https://theside.ru/mhk/modeler-issey-miyake#slides-15>.

хорошо выверенных пропорций и т.д. Показательно, что когда Джобс ушел из жизни в 2011 г., дизайнер в память о нем сразу прекратил производство этого изделия.

Другое не менее популярное изобретение Миякэ – это красный силиконовый корсет, точно повторяющий изгибы женского тела. Он сделан из формованного армированного волокна, пластика, но при этом практически точно повторяет образцы традиционных народных промыслов – лаковых изделий, которыми славится Япония. Над созданием этого оригинального скульптурного эксперимента дизайнер трудился почти пять лет. Сейчас этот эксперимент уже не вызывает удивления, но в начале 1980-х гг. это было настоящим прорывом в мире фэшн-индустрии. Затем в коллекции весна–лето 1982 г. появились жесткие конструкции, сплетенные из ротанга, которые напоминали одежду самураев. А дальше – лифы из проволоки, желтый дождевик из пропитанной маслом бумаги ручной работы, трико телесного цвета с черными геометрическими рисунками и т.д. В этом же ряду стоит его коллекция “Second skin” («Вторая кожа»), выполненная из эластичного трикотажа, которая состояла из фантастических вещей, напоминающих «костюм змеи», щедро декорированный цветными «татуировками».

И, наконец, еще одна до сих пор востребованная дизайнерская находка Миякэ – сумка Бао Бао (Baو Bao). Эту хорошо известную вещь, наверное, видел даже самый далекий от моды человек. Ее отличительная черта – это материал, покрытый слоем мозаичных треугольных панелей из ПВХ. Благодаря этой особенности изделие легко может менять форму и даже размер. Как и большинство главных работ Миякэ, эта сумка проста, но при этом берет на себя не только функции и практичность обычной классической сумки, но и превращает ее в живой движущийся предмет искусства.

Но это лишь наиболее знаковые работы Миякэ, ставшие его своеобразной визитной карточкой. На самом деле знаменитый модельер прославился не только этими новациями. Еще больше он известен как создатель новых тканей, с которыми не переставал экспериментировать всю жизнь, стараясь отыскать для людей что-то вроде «второй кожи». По мнению Миякэ, «покрой западной одежды ориентирован на тело, а покрой японской одежды на ткань» [Тормозова 2007, с. 14]. В связи с этим он пропагандировал плоский крой одежды – максимальное использование прямых линий и цельной ткани. Такая технология пошива позволяет сохранять традиции кроя кимоно.

Первые свои изделия Миякэ создавал из натуральных полотен, сделанных из хлопка и джута со следами ручной окраски и промывки в речной воде. Затем мастер стал все больше интересоваться современными технологиями, созданием оригинальных фактур тканей и, подобно химику, скрупулезно работать над изобретением новых материалов, используя традиционные и новые техники. Так появились надувные брюки, плиссированные туники с вкраплениями металлических нитей. Затем настал черед дутым штанам из нейлона и, наконец, знаменитым хитонам. А в 1990-е гг. фантазия заставила его переключиться с осязаемых образов на невидимые – он увлекся созданием парфюма. И один из первых придуманных им ароматов был посвящен «минутам счастья» (*фугу*), о чем я уже писала.

И все-таки среди всего этого обилия креативных идей следует выделить три гениальных авторских идеи, которые легли в основу разработанных им коллекций одежды. Речь, в первую очередь, идет о знаменитом плиссе Миякэ, идею которого он вынашивал еще с 1982 г., а с 1988 г. начал экспериментировать с разными материалами из натуральных и синтетических волокон, которые смешивал в самых невероятных комбинациях. Спрашивается: к чему он стремился? Ведь техника плиссировки уходит своими корнями в далекое прошлое. Но это было новым прочтением старой идеи. Если раньше одежду кроили из плиссированных тканей, то Миякэ поступил наоборот: готовые вещи из специально термически обработанного полиэстера, которые шились специально в два-три раза больше необходимого размера, укладывались складками между двумя слоями тонкой бумаги под горячий пресс. Плиссе показалось Миякэ идеальным материалом не только для повседневной жизни, но и для костюмов танцовщиц, поскольку этот метод основывался на использовании горячего пара и особого переплетения нитей, а значит, изделия можно было не бояться помять, можно было стирать, не боясь повредить. Так в 1993 г. был запущен весьма успешный в коммерческом плане бренд “Pleats Please”.

Далее следует сказать о другой легендарной линейке одежды *A-POC*, которая произвела настоящую революцию в области дизайна одежды в 1990-е гг., хотя сама идея овладела дизайнером еще в 1976 г. Эта загадочная аббревиатура расшифровывается как “A Piece of Cloth” (кусок ткани) и означает принцип, базирующийся на традиционной японской эстетике. Силуэт изделия прямой, не соответствующий

линиям тела и использующий ткань по максимуму, что напоминает кимоно, которое традиционно воспринималось не только как одежда, но и как картина, нацеленная на художественное и эмоциональное восприятие. Это по существу и есть основа концепции «кусоч ткани»: максимально простой крой и полная свобода вариаций. Представьте себе: обмотанный вокруг тела кусоч ткани, оснащенный прорезами и минимумом деталей, что позволяет менять силуэт и назначение вещи. Внешне процесс созидания выглядит примерно так: из специального аппарата подается ткань в форме цилиндра и ли же непрерывной «трубы», вытканной из единой нитки, на которую при помощи перфорации нанесены несколько вариантов линий будущего силуэта, сопряженных между собой. Выбрав наиболее понравившийся вариант, сам покупатель прямо в магазине может вырезать ножницами готовое платье без всяких швов. При этом отходов практически не остается: мелкие обрезки превращаются, к примеру, в варежки и т.д. «Без изобретательности тех, кто будет ее носить, моя одежда – не одежда»¹⁵, – как-то сказал Миякэ.

Сам Миякэ всю жизнь много фантазировал, постоянно экспериментировал с различными вариантами складок на одежде, применяя самые невероятные способы изготовления: кручение, сдавливание, комканье, усадку. Его шутливо называли «королем складок». Одним из его гениальных замыслов стала высказанная в 2000-х гг. идея перенести принципы японского искусства *origami* (изготовление различных конструкций и моделей из бумаги) на ткань. В результате из детской забавы родился новый метод создания «вырезанных» моделей, который сегодня с удовольствием используют в своем творчестве многие известные мастера одежды. На Западе этому новому японскому открытию сразу же приписали влияние любимого там *high tech*, причислив Миякэ к самым ярким представителям этого направления.

Но на этом дело не закончилось. В 2010 г. новый бутик в Токио «132,5 Иссэй Миякэ» предложил коллекцию женской одежды, построенной на принципе «оригами наоборот». Модели такой одежды представлены в бутике сложенными в плоские фигуры так, как обычно

¹⁵ Константину К. 5 гениальных вещей, которые создал Иссэй Миякэ: от водолазки Стива Джобса до плиссированных платьев. *Peopletalk*: <https://peopletalk.ru/article/5-genialnyh-veshhej-kotorye-sozdal-issej-miyake-ot-vodolazki-stiva-dzhobsa-do-plissirovannyh-platev/>

хранится кимоно. Если потянуть за уголок вверх, получится платье, юбка или топ. И это была новая оригинальная идея, исходившая уже не от самого Миякэ, а от новых дизайнеров – его учеников и последователей, занявших его место в компании после ухода великого кутюрье из бизнеса в 2007 г.

На самом деле он никогда не уходил из мира моды, а просто занялся другим видом творчества – работой в своем фонде, организацией выставок, различных шоу, новыми технологическими экспериментами, разработкой очередных креативных идей, всем тем, на что всю жизнь хватало времени. Однако тяжелая болезнь не позволила воплотить все его планы в жизнь. 5 октября 2022 г., за день до трагической годовщины бомбардировки Хиросимы, гения современной моды не стало. Но бренд Миякэ Иссэй продолжает успешно развиваться, предлагая своим преданным клиентам новинки одежды для каждого сезона и запоминающиеся ароматы в свойственном только ему оригинальном стиле. И новые коллекции, и новые коммерческие проекты, выходящие под брендом прославленного модельера, по-прежнему продолжают будоражить молодые умы.

Заключение: вклад Японии в мировую моду

Итак, нетрудно убедиться, что, несмотря на уход из жизни трех крупнейших японских модельеров – Мори Ханаэ, Такада Кэндзо и Миякэ Иссэй – их работы и идеи продолжают жить и развиваться в мире моды. А вслед за ними появилось уже не одно, а целых несколько поколений фэшн-дизайнеров, снискавших огромную популярность у модников многих стран. Сегодня японские модельеры по-прежнему остаются признанными лидерами по части самых революционных преобразований в модной индустрии. У них свой, особый взгляд на соотношение моды и стиля. Когда-то именно они спасли мир от необходимости носить строго определенные для каждого сезона фасоны, введя в обиход вечные ценности концептуальной одежды, когда стиль становится важнее моды и вещи можно носить годами. Сегодняшний потенциал Японии в области моды достаточно велик. Оригинальные творческие идеи, исходящие из Японии, бросают вызов моде западного мира. Сегодня все чаще стали говорить о работах японских модельеров как о прообразе одежды будущего. Легендарный Карл Лагерфельд, большой любитель Японии, создавший в свое время

знаменитую коллекцию «Карл в Токио», взяв за источник вдохновения традиционную национальную одежду и комиксы *манга*, не раз подчеркивал, что японские дизайнеры оказались наиболее подготовленными для XXI в.

Во всяком случае, сегодня есть немало оснований утверждать, что именно японцы с их особенно тонким видением мира, бережным отношением к окружающей среде, удивительным умением соединять в единое целое традиции и современность, национальное и заимствованное из других культур, ощущать тонкую связь между прошлым, настоящим и будущим, будут и дальше активно влиять на развитие мировой моды.

Библиографический список

Ермилова Д. Ю. (2018). *История домов моды. Учебное пособие для вузов*. Москва: Юрайт.

История моды с XVIII по XX век. Коллекция Института костюма Киото. (2003) Москва: Арт-родник.

Тормозова О. С. (2007). *Искусство современного японского костюма в контексте диалога с европейской модой XXI в.* Автореф. ... канд. искусствоведения. Санкт-Петербург.

References

English, B. (2004). *Japanese Fashion Designers. The Work and Influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo*. New York: Berg Publishers.

Ermilova, D. (2018). *Istoriya domov mody. Uchebnoe posobie dlya vuzov* [The History of Fashion Houses. Study Guide for Universities]. Moscow: Yurait. (In Russian).

Istoriya mody s XVIII po XX vek. Kolleksiya Instituta kostyuma Kioto [The History of Fashion, 18th – 20th Centuries. The Collection of the Kyoto Costume Institute]. (In Russian).

Kawamura, Y. (2001). *The Japanese Revolution in Paris Fashion (Dress, Body, Culture)*. New York: Berg Publishers.

Tormozova, O. (2007). *Iskusstvo sovremennogo yaponskogo kostyuma v kontekste dialoga s evropeiskoi modoi XX veka* [The Art of Modern Japanese Costume in the Context of a Dialogue With the European Fashion of the 20th Century]. Candidate of Sciences Thesis Summary. Saint Petersburg. (In Russian).