

ВЪВЕДЕНИЕ

Нека легендата ти набира сили - желая ѝ дълго и щастлив живот.

Коко Шанел за репутацията си

Повече от всеки друг Габриел Шанел, известна като Коко, разбира стойността на своята самосъздадена митология – и играе ролята си блестящо. Тази изключителна и вбесяваща жена, която разказва цял молитвеник от лъжи, за да увековечи мистериата, която обвива живота ѝ, е първата, която признала модните дизайнери за знаменитости.

Ако работата на дизайнера е постоянно да преизобретява модата, то Шанел умело съчетава професионалните си постижения и личната си житейска история, като брутално деконструира миналото, пренарежда истината, а после представя своя контролиран образ като модел за подражание. По време, когато модата е доминирана от мъже дизайнери, тя отхвърля представата на обществото за женственост в полза на собствения си изключителен стил, основан на функционална модерна естетика. С края на стария и началото на новия свят Шанел се възползва от точния момент и визионерското си прозрение, за да даде на жените каквото искат точно преди да са осъзнали необходимостта му. Тя взема основата на мъжкия гардероб, за да създаде женствена сила, да осигури демократичен дрескод, който носи свобода, равенство и класицизъм. Стойността ѝ се покачва от сложния личен живот, който неспирно влияе на професионалната ѝ дейност, но когато най-вече излиза историята ѝ за възход от бедност към богатство, тя се превръща във влиятелна сила като дизайнерка, любовница и сътрудничка, която се носи между висшето общество и авангардното изкуство.

Самоналожено изгнание, продължило над десетилетие, променя „траекторията“ ѝ и това би могло да



Шанел в апартамента си в хотел „Риц“ в Париж, обградена от любимите си паравани коромандел, ок. 1937 г.

е краят на приказката, ала творческият ѝ потенциал не повяхва. Преоткриването е част от нейната душевност. Когато се връща на работа на седемдесет и една годишна възраст, тя утвърждава своя принос към съвременната мода и възстановява публичния си образ така, че и днес, много години след смъртта ѝ, това е непоклатимата основа, върху която се издига Модна къща „Шанел“.

Костюмът „Шанел“

Обликът, който става незабавно разпознаваем, смело предизвиква понятията за мода и се превръща в нещо, неподвластно на времето, започва с костюма „Шанел“. Каквито и да са вариациите, пропорциите са визуално балансирани. Мекото сако е удобно, свободно и все пак има толкова много отличителни черти. Разпознава се по златната верига, пришита към подплатата, за да пада дрехата перфектно, по шевовете на подплатата, заради които сакоето отвърне е точно толкова елегантно, колкото и отвън, както и по илещите, които никога не са фалшиви. В съответствие с личния вкус на дизайнерката всички шамповани копчета са изработени, за да са и функционални, и да служат за украса, и често приличат на бижута. Особено любими са ѝ позлатените копчета; могат да бъдат проследени по логото с двойното С или лъвската глава, вдъхновена от зодията на Коко – Лъв.



ТРИУМФАЛНО ЗАВРЪЩАНЕ 80

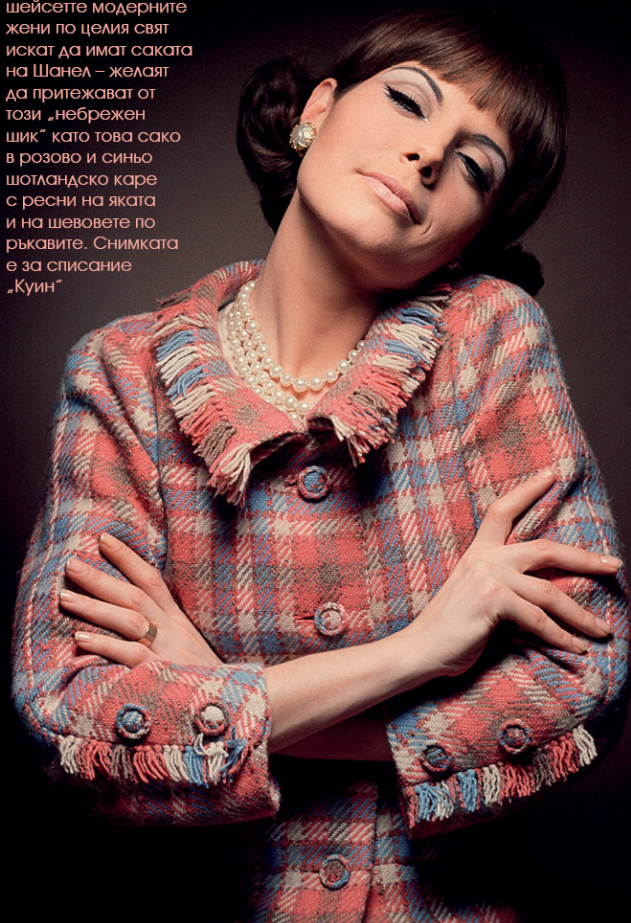


Модни илюстрации на емблематичното сако от твид на „Шанел“ на Карл Лагерфелд

Бледомораво сако от твид на „Шанел“ от 1964 година с двойни лепени джобове, копринена подплата с флорални мотиви, обърната на яката, и остро деколте

ТРИУМФАЛНО ЗАВРЪЩАНЕ 81

Към средата на шейсетте модерните жени по целия свят искат да имат саката на Шанел – желаят да притежават от този „небрежен шик“ като това сако в розово и синьо шотландско каре с ресни на яката и на шевовете по ръкавите. Снимката е за списание „Куин“



Вълнена рокля в съомга и кремаво, с дължина до коляното, съчетана със сако без яка. Допълнителни нюанси са използвани за краищата на сакото, ръкавите и джобовете с форма на нашивки. Колчетата са позлатени





Лагерфелд включва всички емблематични символи на „Шанел“ в работата си, като се вдъхновява от мотивите, които открива по известните паравани коромандел и преправя с великолепно бродерия за колекцията за сезон Есен/Зима 1993–1994

Карл Лагерфелд с модела Стела Тенант, облечена в черно вечерно палто с пищна бродерия, изобразяваща райски птици, водопади, храмове и цъфнали череша, присъстващи върху китайските паравани, които Шанел държи в апартамента си. Из колекцията висша мода за сезон Есен/Зима 1996–1997

Мисията на Лагерфелд е да работи с елементите от оригиналните концепции на Шанел, като използва откритото в архивите като трамплин, за да реинтерпретира и подмлади онова, което се е превърнало в безопасно и предвидимо. Най-напред прави албум, който съдържа всяка визуална препратка към всичко, свързано с историята на „Шанел“. Използва образите като отправна точка, признавайки духа на миналото, а после ги приема или отхвърля според нуждата, тласкан от намерението да създаде нещо зашемяващо ново. Лагерфелд не се води от носталгията. Той притежава способността умело да жонглира с миналото, настоящето и бъдещето. Признава основните принципи, на които Коко основава визията си, но шитира и думите на Гюте: „Създай по-добро бъдеще, като усъвършенстваш елементи от миналото.“

ЕПОХАТА НА ЛАГЕРФЕЛД 108

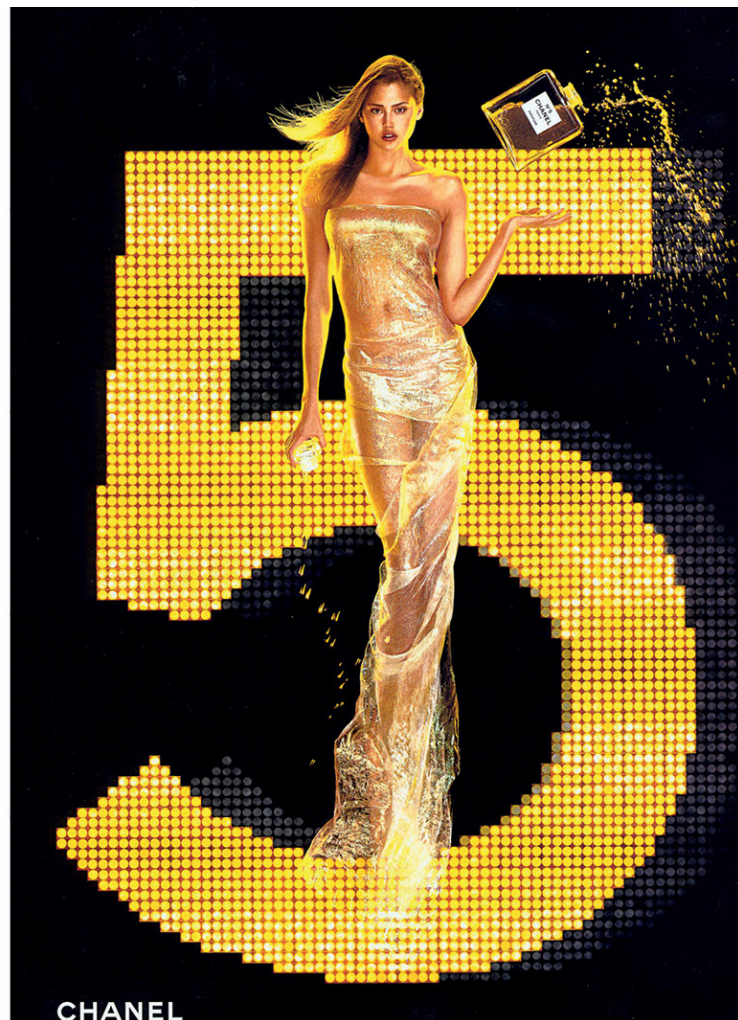


майска роза – парфюмът ще бъде много скъп. Без да се колебае, Коко заявява: „Искам да направя най-скъпия парфюм на света.“

Тя взема образите в Париж, напръсква магазина и пробните, раздава тестери на най-добрите си клиентки и почти незабавно установява, че се е натъкнала на пчеливиша формула. Парфюмът се продава в магазините на улица „Камбон“, в Довил, Биариц и Кан, но Коко, която винаги успява да улови точния момент, иска повече. Свързва се с Теофил Бадер, собственик на магазин „Галери Лафайет“, с предложението той да продава парфюма ѝ. Понеже Бадер е наясно, че ще са му необходими по-големи количества, отколкото Ернест Бо би могъл да произведе, запознава Коко с Пиер и Пол Вертхаймер – среща, която променя живота на всички и чийто резултат е продължително търговско сътрудничество. Братята, които притежават най-голямата козметична и парфюмерийна компания във Франция „Парфюмери Буржоа“, се съгласяват да финансират изцяло производството, разпространението и рекламата на всичките ѝ продукти за красота и през 1924 година основават компанията „Ле Парфюм Шанел“, като дават на Коко само десет процента от нея. Това е решение, за което тя впоследствие съжалява, тъй като печалбите от бизнеса, който носи името ѝ, достигат милиони, но въпреки множеството правни преканания през годините Вертхаймер (фамилията днес притежава „Шанел“) се доказват като надеждни бизнес партньори и имат голяма заслуга за огромното състояние, което позволява на Коко да се радва на финансова сигурност и да води независим живот.

Ернест Бо създава нови аромати за „Шанел“ – „Cuir de Russie“ (1924), „Bois des Pes“ (1926) и „Gardenia“ (1927), – но те никога не постигат успеха на „№ 5“, който започва да се свързва с най-красивите жени на света. Сред другите аромати са първият мъжки одеколон „Rouge Monsieur“ (1955), а през 1970-а, точно преди смъртта на Шанел, се появява и „№ 19“, насочен към по-младата публика. Днес „носът“ зад модна къща „Шанел“ е Жак Полж, който продължава да разширява линията с много нови аромати, включително „Allure“ (1996), „Coco Mademoiselle“ (2001) и „Chance Eau Tendre“ (2010).

Към 2001 година „Chanel № 5“ се приема като символ на идеализираната женственост, а рекламата му е заимствана от блясъка и красотата на Холивуд. В повечето рекламни материали шишенцето е прозрачно в съответствие с оригиналната концепция за „невидимост“



The Chanel 2.55

В епоха, когато дизайнерската чанта се е превърнала в символ на статуса на всяка модна къща и се използва по-скоро като демонстрация на богатство, отколкото на вкус, е приятно да се открие оригинална чанта, която все още се придържа солидно към принципите на създателката си.

Чантата „Chanel“, подобно на голяма част от наследството на Коко, се е превърнала в незабавно разпознаваема част от нейната иконография. Класическата „2.55“ не е първата чанта, която Шанел прави – те се появяват в началото на трийсетте години на миналия век, – но е онази, която става символ на дизайнерската философия на Шанел. Както и парфюмът, и тази чанта е с наименованието на число, което идва от месеца и годината, в която е произведена – февруари 1955-а. По време, когато чантите обикновено се носят в ръка, това е ново изобретение – чантата е предназначена да се носи на рамото. Връзката между Коко и изобретателния ѝ творчески процес винаги може да се проследи до собственото ѝ желание за простота и практичност. Тя се нуждае от чанта, която да не губи – и ето че добавя ремък за през рамото и оставя ръцете свободни; освен това иска и отделение, в което да държи ключовете и пияриците, така че ѝ хрумва идеята за вътрешен джоб, още един на гърба, както и отделен за червилото, за да ѝ е винаги подръка.



Обшитата ватирана кожа, верижката за рамото и въртящата се закопчалка „Mademoiselle“ са разпознаваемите елементи на модел „2.55“. Тази версия е от 2005 година

Създадена от Шанел през 1955 година по практични съображения (по този повод казва: „Омръзнало ми е да нося чантите си в ръка и да ги губя“), тази версия от шейсетте години на известната чанта „2.55“ остава вярна на оригиналния дизайн

АКСЕСОАРИ 138

