

**Ольга Гурова —**

канд. культурологии, старший научный сотрудник в Университете прикладных наук Лауреа в Финляндии. Сфера научных интересов: циркулярная экономика, устойчивость, текстильные потоки, текстиль с истекшим сроком службы, поведение потребителей, устойчивые бизнес-модели и предпринимательство в области моды, а также культурное разнообразие и социальная справедливость в моде.

# Одежда как «инфра- структура ИНТИМНОСТИ».

## Новая антология финской моды

В 2015 году в хельсинкском Музее дизайна прошла выставка «Антология финской моды». Это была первая выставка, посвященная истории финской моды. Финляндия пережила «золотую эру» дизайна в 1950–1960-е годы. Несмотря на то что известная компания Marimekko была частью этой «золотой эры», финская мода никогда ранее не получала такого же признания, как дизайн (включающий в себя не только одежду, но и посуду или мебель), даже внутри страны. И вообще, «мы — нация инженеров», говорили мне в интервью чиновники, отвечающие за программы в области поддержки моды и дизайна. Поэтому в Финляндии в отличие от, например, Швеции или Дании мода не рассматривается как серьезная индустрия.

«Интимность»  
(Intimacy).

Музей дизайна,  
Хельсинки.

8 октября 2021—  
13 марта 2022



Тем не менее выставка, которая включала девять тем, важных для собственного восприятия финского общества, — зима, равенство, инженерный тип мышления, фолк, глобализация, миллениум, модернизм, изменение и экономический бум, — начала создавать нарратив о финской моде и формулировать ее ДНК. Финская мода подразумевает, например, искусную работу с материалами и технологичность, яркие и смелые принты, функциональность. Эта выставка появилась на волне международного интереса к молодым финским дизайнерам — студентам и выпускникам университета Аалто, которые занимали призовые места в престижных международных конкурсах — прежде всего, на Фестивале моды и фотографии во французском Йере.

Если выставка 2015 года начала разговор о финской моде, то выставка 2021 года его продолжила, показав изменения, которые произошли в финской моде за последние несколько лет. Выставка 2021 года получила название, которое с английского переводится как «Интимность», а с финского как «Интимное прикосновение» (иллюстрации см. во вклейке 3). Она стала частью исследовательского проекта «Интимность в культуре, основанной на данных» (Intimacy in data-driven culture) и была поддержана Академией Финляндии. Кураторы выставки — Аннамари Вянкя, профессор теории исследований в области моды университета Аалто, постдокторантка Йенни Хокка и аспирантка Наталья Сярмякари.

Почему интимность? Под «интимностью» обычно понимается близость, эмоционально и физически близкие отношения, приватность, секс, любовь и забота. Помимо этого, интимность является также аналитической категорией гендерных и квир-исследований. В эссе «Инфраструктура интимности» феминистская исследовательница Ара Уилсон соединяет инфраструктуру и интимность, говоря также об «инфраструктурном повороте» в разных областях науки (Wilson 2016). Она задает вопрос: какие инфраструктуры вовлечены в конструирование близости? Сегодня близкие отношения, например, обязательно опосредованы различными гаджетами или платформами. Однако помимо них Уилсон предлагает рассматривать самый широкий спектр материальных объектов, которыми мы окружены. Понимание того, каким образом инфраструктура способствует близости или затрудняет ее, позволяет оценить существующие в обществе отношения власти. Инфраструктуры могут поддерживать или, наоборот, ставить под вопрос отношения власти и доминирования. К последним относятся колониализм, империализм, расизм, гендерное неравенство и бинаризм, гомофобия и так далее. Инфраструктура часто закрепляет связанные с ними нормы, а феминистские

и квир-исследователи их критикуют. Таким образом, особенность феминистского и квир-подхода к изучению интимности заключается в том, что она становится не частным, а политическим вопросом.

Выставка смотрит на одежду как «инфраструктуру интимности» и изучает изменения, с которыми столкнулись общество и мода сегодня, а именно — политизацию и дигитализацию.

Политизация — это критика сложившихся в моде властных иерархий (Reddy-Best 2020). мода всегда была связана с социальной структурой, но именно в последнее время от дизайнеров и брендов часто требуется иметь позицию по социально-значимым вопросам. Это может быть связано со многими причинами — в том числе, например, с тем, что индустрия моды в последнее время все больше подвергается критике, а дизайнеры оказываются в скандальных ситуациях (Vänskä & Gurjova 2021). Молодое поколение, выросшее в эпоху движений #BlackLivesMatter и #MeToo, все чаще рассматривает одежду как политическое высказывание, а свой выбор того или иного дизайнера объясняет совпадением с собственными взглядами и устремлениями. Политизация моды не обошла стороной Финляндию, поэтому финские дизайнеры оказались частью глобального ландшафта.

Молодая дизайнерка Хенна Лампинен, получившая первый приз на конкурсе «Гнездо дизайнеров» (Designers' Nest) в Копенгагене в 2019 году, ставит под вопрос нормы стройности. В англоязычной литературе мы встречаем понятие «Fa(t)shion», образованное из слов «мода» и «толстота», а представители Fat Studies предлагают дестигматизировать слово «толстые» (Reddy-Best 2020). Хенна Лампинен предлагает одежду для «толстого» тела. Для нее также важна работа с материалом, сам материал и ручной труд, поэтому она использует пэчворк или вязание.

Ряд дизайнеров — от уже известных до молодых — обращаются к гендерной дихотомии, предлагая ее переосмыслить или деконструировать. Известный финский бренд Nomen Nescio делает минималистичные модели черного цвета с чистыми и строгими линиями. Nomen Nescio говорят о своей одежде как о гендерно нейтральной. На сайте компании один и тот же дизайн представлен на моделях разных гендеров. Эрвин Латимер, ставший молодым дизайнером года по версии финского профессионального сообщества в 2020 году, обращается к драг-культуре и кросс-дрессингу и соединяет «мужские» шерстяные костюмы с «женским» цветочным принтом. Молодой дизайнер Вилле Пёхлэ сделал коллекцию мужской одежды, вдохновившись уличной модой и стилем «клона Кастро» (Castro Clone), что на сленге означает гомосексуала, выглядящего как

идеализированный мужчина из рабочего класса. Этот стиль стал известен в 1970-е годы и получил свое название благодаря району Кастро в Сан-Франциско — месту компактного проживания ЛГБТК+ сообщества. Другой молодой дизайнер Лееви Икяхеймо говорит о своей коллекции как об «этнографии гетеронормативности», отмечая, что своим дизайном он исследует восприятие обществом тел бодибилдеров. Его дизайн также вдохновлен игрушками 1990-х годов и техно-субкультурой нулевых. Хейди Карьялайнен, признанная финским профессиональным сообществом молодым дизайнером года в 2017 году, считает феминизм важной политической основой своего дизайна. Она ставит под вопрос «мужской взгляд» на женское тело, который долгое время доминировал в моде, и дополняет дизайн одежды фотографией, предлагающей женский взгляд.

Продолжая тему неравенства, можно упомянуть и о происхождении тех, кто создает сегодняшнюю моду, которая названа «финской». Попадая на выставку, зритель сразу замечает представленные на подиуме работы россиянки Антонины Седаковой — выпускницы университета Аалто. Ее коллекция, получившая признание на фестивале в Йере в 2018 году, вдохновлена униформой производственных бригад 1980-х годов, с одной стороны, и контркультурой времен перестройки — с другой.

Дигитализация — другой фундаментальный сдвиг в индустрии моды. Он связан с «четвертой индустриальной революцией» и появлением так называемой моды 4.0 — индустрии, организационные процессы в которой опосредованы цифровыми технологиями (Bertola & Teunissen 2018). Мода 4.0 — это умное производство, 3D-дизайн, цифровое моделирование, цифровой ретейл, виртуальные примерочные, умные товары и так далее. Паола Бертола и Йосе Теуниссен называют такую моду «киберфизической системой» (Ibid.: 355). Такая мода, по их мнению, предполагает более гуманное отношение к природе, так как сопровождается, с одной стороны, дематериализацией и переходом к виртуальной одежде. А с другой стороны, она более гибка и ориентирована на запросы потребителей, потому что технологии позволяют мгновенно передавать данные от ретейлеров к фабрикам и выпускать только то, что пользуется спросом, избегая излишков. В контексте дигитализации можно упомянуть известный термин феминистки Донны Харауэй «киборг», который отрицает границу между человеком и машиной. В новой парадигме моды 4.0 человек и одежда редуцированы до цифрового образа, а материально-цифровая одежда может превратиться даже просто в цифровую.

Выставка показывает примеры дигитализации моды — носимые технологии, цифровую моду и использование новых подходов к дизайну и моделированию.

«Носимые технологии» (wearable tech), или «модная техно-одежда» (fashionable wearables), — это одно из самых интересных направлений в индустрии моды, которое все еще не стало массовым, но уже завоевало некоторые ниши. Например, всем известны умные часы и фитнес-трекеры, а также, вероятно, некоторые слышали и про умную спортивную одежду (см.: Морозова, Гурова 2020). На выставке представлены часы компании Suunto, кольца Ouga и спортивная одежда фирмы Myontec. Идея носимых технологий заключается в том, чтобы считывать показатели сна и физической активности тела владельца. С точки зрения моды интересно увидеть то, как дизайн умных технологий меняется со временем. Например, кольцо Ouga первого поколения было довольно громоздким, тогда как последнее поколение больше похоже на привычный аксессуар. Как сказал один из экскурсоводов, проводящий виртуальную экскурсию по выставке, эти кольца могут даже служить обручальными — финский дизайн должен быть многофункциональным. То же самое касается и спортивной одежды для профессиональных спортсменов от бренда Myontec. Эта одежда содержит сенсоры, которые позволяют считывать различные показатели, связанные с работой разных систем организма. Здесь снова дизайн развивается в направлении уменьшения размеров сенсоров и датчиков и их более близкого прилегания к телу. Тем не менее даже у современной спортивной одежды датчики все еще выглядят довольно громоздкими, и у дизайнеров впереди много работы.

Другой пример — цифровая мода. Например, для финско-голландского бренда The Fabricant материальность формы перестает быть важной, и конечным модным продуктом становится цифровая форма. The Fabricant — один из лидеров в мире в области цифровой одежды. Идея этого бренда заключается в том, чтобы переопределить моду как материальную практику, сделать ее цифровой и таким образом снизить производство со всеми вытекающими нагрузками на природу (Säntäkäri 2021). Здесь важно отметить, что цифровая мода, однако, влечет много других связанных с экологией проблем.

Интересные подходы к моделированию и конструированию одежды используются многими дизайнерами. Я приведу несколько примеров, которые любопытны с точки зрения как концепции, так и дизайна. Бренд Self-Assembly и стоящий за ним дизайнер Матти Лиматайнен предлагает революционную концепцию одежды — а именно «запчасти», из которых можно собственноручно собрать вещь,

не имея иголки и ниток или швейной машинки. Одежда генерируется специально обученным алгоритмом, а 3D-симуляция позволяет понять, как она будет выглядеть (Särmäkari & Vänskä 2021). Что это, если не идея моды для будущего? Амина Саада использует приемы из архитектуры и делает объемные платья сложной формы, которые больше похожи на архитектурные объекты, чем на привычные платья. Тем самым дизайнер ставит вопрос о том, что является платьем и что им не является. Данный вопрос актуален и для работ Венлы Элонсало, которая использует 3D-моделирование и конструирование, а также технологию изготовления мягких игрушек для создания своих объектов, которые можно назвать «носимыми мягкими игрушками». Дизайн Саада был отмечен призом на конкурсе «Гнездо дизайнеров» в 2020 году, а дизайн Элонсало попал в финал конкурса в Йере в 2021 году.

В целом на выставке представлен дизайн сорока компаний и брендов с финскими корнями. Наряду с политизацией и дигитализацией, одной из ключевых тем, которая красной нитью проходит через выставку, является устойчивость. Эта тема не находится в центре выставки, но интересно, что дизайнеры часто обозначают свое отношение к устойчивой моде самым разным образом — на уровне концепций и конкретных практик. Например, Nomen Nescio говорит о медленной моде — устойчивой, этичной и экологичной, их вещи изготавливаются локально из материалов ответственных европейских компаний. Лееви Икяхеми использует переработанный кашемир и полиэстер, а Хейди Карьялайнен в работе применяет принцип дизайна с нулевыми отходами. Такой подход к устойчивости на выставке показывает, что устойчивость становится основой модных практик в Финляндии, на которой надстраиваются другие концептуальные или стилистические идеи.

## **Литература**

*Морозова, Гурова 2019* — Морозова Д., Гурова О. Коммерциализация умной одежды как практика: арт-, бизнес- и государственные проекты // Теория моды: одежда, тело, культура. 2020. № 56. С. 301–325.  
*Харауэй 2017* — Харауэй Д. Манифест киборгов. Наука, технология и социалистический феминизм 1970-х годов. М.: Ад Маргинем, 2017.

*Bertola & Teunissen 2018* — Bertola P., Teunissen J. Fashion 4.0. Innovating Fashion Industry through Digital Transformation // Research Journal of Textile and Apparel. 2018. 22 (4). Pp. 352–369.

*Reddy-Best 2020* — Reddy-Best K.L. The Politicization of Fashion in Virtual Queer Spaces: A Case Study of Saint Harridan, One of the Pioneering Queer Fashion Brands in the Twenty-First Century, in *Crossing Gender Boundaries: Fashion to Create, Disrupt and Transcend* / Ed. by A. Reilly and B. Barry. Bristol; Chicago: Intellect, 2020.

*Särmäkari 2021* — Särmäkari N. Digital 3D Fashion Designers: Cases of Atacac and The Fabricant. *doi:10.1080/1362704X.2021.1981657*.

*Särmäkari & Vänskä 2012* — Särmäkari N., Vänskä A. «Just hit a button!» — Fashion 4.0 Designers as Cyborgs, Experimenting and Designing with Generative Algorithms // *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*. 2021. October 20. *doi:10.1080/17543266.2021.1991005*.

*Wilson 2016* — Wilson A. The Infrastructure of Intimacy, Signs: *Journal of Women in Culture and Society*. 2016. 41 (2). Pp. 247–280.