MAUREEN CALLAHANOVÁ

CHAMPAGNE SUPERNOVY

Kate Mossová

Alexander McQueen

Marc Jacobs

a renegáti devadesátých let,
kteří přetvořili módu

CHAMPAGNE SUPERNOVY

CHAMPAGNE SUPERNOVY

KATE MOSSOVÁ, MARC JACOBS,
ALEXANDER MCQUEEN
A RENEGÁTI DEVADESÁTÝCH LET,
KTEŘÍ PŘETVOŘILI MÓDU

MAUREEN CALLAHANOVÁ

slovart

Touchstone
A Division of Simon & Schuster Inc.
1230 Avenue of the Americas
New York, NY 10020

Copyright © 2014 by Maureen Callahan

Translation © 2015 Marta El Bournová
Czech edition © 2015 Nakladatelství Slovart

All rights reserved

Champagne Supernovy
Z anglického originálu Champagne Supernovas (Touchstone, New York, 2014)
přeložila Marta El Bournová
Redigovala Radka Klimičková
Editor Petr Hejný
Vydalo Nakladatelství Slovart, s. r. o., v roce 2015
Vydání první
Sazbu zhotovil Alias Press, s. r. o., Bratislava
Tisk FINIDR, s. r. o., Český Těšín

ISBN 978-80-7529-098-4

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1

www.slovart.cz

Věnováno dětem devadesátých let

„Neprobouzíme se za míň než 10 000 dolarů denně.“

– Linda Evangelista, supermodelka, 1990

„Odpad je luxus budoucnosti.“

– Nicolas Ghesquière, módní návrhář, 2013

OBSAH

Úvod: Tento nový druh krásy 11

KAPITOLA 1 Šuplík „k možnému použití“ 21

KAPITOLA 2 Růžová ovce rodiny 33

KAPITOLA 3 Patnáctiletí nechodí do nočních klubů 49

KAPITOLA 4 Jenom další obyčejná mrcha 57

KAPITOLA 5 Já jsem devadesátá léta 63

KAPITOLA 6 Kulturní osoba ve světě módy 71

KAPITOLA 7 Proč se nemůžu pořád jenom bavit? 83

KAPITOLA 8 Katalog hrůzy 91

KAPITOLA 9 Grunge – nechť odpočívá v pokoji 95

KAPITOLA 10 Hezká dívka z Croydonu 109

KAPITOLA 11 Lidi od módy nemají mozek 119

KAPITOLA 12 Kabelka za měsíční nájemné 127

KAPITOLA 13 „Cool Britannia“ 135

KAPITOLA 14 Ty vyzáblé módní mrchy v první řadě 143

KAPITOLA 15 Dekáda diletantů 149

KAPITOLA 16 Královna z Primrose Hill 159

KAPITOLA 17 Paříž pro mě nic nedělá 171

KAPITOLA 18 Je to tou dívkou, ne těmi šaty 187

KAPITOLA 19 Když se vám ztratí ruměnec z tváře 195

KAPITOLA 20 Mohou všichni Leemu přestat dávat drogy? 201

KAPITOLA 21 Tihle lidé nejsou tví přátelé 207

KAPITOLA 22 Supermodelka je jako McDonald's 215

KAPITOLA 23 Paříž na couture, Londýn na obleky, Amerika na psychiatrické kliniky 223

Epilog 233

Poděkování 241

Poznámky 243

Rejstřík 253

ÚVOD

TENTO NOVÝ DRUH KRÁSY

VEŠKERÉ DLOUHODOBĚ platné představy o kráse a módě – a způsob, jakým se tvořily a konzumovaly – se definitivně začaly měnit v roce 1992. Právě toho roku se stala tváří Calvina Kleina vychrtlá, malá neznámá dívka s plochým hrudníkem, Kate Mossová, a smetla tak panování amazonských supermodelek a zároveň zachránila módní dům. Právě toho roku předvedl Alexander McQueen, oplácaný křupan z východolondýnského sociálního sídliště, svou absolventskou kolekci na Central Saint Martins, slavné londýnské návrhářské škole. Nazval ji „Jack Rozparovač pronásleduje své oběti". Byla zvrácená, úchylná a nápaditá a londýnský tisk z ní dostal záchvat pobouření. A právě v tom roce měla vznikající mladá návrhářská hvězda jménem Marc Jacobs, tři roky předtím, než začal pracovat jako viceprezident pro návrhářství v domě Perry Ellis, neobvyklý telefonní rozhovor.

Muž na druhém konci drátu byl Nick Egan, umělecký grafik z Londýna s působivou drahou na poli rokenrolu. Egan pracoval s Clash, The Ramones, s Malcolmem McLarenem a Vivienne Westwoodovou a inscenoval některé z Marcových raných přehlídek. Nyní Egan režíroval hudební videa a potřeboval laskavost.Poskytl by mu Marc prostory v Perry Ellis? Egan pracoval s kapelou, která se jmenovala Sonic Youth – Marcovi to moc neříkalo – a potřebovali místo

na natáčení klipu. Mohli by také použít kolekci, kterou se Marc zrovna chystal předvést, a možná dokonce i natočit nějaké modelky, jak se v těch svršcích procházejí?

Marc váhal. Byl v enormním stresu a kolekce, kterou chtěl Egan použít – to bylo něco dosud nevídaného, Marc to věděl. Ale ve svých devětadvaceti letech byl o dobrou generaci vzdálen děvčatům, pro něž navrhoval. Marc dospíval v klubech jako Studio 54 a Hurrah, v místech, která již ani neexistovala, a tato kolekce vytyčila nový styl „cool", který čekal na umělecké ztvárnění významným návrhářem. Marc věděl, že by to mohla být určující kolekce jeho mladé, slibné kariéry; tento okamžik v mladé kultuře rozpoznal jako nikdo jiný v americké módě. Byl to cit pro moment „rozbít a vyloupit", přehrabování se ve starých krámech a sekáčích a objetí odcizené krásy. Bylo to drtivé, téměř moralistické odmítnutí každé výstřednosti vykonstruované v osmdesátých letech.

Marc usiloval u Perry Ellis o vytvoření identity, o oproštění módního domu od jeho konzervativní elegantnosti a posunutí kupředu – když ne tak, aby předběhl svou dobu, pak alespoň aby s ní držel krok. Svou tvorbou, která vejde ve známost jako „kolekce grunge", se mu to podařilo. Ale Marc byl také rozpačitý: přijmou zákazníci a kritici jeho výtvory? Přijmou je dívky, pro které je navrhuje? Je to úžasné, nebo je to svatokrádež, když koupí na náměstí Sv. Marka flanelovou košili za dva dolary a pak ji přepraví do Itálie, aby ji nechal přepracovat v hedvábí? Když přemění praktický nátělník na luxusní zboží z kašmíru? Marc si byl stejnou měrou vědom, že tato kolekce z něj může udělat dalšího velkého podvodníka v panteonu módního návrhářství, když kuchá subkulturu, o níž toho ví jen málo.

A co to je vlastně za kapelu, tihle Sonic Youth? Proč se zaměřili na něj, navíc ve zlomovém momentu jeho profesní dráhy? Líbí se jim vůbec Marcovo oblečení, nebo se chtějí vysmívat jeho strojené směsi vysoké a nízké módy? Jak se ukázalo, Sonic Youth byli vystrašení z Marca a on byl vystrašený ze Sonic Youth – a to byl malý příklad širšího pocitu mezi mladými na okraji: nikdo se necítil dost

v pohodě. „Měli mě použít," říkal později Marc, „jako nějakého návrháře ze Sedmé avenue, který zneužil grunge?"

Aniž by to Marc věděl, měl v onom roce 1992 spřízněnou duši v Lee McQueenovi, tehdejším studentovi na Central Saint Martins. Také McQueen byl povýšenec, dokonale otrávený tím, co se považovalo za módu. Byl přívržencem avantgardistů Rei Kawakuba, Martina Margiely, Jean-Paula Gaultiera a Helmuta Langa a to bylo o něčem, skutečně. McQueen byl šťastným válečníkem temných umění a toužil vnést do umění témata, která ho zajímala nejvíce: sex a smrt, zohavení a znečištění, perverzi a poškozování.

„Měl vždycky takové ty strašlivé viktoriánské pornografické knihy, které neustále tahal s sebou," říká jeho dávná přítelkyně Alice Smithová. „Nevím, kde je vzal – byly to takové ty malé tlusté knížky, které sehnal ve vetešnictví nebo tak, a tam byly strašné obrázky – on je považoval za úžasné – žen, které měly roubíky a klece přes hlavu, S&M překračující meze, a on se rozplýval: ‚Není to rozkošné? Koukej na tu ženu s nohama v okovech!' Měl úplně jiný pohled na věc."

McQueen byl talentovaný a – jak nejlepší módní návrháři často bývají – podnikavec a šoumen. Tisk vždycky referoval o přehlídkách výročních absolventských kolekcí na Central Saint Martins, a on byl rozhodnutý, že se odliší. „Ta přehlídka byla jejich odrazovým můstkem," říká Bobby Hillsonová, která založila na Central Saint Martins magisterské kurzy módy a byla McQueenovou školitelkou. „O studentech se pochvalně píše po celém světě."

McQueenovi nestačilo, aby se o něm psalo: jeho kolekce musela být uchvacující. Zašel se svou představou za Hillsonovou: Jack Rozparovač. Jeho modelky měly ztvárňovat oběti, jejich oblečení symboly krvavého zápasu; Hillsonová to považovala za přinejlepším nejistý nápad, ale chtěla mu pomoci.

„Prováděl s látkami psí kusy a já jsem řekla: ‚Tohle nemůžeš dělat s levnými látkami, které máš.' A on na to: ‚Nemohu si dovolit nic jiného.'"

A tak Hillsonová šla do skříně a vyndala „strašně drahé, bohaté látky, které jsme dostali darem. A já jsem řekla: ‚Vezměte si některé z nich.' Víte, někoho by trefilo, kdyby viděl, co s těmi látkami dělal."

McQueen je řezal a trhal, potiskoval a dělal na nich skvrny. Odstřihoval si prameny vlasů a všíval je do látek, aby tak uplatnil motiv viktoriánské tradice mezi milenci, kteří kupovali a vyměňovali si prameny vlasů prostitutek. Byl posedlý tou představou, a dokud mohl, všíval do své značky vlastní vlasy.

Kolekci „Jack Rozparovač pronásleduje své oběti" McQueen předvedl v roce 1992 a nadobro mu změnila život: mezi diváky byla osobitá, módou posedlá anglická aristokratka jménem Isabella Blowová.

Říkalo se jí„Issie" a byla tak okouzlená, že chtěla od McQueena koupit celou kolekci. Bude ji prý splácet po 100 librách, dokud nebude mít všech šest kusů. Řekla McQueenovi, že udělá všechno, aby mu pomohla; Issie nesnášela pravidelný režim „od devíti do pěti", ale měla rozsáhlé známosti v módním průmyslu a silnou náklonnost pro různé „kříženec" a ty, kteří nezapadají do běžných vzorců.

Zaprvé navrhla, že si McQueen musí změnit jméno. Řekla mu, že Lee, jeho křestní jméno, je pro vysokou módu příliš obyčejné. Navrhla mu používat jeho prostřední jméno Alexander: je impozantní, má určitou váhu a důstojnost. Souhlasil; taková změna mu nečinila potíže: McQueen by udělal cokoli.

Marc a McQueen nebyli v létě roku 1992 jediní módní návrháři, kteří balancovali na hraně.

Calvin Klein, který vybudoval nejprestižnější značku osmdesátých let, byl začátkem devadesátých let na pokraji bankrotu, jeho jméno bylo oslabeno v důsledku lehkovážných a nejasných licenčních dohod. Aby zachránil svůj módní dům, musel znovu získat význam, což znamenalo omladit značku, být méně nažehlený a pružnější – skoro až špinavější. Téměř padesátiletý Klein důvěřoval svému týmu, složenému z lidí mezi dvaceti a pětadvaceti lety, kteří

byli obeznámeni s tím, co se děje v londýnských ulicích a v centru New Yorku: umělecký ředitel Fabien Baron, kreativní šéf Neil Kraft, vedoucí umělecká ředitelka Madonna Badgerová a poradkyně Carolyn Bessettová.

„Všechno bylo k mání," říká Badgerová. Hlavní zapeklitý problém, s nímž se značka potýkala, zněl, jak nově formulovat její otevřeně sexuální DNA v éře AIDS.

Tým si připíchl na inspirační nástěnku několik adeptek. Pro potenciální nové tváře Calvina Kleina uvažovali o ženách tak nesourodých, jako jsou Rosie Perezová, malá herečka s ladnými křivkami patřící k Newyorčanům portorického původu (Nuyorican), žhavá aktérka z filmu *Jednej správně* od režiséra Spika Lee, a pružná, elegantní supermodelka Linda Evangelista, jejíž arogance se nakonec obrátila proti ní samé. „Nevstáváme za míň než 10 000 dolarů denně," řekla v roce 1990, a dokonce i na supermodelku zní takový výrok jako úmyslně opovržlivý ke zbytku západního světa, který prožíval recesi a následky války v Zálivu. Evangelista prvním kolem neprošla.

Na chvíli byla hlavní kandidátkou Perezová. „Vzpomínám si, že Carolyn Bessettová to rozcupovala," říká Badgerová. „Chtěla, aby to bylo moderní a svěží." Klein důvěřoval vkusu Bessettové; byla múzou a on ji nakonec pověřil obsazením všech svých módních přehlídek pod značkou CK. V polovině roku 1992, v době grunge a gritu a návratu k sedmdesátým létům, nebyla Bessettová už ta minimalistická gazela, kterou se stala po sňatku s Johnem F. Kennedym juniorem: teď používala egyptské pižmo, nepoužívala make-up a soutěžila s ženskou částí Calvinova týmu, kdo vydrží chodit déle s neumytými vlasy. Bessettová nevzrušeně upozadila svou patricijskou krásu, zavrhla perfekcionismus pro vřelejší, avšak neméně promyšlenou neúpravnost; v jádru byla dívkou z centra města, která má ráda vodku, parlamentky a večírky u Save the Robots do šesté hodiny ranní.

„Byli jsme napůl hippie, napůl přírodní," říká Badgerová. „Byl to totální obrat, opak osmdesátých let." Otázka zněla: mohl udělat Calvin Klein nepořádnost důmyslnější?

Na inspirační nástěnce byly další dvě kandidátky: obě Evropanky, malé a štíhlé, nedbale krásné. Jedna z nich byla Vanessa Paradisová, francouzská herečka a popová hvězda, známá především ve Státech díky randění s Lennym Kravitzem. Tou druhou byla Kate Mossová, která se zrovna začala objevovat v britské „bibli stylu", časopisu *The Face*.

Přes veškerou jejich fyzickou podobnost – vejčitý obličej zvýrazněný stratosférickými lícními kostmi, postavu čínských panenek, srnčí oči a nepravidelné zuby – představovala každá z nich odlišnou dráhu vysoké módy. Paradisová, jak říká Badgerová, „měla ten pravý *look*". Zazářila již v reklamách pro Chanel jako zpěvačka v ptačí kleci, i když tento koncept sám o sobě už byl staromódní: mladé děvče je dáno do klece, zpočátku vyděšené jako leckterá z Hitchcockových hrdinek, zklidněné vůní Chanel a nic netušící o nebezpečí, které na ně číhá v podobě naježené bílé kočky vedle bidýlka – to byl bezvýrazný počin módního domu s dvaaosmdesátiletou tradicí pro rok 1992. Nad Paradisovou bděl duch Coco Chanel, což jen podtrhlo zatuchlost kampaně.

Naproti tomu snímky Kate byly radikální. Většina z nich pocházela od neznámé britské fotografky Corinne Dayové a nepodobaly se ničemu, co by se dalo označit za módu. Dayová dávala přednost černobílému provedení před barvou, modelem jí byli rozmařilci se sinalými tvářemi po kocovině, v chatrném oblečení, které bylo příliš velké nebo příliš malé, vyhrabané z bazarů a ložnicových podlah. Fotografie situovala Dayová do venkovního prostředí, realizovala je s levným aranžmá, vždy v přírodním světle a v ošemetných pózách. Její práce byly promyšlené a manipulované stejně jako reklama Chanel, ale dojem z nich byl opačný: feťácký, necudný, nevázaný.

„Corinne prostě přitahovala kultura mladých a chtěla ji dokumentovat," říká Corinnin manžel Mark Szaszy. „Protože o tom, co se děje v mladé kultuře, se nic z *Vogue* nedozvíte."

Snímek, k němuž se Kleinův tým stále vracel, byla jedna z fotografií Dayové – Kate z obálky *The Face* z července 1990: šestnáctiletá

v detailním záběru, úsměv tak široký, že jí téměř zavírá oči a odhaluje takřka všechny nedokonalé zuby, se sprškou pih viditelných na nose. Tato obálka porušila všechna pravidla. Byla černobílá, Kate neměla oční kontakt s divákem, byla bezostyšná. O tři roky dříve by takový snímek nepronikl mimo svou subkulturu. V roce 1992 byl ohromující.

Ale Paradisová byla známou osobností a dostala nabídku jako první. Odmítla, takže Klein se svým týmem oslovil druhou v pořadí: Kate.

S počínajícím posledním desetiletím minulého tisíciletí bychom nenašli významnější projev nadcházející kulturní, ekonomické a sociální revoluce než módu. Co znamenal rokenrol pro padesátá léta, drogy pro léta šedesátá, film pro sedmdesátá a moderní umění pro osmdesátá léta, to představovala móda pro léta devadesátá: roznětku, pak filtr.

Mnohé z toho mělo spojitost s dlouho se zintenzivňující vzájemnou souhrou mezi uměním a módou, která existovala od doby, kdy ve třicátých letech minulého století italská módní návrhářka Elsa Schiaparelliová spolupracovala s Dalím, Cocteauem a Mary Rayovou. Křížové opylování pokračovalo v moderní době od založení *Interview* Andyho Warhola v roce 1969 po rebelování Helmuta Newtona, Vivienne Westwoodové a Malcolma McLarena v sedmdesátých letech a Keitha Haringa, Cindy Shermanové a Jean-Michela Basquiata v osmdesátých letech. A byl tu elektrizující nástup hip-hopu, který s sebou přinesl celý nový styl.

„Móda jako významný kulturní fenomén v devadesátých letech souvisela s rostoucím obecným povědomím o módě a s intenzivnějším vzájemným ovlivňováním mezi módou a uměním," říká Valerie Steeleová, ředitelka Módního technologického institutu. „Toto všechno nastalo dříve, než bylo někomu jako Alexander McQueen dovoleno, aby byl uznán jako ‚sui generis – fenomén uznaný za to, že je módním návrhářem a umělcem'," říká ředitelka. „Móda byla stále více vnímána jako pronikající jev."

Alternativní kultura v roce 1991 probublávala, přesto se společnost v mnoha směrech nevymanila z osmdesátých let: Michael Jackson podepsal smlouvu se Sony za miliardu dolarů. Největší počiny roku sahaly od polyesterového popu Colour Me Badd a New Kids on the Block až po karikaturní hair metal skupin Poison, Skid Row a Extreme. *Terminator 2: Soudný den*, pokračování originálu Arnolda Schwarzeneggera z roku 1984, byl největším filmovým kasovním trhákem roku. Ústřední otázkou roku bylo: „Opustí Charles Dianu?" Rozvedený budoucí král, natož kdyby se znovu oženil se svou dlouholetou milenkou, to bylo něco nemyslitelného.

I politicky to vypadalo velice podobně jako v osmdesátých letech: George H. W. Bush byl stále v Bílém domě, jeho znovuzvolení byla daná věc. Soudní kauza Clarence Thomas vs. Anita Hillová spustila dlouho odkládanou diskusi o sexuálním obtěžování; průzkum veřejného mínění ukázal, že velká většina Američanů věří Thomasovi. A v módě měly trendy osmdesátých let ještě pokračovat: ramenní vycpávky, šelakový make-up, křehký, flitry posázený šarm *Dynastie*, lycra a návleky jako vycházkové oblečení, objemné pletené svetry v neonových barvách v kombinaci s kamašemi, džíny s vysokým sedlem, pěšinka na straně, kšandy a kotníkové tenisky – to všechno přetrvávalo, ač dávno z módy. Trhu dominovaly velké módní domy jako Armani a Versace, Ralph Lauren a Bill Blass, krásu určovaly dlouhonohé modelky jako Cindy Crawfordová, Naomi Campbellová, Linda Evangelista, Claudia Schifferová a Christy Turlingtonová, která měla v roce 1991 podepsanou smlouvu na rekordních 800 000 dolarů s Maybelline, podle níž od ní byla požadována práce jen dvanáct dní v roce. „Uvědomili jsme si, jakou máme moc," řekla Turlingtonová v titulním článku jednoho vydání časopisu *Time* v roce 1991. „Vyděláváme pro tyhle společnosti tuny peněz a víme to." Podle Karla Lagerfelda byly supermodelky novými filmovými hvězdami: „Pro mne jsou ta opravdu skvělá děvčata dnes… jako bohyně ze stříbrného plátna," řekl. „Prodávají sny."

* * *

Ale čí sny? Móda měla být *pro* mladé a *o* mladých, ale nebylo tomu tak od dob londýnského mládežnického kypění„youthquake“ šedesátých a sedmdesátých let, od Twiggy a Davida Baileye a Mary Quantové a „mods“, od Westwoodové a McLarena a punkerů. Supermodelkám mohlo být v roce 1991 něco málo přes dvacet, ale se svou výškou, mírami, svým typickým výrazem často vypadaly, že je štve, že jsou tak krásné – vypadaly o tolik starší a drsnější, povýšené a vzdálené, a šaty, které oblékaly, tolik padnoucí a dospělé. Mladí tu nenacházeli žádné útočiště, žádný prostor pro naději ani obdiv. Nebylo to, jak by to mělo být, a dokonce to cítili i sami návrháři.„Bylo to takové období v módě, když ničeho nic nastal obrovský rozpor,“ řekl Marc Jacobs. „Na jedné straně tu byla mentalita staré školy, co se týče pojetí módy, ale na druhé straně daleko zajímavější, mnohem subversivnější stránka módy, která byla chtě nechtě cool.“

Na konci roku 1991 bublal pod povrchem kolektivní hlad po změně. Outsider Bill Clinton se chystal ucházet o úřad prezidenta Spojených států. Magic Johnson se stal první velkou americkou sportovní hvězdou, která oznámila, že má AIDS. Sovětský svaz se zhroutil. A kapela ze Severozápadu, jejíž hlavní debut první týden po vydání stál na 144. příčce na *Billboard* Top 200, měla udat tón pro novou éru: o čtyři měsíce později, 11. ledna 1992, se *Nevermind* od Nirvany stalo albem číslo 1 v zemi, čímž vyřadilo *Dangerous* od Michaela Jacksona z první pozice a stalo se kulturní a generační mobilizací. Devadesátá léta měla odplavit vše, co bylo předtím.

„Vzpomínám si, že jsem byl v Berlíně zrovna v tom roce, kdy strhli Berlínskou zeď,“ vyprávěl Marc. „Byl jsem v nějakém baru, kde z rádia hráli ‚Smells Like Teen Spirit‘, a já jsem si pomyslel, ‚Páni, tohle sem fakt proniklo‘, a začal jsem mít pocit, že takhle jsem se cítil před hodně dlouhou dobou a teď se to zdá být realitou. Představa nedokonalosti, děvčata jako Kate Mossová. Byl to tento nový druh krásy, který začínal být uznávaný.“*

* „Smells Like Teen Spirit“ vyšlo v USA 10. září 1991; Berlínská zeď padla na podzim roku 1989.

V devadesátých letech se udála revoluce, a nikdo si toho nevšiml. To je příběh oné pomíjivé doby, která toho ale hodně ovlivnila – okamžik, kdy se alternativa v módě a kráse stala hlavním proudem a z hlavního proudu se stal velký byznys, jak prozradí příběhy tří z jeho předních velikánů: Kate, Marca a McQueena.