

НОВО

9 771312 380111

СПИСАНИЕ ЗА ГРАДСКА КУЛТУРА НОЕМВРИ 2006 4,95 лв.

intego



СЕКСЪТ И РЕКЛАМАТА

изкуството и скандали в Цюрих

КАЙЛИ МИНОУГ

non идолът се завръща

ЕВА ГРИЙН

новата мис 007

ЛЮБО ОТ ТЕ

за българския non

БЕБЕТА НА МОДАТА

новите испански дизайнери

МУЗИКА . КИНО . ИЗКУСТВО . МОДА . СПОРТ

+ ФОТОГРАФИИ И СКАНДАЛИ Trans Fashion Lab в Барселона

INTERART



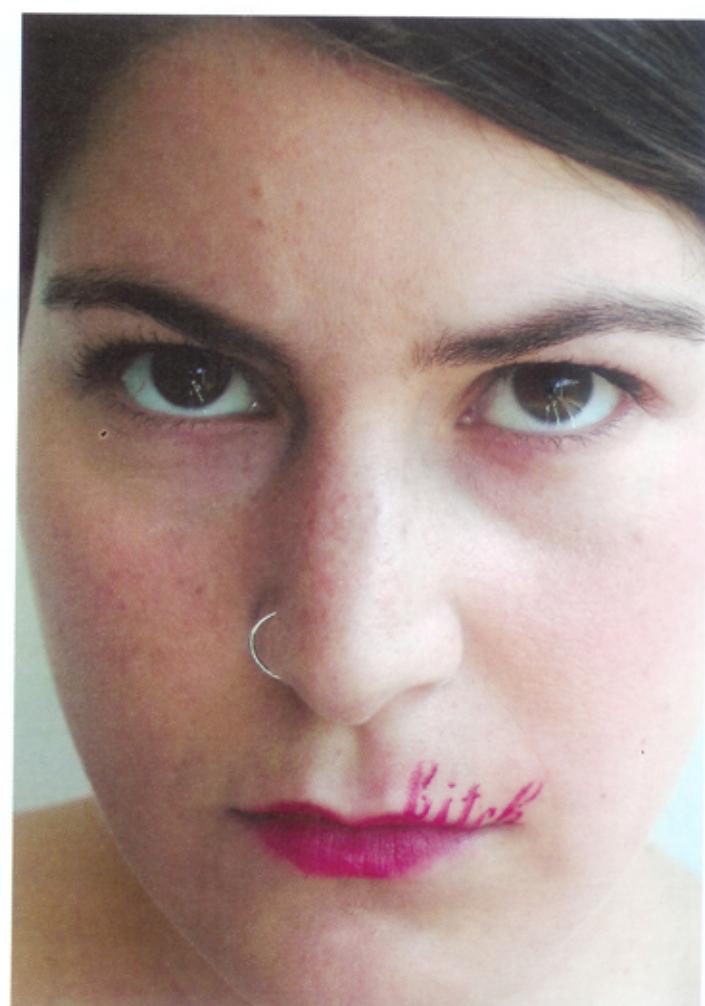
ПОЛОВИ ИГРИЧКИ

„ГЕЙ ШИК“ – ЕДИН ХЕТЕРОСЕКСУАЛЕН ТРЕНД ВЪВ ВИШЕТО УЧИЛИЩЕ ПО ИЗКУСТВО И ДИЗАЙН В ЦЮРИХ

ТЕКСТ ДИМИТРИНА СЕВОВА, ЦЮРИХ

ФОТОГРАФИЯ УЧИЛИЩЕ ПО ИЗКУСТВО И ДИЗАЙН - ЦЮРИХ

ПРЕЗ ИЗМИНАЛИЯ СЕЗОН В ЦЮРИХ СЕ СЪСТОЯ ИЗЛОЖБА СЪС ЗАГЛАВИЕ „ГЕЙ ШИК – ОТ СУБКУЛТУРАТА КЪМ МЕЙНСТРИМА“, КУРИРАНА ОТ СИНТИЯ ГАВРАНИЧ И СЪКУРАТОР УРС КЮЕНЦИ. ИЗЛОЖБАТА СЕ РАЗВИВА ПРЕДИМНО В ПОЛЕТО НА ДИЗАЙНА И ПРЕДЛАГА ИНОВАТИВЕН ПОДХОД, КАТО ЗАОБИКАЛЯ ОБИЧАЙНИТЕ КОНВЕНЦИИ ЗА ПРАВЕНЕ НА ИЗЛОЖБИ. ВЪЗ ОСНОВА НА ТЕМИТЕ РЕКЛАМА, МОДА, ФИЛМИ, ПАРТИ КУЛТУРА И ПОП МУЗИКА В „ГЕЙ ШИК“ СЕ ИЗСЛЕДВА ВЪПРОСЪТ ЗА ВРЪЗКАТА МЕЖДУ ГЕЙ И ЛЕСБИЙСКА КУЛТУРА И ВИЗУАЛНОТО ЕЖЕДНЕВИЕ НА ХЕТЕРОСЕКСУАЛНИТЕ.



„Гей шик“ прикова вниманието на аудиторията не само от средите на професионалната арт сцена или gay и queer общности, но говори и езика на една широка аудитория с впечатляващо медийно отразяване. Паралелната програма от находчиво намерени идеи за семинари, гускуси и конференции, както и организираният щанд за продажба на спе-

циализирани арт публикации или теоретична литература за джендерър въпроси, идентичност, queer теория допълнително подсигуриха дългото разтърсващо echo от проекта в публичното пространство. Завесата се вдига! Не се плашете за статуквото на собствените си норми! Въпреки провокативното си заглавие идеята на изложбата е пове-

че да забавлява, отколкото да шокира нас – тези от публиката, или представителите на средностатистическия вкус. В изложбата няма противстражи леви гей активисти или радикални страховити лесбийски феминистки, а успешните стратегии на красивите, cool, небрежни комерсиални имиджи от рекламата, масовата култура, индустрията на забав-

лението и свободния пазар. Макар и на пръв поглед да изглежда, че „Гей шик“ цели предимно да забавлява, изложбата се оказва много по-сериозна и многопластова в критическия дебат, който отваря след описанието на феномените от това, което се предлага като първоначален импулс. Свързваният елемент е добрият дизайн, тоест водеща е струк-

„Dir gehört mein Herz!“

Gefühle zeigen.
Am Telefon. TELECOM 

турата на една томална архитектура, разположена в изложбеното пространство.

Архитектът Фредерик Деделе от Цюрих е решил дизайна на пространството в стереотипните цветове на розово и ефекта на диско тонките, които изграждат уникална среда – хибрид между интимната атмосфера на нощен клуб и разголената публичност на Витрините на етнографски музей, където след прецизното разследване на екип от учени обектите от ежедневния живот са изложени на втренчения хорски поглед.

Можеш да видиш от високо изкуство до пълен кич. От автентичните шикарски костюми на Марлене Дитрих от Музея на киното в Берлин и фактурите ѝ от платени тълсти сметки с четирицифрени суми в бутициите за висша мода до дрънкулки и бутафорни аксесоари за масова потреба от Веригата за бърза, но крещящо евтина консумация Н&М. Майсторските произведения на скандално известните Пиер и Жил се мъдрят до омърлената корица на

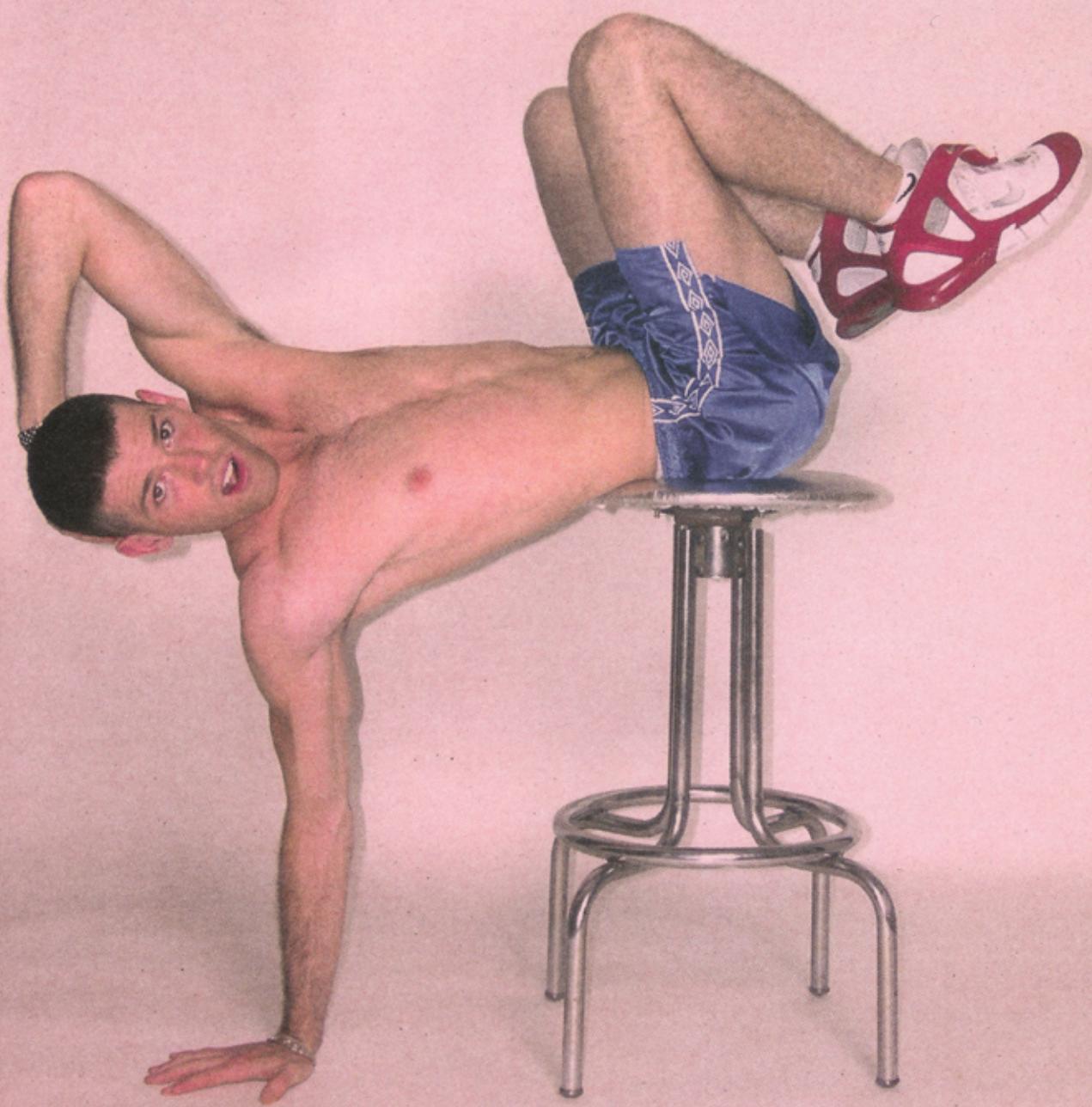
Blick – един от най-жълтите вестници на този свят. Автентични грехи от алтернативните бутици от субкултурните и тъндаринг зони на градската среда, изрезки от вестници, лични откровения, реклами на Келвин Кайн или инсталацията на младата художничка Франческа Брици Instant Tattoos – 2005, където с шаблон и ярък грим на различни места по кожата на собственото си тяло пише с дисcretни размери текста „Бъч момиче“. Силно естетизирани „Андрогинни портрети“ от голямата С-принт серия на Уго Рондиноне, работите на Робърт Мейпълторп, клюки, жълти хроники и какво ли още не. Гей стилистиката е широко използвана в реклами на корпорациите, например в тази на немския Telecom, където двама мъже говорят по телефона, а слоганът е: „Покажи чувствата си по телефона.“ Предпоставка за всичко това се намира във взаимното влияние на хомосексуални и хетеросексуални стилове на живот и постмодерният кеф от играта с ролите на мъжа и жената.

BUTT

BUTT #14
AUTUMN 2005

HYSTERIC
MAGAZINE
FOR
HOMOSEXUALS

EU €8.00
USA \$8.95
NL €6.00



 INTERART



„ИСТИНСКАТА МИСТЕРИЯ НА СВЕТА Е ВИДИМОТО,
А НЕ НЕВИДИМОТО.“

ОСКАР УАЙЛД

В модата гей шикът е най-видим. Хомосексуалните се възприемат като трендсетери. Въвели са такива предмети като тясната фланелка, комбат панталоните и кожените аксесоари в хетеро гардероба. Също така присвояват с будно око хетеросексуални трендове, както Марлон Брандо се смята за символната фигура на тясната бяла фланелка, Марк Уолърг е направил Калвин Клейн бельото задължително, а футболната звезда Дейвид Бекъм е популяризирал гей шика с прическата, бижутата и дизайнерските си дрехи. До ден-днешен авангардната женска мода е повлияна от мъжката и спортната мода независимо от сексуалната ориентация на представителките си.

„ГЕЙ ПРОДАВА...“

Рекламата е сигурен индикатор за трендове, тъй като реагира веднага на актуалните тенденции. Слозунга „Сексът продава“ съвременна рекламна естетика разчита на еромизъм, който изглежда, че изва директно от гей субкултурата. Актуалният лозунг вече би трябвало да бъде „гей продава“. Гей шикът се използва в рекламата, за да пригаде на един продукт един тренди, екзотичен имидж, който допада на една млада аудитория – включително и на гейове и лесбийки. Които са не само източник на рекламина иконография, а и добре плащащи целева група в развитите капиталистически общества.

„ХОЛИВУД, ТОЗИ ВЕЛИК СЪЗДАТЕЛ НА МИТОВЕ, Е НАУЧИЛ ХЕТЕРОСЕКСУАЛНИТЕ ХОРА КАКВО ДА МИСЛЯТ ЗА ГЕЙОВЕТЕ, А ГЕЙОВЕТЕ КАКВО ДА МИСЛЯТ ЗА СЕБЕ СИ.“

ИЗ „ЦЕЛУЛОИДНИЯТ ШКАФ“ НА ВИТО РУСО

TV програмата „Гей те прави готин“ (на немски: *Schwul macht cool*), излъчвана в немскоезичните страни, почти доказва, че хомосексуалните имат вкус, превъзхождащ този на хетеросексуалните. В шоуто по германския телевизионен канал RTL II те превръщат мърляви хетеросексуални в шик пичове, хващащи окото на жени-те (и мъжете). Американският телевизионен сериал „Думата с Л“ (*The L Word*) популяризира един нов имидж с атрактивните си лесбийски протагонисти, които хетеросексуалните жени определено намират за привлекателни.

„АЗ СЪМ ДЪЛБОКО ПОВЪРХНОСТЕН ЧОВЕК.“

АНДИ УОРХОЛ

Парти културата е важно средство за разпространяване на гей култура и естетика. Гейовете са били движещата сила на танц сцената и са станали образец за подражание за хетеросексуалните. Общността е направила диското популярно, а хаус музиката е произлязла от нюйоркската Drag queen сцена. Дори стрийт парадът може да се възприема като мейнстрийт Версията на гей парада на Кристофър Стрийт Дей. Да ходиш по гей купони независимо от сексуалната ти ориентация стана шик от 90-те насам.

Гей шикът вече е присъствал в поп музиката на 80-те, когато звезди като Бой Джордж, Фреди Меркури или „Уам“ са се радвали на най-големите си успехи, като в същото време са създавали нов стил.