

Сегодня в гостях у наших читательниц КОНСТАНТИН БОГОМОЛОВ — доктор наук, имидж-дизайнер, аналитик моды, руководитель Международного учебного центра «Bogomolov' Image School», автор цикла семинаров и учебно-методических работ по теории и практике имидж-дизайна (Рига, Латвия), постоянный автор журнала «LES NOUVELLES ESTHETIQUES»... (Рига Латвия). Его заслуженно считают стилистом №1 в Латвии. Поэтому наш разговор я начала с серьезного, глобального вопроса.



# ТОЛЬКО В ПОСТОЯННЫХ ПЕРЕМЕНАХ МЫ ОСТАЕМСЯ МОЛОДЫМИ

— Как вы считаете, мода — это стремление человечества к постоянному совершенствованию, как в искусстве, вечный поиск красоты? Или это большая индустрия? Или просто способ выкачивания денег?

— По всем трем пунктам — ДА, ДА, ДА! И первое, и второе, и третье — все обязательно имеет место быть. Ведь мода это удивительно сложный, противоречивый мир, в котором есть место и цинизму, и коммерческим спекуляциям, и, извините, «разводам», но там же мы встречаем и примеры колоссального таланта и высокого искусства. Поэтому и отношение к феномену моды не может быть однозначным. Я иногда ее ненавижу, а иногда боготворю.

— Скажите, а какие факторы, по-вашему, влияют на формирование модных тенденций? Есть немало, так называемых, материалистических версий появления тех или иных стилей, трендов. Проще говоря, юбку в Европе укоротили, чтобы экономить на материале, на фоне разрухи и экономического коллапса, вызванного мировой войной...

— Я бы не стал так трактовать моду. Не хочу переусложнить свой ответ, но есть масса примеров, которые противоречат таким вот простым, прямым причинно-следственным связям. Диор со своими платьями, где на каждое приходилось по 40 метров ткани, пришел в Европу сразу после Второй Мировой войны! Это было настолько неуместно, это было настолько неправильно! Ну, никак такая мода не могла появиться в это время, в этом месте! Но мода — это не только то, в чем можно войти в трамвай, это еще и то, на что хочется просто посмотреть. Еще один пример: Великая депрессия, 30-е годы. И при этом расцветает гламур, как противодействие, сопротивление унылой психологической и материальной ситуации.

И я бы взглянул на ситуацию по-другому. Те, кто создают моду, на самом деле ее не создают. Модельеры только шьют платья. Истоки очередной модной тенденции кроются в самом обществе. Но я не имею в виду линию: война — короткие юбки. Модельер, создавая коллекцию, вдохновляется очень многим. Когда Гонконг торжественно передавался Китаю, это сразу нашло отражение в коллекциях очень многих модельеров от Милана до Нью-Йорка. Китайская тема появилась и продержалась пару сезонов. Этой теме повезло. А бывают обратные ситуации — начавшаяся в 2003 году война в Ираке, как раз совпала со стартом модного сезона. Прогнозировался коммерческий успех стиля Милитари. Но этот тренд потерпел провал, потому что молодежь всего мира, в знак пацифизма, вдруг решила не носить цвет хаки, не носить стиль Милитари. Таким образом, уже созданная коллекция не пошла, и многие модные дома были вынуждены в срочном порядке менять свою стратегию — добавлять что-то или полностью менять созданные вещи.

Но политикой дело формирования модных тенденций далеко не ограничивается! Мне запомнился выход на экраны фильма «Горбатая гора», (2005 год), получившего довольно широкую огласку из-за эпатажного сюжета. Там рассматривалась тема однополой любви двух ковбоев. Это сразу повлияло на многих модельеров в Милане и Париже и привело к появлению в следующем сезоне коллекций навеянным стилем «Вестерн».

**— В последнее время все чаще говорят, что в моде все стили и цвета. Не значит ли это, что мода уже не актуальна, что она, попросту отмирает?**

— Да, значит. Это первые ласточки, но она никогда не умрет. Просто мы на пороге каких-то глобальных изменений, когда это произойдет — мне трудно сказать. Например, в моде 20 века революция началась, где-то с 1925 года, с выставки Арт-деко. Укоротились юбки, появился геометрический силуэт, в женском имидже — короткие стрижки — это была кардинальная перемена, когда все, что носили до этого 10, 30 и 100 лет — ушло. Когда наступит очередное глобальное обновление, новый век в моде? Я точную дату, конечно, назвать не могу. И в чем будет конкретно выражаться это изменение, мне тоже трудно сказать. Уверен, что это будут новые технологии, принципы одевания. Поводом может послужить что угодно, например развитие индустрии красоты. Может быть, уже через 10 лет человек сможет легко получить желаемое лицо и тело. Тогда одежда потеряет одну из своих главных функций — визуальной коррекции фигуры. Зачем нам скрывать свое идеальное тело, которое можно получить с помощью пластического хирурга! Первые ростки этой тенденции можно видеть сейчас.

Ну, а если вернуться в сегодняшний день, я бы обратил внимание на то, что модельеры не способ-

ны придумать ни новый силуэт, ни новую длину, ни новый плечевой пояс! Все уже было придумано в течение последних 70–80 лет. Сегодня в моде одновременно все силуэты, все линии, все цвета, все ретро — тенденции, начиная от викторианской эпохи, заканчивая 90-ыми годами. Но мы находим новые пути. Сейчас главный тренд — это не дизайн конкретной вещи, а создание новых рецептов сочетания вещей! Большой потенциал содержится в таком направлении, как деконструктивизм. Когда-то мы создавали идеальную конструкцию, работая над этим десятилетиями, сегодня мы работаем над тем, чтобы разрушать эти правила. Но рано или поздно и эта система будет исчерпана. Это неминуемо, как приход электрической лампы на смену свече! Которую тоже, кстати, развивали, придумывали новые формы, ароматы, пока этот объект не был исчерпан в дизайне, и свеча ушла в прошлое. Её сохранили лишь в качестве ритуального элемента, украшения или дивного антуража.

Представим, что вдруг появится напыление на одежду и возможность формирования костюма из аэрозоли, и придут идеи, которые уже носят в фильмах и научно популярных романах. Исчезнет иголка, нитка и ножницы! И это будет безграничное поле для фантазий!

И все же, чтобы предположить моду будущего, надо сначала представить новый климат, новый транспорт. Ведь одежда будет ответом и на все это...



- **Мода постоянно навязывает нам идеалы красоты. Эталон женской фигуры 90-60-90, то мы все худеем, то возвращаемся к Рембрандтовской Данае и образу Венеры Милосской. Стоит ли слепо следовать всему, что мы видим на подиумах и на страницах глянцевого журналов?**

— Нет. Ну, слепо следовать вообще ничему не стоит. И в моде, и в религии, и в политике — это всегда плохо. А насчет навязывания идеалов красоты именно модой, я бы немного поспорил. В 17 веке, в эпоху Рубенса, тоже был некий свой фэшн-промоушэн, но через живопись. Тогда были свои идеалы красоты и их отражали в искусстве. И кто кому диктовал нормы красоты? Неужели Рубенс, рисовавший тех пышнотелых красавиц, задал тренд, и девушки отчаянно стали поглощать булочки?

Представим уже в наши дни такую ситуацию: модельеры, стилисты, фэшн-фотографы, врачи и представители церкви собрались на симпозиум и постановили: мы больше не будем навязывать эти очень тонкие, болезненно худые идеалы красоты, которые представлены на подиуме и в глянцевого журналов, ведь они разрушают юные неокрепшие сознания. Девочки начинают худеть и нередко портят свое здоровье (мы знаем много подобных случаев из прессы). И вот на подиумах появляются реальные женщины, а-ля Венера Милосская, ростом, примерно, 165 см, с нормальными пропорциями, с «объёмами» в области бедер! И сразу упадут продажи! Почему? Да потому, что модельеры ничего не навязывают. Невозможно навязать, но можно предугадать наше стремление к идеалу красоты. Это какое то коллективное подсознание. Потому и причинно-следственные связи между подиумом и обществом более сложны. Я, конечно, здесь обращаюсь немного к Юнгу, но это действительно работает. Мы не копируем богов. Мы иде-

альной красотой наделяем не только своих богов, не только изображения Венеры античных времен или девы Марии средних веков, но идеализируем и обожествляем образы современных актрис. К примеру, когда проводим кастинг, мы выбираем те модели, которые соответствуют нашим представлениям идеала красоты. И те, кто занимается рекламой, и те, кто создают визуальные образы или те, кто готовят показы, они на самом деле пытаются угодить нам. Чтобы нам понравилось.

- **Как вы считаете, пластические операции — это дань моде или стремление к идеалу?**

— Я считаю, что это стремление к совершенству, но это и модный тренд, конечно. В пластических операциях нет никакого зла, я сейчас не буду их критиковать или запрещать. Стремление к совершенству — это нормальное стремление человечества, причем не только к физическому, но и к духовному, ментальному. Изменение тела к лучшему — это нормально. Ради этого люди и худеют, и идут в спортзал, посещают косметолога. И это не веяние сегодняшнего дня. Еще в древнем Египте практически была создана косметология для того, чтобы сохранить молодость и улучшить сияние кожи.

Но нужно знать золотую середину, опасность здесь заключается в перегибах. И один из них — потеря индивидуальности. Эта та грань, за которую не стоит переходить. Тот случай, когда не ограничиваются тем, что хотят просто поправить какие-то особенности или изъяны. А желают другой нос, другие губы, другие глаза. Но это, по-моему, и есть уход от себя. Ну, мне кажется, что эта тенденция тоже скоро пройдет, все этим уже «объелись».

- **Актуальна ли сейчас, известная русская поговорка, «встречают по одежке, провозжают по уму»?**

— Очень хорошая, мудрая поговорка. Я думаю, у американцев есть своя версия этой поговорки, а у французов своя... Встречают, конечно же, по одежке. Первое впечатление складывается в первые несколько секунд, и нельзя его произвести во второй раз. Под «одежкой» мы понимаем образ, который включает в себя лицо, причёску, взгляд и конечно же комплект одежды. Но потом, когда человек начинает говорить, наше впечатление начинает корректироваться. И если словарный запас, голос не соответствует облику, то этот диссонанс может оказать очень плохую услугу. И заявленная планка превращается в необоснованную претензию. Ведь дама в костюме Шанель — это еще не Леди...

- **Что лучше, быть модным или стильным?**

Конечно стильным. Одеваться МОДНО сегодня просто невозможно. То есть сегодня никто не







может понять толком, что сегодня модно....Одеться в последнюю коллекцию? Тогда от какого модельера? Есть, конечно, какие-то определенные коммерческие тенденции, повторяющиеся моменты. Одеваться модно — не должно быть стремлением. Я скажу грубо, парадоксально, но **ОДЕВАТЬСЯ МОДНО — ЭТО НЕ МОДНО**. Слишком трендово. мода — это подражание тому, что мы видим в фильмах, в клипах, в журналах. А стильно — это значит, используя тренд, выходить за его рамки, обозначая и делая главным свою индивидуальность и имидж. Одним словом, — сейчас **МОДНО БЫТЬ НЕ МОДНЫМ**.

— **Почему всегда возвращаются «бабушкины платья»? Это ностальгия по прошлому или закон моды?**

— Этот закон моды, объясняется очень просто. Он заложен в нас самих. Вечная тема, спор отцов и детей. Мы отвергаем идеалы своих родителей, которые в свое время отвергли идеалы своих. А «враг моего врага — мой друг». «Бабушкина мода» это не только платья и шляпки, — это их система ценностей. Но мы должны отвергать идеалы, иначе не будет развития цивилизации. В этом отторжении предыдущего поколения и происходит соединение с идеалами бабушкиного поколения. Тому пример — субкультура «хипстеры». Как много в них от хиппи — от бабушек и как много у них контры к своим буржуазным родителям! Есть хорошая присказка: почему внуки и бабушки находят общий язык, — потому, что у них общий «враг»...

— **Извечная женская проблема, ставшая уже анекдотом: «Полный шкаф, а надеть нечего». ...Что с ней делать? Каким должен быть гардероб современной женщины?**

— Идеального совета нет. Эта проблема, на самом деле, нередко встречается, особенно у женщин. Очень часто просто жалко что-то выбросить, накапливаются некие «психологические якоря». «Ой, это мое первое свадебное платье», «А в этой шали я с ним повстречалась, и меня он своею назвал», «Счастливое платье — я в нем получила пятерку на экзамене». По сути, вещи становятся сувенирами. Есть поговорка, я ее очень люблю **«МОДА не исчезает бесследно — она переезжает на дачу»**.

Но когда все расчистишь, то шкаф окажется таким поразительно маленьким, что и носить то нечего. И вот тогда-то — стоит составить план шопинга. Если есть возможность — взять стилиста, если нет — то самой внимательно продумать свой образ. Главный принцип хорошего гардероба, это — иметь достаточное количество необходимых на календарный сезон вещей. А сколько точно вещей должно быть — сказать трудно. Конечно, всё зависит от образа жизни, но в базовой комплектации это должна быть так называемая деловая капсула, одежда для вечерних мероприятий, для частной жизни, домашний гардероб. В рамках этих капсул предусматривается разное количество вещей. Например, повседневная деловая одежда включает минимум пять комплектов на календарный сезон, если есть 10 — превосходно, а двенадцать — слишком много, просто не успеваешь носить. Конечно, подразумевается, что вещи внутри капсулы комбинируются и сочетаются. Это и по бюджету выгодно. Жизненный опыт подсказывает, что больше 7 комплектов, разнообразной одежды иметь не надо.

— **Что вы думаете, по поводу вечного спора между блондинками и брюнетками ...**



— Я обожаю этот спор! Я за ним очень внимательно слежу. Причём слежу на протяжении многих веков. Этот спор длится, начиная с древней Греции. Если вы имеете в виду современные анекдоты о блондинках, когда слово БЛОНД — означает не цвет волос, а уровень интеллекта, то это тоже объяснимо. Блонд — цвет, и как любой цвет в одежде, это прежде всего ассоциативный сигнал для джентльменов (которые, кстати, на протяжении всех веков предпочитают его). Потому что это — легкость, сексапильность, легкомыслие, незамудренность. Это не свойство характера человека — это наше восприятие человека. Давайте вспомним, когда блонд входил тотально в моду — это средние века. В средневековье образ прекрасной дамы — она по умолчанию должна была быть блондинкой. Потому что в моде был образ хрупкой, слабой женщины, как антипод мужчине-воину. Женщинам тогда не была доступна перекисть водорода и они осветляли волосы с помощью солнца и соли. В период рококо, это делали с помощью париков и белой пудры. Рококо — это легкомыслие, сексапильность, кукольность, и блонд снова вошел в моду. Но происходит великая буржуазная французская революция, конца 18 века, и блонд выходит из моды лет на сто. И в начале 19 века женщины активно красят волосы в темный цвет. Почему? Ответ надо искать во внутреннем состоянии человечества... В моде благородство, в моде — глубина, в моде — правильность. И блонд оказывается здесь неуместным, он делает женщину, может быть, более сексапильной в глазах мужчины, но в тоже время и более легкомысленной, несерьезной. А в это время в моде викторианские девушки, в моде — Татьяны Ларины. В моде диккенсовские, в моде тургеневские девушки и благородные дамы типа Анны Карениной. И было понятно, что в 19 веке темный цвет должен занять свое место. Ну, а сегодня в моде любые цвета. И, подбирая себе цвет

волос, стоит думать не только о красоте, но и о том, подходит ли он к вашему цветотипу, и об ассоциации, которую вы хотите вызвать у окружающих...

Ну, а если опять покопаться (я это люблю) в коллективном бессознательном, то можно найти ответы не всегда столь очевидные. Мы же ничего не забываем, у нас в подсознании — опыт прошлых поколений. Можно расшифровать, откуда у нас такие вековые ассоциации. Черный цвет — мистика, характер, драма — это наш страх перед ночью... Блонд — это день: это радость, это хорошее настроение. Я опять повторюсь — у нас все ассоциации заложены в подсознании.

— **Вечный вопрос о черном — это цвет траура или загадки? Почему все дизайнеры и стилисты ходят в черном?**

— Вопрос вопросов! Наверное-просто «объедаемся цветом». Для нас — черный это, как «сапожник без сапог». Мы настолько устаем от моды, работая с клиентом, просматривая множество фешн — показов, что у меня есть ощущение, что я это уже сам все относил. А нередко черный цвет — эта ниша «вне моды», в которой можно побывать оставаясь модным. Ну, а после, после выхода фильма Дольче вита, в 60-м году, этот цвет стал ассоциироваться с интеллектуальной творческой тусовкой. Поэтому, если вы хотите попасть на закрытое мероприятие, кинофестиваль или тому подобное мероприятие без билета, мой вам совет — одевайтесь во все черное, надеваете черные очки и на непонятном языке говорите охране — автографы потом... Проход вам будет обеспечен. Но здесь конечно нужен еще и кураж.

— **Константин, с точки зрения аналитика моды, как вы считаете, для кого же, всё-таки, одевается женщина?**







**нашли время встретиться и ответить на мои вопросы. Читательницы нашего журнала — успешные, состоявшиеся женщины, что бы вы им пожелали?**

— Я хочу пожелать вашим читательницам — ПЕРЕМЕН. Для кого-то — это будет перемена, ограниченная цветом волос. Для кого-то будет новое платье, для кого-то — новая работа, или может быть, новая любовь. Только в переменках, постоянных переменах, мы остаёмся всегда молодыми. Стабильность, уютная гавань, к чему большинство из нас стремится, стабильный доход, стабильная семья, устоявшийся визуальный образ — на самом деле это не предел мечтаний. Надо не бояться перемен, позволять себе перемены, расти в них и молодеть...

*Марина Ходырева,  
имидж-стилист*

— Я люблю одно выражение — «женщина одевается либо для мужчин, либо против других женщин». Конечно, оно очень сужает диапазон ответов, но сексуальность женщины и привлечение партнера — самые мощные мотивации в этом вопросе, хотя иногда эти понятия подменяются... На самом деле ответы нам дает психология: это стремление объявить о своем социальном статусе, профессиональном, мнимом или действительном, сексуальное желание нравиться (независимо есть ли у тебя муж, и сколько у тебя детей). Это и инстинкт самосохранения. Когда все плохо, — и погода и семья, — мы идем по пути наименьшего сопротивления и одеваемся невзрачно, чтобы сохранить свою энергию... Это функциональная мотивация. Вот так формируется наше одевание для чего-то..

**— В чем, по-вашему, заключается красота женщины?**

— Красоты, в объективных критериях, не существует. Красоту невозможно измерить в сантиметрах, параметрах и перечислить в чем именно она содержится. У каждого человека есть свое представление о красоте. Идеала в природе нет! ОН есть только в нашем сознании и у каждого свой. На грани подсознания существует более — менее сформулированный идеал мужской и женской красоты. И мы примеряем его на себя, как в магазине покупая жакет, спрашивая: Мне это идет или не идет? Но даже обладая очень четким набором идеальных параметров и представлений об идеальной красоте, часто происходит так, что мы влюбляемся в женщину не отвечающую нашим подсознательным параметрам. Идеал и любовь к конкретному человеку — это совершенно разные понятия. И мы говорим своим любимым: Боже, ты у меня самый красивый. И рушатся все наши запрограммированные идеалы, потому, что мы влюбляемся не в параметры, а в человека.

**— Константин, спасибо за то, что при своей сумасшедшей загруженности, вы**

