



ФОТО: НИКОЛАЙ ТАРХАНОВ

ИНТЕРВЬЮ

Константин Богомолов:

«Главными стилистами ближайшего будущего станут мастера, работающие с лицом и телом»

АНАЛИТИК МОДЫ, ПРАКТИКУЮЩИЙ СТИЛИСТ, ВЛАДЕЛЕЦ АВТОРСКОЙ ШКОЛЫ ИМИДЖ-ДИЗАЙНА И ПОСТОЯННЫЙ АВТОР ЖУРНАЛА LES NOUVELLES ESTHETIQUES КОНСТАНТИН БОГОМОЛОВ СТОЛЬ ВИРТУОЗНО РАБОТАЕТ С ОБРАЗАМИ, ЧТО ВИЗУАЛИЗИРУЕТ ВСЕ, ВПЛОТЬ ДО СОБСТВЕННОЙ РЕЧИ.

Разговаривая с этим незаурядным человеком в безупречном костюме, слушая его неповторимую интонацию, наблюдая за лаконичными, четко рассчитанными жестами, чувствуешь себя участником даже не трехмерного, а красивого четырехмерного кино. 4D-эффект, безусловно, достигается также благодаря глубине мышления Маэстро и содержательности его ответов.



Константин, вы – один из немногих известных сегодня в Европе аналитиков моды. Если учесть, что вы родом из Советского Союза – родились на Украине, получали образование в Ленинграде, затем переехали в Ригу, то понятно, что своей нынешней профессии вам учиться было негде – такой специальности в стране не было. Скажите, как из выпускников советских вузов получают аналитики моды?

Я считаю, что мне с детства повезло, причем вдвойне: во-первых, повезло с родителями, которые поддерживали меня в моих увлечениях, во-вторых, с тем, что я довольно рано определился с жизненными интересами. В классе пятом, а то и раньше, я уже знал, что хочу заниматься модой (слово «аналитик» мне тогда было неведомо). Хотел шить одежду или еще что-то делать в этой области. Одним словом, мода меня чрезвычайно интересовала. А выражался мой интерес в том, что я шил куклам платья. Это, конечно, держалось в строгом секрете от одноклассников, потому что, представьте себе, если бы мои сверстники узнали, что Костя Бого-

молов одевает кукол! Мама, кстати, иногда меня шантажировала: грозилась рассказать всем о моем увлечении, если я буду плохо учиться.

Так что к окончанию школы я уже знал, куда пойду. Хотя поступил не совсем в тот институт, который выбрал (туда не добрал баллов): хотел стать модельером, а пошел в технологический институт учиться на конструктора и технолога.

Потом увлекся наукой, поступил в аспирантуру, начал преподавать и писать диссертацию, которая была очень далека от моды: «Проектирование защитной одежды

для работы в условиях экстремальной среды». Когда в 90-е годы попал в Ригу, продолжил преподавательскую деятельность, но преподавал вовсе не моду, а вполне сухие предметы: «Проектирование швейных фабрик», «Технология раскройных цехов», а также «Проектирование одежды».

Однажды мой знакомый Андрей Сильченко (один из первооткрывателей салонного бизнеса в Риге – он первым назвал свою парикмахерскую салоном красоты и повысил ее статус, введя новые услуги и поменяв интерьер) обратился ко мне с просьбой помочь в обучении своего персонала – он считал, что сотрудники салона красоты должны быть профессионально и культурно образованны. Он знал, что я занимаюсь модой, и попросил меня рассказать парикмахерам о том, что мне самому интересно. Так я начал читать лекции по истории моды и чрезвычайно этим увлекся. Потом почувствовал, что сам мало знаю, и начал собирать материал. Преподаватели вузов в то время жили небогато, и приобретение необходимой литературы становилось серьезной проблемой. Я помню, как наша городская библиотека избавлялась от старых журналов «Вог», которые когда-то выдавались читателям по абонементу. Мне захотелось их приобрести, но это было очень дорого, примерно 50 центов за номер, а всего нужно было заплатить 35 долларов. Но я нашел деньги, выкупил эти журналы и был счастлив. Чем больше углублялся в тему, набирал знаний, тем больше рос интерес ко всему, что связано с модой. Как видите, на разных этапах жизни мои интересы были разными. Видимо, так и получаются аналитики моды. Конечно, тогда я не думал, что стану аналитиком моды или ведущим стилистом в Латвии, редактором модного журнала и создателем собственной школы. Ничего этого даже в прогнозах не было. Тогда, в 90-е годы, все читали Карнеги и ему подобных гуру. ▶

Я всегда занимался тем, что мне интересно, не думая о том, заработаю ли в итоге деньги. Теперь могу утверждать, что если человек занят интересным делом, рано или поздно оно принесет ему соответствующий доход.

ИНТЕРВЬЮ

КОНСТАНТИН БОГОМОЛОВ: «ГЛАВНЫМИ СТИЛИСТАМИ БЛИЖАЙШЕГО БУДУЩЕГО СТАНУТ МАСТЕРА, РАБОТАЮЩИЕ С ЛИЦОМ И ТЕЛОМ»

Согласно этим учителям для успеха в жизни надо было сформировать мечту, составить план, потом четко идти по намеченному маршруту, выстраивая дерево цели, «вырубая» лишние ветки, которые не вписываются в стройную картину будущего. У меня эти учения сразу вызвали отторжение. Я всегда занимался тем, что мне интересно, не думая о том, заработаю ли в итоге деньги. Теперь могу утверждать, что если человек занят интересным делом, рано или поздно оно принесет ему соответствующий доход.

Как возникла авторская школа имидж-дизайна Bogomolov' Image School?

Никогда не предполагал, что мое увлечение подвигнет меня к созданию крупного международного обучающего центра с филиалами в разных городах и странах – Литве, Беларуси, на Украине, в Израиле, Молдове и России. У меня не было такой цели. Первый мой преподавательский опыт был в виде единичного авторского семинара, не подкрепленного никакой практикой. Но потом после каждой лекции ко мне стали подходить люди и спрашивать, где можно получить практические знания. Я, признаюсь, испытывал чувство вины и одновременно ответственности за образование этих людей. И начал формировать структуру обучения, которая в конце концов сложилась в международную систему, объединяющую множество региональных филиалов. Это четкая программа образования имидж-дизайнеров, причем она уже лицензирована. Это региональные школы, где работают подготовленные мною преподаватели, которые проводят практические занятия, а я даю теоретический курс. Обучение завершается защитой дипломных работ, лучшие из которых читатели Les Nouvelles Esthétiques имеют возможность увидеть на страницах журнала в рубрике «Имидж-студия». Целью дипломной работы не является преображение клиента, хотя визуальный

результат именно таков. Цель – освоение технологий работы с частным клиентом. Конечно, очень многое из этого кропотливого процесса остается за кадром, для публикации мы даем только пару имиджевых фотографий с кратким описанием технологии. Дипломная работа пишется на 20 страницах: там и психологическое обоснование нового образа, и тактика работы с клиентом, и подбор прически и макияжа и многое другое. Все, что слушатель школы освоил за год, реализует в своем дипломном проекте.

Скоро появятся работы первых выпускников московского филиала Bogomolov' Image School, который открыл свои двери в 2010 году на базе компании «Индустрия красоты». Москвичи завершат обучение и выйдут на дипломную сессию в конце нынешнего года.

Когда вы поняли, что обрели статус аналитика моды?

Я позволил себе написать на визитке «аналитик моды» всего лишь несколько лет назад. До этого был практикующим стилистом, редактором моды и т.д. Только недавно почувствовал, что имею право себя назвать аналитиком моды, потому что умею ее анализировать и объяснить другим, нахожу закономерности и могу предсказать тенденции. Аналитик моды или аналитик чего-либо другого – это когда ты находишь в своем занятии философию и включаешь мышление, когда ты уходишь от уровня платья, сбора первоначальной информации, анализа модных тенденций сезона и видишь проявления коллективного бессознательного, психосексуального самоутверждения и т.д., то есть выходишь на уровень мышления. Тогда ты уже не просто говоришь в «моде это платье», а задаешься вопросом, почему в моде это платье. И вот когда я начал задавать себе эти вопросы, и на многие из них нашел ответы (хотя далеко не на все), вот тогда я позволил себе называться аналитиком



моды. Мне очень помогло мое техническое образование, без него я бы не сформировался. Теперь, вспоминая о том, что изначально хотел учиться на модельера, но не поступил на выбранный факультет, я думаю: «Слава богу, что не поступил». Если бы я не получил техническое образование, то вряд ли построил бы свой системный подход, которым очень горжусь.

Наблюдая за тем, как движется мода, можете ли вы сказать, что на ее развитие влияют технологии, или все-таки ее больше формируют философские, политические, психоэмоциональные взгляды, царящие в обществе?

Я считаю, что, конечно, и то и другое влияет. Но тут необходимо разграничить масштабы влияния. Скажем, влияние на последнюю коммерческую тенденцию идет отовсюду – это может быть политическое событие, появление новой технологии, съемки какого-то громкого фильма. Великая китайская революция стала причиной распространения во всем мире китайских полотенец и китайской застежки. Или выход в прокат фильма «Горбатая гора» выявил явное тяготение к стилю кантри, к стилю вестерн в коммерческих показах. Но если говорить не о сиюминутных, коммерческих тенденциях сезона, а о более глобальных влияниях, то совершенно очевидно, что и технологии, и длина юбки, и войны, и кризисы, и катаклизмы, и философские учения идут из какого-то одного вектора, то есть на самом деле моду диктует то, что происходит внутри человека, в коллективном бессознательном. Это становится понятным, когда оглядываешься на прошлое, например на эпоху рококо. Боже, какой разврат царил тогда в обществе, какое легкомыслие, какой унисекс, как были похожи мужчины и женщины друг на друга в макияже, в мушках, в манерах, в этом

отчаянном нежелании стареть! И ясно, что нельзя это объяснить войной или какой-то технологией, или еще чем-то материально-формальным. Видимо, какая-то миссия была возложена на человечество на эти сто лет – пройти этот путь и визуально отработать ценности легкомыслия, порока, отыграть их. И знаете, что происходит дальше? Проходят века, и когда нам вдруг хочется для фотосессии, собственного имиджа или какой-то другой практической задачи изобразить легкомыслие и порок, мы ошибочно берем цитату из эпохи рококо. И, примеряя розовое платье в комбинации с черным кружевом или платиновый локон, мы обращаемся к визуальным решениям, которые были характерны для той эпохи. Мне кажется, каждое тысячелетие ставит перед человечеством какую-то задачу, и оно отрабатывает ее визуально в своем имидже, а потом, когда возникает необходимость, обращается к найденным решениям.

То есть такие типажи, такие архетипы можно выделить?

Это не классические архетипы, а как бы модные архетипы, это имиджи, собирательные образы.

Можно ли предсказать поведение человечества, наблюдая за тем, как возникает мода на улицах: какие-то апокалиптические настроения или, наоборот, острое желание жить мирно и размножаться? Можно ли увидеть в моде предпосылки того, что будет завтра?

Я не готов ответить конкретно на этот вопрос, но я об этом думаю. Действительно, прошлое изучать полезно и интересно: обязательно наступит момент, когда ты захочешь угадать будущее. Даже не угадать, а задуматься над тем, к чему все идет. Я вижу дальнейшее развитие моды не в одежде.



Странное заявление для практикующего стилиста.

Почему же? Когда мы думаем о том, как изменится мода, что нового ждет нас в материалах, в ткани, системе кроя, мы стереотипно ищем. Пытаемся предугадать развитие каких-то форм, линий и длин, и даже собираемся в ближайшем будущем аэрозолем напылять на себя плащи и топики, в то время как в действительности нас ждет кардинальное изменение отношения к моде как таковой. Мода сама по себе выйдет из моды. Я пришел к такому выводу, наблюдая процессы, происходящие в смежной области – индустрии красоты, которая сегодня развивается громадными темпами. Мода же топчется на месте, или, как мы говорим, в кризисе, никакой новой длины юбки уже придумать невозможно, все цвета волос уже были, все формы были, и особого развития нет, все сводится к цитатам. ▽

Каждое тысячелетие ставит перед человечеством какую-то задачу, и оно отрабатывает ее визуально в своем имидже, а потом, когда возникает необходимость, обращается к найденным решениям.



КОНСТАНТИН БОГОМОЛОВ: «ГЛАВНЫМИ СТИЛИСТАМИ БЛИЖАЙШЕГО БУДУЩЕГО СТАНУТ МАСТЕРА, РАБОТАЮЩИЕ С ЛИЦОМ И ТЕЛОМ»

работающими с лицом и телом. Именно они станут главными стилистами будущего – лет через сто или двести.

Так же как стилист должен подбирать платье, исходя из особенностей фигуры и цвета глаз, должен ли косметолог предлагать набор процедур, учитывая внешние природные данные человека?

Мне кажется, параллель очень неплоха. Но стилист может акцентировать то, что есть, и продолжить уже имеющуюся тему, а может ее скорректировать. Например, что значит подобрать цвета одежды, цвета макияжа? Мне идет этот цвет, говорим мы нередко, не вдумываясь в суть фразы. Идет цвет – значит, либо он гармонично дополняет то, что есть, либо позволяет уйти от своего заданного природой образа к другому, к которому я стремлюсь и который ближе моему внутреннему содержанию. Можно скорректировать фон, а можно его продолжить, но искать ответ нужно не в чертах лица, и не в природной пигментации кожи, а во внутреннем состоянии человека. То есть косметолог обязательно должен быть психологом. Тот образ, который мы предлагаем (в данном случае я имею в виду стилистов, косметологов, пластических хирургов, фитнес-тренеров), прежде всего должен быть психологически комфортным для клиента. И я на всех своих семинарах и в статьях призываю моих коллег образовываться в области психологии. Мы работаем не с кожей, не с платьем, не с прической, мы работаем с человеком, а человек есть то, что у него внутри.

Константин, с вашего позволения я хочу здесь внести в разговор маркетинговую составляющую. Мы же знаем, что есть масса компаний, которые на этом зарабатывают деньги. Как они влияют на коллективное бессознательное, на наше стремление к индивидуальности? То есть формируют ли каноны красоты, и насколько мы сво-

бодны в своем самовыражении, имея над собой такой экономический пресс?

Мне вспоминается фраза, которую я вычитал в одной книге, посвященной рекламе и маркетингу. Там было написано, что реклама и маркетинг основаны на очень мощных инстинктах человека – на зависти и жадности. Так что если говорить о технологиях, то это, конечно, манипулирование сознанием. Но, если вы не возражаете, то я переведу ваш вопрос в плоскость своей профессии.

Мы нередко слышим: «Нам навязывают идеал красоты». А можно ли его навязать? Можно ли навязать это самое коллективное бессознательное? Абсолютно убежден, что нет. Эти фразы, тиражируемые обывательскими дамскими журналами, на самом деле не имеют под собой серьезной почвы. Ни идеал красоты, ни моду навязать нельзя. Можно какой-то коммерческий тренд распиарить, но это все равно будет сиюминутно и не останется в обществе надолго, если не коррелирует с нашим внутренним состоянием. Вот, к примеру, давайте представим, что все рекламщики, фотографы, стилисты, все, кто отвечает за обложки, показы мод и каталоги, соберутся на форум и договорятся: «Мы больше не будем навязывать этот худосочный или андрогинный идеал красоты, а будем внедрять в сознание людей образ Венеры Милосской – женщины земной, здоровой, с тяжеловатыми бедрами, призванной рожать и выкармливать детей». И они начнут нам грамотно предлагать этот образ. Но объемы продаж упадут. Мы не станем покупать ни косметику, ни духи, потому что этот образ не совпадает с тем, что мы внутри себя считаем красивым и к чему стремимся. Идеал красоты нельзя навязать, рекламщики и иже с ними просто улавливают наши еще не высказанные предпочтения, дальше уже начинают работать технологи. А потом подключаются господа журналисты и находят для этих тенденций соответствующие названия. Так формируются тренды. ▷

А теперь представьте, что мы достигнем высшего совершенства в индустрии красоты, каждый человек сможет получить то лицо и тело, тот идеал, о котором мечтает. Сегодня такое пока невозможно, несмотря на впечатляющие успехи отрасли. Но представим себе, что совершенство достигнуто. Тогда зачем нужна одежда? Она начнет терять свою функцию. Как только люди сделают идеал красоты абсолютно достижимым, им необходимо будет как-то отличаться друг от друга. И сегодня я вижу две тенденции. Первая – размножение клонов, когда, пользуясь современными технологиями, женщины и мужчины станут похожими друг на друга, приблизившись к какой-то единой перфектности. Вторая – трансформирование своего лица и тела из желания не приблизиться к идеалу, а, наоборот, быть отличным от других. Именно поэтому все большую популярность приобретают шрамирование, татуировки, пирсинг и многое другое, для чего мы и названия еще не придумали. В любом случае будущее за мастерами,

ИНТЕРВЬЮ

КОНСТАНТИН БОГОМОЛОВ: «ГЛАВНЫМИ СТИЛИСТАМИ БЛИЖАЙШЕГО БУДУЩЕГО СТАНУТ МАСТЕРА, РАБОТАЮЩИЕ С ЛИЦОМ И ТЕЛОМ»

Можно ли, глядя на сегодняшнюю моду, просчитать завтрашние демографические тенденции?

Да, просчитать можно, исходя из того, как сегодня выглядят будущие или молодые мамы. Думаю, их дочери будут отвергать тотальный пансексуализм своих мам. Дети всегда отвергают идеалы родителей. Сегодняшний пансексуализм, тотальная сексуальная озабоченность в мужских и женских имиджах наверняка приестся. Я могу предположить, что поколение, которое повзрослеет лет через 15–18, будет более ханжеским и, возможно, – более одухотворенным (хотя насчет последнего я не уверен). По крайней мере, благо-разумная дочь будет критиковать маму, глядя на ее девичьи фотографии с голым пупком. И она же будет внимательно присматриваться к бабушкам – внуки и бабушки в оценке жизненных ценностей нередко совпадают. Например, почему 60-е годы прошлого столетия так похожи на 20-е? Потому что на этих двух временных полюсах проживали свои судьбы родственники – бабушки и дедушки и их внуки.

Вам, человеку утонченному, трудно жить в нашем несовершенном мире? Вас не раздражает, что подавляющее большинство людей не может похвастаться хорошим вкусом? Не хочется всех переодеть в «приличные одежды»?

Признаюсь, раньше такое было, но лет 5–7 назад я перестал расстраиваться по поводу несовершенного мироустройства. (Смеется.) И сегодня даже на своих лекциях, обращаясь к молодым стилистам, призываю их воспитывать в себе профессиональную толерантность. Я в какой-то период своей деятельности пришел к, возможно, парадоксальному выводу: имеют право на существование люди «безвкусовые», не стильные, не образованные в области моды, люди старомодные и даже безобразно одетые, которые при этом выглядят симпатичными, органичными и счастливы-



ми. А если меня раздражает то, как женщина смотрит в своих нелепых лосинах не по фигуре или с вульгарной сумочкой, то у кого проблемы? Наверное, все-таки у меня. Значит, я не способен принять и полюбить людей такими, какие они есть. Я сегодня честно и откровенно признаюсь, что научился этому. Меня не раздражают люди, одетые не так, и у меня не чешутся руки их переделать. Я беру за переделку, только если человек сам обратится ко мне. Кстати, приходят помощью как раз те, кто обладает неплохим вкусом и

хочет улучшить свой имидж. Люди, не наделенные вкусом, не чувствуют проблемы, так зачем я буду им ее создавать? Если человек нравится себе во всем этом, то он и другим понравится.

Современная литература следующим образом трактует этот вопрос: пока ты никто в этом мире, одевайся, как хочешь; как только начинаешь делать карьеру и покорять мир, ты обязан одеваться так, как должно, а достигнув серьезных высот, имеешь право опять одеваться как хочешь.

Абсолютно согласен, так оно и есть. Мы здесь уже коснулись социальной сферы. Когда человек строит карьеру, будь то в бизнесе или моде, на начальных этапах он обязательно должен в своем профессиональном имидже давать правильные сигналы партнерам, клиентам и заявлять своей внешностью, на что он претендует. Но когда он достигнет вершины, то может позволить себе расслабиться и выглядеть, как ему заблагорассудится, – он уже никому ничего не доказывает.

Тогда что же есть стиль – декларация собственного я или декларация своих намерений?

Компромисс. Стильный имидж – это всегда компромисс между правилами, тенденциями моды, собственной индивидуальностью. Хороший стилист должен уметь достигать этого компромисса. Ведь как звучит типичный заказ деловой женщины стилисту: «Хочу, чтобы мой имидж помогал в карьере, при этом хочу нравиться противоположному полу, но не выходить за рамки дресс-кода, и чтобы в костюме была изюминка, подчеркивающая мою индивидуальность». Как вам такой компромисс?

Скажите, пожалуйста, когда вы стали аналитиком моды, открыли свою школу и начали практиковать, была ли мама объектом вашей деятельности и, вообще, как она к этому относилась?

Стильный имидж – это всегда компромисс между правилами, тенденциями моды, собственной индивидуальностью. Хороший стилист должен уметь достигать этого компромисса.

Нет, она не стала жертвой моего авторитета. Моя мама обладает хорошим вкусом, по крайней мере, сама так считает, и я ее в этом поддерживаю. Она действительно очень внимательно относится к своей внешности и даже в достаточно пожилом возрасте красит волосы, не выходит на улицу без губной помады и по-своему следит за гардеробом. Она никогда не нуждалась в моих советах. И вы знаете, если бы я начал ей советовать, думаю, она не восприняла бы мои советы всерьез, потому что я для нее всегда остаюсь ребенком.

Она знает, что ее сын – один из известных в Европе экспертов моды, но, мне кажется, не придает этому особого значения. Да, она гордится этим, но не впадает в ажитацию.

Константин, а в вашем личном гардеробе порядок или нет?

Идеальный порядок. Иначе и быть не может: какое право я имею учить других управлять гардеробом, если не умею это делать со своим шкафом? Для меня уже норма – сделать ревизию, выбросить лишнее, развесить все вещи по отдельным вешалкам, а прежде чем ехать покупать новую одежду, приобрести новые вешалки. Потому что именно это профессиональный стилист должен уметь делать с гардеробом клиента.

Вот вы говорите «управлять гардеробом». А вы помните последний случай, когда гардероб управлял вами?

(С грустью в голосе.) Да он все время пытается делать это, он же монстр. Знаете, в каких случаях гардероб управляет нами? Когда мы купили что-то не то, ошиблись при покупке – неважно, по какой причине. А потом эта вещь висит там, заставляя нас привязываться к ней. Мы не можем признаться в своей ошибке, либо заставляем себя ее носить, либо пытаемся передельвать, перешивать. Таким образом, начинает работать система манипулирования хозяином. Шкаф управля-

ет нашими эмоциями, нашей энергетикой, настроениями и даже материальными трагедиями. Избавляться надо от таких вампиров!

Как же бороться с вампирами?

Для того чтобы понять, вампир это или нет, нужно вещи дать один сезон повисеть в гардеробе. Мой критерий – вещь становится лишней, купленной зря, если ее ни разу не захотелось надеть в течение года. В следующем сезоне, делая ревизию, нужно решительно избавиться от нее, не уговаривая себя, не убеждая еще помучиться с ней.

Что для вас красота?

На это я отвечу не задумываясь: гармония. Красота человеческого лица, красота 70-летней женщины, красота ребенка или красота заката... Иногда невозможно уловить, в чем принцип гармонии, каковы ее критерии. Конечно, какие-то законы нами выведены, исходя из опыта прошлых поколений, но для меня гармония – это когда нечего добавить и нечего убавить. Тебе хочется только смотреть, не задумываясь о том, почему это так красиво. Просто безупречно и все.

Хотя с другой стороны, например, один из видов гармонии – это контраст. А контраст, если его довести до довольно значительной дозы, – это уже концептуальная дисгармония. Она тоже имеет право на существование и, кстати, сегодня очень популярна и в манерах, и в одежде, и в музыке. Я в этом вижу признак того, что мы пытаемся разрушить прошлое: чтобы построить новое, необходимо сначала довести предыдущие законы гармонии до руин. Если еще 5 лет назад мы робко говорили, что не обязательно подбирать туфли и сумочку в одном цвете и стиле, то сегодня журналисты, редакторы и ведущие рубрик громко кричат: «Не вздумайте подбирать сумочку и туфли в один тон, это старомодно». Да, сегодня в моде дисгармония, диссонансы.

Как нужно одеваться, чтобы произвести впечатление на женщин, и как – на мужчин?

Есть такая крылатая фраза: «Женщины одеваются либо для мужчин, либо против других женщин». Можно очень подробно объяснить, как стать сексапильной для мужчин и как самоутвердиться среди других женщин.

Мужчина воспринимает образ целиком, причем сексапильность считается не с ног и не с декольте, уверяю вас, а с глаз и губ. Прежде всего он видит ее лицо, и именно там улавливает первые сигналы, а потом уже обращает внимание на формы тела, силуэт, каблуки и т.д. В любом случае сексапильность на протяжении последних полутора или двух столетий оценивалась через губы, глаза, грудь, ноги, хотя само понятие менялось с изменением коллективного бессознательного. Следовательно, если мы хотим сделать образ более сексапильным, нужно тем или иным способом акцентировать эти зоны. Сами аксессуары, детали для мужчины не важны. Он не запомнит, какого цвета был камушек на колечке женщины, скорее, отметит характерный жест – как она крутила это колечко на пальце. Надев кулончик и время от времени поправляя его на груди около ямочки, женщина скорее обратит внимание мужчины на эту зону. Колечко, кулончик, туфельки, новый цвет волос или выкрашенная в особый тон прядочка – все это произведет впечатление на женщин, потому что женщины считают детали. Но, увы, сами они не всегда осознают, одеваются для мужчин или против других женщин.

Какие ошибки допускают женщины, стараясь привлечь мужчин? Какие ложные «приманки» они используют?

Длинные акриловые ногти! Я не знаю ни одного мужчину, которому нравилось бы это произведение миниатюрно-лакового искусства. Женщина их делает, пытаясь быть секси. Да, она становится секси, но это образ доминирующей самки, стремящейся к психосексуальному самоутверждению среди соперниц. Длинные острые ногти во все времена были символом женской агрессивной особи, то есть подсознательно она их делает не для мужчин, а против потенциальных соперниц. Конечно, бывают случаи, когда «некоторые любят погорячее». Но даже если мужчина – поклонник горячих страстей, то будет ли она готова пустить в ход свое соколовище? ▷

ИНТЕРВЬЮ

КОНСТАНТИН БОГОМОЛОВ: «ГЛАВНЫМИ СТИЛИСТАМИ БЛИЖАЙШЕГО БУДУЩЕГО СТАНУТ МАСТЕРА, РАБОТАЮЩИЕ С ЛИЦОМ И ТЕЛОМ»

В своей точке развития мы очень совпадаем с Древним Египтом – в моде, идеалах красоты, макияже. Нефертити с ее лицом сегодня прошла бы любой кастинг, получила бы хороший контракт в известной косметической компании. А Венера Милосская – увы, не прошла бы.

Еще одно ошибочно трактуемое оружие женской сексапильности – силиконовая грудь. Многочисленные опросы показывают, что большинство мужчин терпеть не могут это достижение пластической хирургии. Так для кого ее делают женщины? Для собственного сексуального самоутверждения. Это символ превосходства над другими женщинами. Правда, сами женщины, отправляясь на маммопластику, часто бывают убеждены, что решились на операцию ради того, чтобы еще больше понравиться любимому человеку.

Почему мужчинам не нравится силиконовая грудь? Во-первых, понятно, что искусственный орган рождает неприятные тактильные ощущения. Но есть еще одна причина, которая не лежит на поверхности. Сделав силиконовый бюст, женщина берет на себя повышенные сексуальные обязательства. Большая грудь – это еще и демонстрация ее сексуальной энергии, которой на самом деле она, возможно, не обладает. Она обещает этим, что будет все и много, горячо и страстно, а если сама не сможет соответствовать заявленным условиям, то потерпит фиаско и разочарует партнера.

И третий фактор, который, вопреки стараниям женщин, раздражает мужчин – это загар, хороший коричневатый загар. На протяжении нескольких столетий, начиная примерно

с XVII века, когда стала формироваться академическая живопись, тело и лицо женщины пишут белой и розовой краской. Тело и лицо мужчины – коричневой. Это не случайно, потому что светлый цвет кожи – это нежность, это хрупкость, это романтизм. А загар – это сила, брутальность, дикость, если хотите. Женщины стали активно загорать в 20-е годы прошлого века. Вы думаете, чтобы понравиться мужчинам? Вовсе нет – чтобы стать им равными, уподобиться им и даже заявить о своем доминировании. Конечно, если мужчина мечтает о дикой кошке и если женщина, покрывшая свое тело загаром, действительно таковой является, то они поймут друг друга, но в основном мужчины предпочитают быть более загорелыми, чем их спутницы. И если он от природы не так наделен пигментом, как его подруга, то он комплексует, чувствует себя более слабым. Девушки загорают, подражая образу сексуальных мулаток вроде Наоми Кэмпбелл или Бейонсе, и думают, я загорю и стану такой же секси, как она. И невдомек им, что Наоми-то секси не только из-за цвета кожи, она секси в принципе, у нее для этого есть все, а темный цвет кожи является лишь частью образа. Зажарившись на пляже или в солярии, ты не станешь секси, если таковой не являешься. А принцы, как и в прежние времена, предпочитают Белоснежек.

А цвет волос?

Тут все интересней. Темный цвет волос ассоциативно более богат, чем блонд, в нем больше нюансов. Блонд более прямолинеен. Он рождает ассоциации с мягкостью, нежностью, романтизмом, чувственностью, хрупкостью. А темный цвет – здесь вам стержность и благородство, темперамент и сдержанность, агрессия и мистика, конечно, в зависимости от контекста – лица, манер, цвета глаз. Темный цвет может рассказать больше историй, нежели блонд.

Константин, законы диалектики внушают нам, что все в мире развивается по спирали и рано или поздно повторяется, только на более высоком уровне. С точки зрения моды с каким историческим отрезком мы в синхроне?

Я сегодня вижу, что в своей точке развития мы очень совпадаем с Древним Египтом – в моде, идеалах красоты, макияже. Нефертити с ее лицом сегодня прошла бы любой кастинг, получила бы хороший контракт в известной косметической компании. А Венера Милосская – увы, не прошла бы.

Что бы вы пожелали читателям Les Nouvelles Esthétiques?

У меня есть одно пожелание, которое адресовано всем, кто работает в индустрии красоты и моды – усвоить, признать и принять для себя профессиональное кредо: «Я работаю не с кожей, не с бровями, не с одеждой, я работаю с человеком. И моя задача – не сделать лицо ухоженным или гардероб стильным или волосы модными, а сделать человека счастливым». Это мое собственное кредо, которому я следую в своей работе и которое неизменно приносит успех. **LNE**

*Беседу вела Алсу Разакова,
главный редактор Les Nouvelles
Esthétiques*