

КОНСТАНТИН
БОГОМОЛОВ:
«ВСЁ,
ЧТО ЕСТЬ
В МИРЕ,
ИМЕЕТ ПРАВО
НА
СУЩЕСТВОВАНИЕ»

Я познакомилась с Константином Богомоловым 15 лет назад, когда он впервые приехал в Ригу. От него же впервые услышала слово «стилист», которое сегодня не знают разве что младенцы. Часто слышишь «стилист Богомолов», но это такие крохи его профессиональной биографии. Он доктор наук, основатель авторской теории и собственной школы, филиалы которой раскинулись от Риги до Иркутска, аналитик моды и имидж-дизайнер. А в декабре он еще и выступит в роли приглашенного редактора журнала «Лилит». Но я все-таки решила задать Константину вопросы о профессии стилиста, чтобы раз и навсегда расставить все точки над «i».

СТИЛИСТ РАБОТАЕТ НЕ С ВЕЩАМИ, А С ЛЮДЬМИ

— ПРОФЕССИЯ СТИЛИСТ БЛИЖЕ К ХУДОЖНИКУ ИЛИ К ПСИХОЛОГУ?

— Смотря что мы имеем в виду, говоря это слово. Потому что стилист — это многогранная профессия. Это даже целый список отдельных профессий. Есть стилист-парикмахер, работающий с клиентами. Есть профессиональные стилисты, обслуживающие клиентов. А есть fashion-стилисты, работающие для журналов, рекламы и показов мод или видеоклипов. Для профессиональных стилистов психология на первом месте. И я в этом контексте не устаю повторять свою любимую фразу: «Профессиональный стилист работает не с вещами, а с людьми». Он должен быть психологом, должен разбираться в людях и любить людей.

А fashion-стилист в большей степени художник. Но в любом случае, люди, работающие в моде, должны быть очень открыты для социума.

— СТИЛИСТ ДОЛЖЕН БЫТЬ ЗА МОДУ ИЛИ ЗА КРАСОТУ?

— Мне кажется, стилист не должен быть ни в одном из этих лагерей. Его приоритет — клиенты. Он должен иметь так называемое клиентоцентрированное мышление. Если это оправдано психологией клиента, если ему необходимо ярко, а может быть, даже эпатажно выразить свою индивидуальность, значит стилист должен сделать это для клиента.

А если главная мотивация клиента: хочу быть красивее, хочу нравиться, быть соблазнительным — стилист, каким бы он ни был продвинутым и креативным, должен выполнить именно этот заказ. Если же, как кажется стилисту, такая работа не раскрывает его творческий потенциал, значит он профнепригоден.

— А КТО ЯВЛЯЕТСЯ КЛИЕНТОМ У СТИЛИСТОВ С ТЕЛЕШОУ?

— Абсолютное заблуждение воспринимать телешоу типа «Модного приговора» или «Снимите немедленно» отражением того, как стилист работает с реаль-

ным клиентом. В данном случае заказчиком является телевизионный канал. И главная задача стилиста сделать шоу интересным для зрителей, которые могут возмущаться, обсуждать, критиковать. И при этом будут прилипать к экрану.

— ТО ЕСТЬ РАБОТА, СДЕЛАННАЯ ПЛОХО И ВЫЗВАВШАЯ БОЛЬШОЙ АЖИОТАЖ, ЛУЧШЕ, ЧЕМ ИДЕАЛЬНАЯ, НО БЕЗ ПОСЛЕДУЮЩЕЙ РЕАКЦИИ?

— Да. Когда ты посмотришь подряд несколько «красивых» преображений, тебе быстро надоест — скажешь: «Ну да, неплохо» — и все. В работе стилиста на телешоу есть два обязательных момента. Во-первых, преображение должно быть кардинальным. Обязательное условие: гадкого утенка превратить в прекрасного лебедя. Поэтому берется как можно больше замученная, «угробленная» жизнью модель и как можно более радикально преображается — так, чтобы сама себя не узнавала в зеркале. Во-вторых, клиентка с телешоу является безропотной моделью. То есть она не имеет права голоса и воспринимается всего лишь как объект для эксперимента.

«Не говорите мне ни слова — я сам вас вижу» — вот такой на шоу действует принцип. В реальной жизни и работе целью стилиста не является кардинальное преображение клиента. Нередко от стилиста требуется лишь незначительная коррекция. Его задача не изменить имидж, а найти его. Главное, чтобы на выходе человек находил гармоничным свое отражение в зеркале, чтобы он был счастлив.

ТАЛАНТ БЫТЬ СТИЛЬНЫМ НЕ ОБЯЗАН

— А ТЕБЯ НЕ РАЗДРАЖАЮТ БЕЗВКУСНО ОДЕТЫЕ ЗВЕЗДЫ?

— Мне бы очень хотелось ответить: «Нет, не раздражают», потому что раздражение, или гневливость, это один из смертных грехов. Ну ладно, что-то я не с того начал...

— ТЫ ВО ВСЕХ ИНТЕРВЬЮ ГОВОРИШЬ, ЧТО НЕ РАЗДРАЖАЮТ.

— Я их не осуждаю. Да и смотря кого мы называем звездами. Если речь идет о реальных звездах, которые сами сформировались, сами нанимают стилистов, продюсеров, пиар-компанию и тому подобное, то они же являются и авторами собственного имиджа. Однако обыватель недоволен: «Да куда же там стилисты смотрят? Что же они их так одевают?» В этом случае стилисты — нанятые люди. То, как выглядит звезда, это ее собственный вкус. И если кто-то из подобных звезд привык считать себя «самой стильной девушкой СССР», то она будет все делать для того, чтобы эту репутацию закрепить.

А вот «проекты» выглядят безупречно. Обычно нас редко раздражает, как выглядят девочки в какой-то группе или мальчики в каком-то квартете. Там все в порядке. Но и в глаза не бросается. Это хорошая работа продюсера и стилиста.

Я не могу сказать, что мне все это нравится. Но я стараюсь относиться к этому так, как относились ко всему хиппи: «Все, что есть в мире, имеет право на существование». И если звезда поет божественно, то мне плевать, как она одета. Мне совершенно все равно, как выглядит Алла Пугачева, как одевались Элла Фицджеральд и Эдит Piaф. Главное — как они поют!



ПОКУПКИ — ПОСЛЕДНЕЕ ДЕЛО

— ЧТО ТЫ ПОСОВЕТУЕШЬ ЖЕНЩИНАМ, КОТОРЫЕ НЕ ЗНАЮТ, КАК НАЙТИ СВОЙ ОБРАЗ?

— Во-первых, надо задуматься: почему меня не устраивает отражение в зеркале. Какая я сейчас? И какой я хотела бы быть? Начать надо с идеи. К примеру, я мягкая, добрая, отзывчивая, но при этом предсказуемая, слабохарактерная. Дать ассоциативную формулировку своего будущего образа. А затем эту идею визуализировать — и начинать всегда с примерки, а не с покупок. Лучше

вообще оставить дома кошелек, потому что мы нередко покупаем вещи, к которым привыкли, и не можем выбраться из своего привычного образа. Причем стоит попримерять те вещи, которые никогда раньше даже не брали с вешалки.

Далее формировать образ непременно необходимо со стилеобразующего элемента. Таким элементом не обязательно должен выступить какой-то солидный костюм или другая основополагающая вещь гардероба. Это может быть все, что угодно: очки, шляпка и даже аксессуар. Чтобы было понятнее, я приведу пример, связанный с интерьером. Представьте, вы захотели сделать ремонт в своей спальне. И пошли по ма-

газинам искать обои. Вы потрясены тем разнообразием, которое предлагает рынок: и эти симпатичные в цветочек, и эти в полосочку ничего, и вот еще бежевые, а эти темно-синие тоже хороши. Пока вы не сформулировали идею своего интерьера, вы обречены на покупку случайных вещей. И вот представьте, если в процессе поиска обоев вы вдруг увидели туалетный столик и сказали себе: это он, как раз то, что я хочу. Теперь вы уже представляете все остальное, что должно наполнить комнату в гармоничном соответствии с приобретенным столиком. Вот так же и с нашим имиджем.

Без идеи вообще ничего нельзя покупать. Но когда идея сформулирована, необходимо найти ту вещь, которая раскроет весь образ. Эта та вещь, которая не вызывает у нас сомнений и действительно является тем вожделенным и соответствующим новому, еще не сформированному образу предметом гардероба. А потом включается некий принцип мозаики. Мы докупаем вещи, добавляем прическу, стиль макияжа, заполняя

фрагменты этой мозаики стили. Кстати, тут нас подстерегает еще одна проблема — можно набрать много однотипных вещей, увлекшись созданием этого «произведения искусства». Важно вовремя остановиться и немного пожить в этом образе, посмотреть, подумать, чего здесь не хватает. При формировании нового образа достаточно ограничиться пятью повседневными комплектами.

ДОРОГАЯ МОЯ! СЛИШКОМ ДОРОГАЯ...

— ТРУДНО ВЫГЛЯДЕТЬ СТИЛЬНО, КОГДА БЮДЖЕТ ОГРАНИЧЕН. ПОСОВЕТУЙ, КАК БЫТЬ?

— Лучше воспользоваться старым правилом, известным еще с XIX века: твои перчатки и шляпка должны быть модными, платье чистым, а туфли дорогими. Сегодня эту фразу следует понимать так: модные аксессуары независимо от их цены создадут стильность образа, чистое платье — нейтральный и недорогой фон, который можно оживлять этими аксессуарами, а дорогие туфли придадут всему комплекту ценную весомость, сделают его достойным. Правда, понятие «дорогая обувь» для всех разное, поэтому я бы сказал так: главную инвестицию сделай именно в обувь. Туфли не обязательно должны быть брендовыми, они должны быть визуально дорогими.

Если взять еще одно правило XIX века для юных благородных девиц, оно гласило: «Не следует юной девице одеваться так же модно и дорого, как взрослой замужней даме». Причем независимо от благосостояния ее родителей. Только выйдя замуж, девушка могла себе позволить модные гардеробы из Парижа, дорогие драгоценности. В этом есть мудрость: она начинает блистать, чтобы «украсить» своего мужа. Она являлась его главным «аксессуаром».



— А ВСЕГДА ЛИ НУЖНО ВЫГЛЯДЕТЬ ДОРОГО?

— Все нет. Многие девушки озабочены тем, чтобы найти себе богатого жениха, — это было во все времена, я не осуждаю. Но, увы, эти девицы действуют совершенно неправильно, пытаются сразу заявить о своих амбициях через роскошный сексуальный имидж. Увешивают себя логотипами, преподнося себя как суперсексы. Такая красотка объявляет своему потенциальному жениху: «Вот я такая. Вот мой запрос». При этом у нее нет средств, чтобы так одеваться. А жених-то ищет Золушку. Ему-то гораздо приятнее из сиротки сделать королеву. Но сегодня все наоборот: юные девушки одеваются супермодно, суперрасфуфыренно. А обзаведясь семьей, нередко начинают плевать на свою внешность. И я бы не стал это все спи-

сывать на счет дизайнеров, мол, они заставляют нас такими быть. Это самостоятельный выбор человечества.

ИДЕАЛЬНАЯ = СТАНДАРТНАЯ?

— **НАМЕТИЛАСЬ УСТРАШАЮЩАЯ ТЕНДЕНЦИЯ: ВСЕ БОЛЬШЕ ЖЕНЩИН ПРИБЛИЗИЛОСЬ К УСРЕДНЕННОМУ ИДЕАЛУ БЛАГОДАРЯ ПРОГРЕССИВНЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ КОСМЕТОЛОГИИ И ПЛАСТИКИ. И ВСЕ БОЛЬШЕ ОНИ ПОХОЖИ ДРУГ НА ДРУГА. ДАЖЕ ОДЕЖДА НА НИХ ДОВОЛЬНО ОДНООБРАЗНАЯ, ХОТЬ И КРАСИВАЯ.**

— Да, красота стала более достижима благодаря новым технологиям. Когда мы добьемся всего, чего хотели, пойдет обратный процесс... Смотри,



как получается. Сначала дама достигает всеми силами идеала красоты — надувает губки, корректирует носик, закачивает бюст, делает липосакцию, а потом идет в тату-салон и делает пирсинг или татуировку, чтобы как-то от этого стандартного образа отойти. Такова сегодняшняя тенденция.

— ТЕБЕ ЭТО НРАВИТСЯ?

— Мое отношение к татуировкам нормальное, как и ко всему остальному. Но их надо делать в осознанном возрасте и с четким пониманием того, зачем ты это делаешь. Когда тату во-

шло в моду, 16-летние девчонки выстроились в салоны, чтобы сделать себе эту чертову бабочку, иероглиф или цветочек. А в 30 лет они опомнились, что выглядят с ней смешно. Татуировка должна быть продолжением образа, причем очень стабильного образа — она же навсегда.

БЕГИ ЗА МОДОЙ ИЛИ ЖДИ МОМЕНТА

— **ЧТО ДЕЛАЕТ ЧЕЛОВЕКА СТАРОМОДНЫМ?**

— Старомодность — это не консерватизм. Консервативные вещи — это классика, которая может жить очень долго и мы ее не воспринимаем как старое, хотя она никоим образом не претендует на актуальность. Старомодным всегда выглядит то, что было очень модным либо два-три сезона тому назад, либо 10–15 лет назад. Галстук Владимира Путина выглядит консервативным. Он вне моды — форма узла, ширина галстука, косая полоска. И столь же консервативна форма воротника его рубашки. А вот галстук Дмитрия Медведева выглядит старомодным. Он у него с мягким узлом и складочкой, с широкой лопаткой, атласного блеска, да еще со скошенными воротниками. Это галстук, который был моден года три назад. А галстук Путина не изменится годами, десятилетиями. На мой взгляд, лучше быть консервативным, нежели старомодным.

А бывает и так. В начале 2000-х я постоянно обращал внимание на одну даму, живущую со мной по соседству. Ей было явно за 40 лет. У нее была асимметричная стрижка. Она пользовалась помадой цвета фуксии, и явно этой же помадой были сделаны румяна на щеках. Она носила джинсовую юбку чуть выше колена в сочетании с сапожками «гармошкой» с яркой аппликацией и кожаную куртку с широкими плечами. А еще яркую пластиковую бижутерию. Иногда она ее меняла — зеленая, синяя, красная. Наверняка она донашивала свои старые вещи или находила в секонд-хэндах то, что любила в молодости, т. е. в 80-е. Она выглядела ужасно старомодной. Но вдруг наступил момент, когда она показала мне очень стильную. Нет, она не изменилась. Просто пришло ее время. Она дождалась своего часа, когда это все опять стало актуальным. ♥