

Редактор Vogue Russia: жертвы красивыми не бывают

Искусство высокой моды, как ни одно другое, требует от своих поклонников не только духовного служения, но и материальных жертв. Во имя моды люди отказывают себе в еде, делают пластические операции, тратят сумасшедшие деньги.

Ироничное английское выражение fashion victim (жертва моды) относится к тем, кто, доводя копирование навязанного канона до абсурда, теряет собственное "я".

О таинственном закулисье высокой моды снимают фильмы и пишут книги: Роберт Олтман вывернул наизнанку гляцевый мир парижского модного шоу в знаменитом фильме Pret-a-porter; бестселлер Лорен Вайсбергер "Дьявол носит Prada" триумфально шествует по миру в одноименной экранной версии.

В последние 10 лет Россия примкнула к числу стран, где глянец диктует стиль и формирует образ жизни десятков тысяч представителей среднего класса. Наряду с ведущими международными брендами - Vogue, Elle, Harper's Bazaar, Esquire, в России издают и доморощенный глянец - "Медведь", "Домовой", "Мезонин".

Эти журналы в буквальном смысле учат своих читателей "как жить" и во что одеваться, пропагандируя тотальную глобализацию, при которой модницы Москвы, Нью-Йорка и Токио покупают те же самые лейблы в одноименных бутиках, разбросанных по мегаполисам и шикарным мировым курортам.

Критики "гламурной" прессы обвиняют модные журналы в поверхностности, снобизме и в насаждении массового стереотипа. Однако профессионалы моды уверены, что их искусство дарует свободу и славит красоту индивидуальности.

О феномене моды в современной России, о законах индустрии красоты и ее влиянии на общество и политику BBCRussian.com рассказала главный редактор журнала Vogue Russia Алена Долецкая. С ней беседовала Мария Бейкер.

Би-би-си: Алена, высокая мода "демонизирована" в общественном сознании. О событиях в мире моды ведутся бурные дискуссии в прессе. Сейчас, к примеру, в Европе предлагают запретить появление на подиумах слишком худых моделей. Вы поддерживаете идею такого запрета?

Алена Долецкая: Эксперты моды не первый раз возвращаются к этому вопросу. Года четыре назад в Англии состоялся большой круглый стол главных редакторов, в котором активно участвовала Алекс Шульман, главный редактор английского Vogue.

Мне кажется, любое начинание, направленное на то, чтобы определить физиологический баланс нормы и отклонения от нормы, крайне важно - и с точки зрения здоровья нации, и с точки зрения здоровья индустрии моды.

Честно говоря, в России ситуация намного лучше, чем у других. Девочки, которые работают только внутри России и еще не вышли на мировой уровень, намного полнее, чем их коллеги в Милане, Лондоне или Нью-Йорке. Существенно полнее!

Вообще же проблема излишней худобы задевает меня не только как главного редактора, но и как человека и женщину. Мы, конечно, работаем с моделями международного класса, и признаюсь вам: я очень не люблю скелетов! Излишне худые люди вызывают, прежде всего, страшную жалость.

Знаете, я тоже живой человек и тоже очень люблю есть, и я тоже поправляюсь, а потом худею, чтобы влезть в любимое платье. Тем не менее, в профессии необходима какая-то дисциплина, и эта дисциплина должна соответствовать физиологическим законам.

Би-би-си: Другая сфера, где интересы моды схлестнулись с общественными и политическими, - использование меха и материалов животного происхождения. Здесь тоже происходит демонизация. На Западе ношение натурального меха воспринимают как смертный грех. Какова позиция российского Vogue в этой войне полнотекстности со здравым смыслом?

А.Д.: На Западе меха проиграли со страшной силой. К примеру, в Англии остался только один "Харродс", где еще продают изделия из меха. Не знаю, сколько они продержатся. "Зеленые" наступают! Это очень сложная проблема.

У меня был длинный спор со Стеллой Маккартни, которая придерживается диаметрально противоположных взглядов - она, как известно, страстно выступает за гуманное отношение к животным. Я сказала Стелле очень простую вещь: если вы выступаете за доброе отношение к чему-то или кому-то, то нужно быть последовательным до конца и проявлять этот гуманизм на всех уровнях, включая, кстати сказать, человеческий.

Нельзя отделаться одним вегетарианством и кождаменителями. Эта проблема намного тоньше и сложнее! Не говоря уже о том, что существует огромная индустрия organic food и organic meat - животные свободно разгуливают по полям и лугам, едят свежую травку, им играют Моцарта и другую классическую музыку, погибают они молниеносно, а потом их мясо все равно съедают!

Если же вернуться к реальной жизни и посмотреть на то, во что одеты люди, которым холодно, то прекрасно известно: теплее овчины нет ничего! На данном этапе для России ношение меха не является предметом идеологических дебатов.

Би-би-си: На западе круг читателей Vogue не ограничивается состоятельными модницами и звездами всех калибров. Известно, что за публикациями, к примеру, в английском или американском Vogue следят и бизнесмены, и политики. Что вы наблюдаете сегодня в России - следуют ли российские политике моде?

А.Д.: Когда мы начинали (первые несколько лет существования российского Vogue пришлось на период дефолта), ситуация в стране была нестабильной. Тем не менее, тогда, как и сейчас, я считала своей задачей открыть максимальному количеству российских женщин способность любить и понимать моду, делать это тонко, не становясь при этом жертвой.

Жертвы, как известно, красивыми не бывают! Положительная динамика, безусловно, есть. Отвечая на вопрос о политиках: если мы сейчас посмотрим фотоархивы 1998-99 годов и сравним их с фотографиями последних двух-трех лет, мы увидим огромную перемену - и в мужчинах, и в женщинах.

Возьмем, к примеру, жен политиков. Жена крупного политика - это посол, его вторая половина. Мы всегда интересовались тем, как выглядела Нина Хрущева или Наина Ельцина. И наш журнал всегда публиковал материалы о первых леди - и зарубежных, и русских.

Би-би-си: А бывало в вашей практике, что крупные российские политики, стремясь улучшить свой имидж, обращались в Vogue за помощью?

А.Д.: Случалось! Признаюсь, что происходит это очень редко. Всегда крайне осторожно, конфиденциально. Вообще же я наслаждаюсь тем, что российский Vogue находится вне политики.

Би-би-си: Насколько восприимчивы к моде россияне? В чем специфика моды "по-русски"?

А.Д.: Мне кажется, что в данный момент мы находимся в таком стремительно летящем поезде. Опять же, если посмотреть на динамику с конца 1990-х до сегодняшнего дня, то мы увидим огромную разницу.

Если в 1996-1997 гг. самые модные девушки в России были одеты с ног до головы в Versace, то сегодня в Москве начали появляться очень тонкие, концептуальные бутики с очень сложно подобранными коллекциями. Это развитие происходит стремительно.

Конечно, есть женщины, которые в силу ряда обстоятельств движутся с некоторым опережением. К примеру, у них удачно сложилась семья, у них были образованные родители, которые с детства внушили им, что "less is more" ("меньше значит больше").

Конечно, в Москве сейчас есть определенный слой населения, который может позволить себе Oscar de la Renta, Dolce e Gabbana, Chanel и так далее. Есть и другой слой населения - люди, которые смогут себе позволить покупать изделия дизайнеров несколько раз в год, но не сейчас, а в будущем.

Людей, обращающих свои взоры к моде, очень много, и они очень разные. Понятие "модно одетый человек" не упирается исключительно в деньги! Это сложносочиненная история, связанная и с природным вкусом, и с поиском собственного уникального стиля.

Би-би-си: Алена, вы сейчас говорите о ситуации в Москве, а что, на ваш взгляд, происходит в регионах? Например, в каких городах России, кроме Москвы и Петербурга, можно купить свежий номер журнала Vogue?

А.Д.: Мы очень хорошо продаемся и в Екатеринбурге, в Самаре, Владивостоке, Саратове, Новороссийске, Нижнем Новгороде. Я очень много работаю с региональными масс-медиа - к нам все время поступают просьбы об интервью.

Конечно, Москва продолжает оставаться островом, и еще довольно много лет уйдет на то, чтобы достичь более равномерного баланса между столицей и регионами. Но, согласитесь, с точки зрения моды, та же самая история происходит и в Америке. Модный срез сосредоточен в Нью-Йорке и Лос-Анджелесе.

А вот Чикаго или Сан-Франциско - уже с натяжкой... Там в моде уже видны сугубо провинциальные, присущие этим городам черты. И это совершенно нормально! Крупный метрополис требует всего и сейчас - много, быстро, ярко, плотно. В отдалении от столицы жизнь спокойнее, размереннее. И совершенно понятно, что Москва никогда не будет равняться, скажем, Саратову, но победное шествие моды по России, безусловно, началось!

Би-би-си: Ведущие кутюрье мира открыли для себя российский рынок. А как обстоят дела в российской индустрии моды? Кто из российских дизайнеров пользуется успехом за рубежом?

А.Д.: Меня бесконечно огорчает то, что люди, занимающиеся в России большим бизнесом, приносящим высочайшую прибыль (обычно речь идет о добывающей промышленности), не хотят вкладывать деньги в легкую текстильную промышленность.

Между тем, знаменитая книга "Ивановские ситцы", где собраны все образцы продукции этого завода, до сих пор является библией лучших текстильных дизайнеров мира. Не мне вам рассказывать, в каком плачевном состоянии находится Ивановская текстильная фабрика сегодня!

Конечно, у нас есть молодые талантливые дизайнеры, и их становится все больше - начала развиваться неделя pret-a-porter в России, у молодых появляются площадки, где они могут показывать свои работы. Но никому не приходит в голову простая мысль: мода, как любая форма индустрии, требует полного цикла.

Это требует и усиления промышленных мощностей, и грамотного маркетинга, и развития рукоделия. Тем более, что в стране появляется все больше людей, которые с большим удовольствием закажут платье у отечественных дизайнеров - Игоря Чипурина, "Нины Донис". У нас появляются и собственные дизайнеры, производящие масс-продукцию. Начало положено, безусловно, Султаной Франзуевой.

Российские дизайнеры осваивают и западный рынок: к примеру, итальянский Vogue делал материалы об Алене Ахмадуллиной, Денисе Симачеве. Японский Vogue обращался к нам за советом. Они выпустили целый номер, посвященный России. А сейчас вот вышел французский Vogue о России. Россия в моде так, как никогда!

Би-би-си: Алена, за много лет работы в высокой моде вы, вероятно, сочинили какой-то рецепт, оптимальный способ следования эталонам моды?

А.Д.: Вы знаете, у меня есть любимая теория: вырвите из журнала любую красивую картинку, повесьте себе перед носом - и она у вас произойдет в жизни! Психологи называют это "креативной визуализацией": смотри, люби, и у тебя все получится!

Би-би-си: Значит, мода - это религия?!

А.Д.: Ну конечно!

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: kras24.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](#)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)