

Интервью

КЛАССИКА — ЭТО ВЕЧНО

считает известный художник-модельер, директор и главный художественный руководитель столичного Дома моды Вячеслав Зайцев



Недавно Вячеславу Михайловичу исполнилось 50 лет. Если бы у него было хоть немного свободного времени, он, возможно, и взгрустнул бы по поводу стремительно бегущих лет, предался бы на срединном перевале своего века философическим рассуждениям о жизненных ценностях. Но забота о том, как сделать человека красивым, полностью поглощает его мысли, силы и время. Правда, для корреспондентов «Советской торговли» он выкроил полчаса с характерной для него откровенностью поделился некоторыми соображениями.

«СТ»: Наиболее распространенное раздражение против модельеров таково: неизвестно, для кого они стараются, стремясь удивить друг друга, создают модели, которые не «по зубам» промышленности, а если та их и «переварит», то одежда эта появится в магазинах в искаженном виде и с большим опозданием от моды. Каково ваше мнение на этот счет?

В. З.: Для модельеров нашего Дома расстояние от образца до пошива партии исчисляется в три-четыре месяца. Создается модель, потом делается модель конструкции, техническое описание, первая апробация модели и наконец — тираж. Причем по мере прохождения всех этих этапов замысел художника не искажается и не упрощается.

Сложнее ответить на первую часть вопроса: какова степень утилитарности создаваемых в наших храмах моделирования образцов одежды?

В мире существует дифференциация в моде. То есть существует высокая мода («от кутюр» — это французское название или итальянское «альтамода»). Высокая мода несет идею, на основе которой разрабатывается коллекция.

Следующее направление в моде носит название «прет-а-порте». Это одежда среднего уровня, и цена ее, как говорится, божеская. Она для людей, которые хотели бы быть на гребне времени, но при этом не имеют особо больших средств. Такая одежда выпускается обычно партиями от ста единиц до пяти тысяч.

И, наконец, мода для массового покупателя. Это то, что называется «конфекцией». При этом тиражируются, как правило, не столько мода, сколько ассортимента.

Конфекция, как правило, не подлежит резкому обновлению. Меняется только цвет, и какой-то элемент декора, фактуры. Работа над моделями для массовой одежды — главная наша забота. Это забота о создании благоприятной среды для людей с небольшим достатком, но желающих соответствовать времени, быть, как говорится, не хуже других.

«СТ»: Каково творческое кредо руководимого вами коллектива?

В. З.: Доминирующая тема деятельности нашего коллектива — новое осмысление народного стиля. Это отнюдь не этнографическое копирование, скажем, крестьянской одежды, а, скорее, отражение народного представления о красоте и практично-

сти, преломленное через магический кристалл искусства модельеров — художников на основе достижений современной цивилизации. Из эстетики народной одежды и взяли три цвета — символ нашего Дома — черный, белый, красный. Цвета человеческой мудрости, чистоты отношений между людьми и радости бытия. К ним добавляются теплая, уютная бежевая гамма и оттенки спокойного серебристо-серого.

Особо хотелось бы сказать о нашем главном заказчике и покупателе — горожанине, в значительной своей массе служивом человеке. Служащий у нас — фигура, практически обойденная модельерами. А ведь он по роду своего занятия (это не только и не столько канцелярист, а и ученый, инженерно-технический персонал, врач, учитель, работник сферы обслуживания и ваш брат журналист) постоянно находится в контакте с другими людьми. Он должен быть всегда в форме, которая соответствует и эстетическим, и этическим критериям нашего времени. И сама работа в такой контактной зоне заставляет быть все время подтянутым. Вот почему я много внимания уделяю деловой одежде. Но это не заставляющая форма, схема: это — классический стиль, который находится в развитии. Еще одно подтверждение: классика — категория вечная. Применительно к сегодняшнему дню я имею в виду классику традиционного английского стиля с элементами романтики. Все это достигается за счет большого объема блузонов, каких-то подрезных басок. Люди в такой одежде чувствуют себя уверенно, свободно.

Это первое. Второе — тема дневных деловых платьев. Тут мы стремимся к таким формам, которые позволили бы женщине уйти от существующих у нее комплексов: относительно ее фигуры, полноты, порой отсутствия у нее талии, излишней выпуклости бедра. Все эти тонкости, которые я отмечаю, находясь с людьми постоянно в контакте, на консультациях в салоне Дома, стараюсь учесть и реализовать в своих предложениях.

Мои художественные, а значит, для меня и человеческие, симпатии на стороне людей обыкновенных, незаметных. Вот почему я отдаю много времени и сил созданию моделей для женщин балзаковского возраста. У нас принято считать, что если женщине перевалило за 40, то ни к чему ей стремиться хорошо одеваться. А ведь это

то время, когда женщина не просто должна, а имеет право хорошо одеваться, поскольку она уже обрела опыт, знания. Она уже не пробует одежду, а утверждает свой стиль.

Занимаемся мы серьезно и мужской одеждой. Я культивирую сильный мужской образ: развернутые широкие плечи, рекомендуемую активно заниматься спортом.

«СТ»: Есть ли какие-нибудь особенности моды сезона весна-лето 1989 года?

В. З.: О моде в полном объеме этого понятия у нас, по моему глубокому убеждению, говорить преждевременно. Пока не решена проблема ассортимента, проблема культуры одежды, о моде говорить просто непозволительно. Поскольку мода — это надстройка. А для всякой надстройки нужна материальная база. Когда в магазинах будет изобилие одежды, выполненной хоть и в одной модели, но в разных тканях — по цвету, фактуре. Когда будут носки всех цветов, галстуки, головные уборы, плащи, пальто. Когда все это будет в изобилии, когда рынок будет наполнен. Вот только тогда можно в полный голос говорить о моде.

«СТ»: Но готовить людей пусть не к моде, а к культуре потребления каких-то вещей надо. Нужны какие-то просветительные меры! Журналы, проспекты, показы...

В. З.: Вне всякого сомнения.

«СТ»: Каковы ваши ближайшие планы?

В. З.: В прошлом году и уже в этом приезжали представители многих фирм с разного рода деловыми предложениями. Крупнейшие итальянские фирмы, и в частности объединение универмагов «Ренашенте», предлагает нам сотрудничество. Надеюсь вновь возобновить отношения с известной законодательницей мировой «высокой моды» мадам Карвен.

Подписан контракт с швейцарской фирмой «Диаманд» о создании коллекции эскизов моделей для изготовления мужских сорочек, пижам и женских сорочек, белья. Идут переговоры и с другими фирмами. Впрочем, я сейчас не очень спешу подписывать контракты. Мне представляется, что нельзя поддаваться эйфории коммерческих инконтактов. Необходимо должная мера взвешенности и более детальные знания «модельерного» мирового рынка.

Интервью взяли
Е. КАНЕВСКИЙ,
А. РИВКИН.