

«Красный Диор» против просто Диора

ФАСОН

По-прежнему самый известный российский модельер Слава Зайцев начал год с двух премьер – коллекции сезона «весна – лето 1998», посвященной памяти Кристиана Диора, и новой версии духов «Маруся».

Зайцеву первому удалось пойти дальше заявки на французские духи с русской маркой (опыты фирмы «Новая заря» становились лишь местной радостью, несмотря на шапкозакладательские статьи в прессе). Его первая «Маруся» в красной коробке, по уверению маркетинговой службы фирмы L'Oréal, хорошо продается во Франции – более 4 миллионов единиц с 1992 года. «Славянский» запах (фантазия его создателя Мартина Грасса подсказала, что он должен быть тяжелым, восточным) пользуется успехом у посетительниц французских супермаркетов наравне с другой парфюмерной продукцией L'Oréal для массового рынка. Окрыленный успехом, Зайцев решил выпустить новую «Марусю», в модной ныне зеленой гамме. «Authentic Maroussia», несмотря на свое крайне громоздкое название, также имеет наполеоновские виды на западный рынок (да и на отечественный тоже, хотя здесь нет не только традиции продажи духов в супермаркетах, но и самих супермаркетов в их «дикорастущем виде»). Новая «Маруся» пахнет цветами и хвоей, и если и сможет кого-то заставить повернуться спиной к заваленным французскими парфюмерными шедеврами прилавкам, то только фанатов творчества Славы Зайцева.

Число их, впрочем, вряд ли увеличивается. С появлением в Москве огромного количества западных бутиков все труднее представить себе бо-

гатых людей, настроенных настолько патриотично, чтобы покупать ядовито-зеленые пальтишки за тысячу долларов у «Красного Диора», в то время как можно купить не менее «штучный», но более «носительный» вариант вдвое дешевле. В чем Славу трудно упрекнуть, так это в непоследовательности: раз и навсегда выверенные линии, высокие шляпы, вышивка (в том числе золотая) на пальто переходят из коллекции в коллекцию, не имея никакого другого пути, как стать классикой. Или, по словам модельера, ступенькой в его стремлении «понять смысл простоты».

На этот раз Зайцев обратился мыслями к знаменитой коллекции Кристиана Диора 1947 года, которая получила название «New Look», вызвала восторг послевоенной Европы и истерику в Америке. Европейские женщины с радостью сняли хаки и нарядились в пышные диоровские юбки. Рабочие американки поджали губки: это же сколько надо ткани на такую юбку, к тому же в автобус в ней не влезешь, да и вообще – что за роскошества в реконструктивный период? Тем не менее гениально угаданные Диором пропорции платья, в котором женщина выглядит наиболее красивой, стали событием и перевернули мир.

«Событием» назвал свою коллекцию и Слава Зайцев. «Имя Кристиана Диора ассоциируется в моей памяти со студенческих лет с неизъяснимой простотой, волнующей и захватывающей дыха-



Модели из новой коллекции Славы Зайцева

ние чистотой линий, ясностью и чарующей гармонией в решении силуэта...» – говорит модельер. Но, видно, либо со студенчества прошло много времени и память подвела Славу, либо собственные поиски завели его настолько далеко, что он решил «улучшить» диоровские пропорции, но гармония силуэта оказалась утраченной. Зайцев «всего лишь» занижил талию, которая у Диора была на своем природном месте. В результате даже отличающиеся необыкновенно высоким ростом манекенщицы Дома Зайцева выглядели кургузо. Не помогли ни «диоровские» шифоны, ни р-р-романтические позы и взгляды, которым так упорно обучает своих моделей Зайцев. «Моя цель, – говорит он, – дать прессе убедиться, что я нико-му не подражаю». Может, и зря.

моск. новости - 1997 - 9-16 апреля - с. 21.