

ПЕРСОНА

Секса в СССР не было. Но мода была. В основном она определялась модными каталогами "Квель", которые доставали по большому благу. После того как в России наступила свобода и демократия, казалось, мода развивается опережающими темпами. На русском стали выходить десятки цветных иллюстрированных модных журналов. Возникло множество имен, самых различных конкурсов. И встал ранее незнакомый нам вопрос: что же такое мода — прорыв нескольких выдающихся творцов или весьма прибыльный и очень сложный бизнес?

У нас в гостях — бесспорный авторитет в мире русской моды Виктория АНДРЕЯНОВА. Ее фирма существует при Администрации Президента России. Она — победитель престижных конкурсов модельеров — работает с "очень высокопоставленными особами", которые и выглядят хотят "очень высокопоставленно". В частности, на подвенечное платье новой жены Александра Починка ушло больше 20 метров фантастических итальянских кружев.

— Давай начнем, наверное, с идиотского вопроса — что такое мода?

— Прежде всего мода придумана для того, чтобы раскрутить человека на деньги. Сегодня это модно — значит, надо купить. Перестало быть модным — надо купить что-то новое. Конечно, я говорю нарочито примитивно, но весь пафос, который существует вокруг моды, нужен только для того, чтобы выкачивать деньги. Кстати, так как народ голосует рублем, то самые коммерческие коллекции больше всего приветствуются модной тусовкой. Что в свою очередь приводит к еще большему финансовому успеху.

— А как же Высокая мода?

— Мода во всем мире — это огромная индустрия, где существуют свои этажи, свои ячейки, свои законы. И хотя Высокая мода — от кутюр — стоит безумных денег (костюм может стоить сотни тысяч долларов), основные деньги зарабатываются, конечно, на более низких ступенях. Например, прет-а-порте. А Высокая мода — это чисто рекламный проект. На 90 процентов она служит продвижению марки. Чтобы дальше под этой маркой продавать галантерею, аксессуары, духи — и зарабатывать деньги.

— А те высокие достижения человеческого духа, о которых так много говорят, они в этой Высокой моде действительно есть?

— В том-то и хитрость, что достижения есть. Более того, есть очень немного людей в мире, которые могут позволить себе носить платья от кутюр. Это прежде всего шоу. И когда говорят о выдающихся достижениях, надо понимать, что достижения в шоу могут быть связаны с совершенно разными вещами — и с качеством, и с новизной предложенной коллекции, и с уровнем представления, и с умением руководства какому-нибудь модного Дома создать вокруг себя особую атмосферу.

— Получается, что только идиоты платят такие сумасшедшие деньги вроде как за наряды от кутюр, а на самом деле — за шоу?

— Покупать такую одежду очень престижно. Ведь как ни крути, а костюм все равно с двумя рукавами, с горловиной, с застежками. Более того, в последнее время чаще Домами моды владеют одни и те же крупные концерны. И чем дальше — тем больше концепции разных коллекций становятся все больше похожи друг на друга.

— То есть ты хочешь сказать, что владельцы разных марок манипулируют людьми, запуская через разные имена как бы одно и то же?

— Речь идет о тенденции. То, что называется модой, становится все более технологичным и более общим для всех Домов моды товаром. Что касается манипулирования, то зачастую покупатель лишен выбора. Я помню, когда первый раз оказалась в Швейцарии, была буквально поражена, когда во всех витринах были выставлены розовые кофточки, розовые юбочки, к которым можно было купить розовые туфли и розовые сумки. И люди, которые варятся во всем этом богатстве выбора, считают, что так и должно быть. И они отчасти правы, потому что именно эти цвета, именно эти модели объявлены модными.



Виктория АНДРЕЯНОВА: "Жену президента грамотно было бы одевать в России"

ИНДУСТРИЯ МАНИПУЛИРОВАНИЯ

— А кто же владеет всеми этими "Труссарди", "Гальяно" — всеми этими знаменитыми марками? Кто диктует миру, что и как надо носить?

— Это абсолютно открытая информация. Как правило, это большие корпорации, концерны. Очень много японцев. И в этих концернах мода зачастую вовсе не является основным бизнесом.

Все идеи в воздухе. Каждому крупному модельеру концепцию готовит целая армия стилистов. Например, некоего Сосискина ориентируют: "Карл Иванович, латиноамериканских юбок давно не было и вышивки бисером". И он начинает работать по этим направлениям. Особую роль играют редакторы модных журналов. Они тоже чувствуют как стилисты, но, может быть, даже острее, потому что владеют большей информацией. Они собирают идеи отовсюду, и в конечном счете именно они во многом определяют, совпадает та или иная коллекция с мировой тенденцией или нет.

— Ну а есть в этом мире действительно гении?

— Безусловно, есть. Ив Сен-Лоран навсегда остался в истории. Более того, его даже нельзя рассматривать в общей плеяде модельеров, потому что начинал он еще тогда, когда эта индустрия окончательно не сложилась. Лагерфельд,

мне кажется, гений. Унгаро. Гальяно, безусловно. Я знаю, что Ив Сен-Лоран, Кристиан Диор, Нина Риччи — они остались именно благодаря своим изобретениям. Ведь шоу забывается. Но осталась, например, Мэри Квон, которая изобрела мини-юбку.

— Мы разобрались, что мода — это индустрия. Но ведь в России индустрии нет, а модная тусовка уже как где-нибудь во Франции...

— В бутики у нас ходит очень узкий слой населения. Мало кто может позволить себе поиграть в эти игры. Нет традиций, как это есть на Западе.

Но если говорить вообще, то, конечно, цепочка не замкнута. У нас есть, например, Неделя Высокой моды в Москве, которая высвечивает российские имена и поднимает их рейтинг. Там модельеры замечают. Но теперь нужна, может, формально более низкая ступень, а на самом деле более важная — Неделя прет-а-порте, с помощью которой индустрия должна включаться в процесс. То есть достаточно крупный бизнес должен прийти в этот сектор. Без этого даже то, что уже достигнуто — та же Неделя Высокой моды, — это постройка на песке. Нет бизнеса — нет моды. Причем рано или поздно — это стопроцентно — цепочка замкнется, и кто первым при-

дет в моду именно как в очень серьезный бизнес, как в индустрию, получит колоссальное приращение.

— Но у нас были уже бойцы, которые делали какие-то прорывы. Например, Том Клайм.

— Он создал индустрию на отдельно взятой фирме. Ухитрился продавать миллионные партии своего товара по всей России и имел бутик в Париже. Климин вышел из недр кооперации и был так органичен в том, что предлагал, что его вещи фантастически раскупались. Но, как только он стал слушаться "специалистов", как только он начал делать "культурную одежду", весь его успех завершился. Как говорит моя мама, ты живешь не среди модельеров, а среди людей, так что будь добра соответствовать.

— Тебя за это могут "съесть" вместе с твоей мамой. Чтобы художники, творцы чему-то соответствовали? Это же противоречит всем культурным принципам самовыражения.

— Знаешь, чем сильнее я становлюсь профессионально, тем все более терпимо отношусь к людям. Если человеку что-то в кайф, если он абсолютно уверен в этом костюме, то, как бы это ни выглядело, это соответствует его внутреннему состоянию. И это всегда здорово. Пусть новый русский из анекдотов будет упакован так, как он считает нужным. И иметь на шее золотую цепь той толщины, которая соответствует его статусу. Это нормально.

— На кого работаешь ты, кто твой потребитель?

— Моя фирма находится при Администрации Президента. Поэтому мои клиенты — это элита в той или другой степени. Клиенты, конечно, разные: кто-то хочет носить вещь именно от Виктории Андреяновой. В этом случае я точно знаю, что я работаю в собственной тенденции. Мы с ним обсуждаем мою коллекцию, он может ее всю перемерить, и я адаптирую что-то под этого клиента. Это один путь, и наиболее приятный для меня, потому что тут удовлетворяются еще и амбиции. Есть и другой путь: когда приходит клиент, который точно знает, чего хочет, и в этом случае я должна буду понять, что же он хочет — и либо плясать под его дудку, либо я ему подскажу, к кому из дизайнеров пойти. Но высший пилотаж — удовлетворить любое пожелание клиента и при этом остаться счастливым.

— А тебе никогда не поступали предложения от президентской пары?

— Нет. Но мне кажется, что совершенно грамотно было бы одевать жену Путина у российского модельера.

— Тебе не нравится, как она одевается?

— Не буду комментировать. Но у жены президента должны быть вещи, если хочешь, с русской душой. Это не значит, что они должны быть обязательно из российской ткани — отнюдь нет. Но они должны делаться у нас, и это было бы правильно, и это было бы патристично.

— А ей что, шьют не наши?

— Я слышала, что она одевается в "Эскаде". "Эскада" — это хорошая марка, но она не обеспечивает эксклюзивности. Эти вещи абсолютно обезличены. И для жены президента это большой минус.

— Насколько я знаю, у Ельцина было несколько костюмов от "Труссарди". Тебе нравятся ельцинские костюмы?

— В принципе, да. "Труссарди" — очень хорошая марка. Он вообще красивый представительный мужчина. И ему совсем не трудно было выбирать костюм. Тем более что мужские марки все очень близки. Практически одни и те же лекала. Сейчас компьютер делает чудеса в области мужского костюма. Основное разнообразие — в тканях. Если отвлечься, то я вспоминаю, как я начала работать в ателье ЦК КПСС и впервые увидела роскошные английские, шотландские ткани, мохер, которых в других местах в СССР просто не было. Теперь же наша фирма заказывает все эти ткани вполне свободно, и мы действительно работаем с лучшими фирмами мира.

— Путин вовсе не похож на Ельцина. Ему ты что-нибудь могла бы посоветовать?

— Зачем советовать? Я думаю, мы могли бы ему шить.

Александр БУДБЕРГ.