

Содержание

Предисловие. Зачем я написала эту книгу	7
--	---

Глава 1

Новая философия моды. Почему сильно изменились одежда и отношение к ней? Что означает замедление моды?	19
Каким целям служила женская одежда в прошлом	21
Каким целям служит женская одежда сегодня?	26
Изменившееся понимание трендов	32

Глава 2

Мифы об одежде и моде: «Да, но мне это не подходит»	35
«В моем возрасте это нелепо»	36
«Вкус — он или есть, или его нет, научиться этому нельзя»	39
«Не хочу быть модной! Лучше буду стильной!»	40
«Одеваться модно — значит потерять свою индивидуальность»	43
«Меня не поймут»	44
«Одеваться хорошо — это дорого»	48
«У нас на работе дресс-код»	49
«Одеваться следует по сезону, а не в туфли с пальто»	53

«Большинство вещей в гардеробе должны быть базовыми, а не яркими»	54
«Это не мой цветотип»	57
«Это не просто вещь, это память»	59

Глава 3

Коррекция фигуры?

Нет, построение силуэта!..... 63

1. Пересмотрите понятие «размер одежды»	64
2. Не бойтесь оверсайза	66
3. Следуйте правилам создания силуэта	74

Глава 4

Принципы отбора вещей..... 89

1. Принцип современности	92
2. Принцип достаточности ткани	97
3. Принцип ясности намерения	104
4. Принцип гендерной флюидности	113

Глава 5

Планирование гардероба

и поход по магазинам 121

Комплектование	124
Планирование эффективного гардероба	137
Где искать идеи для новых вещей в вашем гардеробе?	152
Не путайте формирование гардероба с шопинг-терапией	155
Как видеть новое и привыкать к непривычному	157
Почему так важно надевать и примерять вещи	159

Экспериментируйте сразу	160
Куда ходить не надо, а куда — можно	162
Возвращайте одежду	172
«Все кусочки хороши — значит, и целое в норме»	173

Глава 6

Когда низы могут и верхи хотят

Как носить разное?	177
Верхняя одежда	181
Носить нарядные вещи каждый день	182
Платья	186
Верхи	188
Брюки	190
Обувь	193
Свитера	206
Юбки	207
Сумки	210
Ремень. Носить нельзя снять	215
Аксессуары	216
Принты и яркие цвета	220
Шапки и другие головные уборы на зиму	222
Винтаж	223
Бонус-трек: как ухаживать за сложными вещами	226

Заключение

229

Предисловие

Зачем я написала эту книгу

Всю сознательную жизнь, лет до тридцати, я считала, что вкус у меня есть. Разумеется, он есть! Иначе что я за женщина такая? А если я недовольна своим отражением в зеркале — так это следствие чего угодно, только не моего неумения одеваться. Мне не хватало то денег, то стройности, то «нормальной одежды», которую я нигде не могла найти.

Однако в тридцать лет случился переломный момент. Мы с мужем перестали быть молодыми специалистами, начали хорошо зарабатывать, и шопинг переместился из подмосковных торговых центров в Италию. И вот стою я перед зеркалом в костюме известного бренда. Шкафы и чемоданы заполнены платьями, юбками, брюками. А выгляжу я при этом ужасно уныло. Пытаюсь завязать шелковый шарфик, дополнить образ кулоном на цепочке или бусами (говорят же, что секрет в аксессуарах), а становится только хуже. Такой же унылый вид, да еще и плюс двадцать лет к возрасту. И на фигуру больше не пожалуешься: в одних трусах выгляжу в сто раз лучше, чем в одежде.

Итак, фигура не подводит, деньги есть, вещи куплены в одной из столиц мировой моды. Прямо перед этим зеркалом, стоя в тру-

сах над раскрытыми чемоданами, я была вынуждена признать, что списывать проблемы с одеждой больше не на что, кроме... причины самой неприятной. Я поняла, что все-таки не умею одеваться и мне необходимо этому научиться.

О том, как одеться, что купить из модного, что выбросить из устаревшего, писали десятки журналов, сотни интернет-порталов. Появился Instagram, фэшн-блогеры вовсю «пилили лучки». Появилось много стилистов, которые работали с обычными женщинами — не звездами, не актрисами. Все они генерировали огромное количество советов. Но, глядя на все это великолепие, я чувствовала полную беспомощность. Вроде бы буквы и слова знакомые, а смысл ускользает.

Написано, что в этом сезоне в моде розовый цвет и вернулись колготки в сетку. Отлично, у меня есть розовое платье. Оно хорошо на мне сидит. И еще есть колготки такие интересные,



даже в тон платью! Смело и стильно! Тогда почему я во всем этом выгляжу так... никак? Что-то с платьем? Что-то со мной? Мне не идут модные вещи?

Почему вот эта сумка лучше той? И почему она подходит ко многим образам? Почему самые обычные вещи, которые все носят в офис (платья-футляры, кардиганы, сапоги, костюмные брюки), выглядят так хорошо на рекламных картинках и даже на полках в магазине — и так уныло в жизни? Почему, если натянуть свитер на блузку, выглядишь на три размера крупнее? Почему рубашка, заправленная в джинсы, создает мешок в районе живота? А главное, почему в каждом втором описании под картинками самых классных, на мой взгляд, образов, я встречаю фразу «этот дизайнер/стилист/блогер нарушает все мыслимые правила стиля, однако делает это мастерски»? Может, все эти мыслимые правила вообще не работают и знать их не нужно? А главное, почему, несмотря на полчища стилистов, атакующих социальные сети, и километры стильных советов, огромному количеству женщин все еще непонятно, как одеваться стильно? Почему, почему, почему?

Годы работы в стратегическом консалтинге вбили в меня правило. За множеством разрозненных мелочей нужно увидеть систему и суметь ее описать. Свои первые, пойманные за хвост закономерности я начала описывать в блоге. Тогда это еще не был экспертный блог. Это был блог женщины, которая сама учится одеваться и описывает свои наблюдения. Я боялась, что скоро мне станет не о чем писать, но вместо этого мой интерес к теме моды только рос. Так всегда бывает: чем больше узнаешь, тем больше видишь, как мало еще знаешь и как много интересного можно еще узнать. Так я решила заниматься модой профессионально.

Через год ведения блога я поступила в Британскую высшую школу дизайна на курс Fashion Styling. Образование придало мне уверенности, подкрепило мои интуитивные находки хорошей базой.

Я начала консультировать частных клиентов, работать на фото- и видеосъемках. Практика приносила все больше наблюдений, открытий, работающих приемов. И, что не менее важно, теперь я понимала, почему мои клиентки, получая знания об этих приемах, не хотели их использовать, будучи уверенными, что им они точно не подходят. Благодаря этому пониманию я смогла лучше выстраивать общение со своими клиентами.

Постепенно моя частная практика переросла в большую школу стиля. Стало понятно: я нашла свой, уникальный способ объяснять женщинам, что же это все-таки такое — умение хорошо одеваться и как этому можно научиться. Мои находки подтвердились на большой выборке: одни только платные программы прошли больше 10 000 женщин.

В этой книге я обобщаю и структурирую систему, которую разработала для моих обучающих программ. Я хочу внятно и логично рассказать вам о моде и стиле. Перевести визуальную информацию в текст без критических смысловых потерь. Выделить главное. Описать работающие, правильные механизмы, знание которых позволяет без труда одеваться гармонично. Донести свой многолетний опыт работы до читателя в доступном структурированном виде. Такова **первая задача** данной книги.

Вторая задача связана с первой. Проблема в том, что существуют параллельные прямые: стилисты со своими советами и женщины, которые не понимают, как именно они могут эти советы применить на свою жизнь и свои обстоятельства. «Мне же ни за что не подойдет оверсайз». «У меня такой рост, с ним очень тяжело». «Мне не нравится современная мода, она просто некрасивая». «На меня не садится одежда из магазина». И так далее, и так далее.

Но раз за разом от женщин с самой разнообразной внешностью, образом жизни, возрастом и фигурой я слышала в качестве отзы-

вов одно и то же: «Никогда бы не подумала, что мне это подойдет». А после получала от них сообщения: «Никогда бы не подумала, но мне в этом удобно! А коллеги теперь просят советов по стилю».

Мало объяснить. Нужно вместе разобраться, что именно мешает пробовать и применять новое. Чтобы женщины не просто читали статьи о стиле или слушали советы как нечто, что не имеет к ним особого отношения, а пробовали, мерили, переодевались и меняли свою жизнь к лучшему. Это и есть **вторая задача** книги.

Почему говорить об одежде сложно?

Одежда — это что-то очень личное. Мы воспринимаем ее почти как часть себя. Почти как руку или ногу. И поэтому, когда какой-то невесть откуда взявшийся стилист говорит вам, что нельзя носить или, наоборот, носить нужно, это часто воспринимается в штыки. И обсуждение одежды вызывает накал страстей, сравнимый с темами политики, еды, здоровья, секса и воспитания детей.

Бытует мнение, что каждой девочке должны быть интересны красивые шмоточки. Но это не так. Далеко не всем девочкам и взрослым женщинам интересна тема одежды. И это абсолютно нормально! Никто из тех, кто прочтет эту книгу, не ходит голыми по улицам. Мы все во что-то так или иначе одеваемся. И спрашивать себя: «А как я при этом выгляжу, гармонично ли я одета, актуально ли, выражает ли моя одежда мои ценности или скорее мои обстоятельства?» — никто не обязан. Если у кого-то нет и никогда не было интереса к моде, ничего страшного.

Однако есть женщины, которые не просто равнодушны к одежде и стилю, но прямо-таки запрещают себе интересоваться подобными вещами, потому что «это не для них». Вот несколько аргументов, которые часто приводят читательницы моего блога.

«Одежда — это кокетство, а я не вертихвостка»

Помню, как бабушка, услышав мои попискивания про «розовую юбочку, которую мне очень нужно купить к той розовой кофточке, они же будут вместе идеально смотреться», вперила в меня строгий взгляд директора школы на пенсии (кем она и была) и произнесла с трагическими интонациями королевы в изгнании: «Никогда не думала, что *моя* внучка будет шмоточницей!»

При этом сама бабушка, между прочим, в молодости была та еще модница! Моя мама, ее дочь, рассказывала, что, будучи школьницей, часто возмущалась: «Почему у всех мамы как мамы, в платьях, а ты вечно в шляпке?»

У поколения моих бабушек была трудная молодость. Война, разруха, бедность. В столицах модниц было больше: и стрелки рисовали на ногах вместо чулок, и платья шили, и фасонами разными интересовались. А вот в провинции и нравы были куда строже, и возможностей хоть как-то разнообразить гардероб — буквально никаких. Даже тканей почти не было. Только и оставалось — воспроизводить заученные советские штампы: короткая юбка — это женщина легкого поведения, о шмотках думают только мещане. И втайне мечтать о платье как у актрисы в кино.

Среди моих подписчиц огромное количество потрясающе умных женщин, которым внушали, что все, что касается одежды и моды, стыдно даже обсуждать. Не говоря уже о том, чтобы хотеть что-то купить. И долго-долго они скрывали даже от себя свой искренний интерес к банальным юбочкам и кофточкам. Заталкивали поглубже желание эффектно выглядеть в одежде, считая это признаком легкомыслия и уделом не очень умных женщин. Мол, делать им больше нечего! Открою вам маленький секрет: следовать моде и правильно одеваться — дело очень и очень непростое. Это интеллектуальная и сложная область. Мода — это

совсем не про «шмотки». Она про людей, которые их носят, про социальные и культурные обстоятельства, про состояние окружающего мира. И об этом мы тоже поговорим в моей книге.

«Я не хочу гоняться за модой.
Лучше буду стильной, а не модной»

О том, что очень близкие понятия моды и стиля были искусственно разделены, кто это сделал, зачем и почему, поговорим в следующей части книги. А также я обязательно расскажу, почему за модой уже давно не надо гоняться и почему это вредный миф, выгодный продавцам одежды, но не ее покупателям.

А пока предлагаю учесть вот такой нюанс.

Одеваться со вкусом без учета моды не получится.

Не существует никаких «вечных» вещей. Представления о красивом, актуальном, допустимом меняются. И меняет их мода.

Пример: сейчас в моде винтаж, старые вещи из сундуков. Почему? А потому, что сейчас *модно, актуально, современно* использовать уже произведенное, а не поддерживать бесконечное потребление нового, и вдохновляться модой прошлых десятилетий.

Модой обусловлено и еще одно важное понятие для категории стиля — уместность. Вопрос: можно ли пойти в ресторан в бельевом топе? Ответ: все зависит от того, в какую эпоху случился этот самый поход. В 1920-х? В 2005-м? Или в 2026 году? Так вот: в 2026 году поход в ресторан в бельевом топе уместен. Потому что

так сказала мода. Мода продиктовала уместность брюк на женщине в XX веке. Мода одобрила сочетание кроссовок с деловым костюмом в XXI веке.

«У меня нет времени. Я занятой человек.
Мне некогда интересоваться одеждой»

Если, думая так, вы вполне довольны ситуацией со своим гардеробом — что ж, прекрасно. Повторюсь: размышления о стиле и актуальности действительно нужны не всем. Но! Вы же все еще читаете эту книгу и дошли до этого места.

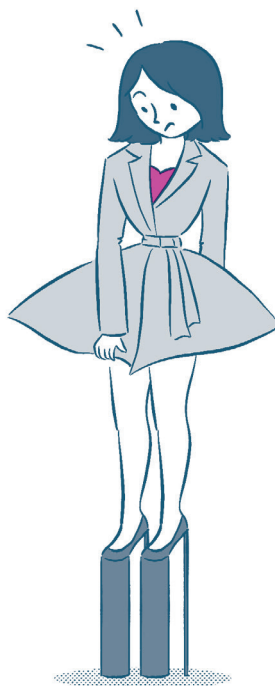
Спросите себя, вы правда так думаете? Или это привычная мысль, отражающая навязанные когда-то и кем-то стереотипы? Некоторые мои читательницы считают, что хорошо и стильно одетая женщина — это какая-то бездельница, «рублевская жена», на худой конец — фрилансер на полставки в семье, где хорошо зарабатывает муж. А я, дескать, работаю 5/2, содержу семью — такие женщины хорошо одетыми не бывают. Этому ведь время нужно посвящать, а у меня его нет, как и сил на всю эту чепуху!

Хочу развеять заблуждения относительно сил и времени. Целе-направленно выделенный, поставленный в расписание (!) час в неделю, посвященный вашему гардеробу, может быть достаточной инвестицией времени. А потом, когда вы освоитесь, вам и этого часа не потребуется. Система, о которой я пишу в этой книге, естественно встраивается в любой безумный ритм жизни. Вы будете покупать и комбинировать одежду одновременно рационально и интуитивно и, возможно, даже сэкономите время на походы в магазин, муки выбора, подбор сочетаний и уборку в шкафу. Потому что логичный и индивидуализированный, именно вам подходящий гардероб, где каждая вещь ложится не менее чем в четыре-пять комбинаций, помогает выглядеть свежо и эффектно и нравиться себе каждый день без лишних раздумий.

«Чтобы выглядеть красиво, нужно терпеть дискомфорт. А я люблю, когда мне удобно»

Не знаю, кто именно придумал фразу «красота требует жертв», но тот человек жил, видимо, довольно давно. И еще продавал что-нибудь мучительное, вроде корсетов или операций по удалению нижних ребер. Сейчас красивой можно быть в самой комфортной одежде. Красота теперь требует не жертв, а разумной головы на плечах. Так что страдать не надо. А вот отследить у себя убеждение «красивое — это только неудобное» будет очень полезно.

Это убеждение проявляется особенно ярко, когда всплывает тема зимней одежды. Мы все выросли на картинках, которые в качестве эталона красоты показывали женщину на каблуках, с малень-



кой сумочкой, во всем приталенном (в зимнем пальто в том числе). С тех пор даже общепринятые представления о женской красоте значительно расширились. Но вместо того, чтобы перестать сводить все разнообразие женской красоты к наличию каблуков и талии и начать воспринимать практичные вещи (такие как длинный объемный пуховик и зимние ботинки, например) тоже красивыми, мы упорно цепляемся за установку «удобное красивым не бывает».

«Я никуда не хожу, и наряжаться мне некуда»

Вы замечали, что во фразе «она хорошо одевается» отсутствует указание, куда именно она собирается, одеваясь? В то время как в наших ежедневных заботах о том, что надеть, непременно присутствует это коварное «куда», чаще всего приводящее к умозаключению «а некуда».

Причем такое ощущение, что одеваться некуда всем. Работаете в офисе? Некуда ходить, кроме офиса (разве ж это место для демонстрации нарядов?). Работаете из дома? Подходит исключительно модель одежды под названием «а ее не жалко». Декрет? Ну уж это окончательные похороны моды — в самом деле, не в школу же (садик, кружок) к ребенку наряжаться? Не на детской же площадке щеголять модными новинками?! Там же песок, лужи, холодно (жарко), ребенок запачкает одежду ногами, когда вы его, орущего, будете силой оттуда уносить. Не в фитнес же? Также мне, Большой театр! И не в магазин — кто там на вас смотрит, пока вы в тележку банки консервов укладываете и пакет с картошкой?

А вечером, проводя щеткой по волосам, вы мечтаете о том, как наденете вон то платье, которое уже два года висит в шкафу, и пойдете с мужем в ресторан или в театр. И вот там-то вы

и поразите всех своим умением одеваться и тонким вкусом. Потом. Когда-нибудь.

Но правда в том, что хорошо одеваться от случая к случаю все не получается.

В чем же заключается праздничный эффект выхода в люди? Да по большому счету только в том, что вы туда сначала собираетесь. Готовитесь. Нравитесь себе в зеркале. И только потом выходите из дома. Так зачем ждать? Одевайтесь продуманно каждый день — и праздник будет всегда с вами. И нет, я говорю не о шпильках на детской площадке и вечернем макияже для торжественного выноса мусорного ведра. Сейчас мода так демократична и удобна, что следовать ей одно удовольствие. Нужно лишь немного задора и дисциплины.

В пандемию коронавируса мы с моими ученицами одевались, наряжались и фотографировались на улице. Рубрика называлась «За хлебом» и очень нас всех поддерживала.

Продуманный наряд снимает много ограничений, которые незаметно накладывает одежда в стиле «как попало»: одевшись удобно, модно и аккуратно (а не только удобно), вы сможете свернуть по дороге из магазина в кафе, прогуляться по улице или пойти с ребенком в парк в центре, вместо того чтобы торопливо бежать домой, лишь бы знакомых не встретить. Да, так можно пойти и на фитнес. И в магазин. И в детский сад.

Одевайтесь так, чтобы нравиться себе ежедневно. Это сделает вас не только увереннее, но и счастливее. Вот увидите.

Глава 1

Новая философия моды.

Почему сильно изменились одежда и отношение к ней? Что означает замедление моды?

«Почему раньше я хорошо разбиралась в модных тенденциях, а теперь перестала их понимать?» «Эта ваша новая мода уродливая!» Я все еще получаю много таких комментариев. Новая мода (под которой в первую очередь подразумевают оверсайз и смешение стилей) стала входить в нашу повседневную жизнь в начале 2010-х. И по прошествии более 15 лет многие все еще оспаривают ее наличие так яростно, с такой надеждой спрашивают, не вышли ли еще из моды брюки-палаццо и не вернулись ли джинсы-скинни, как будто о наступлении новой эры в мире одежды объявили буквально вчера. Более того, оверсайз давно уже мирно уживается с вещами в обтяжку и микро-юбками, а с 2026 года — со сложными геометричными силуэтами. Тем не менее новая мода все равно пугает, и хочется чего-то такого... ну... нормального! Как вы не понимаете!

Для начала спешу успокоить. Я понимаю. И вам не показалось! В моде за последние 10–15 лет изменилось и правда очень, очень многое. Взять хотя бы крой одежды. Человек, не интересующийся модой профессионально, вряд ли сможет описать, в чем дело, но очень хорошо чувствует эти изменения. Модная одежда стала для него непонятной, непривычной. Одно из объяснений, которое представляется мне самым остроумным, может быть вот таким:

Массмаркет (вместе с онлайн-торговлей) принесли нам не только экологические проблемы и сомнительную практику копирования вещей известных брендов. Они принесли широкой аудитории знание о том, как выглядят вещи, созданные лучшими дизайнерами планеты. И возможность такой дизайн носить.

Кто и когда видел эти вещи раньше в таких количествах и подробностях? Почти никто. Даже журналистов глянцевого журналов на показы пускали с великим множеством ограничений, чтобы никто ничего не украл и не скопировал. А кто их покупал? Тоже немногие. Вещи для обычных людей отличались от одежды, которую демонстрировали на подиумах, как небо и земля. Да, существовала практика, когда модные дома продавали выкройки фабрикам или даже киностудиям (а те шили платья «точь-в-точь как у героини фильма»), но в целом это была капля в море. Модные вещи, которые массовая аудитория с удивлением восприняла как чужеродные и непонятные, на самом деле были образцами гораздо более качественного модного дизайна, чем те, к которым мы привыкли. А казались они некрасивыми, потому что таково свойство человеческого мозга — считать красивым только

то, к чему уже успел привыкнуть. От наших далеких предков нам досталась установка: незнакомое — это опасное. А опасное разве может быть красивым? Эдак залюбуешься полосками, и — клац! — уже в зубах у какого-нибудь саблезубого тигра.

Но появился не просто некий новый вид одежды, который якобы пропагандируют дизайнеры. Изменились целые идеологические пласты, на которых и базировалась та предыдущая, понятная мода. Не устаю повторять: мода — это лишь отражение, художественная переработка той реальности, в которой живет мир прямо сейчас. Не бывает моды, оторванной от экономики, политики, успехов науки и новых паттернов поведения общества. Ни один дизайнер не может ничего навязать или пропагандировать, во всяком случае, настолько успешно, чтобы весь мир пошел у него на поводу. Все, что делают успешные дизайнеры, — это дают ответ реальности.

Давайте же посмотрим, как изменилась реальность. Чтобы оценить эти изменения, нужно сначала понять, для чего женщины одевались раньше и какие правила это за собой влекло.

Каким целям служила женская одежда в прошлом

У женских нарядов во все времена были свои прагматичные социальные цели. Одежда этим целям полностью соответствовала.

1. Чтобы выйти замуж

Родиться женщиной — природная данность. Но природа ничего не говорила о том, как женщина должна одеваться. Все правила ношения одежды, которые считались приемлемыми для женщин,

Мода — это лишь отражение,
художественная переработка
той реальности, в которой
живет мир прямо сейчас.

придумывала не природа, а общество. У меня нет задачи углубляться в историю взаимодействия полов, для наших целей важен только один факт: на протяжении веков женщина не была свободной политической, экономической и социальной единицей общества. Ее существование мыслилось исключительно в рамках взаимодействия с семьей. Сначала — с родительской. Потом — собственной. Затем — с семьями детей. Центральным событием в жизни было замужество. Без него женщина не могла стать хозяйкой в доме и вести полноценную социальную жизнь за его пределами. Ни собственных доходов, ни права голоса на выборах, ни образования. Безусловно, в такой парадигме мужчина — проводник в полноценный мир — становился сверхважен. Привлечь достойного кандидата в мужья — первейшая задача. Одеться так, чтобы нравиться тому, без кого никакой нормальной жизни не будет, — очевидное следствие. Какой бы ни была женская мода (а она постоянно менялась — от Древнего Рима до эпохи рококо), ее создавали с оглядкой на мужской взгляд. Привлекательность, соответствие текущим нормам красоты и представлениям о женственности — все это не было выбором женщины. Это была социальная необходимость. Здесь стоит отметить, что каждого конкретного мужчину тоже не очень-то спрашивали, в каком именно наряде ему конкретная женщина нравится.

Ситуация в мире радикально изменилась в 1960-х годах, когда были изобретены противозачаточные таблетки. Да, и до этого события женщины уже имели доступ к высшему образованию, во время Первой и Второй мировых войн занимали рабочие места ушедших на фронт мужчин и таким образом получали собственный доход и работу. Однако возможность контроля над собственным телом и возможность планировать беременность (а значит, и свою жизнь) были сродни квантовому скачку. Женщины массово начали устраиваться на работу, получать собственный доход и... — тут бы написать: «и перестали обращать внимание на мнение мужчин об их одежде», — но не тут-то было.

2. Чтобы понравиться мужчинам-начальникам и клиентам

В офисах больших и малых компаний женщин ждали удивительные открытия. Оказывается, их внешний вид мог быть недостаточно женственным и привлекательным для клиентов. Или же, наоборот, слишком откровенным, что якобы провоцировало тех же клиентов или мужчин-начальников на проявление насилия. Женщинам была предложена вызывающая много вопросов формула: «одежда деловая и в то же время женственная».

Разобраться в том, что эта формула означает, было непросто. В бестселлере «Миф о красоте» Наоми Вульф* приводит случаи из судебной практики тех лет. Телекомментатор Кристин Крафт в 36 лет была уволена с формулировкой «стала слишком старой и непривлекательной». Она подала в суд на работодателя и проиграла его. Мишель Винсон судилась со своим начальником, который домогался и насиловал ее на рабочем месте. Она тоже проиграла суд: судья счел, что ее наряды были слишком женственными, провокационными и поощряли насильника. А вот женщине-адвокату Энн Хопкинс отказали в партнерстве компаньоны из Price-Waterhouse, так как ей стоило бы научиться «более женственной походке, более женственно разговаривать и более женственно одеваться», а также «пользоваться косметикой». Женщину-полицейского Нэнси Фадл уволили за то, что она «выглядела как леди».

В такой ситуации формальный и досконально прописанный дресс-код для женщин выглядел спасением. Его и предложил в своей книге «Платье для успеха» (Dress for Success) Джон Моллой в 1977 году. Он предлагал отказаться от рюшей, глубокого декольте, а заодно и слишком длинных волос и красного нижнего белья.

* Вульф Н. Миф о красоте. — М.: Альпина нон-фикшн, 2020.

Предпочтение следовало отдавать брючным или юбочным костюмам и полуприлегающим приталенным платьям.

В СССР вектор развития был иным, но здесь нормой для женщин считались перегруженность работой, отсутствие помощи по дому и дефицит товаров и услуг для создания и поддержания женственного образа.

Женщина в молодом советском государстве получила гораздо больше прав, чем на тот момент было у западной. И прежде всего — право работать. В Европах и Америках женщины еще счета в банках не могли открывать, а наши уже и на заводах, и на пароходах, и в министерствах, и в шахтах, и на заводах, и, конечно, на полях. После войны дефицит мужчин обусловил уже не право, а обязанность женщины работать. Женщины занимались физическим трудом, носили уродливые телогрейки, солдатские шинели и кирзачи. К работе у женщины всегда прибавлялась вторая смена дома. Только у высоких партийных начальников была прислуга, а у остальных со всем справлялись жены.

Кроме того, вечный дефицит. Плановая экономика. Одежды нет и не предвидится. А значит, нужно создать такое информационное поле, чтобы женщинам было не обидно носить серое, строгое и практичное. И вот, пожалуйста, обоснование: в отличие от бездумной западной вертихвостки советская женщина обладает вкусом и высокой моралью. Она руководствуется не модой, а стилем. Вот откуда взялось это противопоставление: из советской пропаганды. Само слово «безвкусица» — оттуда же: нет возможности одеться в приятные, разнообразные, яркие одежды — объявим это безвкусным.

Неудивительно, что втайне женщины мечтали о том, чтобы ничего не делать и быть как та «западная вертихвостка»: сидеть счастливой в красивом платье и... все! и это счастье! Гипертрофированная женственность не тяготила советскую женщину, как начала

тяготить западную, которая с 1970-х годов добились-таки права работать наравне с мужчиной. Напротив, женственная одежда была заветной и несбыточной мечтой.

Именно здесь корень идеи, что надо быть женственной для настроения, для задора. Юбка и маникюр, каблуки и укладка становятся показателем (хотя бы только для самой себя) наличия энергии, настроения, шика. «Я не ломовая лошадь, я не пашу на заводе в телогрейке, меня хватает на то, чтобы выглядеть как королева!» (Проблема в том, что в наше время тонкость, изящество и женственность больше не находятся в пределах штампа «рюши-юбка-пояс-утяжка», но об этом — чуть ниже.)

* * *

Если сделать совсем краткий вывод, получается, что раньше женщины одевались, опираясь на внешние правила. Не так важно, какая я внутри, — важно, примут ли меня за свою по одежке. Получу ли я работу, впишусь ли визуально в коллектив, понравлюсь ли будущему мужу, или он сочтет меня слишком странной, не подумают ли окружающие, что у меня недостает денег или внутренней культуры.

Это и есть то, что драматически изменилось к сегодняшнему дню.

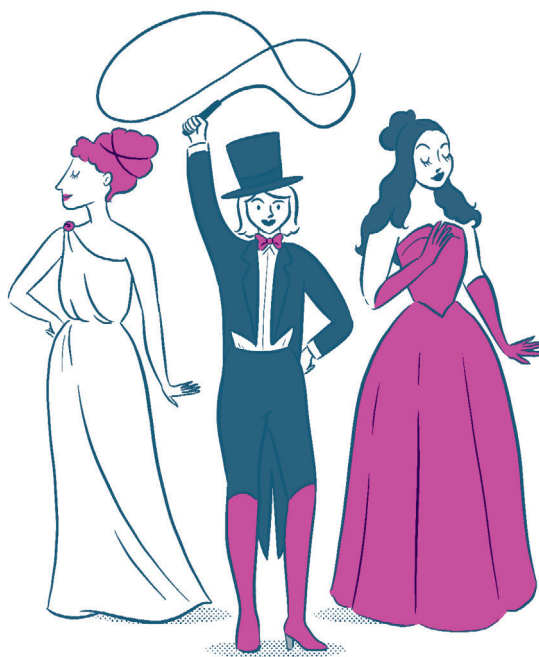
Каким целям служит женская одежда сегодня?

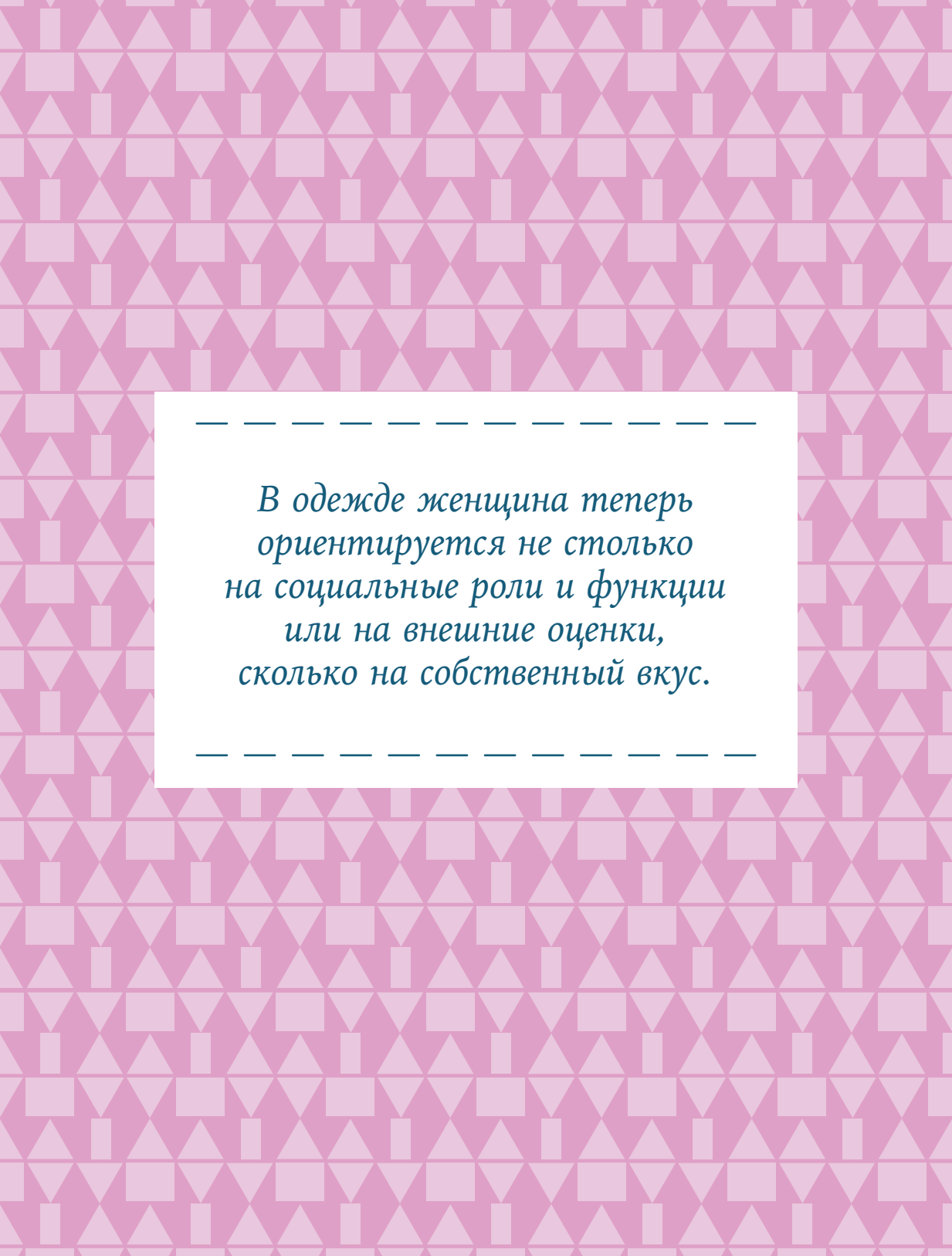
Современная мировая экономическая система все чаще исходит из того, что удовлетворенность людей повышает их продуктивность, лояльность и даже креативность. Несчастные люди работают хуже, зарабатывают и тратят меньше. От них и толку немного.

Другое дело — человек удовлетворенный, с хорошей самооценкой, реализовавший свои потребности и стремления. Такой человек знает, чего хочет, и стремится удовлетворить свои желания, выразить и проявить себя.

А еще такой человек хочет, чтобы другие считали его не просто работником, а индивидуальностью, уникальным и неповторимым, незаменимым и единственным. Работника ценят за оригинальные идеи — иначе его могут и роботы заменить. Партнер в браке больше не функциональный «хороший муж» или «подходящая жена», а человек, близкий эмоционально и ценностно.

Вот почему и в одежде женщина теперь ориентируется не столько на социальные роли и функции или на внешние оценки, сколько на собственный вкус.



The background of the entire image is a repeating pattern of light pink squares and triangles on a darker pink background. In the center, there is a white rectangular box containing text. Above and below the text are horizontal dashed lines.

*В одежде женщина теперь
ориентируется не столько
на социальные роли и функции
или на внешние оценки,
сколько на собственный вкус.*

На этом и стоят современные модные тренды.

Простота. Тренд задают ИТ-компании, в которых никогда не было строгих требований к внешнему виду сотрудников. Ну, разве что вот это: «Важно приходить на работу одетым» (выдержка из корпоративного кодекса «Яндекса»). ИТ-гиганты создают непринужденную рабочую среду, в которой сотрудники полностью погружены в свое дело: могут и работать из дома, и остаться ночевать в офисе, если это нужно.

Самовыражение и креативность. Одежда становится важным атрибутом личного бренда. Новый паттерн работы в самом общем виде звучит так: человек создан для креатива, а машина — для рутины. Креативный специалист не может и не должен быть закован в форму.

Удобство. Мы работаем дома, за столиком в кафе или коворкинге, в машине, раздевалке фитнес-клуба, когда ждем ребенка с развивашек. Если раньше приходилось успевать жить в промежутках между рабочими часами, то сейчас как раз наоборот: мы встраиваем работу в свой ритм жизни. И конечно, в расслабленных и комфортных образах это делать проще.

Унисекс. Если личность для нас важнее пола — значит, женщина может одеваться во что хочет, не становясь при этом мужчиной. И наоборот. Более того: для многих гендерные стереотипы вообще перестают играть существенную роль. Какая разница, похожа ли я на нечто, что называется «женщина» у кого-то в голове, если мой наряд выражает мою личность, если я одета модно, удобно, цельно и так, как мне самой нравится? И тут опять выходит на первый план независимость от внешних оценок: я никому не должна ничего демонстрировать. (Не говоря уже о том, что мужской наряд мог быть суперженственным и в стародавние времена: недаром так любила одеваться в военную форму императрица Елизавета Петровна.)

Экологичность и экономичность. Тренд этот напрямую связан с идеей заботы о планете, проблемами перепроизводства и сверхпотребления. Любовь к винтажу и ношенной одежде — именно отсюда. Для большинства это полная дичь: они еще не отошли от трудного детства и данных себе обещаний зарабатывать много и покупать все новое, не копаясь в секонд-хендах. Но, к сожалению или счастью, мировые тренды развиваются тогда, когда мыслящая прослойка в развитых странах начинает тренд поддерживать. Эта самая прослойка сейчас вполне сыта, образованна, не желает превращать карьеру в пожизненную каторгу и имеет время и возможность думать о судьбе планеты. Таким образом, катышки на свитере с точки зрения мировых трендов — это демонстрация не только бережливого отношения к вещам во благо снижения объемов производства, но и своей принадлежности к тем, у кого уже более или менее решены материальные проблемы.

* * *

Вот вам и ответ на вопрос, куда пропала женственность. Она не пропала, просто это понятие изменило свое содержание. Раньше под женственностью понимали тонкую талию, каблуки, пышную юбку, шляпку. Но этот наряд совершенно не подходит для современного ритма жизни. Никому не хочется тратить огромное количество времени, чтобы его сшить, надеть и медленно, в туфельках, передвигаясь от такси до такси, сходить в несколько мест, чтобы там аккуратненько постоять. Потому что активно двигаться, удобно сидеть или работать в таком наряде — сущее мучение.

Это и есть самый главный секрет, куда из моды исчезает та или иная вещь. Вещи исчезают, когда уходит в прошлое жизнь, для

которой они были созданы. Наряды, в которых женщина могла только красиво стоять, были созданы для жизни, в которой женщина не считалась полноценным членом общества. Она была дома, замужем, могла наряжаться, выходить в свет и возвращаться обратно домой. А если нужно ходить быстро, работать с комфортом, перемещаться легко — значит, будет другая женственность и другая мода. Будут кроссовки, брюки, просторное пальто. Будет все, что обеспечивает мобильность и удобство. Главный ответ, куда делась женственность из прошлого: она перестала сочетаться с современным ритмом жизни женщины.

В моде живая женщина! Живая! С недостатками, морщинками, целлюлитом, отсутствием талии или груди. С растрепавшимися волосами. В удобной одежде. Еще 10 лет назад я с тоской смотрела на картинки в журналах, где женщины-манекены с идеальными прическами в идеально подогнанных пиджачках изящно садились в узких юбках в автомобиле. В жизни это все выглядело карикатурно. Неудобные каблуки, стертые ноги, порванные колготки, задравшийся пиджак*, перекрученная юбка. Но пришла мода на просторную, удобную одежду — и все встало на свои места.

*Современная мода — это то, что нам помогает.
А если что-то из нее исчезло, подумайте: может
быть, исчезли обстоятельства, которые породили
возможность использования этого образа.*

* Существует точка зрения, что в русском языке пиджак не может быть женским, поскольку есть специальное слово — жакет. Тем не менее в современной моде такое большое место занимает и мужской гардероб на женщине в целом, и мужской пиджак в частности, а сами жакеты выглядят настолько идентичными именно мужским пиджакам, что в рамках этой книги я чаще всего буду применять это слово. — Здесь и далее, кроме особо оговоренных случаев, прим. авт.

Изменившееся понимание трендов

С глобальными тектоническими сдвигами связано и то, как менялось понимание трендов в современной моде. Начались эти изменения не сегодня и даже не десять, а *пятьдесят* лет назад.

- Мода как единое направление распалась на тренды и стили, которые внутри одного десятилетия могли и могут сосуществовать одновременно. 1970-е — это не только стиль хиппи, но и расцвет стилей диско и панка. А еще глэм-рок и байкерский стиль — в общем, много всего и сразу. И сейчас все так же: обтягивающее или оверсайз — выбирай, человек, сам. Нет единого командного пункта, откуда вещают, как одеваться.
- Отдельные стили трансформируются в «диффузный стиль». В 1970-х японец Кензо Такада открывает свой небольшой магазин в Париже, а со временем становится одним из известнейших парижских дизайнеров. Вот у кого на показах модные критики впервые кричали: «Клетка и цветочек в одном образе! Как можно! Как ужасно! Как свежо!»
- Именно в 1970-х рухнуло понятие «ансамбль» в одежде. Люди больше не хотели покупать, дизайнеры придумывать, а фабрикам стало невыгодно шить юбку, жилет и жакет из одной и той же ткани. Шапка и шарф из одного комплекта, крокодиловые туфли к крокодиловой сумочке, маникюр в цвет педикюра тоже стали неактуальными. При этом понятие гармонии никуда не делось. Но если раньше оно достигалось простым дублированием вещей, то теперь достигается более сложным приемом: все вещи в образе должны друг с другом неким образом сочетаться. Но не копированием цвета и фактуры, а правильным соединением цветов, объемов, фактур, принтов и стилей всех элементов образа.
- Из-за тренда на экологичность, о котором я уже писала, индустрия перестала делать вид, что вещи входят в моду на один