

**— День сегодняшний характерен смешением стилей. Так ли уж важно, чтобы и сейчас профессора можно было узнать по очкам, а сорочка делового человека выглядывала из-под рукава пиджака на 1,5 см?**

— Знаете, я преподаю в университете, который готовит служащих для правительства Москвы. И меня радует, что студенты с большим вниманием слушают лекции об имидже чиновника, его одежде, правилах общения. Их интерес связан не только с тем, что согласно имиджологии успех управленца на 85 процентов зависит от коммуникабельности, а на 15 — от профессиональных навыков. Эта формула, конечно, не универсальна, но ее стоит учитывать.

Даже если вам комфортно в спортивной одежде, это еще не повод ходить в ней на службу. Мне нравятся слова Вячеслава Зайцева: «Одежда не должна засорять окружающую среду». Например, на государственной службе она не должна отвлекать внимание. Деловой костюм — это отсутствие сексапильных деталей, глубоких декольте, полупрозрачных блузок, высоких разрезов, обилия бижутерии. Всего того, что может шокировать посетителя, который нередко выступает и как проситель. Однако не стоит заковывать себя и в рамки одного стиля. Сегодня я профессор в университете и надеваю строгий деловой костюм — завтра еду на дачу, и мне подойдут джинсы.

**— Признаться, отправляясь к вам на интервью, я долго думала, как одеться. Ведь я шла к модельеру, и не хотелось ударить лицом в грязь. Но в какой-то момент возникла мысль: а может, я просто хочу угодить другому человеку?**

— Все-таки 8 из 10 человек мы воспринимаем по внешнему виду. Выражение «по одежде встречают, по уму провожают» не случайно. Есть и другое: у нас не будет второго случая, чтобы произвести первое впечатление. Поэтому так важно быть одетой, что называется, ко двору.

**— Но где грань между естественностью и притворством?**

— Имидж, который мы создаем и с которым приходим к людям, — это возможность проявить себя с лучшей стороны. Это не только одежда, манеры. Главное — внутреннее содержание: духовность, душевность, интеллигентность. Если человек пытается создать не свойственный ему имидж, он обречен на неудачу. Это как пластическая операция. Когда женщины их делают, они подчас не задумываются, что надо и внутренне перестраиваться. Если в 60 лет она начинает выглядеть на 45, а чувствует себя на свой реальный возраст, ее могут отторгнуть даже близкие люди. И это происходит довольно часто. Словом, во что бы мы себя ни одели, роли, которые играем, должны быть адекватны нашему внутреннему состоянию.

**— Как часто, по вашим наблюдениям, одежда не соответствует внутреннему состоянию человека?**

— Чаще всего такой диссонанс возникает в среде молодежи. Для значительной ее части характерно слепое следование моде. Молодежь и может одеться ярко и где-то вычурно, но когда это слишком бросается в глаза, невольно вспоминаешь Маяковского: «Эх, к такому платью, да еще бы голову!» Другая проблема — погоня за лейблами. Иногда доходит до невротозов, если молодой человек не может приобрести джинсы престижной марки. Мода — это своего рода психологический тест, который показывает, есть у вас чувство собственного достоинства, уверены ли вы в себе.

**— Согласитесь, мода сейчас ведет себя довольно агрессивно. В иной клуб и не войдешь, если твоя «прикид» меньше чем на 3 тысячи долларов...**

— Дресс-код все-таки изобрели не в России. В Америке, например, практически все крупные финансовые корпорации требуют, чтобы их сотрудники носили строгие деловые костюмы. Если женщина в 30-градусную жару придет без чулок, она может быть уволена. Белый дом в свое время запретил даже журналистам приходить на брифинги в джинсах.

**— И все-таки дресс-код в России — это нечто иное. Девочек, «не так одетых», не пускают не столько в клуб, как в другой социальный слой, хотя мордочки у них очень даже симпатичные...**

— Я не уверена, что здесь в пору вести речь о моде. Ее скорее используют в качестве механизма создания своего круга, для того, чтобы отсеять чужих. Люди с Рублевки прямо говорят, что вынуждены приобретать одежду известных брендов. Такое поведение характерно для молодой буржуазии, каковой российская и является. На Западе считается дурным тоном, когда даже очень богатый человек использует в одежде один бренд. Получается, что он доверяет вкусу лишь одного дизайнера. Те, кто преуспел на лестнице социальной ие-

## Лидия СОКОЛОВА-СЕРБСКАЯ: НАСТОЯЩИЙ МОДЕЛЬЕР — НЕ ШОУМЕН, А РАБОТНИК

Массивные старинные буфеты, стулья с резными спинками вокруг круглого стола, бронзовая люстра... Вся эта обстановка принадлежала великому русскому психиатру В.П.Сербскому. Честно говоря, я даже засомневалась, что в столь величественном интерьере получится разговор о таком изменчивом явлении, как мода. Но стоило войти в комнату хозяйке — и минувших дней как не бывало. Даже мебель словно стала светлее. Настолько эта женщина приветлива, жизнерадостна — и современна!

Художник-модельер, профессор Московского городского университета управления правительства Москвы Лидия СОКОЛОВА-СЕРБСКАЯ — правнучка великого ученого. «Он не был франтом, — рассказывает Лидия Александровна, — но, безусловно, знал толк в одежде. И понимал, как важно, чтобы она соответствовала его занятиям. Глядя на фотографии, сразу понимаешь: этот человек — профессор. На нем отличного кроя сюртук, галстук, пенсне.



ФОТО АНДРЕЯ НИКЕРИЧЕВА

рархии, далеко не всегда хорошо одеты. В Канаде я видела, как миллионер приехал на деловую встречу в потертых джинсах, ковбойке, но на роскошной машине. А вот те, кто еще делает карьеру, не утвердился, обязательно одеваются хорошо и на основе дресс-кода.

**— Тем не менее невольно возникает вопрос — куда идет отечественная мода? Глядя на дефиле, задумываешься: для кого и для чего работают художники-модельеры? Да, их модели красивы, оригинальны, но большинство из них нельзя носить не только в повседневной жизни — даже для бала зачастую они слишком экстравагантны.**

— Когда Пьера Кардена спросили, зачем он создает модели, которые никто не надевает, он ответил: «У каждого художника-модельера существует две сферы творчества. Одна — это прет-а-порте, то есть одежда для широких слоев населения. А вторая — от кутюр, где можно показать свою фантазию, творческое кредо, индивидуальность».

**— А великая Шанель считала, что лучшие модели — это те, которые можно увидеть на людях на улице...**

— Она была человеком, который изменил моду. В XIX веке женщина даже среднего класса в своем гардеробе должна была иметь пеньюар, платье для визитов, для бала, театров. Иногда им, бедным, приходилось в течение дня переодеваться по нескольку раз. Шанель создала стиль, благодаря которому женщина, отправляясь на работу, остается элегантно в любой ситуации. Достаточно, например, костюм дополнить бижутерией — и можно смело идти в ресторан. Великой мадемуазель уже 36 лет нет в живых, но созданный ею стиль актуален до сих пор. Потому что он целесообразен. И все-таки существует достаточно четкое разделение моды — для элиты и для широких слоев населения.

Судите сами. Средняя стоимость вечернего платья известного российского дизайнера 5 тысяч долларов, а западного может доходить до сотен тысяч. Позволить себе такую одежду могут лишь три процента населения мира. Является ли то, что они носят, высшим достижением моды? На этот счет тоже существует разные точки зрения. Например, известный историк кос-

тюма Александр Васильев говорит: «Мода — она для богатых. Одежда — для всех».

**— Вы с ним согласны?**

— На мой взгляд, между подиумной и повседневной одеждой существует тесная связь. Та же Габриэль Шанель идеи своих моделей брала из повседневной жизни. Этот принцип с успехом используют и современные дизайнеры. Их можно увидеть на всех масштабных массовых мероприятиях — на Олимпийских играх, теннисных турнирах... Они смотрят, как одеты женщины, чтобы использовать это в своих будущих моделях. Кроме того, ни одна самая крупная фирма еще не выживала только за счет одежды от кутюр. Как бы дорого ни заплатил миллионер за уникальное платье, доходы домов моды основываются не на продажах единичных экземпляров, а за счет массового производства или продажи парфюмерии и аксессуаров.

**— По какому пути идет российская мода?**

— Лично я считаю, хвала тому модельеру, который работает на промышленность. Но если посмотреть глянцевого журналы, репортажи светской жизни, то может сложиться впечатление, что российские модельеры создают модели только для элиты. На самом деле большинство отечественных художников хотят видеть свою одежду на массовом потребителе. Одна из последних коллекций мужских костюмов Вячеслава Зайцева — прет-а-порте. Очень мощно работает Султана Французова. Мой бывший студент Игорь Никитин выпускает отличную повседневную одежду. За последние годы в России появилось немало фабрик, которые шьют модные красивые изделия. Иногда предприятие заключает договор с известным модельером. Пример тому Владимир Зубец, который в свое время пришел на фирму «Панинтер» и одел учителей, врачей, инженеров, то есть наш средний слой, в стильную одежду по доступной цене. Другое дело, что использовались синтетические ткани, на которых со временем появлялись специфические дефекты. Но если бы он применял дорогие материалы, одежда стала бы намного дороже.

Вместе с тем две трети населения России одеваются на оптовых рынках. Там продается недорогая одежда. Я не против

этих рынков, однако не стоит забывать: покупая ту же мячку китайского производства, мы оплачиваем труд и пенсию портнихи Поднебесной. Поэтому, выступая с лекциями перед госслужащими, представителями власти, я всегда говорю о необходимости поддержать российского производителя.

**— Существует мнение, что такого рода поддержка может обернуться ростом цен на российские товары...**

— Я вас уверяю, российские производители не стремятся к высоким ценам. Даже в существующих условиях они ищут пути для их снижения. Открывают при фабриках магазины, в которых продают товары без торговой наценки. На ВВЦ под эгидой московского правительства два раза в год проводятся выставки-продажи одежды от российских производителей. Султана Французова как-то устроила показ своих моделей на мосту через Москву-реку, после чего они продавались без торговой наценки. Но та же Французова шьет свою одежду в Китае, потому что там дешевле.

Я не экономист, но уверена: Россия может проводить гибкую политику в легкой промышленности. Почему, скажем, советская детская одежда была совсем дешевой и качественной? Государство, понимая важность этих товаров, продавало их по ценам производителей. А сейчас детские вещи ненамного дешевле взрослых.

Ситуация такова, что российские фабрики не в состоянии конкурировать с теми же китайцами. Перед низкой ценой не всегда могут устоять и богатые страны. Китайцы прорвались даже в США. Они соблюдают все формальности, на свою одежду ставят лейблы знаменитых фирм, а рядом «Made in China», — и американцев это устраивает. А вот французы поставили барьеры на пути китайских товаров. Тем самым они стараются сохранить славу своей страны как одного из главных производителей качественной, красивой и модной одежды.

**— Как вы оцениваете уровень российских художников-модельеров?**

— Тот же Вячеслав Зайцев еще в 80-е годы вошел в четверку лучших модельеров мира. Многие наши дизайнеры работают ассистентами в домах моды с мировым именем. Недели моды в Москве постоянно

открывают интересные имена. Впрочем, много и слабых дизайнеров.

Сложилась парадоксальная ситуация: институтов, которые готовят модельеров, много, но уровень их подготовки иногда довольно низкий. А раньше был только факультет прикладного искусства Текстильного института, но требования к нам предъявляли самые серьезные. О том, что такое кокетка, баска, я знаю не на словах. Могу одежду не только смоделировать, но и сконструировать, и раскроить, и сшить. А сейчас многие современные дизайнеры в руках иголки никогда не держали. Когда я стала преподавать, то каждые пять лет в обязательном порядке проходила стажировку на фабрике: разрабатывала коллекции, следила, как их шьют. Да, есть модельеры, которые состоялись без специального высшего образования. Например, Валентин Юдашкин. Но это уникальный случай. Он настоящий самородок. Большинству же дизайнеров необходимо качественное разностороннее образование. И не только художника-модельера. Лично я еще изучала психологию моды, социологию, маркетинг. Я это делала, чтобы лучше понять потребности людей. И думаю, то, что обо всем этом мало знают молодые дизайнеры, является главной причиной излишней элитарности отечественной моды.

**— Что сегодня необходимо модельеру, чтобы заявить о себе?**

— К сожалению, мало иметь талант. Сейчас для создания коллекции требуются огромные деньги. В среднем она обходится в десятки тысяч долларов. Значит, нужно найти спонсора. То есть проявить не только творческие, но и деловые качества. А сочетание тех и других встречается крайне редко. Как правило, в лучшем случае талантливому модельеру удается создать коллекцию, после чего она умирает. Буквально недавно на выставке в Москве видела великолепную трикотажную коллекцию питерских модельеров Павла и Ларисы Ткаченко. Но массовое производство их моделей весьма проблематично.

**— Существует много фондов и организаций, которые заявляют, что содействуют развитию моды. Насколько это справедливо?**

— Знаете, недавно я была в Монголии, где входила в жюри международного конкурса художников-модельеров. В нем участвовали очень талантливые художники из Бурятии. И они говорили: как обидно, что закрылись Дом моды на Кузнецком мосту, Трикотажный дом моды на Сретенке. Это были центры, куда приезжали модельеры из самых отдаленных городов. Раз в год они там общались, обменивались идеями, им читали лекции по новейшим тенденциям в одежде, по ее конструированию и, что немаловажно, давали леклака самых последних модельеров. Сейчас два раза в год в Москве проходят «Недели моды», — это не только шоу, но и чрезвычайно полезное для дизайнеров мероприятие. Но они там только смотрят на демонстрируемую одежду. Никто не разрешит им познакомиться с леккалами — это большой секрет. А без леккал практически невозможно понять, как сконструирована модель.

Вот почему так важна деятельность структур, которые поддерживают моду. Не могу не назвать конкурс художников-модельеров «Русский силуэт». Его президент Татьяна Михалкова ищет таланты по всей России и поощряет их учебой за границей. Вера Тугова организовала замечательный конкурс «Экзерсис», который позволяет поднять планку начинающих модельеров, учащихся лицей, колледжа. У нас много талантливой молодежи. И ее надо поддерживать.

**— Можно ли научиться модно и со вкусом одеваться, используя журналы мод?**

— Так называемые гляцевые журналы в основном покупают в Москве, Санкт-Петербурге и других крупных городах. Провинция не может себе их позволить. Они очень дороги, да и публикуются там модели недоступны для массового потребителя. Но появляются и недорогие качественные журналы — например, «Мода. Имидж. Престиж», который выпускает Институт индустрии моды. Наталья Козлова делает на первом телеканале очень интересные передачи. И конечно, возможности средств массовой информации влиять на людей надо использовать. Мало что рождается с чувством вкуса и стиля, но это можно воспитать.

Во все время очень важно выработать правильное отношение к моде. Как писал Бальзак, глупец, кто в моде видит только моду. Это явление, которое может помочь человеку выявить лучшие свои качества. Даже не обязательно быть модным: Хемингуэй ходил в свитере грубой вязки, но стал одним из самых стильных мужчин своего времени. Потому что с помощью одежды сумел выразить свою суть. Это достойная задача для каждого из нас.

Беседу вела  
**Наталья КУЗИНА**