

Наталия Поротикова
София Жарова

ТЕЛО

и
ОДЕЖДА

ОДРИ

Как выглядеть стильно,
не принося в жертву комфорт

**Наталия Поротикова
София Жарова
Тело и одежда. Как
выглядеть стильно, не
принося в жертву комфорт
Серия «#ОДРИ.STYLE»**

Издательский текст

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=65227472

*Тело и одежда. Как выглядеть стильно, не принося в жертву
комфорт: Эксмо; М.; 2021
ISBN 978-5-04-115494-3*

Аннотация

Женщины привыкли верить, что «красота требует жертв». Но так ли это на самом деле? И сколько можно мучиться на 12-сантиметровых шпильках в ущерб своему здоровью? Авторы этой книги журналистка Наталия Поротикова и владелица авторского ателье София Жарова расскажут, что в современном мире комфорт выходит на передний план, а красота и удобство могут быть совместимы!

Вы сможете по-новому оценить свой гардероб и привычки, связанные с одеждой, научитесь делать покупки с меньшим

количеством ошибок, а главное – поймете, что в умении одеваться ваши тело и комфорт важнее любых предрассудков.

В формате PDF A4 сохранен издательский макет книги.

Содержание

Введение	6
С чего все началось	6
Кто я такая	9
Кто такая София	10
Почему нам всем нужен новый взгляд на удобство	11
На что люди до сих пор покупаются, когда речь идет о стиле	13
Почему новый взгляд на одежду и удобство неизбежен	18
Карантин и новое средневековье	21
Большая демократизация в моде	23
Взгляд на одетого человека	25
В чем идея этой книги	29
Что вам даст эта книга	30
Для кого эта книга	33
Глава 1. Удобство: общие настройки	39
Удобство и мораль	39
Конец ознакомительного фрагмента.	41

**Наталия Поротикова,
София Жарова**

**Тело и одежда. Как
выглядеть стильно, не
принося в жертву комфорт**

© Поротикова Н., Жарова С., текст, 2021

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2021

БОМБОРА™

Москва 2021

Введение

С чего все началось

Наталья

У юбки был длинный фартук из металлизированной ткани, надежный корпус из темно-синей плотной шерсти и шелковая подкладка лимонного цвета. При длине почти в пол ни шлицы, ни разреза у юбки не было; она была устроена как труба, и внутренний слой не тянулся. Тем не менее ходить в ней во время примерки вроде бы получалось. И после недолгого колебания я ее купила.

Первый выход в новой юбке показал, что к походке гейши я не готова ни морально, ни физически. Я сдала вещь в ателье, где ей сделали разрез высотой сантиметров в двадцать, по переднему шву, прямо под металлическим фартуком.

Как-то морозным утром я решила надеть ее; дело было на следующий день после тяжелой тренировки. Через пять минут я поняла, что мне больно идти. Сделанного разреза хватило бы для минимального удобства, но, во-первых, у меня все ныло после физической нагрузки, во-вторых, на улице был гололед и мышцам приходилось делать двойную работу: я одновременно и подталкивала себя, чтобы двигаться вперед, и тормозила, чтобы не упасть.

До метро я доковыляла успешно, но ситуация запомнилась. Я поняла, как много сил трачу из-за неудобного покроя вещи, из-за невозможности делать в ней полный шаг. Боль действовала как подкрашивание препарата под микроскопом, когда ткани и клетки становятся видимыми: без боли я бы терпела неудобство, даже не задумываясь о нем.

Как много всего связанного с ощущениями тела – например, от одежды, в которой мы живем каждый день, – может просто не доходить до нашего сознания.

* * *

После истории с юбкой я задумалась о наполнении понятия «удобство». Значение вроде бы для всех очевидно, но на практике разным людям удобны разные вещи. Скажем, я никогда не считала таковыми треники и худи – вроде бы первое, что приходит в голову, когда говорят «удобная одежда». Зато очень люблю хорошо сидящие пиджаки. Моя подруга Галя (она еще появится в этой книге) любит в определенных ситуациях носить узкие юбки, а я в них не могу ходить. И так далее.

Для одних удобство – это мягкие материалы и абсолютная свобода движения. Другим важно ощущение поддержки, которое дает жесткий пояс или корсет. Кого-то мобилизуют туфли на высоком каблуке, а кому-то важна заземленность

по Александру Лоуэну¹.

Удобство устроено сложнее, чем кажется, и разобраться в нем стоит.

¹ Американский психотерапевт. Создатель метода «Биоэнергетический анализ» и один из основателей Международного института биоэнергетического анализа. Исследователь проблем сексуальности. Автор ряда книг по телесно-ориентированной психотерапии.

Кто я такая

Меня зовут Наталия Поротикова, на работе я – редактор спортивного медиа, а в свободное время – энтузиастка моды, журналистка и блогер.

В 2013 году в моей жизни произошли два судьбоносных события: я выиграла грант на обучение в Московской академии моды, откуда вынесла общие знания об индустрии и несколько полезных знакомств, и официально пробежала первую в жизни десятку. С тех самых пор я пишу о моде (в разные годы это были «Афиша», «Коммерсантъ» и несколько отраслевых журналов), изредка даю комментарии на телевидении и радио – как спортсменка и модный эксперт, веду собственный блог robotesse.com и бегаю.

В 2019 году, в 37 лет, я пробежала 236 километров 835 метров и заняла первое место на Кубке России по суточному бегу, перевыполнив норматив мастера спорта международного класса на 11 км. История с телом и одеждой во многом появилась благодаря ультрамарафону: контакт с телом в суточном беге очень важен.

Большая часть текста в этой книге написана от моего лица. Записи со слов Софии Жаровой, соавтора книги, комментарии физиотерапевта Анны Малицкой и интервью с героями отмечены отдельно.

Кто такая София

София Жарова – дизайнер, конструктор одежды и владелица собственного ателье. В этой книге она отвечает за практику; вместе с Софией мы написали раздел «Составляющие гардероба» и много обсуждали все остальные темы этой книги. Совмещение в одном человеке ролей дизайнера и конструктора – не самый распространенный случай в российской моде, и очень ценный. София не только знает, как сделать человека более привлекательным за счет одежды, но и может рассказать, как вещи устроены, как они ведут себя в движении, и ей это важно.

Например, в первом же детальном разговоре об одежде София рассказала мне, что баланса вещи не существует в отрыве от конкретного человека, ее надевшего. Нельзя сказать «у этого платья нарушен баланс», пока оно висит на вешалке.

Одна из множества ценных черт Софии – исключительная клиентоориентированность, то есть умение понять запрос человека и искреннее желание его выполнить. Чувствительность к нуждам клиентов позволила Софии накопить серьезный багаж наблюдений за тем, как одежда взаимодействует с телом.

Почему нам всем нужен новый взгляд на удобство

Известные действующие школы стиля заботятся в первую очередь о том, как человек выглядит со стороны, то есть отводят главную роль зрителю. Об удобстве либо не упоминается вообще, либо говорится неодобрительно (порицание удобства настолько нажористая тема, что я посвятила ей целую главу, «Удобство и мораль»).

Этот взгляд устарел. На предстоящую перемену точки зрения указывают и масштабные общественные процессы (главный из которых – демократизация), и изменения в самой моде, от бодипозитива в рекламе до колоссального подъема уличных брендов с их свободной одеждой.

При этом до массового потребителя, который в индустрии не варится, попытки моды по-новому осмыслить саму себя доходят только через несколько лет. Слова с идеями сильно запаздывают за образами; мода нулевых прошла, оставив свой след разве что в костюмерных, зато идеи тех лет (и более ранних) продолжают свое шествие, теперь уже по лентам соцсетей. «10 вещей, которые вас старят», «15 предметов гардероба, которые выдают в вас провинциалку», «Какие женские вещи ненавидят мужчины»... Длина миди визуально режет ноги, это старит, то не по возрасту. Все эти «что можно носить» и «чего носить нельзя» вызывают стыд, но,

увы, для многих людей они пока еще работают – привлекают внимание и гарантируют авторам просмотры.

На что люди до сих пор покупаются, когда речь идет о стиле

ЖИВУЧАЯ, КАК СОРНЯК, ИДЕЯ «ЛИБО КРАСОТА, ЛИБО УДОБСТВО» – ЧАСТЬ БОЛЬШОЙ СИСТЕМЫ ЛЖИ. Искажение истины здесь в том, что оценка преподносится как объективный факт, изменчивое – как непреложный закон, а устаревшие реалии – как действующие.

Принцип «Красота либо удобство» стал реальностью именно женского гардероба после рокового разделения женской и мужской моды на разные индустрии в конце XVII века. С тех пор многое изменилось; мужские и женские вещи сплошь и рядом делаются одними и теми же брендами и продаются в одних и тех же магазинах (правда, иногда у них заметно отличается качество – об этом мы поговорим отдельно). При этом мужчинам никакого противопоставления красоты и удобства не навязывают, так с чего бы ему быть законом в женской?

ИДЕЯ «ПРАВИЛЬНОГО» ВОЗРАСТА. С одной стороны, возрасту надо соответствовать, с другой – приветствуется выглядеть моложе своих лет. Но не молодиться при этом! Если вам кажется, что эти требования противоречивы, – вам не кажется. Идеалы – образцы для подражания – исключительны и недостижимы. Но они и выбраны не для

того, чтобы вы им на самом деле следовали; они выбраны, чтобы вы все время пытались и никогда не допрыгивали. Как и во многих других случаях, угодить системе, которая оценивает и порицает возраст и внешность, невозможно: вы получите не за то, так за другое. Стареешь – и это видно? Распустила себя, получи. Не хочешь стареть, делаешь подтяжку? За искусственность получи. Стареешь не по тому типу, что Мэй Маск? Просто так получи.

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ТОМ, ЧТО ВЫСОКИЙ РОСТ И ДЛИННЫЕ НОГИ – ЭТО ИДЕАЛ И ОРИЕНТИР. То, что стилисты называют исправлением пропорций, сводится чаще всего к тому, чтобы женщину визуальнo уменьшить или вытянуть. Но почему? Так ли уж это связано с красотой? Зачем стремиться быть похожей на модель, если вы таковой не являетесь?

Ответ, если присмотреться, находится довольно быстро. Оценивание и осуждение – это демонстрация власти над тем, кого оценивают, а статус эксперта (стилисты позиционируют себя как экспертов в моде, не всегда имея для этого какие-то объективные основания) делает эту власть легитимной в глазах читателей и подписчиков. Неправильная фигура, возраст и бренд сумки сделают из вас посмешище, вы не попадете в нужную социальную группу, вас не будут любить и выбирать, вас отвергнут – прямо или косвенно говорят нам стилисты, рекламируя свои услуги. Ощущение опасности заставляет людей покупать продвинутые курсы стиля, записы-

ваться на марафоны и тратить на все это огромные деньги.

Что при этом важно: помощники по стилю действительно нужны, у них огромное поле для работы – если мы говорим о культурных кодах в одежде, наработанных человечеством к настоящему моменту, а не о палитре цветотипов и тринадцати типажах Кибби. Стилисты могут приносить большую пользу, если примут изменившуюся реальность и признают за клиентами право на комфорт, как физический, так и психологический.

Не соответствующие современной жизни установки мешают и дизайнерам – реализовываться и зарабатывать. Женщины с распространенным в России 48-м размером могут услышать в магазине: «У нас на вас ничего нет». Кому от этого лучше? Дизайнеру, который шьет только на модельные стандарты? Нет, он теряет деньги. Стилисту? Нет, ему труднее находить хорошую одежду на распространенные размеры. Покупательнице? Точно нет: ей фактически отказали в обслуживании, отвергли вместе с ее деньгами, не продали нужную вещь.

Стереотипы о теле и одежде мешают клиентам жить, а стилистам и дизайнерам – развиваться.

Когда начинаешь обсуждать все это с отдельными думающими людьми – часто выясняется, что человек любит и принимает совсем другие черты внешности, не обязательно те, что ему подсовывают. И к морщинам, и к низенькому росту, и к большой попе другого человека он относится нормально,

как к чужому телу, как к индивидуальной черте внешности. С одним исключением: почему-то труднее всего по-человечески оценивать себя. Так работает эта система шаблонов и порицаний, что наученный ею человек, даже если на других смотрит нормально, о себе готов говорить уничижительно, в терминах «жирная жопа» и подобных. Трудно вытащить из себя то, что вдалбливали годами. Трудно, но можно, и все идет именно к этому: думающие люди общаются между собой, а благодаря интернету все общественные процессы ускорились.

Другой обидный момент – что эти самые думающие люди, прикинув все «за» и «против» и выбрав удобство, осознанно дистанцируются от моды, не всегда на 100 % добровольно. Они начинают думать, что теперь это не их сфера (и увы, если мы говорим о привычных взглядах на моду, основания у них есть). Говорят о себе: «я знаю, это немодно, зато удобно», «я ничего в этом не понимаю»; как будто, выбрав удобство, они сделали какой-то не тот выбор, приземленный, далекий от сверкающих модных чертогов. И это, конечно, тоже пора менять. В выборе удобной вещи нет ничего плохого; в нем есть уважение к себе и к своему телу.

Реальность давно изменилась: этому помог и научный, и промышленный, и общественный прогресс.

То, что раньше невозможно было изготовить, теперь реально. То, что годами можно было делать с другими людьми и все терпели, – теперь нельзя.

Взгляд на человека как на вещь, для которой есть критерии качества, давно не сходится с действительностью, да и сами «критерии» устарели. У нового времени – новые вызовы, и стилистам и прочим профессионалам моды старой формации нечего предложить в ответ.

Почему новый взгляд на одежду и удобство неизбежен

- Пока глянец спал, рядом выросла целая группа активных платежеспособных покупательниц: это образованные женщины, занятые чаще всего интеллектуальным или творческим трудом, которые хотят хорошо одеваться, но при этом не готовы терпеть обвинительного тона и насмешек от так называемых стилистов. Эти женщины – зрелые личности (без прямой связи с возрастом) с нормальной самооценкой и чувством собственного достоинства, им просто будет смешна идея подгонять себя под модельный образец или считать несоответствие чужим ожиданиям чем-то ненормальным или постыдным. Они знают, что имеют право на комфорт и право на выбор. Они не будут покупать и носить неудобную одежду только потому, что кто-то счел ее «необходимой в гардеробе каждой женщины».

А между тем у стилистов, дизайнеров и модных журналистов со старыми ценностями нет даже слов для разговора с этой группой клиентов.

- Так же как и в других сферах, в моде увеличивается значимость людей, которые до этого не имели права голоса, – это часть большого тренда демократизации, ниже я напишу о нем подробнее. Тревожная ситуация для тех, чей авторитет держится только на занимаемой позиции редактора мод-

ного журнала, а не на знаниях и умении действовать в меняющемся мире.

- Заметны изменения и в массовом сознании: бодипозитив постепенно, через насмешки и сопротивление, но меняет точку зрения и на тело, и на одежду. Феминизм подвергает сомнению и критике множество «само собой», в том числе связанных с одеждой и сексуальностью.

Сегодня женщины чаще всего могут себе позволить не жертвовать удобством и здоровьем ради того, чтобы выглядеть социально приемлемо; но это достижение буквально последних лет.

В Японии в январе 2019 года актриса Юми Исикава запустила хэштэг #KuToo (по аналогии с #MeToo), от японских слов kutsu (обувь) и kutsuu (боль), направленный против дресс-кода с обязательным ношением обуви на высоком каблуке. Актриса обращалась в Министерство труда, где одновременно с сочувствием встретила и реакцию «мужчины тоже страдают» – носят тесную обувь и галстуки. (Интересно, что просто тесная обувь для мужчин приравнивается к чудовищно неудобной обуви на высоком каблуке для женщин.)

Шоу-бизнес держится за некомфортные нормы, но все идет к тому, что это ненадолго: в 2015 году директор Каннского кинофестиваля извинился за то, что женщин без обуви на высоких каблуках не пускали на красную дорожку, оста-

вив дресс-код неизменным. В знак протеста актрисы Джулия Робертс (в 2016 году) и Кристен Стюарт (в 2018 году) пошли по красной дорожке фестиваля босиком².

Новая точка зрения на моду и тело позволит жить со всеми этими изменениями, не жертвуя ничем. На привычные явления можно посмотреть по-другому, с новых гуманных позиций. Хороший пример – шоу Savage x Fenty от Рианны, показ белья, буквально сменивший показы Victoria's Secret: вроде бы те же яркие сексуальные трусы, но сделанные с совершенно другим посылом, идущим от женщины и ее выбора, и показанные на моделях с очень разными телами.

Как эта книга связана с запросами времени? Она отвечает на многие из них.

- «Тело и одежда» как раз для новой группы клиентов: зрелых работающих женщин, которые хотят одеваться.
- Демократизация: в этой книге права управления гардеробом и принятия ключевых решений переходят от стилиста – к покупателю и клиенту.
- Изменение массового сознания. Новый взгляд на удобство не задумывался с самого начала как профем и бодипозитивный, но стал им естественным образом.

² Фомина Елена. Женщины в Японии выступили против дресс-кода с высокими каблуками <https://style.rbc.ru/life/5cf77dcb9a79472e4fdb4b39>

Карантин и новое средневековье

Я начала писать введение 3 мая 2020 года. В Москве действовал режим самоизоляции: можно было выходить в ближайший магазин, в аптеку и гулять с собакой, а за неоправданное перемещение за пределами своего района могли оштрафовать.

Пандемия коронавируса рассадила людей по домам, сделав дефицитными и желанными небольшие повседневные радости: прогулки, встречи с друзьями и родными. Гораздо больше людей стали чаще готовить и заниматься бытом, просто по необходимости. Пандемия усилила и существующие тренды в моде: романтические платья в цветочек как нельзя лучше подходят к новому, более осознанному и скромному (волей-неволей) образу жизни. Оказавшись один на один с домочадцами и без физического доступа к остальному кругу общения, люди стали по-новому оценивать проявления дружбы и любви, тактильный контакт и возможность получить приятные эмоции.

Момент для написания книги наступил исключительно удачный. Во время карантина люди имели возможность пересмотреть весь обыденный уклад, в том числе и отношения с одеждой. Изменились границы между личным и публичным, выходным и домашним.

Во время пандемии продолжает действовать самый боль-

шой тренд из существующих – неравномерная, с местными откатами назад, но все-таки неуклонно растущая субъектность маленького человека, человека из меньшинства, в том числе человека моды: работника, ремесленника, потребителя.

Тренд демократизации – очень большой и касается самых разных сфер. Главные перемены происходят в области политики и гражданских прав, которые постепенно начинают работать и для представителей угнетенных групп, надеясь возможностями все больше и больше людей. Бирюзовые компании успешно работают на одном рынке с корпорациями, в которых принят авторитарный стиль руководства. Государства с единой вертикалью власти и централизованным устройством многое делают, чтобы впечатлить мир своей мощью, но их соседи, у которых федерация, самоуправление и независимые суды, живут лучше.

Большая демократизация в моде

Представленность в моде Большого Демократизирующего Тренда заметна на разных уровнях и в разных плоскостях, вот некоторые проявления:

- доступность любого модного контента для всех, у кого есть интернет;
- утрата единого модного образца и разделение моды на множество ветвей, так что в каждой стране и у любой социальной группы есть свои тренды и иконы стиля;
- растущее влияние на местных рынках локальных марок;
- демократизация люкса в визуальном плане: Ники Минаж как рекламное лицо Fendi, Ким Кардашьян на обложке Vogue, люксовый стритвир;
- внимание медиа к судьбам уязвимых групп в мире моды, от моделей до работников швейных производств в странах третьего мира;
- коллаборации люкса и масс-маркета, переход дизайнеров люксовых брендов на работу в масс-маркет (H&M и все-все-все, Кристоф Лемэр в Uniqlo);
- возможности кастомизации, то есть творчество самих потребителей;
- новые границы стандартов красоты: бодипозитив, движение к разнообразию, изменившееся отношение к возрасту;

- тот самый диктат покупателя, на который сетовали аналитики моды лет семь назад (вернее было бы назвать его диктатом отдела продаж, но конечное звено в этой пищевой цепочке все-таки потребитель). Негативная коннотация слова «диктат» при этом уже не актуальна: мир моды постепенно свыкается с тем, что выбор и ощущения человека внутри одежды – важны.

Модные медиа – меняются. Модные бренды – меняются или хотя бы делают вид. Стандарты красоты – меняются. Нет ни единой причины, почему отношения с одеждой останутся прежними, а не выйдут на новый, более гуманный уровень.

Взгляд на одетого человека

Всю историю моды (да что моды – всю историю костюма) значимым был не взгляд человека на себя, а взгляд на него зрителя, взгляд со стороны. Даже если человек – монарх, а зритель – самый скромный из его подданных. Никого не волновало ни желание человека одеться именно так, ни его удобство. Часто, наоборот, неудобство становилось знаком привилегированного сословия, а простолюдинам требовалась свобода движения, чтобы работать.

Внешний локус контроля был обусловлен еще и социальной ролью одежды. Род занятий, уровень благосостояния, местность (у русских крестьян – губерния), социальный статус, семейное положение, принадлежность к определенному кругу и, как следствие, выполнение всех модных требований этого круга – всю известную нам историю одежда служила маркером, источником информации для окружающих. Этого значения она не утратила и сегодня, но в конце XX века к нему добавилось кое-что важное: возможность для самого человека, массового потребителя моды, сообщать о себе ровно то, что он хочет сообщить.

Конечно, и раньше были примеры самостоятельной работы со стилем. Ольга Вайнштейн в своей замечательной книге³ подробно освещает историю дендизма, сложного явления

³ Вайнштейн О. Денди: мода, литература, стиль жизни. М.: НЛО, 2005, 2006,

на стыке моды, этикета и политики. Дендизм никогда не был по-настоящему массовым, но очень значительно повлиял на моду, заложив принципы, по которым мужской костюм создается до сих пор.

Платье-реформ и отказ от корсета были гигантским шагом вперед в женской моде, но ему поспособствовали в большей степени общественный транспорт и массовый выход женщин на службу, чем забота об их телесном комфорте.

Забота о функциональности и удобстве как основной вектор создания одежды по-настоящему заявила о себе в начале XX века: можно вспомнить спортивную одежду Варвары Степановой и нормаль-одежду Татлина. Далее спортивная и профессиональная одежда косвенно влияли на моду, но оставались отдельными нишами.

Сегодня все известные стилистические школы исходят из приоритета оценивающего взгляда со стороны. Их можно понять: заявляемый ими эффект – такое преобразование, которое позволит клиенту правильно читаться социальной группой, в которую он метит. За основу обычно берут телосложение, естественные тона кожи и волос, реже – образ жизни, и чаще желаемый, чем действительный; человеческое многообразие при этом пытаются загнать в понятные типы (на которые индивидуальности натягиваются, как сова на глобус), а советы дают в директивном ключе и на языке простых формул – это хорошо продается.

Преимущества такого подхода понятны; школы и стилисты живут в реальном мире и внешний вид своих клиентов приспособливают именно к нему. Но мир постепенно меняется, и появляются все более заметные группы людей, которым деление по типажам Кибби либо не нужно, либо его недостаточно.

Пока не существует заметных и популярных стилистических школ, работа в которых шла бы не по шаблону, а от клиента в центре. И совсем нет стилистических школ, которые были бы готовы взять за точку отсчета телесный комфорт человека в одежде и его функциональное благополучие.

А между тем есть целая группа платежеспособных активных клиенток, которым это нужно и которые хотят хорошо одеваться, но стилистов для них почти нет. О них мы говорили выше: это зрелые женщины с аналитическим складом ума, с культурным багажом, занятые чаще всего интеллектуальным трудом или творчеством. Запросы типа «как одеться, чтобы выглядеть дорого» или «как одеться, чтобы привлечь мужчину» им смешны; на модельную внешность они не претендуют, при этом уважают свою, поэтому «маскировку недостатков» им тоже не продашь; директивного тона, покрикиваний и одергиваний они терпеть не станут.

**ОНИ УВАЖАЮТ СЕБЯ И СВОЙ ВНУТРЕННИЙ
МИР И ТОЧНО ЗНАЮТ, ЧТО ОН ИМЕЕТ
ЗНАЧЕНИЕ.**

Случайный взгляд со стороны для них просто в силу их

опыта и качеств гораздо менее важен, чем собственный выбор.

Марки одежды для этих женщин есть, но практически нет лидеров мнений в модной сфере и рассчитанных на них стилистических школ. Говоря «почти нет», я имею в виду, что точно кое-кто есть: книга о методике Style Statement Кэри Маккарти и Даниэль Лапорт (к сожалению, не переведена на русский язык), сообщества стилисток Анны Шарлай и Янины Цыбульской. Пока это отдельные явления, но развитие трендов, описанное выше, говорит, что за ними будущее.

Дамы с заработанным самоуважением, культурным багажом и жизненным опытом – это первая группа в рамках мейнстрима, где стилистический поворот (от взгляда снаружи – к взгляду изнутри) и внимание к комфорту становятся заметными. Не думаю, что позиция «взгляд изнутри» станет всеобщей – в нынешнем разнообразном и мозаичном модном мире уже нет ничего всеобщего. Кроме того, мы социальные существа и ими останемся, и функция одежды как маркера никуда не уйдет.

Но взгляд изнутри будет постепенно менять мейнстримное отношение к манере одеваться: собственное мнение и собственный комфорт, как психологический, так и телесный, будут становиться все важнее. И след этого поворота в моде будет по значению таким же, каким было для театра введение второго актера у Эсхила.

В чем идея этой книги

Ощущения человека в одежде зависят от множества технических факторов: свойств материала, теплоизоляции, особенностей кроя, качества фурнитуры. Знание этих деталей и умение их улучшать всегда принадлежало узкой группе людей, работающей на клиентов или на массовое производство, и было закрыто для непрофессионалов.

Тренд демократизации придет и в эту область – знаний и умений, связанных с одеждой.

Пора дать людям возможность быть главными в том, что касается их телесного и душевного комфорта.

Пришло время устранить ложное противопоставление удобства и красоты, удобства и стиля, особенно делового. Тем более что наполнение понятия красоты и требования к дресс-коду меняются прямо сейчас.

Что вам даст эта книга

Прежде всего повод задуматься и провести инвентаризацию собственных убеждений относительно одежды.

Затем – по-новому оценить свой гардероб и привычки, связанные с одеждой. В сотрудничестве с дизайнером, конструктором одежды и владелицей авторского ателье Софией Жаровой мы написали главу «Составляющие гардероба», где разобрали, в чем секрет хорошей посадки платьев, брюк и юбок. Преимущество нашего двойного взгляда в том, что к сложным профессиональным знаниям Софии я подбираюсь при помощи вопросов со стороны потребителя и на его язык перевожу ее ответы. К вашим услугам – знания профессионала с 20-летним опытом, рассказанные простым языком.

Новые покупки вы будете делать с меньшим количеством ошибок: ведь теперь, чтобы сделать выбор, вы сможете использовать знания профессионального конструктора.

Кстати, и избавляться от любимой одежды вы будете реже: многие недостатки вещей поправимы, и мы расскажем, каким образом.

В конце каждой главы есть вопросы для самонаблюдений. Ответив на них, вы получите готовое ТЗ для шопинга – если удобство одежды является для вас основным критерием. Если с удобства для вас все только начинается, опросник станет фундаментом для ваших собственных поисков или ча-

стью ТЗ для стилиста.

Вы получите большой документ, где будет много вопросов к себе, много ваших ответов и не будет никакого вывода. Системы, которые придумывают стилисты, чаще всего стремятся отнести клиента к какому-то готовому типу, для которого уже все есть, которому понятно, что рекомендовать. Мы с Софией так делать не будем. Во-первых, потому, что в нашей системе нет никаких типов. Во-вторых, потому, что ваши ответы только за время чтения поменяются несколько раз (поэтому мы рекомендуем вести записи в книге простым карандашом). И в-третьих – ваша готовая анкета может стать основой для осознанного выбора абсолютно любой стилистической системы и любой игры.

Да, именно так. Идея удобства как основного критерия подбора одежды несколько не исключает эстетических, культурных, субкультурных, профессиональных и каких угодно других критериев. Хорошему стилисту – опытному, насмотренному, с широким кругозором и гуманными взглядами – ваше ТЗ только облегчит работу.

Если вы мечтаете о модном преображении, работа по этой книге заложит для него надежный фундамент, сделает полностью совместимым с вашей жизнью. Вы можете делегировать всю внешнюю часть стилисту, но удобство останется константой. Так вы увеличите вероятность того, что подобранные стилистом вещи приживутся – если, конечно, он следовал вашему ТЗ.

Кстати, вместе с действенной методикой, где все теперь по-вашему, вы получите отличный инструмент для отсева некомпетентных стилистов. Работать с подробным ТЗ профессионалу проще, чем с расплывчатым или шаблонным пожеланием. А вот стилист, у которого в голове нет ничего, кроме тринадцати типажей и четырех цветотипов, ничего не сможет сделать с вашим запросом. С другой стороны, зачем вам такой стилист?

Мы сделали отдельную главу о больших размерах, но комментарии, которые София делает по поводу отдельных случаев плюс-сайза, распространяются и на людей размеров 42–44, просто с запросами. Вообще, опыт работы с большими размерами очень помогает работе со всеми остальными.

Для кого эта книга

Мне бы очень хотелось, чтобы она была для всех и каждого. Если говорить о нашем с Софией авторском намерении, так и есть: у системы взаимодействия с миром вещей, которую мы здесь описываем, нет противопоказаний. К тому же мы против деления людей на категории, если только речь не идет о доступе к контенту 18+; все эти замшелые «не по возрасту» и «неженственно» прямо противоположны тому, что мы предлагаем.

Другое дело, что не всем эта система понравится. Многим представителям модной индустрии – и дизайнерам, и модникам, и особенно стилистам – она встанет поперек горла. Я готова к этому и даже думала посвятить главу разговорам с будущими оппонентами, но быстро оставила эту мысль: во-первых, реальные оппоненты всегда интереснее, во-вторых – если наша с Софией система имеет информационную и освободительную ценность (а она имеет), она будет находить и сторонников, и противников. Для любой идеи, несущей изменения, это совершенно нормально.

Особые надежды я питаю относительно группы людей, которые и без нашей с Софией книги давно сделали удобство своим главным ориентиром. Обычно это осознанный выбор, имеющий основания, и тем более грустно, что человек чаще всего понимает свое движение в сторону комфорта как отказ

от моды. Оценка выбора как будто бы раздваивается: он ценен для самого человека, но не ценен для других, для обобщенных «всех», которые смотрят.

Я считаю это положение дел глубоко неправильным. Мир моды много теряет без людей, осознанно выбравших комфорт. Именно они могут подарить дизайнерам новые вызовы – в области конструкций, технологий, обработок и юзабилити. И я надеюсь, что наша с Софией книга поможет людям, давно выбравшим удобство, смотреть на моду как на свой собственный шкаф. И что мода сможет наконец заметить этот огромный и потенциально очень плодотворный запрос – на одежду, помогающую жить.

В книге вы найдете не только теорию и вопросы к себе, но и вдохновляющие примеры. Я попросила дорогих мне людей с личным взглядом на одежду ответить на несколько вопросов. По тому, какими разными получились ответы (при важной во всех случаях телесности), я могу осторожно предположить, что потенциальная аудитория нашей с Софией книги гораздо шире, чем мне сейчас кажется.

Истории:

НАТАЛИЯ ПОРОТИКОВА

*Соавтор книги, редактор,
журналистка и блогер robotesse.com*

**Что для вас самое главное при выборе одежды?
Первое, что приходит в голову.**

Кайф от вещи. Даже не от ощущения в ней, а от нее самой, до того, как я ее надела. Я могу прийти в восторг от фактуры ткани, от цвета, от продуманности дизайна, от обработок.

А если критериев выбора пять?

Удовольствие – чаще всего от совпадения разных удач в одной вещи. Свобода движений, особенно это касается ширины шага и возможности дышать полной грудью. Плотность материала: люблю ткани, которые держат форму. Удобные карманы. Способность поддерживать комфортную для меня температуру в жару или в холод.

Опишите одну из ваших любимых вещей.

Свитер «Волчок» с камерами наружного наблюдения, вплетенными в орнамент, как на обоях. Гениальная вещь. А еще очень уютная, мягкая и теплая.

Детали, которые сразу вас подкупают?

Большие, удобные, просторные карманы. Я ничего в них не ношу, кроме телефона иногда; мне просто надо, чтобы они были, и обязательно с двух сторон. А вот вещей с карманом на одной стороне я не понимаю, никогда бы такое не выбрала. Уж лучше без карманов вовсе!

Какие ощущения от одежды вы цените и стараетесь воссоздать через новые вещи и их сочетания?

Собранность – с надеждой на это ощущение я выбираю пиджаки и жакеты.

Защита от холода и грязи. Одним из самых удачных открытий были краги для верховой езды, которые я грязными зимами ношу вместе с ботинками, чтобы не забрызгало ноги.

У вас есть важные переживания из детства, связанные с ощущениями от предметов?

Кромка подушки, к которой я прижималась щекой, засыпая. Твердый, обтянутый потертой тканью уголок – для меня в нем концентрировались безопасность, уют, ощущение дома.

Важно ли для вас ощущение собственной сексуальности?

В том смысле, в каком до сих пор понимают сексуаль-

ность, – нет. Мне не важно безадресное или даже адресное воздействие на кого-то. Иногда я ловлю на себе заинтересованные взгляды и каждый раз удивляюсь, но тут же говорю себе, что еще пара десятков лет, и все пройдет.

Другое дело – ощущение жизни. На мой взгляд, это и есть настоящая, не испачканная ничьими погаными руками и взглядами, первозданная сексуальность: ощущение полноты жизни в собственном теле. И оно очень важно; собственно, это один из поводов к написанию этой книги.

Бывает ли, что вы ходите дома в одних трусах? Или вообще без одежды? Связан ли для вас этот вопрос с предыдущим?

Довольно часто. Трусы все-таки есть всегда; иногда это переходная стадия, переодевание из условно домашней одежды в условно уличную. Нет, вообще никак не связан.

Каков ваш идеальный лук, если вы в идеальных условиях – не связаны климатом, ситуацией, формальностями; абсолютное «для себя»?

Любимый пиджак Армани, футболка, свободные джинсы с подвернутыми штанинами; биркенштоки «Аризона». Солнечные очки, которые мне достались в призовом пакете экипировки на Кубке России.

Красота и удобство – совместимы? Приведите при-

мер.

Конечно! Ради этого и существует дизайн одежды. У мужчин красота и удобство костюма почти не противоречат друг другу. С одеждой для женщин сложнее: нам слишком долго навязывали, что красота требует жертв, и слишком долго возводили эти жертвы в ранг своеобразного женского долга.

Красота – это категория, которую люди постоянно пере-придумывают, наполняют новыми критериями и смыслами. И если брать широко, в рамках истории костюма последних трех столетий, категория красоты постепенно меняется в сторону меньшего героизма и большего комфорта. Мы больше не носим ни корсетов, ни антисанитарных париков, ни чудовищно узкой обуви. Поэтому примеров сочетания красоты и удобства сегодня особенно много.

Глава 1. Удобство: общие настройки

Удобство и мораль

Наталия

Удивительно, но удобство одежды далеко не всеми воспринимается как нечто безусловно хорошее.

Находятся люди, которые удобство осуждают. Прежде всего это стилисты, заметная их часть; это инфлюэнсеры, построившие бизнес на своеобразно понимаемой женственности; это мужчины, которые считают свои оценки женской внешности очень важными и нужными; и это женщины, которые приняли невыгодные правила игры, подчинились им и теперь негодуют, что не все следуют их примеру.

С самого рождения женщины оказываются окружены системой противоречивых требований, которых невозможно избежать и которым невозможно угодить.

Женщине с обычной внешностью много раз объяснят, что она сначала малолетка и никто, потом уродина, потом тетя, потом старуха. У женщины с особенностью внешности или инвалидностью нет шанса прожить хотя бы день, чтобы окружающие не напомнили ей, как она отличается от других.

Красавица живет в страхе постареть или потерять красоту, а еще в атмосфере прицельного недоброжелательства и зависти.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.