



ИГРА В МОДУ

Олегу Овсиеву в Chanel нравится все

Хорошо быть дизайнером прославленного модного дома, когда марка работает на тебя. Олегу Овсиеву, дизайнеру российской марки Viva Vox, приходится создавать все с нуля. Собственная же его карьера на редкость успешна: креативный директор по аксессуарам знаменитой Esprit — для модельера достижение небывалое. Мы встретились с Олегом в московском бутике Chanel, где поговорили не только о легендарной марке, но и о современных модных тенденциях в целом

— Оказывается, вы страстный поклонник Chanel — марки, кажущейся мне столь же незыблемой, как и все символы Франции.

— Меня восхищает артистический директор Chanel Карл Лагерфельд. Он гениальный человек. Только ему под силу сохранять привычный стиль Chanel, радикально не порывать с традициями, выдавая каждый сезон нечто новое, используя все те же камелии, цепи, звезды, жемчуг. Причем не одну коллекцию, а целых восемь: четыре сезонные, одну круизную, две коллекции haute couture, а также коллекцию Metiers d'Art, посвященную кутюрным ателье Chanel.

— А теперь еще все модные дома предлагают и линию аксессуаров.

— Это закономерно. Так всегда было. Вспомните Ива Сен-Лорана 1980-х, вспомните Диора. Любая люксовая марка живет за счет аксессуаров, хотя считается, что продают они много одежды. Чем больше вещей класса люкс продается, тем больше выбор и предложение, тем разнообразнее дизайн и больше фантазии.

— Видимо, поэтому появились и часы Chanel, которых в эпоху самой Шанель не делали. Вам бы подошли?

— В России состоятельные люди имеют по десять пар часов. А я купил одни и ношу. Впрочем, если были бы лишние деньги, то наверняка купил бы часы от Chanel. Не буду скрывать: я тоже не лишен снобизма. К тому же часы узнаваемые, отличный швейцарский механизм. Но если бы купил часы Chanel, то третьими или четвертыми — чтобы менять. Это же элемент роскоши! Мы говорим с вами, а часы эти мне все больше и больше нравятся. И уже их даже готов на второе место поставить.



— Оказывается, это Лагерфельд соединил шорты с традиционными жакетами. Про шорты я не знала и полагала, что Chanel подходит исключительно определенной возрастной группе — от тридцати до бесконечности.

— Лет пятнадцать назад так и было, но не сейчас. Конечно, если нарядиться целиком в классику, это точно прибавит возраста. Но джинсы, майка и жакет Chanel — это очень молодежно.

Это супер!

— Теперь о сокровенном: отечественная мода существует или это некий фантом?

— Конечно же, русская мода есть, вернее, ее подобие, поскольку нет индустрии, а лишь несколько марок (с производством, с показами), пытающихся развиваться. В остальном



же это игра в моду. Профессия дизайнера считается престижной, расплодившиеся учебные заведения выдают дипломы.

Но зачем нужны дизайнеры одежды, если фабрики, производящие текстиль, закрыты, если базы, чтобы развиваться как западные компании, ни у кого нет. Поэтому все играют в моду, но инвестировать в нее не хочет никто.

— Да, если не вкладывать силы и средства, никакого прогресса не будет. Тем не менее вы вернулись из Голландии, где сделали успешную карьеру...

— Дорос до главного дизайнера фирмы Esprit по аксессуарам и решил, что всему научился: ведь если умеешь моделировать, то можешь что угодно придумывать. Мне же всегда так хотелось делать одежду!

— И вы приняли предложение Viva Vox и вновь занялись любимым делом, оказавшись в нужное время в нужном месте.

— Буквально три-четыре года назад одежда русских дизайнеров никому не была нужна. Но когда в Москве появились практически все существующие на свете марки, вспомнили и о нас. Все имеет свою оборотную сторону: два одинаковых платья могли «встретиться» на одном мероприятии.

— Глянцевые журналы даже такую подборку публиковать начали. Было много забавного: известные имена, знаменитые марки.

— Не забудьте еще заграничные путешествия, где на коктейлях и вечеринках тоже можно столкнуться. А русские дизайнеры практически неизвестны, поэтому шансы встретить двойника минимальны.

— Вот она, оборотная сторона глобализации. Границы стерты, бутики одинаковы. Соответ-

ственно, индивидуальность растет в цене.

Интересно, как модельер сочиняет свои модели?

— Когда я придумываю одежду, то пытаюсь представить вещь в движении и мысленно примеряю на манекенщицу, причем совершенно абстрактную. Модельер рисует вещь не для определенного клиента, а хочет, чтобы она подошла всем сразу.

По большому счету, коллекция делается для самовыражения, а не под кого-то. Иногда журналисты спрашивают: «А одежда, которую вы придумываете, она специально для русских?» Абсурд. Мне бы хотелось, чтобы мои платья носила любая женщина в любой стране.

— Ваши вещи удивительно элегантны. Поэтому давайте поподробнее про вкус. И гарантирует ли наличие денег наличие вкуса?

— Могу вас порадовать. Людей со вкусом стало гораздо больше. Если же со вкусом у человека проблемы, лучше не рисковать и покупать годами проверенные марки. К примеру, Chanel. Это безошибочно.

— Догадываюсь, почему вам так нравится Chanel: вы, говорят, страстный поклонник стиля ар-деко.

— Наверное, это самый любимый мой стиль, но каждый сезон вдохновляться чем-то одним

нельзя, иначе станешь повторяться. Только такой гений, как Лагерфельд, способен регулярно выдавать что-то новое. Признаюсь: в Chanel мне все нравится. Я в своих коллекциях постоянно вдохновляюсь всем, что вышло под этой маркой. У меня полное собрание сочинений Карла Лагерфельда. Обожаю его коллекцию haute couture 1993 года.



— Как мы выяснили, индустрии моды у нас нет, но ведь мы постоянно даем идеи Западу: то валенки, то ушанки, то конструктивизм. Способна ли Россия продолжать вдохновлять моду?

— Мне кажется, там уже всем вдохновились. Но в моде есть определенная цикличность: в 1970-х годах Ив Сен-Лоран сделал коллекцию на тему русских сезонов, а потом к русской теме еще несколько раз возвращались, так же как к японской или теме тридцатых годов. Значит, все еще впереди.

— Можно заметить, что мода всякий раз пульсирует в такт политическим колебаниям, что особенно хорошо видно с дистанции времени. Вспомните, как после войны Кристиан Диор сделал ставку на возвращение женственности.

— Не всегда осознанно, но политика влияет. События 11 сентября если не на мировую, то на американскую моду повлияли точно. Все стало более сдержанно. Да после этого ужаса было бы даже неприлично показывать веселую пеструю коллекцию.



— Наверное, в связи с нынешним кризисом станет неприлично демонстрировать роскошь.

— Есть определенная закономерность: многие дизайнеры реагируют на кризис и инфляцию огромным наличием черного цвета. Кризис наметился еще в начале года, когда прошли показы «осень-зима», и критики моды согласились, что надо быть сдержаннее. А сейчас, спустя полгода, когда кризис все разгорается, пришли новые коллекции — все яркое, пестрое и жизнерадостное, и критики пишут: «Даром, что кризис, а мы будем радоваться жизни» — и хвалят дизайнеров.

— Кстати, лично вы разделяете понятия роскоши и красоты?

— Роскошь не всегда красота. Роскошью может быть свободное время или поход в театр, а может — и к пси-



хоаналитику. Для меня роскошь — нематериальное понятие. — Человеческое общение, как

известно, тоже. И письма друзьям, написанные от руки, тем более. Кстати, как вы пишете?

— На компьютере — только на работе и только по делу. Приглашения и благодарности — обязательно от руки (в Европе иначе поступать не принято). Из пишущих инструментов много времени провожу с карандашом, которым рисую эскизы. Поскольку человек я не гламурный, дорогой ручки в кармане не ношу, и на моем рабочем столе валяются исключительно дешевые шариковые. Но чернилами писать очень люблю и вспоминаю свой Parker, который потерял. Если бы я все-таки разорился и купил часы от Chanel, которые мне здесь так понравились, то ручку обязательно бы выбрал Montblanc.

Беседовала Наталья Семенова
Фото Владимира Обросова



ОЛЕГ ОВСИЕВ для Viva Vox

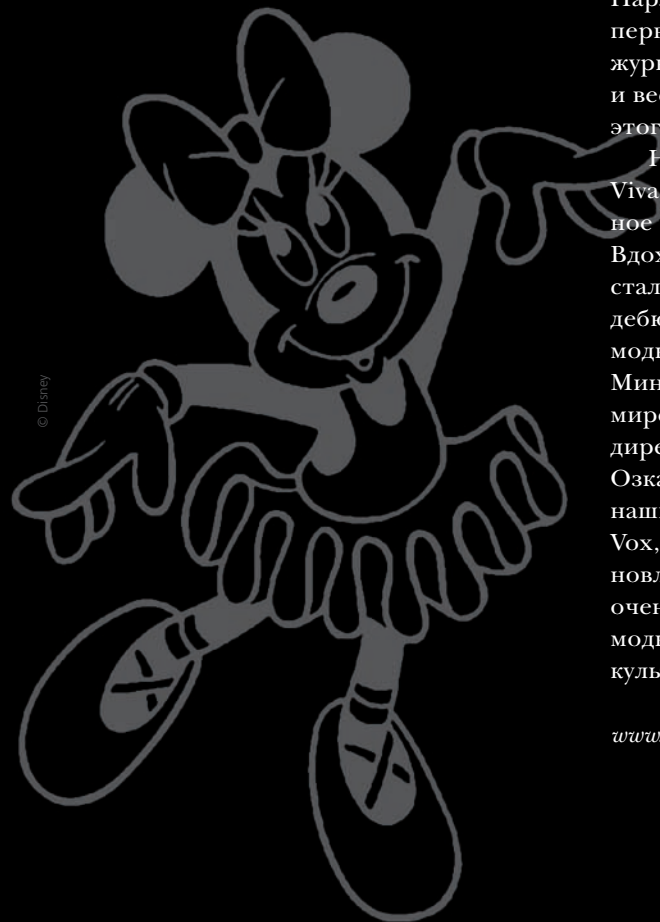
С момента своего основания в 1997 году модный дом Viva Vox создает вечернюю и свадебную одежду haute couture, завоевывая доверие самых искушенных клиентов и признание критиков.

После успешного участия в мировых проектах: «Фестиваль русской культуры» в Палермо, фестиваль русского искусства «Россия: новый век» в Каннах, показы в Монте-Карло и награды от ювелирного дома Carrera у Carrera «За самую изысканную коллекцию, полученную на конкурсе «Русский силуэт» — создатели Viva Vox решили расширить творческие возможности Дома. В 2005 году возникла идея пригласить дизайнера Олега Овсиева для создания линии pret-a-porter de luxe.

Первая же совместная работа Олега Овсиева и Viva Vox стала настоящей модной сенсацией. Наряды из коллекций Viva Vox украшают теперь первые страницы самых влиятельных глянцевого журналов России, и критики моды весьма и весьма благосклонно пишут о творчестве этого тандема.

Не так давно компания Disney и модный дом Viva Vox заключили первое в России лицензионное соглашение на выпуск линии одежды. Вдохновительницей и главной героиней проекта стала известная модница Минни Маус, с успехом дебютировавшая в мире российской высокой моды весной 2008 года. «Образы Микки и Минни Маус вдохновляют дизайнеров во всем мире, — комментирует событие генеральный директор Disney в России Марина Жигалова-Озкан. — Нам особенно приятно, что, благодаря нашим общим усилиям с модным домом Viva Vox, Минни впервые появится в образах, вдохновленных российскими традициями. И мы очень рады, что теперь и российские ценители моды смогут носить одежду с изображениями культовой героини Disney».

www.vivavox.ru



© Disney



В рамках
Российской
недели моды
3 ноября
с огромным
успехом прошел
показ новой
коллекции
Дома Viva Vox
«Весна-лето 2009»



Pen World

ЖУРНАЛ О МИРЕ ПИСЬМА ДЛЯ ЦЕНИТЕЛЕЙ РОСКОШИ

Эти и другие материалы журнала «Мир Ручек»
Вы можете найти на сайте www.ElitePen.ru

Copyright © ООО «Мир Ручек»

Все права на материалы охраняются в соответствии с законодательством РФ.
Любое использование возможно только с письменного разрешения правообладателя.