

# **ОГЛАВЛЕНИЕ**

ПРЕДИСЛОВИЕ

9

• 1 •

## **БЛОГЕРЫ**

ОСВОЕНИЕ ПОЗЫ ХРОМОГО ФЛАМИНГО

22

• 2 •

## **ТРЕНДСЕТТЕРЫ**

ИСТОРИЯ О ДИЗАЙНЕРСКИХ СПОРТИВНЫХ  
БРЮКАХ, КОТОРЫЕ Я КУПИЛА ПОД КАЙФОМ

60

• 3 •

## **ДИЗАЙНЕРЫ**

КОГДА РЭЙЧЕЛ ЗОУИ ПРИСЛАЛА МНЕ ДЕРЕВО

80

• 4 •

## **ЗНАМЕНИТОСТИ**

БЕЗ ЛИФЧИКА СРЕДИ ЗНАМЕНИТОСТЕЙ

109

• 5 •

## **РЕДАКТОРЫ**

КАК МЕНЯ ЧУТЬ НЕ СТОШНИЛО НА МОЕГО КУМИРА  
АННУ ВИНТУР

127

• 6 •

**Модели**

ПРИКЛЮЧЕНИЯ НА МОДНОМ ПОКАЗЕ  
VICTORIA'S SECRET

162

• 7 •

**Все остальные**

МИР СЛЕГКА ЗНАМЕНИТЫХ (ДАЖЕ НЕ ПОЧТИ  
ЗНАМЕНИТЫХ, А ТОЛЬКО СЛЕГКА)

195

• 8 •

**Ты и я**

НЕЗАБЫВАЕМОЕ ПЛАТЬЕ  
(И НЕСКОЛЬКО КОКТЕЙЛЕЙ «МАРГАРИТА»,  
ЧТОБЫ ЗАБЫТЬ ОБО ВСЕМ ОСТАЛЬНОМ)

218

**10** ЖИЗНЕННО ВАЖНЫХ СОВЕТОВ  
ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ РАБОТАТЬ В СФЕРЕ МОДЫ

244

БЛАГОДАРНОСТИ

249

ОБ АВТОРЕ

251



## Предисловие

– Ух, мне *понравилось*, – сказал мужчина в закатанных до колен темно-синих брюках тщедушной женщине в туфлях на высоких каблуках, в которых ее ступни приобрели сходство с неуклюжими загорелыми насекомыми.

– Мне *понравилось*, – согласилась она на английском с итальянским акцентом. – Пока что это мое любимое шоу. Рваные колготки! Какие позы! Какое зрелище!

В середине дня в тот холодный пасмурный четверг в феврале 2008 года я оказалась в странном и очень пугающем месте. Я выходила с модного показа в нью-йоркском квартале Митпэкинг<sup>1</sup> (с его ночными клубами, коктейлями «Беллини» за 16 долларов и высокомерными европейцами), который стал шикарным после съемок сериала «Секс в большом городе». Мо-

---

<sup>1</sup> Митпэкинг дистрикт – буквально «Мясоразделочный квартал», исторический район на западе Нижнего Манхэттена, прежде промышленный, где находились, в частности, скотобойни; в 90-е годы XX века превратился в модный район Нью-Йорка (*здесь и далее примечания переводчика*).

## О дивный модный мир

лодой дизайнер по имени Александр Ванг пощекотал нервы аудитории рваными черными колготками, гетрами и весьма интересными жилетками.

Дело было на Неделе моды в Нью-Йорке, которая дважды в год проносится по городу как торнадо – оно подхватывает множество невероятных чудаков, оставляя их на одном модном показе, чтобы потом перенести на следующий.

Это повторяется каждый день с утра до вечера в течение восьми дней. Все на это жалуются, а ньюйоркцы, далекие от моды, гадают, почему в городе стало так много пробок и костлявых людей.

Я работала в модной индустрии уже... два дня, только что став первым блогером для The Cut, веб-сайта *New York Magazine*, посвященного моде. Тогда я еще понятия не имела, что отличает высококачественную ультрамодную пару рваных колготок от колготок, не имеющих никакой художественной ценности. Мне казалось, что я много знаю о моде. Но, выйдя с показа Александра Ванга, я начала понимать, что одержимость шоу «Подиум» превращает вас в эксперта в области моды в той же степени, в какой шоу «Холостяк» делает вас специалистом по психологии заключенных.

Более чем пять лет спустя, после бесчисленного количества модных показов, я стала редактором веб-сайта журнала *Cosmopolitan*, который пишет обо всем – начиная с политики и заканчивая тем, что делать с оставшейся пиццей (сложить пополам и положить в вафельницу, вот что). Но мода по-прежнему завораживает меня, и она повлияла на мою жизнь больше любого другого моего занятия. Не только потому, что теперь

## ПРЕДИСЛОВИЕ

я сразу могу сказать, смотрятся ли рваные колготки действительно круто или так, будто их только что достали из мусорного бака среднестатистического американца.

В тот день мне хотелось почувствовать себя взволнованной асимметричными «молниями» Александра Ванга так, как были взволнованы настоящие модные люди вокруг меня. По тому, как они носили брюки и выбирали обувь, я могла бы сказать, что они способны влюбиться – глубоко и без остатка – в одежду, особенно в кожаную. Глядя на туфли, эти люди испытывали примерно те же эмоции, которые испытывает обычный человек, проходя мимо витрины зоомагазина: они на них *западают*. В то время я ничего не знала о моде и, конечно, не могла понять подобных реакций. «Проект Подиум»? Много разных чувств. Мода? Лишь замешательство.

Я не могу не смотреть на человеческие бедра, такие же упругие, изящные, загорелые, как хлебные палочки в рекламе Olive Garden<sup>1</sup>, бери – не хочу. И точно так же я не могу не глазеть разинув рот на, казалось бы, отвратительные комбинезоны из денима и верблюжьей кожи в стиле пэчворк (как потом выяснится, я отношусь к меньшинству людей мира моды, которому не хочется следом надеть то же самое). Я все еще испытываю потрясение при виде знаменитостей, которые появляются на модных показах в девять утра в коктейльных нарядах, словно они пришли сюда не для того, чтобы сидеть в кресле, а чтобы открывать буквы в шоу «Колесо фортуны»<sup>2</sup>.

Я вижу некоторые вещи, которые окружающие предпочитают игнорировать или перестали замечать. К примеру, я вижу,

---

<sup>1</sup> Сеть ресторанов итальянской кухни.

<sup>2</sup> Телевизионная игра, в которой необходимо разгадать кусочек кроссворда, чтобы выиграть ценные призы.

## О ДИВНЫЙ МОДНЫЙ МИР

что бедра у некоторых людей тоньше, чем руки. Замечаю отчаяние, с которым некоторые одеваются только ради того, чтобы их сфотографировали. Вижу, как это мотивирует людей совершать множество бесполезных действий, например надевать солнцезащитные очки в помещении, как будто их обладатели под кайфом от экстази.

Предполагается, что на *такие* вещи вы внимания не обращаете, так как внутри индустрии все это нормально. *За ее пределами* – нет.

• • •

«Мода», как я вскоре узнала, отличается от «одежды».

На большинстве показов (на тот момент я посетила лишь несколько) каждый вел себя так, будто происходящее возбуждало его не больше, чем уборка крошек с дивана. Люди мира моды с нетерпением ждут момента, когда можно будет уйти, потому что они всегда опаздывают на следующий показ и все это настолько утомительно и напряженно. Подумать только, КАК ТЯЖЕЛО ЦЕЛЫМИ ДНЯМИ ПОСЕЩАТЬ МОДНЫЕ ПОКАЗЫ. ПРОКЛЯТИЕ!

Однако я почувствовала, что их реакция на шоу Александра Ванга была другой. Эта пара рваных черных колготок стала нашатырем: она всколыхнула заскучавшие, омертвевшие души тех, кто за свою карьеру видел такое множество показов, что их интересовали только шоу, заслуживавшие, подобно редким видам животных, собственные латинские названия. И мне захотелось узнать почему. Откуда эти люди знали то, что позволяло им разбираться в причудах – и навязывать их – индустрии, обладающей огромной властью над женщинами, которые стремятся обрести «тот самый» образ? И почему то, что им нравится, выглядит настолько *странно* и в конечном итоге недостижимо?

## ПРЕДИСЛОВИЕ

С этого момента я кое-что поняла о модном бизнесе и о тех, кто в нем работает. Я узнала, что им нравится одеваться во все черное, так как они думают, что это самый подходящий наряд во все времена и на все случаи жизни. Я увидела, что стояние в любой очереди воспринимается ими как нечто плебейское и они не заслуживают того, чтобы это терпеть. Я обнаружила, что они почти никогда не прикасаются к закускам, хотя по какой-то причине их всегда подают. И я поняла, что если им не наскучило до смерти все вокруг, они обычно выражают свои самые сильные эмоции одним словом (например: «Обалденно!»; «Зашибись!»; «ОБОЖАЮ!»).

И еще, как только я попала на Неделю моды в своих недырявых колготках и в самых лучших вещах из Dillard's<sup>1</sup>, оставшихся у меня еще со средней школы, я поняла, что совершенно на них не похожа. Да, я считала, что ни в коем случае не следует стоять в очереди, и не видела ничего постыдного в том, чтобы воспользоваться своим статусом и пройти без очереди (авиамили, чтобы не стоять в очереди на посадку = быть женщиной в компании других женщин, чтобы не стоять в очереди в ночной клуб). Но предложите мне блюдо с крошечными сэндвичами «мак-н-чиз», и я обязательно съем штучку.

Возможно, из-за разницы между теми, кто был рожден для этого мира, и мной все происходящее на модных мероприятиях меня пугало, приводило в недоумение и казалось совершенно чуждым: люди, одежда, которую они носили, и одежда, которую они отказывались носить.

Для них модные показы были как бы приобщением к «религии». Для меня же всего лишь чередой комбинезонов, которые я бы никогда не надела.

---

<sup>1</sup> Американская сеть универмагов.



## О ДИВНЫЙ МОДНЫЙ МИР

Однако с тех пор я узнала, что эти люди играют решающую роль в модной индустрии. Когда ты видишь на обложке журнала знаменитость в дизайнерском платье, ты не просто смотришь на известную личность в обрамлении дорогого атласа «дюшес». Ты видишь еще и работу дизайнера, создавшего платье; работу стилиста, предложившего знаменитости надеть именно это платье; работу визажиста и парикмахера, усилиями которых она выглядит в нем так, будто носит его по праву; и работу редакторов, выбравших эту знаменитость и это платье как символы вкуса нашего времени. Также ты отмечаешь работу журналистов, превративших человека в звезду, а дизайнера – в гордость журнала и торговую марку, достойную тела звезды. Здесь же – бесчисленные «модные» инфлюенсеры. Это не только звезды интернета, которые ежеминутно рассказывают о модной индустрии, но и трендсеттеры. Именно они двумя годами ранее убедили всех, от косметических компаний до собственно дизайнеров, что через восемнадцать месяцев все будут носить мшисто-зеленый цвет. Они сделали такой вывод на основании каких-то сложных рассуждений об экономике и ощущений, витавших в воздухе. Говорят, что одна картина стоит тысячи слов. В моде эта «картина» стоит труда тысячи человек. И в наше время этих людей объединяет не просто эмблема стиля, но эксцентричность и удаленность от реальности – те качества, которые отлично высмеивают такие фильмы, как «Образцовый самец».

Некоторые люди из мира моды давно превратились из гадких утят в прекрасных эксцентричных знаменитых и модных лебедей; другие, кажется, уже родились взрослыми стильными людьми с обувью на каблуках, кожаными брюками и отказом от употребления лактозы. Впрочем, это не я. Будьте уверены, я появилась на свет с НУЛЕВЫМ стилем и искренней любовью к молочным продуктам.

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Не то чтобы одежда меня вовсе не интересовала: будучи особой женского пола и пересмотрев все диснеевские мультфильмы, я, конечно же, была страстно увлечена блестками и платьями принцесс. Когда мне было лет шесть, в магазин детской обуви, где мне покупали кеды, привезли пару блестящих туфель на низком каблуке, которые я просто *обязана* была иметь. Увидев их в первый раз, я посмотрела на маму и воскликнула: «Это мои туфли!» До них не было еще таких туфель, которые понравились бы и Либераче<sup>1</sup>, и шестилетней девочке.

Я не могла перестать думать о них. Но родители не исполнили каприз немедленно, они испытывали меня: говорили, что туфли мне не нужны. Но я догадалась, что они просто проверяют меня на прочность. Я умоляла о покупке, параллельно фантазируя о том, как *прекрасна* будет жизнь в этих туфельках! Ножки в них будут СВЕРКАТЬ – как же мама и папа упускали из вида моментальную и долгосрочную выгоду от владения блестящей парой, которую я бы вмиг порвала на детской площадке и из которой выросла бы через несколько месяцев? Некоторые люди ничего не понимают.

Но вот наступил день, когда родители поняли, что я не отстану, и согласились мне их купить. Мы снова пошли в магазин, но разноцветной блестящей модели, которая сводила меня с ума, не было в моем размере. Продащица предложила заказать их для нас и принесла мне примерить другие туфли красного цвета.

Не было большей несправедливости в моем детсадовском мире, чем узнать, что я должна ЖДАТЬ свои блестящие туфли! Я уже достаточно долго ждала и наотрез отказалась ждать еще.

---

<sup>1</sup> Американский пианист, певец и шоумен. В 1950–1970-е годы самый высокооплачиваемый артист в мире.

## О дивный модный мир

Почему этого не понимала продавщица? Почему этого не мог понять мой папа?

Надев блестящие красные туфельки, я стала скакать по магазину, не желая снимать их и *дождаться* разноцветных.

– Я возьму эти, – сообщила я продавщице.

– Но Эми, разве ты не хочешь разноцветные туфли? – спросил папа. – Мы сделаем заказ, и ты получишь их на следующей неделе. Ты же мечтала именно о них!

Он отвернулся к прилавку, а я попыталась убедить себя, что мне действительно хочется купить красные туфли, а взрослые ошибаются. Я пристукнула каблуками, потому что уже видела фильм *«Волшебник из страны Оз»* и знала, что, если стукнуть сверкающими туфлями друг о друга, можно перенестись в волшебную страну, где каждый поймет силу блестящих туфелек и где со мной поговорит огромный кот.

Такова власть моды. Никто по-настоящему не понимает ее волшебной силы, но она действительно способна унести человека в мир мечты.

Или, как часто напоминают мне люди на Неделе моды, она просто помогает вам выглядеть так, словно вы из этого мира мечты только что вернулись.

В средней школе я по-настоящему начала понимать, как одежда выделяет из толпы отдельные группы людей. Теперь позвольте внести ясность: *я не была крутой*. У меня не было тайного дыхателя из числа сексуальных футболистов, который посылал бы мне розы в День святого Валентина. Я не была членом «клуба старшекласниц», состоявшего из болельщиц или участниц команды чирлидерш, которые перед игрой обклеивали автомобили футболистов сердечками и облачками и украшали

## ПРЕДИСЛОВИЕ

их комнаты. (Я помню о *феминизме*, не провоцируйте меня.) Однако я отлично осознавала: те, у кого есть идеально подрезанные джинсы от Abercrombie<sup>1</sup>, или те, кто носит спутанный конский хвост, просто демонстрируют, что им наплевать на то, хорошо ли они выглядят. (Первый закон приятной внешности гласит, что ты обязана хорошо выглядеть; второй говорит: ты должна *выглядеть* так, чтобы никому в голову не пришло, что ты старалась.) Еще в начальной школе я заметила, что социальный статус и одежда тесно связаны между собой. Профессиональный анализ и исследование этого феномена станут предметом моей работы как фэшн-журналиста. Потому что мода – это не только о платьях; это о тех, кто может их себе позволить, кто знаменит или достаточно обеспечен, чтобы взять их напрокат, а также о том, где эти платья можно носить. Потому что эти платья настолько необычные и причудливые, что они выглядели бы глупо в любом месте, где проводят время незначительные и немодные люди.

Окончив школу, я поступила в Нью-Йоркский университет, где в перерывах между походами в ночные клубы изучала журналистику. Проходя стажировку в журнале *New York Observer*, я отчаянно нуждалась в сюжетах для заметок; чтобы добыть их, я стала освещать мероприятия, которые проходили на «красных дорожках». Посещала один показ за другим, одну модную вечеринку за другой, пытаюсь взять интервью у людей, носивших блестящие туфли, – у людей мира моды.

Я узнала, что в модной индустрии статус предоставляется в соответствии с рядом в зрительном зале: чем личность значительнее, тем лучше место ей отводится.

---

<sup>1</sup> Американская компания повседневной одежды.

## О дивный модный мир

Анна Винтур, главный редактор журнала *Vogue*, всегда садится в первом ряду в центре (это лучшее место), потому что она – самая важная персона в этой индустрии. Как сказал Р. Дж. Катлер, снявший документальный фильм о журнале *Vogue*: «Что ж, в Голливуде можно снять фильм без благословения Стивена Спилберга, а в Кремниевой долине выпустить программное обеспечение без благословения Билла Гейтса. Но мне совершенно ясно, что нельзя преуспеть в индустрии моды без благословения Анны Винтур». Анна может делать на Неделе моды все, что захочет: войти в зал раньше, чем откроется площадка, или зайти за кулисы, неторопливо рассмотреть наряды и поболтать с дизайнерами. Среди тех, кто занимает места в первом ряду, есть и другие редакторы этого модного издания, иногда их бывает даже пять или шесть. Порой из *Vogue* бывает так много людей, что некоторым приходится занимать места во *втором* ряду позади Анны. Это всегда отличный повод для тех, кому нужно превратить происходящее на Неделе моды в увлекательные инстаграм-сторис или посты в блоге. «Такой-то и такой-то редактор *Vogue* был сослан НА МЕСТО ВО ВТОРОМ РЯДУ», – трубят заголовки. Я не понимаю, почему на одном показе мод должны присутствовать шесть представителей одного журнала; то ли они поддерживают дизайнера, заодно утверждаясь в собственной значимости (потом кто-нибудь может сказать: «Все из *Vogue* были там»), то ли просто работают. (Какую работу могут *делать* шесть человек на одном модном показе?) И нужно ли столько работающих на одном модном показе? Ответов на эти вопросы я не знаю. Знаю одно: все эти люди из *Vogue* всегда выглядят очень спокойными и стройными. Неделя моды – стресс для большинства людей, но если ты хорошо одет и строен, то это отлично маскирует стресс.

Кроме команды *Vogue*, в первом ряду сидят редакторы из других журналов (хотя я никогда не видела их в таком же коли-

## ПРЕДИСЛОВИЕ

честве, как редакторов *Vogue*), крупнейшие закупщики из таких магазинов, как Bergdorf Goodman и Barneys and Saks, известные критики из *New York Times* и *Wall Street Journal* и знаменитости. Ты понимаешь, что на площадку входит знаменитость, не потому, что видишь ее со своего места в последнем ряду, а потому, что знаменитости, особенно очень, очень известные, входят последними, окруженные примерно 112 людьми, образующими вокруг них преданный и защищающий круг. Плотность круга одинаковая, и она сохраняется, пока знаменитость проходит пару десятков метров от автомобиля до кресла. Все происходит так, как будто знаменитость только что перенесла хирургическую операцию на позвоночнике и впервые идет по больничному коридору с помощью хорошо одетых, но крайне неповоротливых физиотерапевтов, которые сопровождают ее по бокам. Я видела, как передвигается приехавшая на показ мод Бейонсе: создается впечатление, что ее высокие каблуки просто опасны.

На сидящих в первом ряду – эффектная одежда, стоящая больше, чем некоторые ипотечные кредиты. Они постоянно переписываются со знаменитостями, и неважно, относятся они сами к их числу или нет. Вокруг них мельтешат фотографы, словно их личные планеты-спутники. Вокруг меня никто не кружит (вышеупомянутый немодный гардероб), но один-единственный раз меня едва не сшибли посреди Пятой авеню, потому что кто-то захотел сфотографировать меня с позаимствованной сумкой Chanel. Все оставшееся время я незамеченной скольжу среди толпы. Но такова жизнь на задворках, в последнем ряду: тебя впустили, но ты не вхожа в узкий круг.

• • •

Эта книга о людях, обладающих властью в модной индустрии: о блогерах, трендсеттерах, дизайнерах, знаменитостях, ре-