

НЕВОЗМОЖНОГО НЕТ

Людмила Норсоян и ее любимая индустрия

Натела Поцхверия

ПИОНЕР технологичной моды в России дизайнер Людмила Норсоян написала книгу «Суперпозиция индустрии моды России». Получилось своего рода признание в любви всем тем, с кем долгие годы бок о бок Людмила строила ту самую индустрию в стране, где любые намеки на моду пытались в советские десятилетия вымести поганой метлой. О себе Людмила рассказывает в предисловии — мечтала учить детей, писать книги и летать к звездам. Все сбылось: в собственной школе Fashion Factory School учила, книгу написала, а до космоса дело дошло, когда Норсоян начала создавать одежду для экстремальных профессий и видов спорта из космических материалов. Испытания проходили на ледниках Северного и Южного полюсов, на военных стрельбищах, в пожарных лабораториях и медеплавильных печах «Норникеля».

В первой главе Норсоян иронизирует, что мода началась, когда первые женщины накинули себе на плечи шкуру саблезубого тигра, и дальше широкими мазками обозначает траекторию развития: античный мир, Средние века и так далее. По мнению Норсоян моде шло на пользу абсолютно все, что случалось в мире, — вплоть до войн. Ведь именно в послевоенные годы Коко Шанель внедрила в женский гардероб трикотажную одежду — легкую, удобную. Шили ее из трикотажных полотен, предназначенных для солдатского белья и за-

бытых на складах. Вторая мировая научила дома моды использовать самые неожиданные материалы — пробку для подошвы и так далее, и так далее. Пишет она о тотальном дефиците в советское время, о работе «бермудского треугольника советской моды» ГУМ—ЦУМ—«Детский мир», о челноках и спекулянтах, о своей работе над брендом Zimaletto и о многих других проектах — собственных и не только. Норсоян не составляет летопись индустрии, не претендует на звание историка моды, не выдвигает никаких теорий и умозаключений — просто описывает модные явления, как ребенок описывает свою маму — самая красивая, самая умная, самая нежная, самая теплая, но иногда строгая, конечно, что скрывать. Те, кто о российской моде не знает ровным счетом ничего, в концентрированном виде получают гид по всем важным именам и событиям. Те, кто вместе с Норсоян строит индустрию, улыбнутся, наткнувшись на знакомые фамилии и бренды, грустно вздохнут, вспомнив канувшие в Лету проекты, или с гордостью подумают, что имели отношение к тем историям, которые восхищают Людмилу.

Сама Норсоян как дизайнер и преподаватель — адепт новой моды, в которой нет слова «невозможно». Поэтому несколько глав посвящено цифровой эре, изменившей индустрию, много сказано о поколении диджитал-кочевников и о любимом детище Норсоян — цифровой и высокотехнологич-

Людмила Норсоян в цифровом платье британского дизайнера Патрика Макдауэлла



ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА

ной моде. И вот тут, пожалуй, Людмила дает самое точное описание нашей индустрии — энергичный старт, развитие которого все мы сейчас наблюдаем.

Норсоян в индустрии знают и любят. Когда несколько лет назад Людмила серьезно заболела, каждый редактор, стилист, главред, дизайнер счел своим долгом поучаствовать

в ее судьбе. И эта книга — своего рода благодарность Людмилы всем, кто встал рядом, когда было нужно. Книга без пафосных слов в предисловии, без вышибающих слезу подробностей, но разрывающая на части, если знаешь, сколько боли стоит за этими строками и сколько мыслей о том, чего могла бы никогда не увидеть.

Тектонические изменения цивилизации поставили перед нами неслыханную задачу — создать «умную» одежду с интеграцией в «интернет вещей». Fashion wearable technologies — носимые технологии — самая юная и перспективная отрасль индустрии, которая сегодня только переходит от эффектных фокусов к разработке действительно «умной» одежды...



..Следующий ближайший шаг — внедрение дополненной реальности: функционал окружающей среды — минимально необходимый, зато ее дизайн будет меняться в зависимости от настроения и погоды за окном при помощи цифровых ноу-хау, вроде тех, которым мы радуемся, как дети, на представлениях Cirque du Soleil. Дизайн переосмыслит мир вещей и пространств от личных до космических — поколению космических путешественников понадобятся одежда и предметы обихода, приспособленные к условиям жизни на космических станциях и в поселениях на других планетах...

...Главной дискуссионной площадкой для нас стал Telegram. Молодым журналистам, дизайнерам, аналитикам, промышленникам и продавцам есть что сказать на основании опыта и личной позиции. 2020 год ребром поставил перед индустрией множество вопросов. Имеет ли право основатель бренда делать социальные сети площадкой для высказывания своих политических взглядов? «Новая толерантность» — это искреннее участие брендов в выработке новых моральных норм или эксплуатация острых новостных поводов? Почему бренды и ритейл говорят с аудиторией о чем угодно, только не о продукте, вещают на любые темы, но не раскрывают, из каких материалов и чьими руками была сшита вещь и как эта вещь пригодится в гардеробе? Как разделить честность и ложь, как возродить институт репутации в индустрии? Мода страны обрела свой голос, в телеграм-каналах бьется нерв времени и сообщая формируется моральный климат индустрии.