

Приложение.

Портрет современного денди: интервью с Хулио Момпо

Хулио Момпо родился в Валенсии в 1978 году. В 2003–2007 годах учился в Лондонском колледже моды. В 2009 году поступил в портновскую академию на Сэвил-роу, организованную Maurice Sedwell (Эндрю Рэмруп, офицер ордена Британской империи, основал эту школу для портных в 2008 году). После двухлетнего обучения Хулио начал работать в компании Maurice Sedwell, освоив искусство кройки и индивидуального пошива. В 2014 году перешел работать в Thom Sweeney — компанию на Сэвил-роу, основанное портными Томом Уиддеттом и Люком Суини в 2006 году. С 2003 года оба они работали в фирме Тимоти Эвереста, а позже решили основать собственную компанию, предложив заказчикам современный взгляд на классический мужской костюм. Фирма Thom Sweeney известно сшитыми на заказ костюмами, но выпускает также готовую одежду и коллекции made-to-measure (костюмы шьются по готовым лекалам и образцам, но с учетом пожеланий клиента). С 2014 года Хулио Момпо занимает в компании Thom Sweeney должность главного портного.

Хулио специализируется на пошиве костюмов и верхней одежды на заказ. Его изделия отличаются профессиональным дизайном, современными деталями и образцовым мастерством исполнения. Костюмы, сшитые Хулио, сразу можно узнать благодаря безупречному крою, приглушенной цветовой гамме и оригинальным текстурам. Хулио также обучает будущих портных, помогая им освоить все этапы индивидуального пошива (иллюстрации см. во вклейке).

На своей странице в Instagram (@juliomompo) Хулио размышляет о своей повседневной работе, а еще там можно найти тонкие наблюдения, касающиеся истории мужского костюма и творчества художников-иллюстраторов 1920-х годов, например Бернара Буте де Монвеля и Бенито.

Ольга Вайнштейн (ОВ): Какие моменты вашей профессиональной биографии вы бы назвали решающими?

Хулио Момпо (ХМ): Назову три. Первый — когда я решил переехать в Лондон и поступил в Лондонский колледж моды. Помню, тогда я думал, как же мне повезло: я занимаюсь любимым делом в городе с такой богатой традицией дизайна. Второй момент — первый день, когда я шел по Сэвил-роу. Я увидел вывеску Академии на Сэвил-роу при Maurice Sedwell и зашел туда навести справки. По счастью, как раз освободилось одно место на курсе, и я без колебаний записался. Так началась моя карьера в сфере индивидуального пошива. И третий момент — когда я начал работать в Thom Sweeney, где работаю и сейчас. Тогда я понимал, что рискую, уходя с прежней работы, но фирма очень расширилась, и теперь я очень рад, что рискнул.

ОВ: Что вы думаете о современном дендизме? Существует ли он? Если да, кого бы вы назвали современными денди? Есть ли денди среди ваших клиентов?

ХМ: На мой взгляд, денди должен быть человеком своего времени. Это очень важное качество, отличающее денди от любителя экстравагантно одеваться. Сейчас есть некая мода на то, чтобы стараться привлечь к себе внимание одеждой или поведением. Мне ближе точка зрения Адольфа Лооса, сказавшего, что хорошо одетый мужчина — тот, кто не пытается привлечь к себе внимание одеждой, поведением или какой бы то ни было чертой характера. Так что да, я думаю, денди существуют, но большинство людей их не заметит — и для меня это верный признак денди. У портных, которые шьют на заказ, не принято обсуждать клиентов, но могу сказать, что всегда есть те, чьим вкусом ты восхищаешься, и те, в ком ты восхищаешься твердым намерением не соглашаться с твоим вкусом.

Исследования фигуры денди всегда строились вокруг его образа. Этот аспект считался самым существенным, и именно благодаря ему денди почти в любую эпоху задавали критерии моды. Если говорить об образе, то еще со времен Бо Браммелла все показное и неуместное было главным врагом того, кто стремился добиться признания в кругах настоящих ценителей моды.

Адольф Лоос делает на это упор в эссе «Мужская мода» (1898): «Что значит хорошо одеваться? Это значит одеваться правильно. Корректно!» (Лоос 2016). Он имеет в виду — одеваться так, чтобы привлекать к себе как можно меньше внимания. Самый элегантный, сшитый на заказ костюм никак не годится для занятий спортом, а тренировочный костюм неуместен где-либо, кроме спортивного

мероприятия. Здесь можно провести прямую параллель с тем, что мы наблюдаем сегодня. Многие высказываются в пользу комфорта, но это зачастую говорит о небрежности и неосведомленности. В худших случаях это невоспитанность. Журнал *Tailor and Cutter* (1950) в свое время весьма категорично заявлял: «Расхлябанность в одежде со временем приведет к расхлябанности в поведении, и не так уж дико предположить, что общество попросту развалится, а человек вернется в первобытное состояние». Вторая часть этого утверждения чересчур пессимистична, но с самой идеей я не могу не согласиться.

Для меня гораздо интереснее мысль, что денди должен обладать и другими качествами, помимо внешних. Когда на тебя смотрят и когда с тобой общаются — вещи совершенно разные, но и то и другое неизбежно, если человек хочет добиться некоего положения в обществе. В этом случае важнее всего, что денди — культурный и образованный человек. Наличие мозгов значит не меньше, чем прекрасный костюм. Это справедливо по отношению к любой ситуации человеческого общения. Мы очень быстро составляем мнение о человеке по внешнему виду, но лишь узнав его поближе, понимаем, что он собой представляет как личность. Денди превосходит других по обоим параметрам.

Совершенно особый случай — английский денди, и я не имею в виду какую-то конкретную историческую фигуру или эпоху. Здесь важную роль играет принадлежность к определенному классу и ее тесная связь с языком. На нее указал социолингвист Алан С.К. Росс в известном эссе *U and non-U*¹. Позже Нэнси Митфорд и Ивлин Во в своих статьях, напечатанных в сборнике *Noblesse Oblige*, привели яркие примеры речевых особенностей английской аристократии. Пока не начался процесс демократизации медиа, то есть по меньшей мере вплоть до второй половины прошлого столетия, законодатели моды, оказывавшие влияние на английское общество, происходили исключительно из его высших слоев. Были и особые случаи: граф д'Орсе, например, не принадлежал к английской аристократии, но добился огромного успеха в лондонском высшем свете. Свою роль в этом, безусловно, сыграло покровительство леди Блессингтон, а еще тот факт, что до конца XIX века Париж оставался столицей мужской моды, поэтому все парижское вызывало восхищение. Если бы дело происходило чуть позже, когда Сэвил-роу затмила рю де Ришелье как средоточие мужской моды, графу, вероятно, пришлось бы серьезно постараться, чтобы доказать превосходство своего стиля.

Тонкости английского языка никуда не делись, и, даже утратив отчасти свою действенность, они все еще способны открывать некоторые двери. Акценты, намекающие на элитарный сарториальный код,

все более неуловимы. Современный денди, несомненно, должен уметь считать этот код и владеть им. Несколько лет назад в газете The Telegraph приводилась статистика: кандидатов, пытавшихся устроиться в одну из фирм с офисом в Сити, на 40% реже принимали на работу, если они приходили на собеседование в коричневых ботинках, а не в черных. Я бы добавил, что черные ботинки — непременно оксфорды или лоферы определенного фасона, но никак не броги. Это и есть язык современного денди.

ОБ: Как бы вы охарактеризовали ключевые приметы кроя и сартorialной культуры Сэвил-роу?

ХМ: Есть ряд критериев, которым должна соответствовать одежда «с Сэвил-роу». Ассоциация индивидуального пошива на Сэвил-роу уже много лет пытается добиться, чтобы это понятие применяли лишь к одежде, отвечающей данным критериям. Например, вещь должна быть скроена вручную и изготовлена в радиусе трехсот ярдов [примерно 275 метров] от Сэвил-роу, на ее создание должно быть затрачено определенное количество часов и так далее... Что касается сартorialной культуры, во многих других городах одежду на заказ шьют по тем же стандартам. Различить их можно по крою или фасону. Есть мелкие детали, по которым вы отличите пиджак с Сэвил-роу от сшитого в Неаполе, Риме, Париже или Мадриде.

ОБ: Каковы характерные для вас особенности кроя и стиля одежды?

ХМ: Мне всегда трудно ответить на этот вопрос. Я бы не надел сейчас костюмы, которые сшил для себя десять лет назад. Одно из преимуществ работы в отрасли и страсти к портновскому делу в том, что ваш стиль постоянно эволюционирует по мере того, как вы экспериментируете с новыми подходами, видами ткани, деталями, штрихами. Но, если забыть об этих изменчивых параметрах, останутся техники кроя, а они те же, что и двести лет назад, они не меняются. Пожалуй, это главная особенность моих изделий и моего индивидуального стиля.

ОБ: Что вы больше всего любите в своей работе?

ХМ: Возможность экспериментировать с разными техниками, пробовать что-то новое, разные стили, необычные ткани и так далее... Еще мне нравится атмосфера в нашей компании, размеренный ритм работы — это резко отличает мое место работы от того, что можно наблюдать в большинстве современных рабочих пространств. Чтобы получать от всего этого удовольствие, нужен определенный склад характера.

ОВ: В чем разница между британской и испанской портновскими традициями?

ХМ: Как я уже сказал, технологии шитья и время, отводимое на каждый предмет одежды, практически совпадают, поэтому основное отличие — в покрое и стиле. Британские портные в значительной мере вдохновляются военными формами и покроем, созданным в 1930-е годы Фредериком Шолте. Это хорошо видно по силуэту готового костюма. Испанский крой отличается намного более плавными линиями, что, пожалуй, характерно для одежды в странах с более мягким климатом в целом. Если говорить о профессии портного в обеих странах, британские портные добились такого престижа во многом благодаря своей сплоченности и наличию таких организаций и мероприятий, как Ассоциация индивидуального пошива на Сэвилроу, конкурс «Золотые ножницы», Благотворительное портновское общество и другие, — деятельность всех этих организаций направлена на то, чтобы продвигать представителей портновской профессии и поддерживать их, обеспечивая им будущее.

ОВ: Что вы думаете о будущем индивидуального пошива?

ХМ: Мне кажется, оно зависит от образования. С одной стороны, от образованности клиентов. Надо, чтобы они понимали, что такое одежда на заказ, ценили ее и хотели вкладывать в нее средства. А с другой — от образованности молодого поколения портных. Их надо поддерживать и учить, чтобы они могли состояться в профессии.

11 ноября 2020 года

Литература

Loos 2016 — Лоос А. Мужская мода // Лоос А. Почему мужчина должен быть хорошо одет: некоторые разоблачения модных облачений / Пер. Э. Венгеровой. М.: Strelka Press, 2016.

Ross 1954 — Ross A.S.C. Linguistic class-indicators in present-day English // Neuphilologische Mitteilungen (Helsinki). 1954. Vol. 55. Pp. 113–149.

Примечание

1. Эссе посвящено различиям в речи аристократии (U) и добившегося более высокого положения в обществе среднего класса (non-U) (Ross 1954).