

Алан Флассер

# НАСТОЯЩЕМУ МУЖЧИНЕ

ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО МУЖСКОМУ СТИЛЮ

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»  
Москва, 2012

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)



От ПАРТНЕРА  
ИЗДАНИЯ

8

ГЛАВА 1  
ВЕЧНАЯ МОДА

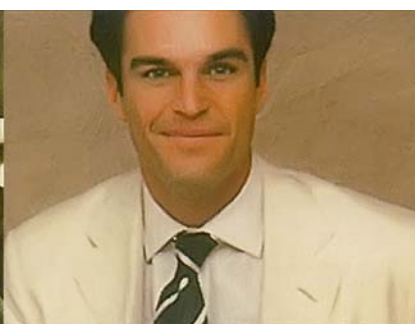
10

ГЛАВА 2  
ВЛАСТЬ ЦВЕТА

24

ГЛАВА 3  
ПРОПОРЦИИ:  
ОСНОВЫ СТИЛЯ

42



ГЛАВА 8  
ГАЛСТУК И КО

166

ГЛАВА 9  
НОСКИ

194

ГЛАВА 10  
ОБУВЬ

210

ГЛАВА 11  
АКСЕССУАРЫ:  
ОГРОМНАЯ  
ВАЖНОСТЬ  
МАЛЕНЬКИХ  
ВЕЩЕЙ

234

ГЛАВА 4  
РОЛЬ РИСУНКА

70

ГЛАВА 5  
КОСТЮМ

86

ГЛАВА 6  
ПИДЖАКИ, БРЮКИ  
И ЖИЛЕТЫ

114

ГЛАВА 7  
ВЫХОДНАЯ  
РУБАШКА

136



ГЛАВА 12  
ОДЕЖДА ДЛЯ  
ТОРЖЕСТВЕННЫХ  
СЛУЧАЕВ:  
ЧЕРНО-БЕЛЫЙ  
ЭТИКЕТ

258

ГЛАВА 13  
ДЕЛОВОЙ СТИЛЬ

280

БЛАГОДАРНОСТИ

303

*Посвящаю эту книгу моему наставнику — буддийскому учителю Дайсаку Икеда.  
Спасибо за ваше стремление к миру на земле и счастью человечества.*

*Вы научили меня, как помогать другим и, помогая, ценить потенциал, присущий жизни  
каждого человека. Ваш потенциал — самый стильный.*

*В память о Соле Канторе и моем отце, Мартине Флассере, — двух людях, которые оказали  
огромное влияние на мою жизнь.*

*И наконец, женщинам, которые всегда, при любых обстоятельствах придавали и придают  
мне сил, — Пайпер, Скайи, Мэрилиз, Джанет, Боббе Джин, Мэйбелль и в особенности Хоуп.*

## Дорогие друзья!

**Сеть салонов мужской моды HENDERSON в сотрудничестве с издательским домом «Манн, Иванов и Фербер» продолжают добрую традицию издания лучших книг о мужской моде.**

Впервые в России выпущена книга одного из самых известных мировых стилистов Алана Флассера «Настоящему мужчине. Путеводитель по мужскому стилю», соиздателем которой стала группа компаний «HENDERSON-Россия». Алан Флассер более 30 лет работает в сфере моды — создает коллекции одежды, пишет книги о том, как одеваться мужчинам. Всемирную известность ему принесла работа над костюмами Майкла Дугласа в фильме «Уолл-стрит», а также в фильмах «Варвары у ворот» и «Запах женщины». Имя Алана Флассера сегодня стало синонимом вкуса и стиля.

Его энциклопедическое знание мира мужской моды и остроумное и элегантное описание основных парадоксов современного мужского гардероба делают книгу уникальным руководством для мужчин, которые хотят хорошо одеваться и выглядеть стильно, в то же время не становясь жертвами моды.

Флассер считает, что умение придерживаться хорошего вкуса и стиля заключается в ответственности за правильный выбор марки одежды, а ни в коем случае не в следовании сезонным «вспышкам моды». По его мнению, выработать вкус не так уж сложно — нужно лишь получить правильную индивидуальную консультацию. Но по большому счету в основе умения одеваться лежат два критерия: пропорции и цвет.

В отличие от моды, которая часто меняется, форма лица, обхват шеи, ширина плеч, длина рук, строение тела и размер ноги остаются постоянными. И чтобы выглядеть стильно, мужчине необходимо адаптировать основы классической моды к своему телосложению и цвету лица.

Подробно рассказывая об основных видах одежды, автор невольно помогает читателю подобрать для себя индивидуальные и интересные варианты как формального, так и повседневного гардероба, не забывая и об ультрамодном «подиумном». Из книги каждый сможет узнать, какая одежда соответствует ему по стилю и какой воротник будет ему к лицу.

Черты каждого мужчины индивидуальны, и, используя книгу как «дорожную карту», вы сможете создать свой стиль в одежде с помощью рекомендаций легендарных практиков этого редкого мужского искусства. Флассер собрал огромную и разнообразную коллекцию стильно одетых мужчин. Множество никогда не публиковавшихся в России фотографий

эпохи Кэри Гранта, Тайрона Пауэра и Фреда Астера иллюстрируют его рекомендации, демонстрируя все разнообразие мужской моды.

Книга «Настоящему мужчине. Путеводитель по мужскому стилю» познакомит вас и с терминологией, которая используется в мире моды. А тем мужчинам, которые ищут собственный стиль в одежде, поможет найти его раньше, чем подскажет жизнь.

Уже более 18 лет HENDERSON создает современный мужской стиль и помогает мужчинам выглядеть модно и элегантно. Мы уверены, что книга Алана Флассера поможет вам стать тонким знатоком моды, обогатить свой кругозор и по-другому взглянуть на ваш гардероб и гардероб ваших друзей! Помните: второго шанса создать первое впечатление не бывает!

**Желаем вам интересного и увлекательного путешествия в мир мужской моды!**

*Президент группы компаний «HENDERSON-Россия»*

*Рубен Арутюнян*

Глава 1

# ВЕЧНАЯ МОДА





[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)



В последнюю четверть XX века мужчины тратили на одежду больше, чем в любой другой период современной истории. Прогуляйтесь по главным торговым улицам наших городов — множество магазинов предлагает одежду для мужчин на любой случай, настроение или вкус. Лучшие мужские модельеры создают мировые корпорации. Мужская мода соперничает с женской в сфере большого бизнеса. Сформировался слой предпринимателей, миллионеров, само время благоприятствовало появлению армии состоятельных щеголей.

Расцвет мужской моды последней трети XX века стал во многом результатом культурного сдвига в сторону самовыражения и поиска собственной индивидуальности. В 1950-х годах типичный бизнесмен буквально прятался за своим серым фланелевым костюмом. Политический климат той эпохи требовал от моды консерватизма и однообразия. К счастью для мужской моды, революционные 60-е годы изменили мир и мужчины стали отказываться от привычных стереотипов. К началу нового тысячелетия модники наконец-то выбрались из серого фланелевого кокона.



Гордон  
Дуглас,  
светский лев



Уильям Гoadби  
Лёв,  
брокер



Энтони Дрексель  
Биддл-мл.,  
светский лев



Фред  
Астер,  
театрал



Эмброс  
Кларк,  
спортсмен



Милтон  
Холден,  
светский лев



Джозеф  
Виденер,  
спортсмен



Дуглас  
Фэрбенкс-ст.,  
актер кино



Маркоу  
Робертсон,  
архитектор



Маршал  
Филд,  
финансист

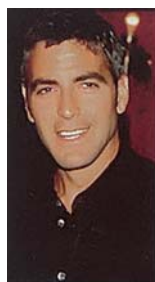
*Слева:  
иконы моды 1930-х годов*

*На следующей странице:  
иконы стиля 2000-х годов*

Один из положительных результатов бурных 1960-х — восприятие одежды как инструмента коммуникации. Мужские наряды стали еще одним воплощением поиска социальной свободы, а следование традициям считалось сковыванием личной независимости. В 1980-е, когда внешнему виду начали уделять особое внимание, мужчины старались выглядеть богатыми и влиятельными. К 1990-м годам поклонники стильной одежды сделали моду особым языком общения в новом информационном мире.

Однако американские стилисты не могут назвать значимые в обществе фигуры, которые олицетворяли бы этот интерес к мужской моде. Журналисты западных стран, пишущие на темы моды, тоже испытывают замешательство, когда их просят привести хотя бы четыре эталона элегантных мужчин моложе 60 лет. Конечно, сравниться с такими иконами стиля, как легенда кино Кэри Грант или итальянский промышленник Джанни Аньелли, не сможет никто. Разве что парочка честолюбивых общественных деятелей или промышленных магнатов да еще странноватый голливудский актер с пристрастием к пышности.

Как же получилось, что почти три десятилетия беспрецедентной популярности модной одежды воспитали так мало людей, которых можно было бы назвать образцом элегантности? Если бы искусство хорошо одеваться состояло в покупке последних дизайнерских новинок или в обладании дорогим гардеробом, законодателей моды было бы в изобилии. Скажу честно, научиться одеваться хорошо — все равно что создать красоту и уют в своем доме. Дизайнерские штучки и дорогая обстановка не так уж много значат, если пол или стены, которые они украшают, держатся на шатком фундаменте. Пытаясь выжить в условиях стремительно возрастающей конкуренции, ритейлеры делают ставку на дорогие дизайнерские бренды, а покупателям



Джордж  
Клуни



Кеннет  
Брана



Николас  
Кейдж



Гэбриел  
Бирн



Гарри  
Конник-мл.



Мэтт  
Диллон



Дэвид  
Духовны



Ральф  
Файнс



Джон Кьюсак



Винсент Галло



Ричард Гир



Лил Ловетт





приходится при выборе одежды ориентироваться лишь на веяния моды. К несчастью, когда эти веяния меняются, а такое происходит постоянно, придерживающийся моды мужчина моментально теряется.

И все же научиться одеваться хорошо вовсе не так уж трудно. Как и умение играть в гольф, стильная манера одеваться вырабатывается с годами. Этот навык оттачивается постоянной грамотной тренировкой. Как бывшего сильного игрока в гольф меня поражает, что огромное большинство увлекающихся и игрой, и модой вместо выработки правильной техники повторяют одни и те же ошибки при выполнении ударов или, как в данном случае, при подборе гардероба.

Правда, в отличие от любителя гольфа, который может нанять профессионального тренера, модник с трудом найдет эксперта, к которому можно обратиться за советом. Любой профи подтвердит: без знания основ —

правильного захвата, позиции и умения сохранять равновесие — никакая практика даже самому увлеченному игроку не позволит реализовать свой потенциал. Хорошая манера одеваться зиждется на двух столпах — цвете и пропорциях. Как только вы узнаете, какой цвет подходит вашему лицу, и уясните, какие пропорции соотносятся с вашим телосложением, вы окажетесь на полпути к цели. А что нужно, чтобы разобраться с этими основами эстетики? Вовсе не так уж много. Рассмотрим такой пример: классический мужской смокинг мгновенно делает фигуру элегантно, хотя этот представитель старого мира состоит только из двух цветов — черного и белого. Если такое простое цветовое решение поможет любому мужчине стать стильным, значит, совершенно не нужно быть Кандинским, чтобы хорошо выглядеть.

Что касается пропорций, то именно они определяют характерные черты в одежде. Например, и мужчины, и женщины неизменно интересуются, какой должна быть ширина галстука. Однако ответ на этот вопрос зависит вовсе не от моды, а от строения фигуры конкретного человека. Ширина галстука должна соотноситься с шириной лацканов пиджака, которая, в свою очередь, диктуется размером плеч (см. главу 3 «Пропорции: основы стиля»). Если у мужчины широкие плечи, чуть более широкий галстук будет гармонировать с более крупными пропорциями пиджака; если узкие — лучшим вариантом станет более узкий галстук. Мода должна выгодно обыгрывать особенности фигуры, а не быть случайным набором сезонных тенденций.



*На этой и предыдущей странице:  
два примера «искусенной простоты»:  
синьор Аньелли и Даг Фэрбенкс-младший,  
облаченные в полные достоинства  
двухцветные костюмы*



Благодаря индивидуальному подходу изучение науки хорошо одеваться становится более-менее логичным. Однако в наши дни не так-то просто получить профессиональный совет относительно стиля. К сожалению, каким бы шикарным ни был товар в магазине, без знающего и опытного продавца правильная одежда имеет мало шансов «обосноваться» на правильной спине правильным образом.

Нестабильная финансовая ситуация и давление акционеров мешают многим крупным розничным сетям думать на перспективу. Ведь когда прибыль зависит от постоянно растущих накладных расходов, обучение продажам и обслуживание страдают в первую очередь. Большинство ритейлеров не склонны вкладывать деньги в обучение новичков. И хотя некоторые ритейлеры и менеджеры по продажам проявляют инициативу, начиная изучать историю мужской моды и традиции в мужской одежде, это, увы, не является нормой. Сегодня успешный продавец быстро переходит на руководящие позиции, либо его переманивают конкуренты.

Как ни странно, но уровень знаний персонала необычайно низок именно в элитных магазинах, хотя здесь клиенты имеют полное право рассчитывать на высокий профессионализм продавца и хорошее обслуживание. Ритейлеры заинтересованы лишь в дорогом товаре, а ответственность за обучение продавцов они практически переложили на плечи поставщиков. По мере того как ветераны ритейла покидают сцену — уходят на пенсию или их выпроваживают, — их место занимают молодые и «дешевые» сотрудники, и магазины мужской одежды лишаются людей, способных помочь покупателю освоить искусство выбора одежды.

А так как большинство продавцов получают процент от реализации, их советы слишком часто продиктованы желанием продать тот или иной товар. Редко встретишь продавца, готового рискнуть комиссионными и отговорить клиента от покупки, если одежда, которую тот выбрал, плохо сидит или просто ему не идет. И, учитывая нынешние экономические реалии в розничной торговле мужской одеждой, ситуация вряд ли изменится к лучшему.

Однако так было не всегда. Пик интереса американской розничной торговли к моде для мужчин пришелся на двадцатилетие между двумя мировыми войнами. Тогда в последний раз производители и продавцы работали бок о бок с журналистами, чтобы привить покупателю подлинный стиль и хороший вкус. Несмотря на то что 1920-е и 1930-е годы характеризуются экономическим хаосом в Америке, именно тогда появилось поколение, которое в XX веке одевалось лучше всех. Но суть не в том, насколько хорошо одевались состоятельные граждане, а в том, что вкусы среднего американца были практически такими же.

В этот период в Америке возникли весьма благоприятные обстоятельства для формирования стиля в мужской одежде. Прежде всего на мировой арене возникла самая важная

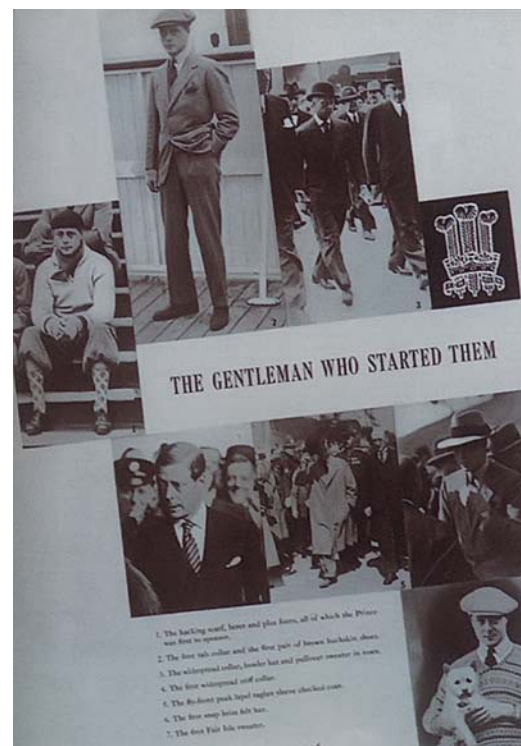
фигура современной мужской моды. Пока еще не король Англии Дэвид Виндзор считался в Америке неоспоримым королем моды. Визит рыжеволосого наследника трона, известного как принц Уэльский, а позднее как герцог Виндзорский, в Соединенные Штаты в 1924-м широко освещали все газеты. Фотографы сопровождали его повсюду: от Лонг-Айленда, из поместий богатейших семей Америки, — на ланч с президентом Калвином Кулиджем; со скачек в Бельмонт-парке — на поло в Мэдоуброке.

Молодой принц Уэльский и то, что он носил, было предметом глубочайшего интереса, куда бы он ни направлялся. 10 сентября 1924 года журнал Men's Wear писал: «Средний молодой человек в Америке больше интересуется нарядами принца Уэльского, чем нарядами любого другого человека на земле». Путешествия этого стильно одетого гамельнского крысолова\* поставили мужскую моду в центр внимания. Даже обвал фондового рынка, который должен был бы заставить забыть о моде, произвел противоположный эффект — Уолл-стрит, возможно, и сел в лужу, но мода — нет.

Великая депрессия вернула власть над модой в руки тех немногих счастливиц, которые все еще могли позволить себе хорошо одеваться. Новая экономическая ситуация сыграла роль молотилки, отсеяв мякину — слепых поклонников моды и оставив зерно — людей, занимающих высокое положение в мире финансов и в обществе, которые теперь задавали тон и в моде. Образ жизни новой богемы, завсегдатаев баров, светских львов монополизировал внимание модной прессы. Не пострадавшие от кризиса состояния, уверенность в завтрашнем дне позволяли им импровизировать и нарушать правила. Так, несмотря на депрессию или даже благодаря ей, следующее десятилетие стало важнейшим в становлении мужской моды XX века.

Период между мировыми войнами был последним, когда изменения в моде (а точнее, отказ от прошлой моды) шли сверху вниз. Прежде чем широкие массы могли воспринять моду,

\* Гамельнский крысолов — персонаж средневековой немецкой легенды, который с помощью волшебной дудочки увел всех крыс из Гамельна, а когда горожане отказались выплатить ему вознаграждение, наказал их за жадность, с помощью той же дудочки уведя из города всех детей. — *Здесь и далее прим. ред.*



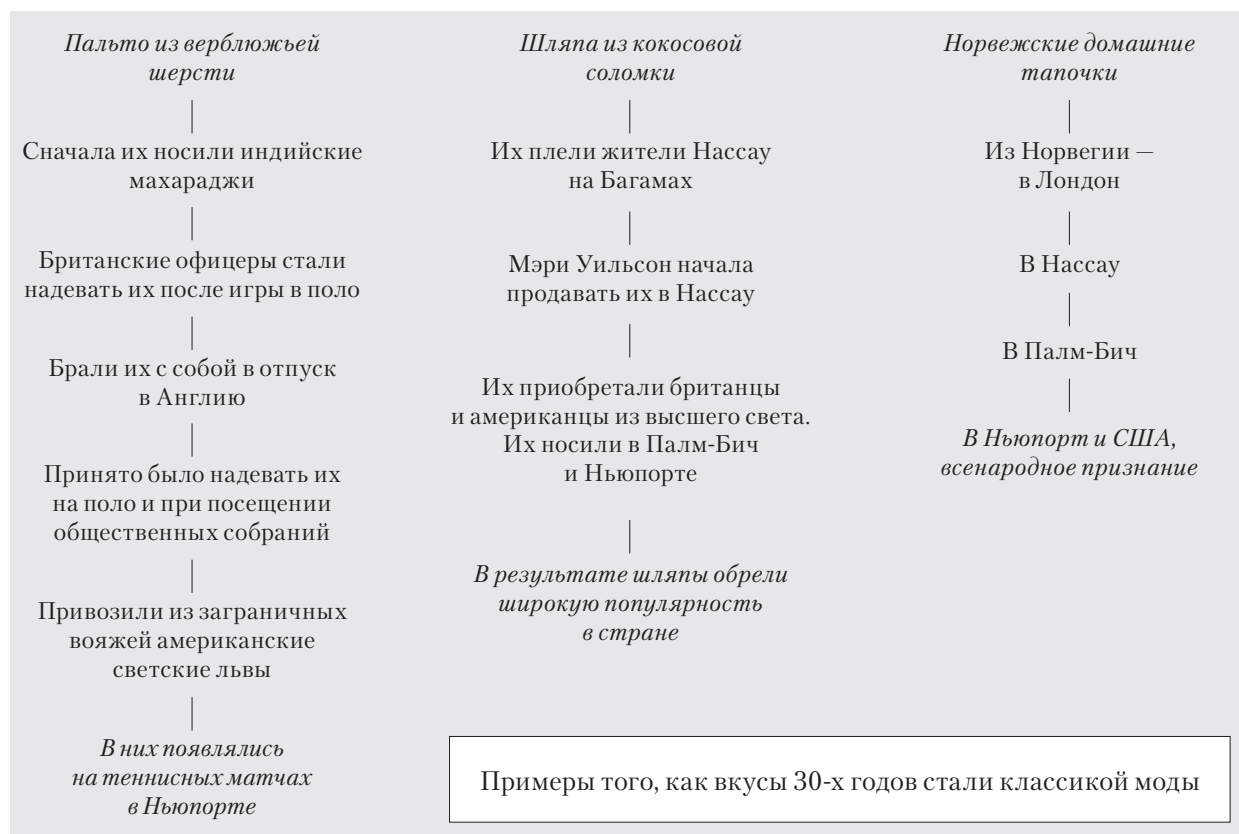
Принц Уэльский: Красавчик XX века



ее должен был одобрить высший свет. Любое нововведение в моде требует признания ценителей. Только после того, как новая тенденция принималась достаточным числом законодателей, такие журналы, как Apparel Arts или Esquire, могли рекомендовать ее более широкому кругу покупателей.

Однако, если в итоге уровень потребительского доверия оставался недостаточно высоким, ответственность за моду истеблишмента ложилась на торговлю. Как писал в те времена Apparel Arts: «Каждый продавец должен четко понимать разницу между настоящей модой и подделкой. Человек, не уверенный в качестве товара, ничего не купит». Подобная точка зрения была весьма популярна в прессе в 1930-е годы. Магазины, продававшие мужскую одежду неясного происхождения или вышедшую из моды, довольно быстро теряли доверие покупателей.

В 1930-х годах новые фасоны в мужской моде появлялись чуть ли не мгновенно. Формальная вечерняя и дневная одежда вытеснялась менее формальной, такой как смокинг, пиджачный костюм-тройка и белая рубашка с пристегивающимся мягким воротником. Много времени уделялось досугу, и потому ансамбли из пиджака и широких брюк, одежда для спортсменов и болельщиков и все виды легкой курортной экипировки нашли свой путь на прилавки модных магазинов. Разбирающийся в моде мужчина 1930-х годов отчаянно нуждался



в индивидуальной консультации профессионала. И, что удивительно, он ее получал!

Несмотря на все недостатки американского стиля и легенды о превосходстве Англии в сфере мужской моды, в тот период Америка развивалась, подражая наилучшим образцам, пока не стала самой хорошо одетой нацией в мире. Фотографии тех лет подтверждают этот факт. Старые кинохроники и периодика демонстрируют нам удивительно много отлично одетых парней, типичных американцев.

И возникает вопрос: как же удалось простому американцу стать образцом стиля? И почему идеал мужественной элегантности настолько широко распространился в то десятилетие? Три фактора помогли американским мужчинам расстаться с заурядностью и превзойти всех — распространенность образцов для подражания, индивидуальный пошив и общепринятые стандарты вкуса.

С начала 1920-х и до конца 1930-х годов «среднестатистический мужчина» мог брать пример со стильных общественных деятелей, коих вокруг было в изобилии. Прекрасно одетые светские львы вроде Биддлов и Райнландеров и элегантные бизнесмены, подобные Чарли Манну и Милтону Холдену, — вот представители высшего общества, формировавшие вкусы масс. Не отставали и звезды киноэкрана. Фред Астер, Хамфри Богарт, Гэри Купер, Дуглас Фэрбенкс, Кларк Гейбл, Кэри Грант, Тайрон Пауэр и другие, облаченные в стильные наряды, регулярно попадали в объективы фотокамер за работой и дома. Была также группа актеров, «раджи Голливуда», куда входили такие английские светские львы, как Дэвид Нивен, Рональд Колман, Эррол Флинн и Бэзил Рэтбоун. Они выглядели



*Три влиятельные фигуры: Уильям Райндендер Стюарт, герцог Сазерлендский и Чарли Мунн*



*Даже обычные парни на улице одеты со вкусом*



*Голливуд устанавливал правила:  
Кларк Гейбл в магазине*

как настоящие щеголи с Пикадилли. В то время как голливудские актеры царили на лучших сценах, английские аристократы, всегда считавшиеся эталоном стиля, оказывали огромное влияние на мужскую моду. Известия о принце Уэльском и модных эскападах его собратьев по клубу элегантности ежедневно транслировались по всему миру. Таким образом, примеров для подражания и возможности наблюдать за ними тогда было предостаточно.

Второй фактор, ответственный за появление множества щеголей, — диктат так называемого лондонского стиля одежды, сшитой на заказ. Британский еженедельник *Tailor and Cutter* возвещал, что «мужчина не может выглядеть элегантным, если не носит пальто, скроенное в пределах полумили от Пикадилли».

Когда мировая экономика переживала Депрессию, образцом стиля в мужской моде стали накрахмаленные щеголи, имевшие достаточно средств, чтобы шить одежду в знаменитом лондонском Сэвил-роу. Английский драповый костюм и одежда в стиле бриддиш считались квинтэссенцией мужской утонченности.

Тридцатые стали последним десятилетием, когда считалось: костюм идеального джентльмена — это костюм, сшитый на заказ. Мужская одежда все еще отражала классовое сознание, и сшитый у портного костюм был одним из показателей различия между классами. А поскольку мужской модой того времени стали вкусы крупных бизнесменов, титулованной европейской аристократии и принцев Голливуда, общий уровень вкуса не мог не совершенствоваться.

Даже сегодня, если собрать под одной крышей самых стильных мужчин со всего света, большинство будет одето в костюмы, сшитые на заказ. И хотя все мы мечтаем о быстром удовлетворении своих желаний, многие ценители моды (и тогда, и теперь) предпочитают сшитую на заказ одежду. В тридцатые же, в отличие от сегодняшнего дня, когда моду формируют модельеры и ритейлеры, мужчины знали: подлинная элегантность — неотъемлемое свойство личности, а не творение чужих рук.



Третьим фактором, заставившим американца обратиться к моде, были общепринятые стандарты вкуса. Исторически в мужской одежде тон задавали общественные лидеры. В XIX веке дресс-код определяли сыновья поместной аристократии, тогда как в 1920–1930-е годы доминировали вкусы молодых королевских особ и представителей высшего класса.

В 1930-е годы личный вкус и выражение собственной индивидуальности вполне комфортно существовали в установленных обществом рамках. По-прежнему сохранялись правила в ношении одежды, приличествующей тем или иным случаям. Подобная классификация снимала вопрос об уместности костюма. «Настоящая мода» не требовала размышлений и не предусматривала случайностей; задачей мужчины было просто подобрать подходящий именно ему вариант из множества уже признанных и одобренных обществом.

До конца 1950-х мужская мода оставалась практически неизменной, поэтому следовать ей было довольно легко. В основном мужчины твердо знали, что следует носить. Действительно, по крайней мере в США, до так называемой «павлиньей революции» в высшем свете существовало негласное правило, что следует считать хорошим вкусом в мужском костюме. Частично это относилось к одежде от Brooks Brothers, частично — Сэвил-роу. Во всяком случае, так считали выходцы из Новой Англии, где джентльменский этикет олицетворяли «бостонские брамины»\*.



*Бэзил Рэтбоун,  
один из «раджей Голливуда»,  
образец утонченного стиля*

\* Специфическая социальная прослойка Бостона, восходящая к первым колонистам Новой Англии, для которой характерен замкнутый, квазиаристократический образ жизни. Внешними атрибутами считаются новоанглийский (бостонский) акцент и диплом об окончании Гарвардского университета.



*Представители  
английской  
аристократии:  
герцог  
Вестминстерский  
(сверху) и Эдвард  
Меткалф, друг  
короля, с супругой*



Но к концу 1960-х годов мятежные отпрыски среднего класса заставили и высший класс уступить новым веяниям молодежной свободы, диктуемой улицей. «Прощай, Риц, да здравствует улица», — провозгласил парижский кутюрье Ив Сен-Лоран. Поскольку традиционные вкусы были разрушены, а общественное мнение больше не диктовало правила выбора одежды, объективные стандарты ушли. Сегодня то, что для одних хороший вкус, для других — вопиющая посредственность.

А теперь попробуем осознать понятие «неизменность моды». Многие сочтут его оксюмороном. Когда мода подразумевает постоянный риск и изменения, сочетание этого понятия с идеей постоянства вызывает недоумение. Но все-таки попрошу вас задуматься.

Говоря о ее неизменности, я хочу обратить внимание на два момента. Во-первых, речь идет о парадоксе современной мужской моды. В течение трех десятилетий провозглашалась беспрецедентная свобода самовыражения, сформировавшая вкусы нескольких поколений, однако по-настоящему безупречно одетых мужчин сейчас гораздо меньше, чем раньше. В моде недавнего времени нет ничего постоянного. Во-вторых, неизменность моды — основная мысль этой книги. Если вы хотите воспитать вкус и создать собственный стиль, идея неизменности моды поможет сделать это гораздо быстрее.

Стильно выглядеть — значит создать классический гардероб и знать, как носить вещи, чтобы они подчеркивали достоинства вашей фигуры. Одежда будет считаться модной из года в год, если она качественная, удобная и стильная. А поскольку изменение внешнего облика — перманентный процесс,

то понимание того, какие цвета и пропорции вам идут больше всего и почему, позволит создать неизменно модный гардероб.

Возможно, вам кажется, что правила хорошего вкуса мешают самовыражению. Я же считаю, что только с ними можно создать индивидуальный стиль. Вспомните, ведь настоящие прорывы чаще возникают при отличном знании правил, нежели при их игнорировании. В конце концов как можно выйти за рамки, если вы не знаете этих рамок? Знание основ сервировки стола или написания письма помогает не увязнуть в трясине мелочей.

Именно поэтому мужчинам, чтобы создавать новый образ, так нужны примеры для подражания. Если они видят вокруг схоже одетых людей, они чувствуют себя гораздо увереннее. Возможно, именно нехваткой таких примеров объясняется хаос в мужской одежде нынешнего времени.

Я постарался восполнить этот пробел и собрал на страницах этой книги лучших представителей мужской моды. Надеюсь, разнообразие примеров даст читателю возможность, несмотря на личные пристрастия в одежде, освоить язык моды.

Но прежде чем продолжить, хочу сделать маленькое предостережение. Хотя на этих страницах я говорю о мужчинах, проявляющих исключительное чувство стиля, я не считаю, что из неандертальца можно сделать Адольфа Менжу. Модно одетые мужчины знают особенности своей фигуры и умеют их обыгрывать с помощью соответствующих цветов и пропорций. Я постараюсь обучить вас основам хорошего стиля, но, чтобы достичь совершенства, вам придется долго и упорно практиковаться.

Не забывайте, что кумиров прошлого не следует воспринимать как истину в последней инстанции. Все они настолько владели основами, что могли спокойно экспериментировать со стилем. Как сказала художественный критик Кетлин Кэмпбелл: «Истинное искусство остается незаметным».

После почти тридцати лет работы в модной индустрии я пришел к выводу, что мужчины от природы обладают большим вкусом, чем принято считать. Еще ни разу я не встречал человека, который не хотел бы выглядеть лучше. Полагаю, сейчас самое время освоить науку стиля.

Как говорит Дайсаку Икеда, третий президент Общества созидания ценностей, всемирной буддистской организации: «Наша жизнь управляется непостоянством. Задача в том, чтобы создать в этих условиях нечто нетленное». К чему я и стремлюсь. И уверен, что каждый мужчина может овладеть искусством стиля, если пожелает.







[Почитать описание, рецензии  
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

