

{МОНИКА ЖАЛКОВА}

# ЖЕНЩИНА это прекрасно!

«ZEN» об итальянском модном бренде «LIST», который так хорошо сочетается с женским воображением.

■ Текст Виола Чернодринска ■ Фото Архив «LIST»

**Б**ернард Шоу утверждал, что для женщины одежда - это компромисс между признанным желанием быть одетой и непризнанным желанием быть раздетой. Возможно, он угадал. «Женщины должны знать, что мужчины реагируют на них в первую очередь визуально. Они всегда оборачиваются на какое-то движение - волос, платья или бедра и с удовольствием фантазируют о том, как женщина выглядит под одеждой. Иногда мы хотим казаться сексуальной любой ценой, но поверьте мне, обтягивающая футболка и джинсы не возбуждают в мужчине так много волнений, как утончённая одежда, которая прикрывает определённые части тела, но в то же время показывает его линию», - говорит Моника Жалкова, женщина с монгольскими, чешскими и немецкими корнями, представляющая у нас итальянский бренд «LIST». Она изучала модельный текстильный дизайн в Чешской Республике и в Лондоне, 20 лет работает в индустрии моды и уже 16 лет импортирует для нас роскошные предметы моды из-за рубежа. О себе она говорит, что она немного не в русле трендов, и это её, на удивление, объединяет с данной фирмой. «Коллекцию бренда «LIST» не заказывают заранее за год, как в случае с другими брендами, но всего лишь за три месяца, что позволяет нащупать надёжные вневременные тенденции и свести к минимуму ошибки. Такой процесс не является лёгким, и поэтому всё производство фирмы сосредоточено вокруг Рима. В крупном салоне фирмы есть свои специалисты, которые занимаются интерпретацией предложенной модельеров для представления новой коллекции, а мы выбираем предметы в соответствии с запросами нашей местной клиентуры. Выбор - это обычно около 30% из каждой коллекции в трёх вариантах - «Elegant», «Capsule» и «Prêt-à-

porter». В пражском пассаже «Myslpek» Моника открыла вместе с коллегой Моникой Янечковой магазин с приятной атмосферой. При выборе модели для вашего гардероба вам предложат кофе или шампанское. «Мы хотим, чтобы покупательницы чувствовали себя здесь, как у друзей. Спокойно можно просто зайти, выпить с нами чашечку кофе и поговорить». «LIST» ориентируется на клиенток 35 лет и старше, и обе Моника ездят в Рим выбирать модели из коллекции «на заказ» четыре раза в год. «Мы знаем своих клиентов и понимаем, что здесь люди будут носить что-то другое, нежели в Сингапуре или на Дальнем Востоке. Там, по сравнению с Чехией, люди всегда впереди на 2-3 года». В фирме «LIST» работают модельеры-мужчины, создающие одежду для женщин. «Каждый предмет одежды подчёркивает линию. Они работают с легко облегающей тканью, но что должно быть скрыто, остаётся скрытым. Линию могут создавать и ремешки, которых фирма предлагает множество в разных цветовых вариациях. «Мы подчёркиваем детали».

## Нелёгкая женская доля

Сегодня мы можем носить практически всё что угодно. Общество можно удивить разве что платьем из мяса или шляпой с живыми бабочками. Но не всегда в женской моде дело обстояло так просто. Некоторые предметы одежды пришлось постепенно отвоёвывать. В качестве примера можно привести сегодня уже обыденную часть женского гардероба - брюки. Первой женщиной, которая надела их перед трудной дорогой в Рим, была в 1654 году шведская королева Кристина. Во Франции Наполеон издал закон, запрещающий женщинам их носить. В 19 веке ношением брюк во Франции будоражила народ Жорж Санд. Марлен Дитрих в свою

очередь была арестована в Париже за возмутительное поведение, когда прогуливалась по Парижу, одетая в шёлковый брючный костюм согласно своей театральной роли француженки - убийцы. Обычной частью гардероба брюки стали только в 60-х годах 20-го века. В 21 веке, однако, мы сталкиваемся с другой проблемой: в магазинах постоянно появляются новые образцы, которые мы видим на обложках журналов у моделей с ногами до небес. Когда же мы такой предмет приобретём и принесём его с гордостью домой, энтузиазм обычно исчезает при первом же столкновении с мужчиной. Учень в одежде желания наших партнёров, трудовые будни и материнство не так уж и просто, если вы об этом вообще беспокоитесь. Женщины хотят, чтобы мода приспособилась к ним и была удобной, многофункциональной, сексуальной и, по возможности вневременной. «Я хотела бы научить чешских женщин серьёзно думать о том, чем пополнять свой гардероб. Вы не должны любой ценой следовать тенденциям моды. Я сама много путешествую, и у меня небольшой чемодан размером ручной клади, но этого хватает на целую неделю - как раз благодаря возможности комбинировать одежду. Чтобы к этому прийти, мне пришлось начать действительно думать о моде». Облегчить задачу вам может и политика использования фирмой различных цветов - они совместимы с цветами из предыдущих коллекций. После разговора с Моникой Жалковой в моей голове звучат слова Коко Шанель: «Самый мужественный поступок - это думать о себе. Вслух». И похоже, что «LIST» слушает женщин. ■

Владелица  
бутика «LIST»  
Моника  
Жалкова.

