

МОДА



МОЗИ

ГЛАВНЫЙ РЭП-ЮВЕЛИР РОССИИ ДМИТРИЙ КУЗНЕЦОВ НАДЕЛ ДРАГОЦЕННЫЕ АВТОРСКИЕ УКРАШЕНИЯ-МЕМЫ ИЗ ЗОЛОТА И БРИЛЛИАНТОВ И КАСТОМ НА BOULEVARD DEPO, OG BUDA, ДЖИГАНА И НЕДРЫ. ВОКРУГ ЕГО МАСТЕРСКОЙ НА ВАСИЛЬЕВСКОМ ОСТРОВЕ СЛОЖИЛОСЬ ЦЕЛОЕ КОМЬЮНИТИ: КАМПАНИИ MOZI J СНИМАЕТ АРТ-ФОТОГРАФ САША САХАРНАЯ, А ИХ ГЕРОЯМИ ВЫСТУПАЮТ СЕЛЕБРИТИ ОТ МОДЕЛИ САШИ ТРАУТВЕЙНА И АКТЕРА САШИ ПАЛЯ ДО УЧАСТНИКОВ АГЕНТСТВА OLDUSHKA.

Текст САША КАРПОВА
Фото ЯНА ДАВЫДОВА



Что же все-таки обозначает термин «рэп-ювелирка»?

Как правило, это большие «кубинские» или якорные цепи, часы в бриллиантах, много золота, а еще кастомизация — в ход идут мультипликационные герои, символы, логотипы. Что-то необычное, что нельзя найти в магазинах. Но это не contemporary, а крупные кричащие вещи, что-то типа «Смотрите, какие у меня неральные часы!». Часто такие используются в съемках клипов. В рэп-культуре артисты всегда соревновались друг с другом, кто круче. Но последний тренд — удивлять не количеством драгоценностей, а креативом и сложностью изделия: оно может трансформироваться, открываться-закрываться, в нем может быть что-то спрятано внутри. Мы когда-то начинали с простых форм, а теперь делаем даже подвижные украшения, собранные из сорока деталей. Рэп-ювелирка — далеко не единственное наше направление. Мы решили двигаться от кастома в сторону создания собственного бренда и выпустили первую коллекцию. Начали с десяти изделий, а в итоге у нас в производстве около шестисот. Проработали фирменный стиль, запускаем новый сайт — в июне полностью поменяется картинка, она будет шикарной. Наш фирменный цвет — изумрудный. Очень люблю все его оттенки: нашим первым кастомом был темно-зеленый Volkswagen Touareg, инкрустированный изумрудами.

Герои каких мультфильмов пользуются популярностью в вашем комьюнити? Вряд ли Спанч Боб или Смешарики?

Не поверите, совсем недавно мы сделали цепочку со Смешариками, а еще с героями «Ну, погоди!». Для себя я придумал цепочку из покемонов — это мои любимые герои. Но чаще всего заказывают Спанч Боба, персонажей из «Южного Парка», компьютерных игр, героев аниме. Кроме мультфильмов, клиенты любят внедрять в украшения исторические орнаменты и культурные коды. Если раньше просили сделать что-то максимально крупное и блестящее, то сейчас многие хотят иметь вещи со смыслом. Например, артисты пишут альбом и его идею визуализируют в украшении, поэтому очень много наших изделий снимается для обложек — у OG Buda, kizaru.

Большинство изделий вы делаете на заказ? Да, часто артисты приходят к нам со своей идеей. Но и я могу прийти со своей, поначалу так и поступал. Смотрел, у кого выходит альбом, изучал символы, которые в нем используются, вдохновлялся, рисовал эскизы и отправлял. Получал фидбэк: «Вау, круто! Давай делать!» Эскиз служил поводом для знакомства, а потом случилось так, что совместная работа перерастала в дружбу — со многими артистами у меня близкие отношения. С рэпа все закрутилось,



а именно с Артема Boulevard Depo, который нас очень поддержал. Для Саши ST в самом начале я тоже делал дизайн — однажды приехал к нему на концерт и подарил кольцо с его логотипом и камешками. Ориентации на бизнес, честно говоря, у меня никогда не было. Я просто слушал музыку, танцевал брейк-данс, жил этой культурой. Безусловно, дружеские связи помогли, но это не было стратегией. Меня даже мой маркетинг ругает за то, что я не веду соцсети, хотя у меня очень яркая жизнь, постоянно происходит тысяча и одна интересная встреча. Но мне некогда — трое детей, жена, собака и огромная компания.

Существует ли кастовость внутри рэп-комьюнити? Например, если сделаете цепочку для Тимати, то у вас ничего не закажет GONE.Fluid? Изначально была. Особенно в период становления молодой школы рэпа было сложно: я сотрудничал одновременно с Pharaoh, Boulevard Depo и kizaru. Но меня ценят как профессионала: знают, что могут обратиться за самой сумасшедшей идеей и я смогу ее реализовать. Отношения с конкурентами мы просто не обсуждаем. Бизнес есть бизнес.

Как ваши кастом-проекты повлияли на эстетику первой коллекции?

Работа с клиентами показала, что реально сложно найти ювелирное изделие, которое бы весило как следует, отвечало современному дизайну и было бы абсолютно оригинальным. В магазин приходишь — все одинаковое. Даже у Tiffany и Cartier семьдесят процентов — это база: обручальные и помолвочные кольца, сережки, крестики. Так что мы сделали ставку на креатив и усилили команду художников. Например, наш логотип я придумал, вдохновившись прямоугольником, у которого срезал углы. Я учился ювелирному делу в университетах и в России, и на Западе, и везде нас учили трансформировать простые объекты. Из ничего раздували какую-то невероятного масштаба вселенную, которая потом вырастала в продукт.

Что еще формирует ваш визуальный код? У нас в офисе есть библиотека с альбомами. Это мой источник вдохновения. Я сейчас был в Париже, Берлине, Стамбуле и Алма-Ате, откуда отправил в Петербург сто двадцать килограммов книг. В основном, это какие-то редкие издания: старые книжки про «Ролексы», графический дизайн, национальные орнаменты и костюмы разных стран. У нас есть книги по истории искусства, каталоги музеев со всего мира, журналы мод, комиксы. Недавно купил классное издание с японскими татуировками — они же просто картины на теле рисуют! С огромным количеством деталей! Сегодня я привез ребятам в офис старый каталог Cartier. Они моделируют для меня перстень — подарок на день рождения от команды. И мы долго не могли придумать, что же разместить на средней части кольца, но увидели в этом каталоге интересный геометрический пазл, переосмыслили его и перенесли на изделие. Смотрится невероятно круто!

Что вы сами носите из своих украшений? Обручальное кольцо и часы. Кольцо делали такое, чтобы блестело, и другие женщины видели, что у меня есть одна — любимая и невероятно красивая. И только так.

Какие амбиции у бренда Mozi J? Июль будет месяцем открытий: у нас появятся магазины в Петербурге и Алма-Ате, а еще офис в Дубае, где мы будем представлены сразу в нескольких бутиках. Как оказалось, на арабском рынке не хватает простых изделий из серебра. Продают только очень дорогое, а ниша доступных украшений с интересным дизайном не занята.

Как построить успешный ювелирный бизнес в России — поделитесь лайфхаком! Жать всем руку! У меня четкая позиция: работать напрямую, избегать посредников. Я всегда старался знакомиться с людьми лично и выстраивать с ними долгосрочные честные отношения. Коммуникация — важнейший аспект. Нужно быть открытым,

Шорты Jacquemus, рубашка и галстук Etro, толстовка Amiri, кольца, браслет и часы Mozi J



говорить правду. К этому можно добавить способность креативно мыслить и свой уникальный взгляд. Ну и конечно, нужна правильная команда и ее постоянное обучение. Все время должен присутствовать вызов. Очень многие компании делают один-два классных проекта, а потом у них ничего не происходит. Важно постоянно удивлять аудиторию, искать новых клиентов, новые ниши, развиваться, чем мы и занимаемся. Например, мы стали снимать рекламные кампании с лучшими креаторами России, последнюю нам сняла фотограф Саша Сахарная — мы дали ей достаточно много свободы, чтобы сохранить ее видение.

Как быть, когда все в бизнесе завязано на тебе: от визуальной концепции социальных сетей до работы производства? Не бояться делегировать! И обязательно пробовать что-то новое, не из бизнеса.

Никогда не ходили на скалолазание? Идите! Никогда не катались на велосипеде, на мотоцикле, на катере? Пробуйте! Учите себя чему-то новому постоянно. Жизнь дана для того, чтобы попробовать все — в хорошем плане. Например, в моих планах — поучиться еще в двух университетах (Дмитрий уже закончил СПбГУПТД, IUAD и факультет геммологии МГУ. — Прим. ред.). Очень хочется на геммологию в Нью-Йоркский университет. Меня не взяли на практику их филиала в Бангкоке, так что я обзвонил и стремлюсь теперь в Нью-Йорк. И еще мне пришла мысль пройти обучение по менеджменту в Кембридже. Мы сейчас выходим за пределы России и превращаемся в международную компанию — ее нужно по-другому управлять. Хочу освоить новые методы.

И сместить Cartier с пьедестала? Нет, этого сделать нельзя! Это уже история. Просто мне тоже хочется войти в историю. Знаете, чтобы лет через сто пятьдесят такой же энтузиаст ювелирного дела, как я, зашел в библиотеку, нашел там книжку и такой: «О, вот он — Дима Кузнецов! У него получилось!»





ТАТЬЯНА

ЗАТРАВИНА



Татьяна сфотографирована во Дворце культуры имени Кирова — этот образцовый памятник конструктивизма (архитектор — неоклассик Ной Троицкий) сейчас проходит реставрацию.



Серьги и кулон **Mercury**, коллекция **Classic**, платье **Free Age**, туфли **Jimmy Choo**

ДЕСЯТЬ ЛЕТ НАЗАД НЕВОЗМОЖНО БЫЛО ПРЕДСТАВИТЬ, ЧТО КАРДИГАН ИЛИ ПЛАТЬЕ ИЗ ПРЕМИАЛЬНОГО БЛЕНДА ШЕЛКА И КАШЕМИРА БЫЛИ БЫ ОТ И ДО «СДЕЛАНЫ В ПЕТЕРБУРГЕ»: А У ТАТЬЯНЫ ЗАТРАВИНОЙ ПОЛУЧИЛОСЬ! ЕЕ БРЕНД FREE AGE ВЫПУСКАЕТ ПО ДВЕ СЕЗОННЫЕ КОЛЛЕКЦИИ В ГОД. И ЭТО ПОЛНОЦЕННЫЙ КОНКУРЕНТ ЗАРУБЕЖНОМУ ЛЮКСУ!

Текст КСЕНИЯ ГОШИЦКАЯ
 Фото ИРИНА ВОРОТЫНЦЕВА

Кардиганы Free Age могли бы участвовать в Олимпиаде трикотажа наравне с джемперами Brunello Cucinelli и платьями Alaïa: кажется, я еще не встречала русского кашемира такого качества. Как вы вообще решились на такой амбициозный проект: люксовый локальный бренд трикотажа?

К этой идее меня подтолкнул экономический кризис 2014 года, когда я в очередной раз поняла: работа с импортом — это большие риски, а одно из самых слабых мест нашей модной индустрии — отсутствие локальных предложений по тканям и полотнам. Тогда я поставила себе задачу: создать свой уникальный продукт и бренд, что означало запустить собственное вязальное производство с большими возможностями. И открыл его именно в Петербурге, чтобы больше не ездить в бесконечные командировки в поисках сырья, фурнитуры, фабрик.

Мы, конечно, помним ленинградский Комбинат тонких и технических сукоу имени Тельмана или, там, текстильную фабрику «Красный маяк», но как это — запустить фабрику вязаного трикотажа в Петербурге в XXI веке с нуля?

Не совсем с нуля. У меня большой опыт в легкой промышленности и ретейле. Я изучала рынки и сотрудничала с контрактными производствами в Эстонии, Турции, Италии, Китае, Германии, Узбекистане более двадцати лет, причем всегда относилась с большим интересом именно к вязаному трикотажу. Вообще все началось в 1990-х: хотя я и закончила

факультет культурологии, по специальности не работала ни дня, а занялась дистрибуцией трикотажа из Эстонии. Я стояла у истоков российского модного бизнеса, но кризис 1998 года оставил меня без денег и в долгах. Тогда я стала наемным сотрудником: руководила закупкой отдела «Гардероб» в первом в России гипермаркете. Присоединилась к команде на этапе написания бизнес-плана, еще даже котлована не было. (*Смеется.*) В 2006 году я решила снова начать собственный бизнес: в компании «Эколайф» мы создавали собственные торговые марки для федеральных сетей, а также купили лицензии на производство детской одежды из кроеного трикотажа под брендами Disney, Universal, «Маша и Медведь» — ее по контракту изготавливали на фабриках в Узбекистане. Но дистрибьютор не может влиять ни на качество, ни на ассортимент, а мне хотелось разрабатывать коллекции под ключ. Так в 2016 году появились наша фабрика и бренд Free Age. Поначалу это был семейный бизнес, мне помогали муж и дочь. Супруг Николай и сейчас отвечает за финансы и IT. Мы заказали самое современное японское оборудование Shima Seiki. На нем можно делать практически неограниченные дизайны: интарсию, ажуры, кулирную гладь, жаккарды. Но с комплектацией фабрики все только начинается. Самые сложные этапы — собрать профессионалов, выбрать технологии и сырье. В вязальном производстве все раза в два сложнее и затратнее, чем на швейном.

Допустим, вы выступаете на ПМЭФ — как вы представите Free Age?

Прозвучит нескромно, но наш бренд — не ситуативное импортозамещение, а полноценный локальный конкурент зарубежному люксу. Думаю, так, как мы, в России не работает больше никто. Мне интересен только люкс, и мы умеем этот люкс делать! И пусть мы будем делать мало, зато идеально. Да, в стране есть хорошие вязальные фабрики, но у них другая стратегия — большие партии за малую цену. Пока что мощность производства Free Age — максимум двадцать тысяч единиц в год. Но мы единственные из русских трикотажников работаем в расписании мировых байерских сессий, показываем две сезонные коллекции в год, в каждой 70–90 моделей в двух-трех цветовых опциях, а производим только по предзаказам наших партнеров — лучших мультибрендовых бутиков России, Белоруссии и Казахстана. Важно, что Free Age — это собственный дизайн, а не копии трендовых или базовых моделей. Мы сами вяжем полотна путем подбора переплетений, плотностей, цветовых сочетаний, фирменных жаккардов. Наш фирменный состав — бленды шелка и кашемира.

И все-таки почему такой небольшой тираж?

Мы можем себе позволить произвести столько вещей, сколько у нас заказали оптовики, и соблюдать чистоту дистрибуции. Наш средний тираж — пятьдесят штук на модель. У нас нет машин для цельновязанного полотна, что упростило бы работу, исключив из нее ручные операции. Да, они быстрые, но на таких нельзя сделать фэшн, только базовые модели. Мы же вяжем регулярным способом — каждую деталь отдельно по лекалам. У них получаются чистые закрытые края, что позволяет собирать изделие на кеттеле петля в петлю, а это позволяет изделию держать форму — что, согласитесь, не лишний бонус! У нас большой штат ручниц — мастериц, которые делают то, для чего еще не придумали автоматических машин. А в нашем сегменте и не придумают, потому что творчество невозможно автоматизировать. На скорость влияют и технологии. Если мы хотим, например, выпустить наш свитер в другом цвете — это не только новая программа для машины, но и другие лекала: детали из кашемира ведут себя по-разному в каждом цвете, потому что разные красители меняют структуру нити.

То есть фабрика Free Age — это экспериментальная лаборатория высоких технологий!

Конечно, ведь работать с натуральным сырьем очень сложно. Сначала дессинатор со специалистом по ВТО готовят целые горы провязов по рекомендации дизайнера. Далее дизайнер выбирает идеальное полотно и начинается разработка программы для вязания. Я хочу подчеркнуть, что мы создаем полотно и дизайны сами — это реальный эксклюзив.

Звучит очень сложно!

А ведь это только начало! После вязания деталь должна отлежаться не менее тринадцати часов, чтобы пряжа уселась и подышала, осталась «живой». Затем стирка, где полотно приобретает текстуру и размер. У нас три стиральные машины, в каждой разная программа, от которой зависит, например, получится кашемир

пушистым или гладким. Следующий этап — глажка — очень сложный: мастер выравнивает структуру и усаживает деталь паром точно в лекало. Эта кропотливая процедура может занимать до четырех часов — ведь именно первую глажку изделие будет помнить всегда, именно в эту форму будет приходиться после стирки. Потом полотно отдыхает еще часов двенадцать, после чего отправляется на линейку ручных операций — сборку и пришивание пуговиц и бирок. Как в ателье, деталь на каждом этапе проходит контроль и снятие размеров. После финальной проверки вещь отправляется на упаковку.

Неужели вы никогда не думали, может, взять технологию попроще, выбрать не премиальную пряжу, продавать ее подешевле, зато везде?

Знаете, я всю жизнь занималась коллекциями для масс-маркета. Я знаю теорию: «Большие деньги делают на бедных», но не являюсь ее последователем. Если бы мне кто-то сейчас дал задачу запустить российский аналог Uniqlo, я могла бы это сделать, не выходя из этого кабинета. Но! Мне это уже неинтересно. Да, пока Free Age дает мне скорее моральное, нежели финансовое удовлетворение, но думаю, что это изменится. Бывает, мой внутренний перфекционист приговаривает: «Ну, может, ты где-то не дотягиваешь, а вот тут можно было лучше», но многие культовые фэшн-бренды когда-то начинали с мастерской с двумя станками, постепенно развивались, накапливали опыт, клиентов, дистрибуцию. Посмотрите сериал «Сделано в Италии» о том, как там развивалась мода в 1970-х. Самое важное, их тогда поддерживали пресса и государство — так родилась индустрия, так родилось знаменитое Made in Italy!

Раз уж вы упомянули государство: какая помощь сейчас была бы полезной?

Мы дважды получали субсидии. Этот процесс по сбору всех бумажек мира, конечно, не для слабонервных, но нам компенсировали выставочную деятельность и банковский процент. В локдаун я смогла полностью сохранить штат. Зарплаты — наши самые большие затраты! Действенным было бы временное снижение налогов, но понятно, что этого не произойдет. Поэтому моя тактика на ближайшее время — не развитие, а стабилизация. Поставки пряжи продолжают, но приходится перестраивать логистику. Я выскажу непопулярную точку зрения: хороший бизнесмен справится, плохому помогай не помогай — все равно утонет. Бизнес — это всегда риск, и нужно это понимать. Государство должно заботиться о здравоохранении и социальных программах, а бизнесу не нужно давать деньги,

нужно давать возможности: квоты, скидки на аренду в крупных ТЦ. Журналы должны писать о хороших российских брендах бесплатно, чтобы делать их популярными. Моральная поддержка даже важнее, чем материальная.

Не проще сдатьсь и перенести часть производства в Китай, например?

Я не рассматриваю перенос даже части процесса ни в какую другую страну — все будет производиться в России. Это моя принципиальная позиция. Я сознательно выбрала люкс и локальность — это моя мечта. Если я и буду масштабироваться, то только за счет других направлений, например, швейного.

СВИТЕРА ИЗ ЛЮКСОВОГО КАШЕМИРА FREE AGE ДЕЛАЮТ В ПЕТЕРБУРГЕ: 19 СУПЕРСОВРЕМЕННЫХ ВЯЗАЛЬНЫХ МАШИН ТКУТ ПОЛОТНО В ЦЕХУ ИСТОРИЧЕСКОЙ ФАБРИКИ «КРАСНЫЙ ТРЕУГОЛЬНИК»



Переход из масс-маркета в люкс — вообще-то в модной индустрии это бином Ньютона! Но вам удалось! Как? Сначала у Free Age не получалось рассказать о себе, но мы нашли свой голос — и вот уже третий сезон продаемся в ДЛТ и московском LEFORM, зимняя коллекция будет в ЦУМе, нас закупают 67 лучших бутиков страны. В моде важны и визуальная, и текстовые составляющие маркетинга. Продает «упаковка» — и в этом мы пока проигрываем. Качество у нас намного лучше, чем принято думать, но мы не можем его преподнести.

Видимо, все-таки получилось: waiting list за русским кашемировым кардиганом — это звучит гордо!

Знаете, самая большая проблема русского продукта в том, что мы сами себя не любим. У нас это зашито в подсознании — иностранное лучше. Бывает, меня спрашивают: «Почему Free Age столько

стоит? Этот свитер что, сделан в Италии?» А что, у нас люди какие-то другие? Почему наш специалист должен меньше получать, меньше цениться? Мы выбираем лучшую пряжу на флорентийской выставке текстиля Pitti Immagine Filati, у нас суперсовременное оборудование, которым далеко не все европейские фабрики могут похвастаться. Еще недавно все русские бренды заходили через западные агентства: если пара звезд или инфлюенсеров с мировым именем надела твои вещи — значит, всё, в России решили, что ты годный бренд! Да, у нас еще сильно преклонение перед заграничным. Но кажется, это больше не будет работать.

Неужели вас не интересует масштабирование, чтобы Free Age продавался, например, на Farfetch по всему миру?

Мы сейчас в ситуации, когда весь мир пока для нас не актуален. Конечно, хотелось бы, но для успешных продаж на крупнейших платформах нужен либо простой и понятный дизайн за небольшие деньги, либо известное имя. Мы пока не попадаем ни в один сегмент. Нам предлагали авторитетные агентства: вяжите три базовых костюма в двадцати цветах, и мы вас будем продавать. Но это противоречит нашей концепции. Есть тонкость: если сфотографировать наш кашемировый свитер и свитер из полиэстера, они будут выглядеть почти одинаково, а цена будет совершенно разной. Мы про качество, тактильность, ощущения. Оказалось, это очень сложно передать. Тем не менее наши кардиганы, тонкие шерстяные водолазки и тройки из фирменных жаккардов раскупаются моментально. В этом сезоне хитом стали вязаные рукава в разных цветах. В этом году запускаем швейную линейку верхней одежды — за кашемировыми пальто на шелковой подкладке и шерстяными пуховиками с ручной набивкой уже очередь.

Какие-то экологичные инициативы вы ввели у себя на производстве?

Я опять выскажу непопулярное мнение, но мне кажется, в большинстве случаев экологичные инициативы — это маркетинг. Мой принцип: лучше не делать, чем потом исправлять. Если нас не будут заваливать низкокачественными вещами, которые после первой стирки превращаются в тряпки, то и ресайкл не нужен! Не надо заваливать мир мусором, давайте производить разумно. Мы сотрудничаем с европейскими фабриками, которые очень сильно ориентированы на заботу об экологии. Места не хватит перечислить все сертификаты наших пряж, могу вас уверить: все они натуральны, экологичны и полностью разлагаемы. Это же касается и химии для стирки изделий. Работу своего предприятия я строю на принципах бережного производства.

СТИЛЬ: ДАРЬЯ ПАШИНА. ВЯЗАЖ И ВОЛОСЫ: МАРИЯ НЕПРИЯХИНА. СБЕТ: SKYPOINT

ФОТО: АРХИВЫ ПРЕСС-СЛУЖБ



Арте́м сфотографирован на верхней площадке Ротраальной колонны у чаши-светильника: предполагалось, что колонны — это и маяки, которые указывают на вход в Большую (или Малую!) Неву. Высота — 32 метра! Архитектор — Тома де Томон.

BOULEVARD DEJO

ПРИОТ БЛУРП. АЛЕКСАНДРА АРСЕНТЬЕВА



Носитель уфимского непоколебимого
стиля и влюбленный в Петербург рэпер-
абсурдист Boulevard Depo к 30 годам
выпустил свой седьмой альбом QWERTY
LANG. Мета-R&B, веер отсылок к истории
России и СССР, моряцкие музыкальные
гребни и эксперименты с нейросетью.
Мы поговорили с изменчивым Артемом
о том, каким он встречает лето 2022 года.

Текст КАТЯ РЕЗНИКОВА
Фото ДАНИЛ ЯРОШУК
Дрон МИХАИЛ ПОМОРЦЕВ

Как настроение? Слушала сейчас твой
последний релиз «Вок», где на заднем плане
говоришь, что устал, если печатно.

Да это я там просто устал (если пе-
чатно!) повторять один и тот же припев.
Так-то настроение замечательное. Меня
вообще ничего не гложет, ни за что мне
не стыдно. Замечательно живу.

Отмена монетизации на YouTube, уход Spotify
на тебя не повлияли?

На YouTube я не сказать что зарабаты-
вал. Я туда больше денег потратил, чтобы
сделать классные видео, которые у меня
никогда не отбиваются. У меня даже нет
ни одного клипа с рекламной интегра-
цией, именно моего клипа. Я их сам при-
думываю, и чаще всего туда очень сложно
что-то органично вставить.

Трек Автороетру на последнем альбоме —
разве не нативная реклама «Яндекса» с его
автопоэтом?

Вот это прикольно. Потому что на самом
деле нет. Чисто моя инициатива, я при-
колотся с их автопоэта и сделал трек.
Там элементарная нейросетка на основе
запросов в поисковике сочиняет стихи,
накладывая друг на друга рифмующиеся
конструкции. Я сидел всю ночь, читал эти
рандомные восприятия, ржал, как сатана.

Ты постоянно меняешься, как артист и как
человек: какой Boulevard Depo сейчас?

Я сейчас живу за городом. С семьей,
с женой. У меня птички поют, дятлы сту-
чат, белочки бегают. Я как в диснеевской
сказке в конце показывают, вот. Теперь
это я.

Вы прямо на постоянной основе там живете?

Да-да. Я подсуелился, приобрел дом.
Теперь живу на своей земле. Сосны веко-
вые...

Местные тебя узнают?

В первый месяц были шествия к стене
плача. Тинейджеры стояли и смотрели
в окно. А у меня ни забора, ничего нет. То
есть иногда они стояли под дверью вход-
ной. А у меня она стеклянная.

Расскажи про свою жену Юлию Чинаски! Она
была ведущей хип-хоп-радио STUDIO21, сейчас

возглавляет «Гигант-Холл», где ты давал свой
последний концерт. Как познакомились? В чем
сходитесь во взглядах, в чем расходитесь?

Мы познакомились во время моего
интервью на студии, какое-то время
общались, какое-то время не общались.
Теперь она моя жена, и это то интервью,
которое я бы не хотел, чтобы заканчива-
лось. Самое удивительное, что мы с Юлей
размышляем примерно одними катего-
риями. У нас схожие взгляды на жизнь,
на социум, на семью, на самореализацию.
И потому нам всегда интересно друг
с другом поговорить. Как на отвлеченные
темы, так и на профильные. Мы же, так
сказать, из одной индустрии, знаем одних
и тех же людей, одни и те же проекты
с разных сторон. Каких-то существенных
расхождений и нет, только на мелко-бы-
товом уровне. В стиле кому сколько часов
сна в день необходимо.

Стихи успеваешь писать?

В связи с тем, что у меня теперь
семья, я не могу стихами заниматься
круглосуточно. Обычно ночью прихожу
на кухню, достаю какой-нибудь напиток,
расчехляю телефон. На следующий день
читаю на тему, какие-то мысли записываю
в заметки. Потом перелистываю заметки,
мысль цепляется за что-то, начинаю раз-
вивать.

некоторые
вещи
доходят
через боль

Для меня было удивлением, что ты, по сути,
не музыкант, а автор текстов и исполнитель.
Какой вклад ты делаешь в создание музыки?

Если говорить о музыке, я хороший
комбинатор. Знаю, что с чем сочетать,
у меня есть определенный вкус. Когда
мне биты присылают, я их прошу ис-
править. Иногда ничего не прошу и сам
меняю. Бывает, покупаю бит, уже записал
трек, а потом шазамлю и понимаю, что
битмейкеру, пацанчику лет семнадцати,
просто понравилась мелодия, он ее «сре-
зал». Он даже не думает, что это чужая
интеллектуальная собственность, что
за это может прилететь штраф. И вот чем,
например, выгодно отличалась работа
с Лешей — мы с ним в общем-то давно зна-
комы, нам было легко найти общий язык.

Леша — это петербургский продюсер SP4K
(Супчик). Расскажи про ваш альбом-коллабо-
рацию QWERTY LANG: какие отсылки в него
заложили?

Там большой веер отсылок к истории
России, современному искусству, каким-
то звучкам. Например, гребень в «СК», мы
его ну прямо специально искали. Специ-
ально я Алешу запряг научиться на нем
играть, чтобы все было максимально
органично. Я читал, как матросы, у кото-
рых особо не было музыкальных инстру-
ментов, на гребнях этих, на расческах
наигрывали. Два притопа, три прихлопа.
Вот и музыка пошла.

Получается, что и в OLD BLOOD,
и в QWERTY LANG проявляется твой повышен-
ный интерес к России, к ее истории и культуре.

Я здесь родился, это моя родина,
я этим вдохновляюсь, мне это нравится.
И мне всегда этого не хватало, в общем-
то, в рэп-музыке. Потому что после того
как на нет сошла вся эта подъездная ро-
мантика, началась чисто западная исто-
рия. Я сам в этом участвовал, но в силу
своей молодости и неопытности что-то
я не мог тогда делать. И все равно пришел
к тому, что начал использовать еще и наш
местный фольклор, колорит.

Что ты сейчас чувствуешь, слыша свои старые
треки, и как кто-то, например, под них качается?

Я такой: «Ну прикольно». Меня не
особо заботят старые мои песни, меня
в общем-то заботят мои будущие песни.

Что сейчас готовишь?

Пишу альбом. Полноценный следу-
ющий большой альбом. В процессе,
собственно. Сейчас медленнее получает-
ся работать, потому что у меня появилось
больше ответственности. Даже какой-
то семейной, элементарной. Поэтому
медленнее продвигаюсь, но движение
неплохое. Мы вот уже с моим товарищем
Трасу Нірпор параллельно и клип снимаем
во всех своих любимых петербургских
местах. Такой прямо городской расклад.

Чем тебя держит Петербург?

Ну, я приехал сюда после школы. И вот
с этого времени до 2022 года узнаю город
с разных его сторон. Петербург — раз-
ноплановый город: тут, в общем-то, есть
всё. А еще как любитель истории с архи-
тектурой я тут в экстазе бьюсь. Считаю,
это один из лучших городов для житья.
Инфраструктура, все настроено так, что
прямо супер. Еще бы зимой со снегом
справлялись — вообще отлично.

СТИЛЬ: ДАРЬЯ ПАШИНА. СВЕТ: МАКСИМ САМСОНОВ SKYPOINT. БЛАГОДАРИМ ГРО «ПЕТЕРБУРГТАЗ» ЗА ПОМОЩЬ В ПРОВЕДЕНИИ СЪЕМКИ



Штаны Balenciaga,
бомбер Givenchy,
чокер Gucci, рубашка
Valentino

Что ты сам слушаешь? Из рэпа, например. Ну, я в последнее время слушаю на «саундклауде» всякие ремиксы лоуфайные, каких-нибудь известных рэп-исполнителей. А так даже не знаю, что последнее выходило. Не слежу за новинками, уже и следить-то не особо интересно. Все примерно понятно, предсказуемо, клише одни и те же. На них, как на рельсах, все едут и едут и едут.

Ты когда приехал в Петербург 10 лет назад, работал курьером. Можешь вспомнить, сколько это продолжалось, что это вообще был за опыт?

Помню, я возил линзы Asicue. Сто рублей за заказ. Мог, условно, быть на «Московской» и поехать в Парнас за сто рублей. Официантом успел поработать на Думской. Там недолго продержался, потому что не улыбочивый. Ну и слинял.

Когда музыка принесла первый доход?

На тот момент я работал поваром в «Мясной лавке», и как только понял, что мне хватает денег, я такой: «Ну спасибо, я пошел». И все, больше на кухню к станку не возвращался.

«Мясная лавка» появляется в твоём последнем рисованном клипе Non Grata. У него немного просмотров в сравнении с «Кашенко» или Angry Toys. Ты понимаешь, что зайдет аудитория, а что нет?

Я об этом и не думаю на самом деле. Считаю, важнее, чтобы мне заходило. Если меня все устраивает, выпускаю материал. Понравиться людям — это вопрос уже третий, никогда всем не угодишь, всегда найдутся люди, которым что-то не нравится. И делать на это ставку — себя не уважать.

Когда ты отказался от мыслей о чужом мнении? Не всегда так было, наверное?

Да в общем-то всегда. У меня вся эта история с музыкой как-то так сама органично организовалась. Я в это влился. И к тому моменту, когда пошли первые плоды этих трудов, я понял, что надо делать свой стиль, разгонять его, объяснять что как. Это круто, это не круто. Чтобы было больше понимания, что и зачем я делаю. Потому что можно стать одним из десяти ребят, которые делают примерно одинаковые вещи, а можно стать одним, и как бы всё: ты один такой. И вот я постепенно шел к тому, что я конкретно с такой подачей, с такими текстами — я один. Хорошо это или плохо, в общем-то, мне без разницы. Я считаю, это круто. Так и должно быть.

В 2018 году ты сказал нам, что тебя понял бы только Дэвид Боуи. И что вы схожи по своим амплуа. По-прежнему считаешь так?

Ассоциация с Боуи — ну она такая, достаточно шутильная тогда была. Хотя я респектую на самом деле, что он выдержал так долго эту линию. Это не каждый так может. Дэвид Боуи — он же тоже конкретно один такой. Именно

в этом его приколы, именно поэтому его запомнили.

Ты представляешь, что когда-то прекратишь писать стихи, делать рэп-музыку, снимать видеоклипы? Или в тебе вечный движок?

Все мы меняемся в ходе жизни. И даже за условных три месяца все может кардинально измениться. Сейчас, после 24 февраля, я вообще смотрю, как все поменялось. Это круто. Это такое на самом деле отрезвляющее нас событие произошло. Очень, я считаю, полезно для людей и их самоощущения, самопознания. Некоторые вещи доходят только через боль и страдания. Так уж устроен человек.



Недавно ты сообщил об уходе из запрещенной соцсети, потому что не собираешься устанавливать VPN.

Да, мне лень скачивать VPN. У меня жена с ним, рассказывает, что происходит. Меня нет в Контакте, и телеграм-канала у меня нет — ничего не читаю. Я читаю книжки.

Что из прочитанного тебя особенно зацепило?

У меня сейчас в процессе книга Александра Пыжикова по работам Владимира Стасова «Происхождение русских былин». Стасов жил в XIX веке. У них там, кстати, есть небольшая параллель с современным миром. В то время были большие трения по поводу того, как на фольклор смотрели западники и славянофилы. И появился такой дяденька Стасов, который говорил: вы не правы, и вы не правы, потому что у нас тут азиатское влияние. Он сопоставляет «Жар-птицу», например, и похожие сказки из татарской культуры, либо сибирской. Находит параллели

даже с индийскими сказками. Это все мне очень интересно.

Впечатления от прочитанного могут отразиться и на твоём звучании в новом альбоме? Так?

Да, да. Все что угодно может быть.

Какие положительные эффекты и побочки от частого прослушивания Boulevard Depo?

Тут сложно сказать, так как я субъективно к этому отношусь. Я как бы создатель всего этого. Я же не думаю о слушателях, не делаю продукт для потребителя. Хотя технически получается, что я все равно делаю для того, чтобы послушали. По идее, я должен об этом думать, но как-то у меня с этим проблема. Наверное, из положительного, может быть, у кого-то словарный запас подрастет. Из отрицательного — может быть, словарный запас не подрастет. Не знаю.

Сейчас рэп популярнее в России, чем во времена Yung Russia, когда вы работали с Pharaoh?

Сто процентов! Сейчас можно вообще ничего не делать. Достаточно просто покрасить волосы и ногти. И будешь модным рэпером. И для этого тебе не надо грызть свою нишу. Потому что мы, когда еще ездили Yung Russia, то собирали, если повезет, ну 150 человек — вау! Хотя все было круто, все было на уровне. Но тогда реакция была неоднозначная.

Сейчас я смотрю, у некоторых артистов, которым в принципе сказать нечего, все равно есть аудитория. Просто за счет того, что они делают качественную западную историю. И мне интересно посмотреть, что будет дальше. Потому что сейчас то время, когда последние миражи того, что тебя на Западе кто-то оценит, полюбит и позовет работать, вот эти вот концерты в Америках — улетело куда-то туда в космос. И люди столкну-

лись с реальностью — с тем, что их там никто не ждет.

Как ты защищаешь себя от того, чтобы уходить в копирование?

Меня сильно подлечивает информационный вакуум, который я себе периодически сам устраиваю. И у этого есть обратная сторона медали — минусы, условно говоря. Например, у меня был довольно-таки неплохо раскаченный блог, но еще за два года до февральской истории он мне поперек горла встал, не стоит у меня вообще на него. Я пользовался постольку поскольку, смотрю, количество подписчиков просто вниз пошло лютым темпом. Я думаю — с одной стороны, да, это плохо для меня, так как это промо для меня. С другой — хорошо, потому что я всего не вижу, я питаюсь своими какими-то пониманиями вещей, я их переформатирую под себя.

РЕКЛАМА

16+

21 год

ДИКО МОДНЫЙ ГЛЯНЕЦ С ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОХВАТОМ

журнал **собака**^{®RU}
свой в каждом городе

РЕГИОНОВ РОССИИ

СУММАРНЫЙ ТИРАЖ

1340000

5000000

ЧИТАТЕЛЕЙ В РОССИИ

WWW.SOBAKA.RU