



**«Зависть — сестра соревнования, следственно из хорошего роду».**

А.С. Пушкин.  
Из записных книжек (1830)

**Ф**еномен зависти имеет совершенно отвратительное прошлое. И только одна наука – экономика считает это чувство двигателем прогресса и самым мощным драйвером в потреблении модных товаров. И здесь в России нам повезло, ибо глагол «завидовать», от которого, как считается и произошло само существительное, первоначально имел значение «видеть вдаль, засмотреться», то есть никакой негативной коннотации.

Вот это самое «засмотреться» чрезвычайно успешно использовал модный бренд Gucci при продвижении своего аромата Envy (Зависть). Фотография одной из самых

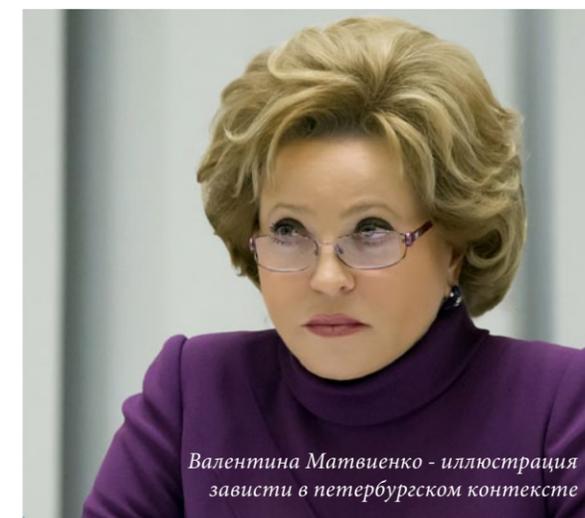


классических и очень красивых поз любовных объятий сопровождала рекламу этого парфюма. Не случайно, что предложенная брендом игра в настоящую любовь вызвала не только зависть у потенциальных потребителей, но и желание всем этим: и низменной завистью и высоким чувством в одном флаконе – обладать, что сделало Envy одним из самых продаваемых запахов на несколько сезонов.

Интеллектуализация зависти, а это один из самых действенных и приемлемых для наших современников механизмов по преодолению негативной эмоции, состоит

## ЗАВИСТЬ КАК БЛАГО МОДНОГО МИРА

*Алена Андреева – кандидат экономических наук и признанный эксперт fashion-бизнеса о том, что вы всегда хотели знать о моде, но боялись спросить...*



Валентина Матвиенко - иллюстрация зависти в петербургском контексте

в тщательном анализе предмета зависти и приводит к росту чувства субъективного контроля над ситуацией, что позволяет «разобрать по косточкам» сам предмет и автоматически снизить остроту и интенсивность негативной эмоции. Однако в процессе такого анализа человек, склонный к потреблению модных товаров, найдет множество аргументов за, а не против, чтобы избавиться от чувства зависти, и перевести предмет своих переживаний в категорию вождения, что более позитивно. Модные бренды прекрасно знают как работает этот механизм и отсюда такое внимание к визуальным деталям в рекламе одежды: вы можете пересчитать пуговицы на жакете, объективно оценить силуэт и длину платья, прикинуть идет ли вам эта цветовая гамма. Отсюда важный вывод: современная мода апеллируя к потребительской зависти, верит в то, что у нас с вами есть мозг, который сложным путем, но все-таки приведет нас к покупке. Тем более, что сегодня шопинг превратился в игру с определенными правилами, законами и рисками: потребляются не платья,

а процесс обновления платьев, вызывающий восторг и зависть окружающих, что в свою очередь приносит временное наслаждение модникам и толкает вперед на поиск новых предметов зависти, ибо все коллекции – сезонны.



Софи Лорен (Sophia Loren) и Джейн Мэнсфилд (Jayne Mansfield)

Рассуждая о зависти, как двигателе модного социума, я долго искала персону, которая смогла бы служить адекватной и позитивной иллюстрацией в петербургском контексте. Не удивляйтесь, но это – Валентина Матвиенко. В одном из своих давних интервью, бывшая градоначальница признавалась, что все годы своего существования в политике она истово боролась с имиджмейкерами, которые норовили представить ее серой мышью, наряженной в невнятные монохромные тона. Чувство протеста и собственного достоинства, интеллектуализированная зависть к модным женщинам, которые одеваются в модные цвета сезона, сделали ее по-настоящему стильной и узнаваемой на фоне унылого пиджачного ряда коллег-мужчин. Не случайно, что именно она стала объектом подражания многих деловых и политически ориентированных гранд-дам.

**Ну и моралитэ:**  
завидуйте, ибо только тогда вы сможете быть по-настоящему модными!