

С

БИБЛИОТЕКА ЖУРНАЛА "ТЕОРИЯ МОДЫ"

ТМ

ЭЛИЗАБЕТ УИЛСОН

# ОБЛАЧЕННЫЕ В МЕЧТЫ

МОДА И СОВРЕМЕННОСТЬ

ЭЛИЗАБЕТ УИЛСОН ОБЛАЧЕННЫЕ В МЕЧТЫ



НОВОЕ ЛИТЕРАТУРНОЕ ОБОЗРЕНИЕ



ELIZABETH WILSON

**Adorned  
in Dreams:  
Fashion and Modernity**

LONDON NEW YORK  
I.B.TAURIS

2010

ЭЛИЗАБЕТ УИЛСОН

# Облаченные в мечты: мода и современность

НОВОЕ  
ЛИТЕРАТУРНОЕ  
ОБОЗРЕНИЕ  
МОСКВА

2012

УДК 391:008  
ББК 71.063.2  
УЗ6

Составитель серии О. Вайнштейн  
Редактор серии Л. Алябьева

**Уилсон, Э.**

**УЗ6      **Облаченные в мечты: мода и современность** / Элизабет Уилсон; пер. с англ. Е. Демидовой, Е. Кардаш, Е. Ляминой. — М.: Новое литературное обозрение, 2012. — 288 с.: ил. (Серия «Библиотека журнала „Теория моды“»)**

**ISBN 978-5-86793-955-7**

Книга профессора Лондонского колледжа моды Элизабет Уилсон по праву считается первопроходческой среди исследований, посвященных формированию моды в западном обществе как особого культурного института и как эстетического средства для выражения идей, желаний и убеждений, циркулирующих в обществе. Отдельные главы книги посвящены истории модной индустрии, конструкциям женственности и мужественности в западной культуре, эротическим аспектам моды, моде и городской жизни, моде и массовой культуре, а также альтернативным стилям.

УДК 391:008  
ББК 71.063.2

© 2005, 2012, Elizabeth Wilson  
Published by arrangement with I.B. Tauris & Co Ltd, London  
Опубликовано по согласованию с I.B. Tauris & Co Ltd, Лондон  
Англоязычное издание книги под названием *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity* осуществлено I.B. Tauris & Co Ltd  
© Е. Демидова, Е. Кардаш, Е. Лямина, пер. с английского, 2011  
© ООО «Новое литературное обозрение», 2012  
В оформлении переплета использован фрагмент картины  
Берты Моризо «Женщина за туалетом» (ок. 1875).  
© Art Institute of Chicago





# Оглавление

От автора .....	9
Предисловие.....	11
Глава 1. Вводная .....	17
Глава 2. История моды .....	30
Глава 3. Пояснительная.....	51
Глава 4. Индустрия моды.....	69
Глава 5. Мода и эротика .....	91
Глава 6. Гендер и идентичность .....	113
Глава 7. Мода и город .....	127
Глава 8. Мода и массовая культура .....	145
Глава 9. Оппозиционные стили.....	169
Глава 10. Утопическое платье и реформа костюма .....	201
Глава 11. Мода и феминизм.....	217
Глава 12. Другие времена — другие «установки» .....	236
Примечания.....	271
Библиография .....	275
Именной указатель.....	285



## *От автора*

Новое издание этой книги я хочу начать словами благодарности сообществу ученых, занимающихся исследованием одежды. Трудно переоценить вдохновение и поддержку, которыми они щедро делились со мной в течение многих лет, прошедших после первого издания этой книги. Я также признательна Кэролайн Эванс, прочитавшей новую версию моей работы, и Филиппе Брустер, выпустившей ее в свет.



# Предисловие

Мода похожа на фотографию. Обе стоят на границе между искусством и не-искусством. И мода, и фотография создаются в индустриальных масштабах, сохраняя при этом глубинную индивидуальность. Обе балансируют на грани между настоящим и прошлым: фотография схватывает квинтэссенцию настоящего, а в моде этот момент застывает в своего рода вечной правильности — «так и только так». И, однако, нет более пронзительного свидетельства мимолетности, чем мгновения, «забальзамированные» на старых фотографиях, где мы запечатлены в одежде, которую больше не носим. Не умея остановить время, эти снимки фиксируют наше положение в истории. «Сейчас уже прошло», — писал поэт XIX века Джон Клэр. В моде такое «сейчас» — это непрестанно творимая ностальгия.

Одежда — один из самых нагруженных смыслами атрибутов материального мира, ведь она находится в теснейшем соприкосновении с человеческим телом и жизненным циклом. Одежда — это не только предметы, но и образы. Они разговаривают с нами на языке куда более сложном и тонком, чем подавляющее большинство остальных предметов, — прежде всего потому, что состоят в столь интимных отношениях с нашим телом и нашим «я». Как раз по этой причине мы говорим и о «языке» одежды, и о «психологии» одежды (границы этих терминов, впрочем, размыты).

В предлагаемой книге исследуются многогранная природа одежды, аспекты ее неоднозначности. Моя работа — в некотором смысле первопроходческая: ее первое издание появилось на раннем этапе изучения одежды и моды, которое за два последних десятилетия приобрело едва ли не массовый характер. Однако вопросы, поднятые в книге тогда, актуальны до сих пор, поскольку они очерчивают поле, на котором делаются попытки преодолеть разницу подходов, постоянно дающую себя знать в исследованиях одежды и полемике вокруг них. Эта книга связывает прошлое с настоящим еще и потому, что, подобно некоторым другим ранним работам, посвященным моде, она является «любительской» (в исходном смысле этого слова). Ее написал энтузиаст моды, возможно, даже — *модоман*, хотя и не ее жертва.

Выраженный интерес к моде и собственной внешности, который принято считать плодом тщеславия и суетности, — это, скорее, своеобразная

компенсация, итог застенчивости и неуверенности в себе: ведь модный наряд, как и сногшибательный внешний вид вообще, защищает нас от окружающего мира. Сексуальный аспект в одежде важнее всего, но не менее часто ее используют и для того, чтобы изумить, произвести впечатление, чтобы оттолкнуть — или привлечь. В самом деле, одежда, точно Протей, так изменчива, что суть ее почти невозможно ухватить. Голливудская звезда красуется на оscarовской церемонии в платье столь миниатюрном, что его почти и не видно, — а вот немецкая художница Жанна Маммен при помощи одежды растворялась в Берлине периода Веймарской республики: «Маленькая, неопределенной наружности, в старом плаще и берете на коротко остриженных волосах, с карандашом в одной руке и сигаретой — в другой... Маммен наслаждалась свободой, ведь никто не останавливался на ней взгляд» (Lütgens 1997: 91–92).

Книга «Облаченные в мечты» — столько же исследование, сколько и полемика. Корнями она уходит в то время, когда вышло в свет ее первое издание, — в 1980-е годы. В начале того десятилетия женщины носили длинные юбки и тяжеловесные пиджаки, но к 1985 году юбки взлетели до бедер, а жакеты стали плотно облепать фигуру. Тогда феминистское движение раскололось на протестующих против порнографии и тех, кто исследовал поле между «удовольствием и опасностью»<sup>1</sup>. Моя книга, таким образом, появилась в тот момент — сейчас давно ушедший, — когда еще шли жаркие феминистские дебаты, боровшиеся с мнением о том, что мода по своей природе противостоит феминизму. Ведь вообще-то, как заметила австралийская феминистка Меган Моррис, радикалки 1970-х отнюдь не игнорировали мелочи быта, но, напротив, были помешаны на них:

«Сегодня мы часто слышим о поверхностных, одержимых вопросами стиля постмодернистах, однако... в конце концов, именно мы установили безжалостную систему наблюдения за всем, из чего складывается стиль, — за одеждой, диетой, сексуальным поведением, домашними привычками, „ролевыми играми“, нижним бельем, чтением... дизайном интерьера, юмором. Эта система стала настолько всеобъемлющей, что во имя лично-политического наша повседневная жизнь была превращена в сплошное поле значений, семиозиса» (Morris 1988: 179).

Мое исследование спорило и с теорией Дженнифер Крейк о «наборе отрицаний» (Craik 1994: 176) — с тезисом о том, что мужчины существуют вне моды, с идеей «коллективного отказа», исторически связанного со спецификой мужского доминирования в промышленно развитых обществах. В итоге специалисты по костюму, в том числе и тончайший ее знаток Джеймс Лавер, долгие годы относились к моде как сфере исключительно женской.

В 1980-е годы складывается и новый тип восприятия культуры и ее артефактов. Оценочность с ее вниманием к тому, как художник-творец «производит прекрасное», уступила место интересу к скрытой травме: классовой, расовой, гендерной:

«Если в статье анализируются не столько особенности живописной техники, сколько образы женщин на картинах, а экскурсовод в художественной галерее рассказывает не о бликах на одеянии Девы Марии, но о том, как Церковь использовала религиозное искусство в борьбе с Реформацией, — можно не сомневаться, что тут дает себя знать то самое новое искусствознание» (Breward 1998: 302<sup>2</sup>).

При этом в исследованиях культуры наметился разворот к феномену публики, к тому, как разные группы и индивиды потребляют культурные артефакты. Ученых интересовало уже не пассивное восприятие того или иного объекта культуры, но активное «присвоение», а зачастую — радикальная перемена его исходного назначения. Так девушка-панк превращает бабушкин корсет в обращенное к миру жесткое высказывание. Развлечения, ранее презиравшиеся как «дамские», — чтение дешевых романов, просмотр сериалов, любовь к «женской» мелодраме в кинематографе — получают иную оценку. И в культурной, и в сексуальной сфере на первый план все более активно выдвигается «удовольствие для женщины». Таким образом, радости традиционные, бездумные — например, от чтения романа Джейн Остин «Мэнсфилд-парк» (когда читающий не помнит о том, что достаток привилегированных героев этого романа зиждется на отвратительном рабовладении) — надлежало оспаривать, тогда как удовольствие оценочного типа вдруг было поднято на щит, и публике предлагалось упиваться самыми «мусорными» формами массовой культуры.

Очевидно, что мода, находящаяся на пересечении женского и эротического, культурного и социального, играла в этом процессе решающую роль. Одним из его итогов стал лавинообразный рост исследований о моде. За прошедшие десятилетия появилось много серьезных публикаций в этой области, а самое главное — начал выходить научный журнал «Теория моды: одежда, тело, культура», детище Валери Стил (Нью-Йоркский институт моды и технологии) и Кэтрин Эрл (издательство Berg Publishers). Он и стал долгожданной платформой для публикации новых работ.

Очевидно также, что критики постмодернизма смотрели на происходящее с большим подозрением. Изучение массовой культуры легко может перейти в простую поддержку рынка, примитивный популизм, который рукоплещет любому новейшему увлечению, от реалити-шоу «Большой брат» до чайников Alessi и «Гарри Поттера» — ибо любой, кто от этого далек, может быть обвинен

в снобизме и претензиях на элитарность. Об этом убедительно писала Луэллин Негрин, напоминая, что если в условиях маскарада и театра мода и стиль могут, до известного предела, раскрепощать, то аналогичное использование одежды является значимым препятствием для эмансипации. «Необходимо критически переосмыслить само понятие „я“ как образа. Одно дело — признавать, что в эпоху постмодерна идентичность стала отождествляться со стилем подачи себя, и совсем другое — слепо принимать это на веру» (Negrin 1999: 112).

Негрин полагала, что «Облаченные в мечты» — «постмодернистский» текст, но я с этим не согласна, как и с тем, что я — «постмодернистский» автор. В этом ярлыке мне видится ирония судьбы: ведь я всегда считала, что Бетховен намного превосходит группу «Битлз» (впрочем, это, может быть, и не самое удачное сравнение). Высказывавшееся некоторыми теоретиками культуры предположение: мол, если бы Диккенс и Шекспир жили в наши дни, то они сочиняли бы сценарии для сериалов, — кажется мне поверхностным. На уровне *формы* это, может быть, и так (тут трудно сказать наверняка). Но на ином уровне это неверно: не думаю, что через триста лет наши потомки будут изучать тексты сериалов «Обитатели Ист-Энда» (East Enders) и «Даллас» — хотя бы потому, что в них нет ни красоты, ни самобытности языка и взгляда<sup>3</sup>. Я не считаю, что мода важна как составная часть постмодернистской культуры, в которой все культурные ценности относительны (это не так), что традиционная иерархия вкусов — лишь продукт снобизма и жажды выделиться. Скорее, я стою на простой и очевидной антропологической точке зрения: во всех культурах, включая западную (европейскую и североамериканскую), одежда является одним из центральных элементов.

Моя книга была воспринята как ревизионистская — постольку, поскольку она оспаривала стереотипное представление о том, что феминисткам не интересна мода, а социалисты враждебно относятся к внешней стороне жизни. Однако одобрять одежду как нечто, позволяющее почувствовать себя более уверенно, — не означает поддерживать существующую уже сотни лет систему ее производства: труд на предприятиях с крайне тяжелыми условиями работы и низкой зарплатой. В равной мере это не означает отрицания того, что современная культура во многих отношениях вульгарна и неглубока, что мода в наши дни причастна к созданию культа знаменитостей — а он, в свою очередь, если не пагубен, то уж точно бессмыслен. Когда целая страница солидной лондонской газеты Guardian (но, хотя бы не на первых полосах) отводится рассказу о том, как футболист Дэвид Бэххем перед крестинами сына Элизабет Хёрли покрасил ногти на ногах розовым лаком, возникает ощущение, что это уж чересчур. Конечно, хорошо, что знаменитый футболист-гетеросексуал, кумир миллионов молодых людей, не боится экспериментировать с женственной стороной своего «я». Но неужели репортаж о светском событии подобного

рода можно поставить в один ряд с войнами, голодом, тщеславием и глупостью политиков и преступлениями корпоративного капитализма, которые сегодня захлестывают планету?

Написанная мной для нового издания последняя глава рассматривает некоторые из этих вопросов на фоне перемен, которые произошли в моде с 1985 года, а также содержит анализ того, как эти перемены изучались. Основное предположение, из которого я исхожу, состоит в следующем: одежда (а в западных обществах одежда — это модная одежда, вечно изменчивая фантазматическая категория стилей) в социальном отношении является центральным феноменом, ключевой символической системой. Предметы одежды, прилегающие к нашим телам, многое говорят о наших душах.



У вас, может быть, всего-то-навсего полтора пенса в кармане и никаких перспектив... но, стоя на углу улицы в новой одежде, вы сколько угодно можете купаться в мечтах, воображая себя

Кларком Гейблом или Гретой Гарбо.

*Джордж Оруэлл «Дорога на Уиган-Пирс»*

Украшения... собирают сияние... личности воедино, так сказать, фокусируют его, позволяют простому факту обладания стать зримой чертой человеческого бытия. Так происходит не вопреки тому, что украшения избыточны, а благодаря их избыточности... Само это подчеркивание личности, однако, достигается при помощи ввеличностного штриха... [ибо] стиль — это всегда нечто обобщенное. Он сводит составляющие личной жизни и деятельности в форму, доступную многим и многими разделяемую.

*Георг Зиммель «Украшение»*

# Вводная

— У нас, — сказала Алиса, с трудом переводя дух, — когда долго бежишь со всех ног, непременно попадешь в другое место.

— Какая медлительная страна! — сказала Королева.

— Ну, а здесь, знаешь ли, приходится бежать со всех ног, чтобы только остаться на том же месте!..

*Льюис Кэрролл «Алиса в Зазеркалье»<sup>1</sup>*

В музеях костюма есть что-то жуткое. Застывшие в витринах старинные платья окутаны пыльной тишиной. Необходимая для сохранности вещей полутьма почти безлюдного музея, кажется, населена призраками. По этому миру мертвых с ощущением нарастающей паники передвигаются немногочисленные посетители. А вдруг платья-мощи, как содержимое египетских гробниц, принесут несчастье тому, кто к ним приближается? Смотреть на то, что столь прочно связано с прошлым, заперто в нем, едва ли безопасно. Когда мы разглядываем одежду, облежавшую тела людей, которые давным-давно сошли в могилу, нас охватывает на редкость странное чувство. Ведь одежда — столь значимая часть наших живых, подвижных «я», что, застыв на глазах у публики в музеях, этих «мавзолеях культуры», она словно бы намекает на что-то не до конца понятное, зловещее и грозное, на атрофию тел, на эфемерность всего сущего.

Эти костюмы — оцепеневшие воспоминания о повседневной жизни минувших эпох. Когда-то их можно было увидеть на шумных улицах, в переполненных театрах, на блистательных светских раутах. Сейчас, как души в чистилище, они, страдая, ждут, что все начнется снова. А может быть, они молчат и терпят, испытывая зависть и ненависть ко всему живому.

Чарльз Диккенс не сомневался, что ставшая ненужной одежда томится в своем особом чистилище. Рынок подержанной одежды на Монмут-стрит в Лондоне он именовал «кладбищем мод». Однако предметы одежды, в отличие от своих хозяев, не умирают.

«Мы любим бродить по обширным владениям этих знаменитых покойников и предаваться размышлениям, которые они навевают. На какое-нибудь порождение нашей фантазии мы примериваем то усопший сюртук, то мертвые панталоны, то бранные останки роскошного жилета и по фасону и покрою одежды стараемся вообразить прежнего ее владельца.

Мы так увлекались порою этим занятием, что сюртуки десятками соскакивали со своих вешалок и сами собой застегивались на фигурах воображаемых людей, а навстречу сюртукам десятками устремлялись панталоны; жилеты так и распирало от желания на кого-нибудь надеться; и чуть ли не пол-акра обуви разом находило ноги себе по мерке и принималось топтать по улице с таким шумом, что мы пробуждались от своих грез и медленно, с ошалелым видом, брели прочь, провожаемые удивленными взглядами добрых людей с Монмут-стрит и явно вызвав подозрения у полисмена на противоположном углу» (Dickens 1976: 106–107)<sup>2</sup>.

Почему мы испытываем такую раздвоенность? Почему нам кажется, что у одежды есть собственная жизнь? Вещи без хозяина — будь то на барахолке, в витрине музея или просто на полу (когда мужчина или женщина, собираясь заняться любовью, сбрасывают одежду) — могут вызывать неприятные эмоции, словно старая змеиная кожа. Сходным образом одна беременная женщина описывала свои чувства при виде висевшего на вешалке платьица для еще не родившейся дочки: оно казалось ей «призраком наоборот».

Отчасти одежда столь странна потому, что она связывает физическое тело с социальным бытием, общественное — с частным. Таким образом, одежда — это «область дискомфорта», ибо она заставляет нас признать, что человеческое тело есть нечто большее, чем биологическая единица. Это организм, погруженный в культуру, если угодно — культурный артефакт, границы которого размыты.

Так ли очевидны границы, пределы человеческого тела? Кончается ли «тело» кожей или в него следует включать и волосы, и ногти?.. А как быть с отходами тела?.. Нельзя пройти и мимо искусства его украшения: татуировки, шрамирование, изменение формы черепа, роспись по телу... уже было доказано, что бессмысленно (и даже ошибочно) разграничивать украшение тела и надеваемую на него одежду (Polhemus 1978: 28).

Неудивительно, что нам не по себе при виде кринолинов в музеях костюма.

Границы, которые устанавливает одежда, двусмысленны и нечетки, а значит, вызывают тревогу. В целом ряде совсем разных культур существуют системы символов и ритуалы, призванные закрепить, яснее прочертить границы — охранные зоны чистоты. Как раз на границе между одним и другим и возникает загрязнение. Многие социальные ритуалы возникли из стремления сдерживать, предотвратить осквернение, которое происходит при выплескивании чего-либо из одного места (или категории) в другое (Douglas 1966).

Если тело с его открытыми отверстиями само по себе неоднозначно и опасно, то одежда — продолжение тела, но не совсем его часть — не только соединяет тело с социальным миром, но и четче разделяет их. Одежда есть граница между «я» и «не-я».

В любом обществе тело «одето» и везде одежда и украшения играют символическую, коммуникативную и эстетическую роль. Одежда всегда «несказанно содержательна» (Carlyle 1931). Самыми ранними формами «одевания» тела были, по-видимому, его украшения: расписывание тела, орнаменты, шрамирование, татуировка, маски, а также обручи, ленты и прочее, стягивающие шею и талию. Многие из перечисленного деформировало или как-то еще меняло тело. Иными становились не только женские, но и мужские и детские тела: судя по всему, стремление выйти за телесные границы свойственно человеку как таковому.

Таким образом, одежда в целом выполняет ряд социальных, эстетических и психологических функций. Фактически она собирает их вместе и может выражать все одновременно. Это касается как современной, так и древней одежды. В одежду, какой мы ее знаем, Запад привнес моду. Модное платье — нечто качественно новое и иное — появилось в конце Средневековья, на раннем этапе торгового капитализма, когда росли европейские города.

Мода — это такая одежда, в которой главное — быстрая, непрерывная смена стилей. В каком-то смысле мода и *есть* перемена, а в современном западном обществе одежда вне моды попросту не существует. Мода задает параметры любой манеры одеваться: даже дизайн военной формы придумывали парижские портные; даже монахини укорачивали свои платья; даже бедняки редко ходят в лохмотьях — обычно на них надеты дешевые варианты того, что было модно пару лет назад, а сегодня встречается в магазинах подержанной одежды и на распродажах всякой всячины. В разных обществах одежда, конечно, все еще различается деталями. Женщины средних лет в английской провинции, на американском Среднем Западе, в Южной Италии или Финляндии не выглядят абсолютно одинаково. Еще меньше они похожи на парижских или нью-йоркских фанатиков моды. И, однако, они отличаются друг от друга не так сильно, как им кажется, ибо их манера одеваться неизбежно предопределена модой. В городках Южной Франции в маленьких «панк»-лавках подержанной одежды можно встретить и следящих за модой молодых туристов, и пожилых крестьянок, покупающих ситцевые, в цветочек, «бабушкины платья» 1940-х годов. Для молодежи это ретрошик, для женщин постарше — то, что им все еще кажется уместным и приемлемым. Однако сами эти платья — блеклая копия, а иногда и карикатура на платья, придуманные Шанель или Люсьеном Лелонгом в конце 1930-х. Они появились на свет как предметы высокой моды, а не разновидность традиционной деревенской одежды.

Даже люди, которые терпеть не могут моду, носят одежду, которая отражает их реакцию на то, что в моде. Быть немодным не значит жить в другом пространстве или по-своему расставлять в нем вехи. Даже самая неказистая одежда может в любой момент быть поднята на щит и наперекор самой себе стать последним криком моды. Гарольд Макмиллан, премьер-министр Великобритании

в конце 1950-х и начале 1960-х годов, обычно ходил в бесформенном вязаном кардигане, который был частью его имиджа невозмутимого землевладельца. Этот кардиган (его также — и, пожалуй, с еще большей отдачей — надел Рекс Харрисон, сыгравший профессора Хиггинса в фильме «Моя прекрасная леди») на один сезон стал щегольским нарядом, который «обязана» была иметь в своем гардеробе каждая молодая женщина. А поскольку сам Макмиллан носил эту вещь отчасти намеренно, как элемент реквизита для своего публичного облика, его попадание в моду оказалось своего рода «двойной» пародией.

Это один из примеров противоречивости моды с ее постоянно находящимся в движении маятником стилей. Повороты стиля — не только отрицание того, что было модно раньше; в них бывают и внутренние противоречия. Красавица XIX века могла носить жакет с отделкой из военных шнуров и тесьмы — как бы в противовес женственности своего платья; в 1960-х годах молодые женщины обнажали бедра чуть ли не до промежности, при этом «занавешивая» лица волосами с пробором посередине, будто девицы викторианских времен. Такие противоречия часто кажутся абсурдными. Постоянно меняясь, мода создает лишь одно: единообразие — возмутительное, то, что «ни в какие ворота не лезет», утихомиривается, становясь хорошими манерами тех, кто безупречен и корректен до полной утраты индивидуальности. Одеваться модно — значит одновременно выделяться из толпы и сливаться с ней, претендовать на эксклюзивность и быть как все. В исторической перспективе стили моды обнаруживают какую-то сумасшедшую относительность. В один период грудь почти обнажена, в другой даже треугольный вырез кажется дерзким. В одно время богатые носят одежду из золотой ткани, расшитую жемчугом, в другое — бежевый кашемир и серые костюмы. В одну эпоху мужчины гордо ходят в локонах, на высоких каблуках, нарумяненные, в другую им за это гарантированы статус изгоя и оскорбление действием.

И все же, несмотря на очевидную иррациональность, мода скрепляет общественную солидарность и устанавливает групповые нормы, а отклонения в одежде обычно воспринимаются как нечто шокирующее и тревожное. Мадам де Севинье, запечатлевшая в своих письмах жизнь при дворе Людовика XIV, рисует комическую сторону отнюдь не шуточного ночного пожара:

«Какие портреты мог бы написать художник, увидев нас в этом состоянии! Гито был в ночной рубашке и кое-как натянутых штанах. Мадам Гито — с голыми ногами и в одном тапочке (второй потерялся). Мадам де Вовине — в нижней юбке и без пеньюара. У всех слуг и соседей на головах были ночные колпаки. Посол, в халате и парике, держался безупречно и не уронил достоинства Его Высочества. Зато его секретарь — вот уж было на что посмотреть! Где же пресловутая грудь Геркулеса? Нам предстало нечто совсем

иное. Мы узрели ее целиком — белую, жирную и в ямочках, ибо он был без рубашки: шнурок, который удерживал ее на теле, в суматохе куда-то исчез» (Sévigné 1982: 74).

Беспорядок в одежде, впрочем, извинителен лишь при таких из ряда вон выходящих обстоятельствах. Моральный смысл одежды, которую мы носим, так прочно укоренен в нашем социальном сознании, что это отражается и в языке:

«Произнося похвалы чьей-либо одежде, трудно избежать таких слов, как „правильный“, „хороший“, „корректный“, „неприемлемый“ или „безукоризненный“, которые обычно относятся к описанию поступков. Обсуждая же чьи-нибудь недостатки, мы очень естественно переходим на язык одежды и говорим, что поведение того или иного человека — некрасивое, низкопробное, неряшливое, безобразное, жалкое, небрежное или неаккуратное» (Bel 1947: 14).

И чувство неловкости за то, что мы одеты «неподобающим образом», и неодобрение, которое мы испытываем, когда замечаем аналогичный сбой в одежде других, — все это, несомненно, связано с откровенным диалогом, который ведут между собой одежда и тело. Мы до сих пор говорим: «У нее комбинация из-под платья выглядывает» (хотя сегодня комбинацию носят все реже — по крайней мере молодые женщины — и фраза эта выходит из употребления), если имеем в виду нечто более серьезное, чем легкая небрежность в одежде, то есть демонстрацию чего-то глубоко неоднозначного и смущающего. Мы не забываем о том, что нагое тело под одеждой или раскраской не закончено, уязвимо, размыто по краям.

При этом контуры конвенциональной одежды функционируют как барьер, который мы постоянно пытаемся преодолеть, как граница, которую мы отваживаемся преступить. Это и защита, и нападение, и щит, и меч.

В XX веке этический аспект одежды в основном перестал ассоциироваться с жесткими поведенческими кодами, некогда лежавшими в его основании. И хотя моральность одежды все еще многих волнует, нормативной она уже не является. Стилистические изменения в одежде остаются общеобязательными и, на первый взгляд, иррациональными, однако мода, вырвавшись на свободу, превращается в эстетический инструмент для опытов в области вкуса, в политическое средство для выражения диссидентства, протеста и перемен в обществе. Это возможно в том числе и потому, что в XX веке мода, не утратив одержимости новым и другим, изменениями и эксклюзивностью, стала объектом массового производства.

Массовое производство модной одежды — само по себе в высшей степени противоречивое — соединяет политику моды с модой как искусством. Оно связано одновременно с эволюцией стилей, циркулирующих в «высоком» искусстве и авангарде, и с популярной культурой и ее вкусами.

Поэтому те исследователи моды, которые до сих пор способны рассуждать о ней в основном в терминах социальной психологии (прежде всего как о *форме поведения*), не видят ее истинного значения в XX веке. Тот, кто занимается психологией одежды, берет интервью, накапливая сведения о том, что чувствуют люди по отношению к своей одежде, наблюдает за тем, как одеваются в разных социальных группах. Эти факты далее интерпретируются в рамках антропологического или этнографического подхода к западной моде — как будто перед нами всего лишь одна из разновидностей «сарториального поведения», сопоставимая с аналогичным поведением в «традиционных» или «древних» обществах. Так делают довольно часто, но при этом теряется ключевое историческое измерение моды — не станем же мы обсуждать фильмы Антониони в терминах, описывающих древнегреческую трагедию, и утверждать, что в них выражает себя некий вечный «человеческий дух». Сводя моду к психологии, мы исключаем или (в лучшем случае) преуменьшаем важнейший для моды *эстетический* элемент. Изменчивые модные стили куда слабее связаны с чудами психологии, чем с эволюцией эстетических стилей в целом.

Поведенческий аспект одежды интересен, однако моя книга задумана в том числе и как альтернатива описанному выше подходу: он с неизбежностью выдвигает на первый план случайные, иррациональные и кажущиеся абсурдными аспекты одежды, особенно присущий моде эффект преувеличения. Одежда, безусловно, говорит о статусе; в ней, конечно, выдает себя бессознательное как отдельных людей, так и групп; обладает она и этической составляющей. Но моя книга исследует одежду как феномен культуры, как эстетическое средство для выражения идей, желаний и убеждений, циркулирующих в обществе. В конце концов, мода — это «форма визуального искусства, создание образов, где посредником служит визуальное „я“» (Hollander 1975). Подобно любой эстетической деятельности, моду можно понять как идеологию, функция которой — разрешить (формально, на уровне воображения) неразрешимые социальные противоречия (Jameson 1981: 79). Она и была полем, где шла борьба между секулярностью капитализма и аскетизмом иудео-христианской культуры, ибо на одном из уровней мода — это попытка превознести человеческое тело и его красоту в рамках культуры, склонной презирать и осуждать чувственное.

Ведь мода появилась там, где названное противоречие впервые яростно заявило о себе, — в городе раннекапиталистической эпохи. Мода «соединяет красоту, успех и город» (Moretti 1983: 113). Она всегда была феноменом города, затем — метрополии; сейчас она космополитична: она переплавляет все

национальные и региональные различия в дистиллированный миг прозрачной изысканности. Урбанистичность моды маскирует любую эмоцию за исключением триумфа; человек модный всегда бесстрастно-пресыщен и томен (*blasé*). При этом мода не отрицает эмоции, а просто перемещает их в сферу эстетического. Она может быть своеобразным визуальным осмыслением личных желаний и социальных стремлений. В каком-то смысле ей от природы свойственны ирония и парадоксальность: любая новая мода начинается с отрицания старого и, зачастую, жадного принятия того, что раньше считалось уродливым; так она неявно противоречит собственному мнению о том, что окончательным ответом на вопрос «как надо выглядеть» является самое последнее веяние. Но релятивизм моды не столь бессмыслен, как может показаться. Он указывает на неестественность социальных установлений, которая в городской жизни особенно бросается в глаза, на глубинную насильственность условностей и даже морали. Осмеливаясь быть уродливой, мода, по-видимому, одновременно пытается преодолеть уязвимость тела и его стыд. На это обратил внимание парижский панк-кутюрье Жан-Поль Готье, заметивший, что «люди, которые делают ошибки или одеваются плохо, и есть настоящие стилисты. Моя коллекция под названием „Правда, похоже, будто вы переели?“ возникла как раз из таких моментов — когда вы ошиблись или находитесь в замешательстве» (*Harpers and Queen*, сентябрь 1984).

В современном городе новое, другое отзывается несогласием с тем, что было раньше. Для стиля XX века этот момент диссонанса является ключевым. Конфликтная динамичность, жажда перемен и повышенная чувствительность, характерные для городских сообществ и в особенности для современного индустриального капитализма, складываются в данный тип модерности, а истерия и преувеличения, свойственные моде, отлично его выражают. Однако если раньше мода была полем, где секулярная модерность и гедонизм боролись с подавлением и подчинением, то сегодня, в нашу «постмодернистскую» эпоху, мода уже не выражает эротизм, которому не было места в доминирующей культуре, а на свой капризный лад оспаривает обязательность глянца, сексуальную броскость главенствующих стилей.

Мода пародирует себя. Возводя мимолетное в культ, она, в конечном счете, высмеивает многие этические притязания доминирующей культуры — а та, в свою очередь, осуждает моду за верхоглядство и развязность, хотя в глубине души чувствует себя оскорбленной тем, с какой легкостью мода прокалывает воздушный шарик морали. Вместе с тем моду *и в самом деле* принимают за чистую монету, отмахиваются от нее как от чего-то избитого и заурядного в попытке избежать ее колкой и подлинной серьезности, умения исподволь разоблачать лицемерие.

Посвященные моде работы, не являющиеся сугубо описательными, уже столкнулись с тем, как трудно поддается определению скользкий двойной

обман, бесконечное обращение к прошлому в зеркале значений моды. Иногда моду объясняют языком упрощенной социальной истории, иногда в терминах психологии, иногда — экономики. Опираясь на одну-единственную теорию, легко скатиться к плоским трактовкам, не приносящим удовлетворения.

Как же объяснить обоюдоострый феномен моды? Очень может быть, что она подобна всем «культурным явлениям, особенно символического или мифологического типа, [которые] любопытным образом сопротивляются попыткам заключить их в рамки какого-то одного... „значения“. Они постоянно выскакивают из коробочек, в которые их пытаются поместить рациональный анализ. Они, словно Протей, ускользают от исчерпывающего перевода в не-символические — то есть холодно однозначные, абсолютно четкие, раз и навсегда точно подобранные — термины» (Martin 1981: 28). Следовательно, если мы хотим уйти от чисто социологического понимания моды с его упрощающим нормативным морализмом, но при этом стремимся шагнуть за пределы описательно-искусствоведческого подхода, нам необходим набор разных точек зрения. Попытка взглянуть на моду одновременно через несколько пар очков — через очки эстетики, социальной теории, политики — может обернуться косоглазием, астигматизмом или расфокусировкой зрения, но сделать это все же необходимо.

Можно было бы счесть, что мода — это всего лишь нечто, являющее себя через набор разных, не связанных друг с другом дискурсов, или предположить, что она сама — один дискурс из целого дискурсивного хора постмодернистской культуры. Подобный плюрализм типичен для постмодернистской или постструктуралистской теоретической мысли (которая сегодня доминирует среди авангардной и бывшей «левой» интеллигенции). Она отрекается от любых «всеобъемлющих теорий» и «глубинных моделей», заменяя их множеством «практик, дискурсов и текстуальных игр... или множеством разных сторон и аспектов» (Jameson 1984). Это взгляд «популистский» и «демократический» — в том смысле, что ни одна практика или деятельность не считается важнее других; моральные и эстетические суждения заменены гедонистическим удовольствием от любого взятого в отдельности артефакта, перформанса или переживания. Такое предельное отчуждение лишает современную жизнь реальности, само понятие смысла испаряется из нее. Все превращается в игру, и ничто не серьезно. мода же появляется как раз для того, чтобы передать эту фрагментарность ощущений: ее одержимость внешней стороной, новизной и стилем ради стиля очень соответствует постмодернистской эстетике такого типа.

Однако мода открывает в нас бессознательный источник глубоких эмоций и, в любом случае, никак не сводится к внешней поверхности. мода, в сущности, похожа на человеческое подсознание, каким его представлял Фрейд. В нем

легко могут содержаться взаимоисключающие идеи; время там упразднено, неистовые эмоции трансформированы в конкретные образы, а конфликты, как по волшебству, разрешаются путем перевода в символическую форму.

Кроме того, в перспективе психоанализа на модную одежду западного мира можно взглянуть как на один из способов, при помощи которого «я», всегда фрагментарное, склеивается в некое подобие целостной идентичности. В модерности идентичность становится проблемой особого типа. Мода рассказывает о напряжении между толпой и индивидом, которое сопутствовало каждому этапу развития больших городов в XIX–XX веках. Индустриальный период часто и не вполне точно называют веком массового человека. Плоды модерности — фрагментация, дезориентация, картины «тоталитарных» обществ, населенных одинаковыми зомби в форменной одежде. Нашу культуру неотступно преследует страх обезличивания. И с этой точки зрения «шик» — всего лишь униформа для богатых: холодных и оцепеневших почти не-людей. Но модерность также и создает человека — по-новому, иначе, и это еще один парадокс, который ярко отражается в моде. Современный индивидуализм — утрированное и в то же время хрупкое ощущение собственного «я», болезненное, саднящее чувство.

Парадоксальным образом, наше сегодняшнее переживание индивидуальности как раны внушает всем нам столь сильный страх не выдержать автономии собственного «я». Этот страх превращает идею «массового человека» в угрозу самоуничтожения. Манера одеваться может смягчить этот страх, придав устойчивость конкретной личности. Она может разомкнуть одиночество «массового человека», связав нас с нашей социальной группой.

Таким образом, мода сущностно важна для мира модерности, зрелищ и массовых коммуникаций. Это своего рода соединительная ткань нашего культурного организма. И хотя многие воспринимают ее как обузу, как карательный, насильственный, фальшивый способ выражения индивидуальности (ведь сам его механизм — копирование других — эту индивидуальность перечеркивает), мода, оставаясь сплошным противоречием, закладывает еще один головокружительный вираж и нередко с большим успехом выражает индивидуальное.

Такую возможность создала именно современная, массово производимая мода. Изначально мода существовала в основном для богатых, однако с наступлением индустриальной эпохи массовое производство модно скроенной одежды позволило уже очень многим использовать моду как средство усовершенствования своего облика, как средство самовыражения. Другое дело, что в силу еще одного жестокого парадокса за эту возможность пришлось платить повсеместным использованием рабского, преимущественно женского, труда. Сама мода стала более демократичной — по крайней мере в том, что касается стилей, ибо разница в качестве одежды и материалов, из которых она сделана, по-прежнему значима и является, по сути, разницей между классами.

Массовая мода, становясь разновидностью эстетики для всех, зачастую не без успеха помогает людям выражать себя, определять свое «я». Свойственный моде эстетический модернизм может также использоваться для выражения групповой, а в последние годы — и контркультурной солидарности. В индустриальную эпоху инакомыслящими (в общественной и политической сфере) были разработаны особые формы одежды для выражения протеста. Сегодня социальные бунтари пользуются модой как способом сделать авангардистское заявление.

Принято считать, что модная одежда ограничивает свободу женщины, низводит ее до положения красивой безделушки или сексуальной невольницы. Однако для женщин мода — это также и один из способов самовыражения, поэтому феминизм, как и большинство других теорий, в своих напаках на моду оказался плоским и моралистичным.

Для адептов феминизма мода была и остается одним из источников беспокойства. Теория феминизма заключается в теоретизации гендерной принадлежности, а почти во всех известных обществах гендерное разделение предписывает женщине более низкий статус. В феминистской парадигме модное платье и украшение себя обычно рассматриваются как маркеры подчиненности; мода и косметика — оковы, удерживающие женщину в ее угнетенном положении. Важно, однако, сознавать, что мужчины так же вовлечены в моду и так же могут становиться ее жертвами, как и женщины; важно и то, что, считая моду лишь феминистской этической проблемой, мы недооцениваем богатство ее культурных и политических значений. Если полагать (как полагаю я), что самое важное в моде — это не то, что она угнетает женщин, то политическая подчиненность женщины оказывается неверно выбранной исходной точкой рассуждений.

Но несмотря на то что мода может приносить освобождение, она остается неоднозначной. Мода — дитя капитализма; как и сам капитализм, она двулична.

Развитие моды и смена стилей в одежде связаны с тем, что принято именовать «процессом цивилизации» в Европе. Идея цивилизации не может существовать без проекций на «примитивное», «варварское» состояние. К тому же важнейшая фаза процесса цивилизации была завершена именно в тот момент, когда *сознание* цивилизации, сознание превосходства своего пути и обусловленных им достижений в науке, технике или искусстве начало распространяться среди всех западных наций (Elias 1978: 50).

Мода — одно из воплощений этого процесса — не могла избежать свойственного ему духа элитарности. В дальнейшем капитализм стал глобальным, империалистическим и расистским. На экономическом уровне индустрия моды превратилась в важный инструмент капиталистической эксплуатации.

Глава 4 этой книги посвящена описанию экономических аспектов индустрии моды и тому, как в наши дни она эксплуатирует трудовые ресурсы развивающихся стран, в особенности труд женщин.

Однако империализм — феномен не только экономический, но и культурный, и мода, опутанная сетями массового потребления, тоже оказалась в этот процесс вовлечена. Западные стили заполнили большую часть стран так называемого третьего мира. В ряде обществ, где раньше господствовали традиционные, неизменные формы одежды, мужчины (по крайней мере публичные фигуры) теперь носят западные мужские костюмы, хотя их национальная одежда, вероятно, лучше соответствует климату и иным условиям. Женщины, судя по всему, больше склонны носить традиционное платье. Поступая так, они придают символический статус тому, что подлинно и правильно с точки зрения их культуры, — в противовес культурной колонизации и империализму. Таким образом, если мужчины, заимствуя западную одежду, символически «присоединяются» к современности, в то время как женщины продолжают следовать традиции, это свидетельствует и о другом: женщины исключаются из «нового мира», как бы уродлив он порой ни был, а значит — и из современности вообще.

С другой стороны, в социалистических странах западная мода может восприниматься одновременно как нечто притягательное и пугающее (угроза неоколониализма). Так, например, некоторое время назад молодая женщина на высоких каблуках и в узкой юбке, танцующая танго в шанхайском кафе, служила символом упадка и «духовной скверны», которую несет капитализм.

Мода может выглядеть сплошным релятивизмом, бессмысленным производством стилевых «значений». И, однако, в своей двусмысленности она логична. Мода *говорит на языке* капитализма.

Капитализм калечит, убивает, отнимает, разоряет. И он же создает колоссальное богатство и красоту — попутно поселяя в людях тоску по тому образу жизни и тем возможностям, которые навсегда останутся для них недоступными. Он производит не одни только вещи, но и мечты, и образы, а мода так же неотъемлема от мира капиталистической мечты, как и от экономики капитализма.

Поэтому мы и любим, и ненавидим моду — ровно так же, как мы любим и ненавидим сам капитализм. Некоторые злятся или отчаиваются; упорствующие одиночки получают безжалостное наслаждение. Более типичная реакция — по крайней мере на Западе, где большинство пользуется рядом преимуществ капитализма (при этом страдая от присущей ему фрустрации и эксплуатации), — если не откровенно циничская, то, во всяком случае, двойственная и ироническая. В нашей жизни одежда отражает многоуровневую неопределенность: двойственность самого капитализма, с его огромным богатством и страшной нищетой,

его способностью творить и омерзительным расточительством; двойственность нашей личности, отношений нашего «я» с телом, с одной стороны, и с миром — с другой; двойственность искусства, его целей и смысла.

Мода — один из самых доступных и гибких способов, которым мы выражаем эту многослойную неоднозначность. Мода — это модернистская ирония.

# История моды

Капризы [моды] затрагивали лишь весьма небольшое число людей... царство моды едва ли утвердилось во всей своей неукоснительности раньше 1700 года, того момента, кстати, когда слово это, обретая вторую молодость, распространилось по всему миру в своем новом значении: не отставать от современности.

Фернан Бродель «Цивилизация и капитализм.

*Структуры повседневности»<sup>1</sup>*

Большинство историков костюма сходятся во мнении, что до начала торгового капитализма и роста городов в средневековой Европе мода в нашем понимании вряд ли имела место. Впрочем, Стелла Мэри Ньютон предположила, что даже при императорском дворе в Китае и Японии должны были существовать «моды» на определенные цвета, орнаменты и иные детали, даже если покрой костюма не менялся (Newton 1976). Вероятно также, что точка зрения, согласно которой в Древней Греции и Древнем Риме одежда не была подвержена изменениям, — следствие устаревшего сейчас представления об античном мире и его культуре как о чем-то застывшем в своей гармонии. В истории костюма этот викторианский взгляд на классическую античность как на идеал, пожалуй, удерживался дольше, чем в других областях, откуда его быстро вытеснили другие, более тонкие и релятивистские подходы.

И все же между любыми формами традиционной одежды и быстро сменяющимися друг друга стилями, возникшими в Западной Европе около XIV века, вместе с бурным развитием торговли, ростом городов и все более утонченной изысканностью дворов короля и других крупных феодалов, проходит четкая граница. Этот важный сдвиг связан с развитием одежды кроеной и подгоняемой по фигуре.

На палеолитических стоянках, в слоях, относящихся ко времени примерно сорок тысяч лет назад, находят иголки с ушком, и считается, что наши отдаленные предки владели примитивным портновским искусством: они сшивали шкуры животных в подобие одежд, защищавших их от холода, — практически так же до недавних пор поступали эскимосы. Портняжное дело, таким образом, родилось очень давно, хотя портные впервые упоминаются только в одном из указов Диоклетиана (правил в 285–303 годах н.э.).

На протяжении всей античности шитая одежда была опознавательным знаком варваров — греки и римляне носили одежду драпированную. Так что одежда различалась прежде всего не по принадлежности мужчинам или женщинам (как можно было бы предположить), но по тому, кроеная она была или драпированная (Hiler 1929).

За эпоху Империи в Риме сменило друг друга множество разнообразных мод на прически, парики и косметику, однако одежда как таковая не менялась. Стелла Ньютон, впрочем, полагает, что мода на детали одежды (скажем, на расположение пояса) все же существовала, но тут следует иметь в виду, что тогда и другие вариации драпированного костюма были куда менее подвержены изменениям, чем кроеная одежда.

О чулках в Риме не слыхивали до тех пор, пока римляне не переняли их у северных племен. Происхождением эта деталь одежды похвастаться не могла, однако она хорошо согревала и поэтому стала популярна. Декрет 397 года, запрещающий ношение чулок, стал одной из первых попыток ввести ограничения на роскошь (Von Boehn 1932: 168).

Двор императора Диоклетиана славился почти восточной иерархией и роскошью:

«Начиная с эпохи Августа и до правления Диоклетиана к римским принцепсам, обращавшимся с согражданами как с хорошими знакомыми, относились с таким же — но не большим — уважением, как к сенаторам или судьям. Их основным отличием было пурпурное императорское или военное платье, тогда как на одежде сенатора имелась лишь широкая лента или полоса того же благородного цвета (у всадника она была узкой). Надменность, из которой Диоклетиан сделал политику, вдохновила этого искусного правителя на еще один шаг — ввести у себя пышное государственное великолепие по образцу персидского двора. <...> Роскошные одежды Диоклетиана и его преемников были из шелка и золота; как с негодованием замечали современники, даже обувь их была украшена наидрагоценнейшими камнями. Доступ к их священной особе с каждым днем становился сложнее: появлялись все новые ритуалы и церемонии» (Gibbon 1952: 204–205).

После того как Западная империя с центром в Риме пала под натиском варваров в 476 году, Восточная империя (Византия) с центром в Константинополе оказалась под еще большим влиянием Востока. На пике ее расцвета (VI век) строжайшая иерархия отличала двор императора Юстиниана. Император был монархом-священником, его одежда служила ему облачением.

Почти литургическая атмосфера царила при императорском дворе на протяжении нескольких столетий: «строгие церемонии, медленные шествия...

церемониальная жизнь этого двора напоминала своего рода балет» (Runciman 1975: 121).

У каждого танцовщика в ритуальном спектакле был свой костюм:

«Трибуны и викарии носят одеяние голубого и белого цветов, с короткими рукавами и золотыми лентами, и браслеты на щиколотках... [Второй] танец исполняется в соответствии с ритуалом, описанным выше... единственное отличие состоит в том, что одеяние на трибунах и викариях — зеленое с красным, с разрезом, короткими рукавами и золотыми лентами» (Ibid: 123).

К этому времени христианство стало официальной религией Римской империи. Стоит напомнить, впрочем, что первые христиане были гонимой сектой бедняков, испытавшей влияние стоической философии, далекой от искусства, и иудаизма с его запретом на идолы и скульптуры. Превыше всего они верили в то, что второе пришествие Христа близко, мирские же дела их интересовали мало.

На этом фоне византийский двор едва ли был типичным. Большинство историков костюма считают, что на основной территории Европы в период с V по XI век именно христианский аскетизм диктовал правила, согласно которым одевались мужчины и женщины. И те и другие носили свободные платья, фасоны были простыми и не менялись. Условия жизни всех сословий не поднимались в целом выше планки выживания; явных классовых различий, как и дифференциации по уровню достатка, практически не существовало. Различия в одежде между богатыми и бедными, правителями и подданными проявлялись в том, что те, кто добывал себе пропитание трудом, носили, как правило, шерсть и не носили шелк, шили платье из более грубых материалов, с меньшим количеством украшений.

Однако в XII столетии женское платье начали шнуровать по бокам и оно стало следовать линиям тела. А в XIV веке «появляется нечто такое, что можно назвать „модой“» (Laver 1969a: 62). К этому времени и короткие штаны, и чулки-шоссы не только существовали, но уже прочно вошли в обиход. Короткие штаны (англ. breeches) у дворян были обтягивающими, у остальных — более просторными; шоссы, чулки из довольно плотной ткани, иногда делались «без стопы».

На XIV век пришелся расцвет таких сложных и изысканных стилей в женской и мужской одежде, каких еще никогда не появлялось. Мужские дублеты (род камзола) были очень короткими и плотно облегли тело; длинная туника (cotehardie), которая застегивалась спереди и носилась как мужчинами, так и женщинами из высших слоев общества, также была очень облегающей. При этом верхнее платье, которое опять-таки носили и мужчины и женщины,

сделалось непомерно широким и длинным, рукава — или очень узкими, или очень широкими, кромка вырезалась затейливым узором. Шляпы и прочие головные уборы вдруг приобрели экстравагантные очертания и стали быстро и причудливо меняться, превращаясь в рога, башни, тюрбаны и фески; обувь утрированно вытянулась и заострилась на носках (Ibid.).

В XVI веке приобрели популярность книги об одежде, в которых содержались описания и изображения вариаций модного платья в разных регионах. Они, несомненно, способствовали ускорению процесса распространения моды. Но лишь в XV–XVI веках стало стыдно носить устаревшую одежду, и те, кто мог себе это позволить, переставали носить те или иные вещи просто потому, что они вышли из моды. Возникла ситуация, не менявшаяся в течение нескольких сотен лет: непривилегированные сословия тоже старались одеваться модно, но по необходимости продолжали носить одежду тех фасонов, которые давно перестали быть модными среди богатых. Это «классовое запаздывание» в моде исчезло только после Второй мировой войны.

Усиленный интерес к модной одежде в аристократических кругах, по-видимому, раньше всего проявил себя при Бургундском дворе в XIV веке, когда это герцогство находилось в центре торгового коридора, тянувшегося от Фландрии к Средиземноморью. Рост торговли был главной причиной распространения моды; она развивалась в нескольких географических центрах европейской торговли. В разные периоды здесь главенствовали разные регионы, что соответствовало динамике экономического баланса сил (Mukerji 1983: гл. 5)<sup>2</sup>. В средневековом обществе ткань, чрезвычайно дорогая, сама по себе была богатством и символизировала богатство. Так что если в описываемый период люди впервые (как кажется) стали избавляться от своего платья до того, как его снашивали, это свидетельствует о выходе на новую стадию потребления.

Одной из причин пропасти (была ли она на самом деле — другой вопрос) между гармонической стабильностью классической греко-римской одежды и причудливостью моды позднего Средневековья зачастую называют христианство и то новое отношение к человеческому телу, которое пришло вместе с ним. Нам интуитивно понятно, что греки и римляне не отвергали тело и воспевали его, и это отражалось в том, как они одевались. В искусстве во всем своем великолепии предстало обнаженное тело; если же оно было одето, то в легкие ткани, которые, прилегая, обрисовывали его контур.

Исключением была критская культура. Настенные росписи и статуэтки изображают мужчин и женщин со стянутыми, болезненно тонкими талиями. Чтобы достичь этого эффекта, они, вероятно, с детства носили металлические пояса. Высказывалось предположение, что такие формы украшения тела могли возникнуть под влиянием африканских цивилизаций: они больше напоминают искусственно вытянутые мочки ушей или шею, чем итог ношения «корсета»

(Laver 1969a). С другой стороны, «критские властители — лишь подобие иллюстраций Эрте для модных журналов, ибо фрески, на которых они изображены, были „реставрированы“ в 1930-х годах». Как и всегда, восприятие ушедших веяний моды или одежды, а равно и прошлого в целом проходит сквозь фильтр мировоззрения и того, что нас в данный момент занимает.

Несомненно все же, что христианство и в самом деле принесло с собой новое чувство вины, связанное с телом, что иудео-христианская культура наполнила сексуальность идеей греховности. И, однако, общество раннего Возрождения было противоречивым: глубинно религиозная культура начинала параллельно ориентироваться на успехи в миру, экономическую экспансию и роскошную жизнь. Таким образом, у самых своих истоков европейская мода обнаруживала напряжение между суетностью и аскетизмом, одновременно признавая вину за сексуальность и отрицая ее. Мода выставляла напоказ все грехи: гордыню — через богатство и социальный статус, тщеславие — через красоту и вожделение. Священники, философы и сатирики спешили осудить ее за это. Их обличения звали к покаянию и строгому моральному суду — но трудно не заметить, что современную моду они зачастую описывали настолько ярко и точно, что где-то в глубине души она им, похоже, нравилась.

И все же модное платье, даже демонстрируя сексуальность, скрывало ее; оно противоречивым образом привлекало внимание к телу. Некоторые его части, особенно женские ноги, должны были быть скрыты всегда, другие в одну эпоху скрывались, в другую — беззастенчиво демонстрировались. Такова мужская мода на гюльфик — едва ли не самое эксгибиционистское и весьма неожиданное явление во всей истории моды. Это «скромный» покров для гениталий, остававшихся на виду (дублеты были очень короткими), успешно концентрировал внимание на половом органе, который ему надлежало прятать. Для периода готики характерны использование косметики и господство представлений о красоте, весьма далеких от классического идеала симметрии. Фламандские живописцы славили женщин с костлявыми плечами, выступающими животами и длинными лицами — женщины брили или выщипывали волосы, чтобы добиться модной тогда яйцеобразной формы лба. (Впрочем, ключевое значение гендерная дифференциация в одежде приобрела только в XVIII веке.)

Одним из следствий роста торговли и зарождения капитализма в XIV столетии стало формирование понятия моды как череды меняющихся стилей. Ранний капитализм связан с распространением торговли, ростом городов, началом крушения иерархического общества феодальной эпохи и подъемом буржуазии. Все перечисленное повлияло на развитие моды, которая, в свою очередь, составляла неотъемлемую часть этих процессов.

Экспансия торговли отчасти была экспансией торговли тканью и шерстью, то есть производство ткани и одежды имело прямое экономическое значение.

В то же время в развитии моды ключевую роль играл подъем буржуазии, хотя по крайней мере до Великой Французской революции (1789) сфера одежды оставалась прерогативой двора и аристократии, а сословный статус продолжал во многом определять стиль одежды от XIV века и до начала индустриальной революции в последней четверти XVIII столетия, когда коренным образом изменилась природа капитализма. Однако и в названный период одежда была полем частых битв за положение в обществе и свободу.

Представители беднейших классов ходили в одежде из самых дешевых тканей: из шерстяной материи домашней выделки серо-голубого или темно-коричневого цвета, из некрашеного войлока. Люди, принадлежавшие к разным профессиям и достигшие в них разных уровней, имели одежду, которая была призвана свидетельствовать об этом. Главы средневековых цехов носили специальные ливреи или по крайней мере капюшоны. Ко времени позднего Средневековья купечество одевалось роскошно, не только перенимая моду поместного дворянства, но также заимствуя меха, шелк и ювелирные украшения, изначально бывшие отличительным знаком землевладельцев и рыцарей. Несколько позднее одежда людей ученых профессий прочно закрепила за собой признаки, отличавшие ее от обычного модного платья. В XVI веке духовенство, врачи и хирурги продолжали носить длинное средневековое верхнее платье, от которого те, кто одевался нарядно, уже отказались ради коротких плащей, камзолов и чулок. Люди, принадлежавшие к небогатым сословиям, — многие рабочие, уличные торговцы, ремесленники — носили одежду, связанную с их родом деятельности. Так, молочниц в XVIII веке узнавали по очень просторным белым передникам и «пастушьим» шляпкам; мельники, пекари и повара одевались в белое, поскольку могли легко запачкаться в муке. Не всегда ясно, носилось ли особое платье по соображениям практического характера или же для того, чтобы продавцов разных товаров (к примеру) было легче узнать. Уличные торговки XVII–XVIII веков (скажем, упомянутые выше молочницы), судя по всему, действительно носили костюмы, различавшиеся деталями, но часто рабочая одежда, видимо, была не слишком функциональна или вовсе нефункциональна. Работающее население все больше старалось следовать моде, по крайней мере спорадически. Существуют, например, свидетельства о том, что сельскохозяйственные работники в поте лица трудились под жарким солнцем, не снимая париков (Cunnington & Lucas 1967).

В доиндустриальном мире было огромное количество домашней прислуги. В Англии XVIII века она оставалась самой большой социально-экономической группой, где преобладали мужчины. В предшествующую эпоху у богатых землевладельцев могло быть свыше тысячи домашних слуг, которые нередко носили великолепные ливреи цветов герба своего хозяина. Кроме того, им, так же как ремесленникам и подмастерьям, хозяева иногда отдавали свою не-

нужную одежду — все еще модную и в хорошем состоянии, вследствие чего те получали возможность прогуливаться по улицам в пышных нарядах, возмущавших моралистов и консерваторов. Слуги, достигшие высокого положения в своей иерархии, следовали моде, хотя, пожалуй, выбирали чуть менее дорогие материалы, чем их хозяева. Впрочем, в XVI веке поговаривали, что главный повар кардинала Уолси одевается не менее роскошно, чем любой придворный. В 1725 году Даниэль Дефо сетовал, что стоит деревенской девушке найти работу в городском доме, где живут на широкую ногу, как «ее туфельки из воловьей кожи сменяются туфлями на шнурках, на высоком каблуке, вязаные чулки — тонкими чулками из камвольной ткани с шелковыми стрелками... заводятся у нее и обязательные фижмы... а вместо скромной, бедной нижней юбки из грубой полушерстяной ткани у нее теперь добротная шелковая, шириной в четыре-пять ярдов» (цит. по: Ibid.: 204).

Во многих европейских странах крестьянство продолжало одеваться в своем особом стиле. Однако и крестьяне часто тяготели к следованию моде, поэтому то, что мы сегодня называем «национальным костюмом», во многих случаях представляет собой гибридную адаптацию крестьянских фасонов, которая должна была символизировать только что — в процессе формирования национальных государств в XIX веке — возникшую национальную идентичность. Таким образом, некоторые из этих кажущихся столь аутентичными костюмов в действительности являются переписыванием истории, своего рода «портняжной ложью».

В период с XIV по XVI век вступило в силу больше законов, ограничивающих роскошь, чем когда-либо прежде. Попытки при помощи юридических мер регламентировать одежду были реакцией как на экономические, так и на социальные перемены. В это время по всем государствам и странам Западной Европы пронесся «настоящий ураган» директив, запрещающих чрезмерные траты (Von Boehn 1932).

По-видимому, причин тому было три. Законодательные акты такого типа являлись попыткой сохранить различия в социальном положении, которые выражала одежда, — с подъемом городской буржуазии они действительно стали приходить в упадок. В статичном средневековом мире «каждый костюм был, в известной мере, униформой, указывавшей на состояние и положение своего обладателя» (Cunnington & Lucas 1967). Этот старый порядок постепенно вытеснялся современным классовым обществом, в котором определяющим фактором статуса служат индивидуальный труд и создаваемые им личные состояния, подверженные изменениям, а не социальная принадлежность и иерархия, предопределенные от рождения.

Во-вторых, мотовство считалось пагубным для нравственности. Этот взгляд был связан с экономическими доктринами меркантилистов. Они наста-

ивали на эквивалентности богатства и денег и считали, что основной заботой правительства должно быть аккумулятивное накопление драгоценных металлов в максимально возможных количествах. Стремление поддерживать благоприятный торговый баланс неизбежно накладывало ограничения на ввоз других товаров, особенно предметов роскоши. Сторонники меркантилизма указывали, что лучше поощрять внутреннее производство и копить золото. Это означало, что законы, ограничивающие роскошь, использовались для того, чтобы направлять торговлю в определенное русло и развивать определенный экономический курс, который считался желательным. В Англии такие законы достигли пика в годы правления Елизаветы I (1558–1603), но Яков I отменил их вскоре после восшествия на английский престол в 1603 году. Как бы то ни было, законы эти никогда и нигде не исполнялись, пусть даже в них до мельчайших деталей прописано, что имеют право носить разные сословия, и в особенности — то, чего они не имеют права носить. К XVII веку экономисты начали понимать, что высокий уровень потребления может способствовать экономической экспансии, и накопление богатств перестало возводиться в принцип (Baldwin 1926).

Пожалуй, удивительно, но даже английские пуритане периода Республики (1649–1660) не ввели новых законов против роскоши, хотя в предыдущем веке лавинообразный рост таких законов в материковой части Европы был связан с Реформацией, а кроме того — с усилением государственной власти. Ведь, в сущности, английский пуританизм отчасти был выражением веры в личную свободу, и Джон Мильтон — столько же пуританин-либертарианец, сколько и поэт — писал, что издавать законы об одежде так же нелепо, как пытаться регламентировать музыку и танцы.

Мода — явление еще и городское, особенно развитое в городах-государствах Италии эпохи Возрождения. Историк итальянского Ренессанса Якоб Буркхардт связывал свободу городской жизни со становлением индивидуализма, а моду считал одним из способов выражения индивидуального:

«По мере того как происхождение теряло способность даровать особые привилегии, человеку приходилось извлекать максимум из своих личных качеств, а обществу — осознавать собственную ценность и находить очарование в самом себе. Хорошие манеры и высшие формы социального взаимодействия стали целями, преследуемыми вполне осознанно и артистически. <...> Даже серьезные люди... считали красивый и уместный наряд элементом совершенствования личности» (Burckhardt 1955: 223–224).

С началом индустриальной революции и господства машин (впервые за всю историю человечества) капитализм поднялся на новый уровень. Индустриальный капитализм создал в городах новые, просторные и оживленные

центры с новыми особенностями. Города всегда были местом, где человек до некоторой степени мог скрыть свое происхождение, где личные качества значили больше, чем социальное положение или достаток. Однако города эпохи Возрождения очень мало похожи на новые, огромные индустриальные преисподние, где так легко потерять себя или обрести новую индивидуальность в кипящей вокруг безликой толпе. Городской пейзаж, созданный индустриальным периодом, кажется то адским — копоть и дым из фабричных труб, скупенность людей, нищета и убожество их жизни, то волшебным — сказочные здания-грезы (Хрустальный дворец, Эйфелева башня, Эмпайр-стейт билдинг), подлинные воздушные замки промышленной буржуазии, бросают вызов земному притяжению и материи. Тихий, постоянный ритм доиндустриального образа жизни — вот что было утрачено. Все неподвижное и неизменное исчезло навсегда.

Вечно оживленные новые города должны были взаимодействовать между собой — появились новые средства быстрого передвижения и связи. Железная дорога, телефон, кино, массовые тиражи газет и журналов еще больше подхлестнули суету и стремительный ритм современной жизни. Мотор капитализма закрутил в своем водовороте всё: «Непрерывные революционные изменения в производстве, расшатывание всех социальных связей, бесконечная неопределенность и беспокойство делают [эту] эпоху непохожей на все предыдущие» (цит. по: Bergman 1983).

Пространственная структура новых крупных городов усилила ощущение мобильности и в географическом, и в социальном смысле. Колоссальное богатство и чудовищная бедность существовали здесь бок о бок, а скорость, с которой человек мог перенестись от одного к другой, попутно пройдя все промежуточные стадии, ужасала и восхищала новое поколение городских жителей, обреченных на постоянное перевозбуждение. Ницше говорил о фрагментации личности, причиной которой был «тропический темп» современности: «Современный человек никогда не может выглядеть хорошо одетым, ибо сегодня никто идеально не вписывается ни в одну социальную роль» (цит. по: Ibid.).

Это значило, что мода стала еще важнее, чем в доиндустриальную эпоху. Свойственный ей круговорот образов сам по себе оказывался разновидностью массовой коммуникации. Социальные роли множились на глазах. Уличная жизнь, теперь более жестко отделенная от жизни частной, приобрела особенное значение. Именно индустриальное общество углубило (а может быть, и создало) пропасть между публичной и частной сферами. Это коснулось и моды. О контрасте между внутренним, интимным пространством и шумными улицами говорила одежда: чем дальше, тем четче она сигнализировала, на какой территории находится человек — дома или же на виду, на людях.

Метаморфозы, ожидавшие одежду в новом, индустриальном мире XIX столетия, обозначились еще в предшествующем веке. Сценой их проявления стала Англия, где началась индустриальная революция. Землевладельческая аристократия и нетитулованное мелкопоместное дворянство к тому времени были уже, фактически, сельскими капиталистами, и именно их повседневная, рабочая одежда стала униформой XIX века. Заурядная одежда для верховой езды — спортивная, из шерстяной ткани спокойных тонов — превратилась в нормативный дневной костюм горожанина, почти полностью вытеснив парчу, кружево и бархат, некогда обязательные для модника в городе. Джеймс Лавер предположил, что это лишь одна из убедительных иллюстраций к тезису о том, что все современные виды мужской одежды произошли от одежды для спорта (Laver 1969b: 44). Не вызывает сомнения следующее: совпадение индустриальной революции с революционными политическими идеалами и романтическим мировоззрением привело к поистине тектоническому сдвигу в мужской одежде. Его называют «великим мужским отказом» (Flugel 1930), и многие историки моды считают, что мужчины с тех пор отказались от претензий на красоту, и только женщины продолжают относиться к платью как к форме демонстрации себя. За этим научным клише кроется, однако, менее однозначная реальность.

В новой мужской моде крой и то, как сидел костюм, были важнее, чем украшения, цвет и эффектность. Мужчины отошли от макияжа и фатоватой женоподобности. При этом облегчающие короткие штаны — «визитная карточка» денди 1800-х годов — были в высшей степени эротичны, как и их новая, неприкрашенная мужественность. Вариации мужской моды в течение XIX и XX веков — скажем, бороды у денди эдвардианской эпохи или идеально подогнанные пиджачные костюмы Кларка Гейбла и Кэри Гранта в 1930-е годы — представляли собой отнюдь не отказ от моды, но куда более сложный, изысканный и непрямой подход к очарованию и глянцу, чем шелка и атлас придворных в эпоху Старого порядка.

Когда в обиход вошли хлопок, ситец и муслин, изменилась и женская мода. Появились платья без огромных фижм; женщины, как и мужчины, постепенно перестали пудрить волосы и носить парики. В Париже на эти английские платья повлиял костюм классицизма, символизировавший революционные добродетели — простоту и республиканский дух. Так в женской одежде появились узнаваемые стиль ампир или стиль эпохи Регентства, и впервые за несколько столетий были сняты корсеты, а ноги — открыты обозрению (иногда, впрочем, шокирующим образом).

Однако в этот период социальная и экономическая роли мужчин и женщин начали все более ощутимо расходиться; к началу XIX века значение женщины в обществе уменьшалось, платье стало отчетливее указывать на

гендерную принадлежность, а мода уже не служила, как раньше, в придворных обществах XVII века, всего лишь бесценной рамой для женской красоты. Случилось нечто более сложное: из слияния женщины с костюмом возникла женственность. В ранневикторианский период модным считался тип хрупких, как балерины, женщин. Они разделяли волосы прямым пробором, гладко причесывали их и укладывали косу «петлей» вокруг головы, обрамляя овальное, как у итальянских мадонн, лицо. Линия плеча на их платьях, суженных в талии, бежала вниз, и весь облик говорил о кроткой покорности. Это разграничение между полами в равной степени относилось и к сфере гендера, и к эротической сфере.

Только в XVIII веке гомосексуальность стала наконец рассматриваться как константное психологическое состояние, как доминанта личности и как один из типов сексуального поведения. До того считалось, что гомосексуальные контакты греховны, однако к ним потенциально способен любой, в силу общей греховной природы «падших» людей. Теперь же на это стали смотреть не просто как на участие в порочном действии; скорее, человека однозначно причисляли к гомосексуалистам, полагая, что это постоянное свойство. Сodomию осуждали и раньше, однако, по мнению ряда исследователей, ее новое понимание как сексуальной идентичности было даже опаснее для тех, на кого ложилась тень подозрения, чем старинный взгляд на гомосексуализм как «испорченное», дурное поведение (см.: Bray 1983; Weeks 1977). Неудивительно, что возникла необходимость доказывать собственное неженородобие, призывая в свидетели одежду «маскулинного стиля». Набирающие силу сексуальные стереотипы в одежде работали как защита от новых страхов.

Господство буржуазии подразумевало триумф идеалов труда, бережливости, трезвости и воздержанности. Одетые в черное деловые люди или представители тех или иных профессий олицетворяли совсем иную этику, чем пестро одетый придворный или нарядный флорентийский купец эпохи Возрождения. Но на общественной сцене появляется и еще один тип горожанина — пролетарий, для которого современное городское платье в основном было символом его приобщения к миру моды и потребления. Дельцов и пролетариев часто рассматривают как один тип «горожанина-демократа» XX века, но одежда рабочего класса стала модным кодом лишь в 1920-е годы.

Промышленное производство повлияло и на пошив одежды, и на городскую жизнь. В области моды, как и в других отраслях искусства и ремесел, эксклюзивное и массовое производство развивались вместе.

Еще мадам де Севинье упоминала в своих письмах Лангле, модного портного при версальском дворе Людовика XIV, однако предтечей кутюрье или модельера XIX столетия обычно называют одну из портних нового типа — Розу Бертен. Даже в конце XVIII века силуэт женской одежды в целом оставался

стабильным — модность определялась выбором украшений и деталей. Роза Бертен не только придумывала платья, которые носила Мария-Антуанетта, и давала ей советы по поводу ее туалета, но и делала куколок-модниц, так называемых пандор, — статуэтки, чья одежда в миниатюре повторяла придуманные ею фасоны. Из Версаля они разъезжались ко всем европейским дворам, неся вести о новых стилях. Это изобретение вскоре было вытеснено гравюрами на стали — они печатались массовыми тиражами и сильно ускорили распространение моды.

Первым по-настоящему современным модельером был Чарльз Фредерик Ворт — англичанин, сделавший себе имя и состояние в 1850-х годах при дворе Наполеона III. Он шил платья сначала для принцессы Полины Меттерних, а затем для ее подруги, императрицы Евгении. Лишь с этого времени одежда великосветских модниц стала пониматься как творение одного модельера — ведь именно тогда возникли швейная промышленность и массовое производство моды. Следовательно, эксклюзивное, единственное в своем роде платье должно было безусловно отличаться от заурядной копии, а модельеру надлежало быть Художником.

Париж времен Второй империи (1850–1870) очень подходил для того, чтобы стать столицей моды и возвести придворного портного или безымянную швею до положения общепризнанной знаменитости. В последние годы жизни Ворт одевался в духе Рембрандта — бархатный берет, роскошный плащ и свободно повязанный галстук. Все это — опознавательные знаки художника в среде романтиков и представителей богемы. В обществе эпохи Второй империи господствовали экспансионизм и авантюризм; к признанию в нем стремились все: нувориши и аристократы, искательницы приключений и капиталисты. В таком обществе аристократия уже не являлась безусловно доминирующим сословием, и императрица Евгения не могла, подобно Марии-Антуанетте, быть единственной законодательницей мод, хотя ее покровительство и способствовало успеху Ворта. Однако верховным арбитром здесь был он, а не она. Кутюрье мог подняться выше придворных партий и конкурирующих сословий. Будучи Художником, то есть существом, причастным *вдохновению*, он мог создавать фасоны, из которых живописцы, а затем фотографы делали символ, визитную карточку эпохи.

Сходным образом, женщины, которые носили его одежду и были законодательницами мод, — это актрисы, содержанки, но никак не общественные деятели, не лидеры. В Париже середины XIX века у этих дам *полусвета, кокеток высшего разряда* не было ни имени, ни семьи, ни сословной принадлежности. Они появлялись из ниоткуда, и их успех полностью зависел от личной харизмы и яркой внешности. Поэтому они могли позволить себе носить самые возмутительные фасоны ради того, чтобы произвести сенсацию; в сущности,

рекламировать себя подобным образом даже было в их интересах. Затем, когда общество смирилось с таким платьем, его великолепие символизировало достаток мужчин, на чьем содержании находились эти женщины (Delbourg-Delphis 1981).

В этом хищном мире красота стала ключом к социальной мобильности:

«Вопрос одежды... необыкновенно важен для того, кто хочет, чтобы о нем думали, будто у него есть то, чего у него на самом деле нет, ибо зачастую это лучший способ со временем получить желаемое» (цит. по: Moers 1960).

Внешность заменила собой реальность. Каждый, кто хотел проникнуть в высшее общество, мог это сделать, если выглядел соответствующим образом.

Чрезмерно украшенные кринолины модных дам вносили свою лепту в этот нескончаемый спектакль. Эти раскачивающиеся, дрожащие колокола создавали иллюзию скромности, но были весьма от нее далеки. Они вызывающе колебались при ходьбе, а когда поднимался ветер, обнажали лодыжки, ноги и панталоны. Их в избыточном количестве украшали самые разные детали, нахватанные из прежних эпох, и в этой всеядности отражалась неразборчивость общества, в котором под завесой буржуазной морали правили бал ненасытность и животная сила молодого капитализма. Эти в высшей степени искусственные творения, как и полотна того периода, пытались, парадоксальным образом, заново изобрести природу. Дадим слово госпоже Фейе, супруге модного тогда романиста. Вот как она описывает свое платье от Ворта:

«Он остановил свой выбор на платье из сиреневого шелка, покрытом тюлевыми облаками того же оттенка, что и фон, в котором должны были утопать букетики ландышей. На розовато-лиловые облака и цветы наброшен, как дымка, белый тюль, а венчает все пояс с развевающимися концами, символизирующими вожжи Венериной колесницы» (Saunders 1954: 75).

В период с 1830-х годов до рубежа столетий платья буржуазных женщин далеко отставали от мужской одежды. Женщины не были интегрированы в жизнь большого города, к тому же их статус был значительно ниже, и они оказывались обречены на скучную повседневность буржуазного дома. В первое время своего существования мужской городской костюм заимствовал темный цвет, сдержанность и надеваемое с ним безупречно белое белье из обихода денди. Мужчины носили эту «униформу» и по вечерам, когда окружавшие их женщины появлялись во всем блеске. Такой контраст стал основой мифа о том,

что после индустриальной революции мода превратилась во всецело женское занятие. Казалось, что женщины все еще жили в прошлом веке. И, однако, изменения постепенно давали знать себя и здесь.

Сначала буржуазные женщины выходили на улицу в плащах, пряча лицо под вуалью. Женщине вообще было едва ли допустимо находиться вне дома, и уж во всяком случае ее обязательно сопровождали компаньонка (пожилая дама) или лакей. Но в большом городе были и другие женщины — работницы. Уже в 1860-х годах в Нью-Йорке женщины носили так называемый «уличный костюм Пятой авеню», прототипом которого была охотничья куртка, а несколькими годами позже — костюм «мужского типа»: «темный пиджак с укороченной юбкой того же тона и одноцветной блузкой» (Banner 1983). Redfern, английская фирма по пошиву одежды, ранее специализировавшаяся на дамских костюмах для верховой езды, в последующие десятилетия разработала аналогичную одежду для англичанок и француженок из хорошего общества. К 1900 году «новая женщина» уже могла появляться на улице одна, хотя и одетая еще весьма строго, как полагалось для выхода вонне. Она носила темную «глухую» юбку, ее шляпа и костюм напоминали мужские. Но стоило ей, поднимаясь на подножку или пересекая улицу, чуть приподнять подол, как миру приоткрывался краешек пышной, изысканной нижней юбки в оборках и складках, издававшей характерное для эпохи шуршание («фру-фру»), эротический шелест, который, если верить многочисленным свидетельствам, заставлял сердца мужчин учащенно биться.

Чтобы не отстать от современной жизни, мода набирала скорость и распространялась все шире. Устремляясь вперед в одном направлении, она и состязалась с жизнью буржуазии, до маниакальности разделенной на мелкие и крупные ячейки, и отображала ее. Были утренние платья, чайные платья, вечерние платья, платья для прогулок, для путешествий, для усадебной жизни; позднее — платья для разных видов спорта, для глубокого траура, для полутраура. Наряды были уже не зеркалом чина или иерархии, но скорее социальным маркером для времени дня, того или иного события, повода, для индивидуального состояния души и настроения. Одежда, перестав быть великолепным покровом из дорогого материала, служила индикатором социальной конформности и в то же время, как ни парадоксально, подстраивалась под вкусы и личностность своего обладателя.

Имелось и другое направление развития одежды. Исчезли прежние знаки социального положения — появилась униформа. В сущности, форма была первым типом одежды, который стал производиться массово. Ливреи слуг и домашней челяди уже были разновидностью форменного платья, но в униформе XIX века содержался новый смысл. В машинный век она стала частью все усиливающейся классификации и стандартизации жизни:

«Начиная с эпохи Французской революции, обширная сеть учета и контроля все плотнее охватывала жизнь буржуа. Одним из этапов планомерной стандартизации можно считать нумерацию домов в больших городах. В 1805 году, при Наполеоне, она стала обязательной для Парижа. В пролетарских районах эта простая полицейская мера была, разумеется, встречена сопротивлением. <...> В длительной перспективе такое сопротивление было бесполезно, оно не могло переломить тенденцию: при помощи разнообразных регистрационных средств бороться с тем, что люди в больших городах исчезали бесследно» (Benjamin 1973a: 47).

Еще одним проявлением бюрократического стремления как-то компенсировать анонимность, присущую большому городу, и была форма. Она символизировала вторжение современного государства в жизнь индивидуума. Впервые форма, логическое продолжение ливреи домашних слуг, появилась в армиях европейских государств. Офицеры британского флота стали носить форму в XVIII веке, матросы, старшины и мичманы — только в XIX. Форма чиновников, «служителей общества», видимо, началась со значков и иных эмблем их статуса — официального, внушающего доверие. Впрочем, когда подобные значки развились в полноценный костюм, униформа стала «комплектom одежды, безнадежно застрявшим в прошлом веке» (Cunnington & Lucas 1967). Первые шоферы (начало XX века), скажем, носили кожаные сапоги и бридждждопуры для верховой езды, как будто они все еще правили лошадью, а не машиной.

Частные железнодорожные компании первыми ввели униформу для своих служащих; она должна была добавлять им авторитета в глазах пассажиров. Символ официального статуса и солидности, их одежда одновременно отражала и тот факт, что эти чиновники — «слуги публики», облаченные в соответствующие своей службе «ливреи».

Форма может показаться противоположностью моде, поскольку она скорее затушевывает индивидуальность, чем подчеркивает ее. Исключение составляет военная форма, традиционно рассматриваемая как катализатор мужского начала и обаяния. В XVIII веке старшие горничные в аристократических домах носили шелк и атлас. В одном из писем Байрона 1811 года, однако, форма упомянута:

«Я только что издал указ об отмене чепцов; ни под каким предлогом не разрешено стричь волосы; корсеты дозволены, но вырез спереди не должен быть слишком глубоким; полная униформа по вечерам обязательна» (Byron 1982: 95; письмо к Фрэнсису Ходжсону от 25 сентября).

Эти меры, по-видимому, должны были ограничить увлечение женской прислуги модой. К 1890-м годам уже сложилась традиция, согласно которой служанки одевались в черное и, как и медицинские сестры, носили чепчики давно вышедшего из моды фасона. Одежда служанок и после Второй мировой войны все еще служила в Великобритании поводом для разногласий, как явствует из радиоспора между домашней прислугой и хозяевами:

*«Хозяйка:* Не понимаю, почему бы мне и не заметить: „Пожалуйста, наденьте что-нибудь темное, без рисунка“? На любой фабрике вам указывают, что носить — джинсовый полукомбинезон или белый халат. Если девушка выходит из дома, разодетая в пух и прах, а в волосах у нее понатыканы цветочки, это же не просто так, а с какой-то целью. Я хочу, чтоб с моим ребенком гуляли в парке, а не около казарм.

*Прислуга:* Нарочно держать другую женщину на заднем плане, принуждая ее одеваться в темное, — это несправедливо» (The Listener, 11 April 1946).

Но и форма подвержена разнообразным модным течениям. В годы Второй мировой войны форменные китель и юбка, разработанные для WAVES (женских частей американских военно-морских сил), соответствовали моде, чтобы привлекать внимание девушек — потенциальных новобранцев. В 1960–1970-х годах свои одеяния модернизировали даже монахини; форма стюардесс меняла фасон очень часто, но при этом всегда казалось, что она никак не может догнать моду. Даже когда цель формы — подавление сексуальности, она часто содержит дополнительный сексуальный посыл, ибо символизирует запрещенное и тех, кто налагает запреты (почему и играет значительную роль в порнографическом словаре). Форма противоречива и в том смысле, что, стремясь «притушить» индивидуальность, она порой усиливает ее.

Если форма под влиянием моды менялась, то мода XX века сама все больше и больше становилась своего рода формой. Женская мода нагнала мужскую в конце XIX столетия. И так же, как это было с мужской модой веком раньше, к современной городской жизни был приспособлен спортивный стиль. Пиджак и юбку от Redfern и популярную блузку-сорочку сумела скопировать расцветающая индустрия моды, поскольку именно в период между 1890 и 1910 годами началось по-настоящему массовое производство одежды. Поль Пуаре, первый крупный дизайнер одежды XX века, утверждал, что к 1908 году он упразднил старые корсеты с тугой шнуровкой.

Одному конкретному человеку, конечно, не под силу было свершить этот революционный сдвиг. И все же дизайнерские шаги Габриэль Шанель — так же как до нее Ворта и Пуаре — после 1910 года стали важнейшим катализатором

моды. По мнению Эдмонды Шарль-Ру, биографа Шанель, она гениальным образом сделала для женского платья то, что английские аристократы и денди сделали для мужской одежды на сотню лет раньше: приспособила спортивную одежду для повседневной жизни и успешно сыграла на «феминизации маскулинной моды» (Charles-Roux 1975).

Первыми шагами в высшем свете Шанель была обязана своему любовнику, офицеру, землевладельцу и любителю спорта. При его протекции она рассчитывала сделать карьеру как актриса, певица и звезда мюзик-холла. Она обожала прогулки верхом, и влияние костюма для верховой езды было принципиально важно в складывании *стиля Шанель*. К началу Первой мировой войны она оставила свои прежние намерения и запустила собственное портновское дело; как раз в это время она придумала первые современные модели, из бежевого трикотажа и серой фланели — тканей, которые до того использовались для мужского нижнего белья и блейзеров и были абсолютно немыслимы в женской одежде. Стилю Шанель суждено было стать парадигмой стиля всего XX столетия.

Шанель создала так называемый «бедняцкий образ» (англ. poor look): свитера, платья из джерси, «маленькие костюмы», — разрушивший саму идею моды как демонстрации. При этом ее тренкоты и маленькие черные платья могли быть сшиты из тончайшего кашемира, а «недорогая бижутерия» — на первый взгляд, неряшливо обточенные кусочки стекла — оказывалась неограниченными изумрудами и алмазами.

Это и был дух современности и футуризма, живой и подвижный. Как стиль, он всласть посмеялся над модой. Сесил Битон называл его нигилистическим и антимодным, и тут, действительно, крылось одно из величайших противоречий: готовность заплатить сколько угодно за незаметный образ. Цель этого стиля — сделать так, чтобы богатая девушка выглядела как самая простая девушка, ведь черное платье и простенький костюм были апофеозом униформы продавщицы и наряда стенографистки.

В этом стиле — его разрабатывал и Жан Пату (см.: Etherington-Smith 1983), в наши дни куда менее известный, — были одеты все героини 1920-х годов. Первая героиня Ивлина Во, Марго Бест-Четвинд, является читателю именно в таком облике:

«...огромный серебристо-серый лимузин бесшумно подрулил к стадиону. <...> Он отворил дверцу, и из машины вышел высокий молодой человек в сером костюме в обтяжку. За ним, словно первое дуновение парижской весны, выпорхнула миссис Бест-Четвинд: туфли крокодиловой кожи, шелковые чулки, шиншиллового палантин, маленькая черная шляпка с пряжкой из платины, усыпанной бриллиантами, и высокий голос,

который нередко можно слышать в отелях „Ритц“ от Нью-Йорка до Будапешта...» (Waugh 1928: 75)<sup>3</sup>.

Это был стиль международной элиты — и в то же время стиль, не принадлежащий ни одному социальному классу. По этой причине модели Шанель вскоре были усвоены массовым производством. К 1930 году Джейн Дерби с Седьмой авеню, вдохновленная моделями Шанель, уже интерпретировала их для американского массового рынка.

Схожий, но более демократичный образ современной женщины популяризировала американский дизайнер Клэр Маккарделл. Она работала с 1930-х по 1950-е годы. Так и не став создателем знаменитого модного дома, она тем не менее оказалась одним из самых влиятельных модельеров XX века: именно она придумала колготки, туфли на плоской подошве, создавала легкие удобные модели — зачастую на несколько лет раньше, чем они входили во всеобщее употребление. Для нее 1920-е годы были временем, когда образ современной женщины победил и утвердился.

«Ведь именно тогда произошли большие перемены. Об этом писали в романах того времени. В „И восходит солнце“ Эрнест Хемингуэй говорит о леди Бретт: „...в закрытом джемпере, суконной юбке, остриженная под мальчишку, она была необыкновенно хороша. С этого все и началось...“<sup>4</sup>. Интересно замечание по поводу того, где именно у Бретт был такой вид, с которого „все и началось“. Свежим ветреным днем в яхт-клубе? Нет. На площадке для игры в гольф? Нет. За городом? Ничего подобного. В тот самый момент, когда рассказчик ее описывает, она сидит в парижском баре» (Lee 1975: 218).

Снова перед нами миграция спортивной одежды в город. Однако стремительная гибкая женщина 1920-х годов была пронизана романтикой.

Существовавший в действительности и при этом архетипический образ всех женщин эпохи модернизма воплотила в себе Нэнси Кунард. Одаренная и при этом ошеломительно красивая, она настолько совпадала с духом эпохи, что не могла не *быть* ей. Она была слишком созвучна своему времени, чтобы превращать его в искусство: это деформировало ее творческий потенциал. Эту ультрасовременную женщину, запечатленную в известнейших романах того времени — у Олдоса Хаксли, Ивлина Во, а более всего — в романе Майкла Арлена «Зеленая шляпа», окружала аура трагизма. Героиня «Зеленой шляпы» Айрис Сторм обречена: у нее «тело язычницы и взгляды провинциалки». За мальчишеской стрижкой, кожаной спортивной курткой, ярко накрашенным лицом прячется внутренняя хрупкость. Айрис лихо водит спортивную машину

Hispano-Suiza — но ей и суждено стать орудием самоубийства молодой женщины. Она была из тех, о ком Ивлин Во сказал: «Последние из... утонченных, обреченные и убийственные, с угасающими голосами... призраки романтики, прошедшие между двумя войнами» (цит. по: Chisholm 1981).

В 1930-х годах мода стала возвращаться к романтизму, хотя использование сюрреалистических мотивов Эльзой Скиапарелли (шляпы в форме туфель и свитера-«обманки») и предвосхитило модернистские вопросы, которые мода задаст сама себе. Мейнбохер, американский дизайнер, работавший в Париже (самой знаменитой его клиенткой была миссис Уоллис Симпсон: сшитое им платье она надела в день свадьбы с Эдуардом VIII после его отречения от престола), в сущности, еще до начала войны создал основы стиля ню-лук. Впрочем, волею судеб ню-лук был провозглашен лишь в 1947 году другим парижским дизайнером, Кристианом Диором. В суровый послевоенный мир Диор выплеснул полномасштабную ностальгию по романтизму — однако британский *Vogue* уже в январе 1940 года писал: «В августе мы все приготовились затягиваться, чтобы не отстать от нового „осинового“ силуэта. <...> Мы даже мысленно возвращались к довоенным контурам: широкие бедра, узкий крой».

Во время Второй мировой войны *Vogue*, разумеется, был заполнен образами женщин, одетых благоразумно, и зачастую — в униформе. Но и на этом фоне, бывало, вспыхивали различия между полами:

«Отважные встречаются с прекрасными. Марс и Венера, он — в форме, она — в сиянии красоты. <...> Дни увольнений — красные дни календаря, мимолетные мгновения счастья, слишком короткие для экспериментов и ошибок. Но что надеть, как себя вести, кем быть? Марс хочет, чтобы его Венера была дерзкой? Нежной? Серьезной? Веселой? Какой угодно, но женственной. <...> Сейчас, больше, чем когда-либо еще, красота — это ваш долг» (*Vogue* 1941).

Существовал, как видим, целый культ шикарной и притягательной мужской формы, с которым трогательно контрастировали легкомысленные женские шляпки с цветами и вуалями (шляпки никогда не попадали в разряд товаров, распределяемых по карточкам) и ценимые на вес золота шелковые чулки.

Во время войны некоторые парижские модельеры закрыли свои ателье. Шанель провела эти годы, отсидевшись в отеле «Ритц» в компании немецкого офицера. Высказывалось мнение, что те кутюрье, которые во время нацистской оккупации не прекратили работать и тем самым предотвратили вывоз всей парижской модной индустрии в Берлин, оказали Франции услугу. Однако

Джеймс Лавер в сентябре 1944 года заявил в британском *Vogue*, что парижская мода в годы войны — это «мода коллаборационистов и немцев». Одежда была приталенной, вычурной, экстравагантной и подчеркнута женственной, следовала романтическим тенденциям и предвосхищала нью-лук. Лавер надеялся, что после войны женщины откажутся от этой реакционной моды. Этого не случилось, хотя и возникла оппозиция такой моде (она описана в главе 10 моей книги). Развившись в условиях нацистской оккупации, послевоенный романтизм в моде оказался чем-то значительно бóльшим, чем просто реакционный, ностальгический, обращенный в прошлое взгляд на вещи. Романтические стили, расцветшие в нацистский период, стали смысловым стержнем поздних 1940-х — времени, которое, по идее, было посвящено окончательному изгнанию последних призраков фашизма.

В модной фотографии конца 1940-х годов можно почувствовать это романтическое, немного болезненное настроение: образы женщин в пышных, как облака, тюлевых платьях парят на фоне замков, пейзажных парков — или же трущоб, унылых зданий со следами от бомбежек. Иные фотографии запечатлели необыкновенно элегантных женщин в черном и облегающем, вышагивающих, как журавли, по улице, вдоль фасада городского дома. И хотя нью-лук претендовал на подчеркнутую женственность, в нем была какая-то странная маскулинность. Модели были гренадерского роста, а их городские костюмы напоминали одежду переодетых в штатское гвардейцев или бизнесменов из Сити, которые при ходьбе опираются на длинный зонтик. Они носили высокие-превысокие каблуки, узкие длинные юбки с перехватом ниже колен, сильно подчеркивающие бедра, с развевающимися вставками внизу. Юбки чем-то напоминали готические здания, а жесткие шляпы были похожи на котелки деловых людей.

Затем этот угловатый стиль, разрабатывавшийся фотографом Хорстом, уступил дорогу более новому и молодому идеалу. В 1953 году британский *Vogue* опубликовал фотографию Энтони Армстронг-Джонса. На ней модель, наклонившись вперед, через стол, чтобы обнять подругу, случайно задевает и опрокидывает поднос с винными бокалами. Впоследствии Армстронг-Джонс обратился к стилям «скрытой камеры» или семейного альбома. Он словно бы застигал своих моделей врасплох: они переворачивались в лодках, спали — а между тем начинался прилив. В фотографиях Ирвинга Пенна, другого фотографа этого времени, появилась грубоватая раскованность. Образ Одри Хепбёрн, балетный и мальчишеский, становился альтернативой ледяной искусственности парижской высокой моды.

В последующие тридцать лет философии Шанель было суждено торжествовать над философией Диора. Ее творчество, как мы увидим, легло в основу дальнейшего развития модернистского стиля, который будет рассмотрен в главе 7.

Я очертила историю моды кратко, в импрессионистической манере, желая скорее обозначить тенденции, чем выстроить точную хронологию. Толика историзма, однако, может быть полезна, когда мы обращаемся к изучению теорий моды. Некоторые из них, пытаясь объяснить *перемену*, которой и является мода, на самом деле ищут универсальные объяснения, основанные на *неизменных* человеческих качествах, либо, того хуже, сводят историю к примитивному экономизму или упрощенному символизму.

# Пояснительная

Логика различения отбрасывает прочь все формальные различия. Она совпадает с первичным процессом и работой воображения: она не связана принципами идентичности и непротиворечивости. Эта глубоко укорененная логика сродни логике моды. Мода — один из самых противоречивых феноменов: ее стремление обновлять знаки, ее, на первый взгляд, деспотическое и постоянное производство смысла — нечто вроде смыслового драйва — и логическая таинственность ее цикла — все это на самом деле имеет ближайшее отношение к сути дела.

*Жан Бодрийяр «К критике политической экономики знака»*

На моду постоянно клеветают, ее чернят и поносят, и потому серьезное исследование моды вынуждено все время подыскивать себе оправдания. Каждый, кто берется за перо, чтобы писать о моде, будь то журналист или искусствовед, сызнова подчеркивает ее значимость и как культурного барометра, и как выразительной формы искусства. Мы то и дело читаем, что украшение тела возникло раньше, чем все остальные формы украшения, что одежда передает настроение каждой из следующих друг за другом эпох, что действия, которые мы производим со своими телами, отражают *Zeitgeist*, дух эпохи. При этом отношения, на самом деле существующие между социальными изменениями и стилями одежды, истолковываются поверхностно, при помощи одних и тех же клише. Эмансипация 1920-х годов становится непреходящим символом той революции в манерах и нравственности, которая произошла после Первой мировой войны; нью-лук символизирует возвращение женщины в лоно дома после Второй мировой войны (чего, вообще-то, не произошло); исчезновение из обихода шляп знаменует приход демократии. Такого рода утверждения слишком очевидны, чтобы быть справедливыми, а история, которую они искажают, куда сложнее.

Серьезные исследования моды традиционно являлись одной из ветвей искусствоведения и использовали его метод — пристальное внимание к деталям. Как и в области живописи, мебели или керамики, основная задача таких штудий состояла в точной датировке одежды, в прояснении вопроса

об «авторстве», в понимании реального процесса изготовления той или иной одежды. Все это — актуальные точки приложения научной деятельности<sup>1</sup>. При этом история моды слишком часто замыкалась в рамках консервативной идеологии искусствоведения как целого.

Середина XX столетия оказалась продуктивным временем для изучения моды. Дорис Лэнгли Мур, одна из немногих женщин, в ту пору известных своими работами в этой сфере, замечала, что субъектом моды были женщины, а вот писали о ней почти исключительно мужчины<sup>2</sup>. Они разделяли господствующий консервативный взгляд на женщин, что порождало специфический тон: то скромный до жеманства, то удивленно-покровительственный, то откровенно оскорбительный — по сути же глубоко несерьезный. Выглядело это так, словно уверенность автора (которую он зачастую прямо декларировал) в безусловной важности того, о чем он пишет, опровергалась идущим изнутри убеждением: женщины — существа, принадлежащие к некоей низшей, гонимой касте. Поскольку мода ассоциировалась со всем женским вообще, эти авторы рассуждали о ней так, как они стали бы рассуждать о женщинах. Скажем, Сесил Уиллет Каннингтон, из-под пера которого вышел ряд сочинений об одежде, пополнил серию «Удовольствия жизни» (*Pleasures of Life*) опусом «Женщины» (см.: Cunnington 1950). При том что ранее в той же самой серии вышли книги с заглавиями «Крикет», «Мой сад» и т.д.!

Искусствоведение, со своей стороны, тоже стремилось поддерживать элитарный водораздел между высоким и популярным искусством. В таком восприятии мода — это прежде всего от-кутюр, а распад этой традиции, низведение Кутюрье с пьедестала Художника и подъем массового производства одежды означают ни больше ни меньше как конец «настоящей» моды. В моду отныне погружены все мы, и никому (ибо считается, что единообразие одежды — опознавательный знак и буржуазной демократии, и социализма) не дано быть «серой безликостью», наводящей ужас на всех, кто пишет о моде. Понятно, что Сесил Каннингтон вздыхал о гламуре эдвардианской эпохи — кружевах и шифоне, об очаровании турнюров и кринолинов, сожалея, что

«для современной женщины костюм перестал быть достаточным средством выражения идеалов. <...>

XX век рвется вперед, к исполнению своего предназначения, и вполне естественно, что при этом он отбрасывает не удовлетворяющие его формы искусства. Таков Прогресс, и часть цены, которую мы за него платим, — это Закат и Падение Искусства Костюма» (Cunnington 1941: 260–261).

Однако Квентин Белл пришел к тем же выводам, опираясь на диаметрально противоположную точку зрения: если недостаток будет у всех, то

«классовые различия будут постепенно размываться снизу, а материальные каноны вкуса — терять свое значение; тогда одежду станут создавать для того, чтобы она соответствовала всем потребностям отдельного человека, и единообразие, для моды весьма существенное, исчезнет» (Bell 1947: 128).

Исследователи моды, столкнувшись с тем, что она очевидным образом *иррациональна*, старались объяснить это в терминах функциональности. По их мнению, самые причудливые поветрия и стили должны нести какую-то функцию; у такого рода нелепостей должно быть какое-то рациональное объяснение — его только нужно найти. Но тут возникает дилемма: как иррациональное может обладать функцией?

Эта линия размышлений, видимо, базируется на следующем допущении: если следование моде — столько же занятие, имеющее прямое отношение к телу, сколько и вид искусства, то оно должно быть прямо связано и с биологическими «потребностями» человека. Далее: поскольку люди, нося одежду, часто испытывают дискомфорт и даже причиняют себе боль, возникает тенденция объяснять подобное «иррациональное» поведение через термины из других областей: экономики, психологии, социологии. Мы ждем, что всякий предмет одежды будет *оправдывать* свой крой и стиль при помощи моральных и интеллектуальных критериев, которые к художественным формам обычно не прилагаются. Скажем, у всех нас могут быть свои архитектурные предпочтения, но в большинстве своем мы принимаем плюрализм стилей и способны оценить и скупые линии Баухауса, и пышность рококо. Когда же дело доходит до моды, толерантность нам изменяет.

Поскольку истоки и взлет моды тесно связаны с развитием торгового капитализма, немалой популярностью пользовались и экономические объяснения феномена моды. Легко согласиться, что функция моды возникла из потребности капитализма в непрерывной экспансии, в свою очередь, стимулировавшей потребление. Опуская детали, можно сказать, что, согласно этой точке зрения, изменения в моде навязываются нам, в особенности женщинам, вследствие некоего тайного сговора, цель которого — убедить нас покупать куда больше, чем нам нужно. Без приобретательской лихорадки капитализм погиб бы. (По замечанию Дорис Лэнгли Мур (Moore 1949), применительно к индустрии моды это просто-напросто неверно, так как производство одежды для мужчин, где мода меняется медленнее, отличается значительно большей стабильностью, чем неустойчивый рынок женской моды, где приходится идти на неоправданные риски, ведь никогда нельзя сказать заранее, какая мода закрепится, а какая — быстро выдохнется.)

Подобный ход мыслей основывается на вере в то, что у людей есть неизменные и легко определяемые потребности. Однако попытки их выявить и классифицировать успехом не увенчались; на самом деле, даже такие биологические потребности, как потребность в пище и тепле, имеют социальную структуру, и в разных обществах она разная. Понятие «потребности» не помогает нам понять моду.

Еще один (связанный с предыдущим) взгляд объясняет моду в терминах борьбы за статус, идущей в капиталистических обществах. В них костюм стал ареной непрерывной социальной битвы индивидуумов за восхождение — исключительно при помощи личных достижений и бессердечности. Старые жесткие границы феодальной жизни исчезли, и теперь каждый свободен копировать вышестоящих. Увы, стоит любой моде просочиться сверху в середину, к буржуазии, или еще ниже, как аристократия с отвращением ее оставляет и переходит к чему-то новому. И это новое, в свою очередь, копируется. Согласно этой концепции, мода — это бесконечная спираль ускорения.

Наиболее изощренная версия такого подхода изложена в труде Торстейна Веблена «Теория праздного класса». Веблен писал, что мода — один из аспектов показной праздности, показного достатка и показного расточительства. Их ученый считал характеристиками приобретательского общества, в котором именно богатство (и лишь во вторую очередь — происхождение или личные способности) сообщает престиж тому, кто им обладает. Вслед за Фридрихом Энгельсом Веблен отмечал, что в среде буржуазии женщины, без сомнения, являются собственностью мужчин:

«...в ходе экономического развития обязанностью женщины стало потреблять подставным образом за главу семейства, и ее одеяние подчиняется этой цели. В результате явно производительный труд стал в особой степени унизителен для почтенной женщины, и поэтому при моделировании женской одежды должны прилагаться особые старания создать у зрителя впечатление (часто, нужно признать, ложное), что носящая данную одежду не занимается и не может привычным для нее образом заниматься полезной работой. <...> Сфера женщины — хлопоты по дому, который она должна „делать красивым“, сама являясь его „главным украшением“. <...> Наша социальная система, в силу того что она происходит от патриархального уклада прошлого, отводит женщине особую роль — демонстрировать платежеспособность ее семьи. <...>

...высокий каблук, юбка, не годная к употреблению шляпка, корсет и общее неудобство носящей такую одежду, которое служит явной особенностью одеяния всех культурных женщин, и дают столь многочисленные доказательства того, что по принципам современного цивилизованного

общества женщина в теории все еще находится в экономической зависимости у мужчин, — того, что она, возможно в теоретическом смысле, все еще является рабой мужчины» (Veblen 1957: 179–182)<sup>3</sup>.

По мысли Веблена, показное расточительство как раз и стимулирует изменения в моде; кроме того, он верил в «прирожденный вкус» (нечто вроде базисного хорошего вкуса), которому отвратительна показная расточительность. Отвращение это возникает потому, замечал Веблен, что в силу некоего «психологического закона» всем нам «гнусно бесцельное скольжение по поверхности» (для ученого стилистические причуды моды, безусловно, являлись образчиком такого скольжения). Изменения в моде он трактовал как неустанное стремление вырваться из безобразия навязываемых, иррациональных стилей, которые каждый из нас инстинктивно воспринимает как безобразные. Таким образом, с точки зрения Веблена, движущей силой моды является желание (изначально фрустрированное) избежать тирании иррациональных перемен и бесконечно безобразия.

Исследователи моды никогда, в сущности, не оспаривали концепцию Веблена, и она не потеряла влияния и по сей день. Однако эта теория не объясняет формы, в которых выражаются перемены в моде. Почему на смену кринолинам пришли турнюры, а рукаву «баранья нога» — покатые плечи? Культуролог-марксист Теодор Адорно продемонстрировал глубинную противоречивость мышления Веблена, отметив, что для него

«прогресс на самом деле означает адаптацию определенных форм сознания и... экономического потребления к формам промышленно-технологическим. Средство такого приспособления — наука. Веблен понимает ее как универсальное приложение принципа причинности, противопоставленного остаточному [магическому мышлению]. Причинное мышление для него знаменует триумф объективных, квантитативных отношений, которые следуют схеме промышленного производства, над концепциями персоналистическими, антропоморфными» (Adorno 1967: 77).

Иными словами, Веблен, согласно наблюдениям Адорно, не избежал характерной для XIX века одержимости естественными науками. В идеальном мире Веблена не нашлось места иррациональному или неутилитарному; это было царство реальности. Рассуждая логически, удовольствие тоже надлежит признать бесцельным и поверхностным, поскольку оно не связано с научным прогрессом. Такова мера вещей в утилитаристском, точном, как часовой механизм, универсуме Веблена. Неудивительно, что он терпеть не мог моду и спорт как организованный вид деятельности. В силу таких воззрений он

с неизбежностью сводил всю культуру к кичу, а досуг считал абсурдным по сути. Эта утилитаристская концепция фатальным образом оставила свой отпечаток на движении за реформу одежды<sup>4</sup>.

Поразительно, сколь живучими оказались теории Веблена. Мало того что они безраздельно господствовали в дискуссиях об одежде, которые велись различными исследователями истории моды. Они повлияли и на сравнительно недавние, «радикальные» выпады против «потребительской культуры». Скажем, в США современную культуру (и в том числе моду) осудили Кристофер Лаш (Lasch 1979), Стюарт и Элизабет Юэн (Ewen & Ewen 1982), а во Франции концепцию Веблена открыто использовал Жан Бодрийяр для атаки на консюмеризм. Следуя за Вебленом, он отрицает моду, ибо она уродлива:

«Подлинно красивая, решительно красивая одежда положила бы конец моде. <...> Опираясь на радикальное отрицание красоты, сводя красоту к логическому эквиваленту безобразия, мода непрерывно фабрикует „красивое“. Она способна навязывать самые эксцентрические, нефункциональные, смехотворные штрихи, выдавая их за неповторимые, уникальные» (Baudrillard 1981: 79) —

и рассматривает ее как особенно губительную форму консюмеризма, поскольку она

«воплощает компромисс между потребностью изобретать новое и другой потребностью — ничего не менять в фундаментальных основах бытия. Вот это и является характеристикой „современных“ обществ. Так мода выливается в игру обмена — старое и новое не связаны с противоречивыми нуждами: они представляют собой „циклическую“ парадигму моды» (Ibid: 51, прим.).

Описанный подход отличается крайней упрощенностью и детерминизмом. По этой причине он игнорирует как противоречия, так и удовольствие. Концепция Бодрийяра, в сущности, есть извод нигилизма. За нападками на консюмеризм стоит видение нашего мира как сплошной сети подавления; никакой автономии ни у кого из нас нет — мы рабы железной системы, и выхода не существует. Все наши удовольствия, согласно такому представлению, оказываются наркотическими средствами репрессивного общества. По логике Бодрийяра, опера, поп-музыка, триллеры и великие «шедевры» литературы должны быть отвергнуты так же, как мода.

Особенно удивляет в этой концепции то, что Бодрийяр, подчеркивая свои глубинные разногласия с марксизмом, выступает с очерченной выше критикой

капитализма — всецело марксистской. Более того, он утверждает, что существует некоторый неоспоримый стандарт «подлинной» красоты, — в другом месте отрицая саму идею подобных рационалистических стандартов, и, по видимому, считает, что желание, которое, в конце концов, и создает «красоту», в некотором смысле является неизбежно противоречивым и фрагментированным, а значит, артефакты будут отражать эту амбивалентность. Откуда же тогда берется понятие «подлинной красоты»?

Один из экономических подходов к моде трактует ее с точки зрения технологического прогресса. Несомненно, что без изобретения, скажем, швейной машины (Зингер запатентовал ее в 1851 году) массовое производство моды никогда бы не началось. Однако этим не объяснить весь парад стилей, сменившихся за последние полтора столетия.

При более тонком экономическом подходе в поле зрения ученых попадают и культурные последствия распространения торговли и роста экономики Западной Европы. По замечанию Чандры Мукерджи, уже в начале Нового времени в Европе господствовала «гедонистическая культура массового потребления». Эта гипотеза расходится с общепринятой концепцией, разработанной социологом Максом Вебером (и популяризированной в Англии Р.Г. Тоуни): «протестантская этика», «топливо» капиталистической экспансии, была этикой «аскетической рациональности»; первые капиталисты, скупердья «анального» типа, копили, а не тратили деньги; современный консюмеризм возник только с приходом промышленного капитализма и особенно распространился в наше время. Ч. Мукерджи подчеркивает, что даже английские пуритане носили дорогую, изысканную одежду, на которую оказывали влияние мрачный, но модный голландский стиль, а не одни религиозные воззрения (Mukerji 1983: 2, 188).

На упрощенные экономические толкования повлияла антропологическая примитивизация, характерная для XIX века. Когда господствовал библейский взгляд на сотворение мира, ношение одежды не только оказывалось признаком тщеславия, но и, парадоксальным образом, отражало признание человеком собственного грехопадения. Как бы далеки фиговые листики Адама и Евы ни были от особенностей одежды Викторианской эпохи, и о том и о другом можно было сказать, что женщины и мужчины носят одежду по соображениям стыдливости, чтобы спрятать свою наготу и половые органы, которые напоминают об их животной природе.

Когда неоспоримость Книги Бытия была оспорена, этот наивный подход разлетелся вдребезги. Кроме того, исследования первых европейских антропологов, открытие «затерянных миров» и «примитивных» обществ привели к тому, что приоритет европейской культуры в целом и европейской одежды в частности был поставлен под сомнение. Это был постепенный, но весьма

радикальный процесс. Антропология развеяла уверенность в том, что одежда — это «потребность», ибо она защищает от жары или холода.

Уже в 1831 году Томас Карлейль писал:

«Первая цель Одежд... состояла не в тепле и не в сохранении целомудрия, но в Украшении... Дикарям требовались одежды, чтобы украшать себя. Помимо этого, мы видим, что у диких народов татуировки и роспись по телу еще важнее, чем одежда. Первый духовный запрос человека-варвара — это Украшение себя. Это и поныне так в варварских классах цивилизованных стран» (Carlyle 1931: 48).

В дальнейшем эта точка зрения получила подтверждение в наблюдениях Чарльза Дарвина над жителями Огненной Земли. Это один из самых суровых регионов мира, однако у народа, обычаи которого описывает Дарвин, одежды было совсем мало:

«...мужчины носят обыкновенно выдровую шкуру или какой-нибудь маленький лоскуток, примерно с носовой платок, едва достаточный, чтобы прикрыть спину до поясницы. Эта накидка стягивается на груди тесемками и, смотря по тому, откуда дует ветер, передвигается из стороны в сторону. Но те огнеземельцы, которых мы встретили в челноке, были совсем нагие, и даже одна взрослая женщина была совершенно в таком же виде. Шел сильный дождь, и по телу ее струилась дождевая вода вместе с морскими брызгами».

Ниже Дарвин добавляет:

«Мы были плотно одеты, и, хотя сидели близко к огню, все-таки нам было далеко не тепло; а между тем эти голые дикари, сидевшие поодаль, к нашему изумлению, видимо, обливались потом от жары» (Darwin 1959: 202–203, 210).

Когда огнеземельцам дали куски материи, достаточно большие, чтобы в них мог завернуться человек, они разорвали их и раздали клочки всем в племени, чтобы каждый носил их как украшение. Дарвин, сочинение которого отмечено присутствием его эпохе расизмом, не скрывает своего презрения к «дикарям»: для него такое поведение — лишнее доказательство их идиотизма. На самом же деле отсюда следует, что одежда имеет очень мало общего с «потребностью» в защите от климата.

Столь же мало общего она имеет и со стыдливостью. Хавелок Эллис, один из первых сексологов, писал: «Многие племена ходят совершенно голыми, но у них высоко развито чувство стыдливости» (цит. по: Laver 1969b: 9).

Растущее в XX веке значение антропологии с ее, как правило, империалистическими исходными посылками повлияло и на западную моду, и на ее восприятие. С одной стороны, модельеры беззастенчиво заимствовали из «примитивных» обществ экзотические предметы и артефакты, чтобы придать новый оттенок одежде эпохи джаза, скрестив «примитивизм» негритянской музыки с африканскими орнаментами и кроем. (Нэнси Кунард всегда носила на запястьях множество браслетов из слоновой кости.) С другой стороны, разнообразие манер одеваться, открытых учеными в отдаленных регионах, демонстрировало всю относительность западной моды. Этому находился другой тип консервативного объяснения. Причудливые вариации одежды рассматривались как отражения тождества «человеческой природы», всегда и везде неизменной. Считалось, что «человек по природе» вообще склонен к новизне, роскоши, приукрашиванию себя и подчеркиванию своего значения. Такое клише сводит все социальные и культурные различия к бессмысленным внешним ужимкам; однако на самом деле у одежды и стилей есть свои значения, свои смыслы. Массовая мода 1980-х годов — совершенно не то же самое, что нубийская роспись по телу, сари или одеяния жителей Ганы.

Антропологический подход тяготеет к стиранию различий между украшениями, одеждой и модой. При этом он интересен, потому что, глядя на моду сквозь призму антропологии, мы видим, что она тесно связана с магией и ритуалом. Одежда, подобно драме, выросла из древнего религиозного, мистического и магического прошлого, из ритуала и колдовства. Во многих обществах специфические виды одежды и украшений использовались для установления особых отношений с духами, в те или иные времена года — для обрядов культа плодородия или сбора пищи, для войны и празднеств. Движение от ритуала к религии, от нее — к светской серьезности и наконец — к чистому гедонизму, судя по всему, роднит друг с другом виды сценического искусства (театр, музыку, танец), и одежда, которая сама по себе является разновидностью спектакля, скорее всего, также проследовала этим путем от сакрального к светскому. В одежде тоже брезжит слабая тень коллективной памяти о магических свойствах, которые могут быть у украшений.

И сегодня предметы одежды могут обладать свойствами талисманов; как дети, так и взрослые зачастую глубоко и совершенно необъяснимо привязываются к той или иной вещи. Билли Кинг, например, на большие теннисные матчи надевала свое любимое мини-платье в стиле 1960-х годов, веря, что оно приносило и принесет ей удачу, а пилоты британских истребителей Spitfire во

время Второй мировой войны держали в кабинках бюстгалтеры своих подружек — по той же причине.

Мода приоткрывает богатый источник иррационального, суеверного поведения, необходимый романисту и тому, кто размышляет над социальными процессами. По наблюдению Квентина Белла, «существует... целая система морали, связанная с одеждой и особенно с модой, система, отличная от той, которую несут в себе наши законы и религия и... зачастую заменяющая их собой» (Bell 1947: 13). Он предположил, что здесь речь идет не о конформизме, а о целостной подспудной морали, которая принадлежит другому, скрытому и отчасти бессознательному миру, потаенной системе социальных, коллективных ценностей.

Элисон Лури считает одежду выражением потаенных, во многом неосознанных аспектов индивидуальной и коллективной души, формой коммуникации, обычно произвольной и невербальной, языком знаков (Lurie 1981). Ее изящные трактовки сарториального поведения групп и отдельных личностей лаконичны и занимательны, но хотя одежда, как и многое другое, является языком, недостаточно признать, что, выбирая одежду, мы невзначай делаем заявления относительно собственного образа и социальных ожиданий. Элисон Лури всегда остается тонким наблюдателем, взирая на других критически, с высоты сарториального самопознания и совершенства; она соглашается с тем, что даже люди, совершенно сознательно использующие одежду для «заявлений», сами того не желая, демонстрируют свои психические промахи. Она прибегает к метафоре языка (оставляя ее только метафорой, ничем более), но так и не объясняет, в чем же состоит иррациональность одежды, а лишь подчеркивает ее.

Ролан Барт (см.: Barthes 1967) опирается на лингвистику и семиологию (науку о знаках) более изощренным образом, однако и он исходит из того, что мода иррациональна. В сущности, его теория моды целиком основывается на идее иррациональности, ибо для него знак, как и язык, — это система случайно избранных различий. По мнению Барта, язык работает следующим образом: слова, используемые для называния объектов (собака/dog/chien и т.д.), произвольны, однако называемые объекты имеют значение только в рамках их отличий от других объектов: в конечном счете, в своих представлениях о собаке мы исходим из того, чем она отличается от кошки или коровы. Барт считает, что любая система знаков работает именно так; мода (как и язык) для него является закрытой и произвольной системой, а значения, которые она производит, — полностью относительными. Его исчерпывающий анализ «риторики моды» (картинки и подписи в модных журналах) помещает моду в своего рода вакуум. У моды нет ни истории, ни материальных функций. Это система знаков, которая «делает произвольное естественным» (Culler 1975). Ее задача состоит в том, чтобы абсурдные и бессмысленные изменения, составляющие моду, *выглядели* естественно.

Таким образом, Барт, в отличие от Веблена, не функционалист; базис его теории — убеждение в том, что мода лишена функций. Однако, как и Веблен, он тоже считает моду морально абсурдной и в каком-то смысле неприемлемой, и это ведет его к мысли о том, что на другом — идеологическом — уровне мода обладает как раз той тайной функцией, которую ей приписывал Веблен:

«Когда [риторика] Моды наделяет женщину какой-либо профессией, то эта профессия ни вполне благородная... ни вполне низкая... идентичность женщины образуется на службе Мужчине... Искусству, Мысли, но эта подчиненность сублимируется благодаря кажущейся приятности труда и эстетизируется» (Barthes 1967: 256)<sup>5</sup>.

Барт анализирует моду с враждебностью, истоки которой лежат в убеждении: мода — не более чем ненужное отклонение. Его подход предполагает, что женщины, любящие моду, страдают от деформаций сознания. Однако таким образом изгонять моду из мира реальности — значит предполагать, что где-то существует совершенно иной мир, в котором — вразрез с теорией самого Барта — значение не создается в культуре, не воссоздается в ней, но является прозрачным и мгновенно очевидным. Однако это был бы не только мир без моды, но мир без языков, то есть мир без культуры и коммуникации. Разумеется, такой мир не мог бы существовать — а если бы он и существовал где-то, людей там не было бы.

Даже психоанализ, по-видимому, предлагающий более глубокое понимание моды, чем другие направления в психологии (я коснусь его в связи с сексуальностью), все-таки объясняет ее в плане того, что она обслуживает бессознательные импульсы. Это важный момент. И тем не менее целевые и созидательные аспекты моды ускользают от любых функционалистских трактовок.

Из всех писавших о моде наиболее близко к ее дразняще-мучительной, увертливой сути подошел Рене Кёниг (König 1973). Он рассматривает непрерывную изменчивость моды, ее «тягу к гибели» как маниакальное сопротивление реальности меняющегося тела, старению и смерти — непреложной реальности человеческого бытия. Мода, «богиня-целительница» (по Барту), на место реального тела ставит абстрактное, идеальное, скорее идею, чем живой организм. И то, как меняется мода, на самом деле закрепляет идею о теле как чем-то неизменном и вечном. Мода не только защищает нас от памяти о распаде, она является зеркалом, в котором зыбкие границы психологического «я» не расплываются, а видны ясно. Она покрывает глазурию ненадежную идентичность, замораживая ее в отчетливости имиджа.

Мода — ветвь эстетики, искусства современного общества. Что еще? Массовое времяпрепровождение, форма группового развлечения, популярной

культуры. Одновременно связанная с изящными искусствами и искусством популярным, она также является родом сценического искусства. Концепт «модерности» (современности) небесполезен для описания той весьма необычной роли, которую мода исполняет, будучи чем-то вроде связующего звена между элитарным и популярным.

Даже общество эпохи Возрождения было «современным» по своему стремлению к светскому, мирскому, по динамичности, по заботе о повседневном, материальном. Отличительная черта этого мира — любовь к изменениям и состоятельный средний класс, уже состязавшийся в изысканности с дворянством. Начиная с первых своих шагов мода была частью этой модерности.

С наступлением промышленной революции и возникновением мира, где — в первый раз за историю человечества — главенствуют машины, все изменилось. «Все сословное и застойное исчезает». Промышленный капитализм разорвал планету в клочья, разрушил «все застывшие, покрывшиеся ржавчиной отношения»<sup>6</sup> и создал новый, бурлящий мир движения, скорости и перемен. Это непрерывное кипение модерности одновременно пугало и восхищало жителей больших промышленных центров. Оно воспринималось — и воспринимается — и как освобождение, которое приносит взрывная волна, и как тяжелое, давящее состояние разобщенности и утраты ориентиров.

Машины революционизировали не только производство и материальное бытие, но и мышление, верования и идеологию. Промышленная революция укрепила западную веру в рациональное и стимулировала научный подход. «Реальным» было то, что можно увидеть, измерить, взвесить и верифицировать; корректными представлялись только методы точных наук. (На труде Веблена лежит отпечаток такого взгляда.) Природа теперь воспринималась без благоговения, без ореола тайны — она превратилась в предмет исследования, с одной стороны, и в источник необходимого сырья — с другой. По контрасту, магия, религия, даже художественная деятельность стали выглядеть иррациональными. Искусство и религия сохраняли свое значение, но пространство, ими занимаемое, серьезно сократилось. Искусство было осаждено со всех сторон. «Отныне живопись мертва», — такой репликой один из современников приветствовал рождение дагерротипа, предшественника фотографии. С появлением массового производства между искусством (в том числе штучным ремесленным изготовлением вещей) и машинной имитацией разверзлась пропасть. По разные ее стороны оказались уникальное и кич, высокое и популярное искусство. Художник как таковой стал резче ощущать и свое значение, и свою уязвимость.

Романтизм конца XVIII — начала XIX века был одной из первых реакций на наступление науки и «мрачных сатанинских фабрик» индустриализма. Он предложил контридеологию: она осуждала век машин — и в то же время разделяла энергичный индивидуализм нового порядка.

Вплоть до XVIII столетия природа не была предметом обожания: смысл цивилизованности заключался в том, чтобы как можно дальше уйти от естественного состояния. В романтизме же природу начали идеализировать — как раз в то время, когда индустриальная революция творила новое и в куда большей степени городское общество. Романтики отстаивали высшую ценность естественного и спонтанного — вопреки всему механическому, умственному, подчеркивали истинность чувства наперекор рассудку и духу научного исследования. Они культивировали самовыражение, бунт против любой власти, личную свободу и отказ от условностей. Детство идеализировалось как период непосредственности и невинности; считалось, что дети ближе к природе и к живому, подлинному восприятию, чем взрослые. Детей традиционно одевали как маленьких взрослых; крайний тому пример — картины XVII века, на которых только что научившиеся ходить испанские принцессы щеголяют в кружевных жестких воротниках, фижмах и с головы до ног покрыты драгоценными камнями. Однако с некоторых пор искусственность этой традиции перестала казаться неоспоримой. В это время и появляется одежда, впервые созданная специально для детей.

Раскрепощение детства не имело прямого соответствия в расширении горизонтов женского бытия. Романтизм прославлял любовь. Страсть бросала вызов патриархальному порядку и социальным цепям — узам брака — и понималась как самая сильная форма чувства. Романтических героинь идеализировали, но, поскольку считалось, что они ближе к природе, эмоциональнее и иррациональнее, чем мужчины, это вело к их постепенному и незаметному принижению, к выработке взгляда на женщину как недочеловека. Героиня оказывалась всего лишь предлогом для чувствований романтического героя, ибо героем романтизма был, конечно, *он* — тот, кто облакал чувства в ту или иную оболочку: Художник, творец, человек, бунтующий против бесчеловечного и бесчувственного мира фабрик. Романтизм изобрел свою собственную моду — естественный, внушенный греческой античностью стиль для женщин и детей, «новую строгость и сдержанность» для мужчин.

На протяжении XIX столетия мода, эта иррациональная, мимолетная эманация стиля, презираемая научным мышлением, приводила в восторг художников-реалистов. Тиссо, Константен Гюйс и Мане фиксировали современную им моду, понимая ее как центр, средоточие картины. Французский поэт-символист Стефан Малларме, в творчество которого язык оказался деконструирован, а значение слов — поставлено под сомнение, в течение нескольких месяцев 1874 года был редактором модной газеты и, судя по всему, впал в глубокое уныние, когда его сместила с этой должности некая баронесса де Лумарен. Во всяком случае, своего друга Эмиля Золя он умолял не давать никаких материалов новому редактору и жаловался, что у него украли все, что ему удалось создать.

Есть основания полагать, что Малларме единолично сочинял для всех разделов газеты «Последняя мода» (*La Dernière Mode*) — под псевдонимами вроде «Мисс Сатин». Необычные, странные со- и противопоставления деталей и аксессуаров (смелые, как метафоры) явно подсказаны его поэтическим чувством: «платье... из черных кружев, так странно усеянное голубой сталью с отблесками шпаги». Или еще: «*La neige... la crème*<sup>7</sup>... две белизны, во всем несхожие, для меня сливают в одно свои достоинства — но не опасности — рождая то, что носит восхитительное название — *crème-neige*» (Mallarmé 1933).

Модернизм как движение в искусстве начал теснить натурализм задолго до 1900 года. Модернизм был ответом на вызов науки XIX столетия, которая новыми методами исследовала действительность. Несмотря на то что наука рассматривала зримый мир как единственно реальный, по контрасту с неизведанным и, возможно, воображаемым невидимым миром, естественные науки в конечном счете оспаривали «реальность» того, что мы видим, указывали на существование некоей скрытой, внутренней структуры, демонстрируя, что видимый мир есть продукт невидимой энергии или сочетаний химических элементов, недоступных глазу. Научные методы разлагали на составные части видимый мир, воспроизведением которого до некоторых пор вполне удовлетворялось искусство. Если сначала казалось, что такие изобретения, как дагерротип, несут в себе угрозу искусству в целом, то дальнейшее развитие науки создало для искусства новую роль, ибо оно усвоило ряд научных методов. Модернизм отвернулся от иллюзий натурализма и реализма и констатировал, что живопись — это всего-навсего плоское воспроизведение, а не трехмерное отражение «реальности».

Согласно одному из определений, модернистское искусство «состоит в использовании типичных методов той или иной дисциплины с целью критики этой дисциплины» (Greenberg 1982). И модернистское искусство, и модернистская литература ставили во главу угла деятельность художника как таковую. Типичный предмет модернистского романа — создание самого этого романа. Модернистская живопись работала с абстрактным светом, пространством и цветом. В 1920-е годы мода просто подражала этому состоящему из прямых линий двумерному стилю. В то время она еще не была полностью модернистской, так как совсем недавно начала создавать свои собственные термины, не говоря уже о самом понятии моды — хотя именно это неявным образом делали Шанель со своим «нигилизмом от моды» и Скиапарелли со своим сюрреализмом.

Концепт модернизма, используемый для обозначения широкого спектра различных течений в современном искусстве и эстетике, неоднократно критиковали за недостаточную четкость. Однако в нем все-таки схвачено то *общее*, что присуще современному искусству: оппозиционность, неприятие

авторитетов, недоверие к реальности и восприятию, стремление овладеть природой человеческого познания в механизированном, «неприродном» мире.

Концепт «модерности» также нечеток. Перри Андерсон, стоя на марксистской точке зрения, писал, что понятия «модернизации», «модернизма» и «модерности» затемняют вполне явный социальный сдвиг, к которому имеют отношение, прикрывают хищничество капитализма и классовую борьбу, им порождаемую (Anderson 1984).

Тем не менее слово «модерность» стремится передать суть культурного и субъективного опыта капиталистического общества и всех его противоречий. Оно вбирает в себя путь, которым идет экономическое развитие, — и в то же время оспаривает возможность индивидуального развития личности и социального взаимодействия. «Модерность», кроме того, кажется полезной как способ описания неутолимой тяги к изменениям, характерной для культурной жизни при промышленном капитализме, тяги к новому, которую так хорошо выражает мода.

Рассматривая отношения между модой и искусством, мы замечаем, что в 1920-х годах модернизм прямо влиял на моду. К примеру, Соня Делоне, уроженка еврейского местечка, осевшая в Париже, сначала использовала цветовые схемы фовистов, а позже в своем текстиле и дизайне одежды обыгрывала формы геометрического абстрактного искусства. После Второй мировой войны высокая мода, как мы увидим, претендовала на статус высокого искусства, где кутюрье отводилась роль Гения. Некоторые современные стили — скажем, те, что вдохновляются панк-течением, — являются модернистскими, поскольку задаются вопросом о моде как таковой. Постмодернизм со свойственным ему эклектическим подходом к стилю, как кажется, особенно совместим с модой, ибо мода, со своими постоянными изменениями и стремлением соблазнять и очаровывать, символически узаконивает самые галлюцинаторные аспекты нашей культуры: слияние реальности с ирреальностью, эстетические мании и фобии, ноты болезненности без трагизма, иронии без веселья, нигилистическое, критическое отношение к власти, пустой бунт, практически лишенный политического содержания.

Постмодернизм прибирает к рукам темы популярной культуры — в качестве украшения. Популярная культура, в свою очередь, также связанная с модой, включает как спонтанные развлечения, которые трудящиеся классы создают для собственного употребления, так и «массовые развлечения», создаваемые для широчайшей аудитории государством или коммерческими структурами. Для одних популярные развлечения демократичны, для других — не стоят внимания. Участвуют ли массы в этом активно или же они пассивны и питаются дешевой, мусором?

Спорт, машины, городская жизнь и кино — все это оказывало влияние на художников и писателей начала XX века, однако ряд самых влиятельных левых критиков сохраняли скептическое и, в конечном счете, враждебное отношение к этим феноменам. Особенно важна здесь одна группа марксистов — так называемая Франкфуртская школа (во Франкфурте располагался Институт социальных исследований, где работали многие из них). Вальтер Беньямин, имя которого также принято связывать с этой школой, был более снисходителен к популярной культуре, но Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер — ученые, чьи взгляды были изложены весьма подробно и стали широко известны, — описывали городское массовое общество как культурный кошмар. Находясь под впечатлением сначала набравшего силу фашизма (евреи и коммунисты, оба они были вынуждены покинуть Германию), а затем — американской культуры, в которую они так никогда и не встроились, Адорно и Хоркхаймер считали, что популярные развлечения — всего лишь стандартизированное выражение идеологии монополистического капитализма. Это искусство, сведенное к рекламе, личность, стертая массовым производством, выплеск больного сознания:

«В индустрии культуры личность — это иллюзия, и не только по причине стандартизации средств производства. Она терпима лишь до тех пор, пока ее полная идентификация с большинством не вызывает сомнений. Везде: от стандартных джазовых импровизаций до незаурядной кинозвезды, чьи локоны небрежно спадают на лоб, чтобы продемонстрировать ее неповторимость, — господствует псевдоиндивидуальность. То, что считается индивидуальным, на деле есть лишь власть большинства навязывать случайные детали с таким упорством, что они принимаются на веру. Сдержанное достоинство или элегантный облик отдельного человека, выходящего на публику, производятся массовым образом... специфика личности — монополярный товар, определяемый обществом; она обманчивым образом преподносится как нечто естественное. Все исчерпывается... французским акцентом, глубоким голосом светской женщины, узнаваемым почерком Любича» (Horkheimer & Adorno 1979: 154).

Для этих ученых «высокое искусство» и массовый рынок — противоположные полюса.

Во многих западных странах период после Второй мировой войны был временем «домашнего мира и покоя», даже если внешняя ситуация внушала тревогу. Скажем, в Великобритании значительная часть политических партий пришла к договоренности о том, что некоторые права и блага представляют собой важнейший элемент социальной структуры; популярные политические программы тех лет фокусировались на базовых желаниях, сконцентрирован-

ных вокруг оплаты труда, работы и социальных служб. Создавалась более прочная и процветающая основа для расширяющегося отдыха и досуга — или по крайней мере так считалось. Когда было признано, что у «обычных людей» вкусы, способности и интересы существенно разнятся, открылись возможные формы отдыха и развлечений, и в образовавшийся вакуум хлынули коммерческие структуры. Они пропагандировали зрелищные развлечения широкого спектра. Они также пропагандировали желательность того, чтобы разнообразие стилей и вкусов, вторгавшихся в личную и интимную сферу жизни, постоянно возрастало. В этот ряд входила и одежда.

Британские радикалы начали с того, что взбунтовались против новой коммерциализации популярной культуры. Многие европейцы также были напуганы тем, что американизированная поп-культура вытесняет традиционные вкусы рабочего класса и народа в целом. В 1960-е годы положение начало меняться — во всяком случае, в Британии. Политическое поколение 1960-х выросло под звуки рок-н-ролла. Поп-музыка к этому времени уже символизировала бунт молодежи против всего ограниченного и конформистского, что было в культуре истеблишмента в 1950-е годы. Эта культура — неважно, руководили ей консерваторы или социал-демократы, — выглядела застойной, тоскующей по прошлому и самодовольной.

Трансформация одного популярного развлечения — музыки — в выражение радикального духа означала, что на некотором интеллектуальном уровне ее начинают принимать всерьез. В последующие годы и другие аспекты поп-культуры стали достойными объектами исследования. В отличие от Адорно и Хоркхаймера, исследователи культуры 1960–1970-х годов ощущали, что осуждать массы за то, что они слушают поп-музыку, ходят на футбол, в кино или смотрят по телевизору мыльные оперы, было бы непростительным проявлением элитарного сознания. С их точки зрения, не замечать массовых вкусов попросту неверно. Толпы на футбольном матче или концерте поп-музыки заняты чем-то большим, чем пассивным поглощением предписанных развлечений. Их участие в процессе активно и созидательно.

Поначалу эти научные дискуссии практически не принимали во внимание женщин: мужчины изучали мужские занятия. Однако в 1970-е годы феминистки стали исследовать дешевые романы, журналы для девочек-подростков, телевизионные ситкомы и мыльные оперы, от которых раньше отворачивались как от культурных продуктов, пропитанных дурно пахнущей антилиберальной идеологией, враждебной к женщинам. Но теперь феминистки заговорили о том, что эту женскую культуру нельзя просто не замечать. С их точки зрения, женщины — отнюдь не только пассивные жертвы репрессивной сексистской идеологии. Более того, противоречивая природа таких романов и журналов, а также то, как они потребляются и используются, стала

пониматься не как чистой воды эскапизм, но как попытка получить максимальное удовольствие.

Эта повсеместная смена ориентиров, однако, игнорировала моду или, что хуже, прямо исключала ее из рассмотрения. Поведение в области моды и популярные стили одежды обсуждались исключительно в связи с преимущественно мужскими молодежными субкультурами: модами, скинхедами, панками. Мода, самое распространенное средство для самовыражения женщины, продолжала как бы не существовать.

Феминистки 1970-х годов не очень охотно касались этого вопроса. Считалось, что (на жаргоне 1960-х) каждый теперь «одевается, чтобы нравиться себе» или что мода очевидным образом есть унижительная форма принуждения, обрекающая женщин на узкие стереотипы женственности и «красоты», которые зачастую на самом деле сковывают их движения.

Обсуждение феминистских подходов к одежде шло под вывеской политики моды. Здесь она упомянута просто для того, чтобы подчеркнуть: в отличие от своих коллег-мужчин, которым не составляло труда идентифицировать себя с маскулинными чертами изучаемых субкультур, феминисткам, интересовавшимся популярной культурой, приходилось признавать, что все, что в ней обращено к женщинам, нацелено на усиление женственности. Особенно трудно им было реагировать на моду — тем более когда они против нее боролись. Они разделяли широко распространенное враждебное отношение к моде. Эта враждебность только возрастала при изучении индустрии моды: заглядывая в эту область, мы попадаем в мир, несомненно и неизбежно являющийся миром жестокости и эксплуатации.

# Индустрия моды

Как это ни удивительно, изготовление именно тех предметов, которые служат для украшения буржуазных дам, сопровождается самыми печальными последствиями для здоровья занятых этим рабочих.

*Фридрих Энгельс «Положение рабочего класса в Англии»*

Эксплуатация работников швейного и текстильного производства, большую часть которых составляли женщины, — печально известный факт социальной жизни XIX столетия. Отвратительный контраст между роскошью моды и страданиями людей, благодаря которым самое ее существование стало возможным, вызывал остро негативную реакцию многих реформаторов XIX века. В глазах представителей рабочего класса и феминисток модные дамы, щеголяющие кринолинами и турнюрами, превратились в символ буржуазного лицемерия. Если раньше увлечение нарядами осуждалось как проявление пустого тщеславия, теперь этот образ ассоциировался и с социальной несправедливостью.

Основной движущей силой британской промышленной революции стало хлопчатобумажное производство. Англия была первой страной в мире, пережившей индустриализацию. Появление машинного оборудования поколебало и разрушило жизненный уклад традиционно сложившихся сообществ. Е.П. Томпсон и Дж. Фостер, среди прочих, подробно описали этот процесс, в ходе которого кустарное ткацкое производство сменилось фабричным, что привело к утрате общинной независимости и падению уровня жизни, исключительно тяжелым условиям труда и неслыханной ранее эксплуатации женщин и детей (Thompson 1968; Foster 1974). В течение нескольких лет британское хлопчатобумажное производство занимало ведущие позиции в мире, вытеснив с рынка первоначального лидера в этой области, промышленность Индостана, и присвоив себе сырье, служившее ее основой.

Первая хлопчатобумажная ткань, бумазая, была известна уже с XVI века. (Слово «джинсы» происходит от названия города «Генуя» (Геноа)<sup>1</sup>, где производился один из видов бумазеей.) В XVII веке центром хлопчатобумажного производства стал Манчестер. Этот город никогда не находился под влиянием

гильдий и корпораций, а потому предоставлял больше свободы для развития новых форм торговли. (Средневековые ремесленные гильдии сдерживали подобное развитие.) Поначалу хлопок служил материалом для производства подкладочных тканей, наволочек и других предметов домашнего обихода. Однако к началу XVIII века из него начали изготавливать набивные ткани для нижних юбок и жилетов, а во второй половине XVIII века — женские платья, шторы и ситец.

В Англии к этому времени уже были известны индийские набивные ситцевые ткани (миткаль), импортируемые Ост-Индской компанией на протяжении XVII века. Однако в моду они вошли не ранее конца столетия. Эти прекрасные ткани, набивные или расписанные вручную, с изящным цветочным рисунком приобрели популярность, поскольку походили на французский набивной шелк, любимый придворными модницами, и так же хорошо поддавались плиссировке и драпировке. Кроме того, они лучше переносили стирку, а потому были практичнее шелка. Попытки ограничить объемы импорта французского шелка также способствовали их популярности. Тем не менее вскоре их начали расценивать как угрозу для местной продукции — английских шерсти и шелка, и в 1720 году был издан закон, по которому ввоз этих тканей в Англию в течение некоторого времени был ограничен. В результате местные производители предприняли попытки создать аналог миткаля, и их успех в этом деле послужил одним из предварительных условий триумфа индустриальной революции (Mukeji 1983: гл. 5; Fraser 1948). После 1750 года появился целый ряд изобретений, приведший к кардинальной реорганизации и механизации хлопчатобумажного, ткацкого и прядильного производства. Процесс окраски тканей также был автоматизирован. Впоследствии, однако, волна реформ пошла на убыль и производство вступило в период стабилизации и даже застоя.

Шерстяная промышленность, уже давно существовавшая в Великобритании, пережила меньше потрясений, поскольку являлась высокоразвитым и капитализированным производством. Одежду из шерстяных тканей носили простые люди, однако в период промышленной революции ее начали использовать и представители высших слоев общества — по крайней мере мужчины — для пошива официальной одежды.

До начала индустриализации шерстяная промышленность представляла собой «кустарное» производство. Ткачи, обычно (хотя не всегда) мужчины, главы домашних хозяйств, приобретали шерсть у торговцев, а прочие члены семьи занимались ее прядением и осуществляли другие процессы, связанные с обработкой материала. Эта семейная патриархальная система не выдержала конкуренции с фабричным производством, хотя и на заводах, особенно в первое время, основной рабочей силой по-прежнему оставались женщины, а контролирующие функции обычно осуществляли мужчины.

Несмотря на то что производство шерстяных тканей было широко распространено в Британии, индустриальная революция все же оказала на него определенное влияние. Шерстяная промышленность оказалась локализована на севере страны. Таким образом, несмотря на прочное положение, эта отрасль также претерпела серьезные изменения, хотя некоторые производственные процессы — например, создание вязаной одежды — по-прежнему осуществлялись в домашних условиях.

Шелковая промышленность никогда не была приоритетной в Англии. Дороти Джордж (George 1966 [1925]), впрочем, упоминает о том, что торговля шелковыми тканями в Лондоне в XVII и XVIII веках занимала важное место в текстильной отрасли. Эта область отличалась значительной неустойчивостью, а кроме того служила одним из ярких отражений вопиющих социальных противоречий. Среди людей, занятых в этой отрасли, встречались и богатые мастера-ткачи, и подвергавшиеся жестокой эксплуатации представители рабочего класса из числа женщин и детей. Позднее, в XVIII веке, были построены заводы на севере и в центральных графствах Англии. В начале XIX века женщины и дети перестали выполнять работу мотальщиков шелка. Теперь женщины чаще занимались ткачеством — деятельностью, которую ранее мужчины приберегали для себя. В XIX веке окрестности Лиона во Франции превратились в западный центр шелковой индустрии, и это в значительной степени способствовало обретению Парижем репутации столицы высокой моды. Важной составляющей отрасли было производство шелкового траурного крепа. Например, британская фирма Courtaulds начинала свою деятельность именно в качестве производителя этого материала, на который существовал огромный спрос<sup>2</sup>.

В отличие от хлопка или шерсти, шелк представляет собой непрерывную филаментную нить, а не волокно, которое нужно превращать в нить посредством прядения (впрочем, обычно сырой шелк — это две или три нити, скрученные вместе). Между тем, несмотря на то что производить шелковые ткани было проще, сам шелк оставался редким и дорогим сырьем, поскольку его было трудно получить. Тутовые деревья, поставляющие пищу для шелкопрядов, растут лишь в определенном климате, а уход за ними — весьма трудоемкое дело. Шелк также считался самым роскошным и желанным сырьем, поскольку из него получались тончайшая, мягчайшая глянцевая материя, которая после окраски выглядела гораздо красивее шерсти или хлопка.

Именно поэтому предприниматели XIX века, пытавшиеся найти искусственную замену природному сырью, сосредоточили свое внимание главным образом на шелке. Первым синтетическим материалом стала вискоза, изначально известная как «искусственный шелк». Она изготавливалась из древесной целлюлозы, обработанной химическими веществами, и представляла собой филаментную нить, аналогичную шелковой. После соглашения 1860 года,

согласно которому были снижены пошлины на импорт французского шелка, что значительно ухудшило положение британской шелковой промышленности, фирма Courtaulds переключилась на изготовление синтетического волокна. В 1904 году она приобрела патенты на производство вискозы, расцвет которого пришелся на период после Первой мировой войны. К 1938 году изготовление синтетического волокна занимало 10 % производства. (В 1967 году этот показатель составил 38 %.)

Промышленные компании Германии, Италии, Японии и Соединенных Штатов продолжали разрабатывать новые синтетические волокна. Вискозу сменили нейлон и полиэстер, затем появились акриловые заменители шерсти; недавним достижением стало производство эластичной пряжи (лайкры), аналога каучуковой резины. (Она получается посредством особого скручивания и сжатия синтетического волокна, приобретающего таким образом упругость и при растяжении возвращающего себе прежнюю форму.)

Если производство натуральных волокон являлось ресурсоемким или трудозатратным предприятием (а иногда — и тем и другим), то изготовление синтетического сырья не требовало ни особых территориальных или климатических условий, ни больших объемов рабочей силы. Преимущественно оно требовало вложения капитала, а не человеческих ресурсов, а непрерывный технический прогресс, как правило, приводил к укрупнению предприятий. Между тем, несмотря на то что в условиях послевоенного бума 1950-х годов появление синтетических материалов казалось производителям осуществившейся мечтой, в середине 1960-х годов эта отрасль текстильной промышленности пошатнулась, а излишки мощности, которыми она обладала, превратились в проблему.

Для Великобритании это стало лишь одной из составляющих общего процесса спада производства. С началом Первой мировой войны доля страны на мировом текстильном рынке начала сокращаться, а усилия, направленные на то, чтобы остановить или по крайней мере замедлить этот процесс, привели к колебаниям политического курса. Правительство металось между поддержкой свободной торговли и системы тарифов и протекционизмом. Хуже всего обстояли дела в хлопчатобумажной индустрии. Шерстяное производство в гораздо меньшей степени зависело от иностранных рынков, а британские шерстяные товары пользовались исключительно высокой репутацией (Briscoe 1971).

Швейное производство развивалось иначе. Неизменный спрос на индивидуальный стиль в одежде и частые изменения в мире моды, особенно женской, оказали влияние на эту область торговли, не менее древнюю, чем текстильная промышленность.

Портные принадлежали к числу первых независимых ремесленников, создававших собственные гильдии в средневековых городах (Stewart & Hunter

1964). Гильдии представляли собой союзы работодателей. Штат последних обычно состоял из членов их семей, одного-двух обученных подмастерьев и нескольких учеников. Кроме того, существовали и портные, путешествовавшие по деревням, поселениям и фермам и останавливавшиеся на одном месте лишь для того, чтобы обшить всех членов общины. Затем они снова отправлялись в путь. В богатых домах портные, занимавшиеся шитьем и подгонкой одежды, входили в число слуг.

Портных-путешественников можно было встретить и в XIX веке; считается, что они были посланцами зарождающихся и только-только получивших законное основание трестов, или профессиональных союзов. И действительно, одним из отличительных признаков швейного производства является возможность мирного сосуществования старых и новых методов производства. Портные-поденщики продолжали свою деятельность долгое время после зарождения и развития массового фабричного изготовления одежды, а кустарные мастерские и надомные работники сохранились и по сей день.

Вплоть до XVII века клиенты, которые хотели приобрести новую одежду, сами покупали ткань и относили ее портному-ремесленнику. В течение XVII века, однако, появились портные, занимавшиеся розничной торговлей, и это усилило расслоение между квалифицированными мастерами и простыми поденщиками. Портные, державшие мастерские, имели капитал для приобретения магазина в богатом районе, покупки дорогостоящих материалов и могли предоставить долгосрочный кредит клиентам, оказывавшим им покровительство. Торговля была сезонным предприятием, и швеи нанимались или увольнялись по мере необходимости. Таким образом, уделом последних были незащищенность и нищета.

В начале XVIII века появились тресты и ассоциации, объединившие рабочих швейного производства, стремившихся улучшить свое положение. Они выдвинули ряд требований, в числе которых были сокращение рабочего дня и более высокая оплата труда. Тем временем портные-мастера стали ранней вариацией капиталистической элиты.

В конце XVIII и в XIX веке и в Британии, и в других странах тонкая, индивидуальная ручная работа велась в чудовищных условиях потогонной системы. Первоначально шитьем занимались мужчины, однако к началу индустриальной революции уже существовало много портных, изготавливавших изящную модную женскую одежду. И слова Энгельса, сказанные им об условиях, в которых приходилось работать девушкам-швеям в 1840-е годы, хорошо описывали положение дел в отрасли и до, и после этого десятилетия. Энгельс писал, что владельцы модных лавок нанимают «множество молодых девушек, в общей сложности около 15 тысяч, которые большей частью приехали из деревни, живут и столуются у хозяев и, таким образом, находятся у них в полном рабстве.

Во время модного сезона, который продолжается приблизительно четыре месяца в году, число рабочих часов даже на лучших предприятиях доходит до пятнадцати в день, а в случае срочных заказов — до восемнадцати. Но в большинстве мастерских в этот период работают без какого-либо ограничения времени... Единственным пределом продолжительности их работы является полнейшая физическая невозможность дольше держать иголку в руках... Очень скоро появляются утомление, истощение, слабость, потеря аппетита, боли в плечах, спине и пояснице и прежде всего головные боли; затем наблюдается искривление позвоночника, высокие сутулые плечи, худоба, припухшие, слезящиеся и больные глаза, близорукость, кашель, узкогрудость и одышка, равно как и всевозможные женские болезни.

Во многих случаях глаза так портятся, что наступает неизлечимая слепота... чахотка обычно кладет конец короткой и печальной жизни этих изготовительниц нарядов» (Engels 1973 [1844]: 246–247).

Между тем для большинства молодых женщин единственной альтернативой этому рабскому труду был столь же ненавистный удел домашней прислуги; хорошо известно, что многих из них бедность вынуждала заниматься проституцией — время от времени или постоянно.

Производство одежды в индустриальном обществе XIX века развивалось двумя путями. Существовал спрос на одежду, пошитую по индивидуальному заказу, и на изделия, украшенные ручной вышивкой; в то же время появилась и постепенно приобретала популярность одежда массового производства. Во Франции, Великобритании и Соединенных Штатах Америки заводы первоначально изготавливали обмундирование для вооруженных сил (а в США — и одежду для рабов); в крупных портах началось массовое производство простой и грубой одежды для моряков: в середине века в Соединенных Штатах золотая лихорадка способствовала развитию торговли (Ewen & Ewen 1982). Вскоре фабрики начали шить повседневные наряды для мужчин-горожан: лондонскими «снобами» и «кокни» 1830-х и 1840-х годов были молодые секретари и продавцы, чьи «вульгарные» притязания на стиль стали возможными благодаря уже имеющейся в наличии доступной готовой одежде.

В 1851 году Зингер запатентовал швейную машину, и Symingtons, фирма-производитель корсетов в Маркет-Харборо в Лестершире, по утверждению владельцев, стала первым предприятием, начавшим использовать швейные машины в Англии. В 1858 году фирма Джона Баррена в Лидсе разработала первую раскройную машину. Ее основой послужил ленточно-отрезной станок для резки мебельного шпона. В это время в Лидсе наблюдался спад льняного производства, а потому заводские территории и запас женской рабочей силы могли быть предоставлены в распоряжение компаний, стремившихся использовать новые возможности.

Появление швейных фабрик способствовало дальнейшему расслоению между новыми полуквалифицированными рабочими, обслуживавшими станки, и ремесленниками старой школы. В традиционном швейном производстве применяется метод комплексного пошива, когда каждый предмет одежды от начала до конца изготавливался одним работником. Он продолжил свое существование и в XX веке и обычно использовался владельцами маленьких швейных мастерских с небольшим штатом, состоящим из учеников и наемных работников. Обычно хозяин ателье сам разрабатывал модели одежды и имел ограниченный запас материалов, который и предоставлял в распоряжение клиента.

В Великобритании и Соединенных Штатах Америки ряды низко квалифицированных фабричных работников пополняли две группы трудящихся. Это были женщины-работницы и, ближе к концу XIX века, — рабочие-иммигранты, в первую очередь евреи.

«Швейная мастерская XVIII века была мужским миром: здесь много работали, много пили и придерживались жесткой трудовой политики. Встречались и женщины, однако в основном „женский труд был низкооплачиваемым и неорганизованным и ограничивался индивидуальным пошивом одежды [и] дамских шляп“. В начале XIX века этот относительно стабильный уклад оказался под угрозой; все больше женщин начали учиться швейному делу, и уже к середине столетия их все более заметное участие в жизни отрасли объяснялось утратой мужского контроля над ней и внедрением потогонной системы труда» (Alexander 1976).

Эта ситуация положила начало столкновениям между различными профессиональными союзами швейных работников (некоторые из них были организованы специально для того, чтобы представлять интересы женщин). Мужчины стремились ограничить роль женщин в профессиональном производстве или попросту вытеснить их оттуда, возлагая на них вину за ухудшение условий труда, в действительности являвшееся следствием кардинальной перестройки индустрии.

Рабочие-евреи, в значительном числе случаев, были опытными портными. В отличие от многих профессий, эта сфера деятельности была для них открыта. Из среды иммигрантов, переселившихся в Великобританию и Соединенные Штаты Америки, вышли многие реформаторы и крупные представители швейной индустрии XX века.

В Великобритании и Америке 1890–1910-е годы стали периодом быстрого развития массового производства. Появление новых фабрик, однако, не предполагало краха потогонной системы или исчезновения профессии портных, работающих на дому. Напротив, фабричная система лишь упрочила

сложившееся положение вещей. Поскольку торговля одеждой была сезонным предприятием, для многих крупных производителей было дешевле отдавать часть работы на сторону в горячие месяцы, чем содержать цеха и штат, простаивающие без дела всю оставшуюся часть года. Нездоровые, а зачастую попросту опасные условия работы в маленьких мастерских пользовались печальной славой, и не меньшим злом были подрядчики, стремившиеся платить временным работникам как можно меньше.

На рубеже веков существование потогонной системы вызывало серьезное беспокойство представителей профсоюзов и общественности. В Лондоне развернулась крупномасштабная кампания, направленная на изменение сложившейся ситуации. С 1890-х годов феминистки активно занимались проблемами улучшения условий, в которых приходилось работать женщинам. В 1909 году борьба против потогонной системы и за установление достойной минимальной оплаты труда в швейном производстве увенчалась успехом. Был подписан акт о создании комиссий по вопросам заработной платы. Они учреждались Министерством торговли. Их задачами являлись контроль и регулирование заработной платы в любых областях промышленности, где доходы работников были недопустимо низкими. В 1913 году, наконец, были согласованы приемлемые минимальные ставки и некоторые, самые острые проблемы швейных мастерских были решены; в период Первой мировой войны профсоюзное движение окрепло, а условия труда улучшились. Тем не менее опубликованная Клементиной Блэк в 1915 году подборка сведений о работающих замужних женщинах по-прежнему свидетельствовала о значительных различиях в оплате и условиях труда: многие женщины-работницы по-прежнему жестоко эксплуатировались подрядчиками, однако существовала и небольшая прослойка высококвалифицированных работников, которые «получали относительно хорошие деньги за свой труд и жили в комфортных условиях» (Black 1983 [1915]).

Некоторые женщины работали в небольших магазинах женской одежды (сегодня мы называем их бутиками) и в крупных универмагах. Многие из них, научившись ремеслу в районе Вест-Энд, мигрировали в пригороды, где, по словам Фрэнсис Хикс, секретаря Лондонского союза швей, «распространяли стиль Вест-Энда среди торговцев, служащих и небольшого числа относительно богатых покровителей» (Stewart & Hunter 1964: 128). Материал для пошива одежды клиенты покупали сами, прокат швейной машины стоил около 1 шиллинга 6 пенсов в неделю. В помощницах у портнихи находились девушки, платившие за обучение. Последние, в свою очередь, часто стремились устроиться на работу в большие магазины в центральных районах города. Их нанимали туда в качестве сезонных рабочих, с марта по август, и над ними постоянно довлела угроза оказаться без работы и быть вынужденными зарабатывать себе на жизнь проституцией.

Владельцы универмагов в Вест-Энде нанимали молодых женщин и на постоянную работу, однако продолжали при этом эксплуатировать их. Рабочий день был долгим, оплата низкой, праздники не оплачивались. Они выполняли самые разные виды работ, от подгонки готовых изделий, купленных в универмаге, до пошива одежды на заказ и копирования дорогих моделей одежды.

В США, а особенно в печально известном районе Нью-Йорка Нижний Ист-Сайд, условия труда были такими же плохими, как в лондонском Ист-Энде. Они немного улучшились к ноябрю 1909 года, когда состоялась известная забастовка работников швейной промышленности. Двадцать тысяч рабочих вышли на улицы. Большинство из них составляли мужчины, однако участие женщин превратило это событие в самую крупную на тот момент забастовку работниц в Америке. Суфражистки и представительницы высшего общества обратили внимание на это событие, и хотя сама по себе забастовка не увенчалась успехом, дальнейшие усилия, предпринятые активистами в 1910 году, привели к историческому договору трудящихся с работодателями, согласившимися удовлетворить по крайней мере некоторые из выдвинутых рабочими требований (Chase 1954).

Однако уже на следующий год случилась страшная трагедия — пожар на швейной фабрике Triangle, занимавшейся изготовлением женских блузок. 125 работниц погибли в огне, что стало еще одним ужасающим свидетельством того, насколько опасными были условия их труда. И хотя последние со временем немного улучшились, женщины по-прежнему подвергались самой жестокой эксплуатации и получали вполтину меньше, чем мужчины, выполнявшие ту же самую работу.

Парадоксально, однако, что развитие производства готовой одежды и модной индустрии вместе с тем служило индикатором процесса, ведущего к обретению женщинами большего количества свобод. К концу Викторианской эпохи состоятельный средний класс вполне сложился, а представители нижних слоев среднего и рабочего классов процветали, как никогда ранее. Положение женщин в обществе менялось, в их жизни находилось место самым разнообразным видам работы и развлечений, и для всего этого требовалась подходящая одежда. Женщины работали в офисах и магазинах и все больше времени посвящали активному отдыху и спорту.

Производство готовой одежды постепенно расширилось; поначалу на фабриках шили пальто, плащи и другую верхнюю одежду, затем — костюмы, платья, блузки и нижние юбки. Появились костюмы, состоящие из нескольких предметов. Модные наряды оказалось возможно производить в массовых масштабах, и их потребителями стало новое поколение работающих девушек-горожанок. Этот стиль в период, предшествовавший Первой мировой войне,

превратившийся практически в униформу к началу Первой мировой войны, увековечил в своих работах художник Чарльз Дана Гибсон. «Девушки Гибсона» воплощали собой идеал «новой женщины», свободной и раскрепощенной, облаченной в одежду, напоминающую мужскую, но при этом лишь подчеркивающую женственность ее обладательницы.

Блузки, или английские блузы, как их называли в Соединенных Штатах, было принято носить с пальто и юбкой. Это был основной продукт швейных мастерских. Одна швея, согласившаяся ответить на вопросы сотрудника Клементины Блэк, «занималась изготовлением изящных изделий из батиста и нансука, отделанных вышивкой и вставками. На одну блузку у нее уходило три часа, и она получала 9 шиллингов за дюжину». Другая «шила блузки из дешевого шелка, с двумя вставками на спинке и одной спереди, на кокетке, по 24 пенса каждая» (Black 1983 [1915]).

Если верить Арнольду Беннету (сотрудничавшему в газете «Новый век» (New Age) под псевдонимом Джейкоб Тонсон), результаты такой работы часто были плачевными. Рассказывая о выступлении Г.Дж. Уэллса в книжном клубе «Таймс» (Times Book Club), он отмечал, что находившиеся среди публики женщины, несомненно, заблуждались, «считая себя элегантно одетыми»:

«Я стоял далеко от трибуны и мог хорошо рассмотреть сзади их блузы, кофточки и корсажи. Какое разнообразие претенциозной и скверно пошитой одежды! Как бросаются в глаза крючки и петли, как все измято и небрежно! Мне бы не хотелось слишком часто созерцать эту „библиотечную публику“ в больших количествах!» (Bennett 1917 цит. по: Gross 1969).

В Соединенных Штатах существовало больше возможностей для организации массового производства одежды. Большая территория страны и разрозненные, но быстро растущие общины предоставляли широкий рынок сбыта и создавали хорошие условия для воспроизводства одних и тех же моделей в больших количествах. Модная одежда служила также средством американизации иммигрантов:

«Для итальянских иммигрантов, живущих в Нью-Йорке, надеть готовую одежду означало отменить традиционные табу. Крестьяне из [Южной Италии] полагали, что некоторые границы непреодолимы. Так, носить шляпу было привилегией синьоры... или шлюхи. Америка разрушила эту традицию. Если пожилые женщины, храня верность канонам, продолжали носить платки на головах и кутаться в шали, молодые итальянки охотно пробовали запретный плод...

Для старшего поколения, впитавшего в себя унижительные правила, связанные с сословным расслоением общества, мода как объект желания попросту не существовала. Для их детей она стала возможностью спасения, способом пересечения нерушимых прежде границ. Это была одна из немногих областей, в которых промышленное общество, сулившее гражданам изобилие, сдержало свои обещания, по крайней мере внешне» (Ewen & Ewen 1982: 210–211).

В период Первой мировой войны экономическое положение женщин в Великобритании на время улучшилось. У них появилось больше социальных свобод. На улицах города можно было встретить респектабельных женщин, открыто пользовавшихся макияжем. Для представительниц рабочего класса стали доступны недорогие шубы. Силуэт женской одежды становился проще, и эта тенденция нашла продолжение и в 1920-е годы, когда платья-рубашки и пальто прямого покроя можно было легко изготовить в заводских условиях.

В 1920-е и 1930-е годы в швейной промышленности произошли серьезные изменения. Дальнейшее развитие фабричного производства привело к еще большему расслоению квалифицированных портных, работающих в швейных мастерских, фабричных рабочих и швей-надомниц. Появилось множество предприятий, специализировавшихся на изготовлении одежды, как массового, так и индивидуального производства. Фирмы, занимавшиеся пошивом мужской одежды и владевшие собственными фабриками (например, Montagu Burton и Fifty Shilling Tailors), сумели сообщить моделям, производившимся в массовом порядке, определенные достоинства одежды, пошитой на заказ. Начала развиваться «оптовая мода», или «мода среднего класса»; ряд компаний — такие, как Deréta, Windsmoor и Harella — выработали собственный стиль, а хороший дизайн был для них столь же важен, как и высокое качество. Первая удачная размерная сетка для одежды массового производства была заимствована британскими производителями из Америки (хотя уровня американского производства в этом отношении британцам удалось достичь лишь спустя долгое время после окончания Второй мировой войны).

Методы работы в швейном производстве по-прежнему были весьма разнообразны. Дж. Доббс писал, что в 1928 году в Британии заводы с пяти тысячным штатом существовали бок о бок с маленькими старомодными мастерскими, а многие портнихи и швеи продолжали работать в универмагах (Dobbs 1928). При этом даже появление новых технологий не гарантировало рабочим улучшения условий труда; так, например, внедрение конвейерной системы сделало работу еще более утомительной. В Соединенных Штатах при наличии более развитых технологий сохранялся старый метод производства одежды от начала до конца одним мастером. Один из исследователей писал:

«Нью-Йорк представляет собой исключение в стране, где заправляют крупные фабрики; как и в Монреале, здесь по-прежнему шьют женские платья, пальто и костюмы на небольших предприятиях. Должности операторов занимают квалифицированные иммигранты, средний возраст которых в настоящее время составляет около 55–60 лет. В прежние времена тайны ремесла передавались в семье из поколения в поколение, но нынешняя молодежь считает это занятие слишком медлительным и бесполезным, склоняясь в пользу профессий, гарантирующих высокую оплату в короткие сроки. Институт ученичества более не существует, а поэтому производителям массовой одежды противостоит вымирающее ремесленное сообщество, не признающее вмешательства в свои дела и сопротивляющееся механизации» (Disher 1947: 5)<sup>3</sup>.

Наряду с небольшими ателье существовали и швейные мастерские, продолжавшие производить дешевую одежду в условиях потогонной системы. Однако к 1940-м годам изготовление привлекательной недорогой одежды все больше ассоциировалось с развитием современных методов фабричного производства.

В 1930 году в пригородах Нью-Джерси, Коннектикута и в северной части штата Нью-Йорк были построены новые и зачастую хорошо спроектированные фабрики, в то время как в Сент-Луисе и Канзасе, а также в новых калифорнийских центрах моды, переживших бурное развитие в период Второй мировой войны, начали применяться такие изобретения, как ленточный раскройный нож и роторный резец с круговым лезвием Истмана. Кроме того, владельцы фабрик впервые начали равномерно распределять рабочую нагрузку в течение года, что позволило им содержать постоянный штат сотрудников.

В Великобритании с началом Второй мировой войны вырос спрос на качественную одежду. Как и во время Первой мировой войны, финансовое положение граждан улучшилось по сравнению с мирным временем. Требовалось изготавливать военную форму (и это был первый случай, когда она в значительном количестве понадобилась женщинам). Существовал также «технологический» стандарт (англ. «Utility» scheme) для предметов домашнего обихода, таких как мебель и одежда. В целях оптимального использования материалов в условиях ограниченных поставок британские модельеры создавали современные, красивые образцы одежды, экономически выгодные для массового производства и продающиеся по цене, доступной для большинства мужчин и женщин.

В годы войны и несколько лет после нее одежда была в дефиците и распределялась по талонам, чтобы каждый мог получить «свою долю» по справедливости. После войны лейбористское правительство стремилось поддерживать установившиеся стандарты. Сэр Стаффорд Криппс в ходе своей работы

в Министерстве торговли основал рабочую группу, занимавшуюся вопросами швейной индустрии, отчитавшуюся о своей работе в 1947 году. Было предложено учредить «совет по вопросам развития стиля», а также были достигнуты улучшения в сфере заработной платы и условий труда в швейной промышленности.

Однако после возвращения к власти консерваторов в 1951 году государственные организации были заменены добровольными; последним же недоставало хватки, и технологический стандарт прекратил свое существование. На протяжении 1950-х наблюдались рост уровня жизни населения и развитие «общества изобилия», чьи потребительские амбиции всячески поощрялись; все это способствовало улучшениям в сфере дизайна. Еще одним стимулом развития индустрии моды стало появление молодежного рынка сбыта. Ко второй половине 1960-х годов почти 50 % одежды приобреталось представителями социальной группы, возраст которых составлял от 15 до 19 лет (Ewing 1974). Это были подростки, выросшие в обществе полной занятости, которые еще не задумывались о необходимости экономить деньги и немедленно тратили все, что им удавалось заработать за неделю. Между тем, взятые вместе, они оставляли в магазинах миллионы фунтов.

Центром этой «молодежной революции» стала Великобритания, и британская массовая мода заняла лидирующие позиции в мире (Мэри Квант, возможно, самый выдающийся модельер 1960-х годов, о деятельности которой пойдет речь в главе 8, нашла удачное применение американской системе размеров и производственным методам, что способствовало продвижению ее работ на международном рынке).

И все же многие инноваторы от мира моды, стремившиеся воплотить в своих творениях дух «свингующего Лондона», по-прежнему полагались на устаревшие методы индивидуального пошива и работу субподрядчиков. Модели, призванные воплощать собой непрерывную динамику быстро меняющихся стилистических решений, не годились для фабричного производства: их реализация не могла окупить лишние затраты ресурсов и рабочей силы. Однако в конце 1960-х и начале 1970-х годов портных, работавших по индивидуальным заказам, можно было нанять по фиксированному тарифу, поэтому сохраняло справедливость представление о том, что «работа с индивидуальными предпринимателями экономически выгодна для подрядчика, которому не нужно оплачивать работнице страховку или заключать с ней рабочий контракт на постоянной основе» (Ibid.: 202).

С конца 1950-х годов число таких временных и надомных работников быстро росло. В 1964 году на дому работали 15 000 мастеров швейного и портняжного дела, 85 % которых составляли женщины. 10 % из них были моложе 18, а 30 % — моложе 25 лет (Briscoe 1971: 176).

Тем временем число работников, занятых в фабричном производстве, продолжало снижаться приблизительно на 2 % каждый год. Спад местной экономики и конкуренция со стороны развивающихся стран привели к противоречивым последствиям. Контроль над миром британской моды в итоге захватили несколько доминирующих производителей, тогда как средние предприятия, выпускавшие качественную продукцию, либо скупались, либо прекращали свое существование.

В то же время рынок заполнили дешевые импортные товары, привозимые сначала из Гонконга, а позднее и из других регионов Юго-Восточной Азии. В конце 1970-х годов определенный успех имела предпринятая лейбористским правительством попытка поощрить капиталовложения в отечественное производство. Однако, увеличившись втрое в 1978–1979 годах, объем британского экспорта резко сократился после победы на выборах правительства Маргарет Тэтчер. Первый принятый консерваторами бюджет предполагал увеличение НДС с 8 до 15 %, снятие ограничений на зарубежные инвестиции и высокие процентные ставки в период господства «сильного фунта»; это подорвало позиции британской индустрии. Если в 1979 году число рабочих, занятых в производстве, составляло 310 000, то к 1982 году оно снизилось до 200 000.

Некоторые владельцы предприятий были вынуждены оставить бизнес, другие открыли производство за рубежом; все это привело к кардинальной структурной перестройке индустриальной сферы. В 1970 году в Великобритании насчитывалось 7000 компаний, причем 70 % работников концентрировалось в 200–300 из них. В 1983 году осталось всего 5000 предприятий, и они в среднем были гораздо меньше прежних; зато маленькие фирмы и швейные мастерские возобновили свое существование. Условия труда на крупных предприятиях стремительно ухудшались, фабрики неожиданно закрывались, а работников увольняли без предупреждения и выплаты компенсаций.

Предполагается, что в 1979 году (Campbell 1979) половина лондонской модной продукции поставлялась надомными работниками. Несмотря на развитие макроэкономики, эта практика продолжала существовать, поскольку «в швейной индустрии... низкое капиталовложение традиционно служит условием выживания производства, хотя одновременно и снижает уровень прибыли; быстро меняющийся продукт и высокая конкурентоспособность рынка зачастую препятствуют большим капиталовложениям в этой области. Справедливо, однако, и то, что в этих условиях, при сохранении предельно низкого уровня заработной платы сотрудников, некоторые производители могут сохранять конкурентоспособность и получать прибыль» (Coyle 1982: 11).

Профсоюзное движение работников швейной индустрии отражало состояние отрасли и имело непростую историю. В XIX веке рабочий класс состоял из трудящихся самых разных типов, обладавших разным статусом, что нашло

отражение в существовании большого числа небольших профессиональных союзов. После ряда промежуточных слияний они окончательно объединились в Национальный союз портных и работников швейной промышленности (National Union of Tailors and Garment Workers, NUTGW) в 1932 году<sup>4</sup>. До начала Второй мировой войны производительность британских швейных фабрик продолжала расти, несмотря на уменьшение фактических цифровых показателей, характеризующих положение индустрии. Рост наблюдался даже в период Великой депрессии, когда каждый пятый был безработным. Число женщин в отрасли значительно превысило число мужчин; сегодня оно составляет 90%. В 1950-е и 1960-е годы эта цифра составляла 80%, и ее увеличение свидетельствует о развитии домашнего производства.

В 1941 году отмечалось, что «механизация превращает изготовление одежды в массовую индустрию, а работа женщин-станочниц заменяет высококвалифицированный мужской труд» (Hamilton 1951: 130). Представление об угрозе, которую несет тяжелый женский труд для мужчин как представителей квалифицированной рабочей силы, имеет широкое распространение. В швейной промышленности процесс деквалификации производства превратил эту угрозу в реальную опасность. Сборкой продукции здесь занимались преимущественно женщины, тогда как мужчины по большей части работали в раскройных цехах, на складах, а также занимали более перспективные управленческие и руководящие должности (Briscoe 1971)<sup>5</sup>. В конечном итоге, однако, использование женского труда начало угрожать безопасности и этим бастионам. В статье, опубликованной газетой Guardian 8 июля 1980 года, рассказывалось о том, что на фабрике Herworths вводится в действие раскройное устройство стоимостью 250 000 фунтов стерлингов и это «означает, что теперь команда девушек делает работу, которая традиционно считалась мужской». Пятьдесят мужчин потеряли рабочие места, а обучение девушек новой специальности заняло всего двенадцать недель, хотя профсоюз настаивал на том, что обращение с ленточно-раскройным станком требует не менее трех лет ученичества.

Квалифицированные сотрудники из числа мужчин пытались сопротивляться этому процессу, однако неприязнь, которую они испытывали к нововведениям, уже в 1940-е и 1950-е годы не вызывала энтузиазма работодателей. Их попытки сохранить свои навыки и поддерживать высокий уровень заработной платы противоречили интересам женщин. Реакция профсоюза NUTGW на массовый ввоз в Великобританию дешевых импортных товаров, а также на модернизацию производства, призванную улучшить условия труда, но на деле зачастую лишь ухудшающую их, предполагала разработку стратегии защиты отечественной промышленности. Утверждая, что свободная торговля в том виде, в котором она существует в настоящее время, не отвечает интересам трудящихся во всех странах, профсоюзные деятели выступали за введение выбо-

точного ограничения импорта товаров. Последнее, однако, необходимо было сочетать с государственной поддержкой местного производства (шаг, который был сделан правительствами Бельгии, Франции и Италии), а также с разработкой надлежащих программ подготовки будущих рабочих (подобные программы начали вводиться в Великобритании в 1950-е годы, однако участвовать в них могли лишь мальчики, в то время как в швейном производстве именно девочки представляли собой гораздо более надежный источник рабочей силы).

Попытки ограничить ввоз в страну иностранных товаров иногда трактуются как понятное стремление сравнительно привилегированной прослойки белых мужчин защитить себя и свое положение в обществе от «дешевой рабочей силы из стран „третьего мира“» (Chapkis & Enloe 1983)<sup>6</sup>. Между тем последнее далеко не всегда справедливо, особенно при условии, что этот шаг предпринимается в рамках в целом прогрессивной экономической стратегии, предполагающей среди прочего поддержание стабильных торговых отношений с развивающимися странами. Тем не менее само существование дискуссий по этому поводу является индикатором наличия проблемы, связанной с эксплуатацией представителей стран третьего мира в швейной и текстильной индустрии.

Модернизация производства — непрерывный процесс. В настоящее время существуют станки, позволяющие работать одновременно с 50 или 60 слоями материала вместо 20, как было прежде; разработаны также новые «настилочные» машины для раскроя, благодаря которым полностью автоматизируется процесс подготовки тюков материи к обработке, ранее осуществлявшийся вручную. Была создана система автоматизированного проектирования Gerber; даже лазерный крой стал возможным. Производственное оборудование становится все более сложным и разнообразным, что позволяет выпускать небольшие партии эксклюзивных моделей одежды в фабричных условиях; в Японии была изобретена машина, способная выполнять «ручную» вышивку на очень тонком материале; существуют также устройства, имитирующие неровный шов, получающийся при ручной работе.

Стремительное развитие высоких технологий существует одновременно с жестокой эксплуатацией трудящихся, по-прежнему имеющей место в странах третьего мира. Процессы, происходящие сегодня, являются не чем иным, как воссозданием многонациональных корпораций и так называемых «предприятий мирового рынка», появление которых стало одним из худших последствий индустриальной революции XIX века. Подобные предприятия обычно полностью или частично принадлежат корпорациям Японии, Северной Америки или Европы. Высокотехнологичное производство в этой ситуации является прерогативой материнской компании. Единственное, что делегируется предприятиям, находящимся в странах третьего мира, — это работа с деталями, и единственной причиной этому является наличие там «дешевой

рабочей силы». Станки, материалы, нитки, даже раскроенные заготовки для одежды переправляются в развивающиеся страны; после сборки продукция возвращается на головное предприятие. Технология производства остается исключительной собственностью владельцев предприятий, которые и получают львиную долю прибыли.

Это воспроизводящаяся в мировом масштабе старая потогонная система субподрядов. В начале 1970-х годов так называемые «полиэстеровые дороги» южнокорейских промышленных трущоб сравнивали с Манчестером 1840-х годов. В последующие десятилетия ситуация только ухудшилась; в тот же процесс были вовлечены Тайвань, Индонезия, Бангладеш и Шри-Ланка, в то время как Гонконг, как принято считать, «выбивается из мирового рынка», поскольку там выросло поколение квалифицированных рабочих, требующих улучшения оплаты и условий труда (Elson & Pearson 1981).

На новых азиатских фабриках работают женщины и маленькие девочки в возрасте 10–11 лет, чей труд беспощадно эксплуатируется. В действительности их положение сегодня даже хуже, чем у их предшественниц в викторианской Англии, и тому есть две причины. Во-первых, несмотря на то что в 1840 году профсоюзное движение находилось в зачаточном состоянии, усилия его лидеров по крайней мере позволили трудящимся добиться определенного улучшения условий труда. В Азии же, напротив, наблюдается тенденция к отказу от ранее прогрессивной профсоюзной системы; недемократические правительства и правящий класс стремятся к получению большей прибыли за счет рабочего класса. Во-вторых, если в Великобритании XIX века введение заводской системы производства способствовало разрушению патриархальной семьи, то в странах третьего мира эксплуатация молодых женщин фактически укрепляет устоявшийся патриархальный уклад.

Это происходит потому, что развитие предприятий мирового рынка сопровождается разрушением традиционного сельского хозяйства (также обычно по вине стран-хищников «первого мира») и традиционных систем производства (таких, например, как ткацкое ремесло в Индонезии). В результате этого молодые женщины отправляются на фабрики, чтобы содержать семью. Даже если им удастся избежать отцовского надзора, они, как и молодые женщины 1840-х годов, рискуют стать добычей владельцев и управляющих фабрик. Теряя зрение и здоровье, девушки становятся больше не нужны работодателям, и над ними нависает угроза зарабатывать на жизнь проституцией. Они превращаются в составляющую пакета туристических услуг для «уставших предпринимателей» из Японии, США и Германии, владельцев компаний, строящих заводы в странах третьего мира.

Важно помнить, что представление о пассивности женщин развивающихся стран, представляющих собой эксплуатируемую «дешевую рабочую силу»,

не соответствует действительности. Так, например, в течение последних двух лет состоялись массовые забастовки на Филиппинах и в Южной Корее и были предприняты попытки организации объединенного международного движения трудящихся женщин (Charkis & Enloe 1983).

В эпоху массового производства эксклюзив остается идеалом. Возможно, «полиэстеровую дорогу» и улицу Риволи разделяют миллионы миль, однако и здесь, и там эксплуатация рабочих служит условием создания модного образа.

В течение столетия парижская высокая мода была воплощением исключительности. Ворт положил начало эпохе, когда мода считалась воплощением творческой воли Художника, гения. Поль Пуаре, черпавший вдохновение в дягилевских «Русских сезонах», картинах кубистов и представителей фовизма (он часто использовал в своих работах яркие оранжевые, пурпурные, черные и зеленые тона), тешил себя мыслью, что он единолично революционизировал моду и стал диктатором стиля в сфере женской одежды.

И действительно, по его воспоминаниям, во время одного из триумфальных американских турне, его попросили дать индивидуальные рекомендации сотням восторженных женщин, слушавших его лекцию, и рассказать, каких цветов и какого стиля им следует придерживаться. По мере того как женщины вереницей проходили мимо него, он заглядывал им в глаза гипнотическим взглядом и бормотал название цвета, который, по его мнению, подошел бы каждой из них, выступая в роли Свенгали от мира моды (Poiret 1931).

Во время турне его привел в бешенство тот факт, что, как оказалось, его работы беззастенчиво копировались другими дизайнерами, и хотя его судьба в этом смысле сложилась трагически (талант так и не принес ему никакой выгоды), кутюрье, которые следовали по его стопам, проявили большую изворотливость.

В частности, Кристиан Диор, открывший собственный салон в Париже после окончания Второй мировой войны, разработал систему, превратившую его дизайнерские работы в разновидность франшизы. Зарубежным покупателям были предоставлены три возможности: они могли приобрести выкройку модели, раскроенный образец, полная или слегка модифицированная копия которого после сборки именовалась «копией оригинального дизайна Кристиана Диора», или непосредственно готовый оригинал, копии которого продавались с меткой Christian Dior (Ewen & Ewen 1982). В послевоенный период все парижские кутюрье так или иначе пытались предотвратить не только пиратское тиражирование своей продукции, но и преждевременное появление информации о новых моделях в прессе. Разработка каждой новой сезонной коллекции велась в атмосфере строжайшей секретности, что сообщало процессу своеобразный мистический ореол.

Энн Прайс, в течение двадцати лет работавшая редактором отдела моды в журнале *Country Life*, в интервью так объясняла причины этой ситуации:

«Это были дни, когда издатели не занимали первые полосы газет, ожидая телефонного звонка от корреспондента из Парижа, спешившего сообщить новости об актуальной высоте подола и положении талии. Элегантно одетые редакторы отделов моды, со шляпками, сбившимися набекрень, размахивая сумочками, бросались наперегонки к телефонному аппарату с тем же яростным азартом, что их коллеги из спортивных новостей после последнего свистка финальной игры розыгрыша футбольного кубка».

«Конечно, — говорила Энн Прайс, — модные редакторы и сегодня конкурируют друг с другом, но тогда... мы рассказывали миру о единственно возможном, идеальном образе. И это было актуальной новостью. Женщины всего мира с нетерпением стремились узнать, следует ли им укоротить свои платья на пару дюймов, и с этой новостью, опубликованной на первой полосе, тираж распродавался мгновенно. Так что модные редакторы были, в первую очередь, репортерами, и они действительно старались первыми заполучить для своих изданий эксклюзивную информацию; они подкупали сотрудников домов мод, которые воровали для них эскизы новых моделей» (*Guardian*, 23 февраля 1984 года).

Диор, как ранее Ворт, считал, что модельер прежде всего является художником: «Мы, кутюрье, подобны поэтам». Он говорил, что прилив вдохновения настигает его, как удар тока, и сравнивал творчество дизайнера с архитектурой или живописью (*Diore* 1957). И все же самым важным его достижением было слияние моды и крупного бизнеса. Его работы финансировались Марселем Буссаком, ведущим французским производителем текстиля, а его модный Дом представлял собой гораздо более амбициозный проект, чем все довоенные компании.

Истоки высокой моды Диор видел не в творчестве Ворты, а в работах таких революционеров дизайна XX века, как Мадлен Вионне (придумавшей косой крой) и Жанны Ланвен, «которые в итоге полностью преобразовали профессию, поскольку изготавливали платья для своих коллекций с помощью ножниц и собственных рук. Дизайнерская модель стала единым целым, а юбка и лиф создавались по одному принципу. <...> Теперь наряды полностью зависели от характера кроя» (*Ibid.*: 17).

По его мнению, в этом состояло кардинальное отличие от существовавшей ранее ситуации, когда коллекции не являлись результатом творческого усилия одного мастера. Модельер, имевший громкое имя, брал за основу дизайнерские решения, предложенные ему наемными работниками. В любом случае

оригинальность дизайна и покроя имели меньше значения, чем разнообразные украшения, которыми платья, во всем остальном практически идентичные, отличались друг от друга.

Диор занимал ведущие позиции в мире французской высокой моды в 1950-е годы. Его главным конкурентом был испанец Баленсиага. Между тем французская писательница Селия Бертен, занимавшаяся изучением парижской моды того времени, утверждала, что за ярким фасадом скрывались те же проблемы, которые имели место в Уайтчепеле или нижнем Ист-Сайде: ужасающе низкий уровень оплаты труда и долгий рабочий день; единственное отличие составлял гламурный ореол и мистический флер парижской высокой моды (Bertin 1956).

Она обнаружила, что в модном бизнесе существовала целая иерархия сотрудников, начиная от находившихся на виду «манекенщиц» (mannequins) (то есть моделей) и vendeuses (продавщиц, в индивидуальном порядке обслуживавших богатых клиентов) и заканчивая никому не известными midinettes, подмастерьями и старшими швеями, работавшими в полутемных мастерских. Это были квалифицированные мастера, обладавшие серьезными знаниями, которые «создавали модели одежды, на которые ориентировался весь мир» и при этом в 1956 году редко получали за свою работу больше 40 пенсов в час. Лишь 2–3 % всей работы выполнялось с помощью машин.

Несмотря на эксплуатацию, этот эзотерический и, в первую очередь, театрализованный мир очаровывал многих рабочих, которые гордились тем, что посвящают ему жизнь. Производство модных коллекций было подобно созданию декораций для фильма или пьесы. Здесь царило искусство драмы и представления, и конечный продукт, несмотря на уготованную ему недолгую жизнь, являлся таким же предметом искусства, как музыкальное произведение или театральная постановка.

В 1950-е и 1960-е годы британские, американские и итальянские дизайнеры так и не смогли потеснить парижскую моду с занимаемой ею доминирующей позиции. Затем ситуация начала меняться благодаря развитию массового рынка готовой одежды. Дизайнеры, работавшие преимущественно в этой отрасли, хотели делать больше, нежели просто создавать упрощенные вариации парижских моделей. Молодым покупателям не нужны были приблизительные копии работ Баленсиаги, создававшиеся для богатых 45-летних француженок, чей образ жизни кардинально отличался от того, который вели «деловые женщины».

Считается, что о гибели прежнего мира моды возвестила Шанель. Она снова начала работать в 1953 году, изжив позор сотрудничества с немцами в военный период. Давая интервью журналистам, она вновь постулировала принципы, которыми руководствовалась еще в 1920-е годы:

«Элегантность в одежде означает свободу и легкость движения... Эти тяжелые платья, которые невозможно упаковать в чемодан, чтобы взять с собой в самолет, просто смешны. Весь этот китовый ус и корсеты — долой их. Что хорошего в жесткости? Сегодня женщинам нравится более простая жизнь...

Мне больше не интересно наряжать всего несколько сотен дам, частных клиенток; я буду одевать тысячи женщин. Однако... постоянно воспроизводимые модели, дешевые в производстве, должны начинаться с роскоши» (Vogue, февраль 1953 года).

Вскоре костюм, разработанный Шанель, приобрел широкую популярность во всем мире, а в особенности — в Соединенных Штатах, где, по мнению Сесила Битона, он навсегда стал отличительным признаком американской «деловой женщины» 1950-х годов; а яркие, броские модели Мэри Квант, появившиеся в 1960-х, в действительности представляли собой соединение стиля студентки художественного колледжа лондонского Челси со стилем Шанель.

Только после Второй мировой войны готовое платье стало распространенной одеждой, доступной всем и каждому. В 1920-е и 1930-е годы во многих регионах Европы и США, не говоря уже обо всем остальном мире, модную одежду могли позволить себе только богатые люди. Даже жители крупных городов одевались очень по-разному. В этом отношении их можно условно разделить на три типа. Первую группу составляли модники; вторую — старые или, напротив, очень молодые люди, которые носили наряды, характерные для их возрастной группы; и еще были бедняки, которые могли себе позволить только старую и поношенную одежду. Например, даже во время Второй мировой войны некоторые женщины-работницы надевали пиджак от английского костюма, платье из набивной ткани, длинные носки и модные туфли на платформе. Причиной такого сочетания были бедность и экономия, однако женщинам среднего класса оно казалось просто немыслимым. Впрочем, этот наряд вновь появился в 1970-е годы, возродившись в качестве авангардного модного хиппового стиля. При этом длинные платья, пальто и токи эдвардианской эпохи, которые английская королева Мария носила до самой смерти, начали выглядеть по-настоящему старомодными лишь после 1950 года. До этого многие пожилые богатые женщины одевались подобным образом.

Начиная с 1970-х годов массовый рынок потеснил даже парижских кутюрье. Времена, когда Париж был единственным законодателем моды, остались в прошлом. Впрочем, требования стиля существуют в моде и по сей день, хотя его снобистские претензии ассоциируются в меньшей степени с эксклюзивным дизайном и в большей — с не бросающимися в глаза достоинствами дорогостоящих материалов и швейного мастерства. Одним из результатов этого

процесса стали и актуальные в Британии (а, возможно, и во Франции) споры относительно того, каких специалистов должны готовить дизайнерские колледжи: творческих личностей, создающих произведения искусства, или ремесленников, деятельность которых тесно связана с массовым производством<sup>7</sup>.

Тем не менее, какие бы перемены ни произошли в мире модной индустрии и дизайна, его сущность, как это ни удивительно, остается по-прежнему противоречивой: за гламурным фасадом скрывается невидимый со стороны тяжелый труд рабочих. Кажется, что гламур практически неотделим от эксплуатации.

Несмотря на это, гламур сохраняет свое очарование, и если говорить о моде как таковой, то эксплуатация рабочих в этой области кажется менее вопиющей, чем эксплуатация потребителей. Изучая специфические особенности гламурной индустрии, связанные, например, с изготовлением нижнего белья или косметики, можно обнаружить, что некоторые виды продукции попросту бесполезны, причем в случае с косметикой их производство не требует больших затрат, а продаются они по высокой цене как предметы роскоши.

# Мода и эротика

Татуировки, оттянутые грузами губы, перебинтованные ноги китайских женщин, тени для век, помада, эпиляция, тушь — или же браслеты, ожерелья, ювелирные украшения, аксессуары: все что угодно пригодится для переписывания культурного порядка на теле, и именно это запускает эффект красоты.

*Жан Бодрийяр «К критике политической экономики знака»*

Кажется столь очевидным, что одежда должна быть как-то связана с сексуальностью, что это предположение фактически принимается на веру, без сомнений. Даже в тех обществах, члены которых обычно не обременяют себя лишней одеждой, существует традиция одеваться для танцевальных церемоний и иных случаев, в которых можно прогнозировать возникновение сексуального интереса. Мы часто слышим и читаем, что одежда стимулирует сексуальную привлекательность, поскольку одновременно и открывает тело, и скрывает его. Для некоторых людей предметы одежды даже становятся необходимы для эротического возбуждения.

И тем не менее попытки интерпретировать моду исключительно (или преимущественно) в категориях сексуальности обречены на провал. Прежде всего, стандарты красоты (какой именно внешний вид и облик считается сексуально возбуждающим) в разных культурах так несхожи, что объективное суждение о том, повышает ли одежда привлекательность, становится попросту невозможным. Любой предмет одежды *можно* назвать эротическим, однако стоит поразмышлять о том, по какой причине *меняются* вкусы в области красоты.

Одежда имеет некоторую связь с сексуальностью, но она выражает и многие другие импульсы. В любом случае пол нельзя определить и понять как вещь — потаенную и осязаемую; это одно из течений жизни, текучее и ускользающее, скорее связанное с остальными, чем отделенное от них. Скажем, многие женщины и мужчины одеваются как исходя из соображений статуса, так и формулируя некий сексуальный призыв — но разве власть не связана с сексуальным поведением? Женщины и мужчины могут одеваться так, чтобы бросить вызов родителям, супругу/супруге, какому-либо сообществу; равным

образом они могут одеваться так, чтобы никто их не заметил. Женщины, безусловно, отнюдь не всегда одеваются «для мужчин». Убеждение в обратном разделяют многие из пишущих о моде — те, кто считает женщин глупыми *par excellence*. Им и в голову не приходит сомневаться в том, что главная забота женщин — возбуждать мужское желание. Более того, даже когда женщины носят статусную одежду, это интерпретируется как сексуальное соперничество: одеваясь «для другой женщины», первая просто вызывает ее на соревнование. Нельзя не признать, однако, что триумф и уничтожение противника при помощи одежды встречаются довольно часто.

Джеймс Лавер (Laver 1969b) многое сделал для того, чтобы связать эротическую нагрузку одежды с изменениями в моде. Он выдвинул теорию «подвижных эрогенных зон»: в любую эпоху какая-то часть женского тела обязательно должна быть подчеркнута, выделена, но этот акцент непрерывно смещается, ибо в противном случае мужчинам грозит пресыщение. Это касается только женской моды — но Лавер считал, что мужской моды практически не существует. При помощи своей теории он объяснял прежде всего «иррациональные» моды — такую, например, как мода на платья с обнаженной спиной (1930-е годы). Ученый полагал, что эротизация спины происходила потому, что мужчин уже не возбуждали ноги, которые в предшествующее десятилетие слишком активно выставлялись напоказ (хотя платья с низким вырезом на спине существовали и тогда). Куда более вероятно, однако, что причиной возникновения этой моды было влияние Голливуда. С введением в 1934 году более жесткой цензуры кинофильмов (так называемый кодекс Хейса) платья с открытым декольте подверглись изгнанию с экрана, однако со спины и боков они по-прежнему могли быть сколь угодно минималистичными. Платья с глубоким вырезом сзади отражали не столько эротизацию спины, сколько молчаливое, исподтишка, нарушение цензорских запретов. Они также сигнализировали, что на главные течения моды влияла спортивная одежда: такие платья вырастали из купальных костюмов, в которых значительная часть спины была обнажена для загара.

Вещи зачастую не поддаются интерпретации в рамках теории «подвижных эрогенных зон»: что, к примеру, подчеркивают брюки — ногу целиком или область ступни? Или еще: можно ли в наши дни считать их повседневной одеждой? С тех пор как женщины стали (и все активнее становятся) рабочей силой, возникло несколько модных течений, затушевывавших эротизм и переносивших акцент на эффективность.

Дж.К. Флюгель попытался дать психоаналитическое объяснение связи пола и одежды. По его мнению, мода представляет собой самовозобновляющийся компромисс между стыдливостью и эротизмом; открытая сексуальность в «цивилизованном» обществе необходимо и сильно подавлена, так что

ей, чтобы выразить себя, приходится искать обходные, потайные пути, при этом борясь с «реактивным образованием»<sup>1</sup> стыдливости и целомудрия. Таким образом, мода аналогична симптомам невроза; это, по словам Флюгеля, «постоянная краска стыда на лице цивилизации». Данный подход хорошо улавливает противоречивость моды, но, как и теория Веблена, считает ее иррациональной и, стоит ей отклониться от естественных линий тела, называет отвратительной и абсурдной.

Эдмунд Берглер (см.: Bergler 1953), американский психоаналитик, работавший в 1950-е годы, пошел много дальше — как в осуждении безобразия моды, так и в описании ее связей с сексуальной сферой. Он признавал, что индустрия моды — поле деятельности не женщин, но мужчин. С его точки зрения, уродства моды — проявление «грандиозного бессознательного надувательства», жертвами которого стали женщины. Совершили же его отъявленные негодяи эпохи холодной войны — мужчины-гомосексуалы (Берглер исходит из пошлого убеждения в том, что все дизайнеры одежды придерживаются такой ориентации). Попытавшись в 1920-е годы превратить женщин в мальчиков, они затем выплеснули свою затаенную ненависть, заставив их носить смешную, нарочитую, отталкивающую одежду.

Берглер считал моду одним из многих проявлений сексуального дискомфорта, характерного для середины XX века. Американские мужчины росли инфантильными; мальчиками они и тянулись к «великанше из детской» («Мамочке»), и страшились ее. Этих взрослых младенцев могло возбуждать только снисходительно разрешенное им «инфантильное подглядывание», которому, в свою очередь, потакали фетишизм и наполовину скрытая, наполовину явная искусственность моды:

«Мы знаем, что одежда — мужское изобретение, питающееся и продвигаемое глубинными мужскими страхами... Одежда — зеркало специфического сексуального извращения, в основе которого лежит постепенное, психологически обусловленное снижение необходимого биологического влечения... [это своего рода] возбуждающие вещества для увядающей мужской потенции» (Ibid.: 289).

За *всеми* этими попытками истолковать одежду в терминах эротизма просвечивает теория Веблена. Они вновь и вновь спотыкаются на ложной предпосылке, кроющейся во многих теориях моды: человечество якобы может найти свою истинную сущность, отказавшись от «цивилизации», которая только и извлекает нас из животного состояния.

Однако возврат к этому состоянию невозможен. У животных спаривание регулируется биологически контролируруемыми циклами и инстинктивными

реакциями на сигналы самок, находящихся в нужной фазе репродуктивности. У человека такой цикл, с присущим ему «брачным сезоном» и особыми периодами года, когда самка готова к случке, отсутствует; мы заменяем его более тонкими сигналами социально обусловленного поведения, в котором одежда действительно играет определенную роль. Однако эта роль приглушена и противоречива, ибо одежда является отнюдь не только сексуальным сигналом.

Обращаясь к двум сторонам моды, белью и косметике (в широком сознании именно они прежде всего ассоциируются с сексуальностью), мы обнаруживаем, что мода представляет собой среди прочего непрерывный диалог между естественным и искусственным. И в самом деле, она ставит их в близкие, интимные отношения. Ответвлением этих отношений является фетишизм (узкие, особые сексуальные предпочтения, связанные с отдельными предметами одежды) — третья сторона, обнажающая не столько перекличку между естественным и искусственным, сколько тот факт, что у некоторых людей сексуальное возбуждение задается стимулами, далекими от каких бы то ни было биологических функций. Для фетишистов секс — это особенный, застывший сценарий «воображения»; для многих других мужчин и женщин одежда тоже есть реализация их сексуальных фантазий, но менее специфическая.

Жан Бодрийяр писал, что в наши дни термин «фетиш»

*«понимается как некая сила, сверхъестественная власть определенно-го объекта и, следовательно, как аналогичный магический потенциал в субъекте... Однако исходное его значение — противоположное: это нечто изготовленное, артефакт, взаимодействие оболочки и знаков» (Baudrillard 1981: 91).*

Слово «фетиш» происходит от латинского *facere* — делать, производить. Через англо-саксонское *make* оно связано с *make-up* (ср. фр. *maquillage*). Фетиш — это отчужденный предмет, продукт наших собственных усилий. При этом мы проецируем на него магические свойства. Магия фетиша изгоняет или нейтрализует страх.

Фрейд применял понятие фетиша особым образом — для обозначения таких форм сексуальной активности, в которых (из страха кастрации) желание смещается на фетишизированную часть тела или нечто, с ней тесно связанное (Freud 1953). Одежда, вследствие своей близости к телу, фетишизируется особенно легко.

Вероятно, такие явления в той или иной степени имеют место во всех культурах. К примеру, в Японии XI века естественный облик не ценился.

Придворные дамы не только брили брови и чернили зубы (блестящие белые зубы считались уродливыми), но и прятали тела под роскошными длинными одежаниями:

«Значение, приписывавшееся женской одежде, имело прямое отношение к правилам вкуса. Умение женщины выбрать вещи и особенно сочетать цвета считалось куда более надежным ключом к ее характеру и личному очарованию, чем физический облик, в котором ей привелось родиться. Женская одежда была чрезвычайно сложной и громоздкой; она состояла... из тяжелого верхнего платья и набора нижних шелковых платьев (обычно их было двенадцать), тщательно отбиравшихся для того, чтобы создать самые красивые и оригинальные цветовые комбинации. Чтобы вся эта роскошная симфония узоров и цветов могла быть оценена по достоинству, женщины надевали платья таким образом, что рукава их были тем длиннее, чем ближе они прилегали к телу» (Morris 1964: 216).

На капиталистическом Западе, исповедующем иную эстетику, одежда всегда *намекает* на спрятанное, прикрытое тело. Подобный фетишизм ярко запечатлен в романе Гюстава Флобера «Госпожа Бовари». На протяжении всей книги желание, которое возбуждает в мужчинах героиня, Эмма, переносится на ее одежду. Когда Шарль Бовари влюбляется в свою будущую жену, Флобер описывает не ее тело, но ее вещи:

«...он полюбил стук маленьких деревянных башмачков мадмуазель Эммы по чисто вымытым каменным плитам кухонного пола. От высоких каблуков девушка казалась немного выше, и когда она шла впереди врача, деревянные подошвы быстро подскакивали кверху и щелкали о кожу ботинок».

В одной из важнейших сцен романа появление Эммы и вовсе выглядит так: «Шуршанье шелка по плитам, край шляпки, черная накидка... Она!»

Флобер рисует буржуазную жизнь таким образом, что в ней все, в том числе одетое тело, предстает читателю в мельчайших деталях. В основе этого взгляда, однако, лежит мысль о том, что тело, спрятанное под одеждой, чем-то прикрытое, скорее отталкивает, чем привлекает. Красота и ухоженность Эммы неизменно завораживают ее мужа, когда он возвращается домой после посещения многочисленных больных. Его же дни проходили иначе: он «копался руками в потных постелях, пускал кровь, и теплые ее струи иногда попадали ему в лицо; он выслушивал больных, заворачивая грязные рубашки...»<sup>2</sup>. Рассказ о смерти самой Эммы выстроен как цепочка многочисленных деталей,

словно перед нами прежде всего распад тела, а не угасание человеческой личности (Tanner 1979).

Различные части одежды подчас становятся прямым объектом вождения. Ретиф де ла Бретон, писатель XVIII века, в своей исповеди фетишиста рассказывает, как он влюбился в башмачки хозяйки и однажды, когда ему представился случай, позабыв обо всем, овладел сброшенной ею парой розовых туфель без задников, с маленькими язычками и зелеными каблуками: «губы мои прижались к одному из этих сокровищ, второе же, обманув священный порядок природы, от избытка моего ликования стало заменой половому органу» (цит. по: Laver 1969b: 115).

Фетишем может становиться и сдавливание, сжатие тела. Есть люди, которые получают сексуальное удовлетворение от того, что их тела плотно, словно кожей, обтянуты резиновым костюмом, однако самым известным и давно существующим среди таких фетишей является шнуровка. Корсеты со шнуровкой носили на протяжении нескольких столетий, а тугое шнурование было широко распространенной практикой вплоть до конца XIX века. Затем, всего за несколько лет, оно возродилось в качестве сексуального отклонения. Как принадлежность модной одежды корсеты ушли со сцены в то время, когда сексологи, в частности Хавелок Эллис, классифицировали, определяли и описывали различные сексуальные отклонения — и тем, как считают некоторые, в сущности, их создавали. Вплоть до наших дней корсет остается сексуальной тайной немногих поклонников тугой шнуровки.

Дэвид Кунцле (Kunzle 1982) исчерпывающе описал историю этой практики, по ходу дела бросив вызов современным феминисткам, которые с излишней готовностью согласились, что тугие корсеты Викторианской эпохи были всего лишь одним из многих аспектов тотального порабощения женщины. Так, Элен Робертс пишет:

«Одежда викторианской женщины недвусмысленно транслировала ее желание принять мазохистский сценарий подчинения, а кроме того, помогала моделировать женское поведение в рамках роли „утонченной рабыни“» (Roberts 1977: 557).

На самом же деле по другую сторону Атлантики отнюдь не все викторианские женщины принимали «мазохистский сценарий подчинения»; вопреки предположению Элен Робертс, тугое шнурование никак не является простым отражением того факта, что женщина была подавлена и порабощена. Напротив, Дэвид Кунцле пишет, что исповедовавшие антифеминизм реакционные моралисты выступали *против* этой «неестественной» практики, под которой в действительности скрывался бунт. С особенным энтузиазмом затягивались

в корсеты женщины, активно повышавшие свой статус, так что эта практика скорее была индикатором социальных ожиданий и социальной агрессивности, а не покорности.

Бросающееся в глаза восхищение Кунцле эстетикой тугого шнурования приводит ученого к недооценке реального неудобства и даже опасности этой практики. Бетти Райан, звезда Уимблдонских турниров в годы перед Первой мировой войной, вспоминала, что женские раздевалки в теннисных клубах тогда были снабжены чем-то вроде железной перекладины, установленной около камина. На ней можно было сушить корсеты со стальными пластинами, в которых играли теннисистки. «Смотреть на это всегда было неприятно, поскольку на большинстве корсетов оставались пятна крови», — пишет Райан (цит. по: Tingling 1983: 24). Кунцле напоминает, что феминистки XIX века высказывались в пользу тугого шнурования, приводя мнение Элизабет Кэди Стэнтон в защиту моды (не корсетов!). Однако эта выдающаяся американская феминистка вряд ли разделила бы восторг Кунцле перед 13-дюймовыми талиями (их изображения приводятся в его книге) — хотя бы потому, что помимо многого другого она занималась, пусть безуспешно, реформой одежды. (Любопытно, что британская феминистка Эмили Дэвис, будучи членом Общества за реформирование одежды, писала, что при умеренно тугом шнуровании корсет обеспечивает вполне комфортную поддержку.)

Однако в конечном счете Кунцле прав, оспаривая примитивную постановку знака равенства между фетишизацией модного стиля и подчинением женщины, прежде всего потому, что в начале XIX столетия мужчины тоже носили корсеты. Противоположная позиция, которую занимает Элен Робертс, чересчур легко отводит женщине положение жертвы, безропотно покоряющейся своей участи.

По крайней мере одна современная феминистка выдвинула альтернативную точку зрения: женщины тоже могут стремиться к эротическому возбуждению, возникающему при посредстве тех или иных форм одежды, и активно участвовать в этом процессе:

«Высокие каблуки и корсеты способствуют интенсивной кинестетической стимуляции у женщин, воздействуя на осязательные рецепторы, находящиеся не только в коже... Откровенные аксессуары играют роль визуальных стимуляторов для мужчин и тактильных — для женщин...

Женщины, чья молодость пришлась на 1950–1960-е годы, возможно, помнят умеренное, но безусловное возбуждение от тугих, но при этом комфортных поясов для чулок и хорошо подобранных высоких каблуков... При ходьбе на высоких каблуках ягодичы волнообразно колеблются примерно в два раза чаще, чем при ходьбе в обуви без каблука,

соответственно, в область вульвы передаются более интенсивные ощущения. Пояс для чулок может способствовать приливу крови к области таза, а если он достаточно широк, то при движении возникают фрикции в области половых губ» (Faust 1981: 49)<sup>3</sup>.

По мнению Б. Фауст, мода, в том числе косметика, и *есть* женская порнография, поощряющая сильно развитое у женщин осязание и удовольствие, получаемое ими от собственных тел.

Однако среди феминисток сторонницы такого подхода явно составляют меньшинство. В книге «Второй пол» (1949) Симона де Бовуар выдвинула идею «элегантности как связывания» (*élégance comme bondage*), и этот негативный взгляд на элегантность стал в феминистской среде своеобразной ортодоксией. Неслучайно, по-видимому, что де Бовуар писала свою книгу в то время, когда мода — с приходом нью-лука Диора — окрасилась непривычной ностальгией, оглядкой в прошлое, скованностью<sup>4</sup>. Эти модные тренды соответствовали мрачноватому, декадентскому романтизму тех лет. Тогда же, к примеру, произошло возрождение классического балета, снова возник его культ. «Балерина», ранневикторианский сборный образ (туфельки без задника и без каблука, покатые плечи, пышные юбки и гладко причесанные волосы, собранные узлом на затылке) оказался одним из популярных послевоенных стилей. В мире, где было слишком много очередей, пайков и холодной войны, бальные кринолины, длинные юбки и сдержанная до зажатости элегантность напоминали о более романтической и спокойной эпохе. С особенным размахом образность XIX столетия эксплуатировалась во Франции. Стил и внешний облик этого периода определили Мадлен Рено и Эдвиг Фейер, две знаменитейшие звезды французской сцены и экрана. И в жизни, и в кино они носили платья от ведущих кутюрье тех лет — Диора, Марселя Рошá и Пьера Бальмена. Кинодивы, разумеется, надевали наряды в стиле нью-лук в фильмах о современности, но еще более показательны в этом аспекте исторические картины. В США о трагических противоречиях 1940-х годов рассказывали фильмы-нуар, но наряду с этим снималось и множество фильмов о прошлом. В Европе эротические импульсы, скованные и табуированные, отчетливее всего выражало французское романтическое кино, посвященное XIX столетию. Этой тематике отдали должное Арлетти в «Детях райка», Даниэль Дарьё в «Мадам де...», Мартина Кароль в «Нана» и «Дорогой Каролине», Симона Синьоре в «Золотой каске» и целое созвездие красавиц в картине «Карусель». В фильме «Оливия» Эдвиг Фейер страдала от отвергнутой лесбийской любви (в платьях с турнюрами), и даже Брижит Бардо снялась в фильме такого рода — в «Больших маневрах».

Точки соприкосновения между романтизированной одеждой и прямой порнографией найдены в относящемся к этому же времени романе «Исто-

рия О» — «классическом» порнографическом гимне связыванию, порке и пытке. Кроме того, в этой книге значительное внимание уделено фетишизму модной одежды. Готовясь к участию в первой для нее садо-мазохистской оргии, О, героиня романа, надевает костюм в античном вкусе:

«Поверх полукорсета из китового уса, жестоко сдавливавшего талию, и сильно накрахмаленной льняной нижней юбки было надето просторное платье, в низком вырезе которого были видны груди, приподнятые корсетом и едва прикрытые легкой дымкой кисеи. Нижняя юбка и кисея были белыми, корсет и платье — из атласа цвета морской волны».

В дальнейшем О получает возможность на некоторое время вернуться к нормальной жизни. Существенно, что по профессии она — модный фотограф,

«и это означало, что в студии, где ей позировали час за часом, она делала снимки причудливейших — и очаровательнейших — девушек, которых модельеры отбирали для показа своих платьев».

Особенно сильно О привлекает Жаклина:

«Она чуть-чуть склонила голову к левому плечу, зарывшись щекой в поднятый воротник шубки... О так и сняла ее: улыбающаяся, нежная; волосами словно играет легкий ветерок; бархатистая, упругая щека прижимается к меху черно-бурой лисы, серому и мягкому, точно свежий пепел лесного пожара. Губы полуоткрыты, глаза вот-вот смежатся. Казалось, под холодным блеском глянцевой бумаги лежит изображение блаженной девы-утопленницы; так бледна она была, так ужасно бледна».

О понимает и описывает нечто большее, чем порнографическая картина; автор подметил порнографический элемент в моде как таковой, а особенно — в моде этого периода:

«На Жаклине... было невероятной длины платье из тяжелого расшитого шелка, красное (такое надевали невесты в Средние века), на несколько дюймов стелившееся за ней по полу, расширяющееся на бедрах, узкое в талии; вшитые пластинки обрисовывали грудь... на языке кутюрье это именовалось „платьем для показа“» (англ. show gown) (Réage 1954: 16, 60–62).

О сразу же замечает, что платье в утрированном стиле нью-лук в точности напоминает костюм, бывший на ней во время ритуала бичевания. Таким об-

разом, «История О» приоткрывает нам латентно порнографическую природу высокой моды конца 1940-х годов с присущим ей почти болезненным романтизмом.

В наши дни со сферой эротического обычно ассоциируется нижнее белье, которого вплоть до XIX столетия практически не существовало. В 1951 году эта тема была еще столь рискованной, что Сесил и Филлис Каннингтоны предварили написанную ими ученую монографию о нижнем белье следующими осторожными словами:

«Историков должно сильно огорчать то обстоятельство, что нижнее белье повсеместно связывается с эротикой, зачастую — в патологически сильной степени. <...> Авторам настоящей книги, вероятно, достаточно подчеркнуть, что они подходят к этому предмету с научной точки зрения, бесстрастно описывая разные аспекты этого вспомогательного — однако важного — элемента одежды» (Cunnington & Cunnington 1951: 11).

Различные типы льняных сорочек люди носили на протяжении многих веков: они избавляли тела от неприятного соприкосновения с толстыми, колючими материями, из которых часто шилась одежда, и в то же время защищали роскошные костюмы от грязи тела, которое они собой украшали. Столетиями женщины расширяли свои юбки при помощи фижм, валиков, панье, обручей и кринолинов, а также простых нижних юбок. Затем, в первые два десятилетия XIX века, когда женская одежда сводилась к узкому облегающему платью, они стали носить трико (прообраз колготок) и — впервые — длинные трусы-пantalоны, которые часто просвечивали сквозь прозрачные юбки. Затем произошел возврат к плотным нижним юбкам, но в 1850-е годы на смену им пришел кринолин на металлическом каркасе. Тогда на стражу целомудрия — на тот случай, если юбку-клетку вдруг приподнял бы ветер — встали панталоны, но они (что с современной точки зрения выглядит отталкивающей) соединялись только на талии, а с других сторон были открытыми, без швов в области паха. «Закрытые» трусы появились только в самом конце XIX — начале XX столетия. Нижнее белье Викторианской эпохи кажется утилитарным и объемным, однако на рубеже веков в обиходе появилось слово *lingerie*<sup>5</sup> — для обозначения очаровательных и роскошных вещей, изготовленных из тонких, деликатных материалов.

В 1901 году в Париже начал выходить журнал «Элегантное нижнее белье» (*Les Dessous Élégants*) — первое периодическое издание для коммерсантов, посвященное исключительно нижнему белью. Стоит напомнить, что первое десятилетие XX века вообще было периодом беспрецедентной роскоши и инноваций. Шелк с Востока ввозился легче и в больших количествах, чем когда-либо

ранее, а в западных городах по-прежнему было множество нищих белошвеек, готовых за гроши творить из него изысканные пеньюары, домашние кофточки, нижние юбки со шнуровкой, ночные рубашки в мягких палевых цветах, которыми изобиловали будуары Belle Époque.

Сексуально раскрепощенные женщины тогда приобретали в обществе едва ли не уважение; в буржуазный обиход вошло регулирование рождаемости; нравы изнежились в атмосфере материализма и «бабьего лета» империалистической экспансии. Белье эдвардианской эпохи считалось дерзким: такие дизайнеры, как Люсиль (впоследствии леди Дафф-Гордон, сестра Элинор Глин, известной писательницы, автора эксцентричных бестселлеров), пользовались как цветами, так и прозрачными тканями, «каскадами шифона» (Duff Gordon 1932: 45), крепдешина и атласа, щедро вышитыми и отделанными кружевом и лентами.

Грех уже не так строго отделялся от добродетели; конечно, женщина могла скатиться по социальной лестнице, оказавшись объектом всеобщего порицания, однако существовал новый «полусвет», и он деятельно принялся за размытие моральных препонов. По обе стороны Атлантики общество эдвардианской эпохи куда больше пеклось о достатке, чем о манерах. Социальное падение Лили, героини романа Эдит Уортон «Обитель радости», происходит не потому, что она аморальна, но потому, что она не научилась в должной мере уважать деньги и внешность. В конечном итоге она оказывается в странном, «нижнем» мире ничем не сдерживаемой роскоши:

«Обстановка, в которую попала Лили, была так же необычна для нее, как и лица, теперь ее окружавшие. Она не была знакома с миром фешенебельного нью-йоркского отеля... В атмосфере чувственного великолепия двигались бледные существа, разубранные так же богато, как мебель, существа без определенных занятий и постоянных отношений, медленно, лениво влекущиеся по своему пути. <...> Гарцующие лошади или элегантные машины поджидали этих дам у подъезда, возили их по огромному городу; когда же они возвращались, еще больше побледнев под тяжестью своих шуб, их снова всасывала удушающая, рутинная повседневность отеля...

На [их] привычках лежала печать восточной лени и беспорядка... Казалось, все [они] колышутся на поверхности, за пределами времени и пространства...

В этой суматохе пустых и тщетных занятий взад-вперед двигалось множество странных прихлебателей — маникюрши, косметологи, парикмахерши, преподаватели бриджа, французского, „физической культуры“» (Wharton 1952: 298–302).

Обитательниц именно этого мира в скором времени избрала своей целевой аудиторией Элизабет Арден.

Обозначившийся после 1918 года рост производства и популярности искусственных волокон означал, что привлекательные предметы нижнего белья теперь можно производить в массовых количествах, хотя качественное белье вплоть до Второй мировой войны продолжали изготавливать вручную, из натуральных тканей. Джеймс Лавер подчеркивал, что на массовый вкус оказывали свое влияние фильмы:

«Производители кино лишь к середине 1920-х годов осознали, что у этого вида искусства есть... возможности, которые можно выразить в одном коротком слове — *секс*. Фильмы стали выходить под названиями вроде „Грешницы в шелках“...

На экранах замелькали полуобнаженные тела, что имело любопытный эффект: белье, которое женщины носили в реальной жизни, радикальным образом улучшилось; лен и хлопок пропали, уступив место настоящему или искусственному шелку» (Laver 1969b: 110–111).

В 1908 году Поль Пуаре заявил, что он избавил женщин от тугих корсетов и тем самым «убил» эдвардианский силуэт. Этот яркий слоган, конечно, упрощает длительные и постепенные трансформации, представляя их как дело рук одного-единственного человека. К тому же корсеты не столько исчезли, сколько эволюционировали, став нынешним «корректирующим бельем», которое сжимает и моделирует женские формы при помощи эластичных материалов, а не стали и китового уса. В период между двумя войнами корсеты еще были довольно тугими и в них по-прежнему использовались шнуровка и жесткие пластинки. После Второй мировой войны парижанка Мари Лебиго возродила корсетные изделия, дающие эффект «осиной талии», и ее искусно сделанные тугие корсеты дополнили собой нью-лук — хотя многие платья этого стиля и без того шились с жесткими вставками и прокладками. В 1950-х годах пояса для чулок и ставшие модными пояса-панталоны были весьма современными, ибо в них вместо китового уса использовались эластичные волокна. И все же из 1980-х годов равно странными выглядят и пояса, и бюстгалтеры с чашками в форме головки ракеты — ведь 1960-е годы не только принесли в мир лайкру и трикотаж, эротизацию всего тела и культ наготы, но и с беспрецедентной решительностью объявили лишний вес смертным грехом.

Именно в этот период колготки начали теснить чулки. Они символизировали новый уровень свободы — по контрасту со сложной системой удерживающих чулки резинок и множеством деталей туалета, теперь ставших

лишними. Чуть позже феминистки заявили, что в случае сексуальных посягательств колготки — гораздо лучшая защита, чем белье 1950-х годов. Колготки принято считать предметом не слишком эстетическим, поскольку они обтягивают нижнюю часть тела, превращая ее в нечто вроде раздвоенной сосиски; и тем не менее они, безусловно, упростили одежду в целом, явив собой предмет, в котором функциональность и полезность одержали решительную победу над эстетикой.

Колготки — одновременно и одежда, и белье; это провозвестники размытия и даже полной отмены границ между тем и другим. Такое размытие — важная составляющая в эстетике современной модной одежды.

Популярный, но сильно упрощающий реальность подход ставит знак равенства между минимизацией нижнего белья и появлением противозачаточных таблеток в 1960-х годах. Истоки «свобод» этой эпохи куда более сложны, чем предполагает такой взгляд, а сексуальность, особенно женская, никогда не «вырывалась на свободу» столь простым способом. И сексуальное поведение, и мода часто выражают противоречия и неразбериху. Так, отказ от ношения бюстгалтеров ассоциировался как с феминистским неприятием превращения женщины в сексуальный объект, так и со свободой сексуальных отношений в «эпоху вседозволенности» (торчащие соски, легко угадываемые под блузкой или футболкой, — прямой сексуальный призыв). Когда пришел в забвение пояс для чулок, впервые стало заметно, что задняя часть женского тела — это две половинки, а не цельная подушка, обитая тканью. Резиновые корсетные изделия, судя по всему, были отринуты и как символ порабощения женщины мужским стандартам красоты, и как своего рода обман, жульничество; и как попытка приукрасить расплывшуюся фигуру, и как неэстетический предмет туалета, отталкивающий мужчин и похожий, по мнению некоторых молодых женщин, на вставную челюсть (Ewing 1978: 173). Ягодицы, обтянутые узкими джинсами, знаменовали одновременно раскрепощение и сексуальность, отказ от типа красоты, диктуемого мужчинами, и согласие с ним, честность и соблазн.

В 1970-е годы элегантное нижнее белье вновь выступило на сцену, и выступило весьма эффектно. В Великобритании его продвижение связывается с именем Джэнет Регер, владелицы маленькой фирмы, которая достигла больших успехов в производстве эксклюзивного белья, но в 1982 году разорилась. При этом сама Джэнет Регер и после этого занималась дизайном белья, но только для компании большего масштаба; реалии капитализма привели к краху ее фирмы, но не идеи в целом. Напротив, ее разработки оказались настолько удачными, что и сейчас нарядные лифы, трусики, трусы-шортики и даже пояски с подвязками и полукорсеты продаются в любом магазине этой торговой сети.

Но зачем вообще нужны эти предметы туалета? Анджела Картер пишет о продукции Регер: «Будучи неформальными, эти вещи тем не менее имеют отчетливо публичный характер» (Carter 1982); иногда их и носят именно таким образом: лифы надевают в качестве топиков, а трусы-шортики становятся еще более смелым вариантом одежды для важной вечеринки.

Парадоксальным образом, маркетинговая стратегия, при помощи которой американский дизайнер Кельвин Кляйн продвигал в начале 1980-х годов свои модели «белья для женщин», выполненные в совершенно ином стиле (V-образный вырез, трусики-боксеры и «мальчишковые» нижние рубашки), свидетельствует о том же самом. Его маркетинг строился на андрогинности, преподносившейся как разбавленная маскулинность (Kolbowski 1984), — и здесь уместно будет снова обратиться к Фрейду и поразмышлять о том, не скрывается ли под такой андрогинностью страх перед женской пассивностью, которую венский психиатр видел за социальными и психическими структурами гендерных различий. Эти вещи подтверждают и гипотезу Анджелы Картер: владельцы могут носить их как одежду (а не белье) и, несомненно, так и делают. Белье даже можно рассматривать как краткую интерлюдия в истории моды, как переход от далеких эпох, когда чистота была редкостью, а о «настоящем» нижнем белье никто и не помышлял, и концом XX века, когда считалось (несправедливо), что каждый может позволить себе быть чистым, когда чистота стала одним из условий «цивилизованной жизни», частью которой является мода.

С другой стороны, в разнице между бельем и одеждой отражается различие между публичным и частным, которое стало таким важным компонентом современной жизни, но вплоть до XVIII столетия было развито куда менее. Не исключено, что противоречивый статус белья как бесполезной разновидности одежды (по словам Анджелы Картер, белье по отношению к одежде — то же, что мороженое по отношению к еде) и его все более широкая и намеренная демонстрация параллельны свойственной концу XX века неопределенности, окутывающей частное, интимное, сексуальную сферу. Для последней — считается, что это самая сердцевина частной жизни — существует тем не менее разработанный публичный дискурс (психологические консультации, групповая терапия, сеансы массажа в джакузи, исповедальные «истории из жизни»), а на пляжах западного мира на всеобщее обозрение выставляются все частные тайны.

Возможно также, что казарменная откровенность и едва ли не пародийный стиль так называемого «французского белья» — еще один пример «игрового», маскарадного элемента, важного для современной моды. Однако его слишком часто сопровождает пошловатая атмосфера неприкрытого вожделения. Каннингтоны считали ее нестерпимой еще в начале 1950-х годов, но она и сейчас тут как тут:

«Хотя прежняя сдержанность, окружавшая этот предмет, на первый взгляд, плохо вяжется с поведением современного человека, в психологическом отношении между ними много общего.

Женское нижнее белье, например, сейчас считается „забавным“, ему придумывают веселые названия (если не клички), но делается это с той смесью застенчивости и дерзости, за которой явно кроется... жеманная стыдливость в отношении всего, что связано с эротической сферой» (Cunnington & Cunnington 1951: 12).

Косметика, как и нижнее белье, в каком-то смысле тоже «бесполезна», сколько бы ни говорилось о ее защитных свойствах, в ряде случаев якобы необходимых. Как и белье, она ассоциируется с сексуальностью и эротикой. Косметика рождает вожделение иного типа, но, как и белье, окрашена моральной двусмысленностью. Она ненатуральна и потому вызывает у нас беспокойство. Использование косметики женщинами или мужчинами в течение длительного времени отождествлялось с моральной нестойкостью — с женоподобием в мужчинах и распущенностью в женщинах: используя косметику, человек одновременно сигнализирует о готовности к флирту и пытается улучшить то, что сделано Природой — или Богом.

Подобно белью, косметика менялась в ходе XX века; возникла она, однако, значительно раньше. Краска для век, бывшая в ходу у древних египтян, по-видимому, применялась в том числе и для защиты глаз от нагноений — последствий интенсивного солнечного излучения; широко использовались мази, притирания, масла и духи. Хотя в наши дни косметические средства — инструменты для поддержания молодости и красоты, изначально они ассоциировались со смертью, ибо играли важнейшую роль при пеленании умерших с целью мумификации (см.: Angeloglou 1970). В Древнем Египте и на Ближнем Востоке отличительным знаком проституток была губная помада, но в целом можно сказать, что красились тогда и мужчины и женщины и это было в порядке вещей.

Римляне охотно применяли косметику; их маленькие палитры для макияжа на удивление похожи на современные наборы в пластиковых коробочках. Раннехристианская церковь не смогла ничего поделать с этой традицией, и она дожила до эпохи Средневековья. С XVI по XVIII век существовала мода на искусственную белизну лица и искусственный же румянец. Такой эффект достигался при помощи белил (ядовитой соли свинца) и красной охры, причем красочный слой закреплялся сверху яичным белком или иным лакировочным материалом, создавая облик, который показался бы нам искусственным до гротеска.

Несмотря на опасности, которые таили в себе свинцовые белила, они продержались в обиходе до тех пор, пока революционный романтизм не вывел их

из моды. Отрицание «неестественного» было элементом идеологии романтического периода, и в начале XIX века эстетическим идеалом было бледное, никак не украшенное лицо. Викторианский культ добродетели, конечно, предполагал, что открыто белиться или румяниться — значит во всеуслышание заявлять о нравственной испорченности, но женщины из привилегированных сословий в ту эпоху все же не отказывались от хотя бы легкого употребления рисовой пудры и, возможно, румян.

Когда красились пожилые женщины, это расценивалось как реликт давнишних привычек. Миссис Скьютон, персонаж романа Диккенса «Домби и сын» (1848), использует косметику, что вызывает у автора ужас, родственный тому страху, который Флобер испытывал перед распадом плоти:

«...пришла, по обыкновению, горничная миссис Скьютон, чтобы приготовить ее постепенно ко сну. Этой служанке надлежало быть по вечерам не женщиной, а скелетом с косой и песочными часами, ибо ее прикосновение было прикосновением Смерти. Раскрашенная старуха сморщилась под ее рукой; фигура съежилась, волосы упали, темные дугообразные брови превратились в жиденькие пучки седых волос, бледные губы ввалились, кожа стала мертвенной и дряблой; место Клеопатры заняла изможденная, желтая старуха с трясущейся головой и красными глазами, завернутая, как грязный узел, в засаленный фланелевый капот»<sup>6</sup>.

Румяна в эпоху бледности и хрупкости были не в моде, зато для отбеливания кожи женщины прибегали к разнообразным лосьонам и даже мышьяку. В Соединенных Штатах пудра, румяна и прочее ассоциировались со Старым порядком и поэтому считались неподходящими для дочерей американской революции. Тем не менее к середине XIX столетия парижские моды и сопутствовавший им интенсивный макияж снова вошли в обиход, во всяком случае в Нью-Йорке (Banner 1983: 42). Как и многие наши представления об этом времени, стереотип ненакрашенной женщины Викторианской эпохи нуждается в пересмотре.

Для смягчения и отбеливания кожи женщины по-прежнему пользовались кремами и лосьонами домашнего производства. В дальнейшем именно из этой традиции (в большей степени, чем из использования пудры и декоративной косметики) выросла современная гигантская косметическая индустрия (которая в США занимает шестое место по объему производства). Развитие современного макияжа — во многом заслуга нескольких женщин, ставших первопроходцами в этой области. И Елена Рубинштейн, и Элизабет Арден начали карьеру в конце XIX века с производства кремов для лица, а не декоративной косметики. И та и другая основали свои предприятия в первом десятилетии

XX века — на эти годы пришелся расцвет салонов красоты. Елена Рубинштейн, приехав в Австралию из Польши, начала с продвижения старинного семейного косметического рецепта (Rubinstein 1930); Элизабет Арден, никому не известный врач-косметолог, создала крем, повышавший эффективность терапии, которую она предлагала обеспеченным жительницам Нью-Йорка.

В те же годы в арсенале модных женщин Гарлема появились кремы, осветляющие кожу, и лосьоны для выпрямления волос, а у Елены Рубинштейн и Элизабет Арден — темнокожие коллеги. Среди них стоит назвать прежде всего г-жу Ч.Дж. Уокер (Mme C.J. Walker). Придуманый ей способ выпрямления волос вошел в практику салонов красоты и Уокеровского института культуры волос; эта разработка принесла ей состояние. Ее дочь, А'Лелия Уокер, в 1920-е годы была знаменитой гарлемской «гейшей»; под именем Адоры Бонифас она появляется в романе Карла Ван Вехтена «Черный рай» (Nigger Heaven). (Роман, рассказывающий о жизни гарлемской интеллигенции, вошел в число бестселлеров и был высоко оценен белыми писателями и критиками, но темнокожие сочли его название оскорбительным. «Черный рай» — негритянское выражение, означающее театральную галерку, где только и могли сидеть негры, поскольку вход в остальные части зрительного зала им был воспрещен. Дело не только в названии: в романе Гарлем 1920-х годов — признанный центр афроамериканской культуры, площадка «черного ренессанса» в живописи, литературе и других искусствах — вообще оказался обрисован довольно плоско.) Об А'Лелии Ван Вехтен пишет: она была «даже красива, в царственном африканском вкусе» (цит. по: Anderson 1982). Однако в эту эпоху быть темнокожей значило, в конечном счете, быть некрасивой, а культура красоты для черных женщин представляла собой попытку скопировать облик их белых сестер.

Первопроходцы культуры красоты — такие, как Елена Рубинштейн и Элизабет Арден — не считали свои косметические продукты элементом порабощения женщины. Напротив, в эти годы косметика воспринималась как составная часть свободы, за которую женщины боролись. Не будучи суфражисткой, Арден однажды примкнула к суфражистскому шествию с целью привлечь клиентов: в тогдашнем Нью-Йорке между светским обществом и феминистскими кругами не было резкой границы. В 1920-х годах ей стала покровительствовать Элизабет Марбери, светская женщина, придерживавшаяся прогрессивных политических взглядов и гомосексуальной ориентации. Марбери, вместе со своими подругами — Элси де Вольф, Энн Морган и госпожой Уильям Вандербильт, — была одной из ключевых фигур элитарного и гомосексуального нью-йоркского андеграунда. Биографы Элизабет Арден считают, впрочем, что для нее не имела особенного значения природа отношений, связывавших ее с Марбери и ее кругом. Жизнь Арден (как и ее соперницы Елены Рубинштейн)

производит впечатление эмоционально скованной и скудной, несмотря на мировой успех, которого они добились. Есть некая ирония в том, что обе эти женщины поставили себе задачей преуспеть на поприще того, что почти неотрывно от идеи женской хрупкости, — однако производство косметики, это новое поле деятельности, было одним из немногих направлений в бизнесе, открытых для женщин.

Дадим слово биографам Элизабет Арден:

«Тот факт, что именно эти неотзывчивые [в сексуальном плане] женщины изобрели косметику как средство создания внешнего облика, обнажает всю странность стандартов женской красоты XX века. Равным образом и тот факт, что большинство дизайнеров одежды — гомосексуалисты, специфически окрашивает характерные для XX века стандарты женского вкуса. <...> Они создали образ красоты, окруженный зеркальной стеной, а не горящими глазами восхищенных зрителей» (Lewis & Woodworth 1973).

В этом (вполне гомофобском) комментарии оставлена без внимания функция макияжа как сигнала раскрепощения женщины в первые десятилетия XX века. Сама Елена Рубинштейн писала, что любая женщина имеет право на красоту и молодость и даже обязана культивировать их, чтобы впоследствии они послужили ее освобождению:

«По мнению многих женщин, дом и детская — еще не все. Растить детей — не дело всей жизни... Есть долгие годы... для которых нужно найти полезное, прибыльное и, так сказать, тонизирующее занятие за пределами дома» (Rubinstein 1930: 25–26).

Красота становится моральным и даже, если угодно, евгеническим долгом:

«Прежде всего выбросьте из головы мысль о том, что в желании удержать молодость, в стремлении быть красивой есть что-то легкомысленное или тщеславное. Беречь красоту — значит беречь здоровье и продлевать жизнь. Поставив перед собой такие задачи, женщины способствуют повышению стандартов здоровья... Женщина, которая любит красоту, тяготеет к ней, — особенно если ей привелось стать матерью — вносит значимый вклад в создание более утонченной, высокоразвитой породы людей» (Ibid.: 34).

Здесь Елена Рубинштейн подчеркивает свой потенциал как ученого и целителя, о красоте и ее поддержании пишет в тоне, который больше подходит

для бойскаутского собрания или военного парада, а для аргументации обращается к евгенике (об этом см. главу 10).

О косметике писали также языком «демократии», «народной эпохи». Псевдодемократия эры массовых коммуникаций в период между двумя мировыми войнами, казалось, даровала всем женщинам «права» на стройность, юность и красоту. В теории модные журналы, диеты и косметические продукты сулили каждой девушке внешность кинозвезды. Под воздействием театра и, что еще важнее, кино косметика становилась не просто желанной, но и вызывающей уважение.

Однако когда любая женщина получила возможность нарисовать маску модной красоты на своем лице, демократичность красоты испарилась. Дешевая косметика (во всяком случае, перед Второй мировой войной) выглядела совсем иначе, чем продукты дорогих марок. Британский драматург Джон Осборн писал о потугах своей матери на красоту с отвращением, не остывшим за долгие годы:

«Волосы у матери были очень темные, как правило, выкрашенные хной. Лицо — словно посыпанная мукой темная маска... Ее губы казались ало-черной узкой полоской, по которой прошлись склизкой палочкой под названием „Таити“ или „Тату“, купленной, как и остальная ее косметика, в магазине Woolworth's. Она пользовалась ей (или чем-то похожим) с начала Первой мировой войны. У нее был тональный крем под названием „Крем Симона“, поверх него она пудрилась „Токалоном“ — так обильно, что, когда она наклонялась над тарелкой, пудра осыпалась с ее лица маленькими лавинами. Все это венчалось румянами, похожими на ягодный десерт со сливками. Они хранились в довольно симпатичных сине-белых коробочках (тоже из Woolworth's) и были похожи на смесь черносмородинового сока и кирпичной пыли» (Osborne 1982: 35–36).

Косметика стала подлинно демократичной лишь однажды — во время Второй мировой войны: тогда она была в таком дефиците, что ее можно было найти отнюдь не в каждой дамской сумочке. Во время войны было особенно важно выглядеть красивой, чтобы поддерживать боевой дух. Те, кто был богаче и удачливей, коротали воздушные налеты в цокольном этаже лондонского отеля «Дорчестер», где им делали укладку. Что же касается молодых фабричных работниц, то вот что писала впоследствии одна из них:

«Единственной целью нашей жизни, казалось, были лицо и волосы. Мы горстями зачерпывали из баночек кольдкрем Pond's, стирая с лиц настоящую и воображаемую грязь. Чутьочку вазелина на веки перед тем, как идти

на танцы, — и взгляд приобретал неотразимость (по крайней мере мы так думали). Черным карандашом для бровей мы рисовали родинку — такую же, как на подбородке у кинозвезды Маргарет Локвуд» (White 1980: 63).

В 1950-е годы макияж, некогда бывший визитной карточкой легкомысленной женщины, стал признаком социального конформизма. В 1957 году Брижит Бардо снялась в фильме «И Бог создал женщину». Она сыграла роль «раскрепощенной», но, в сущности, невинной молодой женщины; в фильме была и постельная сцена. Заявленный актрисой новый облик — бледность, полные чувственные губы, подчеркнутые косметикой глаза и длинные струящиеся волосы — предвосхитил стиль 1960-х (Banner 1983) и совпал с утрированным стилем битников (или подошел к нему). «Новая бледность», обведенные черной тенью глаза и прямые волосы без укладки намекали на бурно проведенные ночи, пристрастие к наркотикам, вечеринки и амфетамин по выходным. В контрасте с этим тугой перманент и аккуратно покрашенные красной помадой губы выглядели достойно и даже успокаивающе.

«Натурализм» 1960-х годов был социальной и эстетической модой иного типа. Отказ от макияжа, казалось бы, связан с отказом от нижнего белья — и сексуального морализаторства. И все же в основном женщины продолжали пользоваться косметикой. Без нее они выглядели куда бледнее — вот и все. Когда Мэри Квант рекламировала тональный крем Starkers, плакаты запечатлели ее в образе почти совершенно нагой молодой женщины, присевшей на корточки и сжавшей колени, так что практически всю ее, как леди Годиву, целомудренно укрывали пряди волос — но речь-то шла о макияже, не о природе.

В 1970-е годы на смену натурализму из 1930-х пришел образ женщины-вамп, который продвигался лондонским магазином Viba (об этом см. главу 8), а из 1940-х — «лагерный» стиль: темная губная помада и лак для ногтей, более светлые тени для век. В 1980-х годах молодежные движения вывели искусственность макияжа на новый уровень утрированности. Использование косметики стало заурядной условностью. На улицах любых городов, больших и малых, нормой является своеобразный гипернатурализм: много румян, много тонального крема, много помады «нежного» оттенка; то же в области глаз. Кажется, что женщины носят эту косметическую «униформу» так же, как мужчины — галстук: чтобы выглядеть «одетыми», не выделяться из толпы. Трудно не почувствовать, что эти стандартные стили «искусства» макияжа нужны скорее для того, чтобы убедить их носительниц в том, что они не слишком сильно отклонились от норм разумного благообразия или заурядной миловидности, нежели для того, чтобы они могли «сделать заявление» или «выразить свою индивидуальность». В самом деле, несмотря на то что в модных журналах уже не печатают советов, которыми изобиловали 1950-е годы (как, аккуратно нанося румяна, светлый тон и тени,

максимально приблизить лицо любого типа к идеальному овалу), а, наоборот, предполагают, что читательницы найдут изюминку в «неудачной» особенности лица («Высокий лоб? Густые брови? — Откройте их, гордитесь ими!»), косметика (как и белье) в большей степени остается чем-то таким, без чего нельзя появиться на людях, чем дерзкой демонстрацией раскрепощенности и сексуальности, какой она казалась в былые времена. Впрочем, любая мода неизбежно пролетает по одной и той же траектории: от нахальства до банальности.

Культ стройного тела стал в последние годы предметом всеобщего интереса и споров — в отличие от культа миловидности. Нам кажется, что современная сосредоточенность на диетах — лишь часть западной одержимости изощрением, а «похудение» — одна из сторон подчиненности женщины. Однако диеты и следование им будоражат западные общества как минимум с середины XVII века. Они были компонентом и традиционной медицины, и религиозной аскезы. У Джорджа Чейни (1671–1743), авторитетного шотландского врача, практиковавшего незадолго до промышленной революции, имелись пациенты-аристократы в Лондоне и Бате. Его заботило питание и здоровье *мужчин* — представителей высших и хорошо обеспеченных средних классов, горожан, ведущих малоподвижный образ жизни. Разработанные им медицинские режимы представляли собой секуляризованные версии правил жизни, которые протестантам предписывалось соблюдать ради *духовного* здоровья (Turner 1982). Согласно одной гипотезе, возрастающее внимание к подобной дисциплине питания в эпоху промышленной революции свидетельствует о том, что диеты и режимы были частью господствовавшей культуры — рациональной, регламентировавшей этику труда и сбережения времени, державшей в узде человеческие страсти, поддерживавшей закон и порядок. Разумная диета поддерживала человека в спокойном и счастливом состоянии; беспорядочная еда вкупе с выпивкой разжигала страсти, вела к бунту и гибели.

Диета Чейни основывалась на молоке и овощах, регулярном сне и физических упражнениях, а также умеренности и воздержании. Байрон постоянно беспокоился о своем весе, что в пору его юности отнюдь не было диковинкой; лечился поэт диетой из картофеля, сдобренного уксусом. В июне 1811 года он писал матери:

«Уже долгое время я ограничиваюсь исключительно овощной диетой; на столе у меня не бывает ни мяса, ни рыбы, и потому вскоре мне понадобится как следует пополнить запасы картофеля, зелени и печени; вина я не пью» (Vigon 1982: 82).

Несколько позднее в моду вошла диета с низким содержанием углеводов, способствовавшая похудению. Разработанная для конкретного человека,

Чарльза Бэнтинга, она приобрела такую популярность, что и в XX веке слово *banting* означало «сидеть на диете».

Так что моральный взлет Елены Рубинштейн — часть давней традиции. Одним из общих мест истории моды является идея о «победе худой женщины над полной», и сегодняшние феминистки часто полагают, что одержимость женщин XX века стройностью и похудением есть дополнительное свидетельство давления, которое оказывает на них общество. Дело, конечно, обстоит куда сложнее, и в том, что худая женщина стала эстетическим идеалом и идолом моды, отразился более широкий круг проблем.

Нет сомнения, что этот идеал принадлежит западной культуре. В других обществах эстетическим и эротическим идеалом по-прежнему может быть пухленькая женщина. Я, однако, считаю, что «мода» (смена стилей одежды), характерная черта западной капиталистической культуры, тяготеет к захвату иных культур и к доминированию в них. Следовательно, идеал стройности релевантен для всех культур. Кроме того, существование иных идеалов красоты в других обществах не объясняет, почему стройность стала идеалом для нас.

Одно из объяснений (Hollander 1975) гласит: так происходит потому, что фотография акцентирует горизонтальное измерение. Кинозвезды и модели — особенно с тех пор как в модной журналистике возобладали фотография — сильно способствовали этой моде своей чрезвычайной худобой и длиной ног. Парадоксальным образом, *реальные* требования, нужные для создания фотографической *иллюзии*, повлияли на то, как в действительности выглядит «обычная женщина», сильно изменив ее облик.

Таково объяснение с точки зрения эстетики. Существует и более традиционная, социологическая точка зрения на эти перемены в западном вкусе. В аграрных, крестьянских обществах полнота ценилась как внешний, зримый признак зажиточности, худоба же напоминала о бедности и голоде. И только в стареющих обществах Запада юность стала превалировать над остальными аспектами красоты. В эпоху перенаселения полную женщину, воплощение плодovitости, заменила худышка с девической, подростковой фигурой.

И наконец (впрочем, ни одно из этих объяснений не отменяет других), стройный силуэт, по-видимому, соответствует характерной для искусства модерна любви ко всему, что полно движения, стремительности, и его отвращению к «естественному». В следующей главе я коснусь концепта естественности в его связи с гендером. Писавшие о моде на удивление часто не могли отличить сексуальность от гендера — так же как они просто и без лишних вопросов приравнивали «женственность» и «мужественность» к тому, что вызывает эротическое желание. В моде речь идет столько же о гендерных границах, сколько и об откровенной сексуальной демонстрации, причем и то и другое, как мы увидим, зачастую проявляет себя в совершенно разных формах.

# Гендер и идентичность

Где отыщу я ту,  
 Что претворит мою мечту  
 В реальную, живую красоту?  
 <...>  
 Что ей изделие ткача, —  
 Атлас, струящийся с плеча,  
 Шантильских кружев пена и парча?  
 Что — колдовской обман  
 Шелков, обвинивших стройный стан,  
 Безжизненных улыбок и румян?  
 Что — веер, блеск тафты, —  
 Когда прекрасны и просты  
 Без ухищрений девичьи черты.  
 <...>  
 Румянец твой знаком  
 Скорее с маковым цветком,  
 Чем с пудрою и алым порошком.  
 <...>  
 Рубин играет и горит  
 В живом огне твоих ланит,  
 И свято каждый перл слезу хранит.  
 <...>  
 И рдеет в розах щек  
 Не пламень грешный и порок,  
 А скромности летучий огонек.  
 <...>  
 Вот облик твой, что мной воспет,  
 Дитя природы! Много лет  
 Пусть он корит естественностью свет.  
*Ричард Крэшо. Пожелания*  
*(К воображаемой возлюбленной)*

Мода одержима гендером, она постоянно устанавливает и пересматривает его границы. До XVII или даже XVIII века половые различия не находили яркого отражения в одежде. Это явление может показаться странным тем, для кого XVI–XIX столетия ассоциируются с широкими юбками с фижмами, струящи-

мися нарядами и кринолинами у женщин и с бриджами и лосинами — у мужчин. А между тем, хотя женщинам нельзя было демонстрировать ноги, а более пластичные силуэты костюма, введенные в обиход в позднее Средневековье, четче маркировали различие между полами, чем свободные платья раннего средневековья, в большинстве случаев мужчины и женщины носили сходные наряды. Занимаясь верховой ездой и спортом, и женщины, и мужчины надевали длинные одеяния или тяжелые плащи и сапоги. Подобно мужчинам, дамы подвешивали к поясу кошельки и кинжалы (карманы появились лишь в XVI веке). К концу XV века мода стала настолько фантастична и абсурдна, что на расстоянии мужчину было трудно отличить от женщины. Шестьдесят лет спустя этот факт вызвал возмущение моралистов елизаветинской эпохи (Baldwin 1926). Маньеристский стиль XVI века, превращавший платье в «жесткую абстрактную оболочку» (Squire 1974), был бисексуален: в этих нарядах и женщины, и мужчины казались плоскогрудыми, носили круглые плоеные воротники, а мужские шляпы с высокой тульей уживались с андрогинным великолепием украшенных драгоценностями корсетов.

В XVII веке представители обоих полов носили завитые волосы, шляпы, шелк и кружевные корсеты, куртки, муфты, туфли, чулки, кружева, серьги и перчатки.

Однако в XVIII веке значение частной жизни возросло, что привело к пересмотру устоявшихся представлений о приличиях, скромности и «деликатности». Хотя женщины, принадлежащие к постепенно обретающему вес классу буржуазии, не подвергались физическому насилию и принуждению, в их жизни имелись ограничения иного рода: теперь она была ограничена домашним пространством, огражденной от внешнего мира сферой частной жизни, хрупкой и женственной, в которой царили уют и гармония. Буржуазия гордилась своим здравомыслием, хорошим вкусом и утонченностью — всем, что отличало ее представителей от аристократии, которым были свойственны грубость, распутство и отсутствие моральных принципов. В Германии само представление о «цивилизации» было основано на чувстве превосходства образованного среднего класса, поднявшегося до уровня, в моральном — если не в финансовом — отношении высшего по отношению к тому, на котором находился класс землевладельцев (Elias 1978).

Тем не менее даже в разгар эпохи кринолинов, когда свобода женщин (по крайней мере принадлежащих к среднему классу) была ограничена невидимыми узлами этикета, дамы продолжали заимствовать и усваивать элементы мужской моды. В 1857 году *La France Élégante* писал: «Наша одежда становится похожа на мужскую, мы носим круглые шляпы, отложные воротники, мушкетерские манжеты; мы ничего не упустили и многие из нас надевают даже брюки» (Zeldin 1977: 94). (Последнее замечание касается блумеров.<sup>1</sup>)

В целом, однако, в начале индустриальной эпохи гендерные различия находили более явное воплощение в одежде. Мода стала важным инструментом осмысления гендерной идентичности.

Элегантность не обязательно повышает сексуальную привлекательность. Напротив, она может ассоциироваться с запретами, и, как ни парадоксально, преувеличенная мужественность или женственность иногда менее притягательна в сексуальном отношении, чем образ, заключающий в себе оттенок двусмысленности. Это не обязательно то же самое, что андрогинность: к примеру, Марлен Дитрих или Грета Гарбо полностью лишены этого качества, однако окружающий их ореол таинственности отчасти объясняется именно намеком на мужественность, скрытую в самом сердце их женственности.

Разумеется, каноны вкуса, диктующие представления о «сексуальности», сами меняются со временем. Однако в данном случае речь идет о том, что сексуальная притягательность, как бы она ни определялась, не обязательно связана с конвенциональными представлениями о «правильном» мужском или женском образе. И это ставит под сомнение незыблемость традиционных представлений об отношениях пола и сексуальности; оказывается, что эти понятия не идентичны.

Хотя приверженцы феминизма и не отождествляют непосредственно категории гендера и сексуальности, представление о совпадении этих феноменов по-прежнему широко распространено. В особенности это касается феминистских концепций, основанных на теории психоанализа. В трудах самого Фрейда отсутствует четкое различие указанных понятий; с одной стороны, он рассматривает их по отдельности, с другой — считает их слияние условием обретения женственности.

Фрейд признавал, что воплотить в своей личности абсолютную женственность совсем не просто, и эта цель, возможно, никогда не бывает полностью достигнута. По его мнению, во всех женщинах присутствует частица мужского начала (так же как и во всех мужчинах имеется начало женское) и, следовательно, «тот феномен, который некоторые мужчины именуют „женской тайной“, возможно, отчасти являет собой проявление бисексуальности в жизни женщины» (Freud 1973: 165)<sup>2</sup>. Фрейд полагал, что женственность всегда, в той или иной степени, связана с нестабильностью и незащищенностью. По сути, он идет еще дальше, утверждая, что представители обоих полов стремятся избежать пассивности, тесно соотносимой с женственностью.

С этой точки зрения радикальное феминистское представление о подчиненном положении женщин приобретает двусмысленное содержание. Феминистки трактуют моду как одно из воплощений патриархальной тирании, предполагающей тотальное ограничение женской свободы; согласно этой теории, мужчины используют моду как инструмент, позволяющий навязать

женщине пассивную роль, соединить ее образ с категорией «другого» и удержать тем самым на безопасном расстоянии. Но в то же время, следуя логике Фрейда, следовало бы считать, что и мужчины и женщины склонны отвергать любую форму одежды, акцентирующую такие качества, как женственность и пассивность.

Питер Акройд, писавший о трансвестизме, придерживается совершенно иной точки зрения. Он считает, что за социальным представлением о гендере скрывается не боязнь пассивности, но сложные чувства, которые человек испытывает по отношению к пугающему и одновременно притягательному «андрогинному хаосу», сакральному по своей природе:

«Трансвестизм часто служит маркером необычного предназначения. Во многих шаманских культурах трансвеститы считаются колдунами или провидцами, поскольку амбивалентность образа мужчины в женской одежде служит в глазах сообщества признаком божественной власти.

В этом нет ничего удивительного. Божества, которым мы поклоняемся, зачатую имеют андрогинную или по меньшей мере бисексуальную природу. Как утверждается в мифах о сотворении мира, хаос — или единство недифференцированных сексуальных сущностей — является прародителем всех форм жизни. Распадаясь на два пола, он утрачивает первоначально присущую ему плодovitость. Андрогин, в котором эти два пола сосуществуют в одной форме (а именно это и имитирует образ жреца-трансвестита), являет собой исходное состояние божественной силы» (Ackroyd 1979: 37).

(Питер Акройд не приводит примеров из других культур, где женщины одеваются в мужскую одежду, присваивая себе тем самым священнические полномочия.)

Сегодня андрогинность перестала быть сакральной. Современная мода сделала различие между полами предметом бесконечной игры. С помощью моды мы выражаем свои постоянно меняющиеся представления о мужественности и женственности. Она дает нам возможность заигрывать с трансвестизмом, именно для того, чтобы лишиться последней опасной силы.

В том, что касается конструирования идентичности, мода, однако, связана не только с гендером. Как говорилось ранее, в современном обществе личность, во всех ее проявлениях, находится под угрозой, поэтому мода выполняет функции важного — а точнее, жизненно необходимого — посредника в процессе обретения утраченного «я» или, иначе, «децентрализованного субъекта». Постмодернистская картина мира фрагментирует мир, разлагает его на атомы, постулируя его непостижимость. Эта ситуация находит отражение

в существующем в настоящее время многообразии модных стилей. Сегодня Париж больше не диктует миру, что именно ему следует носить. На смену парижскому стилю пришло смешение ретрошика, заимствований, кемпа и этношика. В то же время в наши дни, как никогда ранее, выбор индивидуального стиля означает одновременно выбор своего собственного образа жизни, доказательство того, что последний по меньшей мере существует.

Тем не менее если маскулинность, феминность и андрогинность превратились в своего рода игру, то элегантность для женщин и по сей день остается разновидностью изнурительного *труда*.

В XIX веке внешний облик женщины, принадлежащей к буржуазному сословию, был результатом процесса художественного производства. Для достижения должного статуса каждая женщина должна была носить своего рода униформу — стиль, предписанный модой. Вместе с тем в мире, верившем в существование романтической любви, ей приходилось также демонстрировать уникальность собственной личности. Это требование индивидуальности, проявляемой в рамках унификации, интенсифицировало, если не полностью регулировало деятельность брачного рынка XIX столетия. Буржуазная идеология, предполагающая возможность свободного выбора брачного партнера (на практике — жестко ограниченного), скрепляла социально мобильное общество железного века. Костюм представлял собой средство, обеспечивавшее социальную мобильность; еще одной составляющей этой реальности, особенно важной для женщин, был ритуал ухаживания. Тонкость заключалась в том, что в глазах общества брак выглядел следствием личной привязанности и взаимной любви, тогда как на деле для обеих сторон он являлся возможностью улучшить свое положение и часто диктовался экономическими интересами — как самих жениха и невесты, так и членов их семей; для женщин, принадлежащих к среднему классу, это была единственная возможность обрести экономическую защищенность.

В XIX веке платье девушки, участвующей в ярмарке невест, должно было подспудно нести информацию о статусе ее семьи, так же как и о ее личной привлекательности, создавая образ соблазнительной девственницы. Предполагалось, что обязательная покорность и желание подчиняться должны сочетаться в ней с умением распоряжаться домом; у эфирного ангельского создания должно было каким-то образом хватить сил и здоровья для создания большой семьи. Важно также, что в обществе в целом (или по крайней мере среди представительниц буржуазии) женщин было больше, поэтому нельзя недооценивать тот факт, что каждая из них стремилась выделиться из толпы и затмить соперниц.

Последнее касалось не только одежды, но и дома, в котором царила женщина. Внешность все больше и больше была связана с идентичностью. Зарождалось представление о том, что личность является произведением искусства,

что она выражает себя с помощью костюма, аромата, окружающей обстановки. Все это вносило важный вклад в формирование идентичности — по крайней мере женской. Фрэнсис Пауэр Кобб, феминистка XIX века, сознававшая искаженную природу этого идеального феномена, писала в 1860 году:

«Чем больше в женщине женского, тем в большей степени ее личность находит отражение в домашней обстановке, в преобразовании окружающего ее пространства. Из обычной спальни и столовой, заставленных мебелью, комнаты превращаются в своего рода внешнее воплощение, одеяние ее души; они выражают ее характер, так же как ее платье или цветок в волосах служат символом красоты ее тела» (Cobbe 1869 цит. в: Butler 1869: 10–11).

К середине XX века искусство, именуемое «умением быть женщиной» приобрело исключительную популярность. Женские журналы призывали читательниц осознать, к какому «типу личности» они принадлежат, и одеваться так, чтобы «быть собой»: то есть в данном случае имел место парадокс искусственно сконструированной спонтанности. Женщины разрывались между желанием «отличаться от других» и одновременно соответствовать рекомендациям, которым следовали миллионы людей.

Женщины, которые хотели модно одеваться, многие годы пытались решить проблему, подобную той, которая в 1950-е годы мучила девушек-подростков, обнимающихся с парнями: как далеко можно зайти? Изменение длины подола было рискованным и смелым предприятием: осуждалось и рабское подчинение моде, и высокомерное пренебрежение ее законами.

По мере развития массового рынка менялась и размерная сетка одежды. Этот процесс также был внутренне противоречивым, поскольку, с одной стороны, он был направлен на индивидуализацию одежды, а с другой, требовал объединения индивидуумов в группы и в этом смысле способствовал большей степени единообразия. После внедрения в промышленный обиход размерной сетки пришло время более тонкой калибровки: теперь потребителей пытались классифицировать в соответствии с типом их личности. В 1920 году работники универмага Буллока в Лос-Анджелесе выделяли шесть типов женщин: романтики, художественные натуры, статные, колоритные, современные и традиционные. Была предпринята попытка описать эти типы и продемонстрировать, какая одежда может подойти каждому из них. Например, предполагалось, что «художественной натуре присуща некоторая загадочность. Обычно эта женщина чем-то напоминает иностранку. У нее темные волосы и темные глаза. Ей могут пойти яркие цвета, необычная вышивка, эксцентричные ювелирные украшения. Артистичной натуре нравятся египетские, русские и китайские мотивы и расцветки. Деревенский вырез. Береты. Ткани ручной работы».

Женщины «современного» типа, напротив, «склоняются в пользу новых модных тенденций. Такая женщина не побоится надеть самую последнюю модель. С короткой стрижкой. Мальчишеского типа. Стройная. Носит очень короткие или очень длинные юбки — в зависимости от того, что в моде» (Nyström 1928: 479–480).

В 1945 году в американском издании, адресованном женщинам и содержащем советы относительно правильного выбора гардероба, также перечислялись шесть основных типов личности, причем каждому из них соответствовал образ той или иной звезды экрана:

Экзотическая женщина — Илона Мэсси.

Любительница активного образа жизни — Кэтрин Хепбёрн.

Искушенная женщина — Мерл Оберон.

Женственная женщина — Грир Гарсон.

Аристократка — Джоан Фонтейн.

Сорванец — Бетти Хаттон (Turim 1983: 867).

На протяжении 1940-х и 1950-х годов популярные женские журналы регулярно печатали анкеты, чтобы помочь читательницам определить их тип, и советовали, как подчеркнуть его достоинства. В 1958 году журнал *Vogue* (сентябрь 1958 года) советовал женщинам: «Одевайтесь соответственно своему типу — вот одно из ключевых правил моды... Мы представляем вам четыре типа, один из которых — это наверняка вы». Эти четыре типа, на поверку, представляли собой карикатурные изображения четырех вкусовых решений или стилей: спортивный, актуальный, ультрагламурный и скромно-элегантный.

Подобная типология скорее напоминает классификацию, принятую в астрологии. В психологическом отношении возможность отнести себя к той или иной категории, сказать: «Я типичный „лев“» или «Я принадлежу к артистическому типу личности» служит источником комфорта и сочетается с радостью узнавания себя. Она придает уверенности в том, что соблюдение неких правил — будь они продиктованы звездами или модой — неким образом упорядочивает жизнь, делает ее «правильной».

В течение последних 15–20 лет представление о взаимосвязи внешней элегантности и внутренней сущности постепенно утратило популярность, и совет, напечатанный в *Vogue* в 1984 году, выражал уже совсем другую идеологию: «Меняйтесь. Сколько модных образов *вы* можете примерить на себя? Горизонты стиля раздвигаются, и нет никакой нужды цепляться за один и тот же образ» (*Vogue*, март 1984 года, с. 264). Однако в течение целых десятилетий мысль о том, что каждая женщина выражает свою личностную уникальность посредством вкусовых и сарториальных предпочтений, определяла наши представления о моде.

На заре послевоенной эпохи Симона де Бовуар очень эмоционально писала о кабале элегантности:

«На самом деле стремление к элегантности подобно работе по дому: благодаря ей женщина, лишенная возможности *делать* что-либо, приобретает шанс ощутить, что она кем-то *является*. Забота о своей внешности и подбор одежды — это своего рода работа, которая помогает ей почувствовать, что она — хозяйка своей личности, так же как рутинные обязанности превращают ее в хозяйку собственного дома. Ей кажется, что таким образом она выбирает и творит собственное „я“» (Beauvoig 1953: 505).

А между тем женщины, занятые подобной работой, превращают себя в нечто иное по сравнению с тем, кем они на самом деле являются: в драгоценность или цветок. Неверно полагать, что белье, одежда и косметика просто улучшают внешний вид, маскируя физические недостатки. Результат этим не исчерпывается. Создаваемый образ призван выразить нечто более надежное, чем вечно меняющееся, непостоянное душевное состояние:

«Самая обычная женщина, будучи „наряжена“, отнюдь не являет миру себя самое. Подобно статуе, картине или сценическому образу, она представляет собой символ того, чем она сама не является. Она идентифицирует себя с чем-то несуществующим, законченным, идеальным... Это доставляет ей удовлетворение. Она стремится отождествить себя с этим образом и тем самым достичь внутренней гармонии. Обретенное великолепие подтверждает ее существование» (Ibid.: 509).

Проблема, однако, заключается в том, что — в том случае, если речь идет о живом человеке, — попытка достичь некоего застывшего абсолюта никогда не бывает успешной. С одной стороны, это значит постоянно вести безнадежную войну с неотвратимым телесным увяданием, подобно тому, как работа по дому представляет собой бесконечную борьбу с грязью — «материей», которая всегда пребывает «в беспорядке». В этом смысле тяжелая и нудная работа, направленная на поддержание красоты, превращается в битву с самой жизнью:

«Еда портит фигуру, вино плохо влияет на цвет лица, привычка улыбаться приводит к морщинам, а сон — к отекам; солнце травмирует кожу, работа изнуряет, любовные переживания оставляют тени под глазами, от поцелуев краснеют щеки, ласки деформируют грудь, объятия лишают плоть свежести, материнство уродует лицо и тело» (Ibid.: 512).

Здесь, как и в сфере домашнего хозяйства, невозможно избежать катастроф:

«Происходят несчастные случаи. Можно пролить вино на платье, можно прожечь его сигаретой. Это означает, что исчезает роскошное сияющее создание, всплывавшее с гордой улыбкой в бальный зал; его место занимает серьезная и мрачная домохозяйка; сразу становится понятно, что туалет — не произведение искусства, подобное фейерверку, великолепному всплеску огней, щедро, пусть и всего лишь на мгновение, заливающему сиянием мир. Скорее, это дорогая собственность, капиталовложение, инвестиция; обретение его требовало жертв, потеря — настоящая катастрофа. Пятна, слезы, неудачно пошитое платье, плохая укладка — трагедии гораздо более серьезные, чем сгоревшее жаркое или разбитая ваза, поскольку модная женщина не просто делает вещи проекцией своей личности — она себя самое превращает в вещь» (Ibid.).

И Симона де Бовуар заканчивает этот пассаж зловещим замечанием о том, что «законченных сторонниц этого магического обретения власти над миром можно встретить в сумасшедшем доме».

Впрочем, их можно встретить и в Голливуде, на бывшей фабрике грез, превращавшей некоторых женщин, звезд экрана, в подлинные произведения искусства (зачастую уничтожая при этом их женскую сущность). Сегодня, гуляя по улицам Лос-Анджелеса и Голливуда, прохожие сталкиваются с живым воплощением разрушенных надежд: женщинами 60–70 лет, в свое время, в 1930-е годы, приехавшими на тихоокеанское побережье. Возможно, Сесилу Битону доводилось видеть их среди «отчаявшихся блондинок в черном атласе, перьях и мехах», о которых он писал впоследствии:

«Кажется, что Калифорния превратилась в арену для игр богов... Девушки с правильными классическими чертами могли бы служить моделями для Праксителя. Белая кожа покрыта гримом, защищающим кожу от солнца. Это будущие звезды, съехавшиеся в Голливуд со всей Америки... Не видя ничего, кроме своей мечты, они питаются пустыми планами и обещаниями и влачат жалкое существование, работая за прилавками дешевых закусок или чистильщиками обуви» (Beaton 1982: 14).

Некоторые остались здесь навсегда, и сегодня по-прежнему скитаются в отвергнувшем их мире. В 40-градусную жару они дефилируют в вечерних платьях и мехах. Их поистрепавшиеся кружева и атлас отрицают реальность; тени и помада покрывают их увядшие лица. Они на самом деле *превратились*

в собственную грезу, и, бродя по бурлящим жизнью улицам Лос-Анджелеса, они ведут все тот же бесконечный диалог, застряв где-то на полпути между девушками, прогуливающимися вдоль шикарных отелей и отживающими свой век нищими и бродягами, толкущимися у дверей, рядом с мусорными баками.

Эти, уже старые женщины действительно «сошли с ума»; они мстят миру за утраченные надежды, превратившись в собственную иллюзию. Их мечта обернулась кошмаром. Что может быть хуже, чем элегантность, превратившаяся в тяжелую домашнюю рутину или безумие?

Прекрасные образы, созданные голливудскими фабриками грез, со временем начали казаться чем-то навязчивым, странным, преувеличенным и «уродливым». Это наглядно демонстрирует, насколько зыбкими и непостоянными являются наши представления об идеальной красоте, способные кардинально измениться на протяжении всего лишь нескольких десятилетий. Судьба великолепного и неестественного голливудского стиля, безусловно, должна рассматриваться в контексте истории спора об искусственности и естественности, уже давно занимающего западное индустриальное общество.

Буржуазное сословие XIX века отвергло косметику не только из моральных или гигиенических соображений. Первое поколение людей, запертых в промышленных городах, тосковало по природе и восхищалось ею. Эстетика часто строилась на имитации природы — но теперь это были воспоминание или мечта о природе, созданная воображением городского обитателя. Поэты и романисты, такие как Бодлер и Диккенс, прозревали в самом уродстве и убожестве городской жизни меланхоличное очарование, порочную красоту и эротичность. Великий XIX век действительно создал новую идею красоты, скрытой в «безобразии»; связь между красотой и «естественностью» была разрушена. Согласно новым критериям вкуса «красивым» считалось именно «неестественное», «экзальтированное», даже искаженное.

Конечно, в подобном утверждении содержится определенное обобщение. Ведь точно так же можно говорить о том, что готика или маньеризм в меньшей степени питали пристрастие к «неправильностям», «уродливым» отклонениям от античного канона, вновь приобретшего популярность в искусстве и женском платье Викторианской эпохи.

Тем не менее в описываемую эпоху существовало представление о том, что город порождает новую эстетику. Маскулинные составляющие женских нарядов, о которых упоминалось выше, служили намеком на сексуальную амбивалентность. Отвергая природу, город с его железными ландшафтами создавал новые формы красоты и сексуальности, в которых мужское величие и сила соединялись с очарованием женственности. «Лесбиянка — это героиня

модернизма», — писал Вальтер Беньямин. Ее новая красота явилась неизбежным следствием нового образа жизни:

«В XIX веке женщины покинули пределы дома и непосредственно включились в процесс производства. Поначалу они просто работали на заводах. Со временем они неизбежно обрели мужские качества. В частности, это было связано с тяжелой, обезображивающей фабричной работой. Появление высших форм производства, а также развитие политической активности сообщали мужественность более утонченным натурам» (Benjamin 1973a: 90, 95).

Вальтер Беньямин написал это, повествуя о Париже 1850 года. Это была эпоха Шарля Бодлера, в чьих стихах, посвященных лесбийским отношениям, присутствует мысль о том, что «неестественность» его героинь в определенном отношении стерильна. Беньямин превращает это свойство в объект восхищения.

Английский автор, писавший о вкусе и моде в 1870 году, делает аналогичное замечание (хотя и лишённое сексуальных импликаций) о работах художников-прерафаэлитов (о которых речь пойдет позднее), создавших новый тип красоты:

«Моррис, Бёрн-Джонс и другие ввели в моду такие черты лица и фигуры, которые ранее вызывали отторжение. Их привлекают рыжие волосы (а ведь сказать, что женщина рыжеволоса, — все равно, что совершить социальное убийство), бледные лица и полные губы. Зеленые глаза, косоглазие, густые брови, смуглый цвет кожи — ничего не забыто. Здесь не встретишь розовощеких куколок; считается, что у них „нет характера“... Пришло время дурнушек» (Haweis 1878: 274).

Красота и природа перестали быть синонимами. Красивой может быть машина; есть своя прелесть в резких очертаниях городского пейзажа, в кричащих цветах, в преувеличении и искажении, в мерцающих на экране призрачных образах, в контрастах черно-белой фотографии, в диссонансах джаза и атональной музыки.

Модернистская «эстетика уродства» оказала влияние на представление об идеальном внешнем облике. В 1920-е годы журнал *Vogue* признавал: «Женщина, вызывающая сегодня наибольшее восхищение... на самом деле не обязательно красива. Посмотрите на нынешних известных „красавиц“, и вы увидите черты, в которых нет ничего милого; они индивидуальны и необычны; прежде их сочли бы уродливыми, но в наше время все восхищаются их шиком» (*Vogue*, 21 августа 1929 года).

Впрочем, всего через два года *Vogue* объявил, что естественность снова входит в моду: «Оправданием служит то, во что превратился макияж за эти десять лет... брови, выщипанные почти полностью, ногти, выкрашенные в зеленый или алый цвет, кричащий рот и странно подведенные глаза — все это годится для плоскогрудых женщин с короткими стрижками. Преувеличенную, почти мужскую простоту и тяжесть сменил более естественный, женственный образ» (*Vogue*, 15 апреля 1931 года).

Современный вкус действительно колеблется между естественным образом и искусственно созданным обликом — тем, что я и называю «эстетикой уродства». Например, в конце 1960-х — начале 1970-х годов натурализм, ценившийся в субкультуре хиппи, снова вошел в моду — хотя сама эта «естественность» представляла собой сконструированный феномен. В конце концов, как писала Мишель Робертс, даже подлинно «натуральный» облик может превратиться в позу и служить объектом манипуляций:

«Она критически смотрит в зеркало, разглядывает вызванные беспокойством морщины на напряженном лице. Если использовать сурьму и тушь, она не сможет плакать, потому что краска потечет. Ее пальцы нерешительно теребят застежку сумки. Что выбрать: боевую раскраску, которая придаст ей мужества и напугает Джорджа, который увидит перед собой лицо Медузы, сияющей и шипящей? Или оставить косметику и примерить на себя уязвимый младенческий образ? Наконец, придя к компромиссному решению, она умыла лицо и пригладила волосы щеткой» (Roberts 1983).

Распространенная в XX веке мода на загар, возможно, является одним из лучших примеров *неразличения* естественного и искусственного в эстетике уродства. Загар всегда был признаком рабочего человека, а потому считался неприличным среди представителей среднего класса, претендующих на утонченность. Однако в 1920-е годы ситуация изменилась: загар стал свидетельством того что его обладатель может позволить себе заграничные поездки. Американцы, открывшие Ривьеру, ввели в моду образ, сходный с фотографическим негативом: темная кожа и выбеленные волосы: «Она спустила с плеч лямки купального костюма, и ее обнаженная спина блестела на солнце; нитка матового жемчуга оттеняла ровный апельсинно-коричневый загар»<sup>3</sup>.

Модернисты считали загорелую кожу красивой, поскольку она попадала под категорию экстремального:

«Воплощением нового типа женщин стала герцогиня Пеньяранда, испанская красавица, которая появлялась на публике в короткой белой тунике

с глубоким декольте и в юбке, которая едва доходила до колен. Она носила коричневые чулки с белыми атласными туфлями на каблучке высотой шесть дюймов. Ее волосы отливали атласным блеском и были стянуты сзади на манер, принятый у тореадоров. Цвет лица герцогини подходил к ее чулкам: до такой степени она была загорелая. Ее широкая, жизнерадостная улыбка открывала два ряда больших жемчужных зубов, а вокруг ее шеи красовались поддюжины нитей жемчуга с большими, как голубиные яйца, бусинами» (Beaton 1954).

Загар в 1930-е годы служил символом здоровья, а также достатка. Сравнительно недавно стало известно, что долгое пребывание на солнце может привести к онкологическому заболеванию. В любом случае, загар утратил свой шик, поскольку сегодня отдых в жарких странах стал доступен слишком многим. Однако загар выходит из моды не только по этим разумным или по меньшей мере понятным всем причинам.

Дело в том, что загар больше не относится к категории экстремального. Он выглядит слишком здоровым. На фоне бледнолицых панков здоровый румянец фанатичных любителей прогулок на свежем воздухе начал выглядеть глупым и старомодным. Загар утратил прелесть новизны, а потому вышел из моды. Светлая кожа сегодня не является знаком того, что ее обладательница проводит дни в четырех стенах викторианской гостиной или боится покинуть пентхауз на Манхэттене из страха перед уличным насилием. Бледность стала еще одним выражением новой эстетики искусственного; она ассоциируется с неоновым светом подземки, дискотеки, бара.

Предполагается даже, что «эстетика уродства» является основой современного восприятия реальности:

«В нашей литературе царит эстетика, в рамках которой уродливое трактуется как подлинное, и она часто апеллирует в своей риторике к сексуальному либидо, которое наша культура превратила в разновидность уродства, и в рамках его риторики... уродство становится иронической фигурой откровения, обнажающей сущность безжалостного универсума, где нет места духовному или моральному порядку. Используемые Сартром категории „грязи“ и „тошноты“ являются красноречивым воплощением эстетики уродства» (Michelson 1970).

Упомянув о Сартре, автор имеет в виду его рассуждение об ужасе двусмысленности (Sartre 1969: 609)<sup>4</sup>. Мэри Дуглас в исследовании, посвященном амбивалентной природе границ (о котором упоминалось в главе 1) использует

тот же пассаж из Сартра для иллюстрации тезиса о том, что границы необходимо постоянно укреплять с помощью ритуальной практики, поскольку их зыбкость вызывает в обществе напряжение, которое обуславливает появление табу и апелляцию к магии. Мода в ее «модернистской» вариации заигрывает с этой опасностью, постоянно испытывая прочность не только гендерных границ, но и пределов здравомыслия и хорошего вкуса.

Во-вторых, западная культура действительно рассматривает сексуальность как разновидность уродства, что усложняет любые отношения между модой и принципами сотворения «красоты». Современная мода действительно ставит под сомнение каноны вкуса и очарования, на которых она основана.

Дизайнер Жан-Поль Готье, испытавший на себе влияние панк-культуры, в 1980-е годы одевал своих моделей в «пестрые тряпки в стиле панк, соединял изысканность с неряшливостью, как в сюжетах малобюджетных фильмов; он выставлял манекенщиц вперемешку с „настоящими“ девушками всех форм и размеров» (Vogue, ноябрь 1983 года). Он использовал корсетные изделия в качестве верхней одежды, сочетал все, что считалось «несочетаемым» и травестировал саму идею модного показа:

«Ужимки худых, как щепки, моделей, пародирующих женственный образ, гарантированно обеспечивают одобрительный гул аудитории; прозрачные до безвкусицы белые блузки, надетые поверх черных бюстгалтеров, приветствуются как радикальное нововведение; карлица и толстушка дефилируют по подиуму под свист, улюлюканье и издевательский смех» (Observer, 30 ноября 1983 года)

В интервью, которое Готье дал корреспонденту журнала The Face в феврале 1984 года, модельер сформулировал классический и при этом внутренне противоречивый принцип эстетики уродства: «Наибольший интерес всегда вызывают люди, которые плохо одеты». С точки зрения моды это действительно абсурдное утверждение.

Готье, черпавший вдохновение из британской панк-культуры и уличной моды конца 1970-х и 1980-х годов, несомненно, бросил вызов традиционным представлениям о «красоте» (подробнее мы поговорим об этом в девятой главе). Делая это, модельер и его единомышленники ориентировались — возможно, бессознательно — на феминистскую критику устоявшихся эстетических канонов.

Между тем феминистская критика не учитывает значения крайностей и преувеличений в конструировании современных стандартов красоты. Эти категории объясняют — по крайней мере частично — природу городской жизни, ибо вечно спешащий куда-то житель мегаполиса в первую очередь замечает лишь то, что представляется ему странным.

# Мода и город

«Улица — для всех», — повторял я.

Марсель Пруст «У Германтов»

Если Париж был «столицей XIX века», то Нью-Йорк — столица века XX. В Нью-Йорке будущее живет в настоящем. Абстрактное, сюрреалистическое будущее сделано конкретным, материальным и близким. Это мир, в котором природные потребности и ритмы отменены — но в то же самое время рукотворный ландшафт начинает походить на каприз природы, обретает собственную жизнь, высвобождающую его из-под контроля человека. Марсель Пруст сравнивал Венецию с какой-то прозрачной конструкцией — так и Нью-Йорк, с его ущельями и отвесными обрывами из песчаника, зубчатыми утесами небоскребов и воронками автострад, кажется не столько продуктом осознанно направленной человеческой воли, сколько единственно возможной экологической нишей для «неестественного» звучания новой красоты.

В XIX столетии неспешный променад в Тюильри или Булонском лесу был высшей точкой жизни парижского мегаполиса, а последние моды — неотъемлемой его частью. Оноре де Бальзак, наиболее полно запечатлевший жизнь Парижа первой половины XIX века, заставил одного из своих героев, Люсьена де Рюампре, вскоре после приезда в столицу провести «два мучительных часа» в Тюильри. Юноша сравнивает свой провинциальный вид с тем, как выглядит нарядно одетая толпа:

«Живое воображение и взыскательный глаз поэта открыли ему безобразию его отрепий; изъяны только подчеркивали старомодный покрой и неудачный оттенок этого нелепого синего фрака, воротник был чрезвычайно неуклюж, фалды от долгой носки заходили одна на другую, пуговицы заржавели, складки обозначились роковыми белесыми полосами. Жилет был чересчур короток и в забавном провинциальном вкусе; Люсьен поспешно застегнул фрак, чтобы прикрыть жилет. Наконец, нанковые панталоны он встречал только на простолоюдинах. Люди приличные носили панталоны из восхитительной ткани, полосатые или безупречно белые. <...>

„Я похож на сына аптекаря; настоящий лавочник!“ — гневно подумал он...»<sup>1</sup>

Тех, кто погружался в новые или трансформированные города эпохи индустриального капитализма, набирающего силу, поражала призрачная близость толпы и вне-человечность новой среды. Это одновременно тревожило и очаровывало. Энгельс писал о Лондоне:

«Уже в самой уличной толкотне есть что-то отвратительное, что-то противное природе человека. Разве эти сотни тысяч, представители всех классов и всех сословий, толпящиеся на улицах, разве не все они — люди с одинаковыми свойствами и способностями и с одинаковым стремлением к счастью? <...> И тем не менее они пробегают один мимо другого, как будто между ними нет ничего общего, как будто им и дела нет друг до друга, и только в одном установилось молчаливое соглашение... жестокое равнодушие... бесчувственная обособленность каждого человека, преследующего исключительно свои частные интересы»<sup>2</sup>.

В романах Чарльза Диккенса город (тот же Лондон) обладает собственной жизнью — с туманами, холодными воскресными днями, маслянистой тьмой речных берегов, аллеями и унылыми дворами, и она более интенсивна и подлинна, чем те призрачные существа, которые в ней обитают. В новелле Эдгара По «Человек толпы» на главном герое лежит проклятье громадного города. Повинный в каком-то чудовищном преступлении, он никак не может выбраться из метрополиса, все безвозвратнее теряясь в его бурлящих водоворотах, бездонных приливах и отливах. Городская толпа становится пристанищем для всего невыразимо странного и таинственного.

Над ним витает безмолвие множества пристальных, в упор, взглядов — характерный признак городской жизни:

«Тот, кто видит, не слыша, чувствует себя куда более неловко, чем тот, кто слышит, не видя... Межличностные отношения в больших городах отмечены безусловным перевесом зрения над слухом. Основная причина тому — общественный транспорт. Вплоть до XIX века, когда в мире появилось множество автобусов, железных дорог и трамваев, людям никогда не приходилось смотреть друг на друга долгие минуты или даже часы, не обмениваясь ни словом» (цит. по: Benjamin 1973a).

Отсюда рождалась характерная для толпы XIX столетия эротика — эротика невозможного, одновременно вуайеристическая и романтическая, эротика незнакомки, которая сама — частица этой фантазмагии. В одном из стихотворений Шарль Бодлер описал такую женщину и свое влечение — к этой одетой в глубокий траур красавице-прохожей, принимающее форму помеша-

тельства, к «блаженству дивных чар», «проклятому чаду желаний»<sup>3</sup>, к невозможному, к любви «последнего взгляда» (Benjamin 1973a: 38).

В толпе возникают всевозможные фетиши и «извращения». Фроттеризм, эксгибиционизм, вуайеризм (недозволенное прикосновение, демонстрация, взгляд) — таковы сексуальные девиации, процветающие в людской тесноте, где царит обман и легко уйти от ответственности. В каждом случае одна из многочисленных составляющих сексуального акта, выдернутая из контекста и совершаемая не с возлюбленным, но *над* незнакомцем, перерастает в странную одержимость.

В больших городах промышленного мира эротизм оказался отделен от природы (от репродуктивной функции), и усиление мужественности и женственности исподволь их ослабляло. Уличная одежда XIX века выражала фетишистскую таинственность, окружавшую тело, и неслучайно, что индустриализм и современный город нашли первый соответствующий улице стиль одежды — сдержанный, не выдающий себя стиль бизнесмена или человека профессии. И в женской уличной одежде нередко ощущалась внешняя маскулинность: за порог дома женщины выходили под вуалью, в шляпке и пальто темных цветов — необходимых, ибо на них мало заметны грязь и копоть; кроме того, они внушают уважение и почтение.

Марсель Пруст в последние десятилетия XIX века писал об очаровании неузнанности, инкогнито. В его романе герцогиня Германтская выходит на улицу под видом обыкновенной городской жительницы:

«Теперь она появлялась в более легких, во всяком случае — в более светлых платьях... Глядя, как герцогиня идет вдаль, раскрывает зонтик, переходит улицу, я думал, что теперь в глазах знатоков она не имеет себе равных в искусстве делать эти движения и придавать им особую прелесть. <...> Я следил за тем, как она расправляла муфту, подавала нищему, покупала букет фиалок у торговки, с таким же любопытством, с каким следил бы за кистью великого художника.

„Улица — для всех“, — повторял я, придавая этим словам особый смысл и любясь тем, что на людной этой улице... герцогиня Германтская действительно присоединяла к жизни толпы мгновения своей сокровенной жизни, показывая себя каждому, — таинственная, задеваемая встречаемыми, — с чудесным бескорытием великих произведений искусства»<sup>4</sup>.

Городская буржуазия XIX века, желая отстраниться от вездесущих взглядов, от анонимного любопытства толпы, где кто угодно может на вас смотреть, выработала особый, защитный стиль одежды. При этом костюм для улицы оставался концентрацией смысловых ключей, что фактически сводило на нет

его анонимность. Наряду с ее сохранением столь же важно — если не важнее — было заявить миру о том, кто вы такой, и суметь «считать» хотя бы некоторые знаки с одежды других. Умение составить представление о характере и склонностях по мгновенно распознаваемым деталям выходило на первый план. Получили развитие новые, более сложные «коды одежды», ибо в огромном городе каждый передвигался инкогнито, носил маскарад — и в то же время все более и более становился тем, что на нем надето. К примеру:

«Одежду джентльмена можно узнать по тому, что пуговицы на рукавах его пальто настоящие: они застегиваются и расстегиваются, а джентльменское поведение легко узнаваемо по тому, что пуговицы у него всегда тщательно застегнуты, так что его рукава никогда не привлекут к себе внимания» (Sennett 1974: 166).

Уже в 1762 году англичанин Джеймс Босуэлл, автор известного дневника, записывал: «Существует особый типаж — идеально замаскированные люди; в Лондоне часто встречаешь как мужскую, так и женскую разновидность этого великолепно приготовленного блюда» (Boswell 1966: 201). Специфика городской жизни состояла (и до сих пор состоит) в усилении контрастов. Огромное богатство и крайняя бедность ходят бок о бок, то и дело сталкиваясь; человек представлен самому себе и растворен в толпе, поглощен своими мыслями и открыт глазам всех. Чтобы выжить в этом колоссальном водовороте, нужно приобрести пластичность, гибкость и лукавое проворство. Составной частью техники выживания в метрополисе XIX столетия было (и осталось до сих пор) искусство маскировки, скрывания себя. За тем, что выставляется напоказ, — будь то иллюзия или «подлинное я» — однако, брезжит тайна личности. Специфическая одержимость тайной и таинственным (одна из основных тем романов XIX века и триллеров XX) — еще одно следствие отделения частного бытия от общественной сферы. Более того: в современной жизни улица, почти все проходящие по которой незнакомы друг с другом, сама стала чем-то вроде частной зоны, где внешний облик прячет секреты и лжет (но что такое «правда»?).

Георг Зиммель, немецкий социолог конца XIX столетия, выявил связи между жизнью города, индивидуализмом и быстрым развитием моды в индустриальную эпоху. Обостренное чувство личной неповторимости и собственного «я» сделало громадный шаг вперед, когда мужчины и женщины вышли в более широкие социальные сферы, а постоянное соприкосновение с потоком ощущений и другими индивидами рождало, по мнению ученого, более обостренное переживание субъективности, чем прежний, однообразный и неколебимый ритм деревенской и провинциальной жизни. В большом городе

индивид, непрерывно взаимодействуя с чужими, выживает при помощи манипуляций с собственным «я».

Мода — ответвление такой саморепрезентации и манипулирования собой. Она представляет собой наложение этого новообретенного «я» на окружающую среду, жестоко безразличную и непрерывно меняющуюся. Зиммель считает, что в том числе и по этой причине мода так близка к полусвету (об их связи шла речь выше, в главе 2):

«Тот факт, что полусвет, *demi monde*, столь часто оказывается первопродцом в области моды, вытекает из его специфического образа жизни — „без корней“. Общество презирает полусвет, и это рождает в нем скрытую или явную ненависть ко всему, что одобрено законом, к любой постоянной институции, ненависть, которая считает погоню за вечно новым обликом вполне невинной и эстетически оправданной. В этой непрерывной гонке... жажда разрушения выражается эстетически» (Simmel 1971: 311).

Таким образом, дух борьбы, произвола и неповиновения, присущий моде, восходит, согласно Зиммелю, к девиантности, инакомыслию и маргинальности. В буржуазную эпоху эти категории были до некоторой степени приложимы к аристократам; по тому, как описывают французское общество Бальзак и Пруст, ясно, что лидерами в области моды были как женщины знатного происхождения, так и дамы полусвета.

Наблюдения Пруста, относящиеся к самому началу XX столетия, демонстрируют чувствительность писателя к переменам, которые произошли с модной одеждой его современниц:

«Чтобы удостовериться, так ли очаровательны дамские шляпки, до того низенькие, что их можно было принять всего-навсего за веночки, как они рисовались взору моей памяти, мне хотелось посмотреть на них взором телесным. Теперь у всех были шляпы огромные, с плодами, с цветами и всевозможными птичками. Красивые платья, в которых г-жа Сван выглядела королевой, сменились греко-саксонскими туниками со складками, как на танагрских статуэтках, да платьишками из либерти в стиле Директории, по которым, точно по обоям, были пущены цветочки. <...> Не веря в эти новые персонажи, я... не мог придать им единство, осязаемость, жизненность; разрозненные, случайные, неживые, они были лишены даже частиц красоты, из которых мой взгляд прежде мог что-то составить. В изящество этих женщин я не верил...»<sup>5</sup>

Так — через стиль Поля Пуаре — был осуществлен переход от статичных стилей XIX века к модернизму Шанель.

Идею костюма, выдвинутую Шанель, подхватили американские изготовители одежды. Так, в 1940-х годах Адриан, до того работавший в Голливуде, стал нью-йоркским дизайнером массовой одежды и запустил в производство идеальный многофункциональный костюм для женщин военных лет: «„костюм Адриана“ оказался гражданской униформой для американской женщины в лихорадочные дни Второй мировой войны, когда ей требовался стиль, подходящий для любых случаев — на утро, на день, на вечер» (Lee 1975). Париж, так сказать, сошел с дистанции, и американская мода стала самой собой. На современный взгляд, женщины 1940-х годов все еще одевались чрезвычайно тщательно:

«Та женщина была нарядной, небольшого роста, крепкой. Ее светлые волосы были уложены в высокую прическу; она носила черно-белую шелковую блузку, красный костюм и шубку. На запястьях звенели браслеты».

Или еще:

«Она выглядела свежо и блестяще; черные волосы уложены короной. Ее деловое платье с глубоким вырезом было из шелка, с множеством оборок шириной в два дюйма, узкое в талии и очень короткое. Туфли на высоком каблуке украшены стальными пряжками с шипами; лайковые перчатки длинные и черные. Она бросила на диван свое черное каракулевое манто и огромную сумку из телячьей кожи с золотой отделкой. На руке у нее был широкий браслет с бриллиантами, она была сильно надушена, не румянена, и темная губная помада подчеркивала ее темные глаза» (Stead 1945: 59–60, 284–285).

Эти женщины, персонажи романа Кристины Стид о Нью-Йорке времен войны, конечно, обладают стилем — но это новый стиль. Они могли бы носить «костюмы Адриана», черные или серые. Жакет от этого костюма был бы, вероятно, квадратного кроя, с подчеркнутой талией, с парой-тройкой деталей, которым надлежало придать ему женственность: «интересный манжет», укрепленный борт, включение тканей другого оттенка или раскрытых по диагонали. Официальность такого жакета должна была скрадываться «лаконичной» юбкой. Шляпка с вуалью, сдвинутая чуть набок, кружева на блузке, высокий каблук, букетик искусственных фиалок или гардения в петлице придавали своеобразие этому маскулинному костюму, который одновременно был чрезвычайно женственным и изощренным. Перед нами — не андрогинность, но женственность гетеросексуалок до мозга костей; независимость

этих женщин нового типа, впрочем, становилась хрупкой и уязвимой, стоило им расстегнуть жакет и явить миру грудь, прикрытую мягкой блузкой из жоржета. Нью-Йорк периода войны был городом сексуального бума, так сказать, военным фортом, где офицеры искали женщин, овдовевших навсегда или на время, бизнесмены — выгодных сделок и девушек, девушки — удовольствий и выгоды. Кроме того, такой костюм мог быть соблазнительным. Костюм военных лет носили и в английских графствах, и он служил униформой не только женщинам, служившим в войсках, но и провинциальным леди, которые все еще шили на заказ у местных портных, — их костюмы были сдержанными, асексуальными, похожими на мужские, с красивой отделкой и шелковой креповой подкладкой. Но здесь, как и в случае с британской мужской одеждой, суровость могла, парадоксальным образом, оборачиваться притягательностью.

Женщины в «костюмах Адриана» и сегодня встречаются на нью-йоркских улицах: весенняя шляпка с непривычной для британского глаза официально-стью венчает офисный ансамбль. В таком облике бизнес-элемент сочетается с женственностью. С другой стороны, постфеминистская женщина 1980-х годов, делающая самостоятельную карьеру, с сексуальностью распростилась. Прочитав бестселлеры Джона Т. Моллоя (*The Women's Dress For Success Book*, 1977) и Мэри Фидорек (*Executive Style*, 1983), многие американские работающие женщины, видимо, последовали советам этих авторов относительно «серьезной» одежды для работы. Целая армия нью-йоркских консультантов в вопросах стиля учит женщин, занимающихся бизнесом и работающих в других сферах, вытравлять из своего облика не только сексуальность, но и гендер. Джон Моллой считает, если верить *New York Times* (27 апреля 1984 года), что «одеваться для успеха в бизнесе и для того, чтобы быть сексуально привлекательной, — взаимоисключающие действия». Хороший способ напугать женщин и вытолкнуть их с рынка труда! «Нужный стиль, — пишет *Tribune*, — это скорее братья Брукс, чем Шанель: безупречный, но далекий от ныне модной европейской андрогинности, сочетающей достоинства обоих полов»<sup>6</sup>. В самом худшем случае женщина, одетая «для успеха», отменяет противоречивость и неоднозначность, и оборки блузки из полиэстера функционально перестают отличаться от шапочки медсестры или заведующей хозяйством: костюм говорит исключительно о профессиональной принадлежности.

Однако жизнь нью-йоркских улиц сохраняет свою неповторимость. Скажем, есть жительницы Нью-Йорка, которые ходят в мехах. Если перенестись в Лондон, то в Найтсбридже шуба — это униформа, визитная карточка социального класса, и тот, кто задастся целью рассмотреть тамошнюю толпу, за час насчитает 600 шоколадных и светлых норковых манто — и только. Но в Верхнем Ист-Сайде шубка — это перчатка, брошенная судьбе, ставка на удачу,

визитная карточка индивидуализма, а не единообразия. Соответственно, меха используются в вещах широкого диапазона: от черно-бурой лисы во вкусе Риты Хейворт до песочных тренчкотов строгого кроя. Такой бесшабашный, нагловатый стиль — один из способов поймать мир за хвост (или представить, что это тебе удалось).

Хотя Манхэттен отчасти сохраняет черты города XIX века, задумчивая угрюмость тех лет уступила место своеобразной истерии, и если Нью-Йорк можно назвать столицей XX столетия, то во многом потому, что он совсем иной, чем Париж Бальзака или Пруста. Большие города промышленного XIX века вырастали быстро, спонтанно, и даже старые столицы, такие как Лондон и Париж, глубинным образом меняли свой характер в период капитализма. Модернизм видел город совсем в другом свете: одна цельная среда, отделение пешеходов от автомобилистов, футуристические небоскребы в городах-садах, родившихся в воображении Ле Корбюзье, и автострады Роберта Мозеса. («Мы должны убить улицу» — таков был девиз Ле Корбюзье.) Эти футуристические города стали урбанистическим кошмаром в 1980-е годы: районы, опасные в сумерки, пустыри между многоквартирными домами, автомагистрали, врезающиеся в старые живописные кварталы Южного Бронкса или Северного Кенсингтона и мгновенно создающие вокруг себя зоны отчуждения и отчаяния.

По мнению Фредрика Джеймсона, постмодернистская реакция на произошедшее — разворот архитектуры обратно, к потаканию вкусам публики, к традициям — все же сталкивает нас с еще более обескураживающей средой, поскольку этот город

«есть прежде всего пространство, в котором люди не могут указать на карте (воображаемой) ни собственное местонахождение, ни город в целом; это сетки вроде Джерси Сити, где нет никаких традиционных маркеров пространства (памятников, развязок, естественных границ, перспективы)» (Jameson 1984: 89).

Джеймсон считает, что «игровой» элемент в постмодернизме настолько ирреален, что он уничтожает знакомый нам город, заменяя его разбросанными пространствами и бесконечными пригородами, лишенными центра.

На сарториальном уровне описанный процесс маркирован тем, что одежда для отдыха используется в городе. Еще один персонаж нью-йоркских улиц — женщина, одетая, подобно своей делающей карьеру сестре, с одной-единственной целью, но на сей раз с целью игры. Новый дресс-код, превратившийся в клише 1980-х годов, был запущен в обиход как символ «отдыха», «досуга». Досуг, в рамках которого женщина носит тренировочный

костюм, купальник и гетры, одновременно является и демонстрацией себя, и «работой». Чтобы должным образом вписаться в публичный ритуал бега трусцой или урока аэробики, уже необходимо быть «в форме». Яркий костюм агрессивно выражает стиль жизни — так же как сложный макияж, ненатурально розовые щеки и подведенные глаза указывают на здоровье, доведенное до эротизма. Естественные признаки физического напряжения — пот, блестящий лоб — следует старательно прятать. Правильный костюм для «фитнес-каприза» имеет свои, тщательно (до безумия) соблюдаемые детали, варьирующиеся от года к году: слишком высоко подтянутые гетры или не те тренировочные брюки могут загубить все впечатление. Он копирует неофициальность и непринужденность, но при этом обдумывается до мелочей. При этом, как и многие моды XX века, он копирует рабочий костюм, в данном случае — костюм танцовщика на репетиции. Женщина в лайкре со стрекозами играет роль креативного художника, увлеченного исполнителя, подражая гламурной аскезе — сосредоточенной приверженности ремеслу. Но почти всегда это не более чем иллюзия. Художественный продукт здесь — это «я», а новый наряд — тренировочный костюм или одежда балерины — снова возвращает нас к зеркалу нарциссизма.

Часто можно услышать, что подобные костюмы отражают гедонизм, апофеоз потребительской культуры, пропагандируют ценности молодости, здоровья и открытой сексуальности, создают иллюзию победы над старением и — неявно — над смертью. По мнению Кристофера Лаша, эта разновидность потребительского нарциссизма — один из ответов на «духовную опустошенность» современной жизни:

«Для „я“, исполняющего роль, единственная реальность — это идентичность, которую оно может сконструировать из материалов, предоставляемых рекламой и массовой культурой, из тем популярных фильмов и литературы, а также из фрагментов, вырванных из толстого слоя культурной традиции... Чтобы лучше исполнить роль, которую он разработал... новый Нарцисс пристально смотрит на свое отражение — не столько любясь им, сколько неусыпно отыскивая в нем изъяны... Жизнь становится произведением искусства... Все мы, артисты и зрители, живем в окружении зеркал» (Lasch 1979: 167).

«Аэробика-стиль» стал кодом к изощренности определенного типа; молодая женщина в гетрах в рекламе чего угодно мгновенно сигнализирует о «современном мышлении». Этот стиль строится вокруг игры, энергии, независимости. Женщина на виду — это смелость, владение и собой, и тем, что ее окружает.

Индивид, осмеливающийся быть столь однозначным, — это почти что бунт. Преподнося себя столь открыто, такая женщина бросает вызов метрополису: попробуй, поглотить меня! Обличье танцовщицы или бегуньи вуалирует открытую сексуальность всего представления. Выгляда так же откровенно и дерзко, как проститутка, эта женщина, однако, ей не является.

И все же эта новая Ева улиц и тротуаров достигает полноты своего значения только в контексте опасности, окружающей ее со всех сторон. Выходя на улицу как на подиум или сцену, она сознательно наносит оскорбление бедности, нищете, отчаянию. Не в прямом смысле жестоко или осознанно — и тем не менее все своеобразие этого зрелища открывается перед нами только на фоне неотвратимой угрозы, мелькающих молний агрессии и пелены отчаяния. Это демонстрация энергии, адресованная тем, кому ее явно не хватает. Во всей красоте проходить мимо зевак, выкрикивающих непристойности из окон, — это, пожалуй, остроумие. Пациенты закрывшихся лечебниц для душевнобольных, выброшенные в огромный город, они напоминают об угрозе безумия и насилия, на фоне которых «энергия» этой женщины выглядит как классическая истерия. Спасти свою яркость она может лишь в том случае, если не «видит» этой опасности, но с истерическим напором разносит ее на куски.

И такого рода истерия, и образ Нью-Йорка как запредельного модернистского кошмара обыграны в фильме Брайана де Пальмы *Dressed to Kill*<sup>7</sup>. Манхэттен здесь — призрачная столица XX века, а героиня — проститутка. Писатели-мужчины описали проститутку как существо, нарциссизм которого доведен до крайности, которое чувствует себя в модернистском городе как рыба в воде, ибо оно вносит зеркало зрелища — а с ним и товарно-денежные отношения — в самое сердце интимности.

«Бритва» — кино нарочито раздражающее; феминистки не выносят его из-за основной идеи: за свою сексуальность женщины должны быть наказаны. Однако это еще и вариант (с изъятиями, как и культура, которую он отражает) *мифа* о Нью-Йорке как кошмарном мегаполисе, где наслаждение и опасность слиты в смерти. Роль женщины, хищника и жертвы одновременно, по определению противоречива. Все остается неясным, неразрешенным — и в «реальной жизни», и в дурном сне де Пальмы. Не до конца определено, имеют ли женщины право находиться вне дома. Однако они там находятся и потому оказываются в неизбежно двусмысленном положении. Личность проститутки сливается с личностью женщины, просто идущей по улице.

В героинях-злодейках нуара 1940-х годов эта двойственность выражалась иначе — и поэтому они до сих пор влекут нас. Мэри Астор и Джоан Кроуфорд накидывали шубки поверх строгих платьев безупречного кроя, на мгновение появлялись в облегающих платьях с глубоким вырезом на спине, через минуту представляли в плащах и шляпах, словно копируя одежду своих спутников — то

ли любовников, то ли жертв, то ли убийц. Стоявшие перед ними дилеммы не решены до сих пор, хотя мы выражаем их иначе: менее элегантно, более подробно и бессвязно.

Этот новый опыт городской жизни строился на новом экономическом порядке. В XIX веке жизнь оказалась гораздо строже, чем раньше, разделена на рабочие часы, за которые платили, и «досут», во время которого можно было тратить полученное. Многим заработок едва позволял сводить концы с концами, но кому-то он давал возможность хотя бы краем глаза заглянуть за дверь, ведущую в мир свободы и удовольствий. Трата денег сама по себе превратилась в вид досуга, отдыха — и для женщин, принадлежавших к буржуазии, и, в меньшей степени, для высокооплачиваемых работниц. Производство плодило потребление, коммерция — коммерцию. Откликаясь на это, капиталистический город создал фантастический мир, который не был ни полностью публичным, ни совершенно частным — универсальный магазин.

Он знаменовал радикальный переворот в торговле. До промышленной революции многие деревенские жители имели доступ к товарам только на сезонных ярмарках и рынках — или через бродячих торговцев. В городах, впрочем, имелись магазины, и Лондон в этом отношении шел впереди. Большие распродажи и магазины, несомненно, существовали в Чипсайде и на Черинг-Кросс уже в начале XVIII века, а слово shopping вошло в обиход в середине столетия — при этом процесс покупки оставался длительным и тревожным.

Пререкания из-за цены, торг между покупателем и продавцом во Франции первой половины XIX века еще были широко распространены, между тем как в более развитых доиндустриальных городах Великобритании они пошли на убыль уже в XVIII веке. Однако вход в лавку еще означал имплицитное обязательство что-то купить, запасы товаров были весьма невелики, и, безусловно, ничего готового в продаже не имелось. И тем не менее совершение покупок уже было социальным событием. Лондонские архитектурные новшества — созданная Джоном Нэшем в начале XIX века элегантная колоннада на Риджент-стрит — открыли перед торговлей дотоле не существовавшие возможности. Эта новая точка стала настоящей Меккой для модных покупателей, оживленная торговая улица — еще и променадом, и представители элиты появлялись там хотя бы для того, чтобы посмотреть на других и продемонстрировать себя. Риджент-стрит и ее окрестности долго оставались модным торговым центром; в 1866 году журнал *Illustrated London News* живописал, как

«там и сям вспыхивают модные светлячки... тротуары запружены элегантными бездельниками. С каким раскованным достоинством разряженные пешеходы поджидают своих дам, с каким заученным изяществом фланируют поблизости!» (цит. по: Adburgham 1981: 103).

Но в ночные часы этот район, подобно Хеймаркету и Чипсайду, имел хорошую славу. Тогда глазам прохожих открывались иные променады:

«На широком каменном тротуаре толпятся гуляющие, хорошенькие девушки в сверкающих бальных нарядах, с жемчугами в причёске, фланеры со всех концов света... смеются, шепчутся, исчезают за коричневыми дверями кафе... Ночной воздух пропитан ароматом духов — пачули и Eau de mille fleurs. Трены атласных платьев шуршат по каменным плитам, развеваются газовые шарфы, розовые ленты; блестящие глаза, манящие, ласковые слова; здесь слышно приветствие, там — шепот и смех» (Bloch 1958: 109).

В 1830–1840-х годах и в европейских столицах, и в городах Восточного побережья Северной Америки начали появляться магазины, торговавшие «мануфактурой» (галантерейными товарами, тканями, плащами и отделочными материалами). *Von Marché*, который принято считать первым универсальным магазином, открылся в 1852 году и представлял собой небольшую лавочку на левом берегу Сены, где продавались фабричные отрезки тканей. Однако, судя по всему, в Англии небольшие универсальные магазинчики существовали уже в предшествующем десятилетии — во всяком случае, в 1840-х годах открылись Kendal Milne в Манчестере (одном из главных городов севера Британии, который вскоре был преобразен индустриальной революцией) и Vainbridge в Ньюкасле (см.: Adburgham 1981). Ральф Хоуэр, историк нью-йоркского универмага Macy's, и вовсе считает, что первым универсальным магазином в Европе стала лондонская фирма W. Hitchcock & Co, уже в 1839 году владевшая торговой точкой с двенадцатью отделами. По мнению ученого, несмотря на то что для Северной Америки были более характерны опт и бартер, и там в городах постепенно росла специализированная торговля; универсальные магазины появились в США и в Европе практически одновременно и, возможно, независимо (Hower 1946).

Две важнейших инновации в торговле того времени состояли в том, что товары предлагались по рыночным ценам (таким образом, отпадала необходимость в торге и прениях из-за цены), а также в том, что в магазине покупатели могли просто ходить и смотреть, не будучи обязанными делать покупки.

К 1845 году в магазине Vainbridge работало уже десять продавцов, предлагавших широкий спектр товаров, в том числе ткани для одежды и мебели, модные аксессуары, меха, предметы траура (чрезвычайно важная статья торговли) и ранние формы готовой одежды — муслиновые платья. Через двадцать лет Бейнбриджу принадлежала цепь зданий длиной свыше пятисот футов; позднее на этом участке был возведен четырехэтажный магазин. В 1883 году фирма

открыла собственные фабрики по пошиву одежды для мужчин и мальчиков, а также для женщин; позднее стали производиться вязаные чулки и матрасы (Adburgham 1981).

В Нью-Йорке происходили аналогичные изменения. Первым большим магазином на Манхэттене стал A.T. Stewart & Co. В 1848 году он представлял собой «мраморный дворец» для торговли мануфактурными изделиями на углу Бродвея и Чемберс в Нижнем Манхэттене, а в 1862-м переехал в еще более внушительное здание, построенное с использованием новейших технологий: чугунные конструкции, огромные свободные пространства, величественные лестницы и стеклянные потолки-ротонды, пропускавшие свет, создавали ощущение простора и роскоши. Macy's, которому предстояло стать самым большим в мире универсальным магазином, открылся в 1857 году, а затем, как и другие торговые точки, переехал в верхний город (впрочем, магазин Bloomingdale с момента возникновения находится на своем теперешнем месте в среднем Манхэттене) (Ferry 1960).

Где бы он ни возникал, универсальный магазин второй половины XIX столетия (большинство их открылось в период с 1860-го по 1910 год) становился апофеозом шопинга. Концепция такого магазина состояла в приложении к сфере розничной торговли промышленного принципа делегирования квалификации и разбиения процессов на компоненты. Разделение труда, уже введенное в фабричную систему и обкатанное в ней, было приложено к торговле, что способствовало еще большему ускорению оборота капитала. Параллельно шел процесс диверсификации продаваемых товаров. Большие объемы торговли в универсальном магазине, распределение товаров по отделам и в то же время централизация многих функций управления шли рука об руку с развитием бесплатных услуг: доставки, обмена, предоставления изделий для пробы, кредитования (хотя преобладал наличный расчет). Во все расширяющихся магазинах велась постоянная рационализация торговли и управления.

Работники универсальных магазинов становились новой бюрократией, дисциплинированной и вышколенной, демонстрирующей исполнительность и приверженность фирме. Скажем, Von Marché пытался сформулировать идею работы в магазине как эквивалента гражданской службы. До того, напомним, продавцы в лавках славились грубостью и безалаберностью. Теперь же администрация универсальных магазинов требовала для своей клиентуры (которую составляла прежде всего буржуазия, а в ней — женщины) куда большей тонкости обхождения. Постепенно магазины начали принимать на работу женщин (впервые они — в качестве швейцарок — появились в Von Marché во время забастовки 1869 года), хотя в сфере розничной торговли они пока еще составляли меньшинство.

Новый акцент на респектабельности повысил статус этих молодых женщин, вознеся их над работницами фабрик и швеями. Женщины из пролетариата всегда были объектом вожеления как мужчин одного с ними статуса, так и вышестоящих; кроме того, они не были застрахованы от опасности скатиться к проституции. К тому же их воспринимали как угрозу собственности буржуазного общества. Но рядом возникало сословие девушек — «белых воротничков». Их до известной степени защищал патернализм, столь характерный для универсальных магазинов — в особенности для Bon Marché, а также, в XX веке, для Marks & Spencer. В Bon Marché существовали благотворительные и пенсионные фонды — формы частного, дающего социальное обеспечение капитализма, более характерные для французской промышленности, чем для британской или американской. При универмаге имелись жилые помещения, столовые, библиотеки. Следствием этой ритуализованной коммерческой жизни, тяготеющей к своеобразной семейственности вне семьи, нередко становились «корпоративные» браки. При этом женщины за прилавком вызывали моральное беспокойство, ибо в действительности не принадлежали ни к мелкой буржуазии, ни к рабочему классу.

Итак, универсальный магазин повсюду создавал новый тип работника, чьи учтивые до раболепности манеры и почтительность, оказываемая покупателю, напоминали обхождение старших слуг в богатых домах. Клиенты в огромном большинстве относились к среднему классу, однако описанная атмосфера услужливости (в большей степени, чем сами покупки) создавала иллюзию аристократической жизни — таким образом, старые формы классовых и личных отношений продолжали существовать в окружении новых.

В сущности, «универсальный магазин был миром буржуазии. Это было царство праздных женщин, занятых новым ритуалом потребления... Буржуазная культура демонстрировала себя» (Miller 1981). Магазин не только отражал буржуазную жизнь, но и творил ее: его витрины задавали стандарты образцового дома и правильной одежды, навязывали свои представления об идеале буржуазной жизни, исподволь приучали клиентов к новым нормам — к иной, более разнообразной — то есть соответствующей широкому диапазону ситуаций и моментов дня — одежде, а также предметам интерьера.

Универсальный магазин, вне всякого сомнения, способствовал высвобождению женщины среднего класса из домашнего рабства. Он был местом, где женщины, никем не сопровождаемые, безопасно и с комфортом могли встретиться с подругами, перекусить и отдохнуть. В последние десятилетия XIX века гардеробные, туалеты и комнаты отдыха стали важной чертой универсального магазина (Adburgham 1981). В эпоху, когда для женщины считалось недопустимым войти в обычный ресторан, если ее не сопровождал муж, отец или брат, это было чрезвычайно значимым сдвигом. Обеденный зал для дам

в универсаме Масы's открылся в 1878 году и к 1903 году превратился в ресторан вместимостью 2500 человек. На следующий год при нем появилась японская чайная комната. Чикагский универсам Marshall Fields был более консервативен, но в 1890 году Гарри Гордон Селфридж, в то время служащий этого магазина, убедил владельцев открыть небольшой чайный зал, а в 1902 году выросший из нее ресторан занимал уже целый этаж (Ferry 1960).

При всем том обретение новой независимости женщины-покупательницы вызывали такое же моральное беспокойство, как и продавщицы. Родился новый грех против духа торговли: воровство в магазинах (медикам пришлось назвать его болезнью и изобрести более благовидное наименование — «клептомания»). Когда «падшие» (пойманные с поличным) женщины рассказывали о неотступно манящей их гладкости шелка и атласа, о дразнящих глаз витринах, о жажде обладания, шопинг сексуализировался в фетишистском ключе (Miller 1981).

То, что, в сущности, является иллюзией, фантомом, по-видимому, и должно вызывать столь лихорадочную реакцию. Буржуазные клиенты не были настоящими аристократами, а продавцы — настоящими дворецкими и мажордомами. Все было пронизано ощущением грандиозного спектакля, маскирующего денежные отношения, вокруг которых он на деле строится. Вероятно, Von Marché оказался апофеозом универсального магазина потому лишь, что Бусико, его создатель, придал ему колоссальные размеры, стремясь закрепить описанную иллюзию; подобно великому импресарию, он устраивал в своем царстве разнообразнейшие гала-представления, концерты и спектакли. Предназначенные для рекламы его детища в то же время затуманивали реальность и обыгрывали мысль об универсаме как экзотическом, нездешнем приключении — и далеком от такой банальности, как купля-продажа.

Вкупе с выставками и музеями универсальный магазин XIX века и базовая для него концепция шопинга как досуга, как сначала удовольствия и уже затем необходимости свидетельствует о том, каким весом в капиталистическом обществе обладает *зрение*. Когда с Риджент-стрит убрали колоннаду и заменили старомодные окна магазинов огромными стеклянными витринами, родился «витринный шопинг», и внутри большого магазина можно было с пугающей силой пережить «чревоугодие зрения».

Гордон Селфридж, покинув универсам Marshall Fields и перебравшись в Лондон, открыл свой собственный универсальный магазин, предлагавший современное динамичное обслуживание в американском вкусе клиентам менее состоятельным, чем те, что посещали Harrods, Whiteleys & Marshall и Snelgrove. Selfridges открылся на Оксфорд-стрит в 1909 году. Впрочем, к этому времени звездный час универсамов уже миновал, хотя предприятие Селфриджа оказалось чрезвычайно успешным и процветает до сих пор.

В период между двумя мировыми войнами развитие торговли шло главным образом по линии модернизации уже существующих универмагов, с одной стороны, и феноменального роста сетевых магазинов — с другой. Назовем такие сети, как Sears Roebuck, Montgomery Ward и J.C. Penney в США и Marks & Spencer, British Home Stores и Littlewoods в Великобритании. Сейчас Marks & Spencer — это интернациональная торговая и производственная империя; основал ее Майкл Маркс, еврей-иммигрант и странствующий торговец, в 1880-х годах открывший в Манчестере точку для дешевых распродаж. В 1920-е он вместе со своим свойственником, впоследствии получившим титул лорда Сиффа, создал большую многопрофильную компанию, в которую входили фабрики, производившие товары по специальным заказам Marks & Spencer. Этим коммерсантам был свойствен оптимистический взгляд: наука и технологии непрерывно повышают качество человеческой жизни, претворяют в реальность потребности и желания миллионов (Rees 1969).

В 1950-е годы универсальные магазины стали казаться старомодными. Молодые клиенты, менее скованные классовыми разграничениями, пренебрежительно относились к таким услугам, как доставка, заказ по телефону, подгонка одежды. Одной из реакций на запросы этой новой клиентуры, которая в совокупности могла потратить большие деньги и хотела приобретать недорогие, броские, нарядные вещи, стал «магазинчик», быстро переименованный в бутик (от французского *boutique*). *Bazaar* Мэри Квант в Челси, видимо, был первой из сотен таких точек, которые появлялись и исчезали. Некоторые универсальные магазины переняли эту идею и открыли бутики в собственных стенах, хотя были и те, кто предвидел подобное развитие событий и успел самостоятельно создать у себя отделы «молодежной моды» (таков открытый в 1955 году отдел *Miss Bergdorf* в нью-йоркском универмаге *Bergdorf Goodman*). Но, скажем, открытие в рамках универмага *Woollands* (тогда расположенного в Найтсбридже) магазина «21» выглядит подражанием концепции *Bazaar*. В начале 1960-х бутики росли повсюду как грибы. В Англии самым известным, вероятно, стал кенсингтонский магазин *Viba*; упомяну также о лондонских бутиках *Bus Stop* (на пике его процветания отделения у него имелись по всей Великобритании), *Countdown*, *Top Gear*. Все они располагали массой примерочных, где «куколки-птички» снимали одежду, под которой не было ничего, кроме колготок; за то, чтобы сорвать с вешалок крохотные нарядные платья, покупательницы дрались не хуже футбольных болельщиков; на витринах с маниакальной изобретательностью появлялись все новые «забавные» одно-разовые аксессуары. В любом английском провинциальном городе имелся свой бутик; атмосферу в них быстро скопировали как сетевые магазины недорогого сегмента, так и большие фирмы вроде *Selfridges*, где открылся отдел *Miss Selfridge*.

В 1970-х годах, когда цены начали расти, а производство одежды почувствовало на себе холодный ветер кризиса, модные молодежные магазины стали более вызывающими. Одна продавщица описывала едва ли не истерическую атмосферу магазина, в котором она работала в начале 1970-х. Сотрудницам каждый месяц выдавалась новая форма, им рекомендовали одеваться и краситься как можно более причудливо и броско. Это был своего рода перегиб в стиле, и в итоге это поколение магазинов не имело успеха, поскольку молодежь доводила «диссидентскую» моду до таких крайностей, что только новое поколение модельеров могло коммерческим образом обработать эти тренды. При этом верхний сегмент рынка был отмечен особенной сосредоточенностью на роскоши и одежде для успешно делающих карьеру женщин.

В Marks & Spencer, некогда универмаге для небогатых, теперь продаются вещи из замши, кожи и шелка; многие универмаги закрылись; появились новые торговые сети, выставляющие «скоординированные линейки» товаров, что заставляет потенциального покупателя приобретать больше. Судя по всему, это особенно развито в Великобритании. Одна из самых успешных таких сетей — Next (ее владелец — *Нервортис*, большая британская компания по производству массовой одежды); конкурирующая с ней швейная группа *Burton* вышла на рынок с *Principles*, аналогичной сетью магазинов (см.: *Guardian*, 6 сентября 1984 года). Характерно, что эти магазины продают одежду как для женщин, так и для мужчин; равным образом характерно, что *Джефф Бэнкс*, владелец лондонской сети *Warehouse*, торгующей одеждой известных дизайнеров по умеренным ценам, шагнул на другой континент и в 1984 году открыл торговый центр в США — не на Манхэттене, а в Нью-Джерси.

Дело в том, что закат универсального магазина старого образца связан с закатом города как явления, имеющего границы, и железной дороги: распространение автомобилей привело к развитию торговых центров и гипермаркетов в пригородах и — в США — региональных торговых центров. Это новая разновидность потребительской мечты, соответствующая новой концепции города, лишённого центра, своеобразная нирвана шопинга, еще более резко отделенная от мира, чем некогда *Von Marché*, полностью самодостаточный город или даже вселенная.

Возникает вопрос: будет ли мода убита новым городом и новым шопингом? Мода всегда проводила четкую границу между миром столичного города и миром провинции. Эксклюзивность, неповторимость, шик были свойствами столицы, нелепость и отсталость — провинции, откуда стремилось вырваться такое множество героев и героинь литературы XIX века.

Сегодня, однако, мода — вопрос не столько принадлежности к избранному слою, сколько крайнего индивидуализма, одного из признаков предельной отчужденности. Сейчас она в меньшей степени является принятием тех или

иных форм общности, чем подчеркиванием собственной отдельности, изолированности.

Групповые «контркультурные» моды, впрочем, могут возникать и в «провинциальной» обстановке: группа способна навязать свои вызывающие каноны скуке маленького города. Групповые стили — моды, идущие вразрез с культурой, — в некотором смысле являются реакцией на скуку. В самом деле, иногда они используют унылость маниакального внимания к деталям, которые сами по себе не имеют значения (узел галстука, форма рукава), чтобы разрушить окружающую серость, создать значение из пустоты и навязать жесткий императив личности чужой, механизированной рутине доминирующей культуры.

В наши дни это применимо к любой моде, то есть на определенном уровне любую моду можно назвать «контркультурной». Однако прежде чем перейти к вопросу о «контркультурных» модных стилях, небесполезно будет рассмотреть влияние популярной культуры — спорта, развлечений, танцев — на моду в целом.

## Глава 8

# Мода и массовая культура

«Трансформации» — это центральная тема, связанная с изучением массовой культуры... Массовая культура не вытекает... из народных традиций противостояния этим процессам и в то же время не является формой их подавления. Это поле, на котором совершаются трансформации.

*Стюарт Холл «Заметки о деконструкции „популярного“»*

После индустриальной революции течение жизни уже не регулировалось сезонными требованиями сельскохозяйственного календаря. На смену им пришли механистические императивы промышленной эпохи, согласно которым каждый день был точно таким же, как и все остальные, — независимо от времени года — и любой час дня и ночи одинаково годился для работы машин и механизмов. И хотя традиционные представления о каникулах и праздниках продолжали существовать в народном сознании, даже они постепенно уступали место новому, более жесткому регламенту, четко разграничивающему «работу» и «досуг». Подъем переживало не только производство, вместе с ним поощрялся и потребительский интерес. Экономическая экспансия стала основой революционного переворота в сфере убеждений, обычаев и повседневной жизни в целом; с этого времени моде предстояло стать средством зримого воплощения современной системы ценностей.

Это был переход от создания видимости к достижению подлинности. В XIX веке мода как таковая — не только униформа — превратилась в одну из форм классификации, пожалуй, самую сложную и тщательно продуманную среди множества других; ее звездный час совпал с триумфом индустриальной культуры. Отныне уже было недостаточно принадлежности к определенному классу, касте или профессиональному сословию. Человек должен был предъявить себя, его наружность должна была говорить сама за себя — этот процесс охватил общество, а одежда сделалась средством, с помощью которого можно было продемонстрировать неповторимое своеобразие собственной личности. В то же самое время и мужчинам и женщинам были навязаны новые формы обезличивания; и те и другие оказались запертыми в ловушке условностей, связанных с половыми различиями, — еще более строгих, чем существовавшие

прежде. Несмотря на то что обезличивание (или «анонимность») было одной из основ городской жизни, костюм стремился хотя бы немного ее подточить. Одежда могла использоваться как средство самовыражения или как маска — или одновременно выступать в обеих ролях. Обратной стороной публичного существования в мире создаваемой видимости, где откровенная показуха уживалась с напускной сдержанностью, была попытка укрыться в своем личном пространстве.

Мода никогда не была исключительно уделом богатых. Фернан Бродель нашел доказательства в пользу того, что в конце XVII века (в 1690-е годы) во Франции уже существовала крестьянская/простонародная мода (Braudel 1981: vol. 1, 313); впрочем, настоящим толчком, стимулировавшим дальнейшее распространение моды в массы, стали новые, более высокие стандарты личной гигиены, появившиеся в XVIII столетии. В XIX веке модно одетая женщина далеко не всегда выглядела покорной рабой на службе у мужниного богатства; для работающей женщины следовать моде означало быть эмансипированной и обладать невиданной доселе независимостью, поскольку самостоятельно заработанными деньгами, в отличие от средств из семейного бюджета, она могла распоряжаться свободно. Для многих индустриальная революция обернулась бедой, но пока замужние домохозяйки, всецело зависевшие от благосостояния и доходов своих мужей, переживали тяжелые времена, у одиноких женщин появился шанс сделать большой шаг вперед:

«Впервые у работающих женщин появилась возможность потакать собственным вкусам в одежде, хотя эта статья расходов постоянно становилась мишенью для враждебно настроенных критиков. „Я хотел бы отметить один весьма важный факт, с которым неплохо знаком, — заявил в 1832 году преподобный Дж.С. Булл. — Есть немало случаев, когда работающие на фабриках молодые женщины совсем не прикладывают рук для того, чтобы обеспечить себя одеждой; одежду для работы они покупают в магазинах готового платья, которых сегодня полно в рабочих районах; а их воскресные платья, разумеется, весьма ловко подчеркивающие фигуру везде, где это только возможно, шиты известными модистками, которые знают, как выставить все их прелести в самом выгодном свете“. Тот факт, что женщины больше не желали экономить на себе, довольствуясь бесформенными, плохо сидящими вещами, рассматривался современниками [как правило, мужчинами] исключительно как признак некомпетентности в финансовых вопросах и морального упадка; при этом они полностью игнорировали другой факт, а именно то, что с точки зрения женщин произошедшие перемены предвещали определенный социальный прогресс» (Pinchbeck 1981: 312).

В 1862 году Элен Барли, находясь на севере Англии, писала:

«Портные... процветают за счет занятой части женского населения, поскольку ланкаширские барышни редко сами шьют себе платья. Зато они могут хорошо заплатить за готовые, и потому у портных есть стимул следить за модой и изучать фасоны; и, как я уже говорила, было по-настоящему поразительно видеть, как элегантно умеют выглядеть эти девушки по воскресным и праздничным дням. <...> В субботу фабрики закрываются после полудня, и для мужчин и незамужних женщин наступает настоящий праздник. Весь город охватывает оживление — совсем как в дни торжеств; мужчины щеголяют в костюмах из добротного сукна, а девушки стараются быть нарядными настолько, насколько им позволяют заработки» (Barlee 1863: 25–27).

Служанка Ханна Каллвик (все в том же XIX веке) описала свой разговор с фотографом, который, снимая ее в рабочем платье, между прочим заметил, «что очень немногие хотят сделать портрет в рабочей одежде — все хотят выглядеть как можно наряднее. А я возьми да и спроси его, какие из себя публичные девицы, но он сказал: „Да бог с тобой, я никогда не видал их в обычных платьях — они ничем не красивее других, просто разодетые“» (Stanley 1984: 231).

Мода заняла определенное место в массовом сознании, а валовое производство одежды позволило ей стать частью массовой культуры.

Стремление одеваться модно, ставшее популярным, массовым явлением и связанное в первую очередь со свободным времяпрепровождением, в определенной степени развивалось под влиянием других форм досуга и развлечений, появившихся в «век машин»: спорта, популярной музыки, кинематографа и телевидения — все они вложили свою лепту в формирование абсолютно новых представлений о подобающей манере одеваться. А журналистика, реклама и фотография подчас играли в массовой коммуникации роль булавок, надежно «пришпиливающих» эти новые представления о моде к полотну массового сознания.

С конца XIX века постоянно усиливается роль слова и зримого образа в продвижении стиля. Изображения желаемого и порождаемые ими образные ассоциации ни на минуту не выходят из оборота; вместе с реальным продуктом, осязаемой вещью человек все чаще и чаще приобретает некий образ. Покупая в 1900 году дешевую блузу в духе «девушки Гибсона», молодая женщина не просто обзаводилась новым предметом одежды — она получала в собственность символ эмансипации, «блеска» и успеха (Ewen & Ewen 1982).

Мода — магическая система; все, что мы видим, перелистывая глянецовые журналы, — это «the look», то есть имидж или видимость. Вслед за рекламой

женские журналы сменили дидактический тон на тактику обольщения иллюзиями. И хотя изначально они решали информационные задачи, сегодня, и это нетрудно заметить, и популярная журналистика, и реклама озабочены тем, чтобы создать мираж — убедительное и привлекательное подобие жизни; при этом нас увлекают уже не в относительно простой и понятный процесс прямой имитации, но пытаются втянуть в процесс идентификации, технические подробности которого поддаются осмыслению в гораздо меньшей степени.

Вначале была камера — именно благодаря ей в XX веке родились новый способ видения и новый эталон женской красоты. Роман, завязавшийся между черно-белой фотографией и модой, — это проявление чувственности в модернистском смысле.

Главное, что обещала фотография, — быть абсолютно «правдивой». Однако ее «правда» — это всего лишь правдоподобная и потому более убедительная иллюзия; избирательность и искусственность ловко прячутся за кажущейся беспристрастностью механического глаза. Там, где дело касается моды, рисунок зачастую оказывается более точным и объективным источником информации; тем не менее именно фотографическое изображение способно уловить и передать тот дух, которым наполняет одежду современная мода, и, соответственно, оказывает большее влияние на ее дальнейшее развитие. Лартиг, фотографировавший модных дам в неформальной обстановке еще до начала Первой мировой войны, барон де Мейер, чей талант расцвел в промежутке между двумя великими войнами, и Стейхен, продолжавший работать и после окончания Второй мировой войны, — все они делали снимки, создающие иллюзию движения, благодаря чему свобода движения стала одним из ключевых требований к модной одежде. Черно-белая фотография заставила обратить внимание на то, сколь важны для моды чистота и четкость линий, контрасты и абстрактные архитектурные формы (Hollander 1975).

Фотография парадоксальным образом сгустила атмосферу таинственности и многозначительности вокруг моды — и модные журналы тут же поспешили кое в чем уподобиться порнографическим изданиям: они всячески подогревают в рассматривающих картинки «читателях» желание *быть* каждым из тех совершенных созданий, что заполнили глянцевые страницы, и одновременно стремятся окутать их эротическими чарами, предлагая все новые, из раза в раз меняющиеся, образчики идеальной женственности и (что можно видеть все чаще) безупречной мужественности.

Фотография была новым направлением в искусстве индустриальной эпохи, приобретшим особую значимость в XX столетии. Кроме того, увлечение фотографией охватило массу обычных людей. Семейные архивы моментальных снимков, неформальный «свободный» стиль — в них ощущается не только влияние профессиональных фотографов; любительская фотосъемка развивала

в человеке самосознание, делала его более внимательным к себе и, наконец, заставляла его озаботиться тем, хорошо ли он выглядит, умеет ли выгодно себя подать и правильно передать нюансы повседневной жизни, в которой мода играет далеко не последнюю роль. Со своей стороны произведения массовой культуры в XX веке оказали существенное влияние на моду и привели к ее заметной трансформации. Новейшая история этого взаимодействия между модой и массовой культурой началась после Второй мировой войны; но особенно значимыми оказались 1960-е годы, когда «увлечение/развлечение модой» по-настоящему превратилось в популярную форму досуга, в то время как статус модных дизайнеров поднялся до уровня поп-звезд. Что касается нашего недавнего прошлого, то в последние годы сами по себе модные показы все больше напоминают художественные акции или перформансы.

Как мы уже знаем, Джеймс Лавер убежден в том, что основные изменения, затронувшие мужской гардероб в начале индустриальной эпохи, связаны с тем, что повседневный костюм приобрел некоторые черты, прежде свойственные только спортивной одежде. В свою очередь, Шанель, и это общеизвестный факт, интегрировала спортивный стиль в повседневный женский гардероб в начале XX столетия.

Женские виды спорта начали активно развиваться в конце XIX — начале XX века. На протяжении всего XIX столетия благородные дамы занимались только стрельбой из лука, верховой ездой и играли в крокет. Женщины Викторианской эпохи отнюдь не были настолько пассивными и ограниченными в движениях душающе тесной одеждой, как можно было бы предположить. В любом случае, непромокаемые ткани были изобретены еще в начале XIX века и использовались для производства удобной, обладающей защитными свойствами уличной одежды. Модницам XVIII столетия приходилось прятаться от дождя, ветра и мокрого снега; но уже в XIX веке представительницы процветающего буржуазного сословия смело появлялись на городских улицах в любую погоду, а загородные прогулки стали для них приятнейшим времяпрепровождением.

Производство одежды с защитными свойствами, которым занимались компании Burberry и Aquascutum, получило импульс к дальнейшему развитию с появлением автомобилей, то есть на исходе XIX столетия; а уже через несколько лет — в начале 1900-х годов — зародилась так называемая автомобильная мода. С самого начала вождение автомобиля было занятием в первую очередь рискованным, но в то же время весьма «аристократическим» и «гламурным». В те времена приходилось ездить не «в», а «на» автомобиле, поэтому водителю и пассажирам были необходимы специальные плащи, накидки, перчатки, очки, головные уборы (шляпы или кепи) и даже специальные автомобильные «вуали», чтобы защитить себя от пыли и грязи, поднятой «железным конем». Некая

фирма рекламировала — специально для автомобилистов — кожаные бриджи со съемной фланелевой подкладкой; кроме того, в обиход вошли кожаные пальто и юбки. Согласно каталогам Burberry, вождение автомобиля рассматривалось как один из видов спорта, для занятия им предлагалась специализированная одежда, изготовленная из разнообразных материалов, подходящих для разных погодных условий. Некоторые безразмерные «вуали» делали человека похожим на пчеловода, другие напоминали старомодный ящик для хранения мяса или сделанную из стальной проволоки тумбочку; некоторые модели даже были снабжены маленькой дверцей на уровне лица. Приличный автомобиль развивал крейсерскую скорость до 12 миль в час; впрочем, одна из первых женщин-автомобилисток Дороти Левитт в 1906 году установила рекорд, разогнавшись до 21 мили. Она написала книгу полезных советов для женщин, желающих водить машину; один из этих советов сводился к тому, что под рукой всегда следует иметь портативное зеркальце — не только для поддержания духа и возможности в любой момент оценить свой внешний вид, но и для того, чтобы использовать его как зеркало заднего вида (Adburgham 1981).

Большой теннис стал первым «современным» видом спорта, в 1870-х годах покорившим огромное число женщин (в основном представительниц среднего класса). Вначале в него играли, не снимая корсетов, турнюров и длинных юбок. Долгое время этот «спортивный ансамбль» не претерпевал никаких изменений, кроме тех, что диктовала повседневная мода; такое положение вещей сохранялось вплоть до 1920-х годов, когда французская теннисистка, чемпионка и на тот момент величайшая звезда большого тенниса Сюзанна Ленглен повергла в шок послевоенный Уимблдон, выбежав на корт в новом, революционном костюме: на ней не было ни чулок, ни нижней юбки, а блуза лишилась длинных рукавов. Однако прошло совсем немного времени, и женщины стали одеваться подобным образом не только во время спортивных занятий; в середине 1920-х годов комплекты одежды «в стиле Ленглен» (который был придуман и разработан французским модельером Пату), состоящие из довольно короткой плиссированной юбки, прямого кардигана и безрукавки или блузы с короткими рукавами, вышли далеко за пределы теннисных кортов.

1890-е годы стали временем бурного развития женского спорта. В 1890 году был основан первый клуб любительниц крикета, в 1893-м учрежден союз гольфисток, а в 1897-м состоялся первый международный матч между женскими хоккейными командами. Мода не всегда успевала вовремя реагировать на появление новых массовых увлечений. Так, V-образный вырез вошел в моду только перед самым началом Первой мировой войны (и нашлось немало людей, посчитавших его «неприличным») — таким образом, на протяжении десяти или двадцати лет женщинам приходилось носиться по спортивной площадке, закутанными в батист по самый подбородок и затянутыми в латы из китового

уса. Однако для катания на велосипеде — занятия куда более распространенного, нежели вождение автомобиля, и доступного не только избранным аристократам, способным отринуть любые условности, — несомненно, требовался какой-то новый фасон прогулочного костюма. Несмотря на то что сперва их посчитали «нежизнеспособными» и подвергли жестокому осмеянию, довольно скоро к женским шароварам, о которых мы будем говорить в главе 10, стали относиться уважительно; таким образом, именно благодаря всеобщему помешательству на спорте, которым были отмечены конец XIX и начало XX века, брюки со временем стали популярным предметом женского гардероба.

Триумф женских брюк, возможно, — самое выдающееся достижение моды XX века. На протяжении многих веков женские ноги — в соответствии с традициями западного общества — были надежно скрыты от посторонних глаз; появляться на людях в панталонах или брюках позволяли себе только актрисы, акробатки и другие дамы сомнительной репутации. Как ни парадоксально, культурные традиции ислама позволяют женщинам носить штаны и «мужские» рубахи, но в западном мире еще в начале XX века надевать брюки и подтыкать подол юбки могли только женщины, выполнявшие самую тяжелую, грубую и грязную работу, и при этом они все так же рисковали своей репутацией. Брюки носили женщины, работавшие на копях и в шахтах, девушки, собиравшие мусор вдоль побережья Йоркшира, и тысячи поденных работниц на фермах и в полях; интересно, что именно тех женщин, что входили в сезонные полевые бригады, чаще всего подозревали в нарушении моральных устоев:

«Временами эти бригады уходят за много миль от родных деревень; их можно встретить на дорогах ранним утром и поздним вечером; одетые в короткие юбки, пальто и обувь по сезону, а иногда и в брюки, они выглядят поразительно сильными и здоровыми, но, как правило, заражены безнравственностью и бездумным отношением к фатальным последствиям, которые влечет за собой их любовь к этому делу и независимой жизни, не щадя их несчастных, брошенных дома отпрысков» (Marx 1970: Vol. I. P. 399).

Весьма знаменитая в период между двумя мировыми войнами феминистка леди Ронда в своей автобиографии пояснила, насколько далеко простиралось стремление быть «женственными» накануне Первой мировой войны даже в таких диких местах, как западные районы Канады:

«Можно было бы ожидать, что по мере удаления от центров цивилизации одежда и манера поведения женщин становятся все более практичными и все менее условно женственными. Но это вроде бы не совсем так.

Например, в Пис Ривер Кроссинг женщины пробирались через покрытые грязью дороги и прогуливались по неровным, лишь наполовину замощенным тротуарам на тонких каблуках — таких высоких, какие только можно себе представить, — пышно разодетые чуть ли не по последней моде, обвесив свои напудренные шеи огромными жемчужными ожерельями. <...>

Но если проникнуть глубже в суть вещей, вы увидите то, что и ожидали. В этих диких местах невозможно управлять фермой и обихаживать шестерых детишек, не слезая с каблуков, да и пудра будет не к месту. Женщины, живущие выше и ниже по реке, практичны и не гонятся за модой. Многие из них, так же как мужчины, носят коричневые комбинезоны» (Rhondda 1933: 273).

Тем не менее даже спустя несколько лет после окончания Второй мировой войны считалось, что для женщины носить брюки прилично только на пляже, спортивной площадке или в часы досуга. В 1920-е годы члены знаменитой в Париже компании лесбиянок, в которую входили Рэдклифф Холл, Романи Брукс и Натали Клиффорд Барни, а также ряд других художниц и писательниц, носили юбки в комплекте с мужскими пиджаками, жилетами и галстуками, дополняя образ моноклем, хотя фотографии, на которых Брассай запечатлел парижскую ночную жизнь 1930-х годов, свидетельствуют, что женщины, игравшие роль «партнера» в лесбийских парах, собиравшихся в клубе Le Monocle на бульваре Монпарнас, полностью переодевались в мужской костюм.

Теодора Фицгиббон вспоминала о том, как во время Второй мировой войны, несмотря на то что для женщин из числа гражданского населения по-прежнему было непривычно носить брюки, сама ходила по Лондону в поношенных джодпурах и жакете для верховой езды, чтобы защититься от холода; также она обращала внимание на то, что практичность этих брюк, которые впоследствии переименовали в «слаксы», много раз обсуждалась на страницах модных журналов (Fitzgibbon 1983). Женщины, во время войны мобилизованные на работу на оружейных и других заводах, привыкли носить рабочие комбинезоны и брюки и, определенно, не считали это оскорбительным. Нэнси Митфорд подтрунивает над одной из героинь своего романа «В поисках любви» (The Pursuit of Love), написанного в 1945 году, женщиной, которая «...изумляла старомодностью своих манер и, казалось, все еще жила в двадцатых годах. Как будто, дожив до тридцати пяти лет и решив, что больше не будет становиться старше, она собственноручно себя замариновала... Она красила свои стриженные „под фокстрот“ волосы в желтый цвет канареечного оттенка... и носила брюки с видом человека, попирающего условности, не ведая, что теперь то же самое может себе позволить любая продавщица из предместья» (Mitford 1974: 134).

В 1950-е годы брюки, и в первую очередь джинсы, превратились в символ юности. Но несмотря на то что привлекательными в глазах женщин брюки становились именно благодаря ассоциациям с молодостью и отдыхом в непринужденной обстановке, своим сегодняшним успехом и популярностью они в гораздо большей степени обязаны более формальному брючному костюму 1960-х годов, который первым продемонстрировал Андре Курреж, в начале 1960-х ставший настоящей звездой парижской от-кутюр. На королевские скачки в Аскоте женщин в брюках стали допускать только в 1970-е годы (примерно тогда же, когда и разведенных). Дискриминация по отношению к этому предмету одежды все еще существует в некоторых профессиональных кругах, в банковском деле и бизнесе; кроме того, женщинам может быть запрещено появляться в брюках на некоторых официальных мероприятиях. Но как бы то ни было, то, что брюки в принципе были признаны достойными занять место в женском гардеробе, можно считать выдающимся достижением послевоенной моды, намного более важным, чем изменение длины подола.

Изменившееся отношение к брюкам легче всего объяснить с эволюционной точки зрения — как показатель возросшей степени женской свободы и равенства между мужчинами и женщинами. Но такое объяснение не может нас полностью удовлетворить. Во-первых, хотя бы отчасти женщины продолжают оставаться в неравном положении; поэтому, несмотря на то что женские брюки можно считать олицетворением бытующего в западном обществе мифа о победе эмансипации, вряд ли следует к ним относиться как к доказательству не подлежащего сомнению высокого социального статуса женщин. Если бы мы решили придерживаться такого истолкования, это, несомненно, привело бы нас к убеждению, которого придерживаются многие феминистки: положение дел таково, что общество оценивает, насколько далеко женщины продвинулись в общественной сфере оплачиваемого труда, исходя из сугубо мужских представлений и используя в качестве меры шкалу мужских ценностей. Такая частичная эмансипация имеет место и в культуре (в основном западной), которая, определенно, испытывает иррациональный страх перед «женоподобием». В наши «либеральные» времена мужчина в юбке способен вызвать у окружающих острый приступ тревоги и враждебности. Контркультура конца 1960-х годов то и дело заигрывала с этой идеей (однажды Мик Джаггер вышел на сцену в мини-платье, правда, надетом поверх брюк; некоторые мужчины то и дело наряжались в длинные туники в восточном стиле), однако в общем и целом желание мужчины носить юбку расценивается как признание в склонности к трансвестизму, а следовательно, и к сексуальным извращениям.

Второй аргумент, который обычно выдвигают, пытаясь объяснить, почему брюки пользуются таким успехом у женщин, связан с их функциональными достоинствами: они более удобны и практичны, чем юбка. Во многом это

правда. И все же мне хочется возразить: слово «функциональность» не слишком вяжется с рассуждениями о моде. Рассуждая об эстетических направлениях и художественных стилях, Энн Холандер высказала мысль о том, что в XX веке женская нога символизировала то самое движение, которое является важной чертой модернизма (впрочем, она имела в виду не столько женщину в брюках, сколько женщину с обнаженными ногами). Все представленные истолкования, несомненно, несут в себе долю истины, но ни одно из них само по себе нельзя назвать исчерпывающим.

Спорт, а вместе с ним культ физического здоровья и неуклонного движения к поставленной цели, сделался одной из доминант в системе ценностей западной культуры; и это не могло не сыграть своей роли: брюки стали одним из средств, с помощью которых женщина может выразить мечту о стройной, атлетической фигуре. По той же причине представители обоих полов приспособили для повседневной носки тренировочные костюмы, футболки и кроссовки. Но несмотря на то что спорт оказал, возможно, наиболее существенное влияние на развитие моды в XX столетии, в долгосрочной перспективе самым устойчивым фактором, стимулирующим эволюцию костюма, пожалуй, были танцы.

Согласно мнению Дэвида Кунцле, мода «во все времена тесно связана с популярными танцевальными стилями»; сам танец, танцоры и их одежда неизменно сливаются воедино и производят общее впечатление. Например:

«Корсеты эпохи Рокко, туго облегающие и вытягивающие туловище, но обрезанные по бокам таким образом, чтобы не стеснять бедра, отчасти определили характер танцев, которые в начале XVIII века были очень сложными в техническом плане и очень важными в плане социальном, но в то же время были обязаны им своей формой. <...> Ограничения, обусловленные конструктивными особенностями корсетов, определяли, какими будут положение верхней части тела, движения рук и головы, и вносили поправки в правила, касающиеся стиля исполнения шагов и фигур танца» (Kunzle 1982: 84–85).

В 1812 году вальс взял штурмом великосветские бальные залы. Некоторые хозяйки делали все, чтобы не допустить его в свои дома, поскольку этот танец предполагает тесный физический контакт между партнером и партнершей, что доселе было просто неслыханно; кое-кто считал, что он ввергает танцующих в опасное состояние легкомысленного возбуждения и тем самым способствует падению нравов. Под стать танцу была и «неприличная», подчеркивающая фигуру одежда того периода; и все же ничто не помешало вальсу пропитать своим духом все бальные залы XIX века — тем самым духом, который сто лет спустя

кажется нам вполне сдержанным и респектабельным на фоне новых, отчаянно смелых, а подчас и вовсе безумных танцевальных течений.

На протяжении всей второй половины XIX века были весьма популярны изящные формы физических упражнений для женщин, такие как калистеника и метод (гимнастика) Далькроза; позднее к ним добавились состоящие из свободных, непринужденных движений пластические танцы Айседоры Дункан и ритмика. Однако танцы, ставшие популярными перед самым началом Первой мировой войны, носили чисто гедонистический характер — они не прибавляли танцующим здоровья и не требовали от них особого артистизма. Они были скорее забавными: «Долой ковры и в пляс» (Take up the rugs and let's trot) — под таким девизом проходили все вечеринки американского среднего класса на протяжении целого десятилетия, окончившегося 1914 годом.

В тот же самый период Ирен и Вернон Касл, успевшие прославиться на весь мир, прежде чем в 1918 году Вернона постигла безвременная кончина, превратили бальные танцы в настоящее зрелище. Ирен Касл стала одной из первых женщин, воплотивших в своем облике дух XX столетия и выразивших его в движении. О ней говорят то же, что о Габриэль Шанель и некоторых других известных женщинах: якобы именно она первой стала носить короткую стрижку (хотя на самом деле эта мода родилась в богемных кругах несколькими годами ранее). Сесил Битон не сомневался в том, что она была живым олицетворением современности:

«От нее веяло каким-то потрясающим здоровьем и чистотой... Ее восхитительный баланс между женственностью и мальчишеской простотой вполне соответствовал тому новейшему идеалу, который придумали для себя женщины...

Каслы... направили модернизм по этому пути. Всеобщее помешательство на танцах, которое они собой олицетворяли, способствовало более свободному, менее ограниченному социальному взаимодействию между мужчинами и женщинами» (Beaton 1954).

Перед началом Первой мировой войны всю Америку охватило увлечение джазом, колыбелью которого принято считать Гарлем, а истоком — культурные традиции «черного» Нью-Йорка, хотя, конечно же, изначально джаз как таковой зародился и развивался совсем в других местах. Культура Гарлема была противоречива; в ней были свои дикие, необузданные стороны. Однако, как и везде, в этом районе существовала собственная социальная иерархия, в которой были высшие слои, стремящиеся к такому же «изысканному» стилю жизни, как и белая элита Манхэттена, и добивавшиеся желаемого. Там были не только салуны и кафе, но и дансинги — и весь Гарлем, так же как «белый»

Нью-Йорк, буквально «сходил с ума» от современных танцев, ставших столь популярными благодаря Каслам.

Однако среди большинства обитателей Гарлема танго считалось скорее странной причудой — модным подвывертом или возможностью с шиком расслабиться в перерыве между чрезвычайно подвижными и рискованными плясками, царившими на танцплощадках, такими как «черная пуговка» (англ. black bottom), «мишка гризли» (англ. grizzly bear), «орлиная скала» (англ. eagle rock), «бегущая индюшка» (англ. turkey trot), «кроличьи объятия» (англ. bunny hug), «Томми из Техаса» (англ. Texas Tommy), «промывка золотого песка» (англ. scratchin' the gravel) и другие. Именно это подразумевали проживавшие в Гарлеме приличные белые граждане, употребляя слово «нигер»... Обитатели Гарлема пристрастились к танго отчасти потому, что это было нечто новенькое, отчасти потому, что им нравилось уподобляться высшему обществу, и отчасти потому, что догадывались о том, что черные музыканты внесли свой вклад в его развитие и популярность (Anderson 1982: 72).

(Судя по всему, «Томми из Техаса» был прототипом самого популярного в Гарлеме в конце 1920-х и в 1930-е годы танца линди-хоп; и оба они очень сильно напоминают джиттербаг 1940-х.)

В умах летописцев того периода новые танцевальные течения прочно ассоциировались с революционным переворотом представлений о женственности, и в частности о женских нарядах, а также с рождением новой морали, поощряющей распущенность. С наступлением «эпохи джаза», как называют 1920-е годы, танец стал подразумевать абсолютно новую, синкопированную манеру движения; в связи с этим возникла необходимость радикальным образом изменить стиль танцевальных нарядов, избавившись от всего, что может сковывать и ограничивать подвижность. Его рваные ритмы выражали механистическое сознание. Тем не менее культура, в контексте которой развивались западные передовые технологии, культура, впитавшая в себя танцевальный стиль, изобретенный теми, кто подвергался самой безжалостной эксплуатации, по-прежнему стремилась подавлять интересы тела. Модернизм наделял романтическим ореолом технологические достижения и жизнь больших городов; он также романтизировал все, что воспринималось как «примитивное». Но это не повлекло за собой непринужденно-доверительного отношения к телу, поскольку иудейско-христианские культурные традиции Запада все еще пропитаны духом аскетизма и подозрительного отношения ко всему «телесному». Однако мы можем восстановить утраченную связь с собственным телом, воспользовавшись магическим средством донаучной эпохи — танцем, ведь не просто так он снискал «особую репутацию» (Benthal 1976).

Начиная с 1960-х годов в модных дефиле все чаще и чаще используются музыка и танцевальные элементы, благодаря чему коммерческий показ

превращается в настоящее зрелище. Однако это нельзя назвать новым изобретением: в XIX веке театральные подмостки часто становились заодно и модным подиумом — и постановка серьезного драматического произведения, и представление в театре-варьете или мюзик-холле одинаково годились для того, чтобы продемонстрировать публике модные платья. Многие — и женщины и мужчины — посещали театры отчасти ради того, чтобы посмотреть на эксклюзивные наряды звезд; а звезды, в свою очередь, оказывали влияние на моду, и это касалось не только одежды, но и самих канонов красоты.

Еще сильнее оказалось влияние кинематографа, обращенного к несравнимо большей аудитории, которой он подсказывал, как нужно по-новому двигаться, танцевать, одеваться, заниматься любовью, *жить*. На первых порах кино воспринималось в Соединенных Штатах как развлечение для пролетариата, но массовый исход кинематографистов в Голливуд дал толчок к началу процесса гламуризации. Для того чтобы внятно рассказать свою историю, герои немых фильмов нуждались в стилизованной внешности и пластике жестов; приходилось изобретать не только характерную походку, выразительные позы и красноречивые движения рук — вместе с ними на экране рождались и развивались новые стили, соответствующие разным типам личности. Тогда Бара воплощала в себе женщину-вамп, Лилиан Гиш — бедную невинную деву, Луиза Брукс — более независимую девушку с задатками сорванца и несгибаемой волей к жизни, своего рода предтечу деловой женщины. Мода 1920-х годов не прошла мимо простых костюмов и офисных платьев, которые носили героини последней. (Любопытно, что Шанель, которую однажды заманили на Тихоокеанское побережье «поработать для кино», не особо преуспела на этом поприще, так как ее костюмы оказались слишком сдержанными и невыигрышно смотрелись на экране.)

О 1930-х годах обычно говорят как о «великой» эпохе голливудского костюма. Блестящий и пышный парад костюмов был медийным эквивалентом придворных костюмированных балов и маскарадов *былых времен*. Само по себе производство костюмов было непомерно дорогим, но, как и везде, труд закройщиц и швей в Голливуде оплачивался более чем скромно (Bailey 1981)<sup>1</sup>. Несмотря на то что не все платья удавалось как следует довести до ума, их всегда шили только из «стоящих» материалов; звезды первой величины позволяли себе настаивать на том, чтобы студии не скупилась на такую роскошь, как нижнее белье из натурального шелка с ручной вышивкой и личной монограммой, — хотя зрители никоим образом не могли видеть этого великолепия. Использовался сложный, дорогостоящий декор. Расшитое бисером и стеклярусом платье, которое можно видеть на Элеонор Пауэлл в фильме 1936 года «Бродвейская мелодия», весило почти 11 с половиной килограммов. (Такие платья невозможно было повесить на плечики — хрупкий материал,

к которому были пришиты бусины, мог разорваться под их тяжестью.) Пошиву исторических костюмов предшествовали месяцы изысканий. Прежде чем приступить к работе над гардеробом Нормы Ширер для картины «Мария-Антуанетта» (1938), Адриан, главный дизайнер студии MGM, отправился во Францию изучать подлинные костюмы и материалы XVIII века, а затем использовал в своей работе настоящие шелка, атлас, парчу и драгоценные камни. Из Англии в Голливуд был приглашен Оливер Мессел, известный специалист в области истории итальянского костюма эпохи Ренессанса, чтобы разработать костюмы для фильма «Ромео и Джульетта» (1936), где также снималась Норма Ширер. Однако в конце концов звезда предпочла модели Адриана; как правило, конечный результат дизайнерских усилий, который зрители видели на экране, не слишком соответствовал исторической действительности: зачастую платья переделывались и подгонялись под современные вкусы. От «аутентичности» к «аромату эпохи» и далее к «намеку на эпоху» — вот самое точное описание пути, который проделывали «исторические» костюмы от замысла до воплощения. Энн Холландер даже настаивает на том, что «насквозь фальшивая история костюма, почти целиком сфабрикованная из театральных условностей, была рождена, скорее непреднамеренно, туманным народным сознанием»; следовательно, рассуждает она, костюмы в фильме или на сцене — это в первую очередь серия сигналов, где «напудренные волосы» равнозначны XVIII веку, «брыжи» — Елизаветинской эпохе, а «шапочка Джульетты» — Италии эпохи Возрождения (хотя последний предмет из этого ряда был придуман только в 1916 году специально для Теды Бара и по сути не имеет никакого отношения к XVII веку).

Черно-белые фильмы того периода способствовали формированию характерных черт эстетики ар-деко:

«Лишенная цвета элегантность... драпированная парча (ламе) и расширенный блестками атлас завораживают взгляд легкими потоками света, скользящими и растекающимися по подвижным спинам и бедрам Гарбо, Дитрих, Харлоу и Ломбард.

Эти визуальные эффекты были построены на фундаменте доселе неизвестной мощной чувственности лишенных цвета, но подвижных текстур... блестки, марабу, белая вуаль и черное кружево заставили сексуальный подтекст зазвучать с новой силой в мире лишенной цветов фантазии» (Hollander: 342–343).

Однако Голливуд не ограничивал себя рамками блеска и зрелищности. «Голливудский стиль» выходил на улицы, воплощаясь в массовой женской моде и изделиях серийного производства.

«Журналы для поклонников и фотографии, которые студии выпускали в рекламных целях, способствовали распространению родившегося в недрах Голливуда „уличного“ стиля». Изменения затронули одежду для спорта и отдыха: в обиход вошли купальные костюмы с открытой спиной, свободные брюки, топы на бретельках и свитера — этот свободный стиль родился в Париже еще в 1920-е годы, но теперь его адаптировали для пляжей Калифорнии и даже для американской провинции. Модная индустрия Западного побережья зародилась в конце 1920-х годов и надолго превратила эти места в средоточие спортивной и повседневной моды. Голливудские фильмы, помимо прочего, играли роль витрины для демонстрации шикарной одежды и авангардных предметов интерьера; в связи с этим продюсеры отдавали предпочтение картинам, в которых хотя бы часть действия происходила в крупных магазинах, салонах красоты и шикарных апартаментах. Некоторых кинозвезд — в частности, Джоан Кроуфорд (ее имя обычно первым приходит на ум в этой связи) — в буквальном смысле эксплуатировали как «рабочих лошадей моды», поскольку одежда, которую носили их героини, становилась главной «изюминкой» некоторых фильмов, что напрямую влияло на объемы розничной продажи тех или иных вещей. Мода стала одним из важных звеньев цепи, намертво сковавшей кинематограф и большой бизнес; существует мнение, что голливудские фильмы сыграли огромную роль в формировании американской идеологии потребления. «Тяжелые формы киномании» (Eckert 1978; Gustafson 1982) культивировались и эксплуатировались ради того, чтобы повысить спрос на некоторые предметы одежды, такие как пижамы «в духе Мириам Хопкинс», костюмы «в стиле Джоан Кроуфорд» или знаменитые «звездные» платья — к примеру, «платье Летти Линтон». Это было платье из белой органзы с резко акцентированной линией плеча и короткими рукавами-«крылышками»; и когда Джоан Кроуфорд стояла в дверном проеме, обдуваемая потоком воздуха, зрителю казалось, что ее трепещущие рукава действительно готовы превратиться в настоящие крылья. Адриан разработал для Кроуфорд множество костюмов с подчеркнuto «вылепленной» линией плеча, стремясь таким образом компенсировать недостатки ее фигуры, поэтому принято считать, что именно эта кинозвезда сделала чрезвычайно популярным такой фасон. Однако не стоит забывать, что в то же самое время в Париже моду на широкие плечи возродила Эльза Скиапарелли — когда визуальные вкусы общества меняются, вместе с ними меняется и общее направление развития моды, и результат этого движения нельзя приписать какому-то одному деятелю или свести к появлению одной широко растиражированной вещи.

И кинематограф как таковой, и кинозвезды (будучи публичными личностями, «селебрити»), конечно же, продолжали влиять на развитие моды. После того как в конце 1950-х годов Брижит Бардо надела на собственную

свадьбу платье из клетчатого гинема и английского шитья, эти материалы тут же были причислены к разряду «самых модных». Когда она и Жанна Моро появились на экране в костюмах эдвардианской эпохи (в фильме «Вива, Мария!»), это так же породило волну подражания, хотя сами эти звезды очень по-разному интерпретировали свои пышные юбки, свободные блузы и ботинки на шнуровке: в то время как Моро носила тугой кружевной корсет, чтобы добиться правильной походки и осанки, Бардо вышагивала как типичная «девушка шестидесятых». В начале 1960-х годов Жанна Моро благодаря участию в фильме «Жюль и Джим» стала популяризатором стиля 1920-х годов, хотя ее платья-рубашки, матросские костюмы, кардиганы на мужской манер и очки в тонкой металлической оправе вполне соответствовали текущим тенденциям свободного стиля, который в то время предлагали Живанши и Карден. В 1967 году фильм «Бонни и Клайд» поставил на поток имидж в стиле 1930-х: береты, длинные и очень длинные юбки и «старомодные» свитера — при том что прямые распущенные волосы Фэй Дануэй ассоциировались исключительно с 1960-ми годами.

Наверное, невозможно переоценить роль телевидения в популяризации вещей в стиле ретрошник, правда, связанных исключительно с обозримым прошлым. Экранизации романов и пьес, исторические постановки и документальные программы несли в массы все относительно недавние модные веяния — начиная с 1920-х (особый интерес к этому времени наблюдался в начале 1980-х) и заканчивая 1970-ми, которые прочно ассоциировались с образом хиппи как главной стилиобразующей фигуры этого «исторического периода». Парикмахеры предлагали своим клиентам примерить так называемые «наушники» — особую прическу для длинных волос, которые заплетали в две косы, а затем по кругу укладывали поверх ушей (результат изрядно напоминал уменьшенную копию круглых циновок из пальмового волокна), высокую укладку в стиле Бетти Грейбл или «художественный беспорядок» из распущенных вдоль шеи подвитых локонов, который так изумительно смотрелся в сочетании с цветастыми платьями «в духе сороковых», вновь вошедшими в моду в 1970-е годы. Многосерийная экранизация романа Ивлива Во «Возвращение в Брайдсхед» — это только один яркий пример из длинной череды весьма популярных «современных» и вместе с тем «исторических» постановок (другой — «Жемчужина в короне»), которые можно назвать потенциальным источником модных идей; причем в наше время образ «в духе Брайдсхеда»: спортивные брюки, вязаные узорчатые свитера и короткие небрежно уложенные волосы — подходит женщинам не меньше, чем мужчинам.

Это пристрастие к всевозможным стилизациям, эта «ностальгическая мода» соотносится с падением диктата от-кутур, постепенно сдававшей свои позиции на протяжении 1960-х и 1970-х годов. На постмодернистском про-

странстве не может безраздельно господствовать какой-то единственный стиль. Постоянно предпринимаются попытки освежить атмосферу. В фантазийной культуре 1980-х годов нет места ни для реальной истории, ни для реального прошлого; их заменяет постоянная, чарующая ностальгия, которая выражается в странно *немотивированном* присвоении прошлого:

«Стилизация, как и пародия, — это воспроизведение некой неповторимой маски, своего рода попытка заговорить на мертвом языке; но такая нейтральная по своему характеру имитация, не несущая в себе никакого пародийного подтекста... не вызывает смеха и не порождает никаких мыслей, которые моментально западают вам в голову вместе с игрой слов, в ней всегда присутствует изрядная доля здоровой языковой нормы. Стилизация — это беззубая пародия, производящая то же впечатление, что статуя с пустым бессмысленным взглядом» (Jameson 1984: 65).

Такое увлечение стилизацией сопоставимо с более глобальными процессами заимствования, свойственными для массовой культуры (о чем уже говорилось выше). Предпринимающиеся время от времени попытки переосмыслить и переработать популярные образцы на «феминистский» или на «прогрессивный» лад — вместо того чтобы попробовать подняться до их высот — ведут к опрощению и приукрашиванию, зачастую превращая идею даже не в кэмп, а в китч, ущербный и пошлый. Мода способна придать этому процессу особый размах. Ведь модный шик и сам по себе уже стоит на грани стилизации.

В Америке — стиль «преппи» (англ. Preppy), в Британии — «Слоан рейнджер» (англ. Sloane Ranger; названный так вслед за площадью Слоан-Сквер, находящейся в центральном районе Лондона, где, приезжая в город, любят селиться те, кого называют «Ура-Генри»<sup>2</sup>, считающиеся родоначальниками данного стиля); оба эти «стиля» представляют собой настоящий, 100-процентный пример самоимитации или пародии на самое себя. Когда-то подобные модные явления существовали практически незаметно в рамках обобщенной категории «классический шик». Это был некий стандарт, определявший, что является для моды нормой, что следует причислить к области богемных изысков, а что — к числу отклонений и извращений (в этом отношении понятие «классический шик» можно сравнить с языковой нормой или «литературным английским»). Но «классический шик» уже сам по себе был противоречив; его всегда истолковывали таким образом, что это неизбежно наводило на мысль о том, что существует единственный способ выглядеть *по-настоящему* модно: для этого необходимо преодолеть метафизическое пространство ушедших в прошлое модных течений и добраться до некоего вечного царства, где эlegantность и шик близки к абсолюту. Но эти взгляды столько раз подвергались осмеянию,

что на сегодняшний день представления о том, что в данный момент времени может существовать только один доминирующий стиль одежды, безнадежно подорваны. По-видимому, именно это подразумевают журналисты, говоря о модной анархии: «классического шика» в традиционном понимании больше не существует. Однако его место заняли другие явления: пародия на шик, доведение стиля до полного абсурда. Даже биржевой маклер из Сити, одетый в стандартный деловой костюм, сшитый на заказ портным с Джермин-стрит, не может не сомневаться в своем выборе. В наше время любой ярко выраженный стиль — это карикатура на самое себя. Теперь уже невозможно *быть* просто безупречно одетым джентльменом, чей костюм не бросается в глаза окружающим; все мы так поднаторели в создании видимости, что с первого взгляда «узнаем руку мастера», лишь стоит кому-то попытаться изобразить отсутствие усилий, направленных на создание желаемого впечатления. *Никакая мода больше не выглядит нормально и «естественно».*

Постепенному ниспровержению господства парижской от-кутюр действительно предшествовало всеобщее помешательство на стилизациях, ибо уже в 1950-е годы американское «общество тотального изобилия» сразили чары молодежной и подростковой моды, что открыло новые перспективы для развития рынка. Казалось, что этот молодежный сегмент рынка преисполнен бунтарского духа: «Мысль о том, что кто угодно имеет право быть где угодно и заниматься чем угодно — не важно, кто эти люди и как они одеты, в шестидесятые казалась просто грандиозной» (Warhol & Hackett 1980: 43).

И от-кутюр, и массовая мода должны были очень быстро приспособиться к новому молодежному культу мейнстрима. Этот тренд берет начало в Лондоне — что удивительно в свете британской репутации, поскольку эта страна, с одной стороны, сльвет родиной безвкусицы, а с другой — славится «классическим» стилем, не имеющим почти ничего общего с высокой модой. Джейни Айронсайд, бывшая профессором Королевского колледжа искусств в тот драматический (для истории моды) период — с 1956 года и до конца 1960-х годов, связала его происхождение с уровнем достатка населения и «социальной революцией», произошедшей в Великобритании после окончания Второй мировой войны. Правительственные гранты на образование позволили многим, чьи таланты в былые времена были бы зарыты в землю, поступить в колледжи. Вдобавок свою роль сыграла британская эксцентричность (Ironsides 1973: 126).

Уже в конце 1950-х годов модные обозреватели, такие как Эрнестина Картер из Sunday Times и Айрис Эшли из Daily Express, а также Клэр Рендлсхэм в ее бытность в Vogue и позднее, когда она работала в Queen (одном из ведущих модных журналов 1960-х годов), были достаточно влиятельными, чтобы сделать рекламу и оказать поддержку Мэри Квант и другим молодым бри-

танским модельерам. Клэр Рендлсхэм поддерживает общее мнение о том, что 1960-е годы были тем периодом, когда безжалостно ниспровергались старые правила и условности:

«Я была редактором рубрики „Молодая идея“ (Young Idea) [в Vogue], и все эти замечательные люди: Квант, Таффин, и Фул в Лондоне и Эммануэль Хан, Или Якобсон и Мишель Розье в Париже делали одежду, от которой веяло свежестью и молодостью. Все остальные сотрудники Vogue считали меня очень странной, потому что я была уверена: это замечательная одежда».

...Став редактором отдела моды журнала Queen... Клэр Рендлсхэм высказалась более категорично. На странице, обведенной черной траурной рамкой, она разместила объявление о кончине высокой моды и «преждевременный» некролог, в котором пожелала упокоиться с миром Баленсиаге и его ученику и последователю Живанши (Guardian, 9 февраля 1984 года).

Под руководством Джейни Айронсайд Королевский колледж искусств подготовил нескольких дизайнеров, ставших ключевыми фигурами в моде 1960-х годов, — таких, как Осси Кларк и Салли Таффин. Мэри Квант была выпускницей Колледжа Голдсмита в Южном Лондоне, где она встретила своего будущего мужа и соратника Александра Планкета Грина. Он был живым воплощением вершины эксцентрического стиля:

«Казалось, что у него вообще нет собственных вещей. Вместо рубашек он носил кофты от маминой пижамы, в основном того цвета, который называют „оттенком старого золота“, как правило, сшитые из чесучи. Его брюки также были родом из матушкиного гардероба. Прекрасно скроенные и ладно сидящие, с молнией на боку, они поражали причудливым разнообразием цветов: различные оттенки лилового, фиолетового, темно-красного и бледно-бежевого. <...> Все они доходили ему до середины голени. <...> Позже я обнаружила, что потрясающий эффект, который производила его наружность... был совершенно непреднамеренным» (Quant 1966: 2).

Свой первый бутик Vazaaг они открыли в 1955 году на Кингс-роуд в Челси. Джордж Мелли назвал это событие «единственной настоящей попу- манифестацией за все годы между расцветом рок-н-ролла и триумфом „Битлз“». Важный момент состоял в том, что они обзавелись связями в обществе и могли извлекать коммерческую выгоду из членства в «избранном кругу Челси», «чьи вечеринки и образ жизни в целом привлекали всех без исключения светских

хроникеров того времени». Тем не менее многим представителям этой новой популяции «золотой молодежи», несмотря на все их связи, приходилось работать, и они стремились пристроиться в небольшие художественные мастерские или заняться бизнесом, непременно связанным с искусством. Поэтому открытие модного бутика стало событием «исключительно в духе Челси» (Melly 1972: 147).

Джордж Мелли вполне справедливо описывает этот феномен как аполитичный, хотя сама Мэри Квант прибегла к демократической риторике:

«Когда-то моду диктовали одни богачи, один истеблишмент. Теперь мода — это недорогое короткое платье, которое мы видим на девушках, шагающих по центральным улицам города. Эти девушки... полны жизни... [они] глядят во все глаза, прислушиваются, они готовы примерить что-то новое. <...> Это могут быть дочери герцога, дочери врача, дочери портового рабочего. Их не интересуют символы общественного положения. Они не беспокоятся о правильности речи и классовом происхождении. <...> Они воплощают в себе дух нового времени, дух современной Британии — надклассовый дух, зародившийся в годы Второй мировой войны. <...> Они — передовая молодежь» (Quant 1966: 75).

Особая значимость творческого союза Мэри Квант и Планкета Грина состоит в том, что они сумели переломить себя и эволюционировать из «дурашливых» студентов, чей бутик скорее был площадкой для перманентной дружеской вечеринки, в настоящих акул бизнеса, сумевших выгодно поженить свое чувство стиля и самые современные американские методы унификации размеров и массового маркетинга. И как говорит Джордж Мелли:

«Мэри Квант делала моду, опираясь на относительно традиционные взгляды, которые сводятся к тому, что одаренный кутюрье способен перевести дух определенной эпохи на язык цвета, формы и фактуры ткани. <...>

Другое дело мужская мода в стиле „поп“... вначале это была подлинная поп-манifestация, связанная не столько с усилиями отдельных людей, сколько со всеобщим подъемом» (Melly 1972: 148).

Другой воистину влиятельной фигурой того времени был парижский модельер Андре Курреж; он работал в рамках старой системы, однако созданные им вещи, очевидно, предвосхитили наступление космической эры. В 1964 году две его первые коллекции «до основания потрясли» мир моды (как сказала Джейни Айронсайд). И именно он, а не Мэри Квант, вывел на орбиту мини-юбки и сделал женский брючный костюм частью высокой моды.

В 1960-е годы часть одежды создавалась под влиянием моды 1920-х годов или духа той ушедшей эпохи. Но у модельеров были и другие источники вдохновения — «поп-арт» и «оп-арт». Имитируя живопись Мондриана, они использовали жесткие линии, чистые яркие цвета или черно-белые сочетания, расчерчивали поверхности квадратами и старались добиться эффекта двумерности. Но все же этот стиль не был столь же модернистским, как подлинный стиль 1920-х годов. Футуристические вещи, созданные Куррежем, Пьером Карденом и Пако Рабаном, который делал платья из пластиковых дисков и металлические «кольчуги», — это пример заимствования визуальных клише научно-фантастических комиксов (также рождавшихся под влиянием поп-арта), пример скрупулезной стилизации; это футуристический ретрошик. В 1960-е годы мода постоянно обращалась к гламурным образам из прошлого или заимствовала «трансгрессивные» высокие сапоги и наряд из черной кожи у девушки по вызову Кристин Килер.

Это было по душе Британии Гарольда Макмиллана и Гарольда Уилсона. Мир, живший под девизом «Вы никогда не жили лучше» (англ. *You never had it so good* — основной лозунг Консервативной партии в 1950-е годы), превратился в мир уилсоновской «раскаленной добела технологической революции» (англ. *white hot, technological revolution*) — видимо, эти слова были на счастливом билете, который в 1964 году помог ему выиграть выборы от Лейбористской партии. Но за радужными обещаниями скрывался цинизм; дело Профьюмо, в ходе которого министр обороны консерватор Джон Профьюмо был уличен в сексуальных контактах с Кристин Килер, кроме всего прочего, имевшей связь не только с советским атташе в Лондоне Евгением Ивановым, но также (если верить слухам) и с настоящими негодьями, казалось, стал настоящим символом мишурного блеска и маниакального угара, ознаменовавшего конец этого бума. Шик 1960-х годов не чурался мрачного блеска *полусвета*, вобравшего в себя и смешавшего сливки и подонки общества: модных фотографов и гангстеров, поп-звезд и проституток.

Тем не менее выпестованный в Британии стиль сохранил определенный флер невинности. Молодая женщина «вне классовых предрассудков», которую имела в виду Мэри Квант, создавая свои коллекции, была полна жизни и выглядела скорее как сумасбродка с Пятой авеню, нежели как общая «походная любовница» какой-нибудь поп-группы или девица, сидящая на игле.

Одежду, типичную для «общества вседозволенности», часто описывали словом «унисекс», однако в ретроспективе она не выглядит мальчишеской или маскулинной. Когда молоденькие девушки (а все нынешние дамы когда-то ими были) надевали юбки, едва прикрывающие промежность, и распускали волосы, которые были чуть ли не длиннее этих юбок, когда их соски просвечивали сквозь прозрачные блузы, а пупки выглядывали из-под коротких вязаных

топиков, которые было совершенно невозможно заправить в спущенные на бедра брюки, они вовсе не выглядели мужеподобными и даже ни в чем не походили на мальчиков — скорее они были подобны детям. 1960-е годы — так же как и 1920-е — были отчасти педерастической эпохой, только эти времена предпочли невинному Кристоферу Робину декадентский образ Лолиты. Судя по образу самых популярных на тот момент новых моделей, настоящими героями этого десятилетия были тряпичная кукла и бродяжка; это была эпоха «незрелой», препубертатной Твигги, которая прославилась до своего совершеннолетия; эпоха придуманной Мэри Квант школьницы в гимнастическом купальнике и черных чулочках и Грейс Коддингтон в образе Пьеро. Образ бродяжки обрел еще более декадентские черты в начале 1970-х, когда Ингрид Боултинг снялась в серии рекламных кампаний для бутика Viba, созданных в эстетике ар-нуво и ар-деко.

А по другую сторону Атлантики ту же эстетику банальности, в которой все лежит на поверхности, творил Энди Уорхол. Но стоило маске маниакального безразличия перенестись в Нью-Йорк, как место меланхоличного клоуна (образ, который великолепно воплощала в себе Твигги) заняло зловещее ничто в лице Эди Седжвик, одной из «звезд» Энди Уорхола:

«Ундина и Герцогиня могли бы расстреливать людей в толпе... Ребята в клубе Dom выглядели воистину восхитительно, мерцающая и переливающаяся в виниле, замше и перьях, в юбках и сапогах и разноцветных колготках в сеточку, и в лакированных туфлях, и в серебряных и золотых развратных мини-юбочках, и в эфемерных пластиковых нарядах от Пако Рабана с нашитыми по всему платью пластиковыми дисками, и в брюках-клеваш, и в свитерах в резинку, и в коротких, коротких платьях с открытыми плечами и подолами выше колен.

Некоторые... выглядели так молодо, что мне стало странно, где они берут деньги на такую модную одежду. Подозреваю, они частенько воруют: я слышал, как одна девчужка... говорит что-то вроде „Почему я должна платить за это? — В смысле, не сегодня-завтра это все равно развалится“...

Наверное, они забираются в раздевалку и там набивают свои сумки или даже карманы — потому что новые вещи все такие крошечные» (Warhol & Hackett 1980: 163).

Упадок стиля конца 1960-х годов, когда под влиянием Viba понятие «шик» начинает ассоциироваться с наркотическим трансом, когда парикмахеры заимствуют идеи у прерафаэлитов, в моду входит макияж в стиле Теды Бара, а лишенный красок гламур 1930-х наступает на пятки футуристическим образам

космической эры, можно рассматривать как жуткое падение в бездну с исторических высот. На смену окаменевшей чахоточной нимфе в стиле модерн приходит охваченная лихорадочным весельем девушка 1960-х, которую все без исключения «забавляет». А модная фотография 1970-х годов с вампирской насыщенностью воскрешает сцены из фильмов с участием Джин Харлоу и образы из фильмов 1940-х годов *в стиле нуар*; и как только в моду вновь входит шикарное нижнее белье, ее объектами тут же становятся лесбиянки, проститутки и любые другие излюбленные персонажи легкого порно.

Одна из характерных черт духа или *стиля* 1960-х годов — это бесконечная суэта *вокруг* стиля: стиль как образ жизни, стиль как средство самовыражения, стиль как забава. Он сделал больше, нежели просто выразил дух предпринимательства, которым был пропитан тот «раскаленный добела» период бума, когда модельеры, парикмахеры-стилисты и топ-модели становились новыми звездами. Массовая мода — это своего рода навязчивая идея 1960-х годов: мода «для обычной девушки с улицы», одежда как олицетворение достойной жизни, современности, отказа от условностей и торжества демократии.

Работа, спорт и развлечения — таковы три движущие силы, обеспечившие трансформацию женского костюма в XX веке и повлиявшие на мужской гардероб в значительно меньшей степени. Мода превратилась в самоцель; кроме того, она стала частью других популярных занятий и развлечений. В 1920-е годы рождение массовой моды бурно приветствовалось, поскольку в этом усматривали проявления демократизации и интернационализма. Она предполагала определенную изменчивость и сезонность, которая, как говорили ее сторонники, скрасит монотонность американского индустриального существования. Другого мнения придерживались некоторые радикально настроенные пуритане, утверждавшие, что мода — не более чем «видимость демократии», мираж, который извращает наши «истинные» желания, перерабатывая их в потребительские товары, а нашу индивидуальность — в безразличное подчинение. С этой точки зрения массовая мода навязывает нам некую униформу для жизни в обществе, где «демократия» — всего лишь громкое слово, за которым скрывается колоссальное неравенство доходов и возможностей. А следовательно, любой, пусть даже самый радикальный переворот в моде — это очередная профанация, еще одна насмешка в адрес свободы и равенства.

К этому разговору мы еще вернемся в главе 10. Описывая современную моду как одну из форм «массовой культуры», я пытаюсь нащупать альтернативную точку зрения. Авторы опубликованных в последнее время трудов о массовой культуре в различных ее проявлениях отказываются видеть целостную картину, на которой «популярное» выглядит как некая форма массового самообмана. Вместо этого они описывают разнообразные увеселительные

мероприятия как проявления борьбы, как арену, где общественные конфликты находят свое полусимволическое воплощение, что может *возвысить* угнетенное сознание лучше, чем *таблетка антидепрессанта*.

Мода, будучи одновременно и коллективной, и в высшей степени индивидуалистической отраслью, в массовом масштабе может служить средством выражения солидарности и группового самосознания. Поэтому теперь мы должны рассмотреть, каким образом манера одеваться может отражать или выражать ощущение оторванности от общества, стремление к бунту и другие «отклонения»; иными словами, нам предстоит встреча с оппозиционными стилями.

# Оппозиционные стили

Левые были втянуты в полемику о стиле в шестидесятые и в начале семидесятых таким образом... что могли бы погибнуть от этого меча, и все это началось с моды, с острого желания «принарядиться», вдруг охватившего взрослых либералов. Казалось, в этом нет ничего опасного. Однако уже вставало на крыло новое поколение, не испытывавшее никаких амбивалентных чувств; нечто агрессивно стильное, праворадикальное и явно несправедное всего лишь выглядело как запретный плод, но уже таковым не было.

*Питер Йорк «Реакционный шик»*

До 1960-х годов «только шлюхи и гомосексуалисты носили одежду, которая подчеркивала, что они из себя представляют» (Melly 1972). *Сексуальная* самоидентификация — что же еще; дендизм, установивший более жесткие стандарты мужественности и влившийся в новую, современную систему городской «униформы», в то же время призывал двигаться в противоположном направлении — использовать манеру одеваться как форму протеста. Со времен XIX века подоплекой социальных возмущений часто становилось сексуальное поведение и половая/сексуальная самоидентификация, что выражалось самыми простыми и эффективными средствами — с помощью одежды.

Конечно, и в былые времена костюм мог стать и становился поводом или сигналом к началу восстания на политической или национальной почве. Так, в XVI веке англичане запретили ирландцам носить их традиционные народные костюмы; а в XVIII столетии, после сражения при Каллодене и «установления мира» на Шотландском высокогорье горцев принуждали расстаться с килтом и пледом.

Но в XIX веке манера одеваться могла не только выдавать принадлежность к группе инакомыслящих, но и выделять в толпе оппозиционера-одиночку; в первую очередь это касалось мужской части общества, возможно, отчасти в силу того, что обычный мужской костюм в это время стал выглядеть более сдержанно и «трезво». Ключевой фигурой в этом процессе трансформации мужского костюма был денди (Laver 1968; Moers 1960). То, что мужчины стали носить в XIX веке, было заимствовано у прошлого столетия — из гардероба

сельских джентльменов и спортсменов; и именно денди сделал этот стиль господствующим.

Иногда понятие «дендизм» толкуют превратно, ассоциируя это явление с неким женоподобием и неумеренной нарядностью, — так в XVIII веке словом *Masaronis* («хлыщи») называли щеголей, разодетых сплошь в парчу и кружева, напудренных и покрашенных. Их манера одеваться возникла как реакция на английский добропорядочный, домашний сельский стиль, который, собственно, денди и переняли и со временем утвердили в качестве эталона обычной мужской одежды. Бо Браммелл описал этот новый стиль в двух словах: «Никаких духов... но много хорошего, тонкого белья, благоухающего деревенской чистотой. Если бы Джон Булл оглянулся, чтобы окинуть вас взглядом, он бы не счел вас хорошо одетым; все это слишком сдержанно, слишком чопорно или слишком модно — называйте, как хотите» (Laver 1968: 21).

Роль денди подразумевает исключительную сосредоточенность на собственной персоне и озабоченность собственной презентабельностью: имидж — всё. Поэтому очень часто денди — это мужчины, не имеющие семьи, профессионального призвания и видимых источников благосостояния; многие из них, судя по всему, даже не вели половой жизни.

Денди — это новая архетипическая фигура в ландшафте больших городов: человек, явившийся ниоткуда, для которого по-настоящему реально только внешность. Его преданность идеалу, осененному подчеркнутой простотой, ознаменовала начало эпохи, не отвергающей мужскую моду, но признающей моду, которая ставит хороший покрой и умение носить вещи выше, чем нарядность, яркость и щегольство. Узкие бриджи, которые носил денди, выглядели в высшей степени эротично; и столь же эротична была его новая, не нуждавшаяся в гриме и дополнительной декоративности мужественность. Характерной чертой денди был нарциссизм. Он не отказался от погони за красотой — он изменил каноны красоты, которой поклонялся.

Появление нового стиля стало возможно благодаря тому, что в широкий обиход вошли шерстяные ткани, заметно потеснив плотные шелка и атлас, которые так любила старая аристократия; шерсть обладала большей пластичностью, ее можно было сжать и растянуть, ее было проще посадить по фигуре. Английские портные первыми освоили и усовершенствовали новые технические приемы; а денди наложили свое фирменное клеймо на стиль, уже начавший входить в моду, — стиль, важнейшим элементом которого была идеальная посадка по фигуре. Туалет денди длился часами, но, в отличие от покрашенных и разряженных в пух и прах щеголей прошлого века, они стремились совсем к иному результату: они тщательно умывались, скребли себя щетками, брились, они до блеска начищали башмаки, и наконец, одевшись и повязав широкий галстук, надевали личину безразличия. Денди изобрели понятие, которое

выражает английское слово *cool*, но их внешняя «холодность» и напускное «равнодушие» привлекали к себе внимание как любая вызывающая поза. В стиле денди одновременно уживались классический шик и дух бунтарства.

С политической точки зрения это явилось результатом революционных потрясений конца XVIII века: «Когда ниспровергаются незыблемые ценности, такие как богатство и происхождение, не остается ничего другого, как искать спасения у эфемерных представлений о стиле и положении, которые могут хоть как-то оправдать расслоение общества» (Moers 1960). Дендизм перебрался через Ла-Манш и был принят на ура инкруаяблями (от фр. *Incroyables*) — авангардом французской постреволюционной молодежи. Они трансформировали стиль денди в контруниформу новых республиканцев, в то время как их «соратницы», мервейёз (от фр. *Merveilleuses*), стали образцом для подражания, побудив английских дам превратить простые, не требующие корсета муслиновые платья, которые прежде носили исключительно в неформальной обстановке, в подобие древнегреческого хитона: эта реплика в сторону Древних Афин и Рима могла расцениваться как намек на демократические республиканские настроения.

Вызывающая поза давала основание видеть в денди своего рода романтического героя. Но эта поза, апеллирующая к настроениям радикально настроенных республиканцев, тем не менее не мешала ему говорить на одном языке даже с яркими реакционерами из числа оскорбленной аристократии. Денди был одновременно человеком из прошлого и человеком будущего. Если денди в чем-то и был романтическим героем, то его уж никак нельзя назвать художником — его имя скорее следует искать на обратной стороне этой медали. Несмотря на то что некоторых великих писателей и художников XIX столетия — например, Диккенса и Бальзака — отличала некоторая склонность к дендизму, истинный денди предпочитал безделье. Как сказал Хэзлитт, «главное достижение денди заключается в том, что он стал самим собой». Его стремление к совершенству во всем, что не относится к числу жизненно необходимых вещей, было своеобразной демонстрацией аристократизма. Современный аристократ всегда инкогнито и в то же время всегда на виду, его манеры одинаково изысканны в любой ситуации, он обращается к человеку, занимающему самое скромное положение, с тем же тактом и обходительностью, что и к представителям высшего общества. Он никогда не поддается велению импульсов, исходящих из психологического «подполья», — не показывает отвращения и усталости и не выходит из себя:

«Аристократический образ жизни... мобилизует все несущественные стороны жизни, выпадающие из числа серьезных (с точки зрения представителей других классов) занятий, и наделяет их особой значимостью, поскольку они отражают характер человека, указывают на то, что он обладает властью и занимает определенное положение» (Goffman 1969: 29).

Итак, истинные денди не работали и не обременяли себя семьей. В этом они подобны французским куртизанкам, которые задавали тон во времена Второй империи, когда в мире моды безраздельно царствовал Ворт. Женщина, живущая за счет своей сексуальности, старается дистанцироваться от этого. Мужчины-денди не торговали телом, но так же как куртизанки, жили только своим умом и доминировали в обществе благодаря мощи своей индивидуальности, то есть взяли на себя роль социальных куртизанок. Эти ходячие символы эротизма были прежде всего влюблены в самих себя; и, как полагает Элен Моэрс, идея дендизма была опорочена и опошлена в конце XIX века, когда его стали открыто ассоциировать с гомосексуализмом.

Лорд Байрон, сам по себе личность неоднозначная в сексуальном плане, вызывал прочные ассоциации с дендизмом и «современной манерой одеваться». Действительно, иногда ему в заслугу ставят даже то, что на смену бриджам и чулкам в конце концов пришли брюки. Романтический герой и литературный кумир лондонского общества, особенно после публикации поэмы «Паломничество Чайльд-Гарольда», вполне соответствовавшей тогдашнему пристрастию читающей публики к готическим страстям, Байрон был первой поп-звездой в современном понимании этого слова, и даже можно предположить, что он первым стал носить джинсы:

«В то время лорд Байрон носил очень узкий белый шейный платок, повязывая его под отложной воротник рубашки, черный сюртук и жилет и очень широкие белые брюки, чтобы скрыть свою искалеченную ногу, — по утрам из русского полотна, а по вечерам из *джинсы*»<sup>1</sup>.

В середине XIX века очарованный дендизмом Бодлер одевался во все черное в знак протеста против вульгарных вкусов французских богемных кругов. Он видел в дендизме стремление к совершенству, требовательность и социальную дисциплинированность; воспринимал его как проявление духовности и социальный отклик на атмосферу «того переходного момента, когда демократия еще не обрела свою полную силу, а аристократия лишь отчасти повержена и низвергнута с пьедестала» (Baudelaire 1859: 175). Подобно Бальзаку, Бодлер считал денди бунтовщиками — «деклассированными, испытывающими отвращение, разочарованными», — которые пытаются положить начало новой аристократии, осененной гением или хотя бы талантом. Но вместе с тем Бодлер видел в дендизме «последнюю вспышку героизма во мраке декаданса... дендизм — это солнце на закате... величественное, но не греющее и исполненное тоски» (Ibid.).

Дендизм был (и остается) таким же противоречивым, как то общество, которое его породило. Ибо, как показывает жизнь, этот «переходный момент» — эпоха капитализма — является *перманентно* переходным, он обречен

на бесконечные перемены и постоянно выбрасывает на поверхность сомнительных бунтовщиков, чье возмущение никогда не приведет к революции, но является лишь попыткой самоутвердиться; а денди, каким бы он ни был — аристократом, художником или радикально настроенным романтиком (или, как Байрон, единым в трех ипостасях), — был прежде всего *антибуржуазен*.

Однако стиль, который изобрели денди, предлагал двигаться сразу в двух — противоположных — направлениях. Он служил эталоном для повседневной мужской одежды и тем самым способствовал развитию «антимоды». Но точно так же он указывал направление для развития оппозиционного стиля. Антимода — это тот «истинный шик», который обычно определяют как не бросающуюся в глаза элегантность, поражающую своей «сдержанностью» простоту. Культ сдержанности — это именно то, что привнесли в мужскую одежду браммеллы периода Регентства. Как нам известно, Шанель реинтерпретировала его для женщин, в то время как британская модная индустрия исключительно преуспела в производстве антимодной классики: «шотландки», твида, кашемира и «классических» предметов мужского гардероба и практичных вещей от Burberry. Опираясь на «вневременной» стиль, антимода вместе с тем стремится вбирать в себя ключевые элементы *меняющейся* моды.

Кроме того, дендизм нес в себе зачатки чего-то совершенно иного — предпосылки для формирования оппозиционного стиля. Оппозиционные течения в моде возникали в связи с потребностью выразить некое несогласие, или идеологию определенной группы, или точку зрения, противоречащую взглядам конформистски настроенного большинства. Так, в начале XIX века появилась романтическая мода на остриженные, не напудренные волосы — мода, которой следовали как мужчины, так и женщины. Галстуки повязывали небрежно, не затягивая на шею; как ни парадоксально, атмосфера небрежной красоты подразумевала, что человек ставит разум и духовные ценности выше платья. С тех пор неопрятность неоднократно становилась спутницей артистического или интеллектуального призвания — прямым следствием этого стала родившаяся в 1968 году мода на искусственно состаренные — потертые, залатанные и «вылинявшие» джинсы. И все же, несмотря на то что мужчины — представители французской богемы 1830-х годов предпочитали романтический стиль, их любовницы — *модистки*, проститутки и хористки, населявшие Париж Бальзака, — как правило, стремились выглядеть элегантно в общепринятом смысле. Альтернативные течения в женской моде появились лишь во времена праерафаэлитов (английских художников, творивших в 1840–1850-е годы).

В Соединенных Штатах также была своя богема — Гринвич-Виллидж — «плантация», на которой возросло подобие исконного парижского субмира литераторов и людей искусства. «Богемия, — писал один американец, — это Граб-стрит в романтическом ореоле, обретшая собственные доктрины и преиспол-

ненная самосознания; это Граб-стрит при полном параде» (Cowley 1951: 55; см. также Parry 1960). Так же как во Франции и Англии, это был мир журналистов, литературных поденщиков, художников и рисовальщиков, не претендовавших на великие свершения в искусстве: их скорее интересовали мимолетные, мало-значимые сценки, из которых складывалась повседневная жизнь общества. С 1850-х по 1870-е годы они населяли в основном нижнюю часть Бродвея, а к 1900 году перебрались в Гринвич-Виллидж.

В первые два десятилетия XX века район Гринвич-Виллидж был центром политического и социального брожения и экспериментального образа жизни. Одной из наиболее привлекательных и поразительных фигур, связанных с этим местом в годы накануне и на протяжении Первой мировой войны, была молодая художница и писатель Джуна Барнс. В атмосфере, где «утонченность воспринималась как знамя, поднятое в знак протеста против всего буржуазного, [Джуна] Барнс выглядела явно необычно, поскольку в ее интерпретации утонченность выражалась посредством шокирующей манеры одеваться на малые деньги. Большинство молодых женщин презирали косметику и одевались на мужской манер либо носили что-то бесформенное и развевающееся» (Field 1983: 59).

В те времена, когда все без исключения, и мужчины и женщины, выходя на улицу, обязательно надевали шляпу, представительницы богемы ходили с непокрытой головой, они носили короткие стрижки, а их безыскусная манера одежды ассоциировалась с понятием «синий чулок». Фирменной деталью костюма Джуны Барнс был черный плащ. Подчас она выглядела так странно, что уличная детвора смеялась ей вслед. Самая экстравагантная из всех обитательниц Гринвич-Виллидж, называвшая себя Баронессой фон Фрейтаг — фон Лорингховен, красила губы черной помадой, покрывала лицо желтоватой пудрой и сбрасывала волосы с головы (Ibid.: 83).

Однако к концу 1920-х годов многие почувствовали, что на смену этому исконному радикализму приходит не более чем своего рода «альтернативное» потребительство; не последнюю роль в этом процессе сыграла идея эмансипации женщин, которую широко использовали, чтобы повысить уровень продаж: «стремление к самовыражению и прагматизм стимулируют спрос на все виды товаров» (Cowley 1951: 62; см. также Ware 1935). Это стало первой реальной волной культуры потребительства, а также первой волной молодежной культуры; в таких условиях одежда, которую вы носите, становилась важным показателем принадлежности к определенной группе, занимающей свое особое место в иерархии социума, ограниченного возрастными рамками, — иными словами, манера одеваться определяла, кем вы выглядите в глазах сверстников.

Английское «эстетство» (о котором мы подробнее поговорим в главе 10 в связи с реформой костюма) эволюционировало в более поздние формы

оппозиционной манеры одеваться. В то время, когда Люсиль наряжала эдвардианских леди в соблазнительные шелка и шифон пастельных оттенков, художница из Блумсбери Ванесса Белл, родная сестра Вирджинии Вулф, в стремлении создать альтернативный имидж прочесывала рынки в поисках экзотических материалов и старинных костюмов:

«Ванесса высокая, слегка неуклюжая и одетая в странные вещи, которые делала из того, что покупала на итальянских блошиных рынках... была объектом насмешек как представительница богемы, обладающая частной собственностью, или как дама из Вест-Энда, имитирующая стиль женщин Джона Огастеса [в интерпретации] Уиндема Льюиса. <...> Однако в этой странной, старомодной манере одеваться не было никакого самолюбования. <...> Она действительно любила сильные цветовые сочетания, отдавая предпочтение насыщенным оттенкам лилового и ярко-красного, как в своей живописи, так и в своем гардеробе» (Spalding 1983: 244–245).

В 1920-е и 1930-е годы богемный стиль «Челси» прочно обосновался на лондонской Кингз-роуд; образчиком для подражания служила Дорелия, бывшая моделью Джона Огастеса: длинная «крестьянская» юбка, туго перетянутая талия, платок — в общем и целом из этого складывался довольно экзотический образ в цыганском стиле, являвший разительный контраст со стилем, которого придерживались современные эмансипированные барышни. Как вспоминала Джейни Айронсайд, в 1930-е годы «артистическая» мода находилась под заметным влиянием эпохи романтизма:

«В те времена в артистических кругах было модно укладывать волосы в пучок на макушке и носить на шее бархатную ленточку в тон губной помаде — как правило, оттенка цикламена или недавно изобретенного Скиапарелли „шокирующего розового“ — и включать в свой костюм викторианские мотивы» (Ironsides 1973: 39).

Впрочем, в тот момент и сама Эльза Скиапарелли находилась под влиянием романтического викторианства. Романтизм был по-прежнему в моде у богемы и в первые дни войны. И когда Теодора Фицгиббон впервые увидела жену Дилана Томаса Кэтлин, та

«... выглядела как живое воплощение всех литературных героинь...

Прекрасную голову и тело обрамляло платье из розового бархата, вырез и рукава которого были оторочены старинным и весьма изысканным кружевом цвета экры, так что сама она выглядела словно драгоценность,

покоящаяся в бархатном футляре. Было такое впечатление, будто вдруг ожила картина XVII века» (Fitzgibbon 1983: 124).

Альтернативный стиль «Челси» благополучно дотянул до 1950-х годов, когда Дора, героиня романа Айрис Мердок «Колокол» (1958), подобно тысячам студенток, собирала «большие, многоцветные покрывала, джазовые записи и сандалии». Однако вскоре из него вышли два новых направления: с одной стороны, битники трансформировали его в «бунтарскую униформу», обязательными элементами которой стали подчеркнуто бледные губы, прямые волосы и черные одежды; тогда как Мэри Квант превратила его в новую моду. Пристрастие битников к черному цвету сродни моде экзистенциалистов, господствовавших в левобережных районах Парижа в послевоенные годы; впрочем, любовь ко всему черному и длинному можно рассматривать просто как символ антибуржуазного протеста. Кроме того, в ней можно усмотреть влияние денди и романтиков, для которых черная одежда была своеобразным манифестом инакомыслия.

Денди становились героями многих английских романов эпохи Регентства. Самым знаменитым из них был написанный в 1828 году «Пелэм» Эдварда Бульвер-Литтона. Лорд Литтон и сам был денди и законодателем моды «в черных тонах», особенно он ратовал в пользу черно-белого вечернего костюма, поскольку полагал, что черный цвет лучше всего подходит для «упадочного существа», каким и должен быть современный герой, а также для «века, скорбящего о самом себе».

Экзистенциализм конца 1940-х годов, как и романтизм, являл собой оппозиционное идеологическое течение, рядившееся в темные одежды в духе небрежного студенческого шика. Он стал значительным явлением современной философии, хотя был отмечен той же неопределенностью и двусмысленностью, что и романтизм; в популярном прочтении он воспринимался как мораль — или антимораль, — исполненная нигилизма и отчаяния. Жан-Поль Сартр и Симона де Бовуар, которых часто называют основоположниками послевоенного экзистенциализма, всегда утверждали, что не являются экзистенциалистами. В своих мемуарах Симона де Бовуар описала само это явление в весьма негативном тоне:

«Увлекающиеся Сартром мелкобуржуазные читатели утратили свою веру в незыблемый мир, в вечный прогресс... они столкнулись с Историей в ее самых ужасных проявлениях, они нуждались в идеологии, которая вмещала бы в себя эти открытия, но не побуждала их избавиться от балласта прежних оправданий» (Beauvoir 1963: 47).

Анна-Мария Казалис, юная поэтесса, открывшая ночной клуб на левом берегу Сены, вскочила на подножку передовой платформы экзистенциализма:

«Она принадлежала... одновременно литературному миру Сен-Жермен-де-Пре и подпольному миру джаза. <...> Она стала крестной матерью и вождем клики молодых людей, чья жизнь проходила в шатаниях между Tabu [открытым ею ночным клубом] и Pergola [другим ночным клубом], и нарекла их Экзистенциалистами. Пресса, и в особенности финансово заинтересованная в ее успехе газета Samedi Suar, во всю рекламировала Tabu. <...> Люди также начали интересоваться ее подружкой... прекрасной молодой девушкой с длинными черными волосами — [Жюльет] Греко... она носила новую „экзистенциалистскую униформу“. Разношерстные музыканты и их поклонники все лето слонялись по Лазурному берегу, а затем возвращались, привозя с собой новую, импортированную с Капри моду, истоки которой следует искать в фашистской традиции: черные свитера, черные рубашки и черные брюки» (Ibid.: 151–152).

Жюльет Греко, которую Дэрил Занук обольстил кинематографом, даже изменила форму носа и перекрасила волосы в рыжий цвет, но так и не смогла по-настоящему проявить себя в кино. Одри Хепбёрн — вот за кем в 1950-е годы закрепилось амплу девушки «с левого берега», именно ее озорной и трогательный образ, ее короткие черные волосы, глаза трепетной лани и туфельки-балетки стали олицетворением кинематографического эрзац-экзистенциализма.

Здесь будет уместно попытаться нащупать связь между современным пристрастием к черному цвету в одежде и его традиционным значением в былые времена — я имею в виду траур. Взаимосвязь между скорбью и возмущением можно назвать странной. Когда-то, довольно давно, траур был вполне обычным явлением, а вот черный не был единственным «траурным» цветом. Особенно выразительно все, что связано с трауром, выглядело в XIX веке — может быть, потому, что смерть человека — каким бы ни был его возраст — больше не воспринималась как должное. По-прежнему часто умирали дети, но каждая такая смерть уже не была «обычным делом». Кроме того, изрядно увеличившийся класс буржуазии процветал как никогда прежде; и траурный ритуал — который являл собой еще один, хотя и выдающийся из общего ряда пример «показного потребления/расточительства» — выражал одновременно и глубокую серьезность евангелической чувствительности викторианцев, и общую истеричность их культуры. Говоря о вдовах, неумеренно придающихся скорби, Лу Тейлор (Taylor 1983) рассматривает женщин как собственность их мужей и утверждает, что долгий, а иногда и вечный траур был не чем иным, как

демонстрацией того, насколько состоятелен был почивший глава семьи; и мы не погрешим против истины, если скажем, что в XIX веке перспектива стать вдовой гораздо меньше привлекала женщину из среднего класса, чем в более ранние времена. Поэтому вдовы нередко начинали вести совместный бизнес, а если обстоятельства складывались для них благоприятно, вновь выходили замуж — зачастую за мужчин моложе себя. Стать вдовой в XIX веке означало оказаться в социальной тюрьме, поскольку у вдовы не было рядом крепкого мужского плеча, на которое можно было опереться в трудной ситуации, — что таило в себе определенную опасность; однако вдова, несомненно, была почетной фигурой. Траурные обряды имели отношение не только к репутации и достоинству женщины, но также к ее доходам и собственности. Многие вдовы в Викторианскую эпоху повторно выходили замуж, с легким сердцем сбрасывая с себя траурные ленты и креп; но для тех, кому суждено было оставаться в одиночестве, подчиняясь обстоятельствам или по собственной воле, вдовый наряд мог служить своего рода камуфляжем, позволяющим избежать матримониальных игр, не роняя собственного достоинства.

В XIX веке похоронный бизнес был поставлен на широкую ногу, и в каждом универсаме того времени был собственный отдел траурного платья, которое в случае необходимости можно было здесь же на скорую руку подогнать по фигуре. Эта услуга совершенно перестала пользоваться спросом в годы Первой мировой войны — видимо, потому, что при таком огромном количестве погибших и скорбящих она воспринималась как злая насмешка. На протяжении всей войны Париж оставался таким же модным, как всегда:

«Молодые женщины целый день не снимали с головы высокие тюрбаны... и из патриотических соображений надевали поверх своих чрезвычайно коротких юбок „египетские“ туники — прямые, темные и очень „в военном духе“; на ногах они носили туфли на ремешках... а еще длинные гетры, напоминавшие те, что носят наши бедные милые мальчики на фронте; это означало, так они говорили, что они не забывают о том, что обязаны наполнять радостью глаза этих „мальчиков, сражающихся на фронтах“, ведь по вечерам они не только наряжаются в ниспадающие платья, но и украшают себя драгоценностями, сам вид которых наводит на мысли об армии... в моде тогда были кольца и браслеты, сделанные из осколков разорвавшихся гильз или медного обода от 75-миллиметровых снарядов... и все потому, так они говорили, что они ни на минуту не перестают думать о милых бедных мальчиках, ведь когда кто-то из их собственных родственников погибал на полях сражений, они даже не могли позволить себе облачиться в траур, потому что все должны были видеть, что „их горе смешано с гордостью“» (Proust 1981: 744).

И хотя население Франции и стран Южной Европы хранило траурные традиции дольше, чем англо-саксы, и хотя рабочий класс и аристократия держались за культ скорби дольше, чем породившая его буржуазия, сегодня он почти канул в небытие, поскольку современная культура старается держаться как можно дальше от самой мысли о смерти.

С тех пор как мы отказались носить траур, черный цвет перестал быть олицетворением горя и превратился в символ гнева — сигнал агрессии и неповиновения. Он ассоциируется не только с фашистами, но также с анархистами; не только с экзистенциалистами, но также с голландскими и датскими *provos* — радикально настроенными бунтовщиками начала 1960-х годов; в то время как на континенте эквивалентом английских стилиг, «тедди-боев» или «тедов» (от англ. *teddy boys*), стали «черные куртки» (фр. *blousons noirs*).

Черный — цвет с выраженным драматическим подтекстом, он играет на публику, и именно этого эффекта добивается тот, кто надевает на себя костюм бунтовщика — это ему льстит. Что касается возрастных ассоциаций, то для молодого человека в этом есть особая острота и обаяние. Этот цвет как будто специально придуман для урбанистической среды; он сочетается с красными кирпичными стенам, серым гранитом мостовых и стеклянными фасадами большого города куда как лучше, чем слишком яркие расцветки одежды массового производства или элегантно приглушенные «естественные» оттенки шелка *Liberty*, твида или шерсти, которые так хороши при мягком дневном освещении — где-нибудь в сельской местности на севере, но меркнут и гибнут в ярком свете искусственной среды.

Черный — это цвет буржуазного здравомыслия; однако у него есть и другое — сомнительное, перевернутое, перверсивное значение. Современная «эстетика уродства» обожает леденящие душу «черные игры» — и отдается им с особой страстью с тех пор, как фашизм наполнил эротизмом саму идею униформы, создал идеальный фетиш и целую философию превосходства и иррациональной жестокости и зримо воплотил ее в образе арийской «белокурой бестии» — мужчины-валькирии в сияющем облачении из черной кожи, чей силуэт очерчен кинжально острыми линиями.

В исторической перспективе экзистенциализм связан с богемой XIX века. Все в те же послевоенные 1940-е в Лондоне проклюнулись ростки нового сарториального бунта, на этот раз возмутителями спокойствия были не студенты и не люди искусства, а молодые выходцы из рядов рабочего класса — «теды». Это название произошло от английского *Edwardian* — «эдвардианский», а сам стиль копировал образ передового представителя послевоенного британского высшего общества, по прихоти модных портных втиснутого в узкое пальто с бархатным воротником (*Strombie coat*) и еще более узкие, облегающие брюки, или вынужденного носить расклевенную куртку, жесткую шляпу и длинный

зонтик-грость. Таким образом тори отреагировали на «режим жесткой экономики» в условиях растущего благосостояния нации. Квинтэссенцией этого стиля был политик-консерватор Энтони Иден; он столь блестяще воплощал в себе образ великосветской элегантности, что был превращен модным художником Фрэнсисом Маршаллом в новый архетип изысканно сдержанного джентльмена. Тедди-бои соединили этот стиль с элементами, почерпнутыми из американского кино, точнее из вестернов: «злодейский» галстук-шнурок, бакенбарды и сюртук (Frith 1983); результат оказался на удивление уместным для страны, замкнутой в рамках собственного культурного консерватизма, а присутствующие в образе американизмы выглядели на общем фоне одновременно вызывающе и новаторски.

После Второй мировой войны многие писатели и социологи (Priestley 1934: 375) были охвачены страхом перед американской культурой, якобы грозившей поглотить традиционный британский «образ жизни» (похожие опасения звучали и в других европейских странах). Но в том, как британские теды использовали американские культурные образцы при создании собственной молодежной субкультуры, в которой выразилось их презрение к превалирующим в обществе ценностям, ощущался неповторимый «туземный» колорит. Свежим ингредиентом на этой кухне стала классовая принадлежность. «Красные» были новыми представителями рабочего класса — выросшие в относительно благополучных условиях, не знавшие голода, получившие обязательное образование и имевшие хорошую — по сравнению с довоенными стандартами — заработную плату. И все же они жили в мире, где рабочая молодежь не имела социальных гарантий; в мире, где старое рабочее сообщество изжило себя и на смену ему пришло дремучее «мещанство»; в мире, где — в противоположность Америке — оплотом культуры были буржуазный стиль и буржуазные ценности. И наконец, они ютились на крошечном — по сравнению с Америкой — острове, где бунтовщикам просто некуда было бежать.

Социологи в большинстве своем объясняли поразительное разнообразие и специфичность британских молодежных стилей исходя из того, что население Великобритании одержимо классовой принадлежностью (Frith 1983). Собственный стиль помогал избежать смирительной рубашки снобизма; однако субъективные мотивы, побуждавшие человека следовать какому-то особому стилю, могли быть связаны не столько с классовым протестом, сколько с желанием противопоставить свою молодость взрослой рассудочности, столкнуть собственную экстравагантность, свои «подвыверты» с простыми и понятными общепринятыми ценностями:

«Такая работа, как у меня, означает, что я не принадлежу к числу простаков — к огромной армии олухов, позволяющих себя эксплуатировать.

Мне кажется, все человечество делится на две большие части: простаков и тех, кто ими не является. Это ничуть не зависит от возраста, или от пола, или от класса, или от цвета — ты или рождаешься простофилей, или нет; и я искренне убежден, что родился не простачком» (MacInnes 1959: 17).

Так рассуждал юный фотограф — герой романа Колина Макиннеса «Абсолютные новички» (1959). Уже принарядившийся в куцый «итальянский» пиджак, он знает, что модный стиль вот-вот изменится, что кто-то новый уже готов поработать локтями, чтобы подвинуть тедов:

«Возьмем для начала Мизери Кида с его традиционненьким так-себе-прикидом. Длинные нечесанные волосы, белый воротничок колом стоит от крахмала (хотя сам довольно обшарпанный), рубаша в полоску, галстук в тон... пиджак короткий, но старый... очень, просто очень-очень узкие-преузкие штаны с широкой полосой, и короткие ботинки на босу ногу. Теперь посмотрим на Дина в обновленной версии. Волосы коротко подстрижены и гладко уложены на пробор — прямо пай-мальчик из колледжа; опрятная белая итальянская рубашка с круглым воротничком, короткий „римский“ пиджак — *очень* хорошо сшитый (два разреза, три пуговицы); брюки такие тесные, что ни вздохнуть, ни повернуться — зад в самом широком месте не больше 43 сантиметров; остроносые туфли и небрежно брошенный рядом белый макинтош...

Могу еще добавить, что их цыпочки, ежели такие имеются, должны соответствовать: девчонка традиционного парня — это длинные волосы, неопрятные и с длинной челкой; может быть, джинсы и большой свитер мешком, может, даже яркого цвета, но точно не в миленьком платье в цветочек... если объективно, так себе видок. Девчонка современного крутого парня — это короткий подол, чулки без шва, туфли с острыми носами, на высоких шпильках, пышная нижняя юбка из нейлонового крепа, короткий блейзер, сказочная укладка. Личико бледное — почти как у покойницы, лишь немного розоватое, но ресницы покрашены так покрашены» (Ibid.: 62).

Как и теды, моды (англ. *mods*) слушали «свою» музыку; как и теды, они вели особый образ жизни. В тедах было нечто «гомосексуальное» (Fyvel 1961) — нарциссизм, охвативший группу молодых людей, которые наряжались, чтобы нравиться друг другу, а вовсе не ради женского внимания, — в их картине мира девушки занимали уголок где-то на периферии. Нарциссизм модов простирался еще дальше. Джордж Мелли говорил об этом как о «мощной гомосексуальной составляющей» — хотя в действительности это был самый настоящий

нарциссизм: «...девушки им были ни к чему. Малыши-моды смотрелись друг в друга как в зеркало. Они были круты и холодны как кубики льда» (Melly 1972: 150). Они насмеялись над опрятностью и выходили за рамки приличий, пользуясь макияжем и лаком для волос:

«Казалось, что моды знают какой-то секрет, который позволяет им пренебрегать взрослыми правилами... заносчивые и самовлюбленные, циничные и резкие; они явились как победители, и потребление было для них и полем для игры, и последним прибежищем; стимулом для них было само движение — из магазина в магазин, из одного клуба в другой — их подогревали таблетки, они „разгонялись“ на танцполах, они мчались на каждый „последний писк“ моды. Движение модов стало настоящим символом всей потребительской идеологии 1960-х годов. Стиль модов использовали, чтобы преобразовать систему торговли (расцвет бутиков), радиовещания (расцвет пиратских радиостанций) и танцевальную культуру (триумф музыки соул)» (Frith 1983: 220).

По мнению Саймона Фрита, у истоков движения модов стояли «несколько отпрысков мелкобуржуазной среды, знающие толк в одежде дети из еврейских семей, имевших собственное швейное производство», спевшиеся с полубитниками в кофейнях Сохо в конце 1950-х годов, в своем желании во что бы то ни стало выделиться из общей массы они обратили внимание в сторону Америки, где и нашли идеи для своего стиля.

Зачастую исследователи, анализирующие оппозиционные и просто причудливые молодежные течения и стили, упускают один любопытный момент: то, что многие из них очень близки новейшим достижениям модного мейнстрима. Стиль, которому следовали моды, был отточенным и лаконичным — и этим он напоминает популярные в начале 1960-х годов тенденции женской моды, возникшие под влиянием Коко Шанель и Кардена. Однако к середине 1960-х эти тенденции уже себя исчерпали. Моды носили очень узкие галстуки; а в 1964 году этот фасон поставили на поток, используя для производства хлопковую ткань с цветочным рисунком фирмы Liberty. Но в скором времени эти галстуки в цветочек стали шире и длиннее, а вместе с ними увеличилась ширина штанин и длина модных причесок.

Первые американские хиппи избрали для себя природный, цветочный стиль, явно оппозиционный всему тогдашнему мейнстриму; и все же — совсем как творчество прерафаэлитов — он оказался скорее эволюционным, нежели революционным, то есть пошел тем же эволюционным путем, каким развивается любая обычная мода. Модное направление, которого придерживались хиппи в конце 1960-х годов, было извилистым, как спирали и арабески в стиле

модерн, — это был демарш против всего однозначно прямолинейного. Весь мир носил короткие прямые волосы, укладывая их с помощью лака, — хиппи, независимо от пола, ходили с длинными волнистыми локонами. Весь мир носил узкие, чуть укороченные рукава — хиппи сделали их длинными, широкими и присборенными. Их брюки-клеш стали настолько широкими, что издали вполне могли сойти за юбку, а юбки из коротких и узких стали свободными и длинными до земли. Жакеты и пиджаки неожиданно украсились цветами — совсем как парчовые и бархатные камзолы XVIII столетия. Из небытия вернулись шарфы — аксессуар, к которому не питали никакого интереса ни моды, ни Мэри Квант; их оборачивали вокруг шеи два, три, даже четыре раза, и все равно свободные концы спускались до колен. Большие воротники свисали как кроличьи уши. Модный макияж какое-то время выглядел очень естественно, но затем — когда компания Biba вернула к жизни стиль 1930-х годов — изобилие краски стало придавать лицам вампирские черты. Девушки-модели, а вместе с ними и Брижит Бардо, начали бороться с жестокостью по отношению к братьям меньшим, в связи с чем отказывались носить и демонстрировать шубы из меха редких и исчезающих животных. Многим вдруг потребовались «натуральные», «домашние» средства для ухода за кожей и волосами; реакция косметических компаний была молниеносной — они тут же наладили выпуск новых линий продукции, якобы содержащей экстракты целебных трав и другие растительные ингредиенты.

Biba культивировала необычный переходный стиль, вобравший в себя тенденции целого десятилетия — от ранних 1960-х, когда правили бал моды, до начала 1970-х, ознаменовавшегося возникновением глэм-рока. Все началось с маленькой фирмы из разряда «товары почтой», которую Барбара (Биба) Хуланьки основала, чтобы торговать недорогими вещами в стиле модов. Однако ее затея оказалась столь успешной, что в скором времени ей с мужем пришлось открыть собственный магазин, который стал одним из первых бутиков 1960-х годов, а затем еще дважды подыскивать для него помещение большей площади, пока наконец он не занял целое здание в Кенсингтоне, бывшее когда-то крупным универсамом Derry and Toms. Они сохранили оставшуюся в нем с былых времен прекрасную мебель 1930-х годов, поскольку такая обстановка вполне соответствовала стилю Biba (впрочем, впоследствии эта историческая мебель была безнадежно испорчена руками бессердечных вандалов). Увы, этот стиль оказался недостаточно весомым и жизнеспособным, чтобы надолго обеспечить товарами целый универсам (действительно, много ли найдется людей, жаждущих купить холодильник цвета «баклажан» или банку тушеной фасоли с фирменным логотипом?), и в 1975 году предприятие закрылось.

Стилю Biba удалось связать воедино эстетические идеи модов и хиппи; он протянул ниточку от альтернативной культуры к остромодным и потому

недолговечным вещам. Секрет успеха заключался в том, что он был одновременно упрощенным и избыточным — особенно по части использования отдельных аксессуаров и расцветок, постоянно находящихся на вершине популярности. Уже в 1966 году Viba предлагала вниманию клиентов большие, широкополые женские шляпы из фетра, боа из перьев и длинные (в пол) платья без рукавов и очень скоро, так же как Мэри Квант, сделала ставку на «старомодные» материалы, такие как креп и атласное полотно. Одежда марки Viba имела некоторые неповторимые стилистические отличия: сильно обуженные рукава и узкие плечи — типичный для Viba фасон; не менее узнаваемыми были летние башмаки из холстины и — возможно, заслуживающие упоминания в первую очередь — придуманные самой Барбарой Хуланики необычные расцветки и «серо-буро-малиновые» оттенки: цвет «баклажан», цвет чернослива, цвет полыни, приглушенный голубой оттенка «утиного яйца», грязно-цикламеновый, цвет сепии, цвет сливок, цвет кирпичной пыли и оттенок розового дерева (bois de rose).

Одежда, которую придумывала Биба, имела много общего с умонастроениями хиппи. В ней было что-то от китча — так же как в купленных через вторые (третьи, десятые) руки «камзолах», которые приходилось подолгу выискивать, кропотливо роясь на развалах и в благотворительных магазинах Oxfam. На ней тоже «что-то болталось», с нее тоже «что-то свисало», наводя на размышления об этичном отношении к вторсырью и напоминая о вещах и вещицах, которые были так милы сердцу настоящего хиппи: о пончо и бахроме в духе Гайаваты, о плетеных в технике макраме поясах, горжетках из перьев и шарфах марки Liberty. Затем наступили 1970-е и «этнический» стиль превратился в одно из направлений мейнстрима. Многие парижские дизайнеры ухватились за идею многослойности и «народности» и охотно приправляли свои коллекции этой экзотической смесью.

Слово «хиппи» пришло в Европу из Соединенных Штатов, где, собственно, и зародилось это движение, истоком которого была молодежная контркультура 1960-х годов, породившая волну протестов против войны во Вьетнаме, прокатившуюся по американским студенческим городкам, и особое направление в рок-музыке. В Великобритании стиль хиппи приобрел несколько иное значение, но также был связан с радикальными настроениями, бытующими в студенческой среде. В британском прочтении он превратился в антикапиталистическое послание. Смысл его заключался в том, чтобы через уникальный образ, созданный собственными руками из подручных средств, вещей из секонд-хенда и списанного армейского обмундирования, выразить сарто-риальный протест против царящего в потребительском обществе бездумного расточительства: сойди с протоптанной дороги — откажись от вещей массового производства и роскоши, не трать понапрасну денег и вместо этого найди

свой неповторимый образ. Однако, несмотря на то что в основе идеи лежал дух антиконсюмеризма, ее воплощение требовало изрядных затрат — если и не материальных, то временных наверняка. Кроме того, существовал риск власть в другую «ересь» — возгордиться собственной уникальностью, потому что тот «камзол», который можно было найти на развале или состряпать собственными руками, непременно должен был быть *единственным* в своем роде — таким образом, его владелец кое в чем становился подобен счастливому обладателю оригинальной вещи от Dior.

Вместо яркости и ясности в этой эстетике было что-то иллюзорное и даже наркотическое. Девушка в стиле Viba мирно плыла по волнам наркотического транса, не делая резких движений. Именно в тот период Ли Бендер открыла свою сеть магазинов Bus Stop — и тем самым дала зеленый свет образу в духе 1940-х, для которого были характерны широкие плечи (за счет специальных вставок), контрастные цветовые сочетания и смелое использование «дешевых» материалов, имевших свойство дерзко сиять и переливаться. Подобно глэм-року, многие популярные в начале 1970-х образы «заигрывали» — или вступали в еще более тесную связь — с такими крайностями, как полный отказ от каких бы то ни было претензий на обладание хорошим вкусом; и когда этношик и ретрошик смешали в одну кучу сначала все, что сумели выжать из контркультуры, а затем еще и то, чем был богат мейнстрим, они превратились в дикий, вычурный кэмп.

Кэмп приветствует и вбирает в себя всякую искусственность, признавая за любой сознательно избранной модной манерой одеваться право на элемент нарочитой самопрезентации — и воспроизводя ее в карикатурном виде. В свою очередь, сама суть стиля хиппи прямо противоположна: это вера в естественность, аутентичность. Однако эта исходная точка может дать начало двум противоположно направленным стилистическим течениям: одно движется в русле стилизации и искусственности, скрывающемся за попытками вдохнуть новую жизнь в старые, тщательно отобранные для этой цели вещи; другое культивирует аутентичность, подразумевая под ней отказ от всего, что насаждает модная индустрия, но тем не менее вполне может стать (и не раз становилось) объектом коммерческого тиражирования — точно так же как кэмповый стиль (особенно в этом преуспела фирма Лоры Эшли).

Британские хиппи были городскими бродягами — в отличие от американских, живших (как можно убедиться, например, посмотрев документальные кадры из Вудстока) совсем иными мечтами: последние вовсе не грезил о том, чтобы, нарядившись в свой неповторимый прикид, переселиться в сквот в «сумеречной зоне» какого-нибудь большого города. Хиппи из Челси были духовными наследниками студенческой богемы, обитавшей в этом районе в прежние десятилетия. Американские хиппи были настоящими первопроход-

цами. К началу 1980-х годов вудстокская публика уже в меньшей степени походила на прежнюю пеструю толпу рок-фанатов; эти люди скорее выглядели как первые переселенцы, явившиеся обживать Дикий Запад. Их образ (и это стало совершенно очевидным теперь — когда глаз перестал цепляться за бисерные «фенечки», выставленную на всеобщее обозрение наготу и «кустарные» произведения боди-арта, некогда бывшие одним из элементов «продвинутого» стиля детей цветов) оказался глубоко консервативным — чтобы в этом убедиться, достаточно было приглядеться к длинноволосым женщинам в длинных юбках, очаровательных в своей естественной красоте и обаянии, и к мужчинам в «левайсах» и широкополых стетсонах, чьи волосы, несмотря на необычную длину, уже выглядели вполне по-мужски, особенно в сочетании с бородой. Нагота в системе этических представлений американских хиппи означала не более чем возврат к природе — в духе Генри Дэвида Торо и Уолта Уитмена — и не имела ничего общего с английским декадансом. В Соединенных Штатах радикально настроенные адепты этой контркультуры были одержимы идеей исхода из больших городов, черпая вдохновение из самой мысли о существовании необъятных просторов внутренней Америки. Для их британских собратьев такое было просто невысказано. В перенаселенной Великобритании жизнь коммунальной подразумевала скученное существование в городских сквотах или на заброшенных фермах; в Штатах она действительно позволяла вырваться на дикий простор. Американские хиппи прекрасно понимали, что имеют в виду, говоря о единении человека с природой как об альтернативной форме существования; в британской культуре подобных представлений попросту не существовало.

Именно в Соединенных Штатах, а не в странах Западной Европы, к стилю хиппи относились с особым пиететом, всячески стараясь его сохранить, поэтому на Западном побережье до сих пор можно встретить коммуны, в которых обитают настоящие хиппи. Выращивание марихуаны на пустынных холмах Калифорнии иногда превращалось в доходный бизнес, но занимавшиеся им «плантаторы» все равно оставались хиппи; в своих длинных, украшенных узорами платьях и шляпах «в духе Дикого Запада», с длинными волосами и опаленными солнцем лицами, в сопровождении ватаги голых ребятишек, сегодня они напоминают не столько лагерь радикально настроенных студентов, сколько общину амишей в пенсильванской глуши, где целые города до сих пор носят костюмы, платья и шляпы, доставшиеся им по наследству от предков, иммигрировавших в эти места из Германии в XIX веке.

Зато в Великобритании движение хиппи без особого труда переродилось в совершенно новую субкультуру: жарким летом 1976 года лондонские улицы захватили панки. Они постигли идеи (пост)модернизма значительно глубже, чем когда-то это удалось модам. Панковскую моду действительно можно сравнить с (пост)модернистскими течениями в современном искусстве:

«Как „готовые вещи“ [Марселя] Дюшана — промышленно созданные объекты, причисленные к произведениям искусства только потому, что он сам их так назвал, — абсолютно ничем не примечательные и бесполезные предметы: булавка, пластмассовая прищепка, деталь от телевизора, бритвенное лезвие, тампон — вполне могут быть перенесены в поле панковской (анти)моды» (Hebdige 1979: 107).

Эта «конфронтационная манера одежды» нужна была для того, чтобы шокировать, — но также, чтобы «выглядеть странно/отчужденно»; но именно к такому ostrанению стремились художники-модернисты начала XX века (например, русские формалисты) — по-новому взглянуть на обыденный мир и заставить других сделать то же самое:

«В панковских ансамблях вполне уместными оказывались объекты, позаимствованные в местах, связанных с самыми грязными и презренными сторонами нашей жизни: обернутые полиэтиленовыми мешками для мусора цепи от сливных бачков могли красоваться на груди на манер элегантного ожерелья в несколько нитей. Вырванные из привычного „утилитарного“ контекста английские булавки превращались в жутковатые украшения, когда их втыкали в щеки, губы и уши. „Дешевые“ бросовые материалы (ПВХ, пластик, люрекс и т.п.) вульгарного вида (например, поддельный „леопард“) и „тошнотворных“ расцветок... собранные и спасенные панками от уничтожения, превращались в предметы одежды („лётные“ брюки, „обычные“ мини-юбки), которые следовало воспринимать как осознанный комментарий по поводу общих представлений о современности и вкусе» (Ibid.).

Ничто не может и не должно выглядеть естественно — вот самая важная идея. В этом отношении стиль панк действительно составлял оппозицию модному мейнстриму, поскольку мода всегда стремится превратить странное в естественное, а не наоборот. В этом вся мудрость и ирония стиля панк, его сюрреализм и модернизм — в самом прямом, истинном значении этих слов: он ставит прямые, откровенные вопросы, обращаясь к понятиям как таковым, он спрашивает, что такое мода и что такое стиль, а затем, получив ответ, крошит в пух и прах само понятие «красота» и выдавливает, вымывает из него прочь саму идею «очарования» и «хорошего вкуса».

Но в скором времени стиль панк и лежащая в его основе контркультура утратили свою остроту и перестали быть одной из крайностей, в которые впадают молодые выходцы из рабочего класса. Уже в начале 1980-х годов розовые, желтые и зеленые пряди озаряли всполохами коротко стриженные, «колбочие»

головы радикальных феминисток и студентов, исповедовавших постнеомарксистскую идеологию, — в основном отпрысков среднего класса. Комбинезоны и куртки, украшенные множеством молний, две серьги в одной мочке уха — такие решения стали обычными для модного мейнстрима. Но в то же время еще не перевелись люди, всерьез продолжавшие считать себя панками, — так же как в предыдущем поколении кое-кто решил остаться вечным тедди.

Из-за сопровождавшей панков «роковой», фантасмагорической атмосферы (бритые затылки, пучки зеленых волос, изодранная одежда) они подчас вызывали ассоциации с толпой средневековых пилигримов, совершающих покаянное паломничество, или по крайней мере с группой статистов в роли паломников — так проявлялась тенденция к упрощенному прочтению их образа, в котором видели воплощение ужаса перед надвигающейся ядерной войной и пустотой жизни в постиндустриальную, постмодернистскую эпоху, олицетворение всеобщего нигилизма. И может быть, для кого-то дети 1980-х стали новым, мирским воплощением тех самых ведьм, кружащихся в пляске смерти, в которых верили во времена позднего Средневековья, когда также казалось, что не сегодня завтра грянет Армагеддон. Однако те, кто смотрит на панков под таким углом зрения, упускают из виду другую возможность: почему бы не предположить, что они стремятся к созданию собственной индивидуальности — пускай таким, шокирующим и даже девиантным способом, который несмотря ни на что имеет прочные субкультурные корни и может реально способствовать укреплению веры в себя, ощущению самости и даже оптимизму, хотя и в контексте всеобщего пессимизма.

На почве панк-культуры развилось множество компилятивных стилей и молодежных модных течений. Страсть к переодеванию достигла таких масштабов, что даже Vogue не смог пройти мимо этого явления (соответствующий материал был опубликован в августе 1983 года). Каждое модное/антимодное течение, каким бы оно ни было, находило своих последователей. В большинстве своем они были привязаны к какому-то музыкальному стилю или имиджу одного исполнителя/группы; некоторые выглядели как реинкарнация прежних молодежных стилей. Так, после выхода фильма «Квадрофения» (Quadrophenia, 1979), снятого группой The Who, появились современные «неомоды». Многие музыканты выглядели почти бесполоыми — даже в большей степени, чем Дэвид Боуи в те времена, когда его «лирическим героем» был Зигги Стардаст. Толпы фанатичных поклонников, жаждавших хоть в чем-то походить на «свою» звезду, — явление далеко не новое; но разве не поразительно, что такое желание вызывал даже Бой Джордж — артист, больше, чем кто бы то ни было прославившийся своей андрогинностью, человек, придумавший стиль, в котором смешались вещи, взятые из бесконечно далеких друг от друга источников: «хасидская» черная шляпа, перевязанные разноцветными кручеными шнурами

дреды, бесформенные штаны, безразмерная туника, чем-то напоминавшая японское нижнее кимоно, и яркий макияж. И кое-кому из его поклонников удавалось-таки стать точной копией этого напрочь лишенного мужественности артиста.

Затем на сцену вышли «новые романтики», подарившие миру стиль, самыми запоминающимися элементами которого стали большие отложные воротники (также отличавшие фирменный стиль принцессы Дианы), черный бархат и насыщенный макияж. С их именем ассоциируются странноватые «кинохорроры» и «вампирский» образ, но по сути своей все это — вариации на тему классического романтизма/декаданса, сопоставимые с эстетикой глэм-рока и эксплуатирующие любые проявления искусственности (особенно в макияже). Это была театрализованная, ориентированная на перформанс мода.

Несколько иным путем развивались стилистические течения, связанные с субкультурой футбольных фанатов, хотя Кевин Сэмпсон и Дэвид Риммер, писавшие для *The Face*, предположили, что прообразом этой моды стал стиль, основанный на сочетании образов Дэвида Боуи и стиля панк образца 1977 года: «...мохеровые кофты носили с прямыми брюками и пластиковыми сандалиями, дополняя прямой курткой с капюшоном» и стрижкой «полубокс» времен «последней великой депрессии». Зародившийся как еще один культовый клубный стиль музыкальных фанатов, он был заимствован футбольными болельщиками и шаг за шагом (а точнее, причуда за причудой) достиг вершины своего развития как странная пародия на классическую антимоду, говорящую с ярко выраженным лейбловым акцентом. Общий вид был примерно таким:

«...нелепая смесь из тренировочных штанов Nike, потертых джинсов Lois и рубашек Lacoste, которые носили с кашемировыми шарфами и джемперами, а поверх надевали длинные плащи от Burberry» (Sampson & Rimmer 1983: 20–22).

Таков был «футбольный шик». Школьники и молодые люди, живущие на пособие по безработице, грезил об этих весьма недешевых вещах и готовы были пойти на что угодно, лишь бы их заполучить; Кевин Сэмпсон рассказывает о том, какое отчаяние охватывало руководство компании Lacoste, когда от британских представителей приходил очередной отчет об охватившей торговую сеть эпидемии магазинных краж, погромов и актов вандализма: «...иногда они просто вырезают крокодилов бритвенными лезвиями, оставляя на рубашках огромные дыры».

Дик Хебдидж утверждает, что модные стили не возникают на пустом месте и не существуют сами по себе, но при этом вовсе не обязательно являются искусственным заменителем политической активности и взаимодействия

с «реальным миром». Субкультура и порожденные ею модные стили проецируют на себя глобальные конфликты, которыми охвачено общество, — в случае с панками и скинхедами речь идет о расизме. Панки действительно ощущали себя аутсайдерами — такими же, как чернокожие, они говорили: «Мы нигеры»; в то время как расистские настроения скинхедов, которые практически наголо брили головы и носили одежду, издевательски передразнивающую образ типичного работника (старомодные рубашки, помятые штаны на подтяжках, тяжелые кованые ботинки), казалось, «отражали реакцию консервативно настроенной части пролетариата на радикальные устремления „рабочего класса“ новой формации».

У чернокожих и представителей других этнических меньшинств также были свои оппозиционные стили, но в них, как правило, содержалось вполне осознанное послание. Гарлемская экспансия начала XX века породила множество вариаций на тему модной одежды — подчас весьма замысловатых и неумеренно пышных. В 1940-х годах городская чернокожая молодежь изобрела собственный, совершенно неповторимый стиль — «зут съют» (от англ. zoot suit). Костюм состоял из пиджака с преувеличенно широкими плечами на подкладке и широких сверху, но зауженных внизу брюк; и пиджак, и брюки были скроены таким образом, чтобы ткань ложилась роскошной волной. Словечко zoot принадлежит городскому джазовому сленгу 1930-х годов, однако истоки самого стиля «зут съют» скрываются где-то в историческом тумане; по этому поводу высказывалось несколько предположений, однако мне кажется наиболее вероятным, что первыми этот стиль примерили на себя потомки мексиканских рабочих мигрантов (из второго поколения детей, родившихся на территории США).

Во время войны, в 1943 году, «зут съют» стали причиной серьезных беспорядков: молодежные банды, состоявшие преимущественно из мексиканцев и чернокожих, одетых в такие костюмы, нападали на службу в портах Тихоокеанского побережья, не желая мириться с введенным режимом нормирования. Существенно то, что беспорядки на расовой почве сначала вспыхнули в Лос-Анджелесе и уже оттуда распространились по всему Западному побережью. Согласно одной из интерпретаций — наиболее популярной в то время (что ничуть не удивляет), «зут-сьютеры» были подонками общества, мелкими преступниками и уклонистами (при том что многих из них, как оказалось впоследствии, не брали в армию по медицинским показаниям), которые, играя мускулами, пытались возвыситься в собственных глазах.

К тому же не все «зут-сьютеры» были мужчинами. Были известны по меньшей мере две женские банды — «Ловкие цыпочки» (Slick Chicks) и «Черные вдовы» (Black Widows). Последние называли себя так, поскольку носили собственную черную «униформу», состоявшую из пиджака в стиле «зут съют»,

короткой юбки и чулок в сеточку. Активная и агрессивная роль, которую взяли на себя эти молодые женщины, наводит на размышления о том, что те беспорядки были не просто выражением юношеской склонности к неповиновению, но следствием неких фундаментальных и потенциально более опасных процессов и проблем, и речь идет скорее о бунте против бедности и социальной разобщенности, остро ощущавшейся в больших городах — и особенно теми, кто принадлежал к этническому меньшинству. Кроме того, они проистекали из неурядиц военного времени, в одночасье изменившего течение обыденной жизни и роль женщины в ней.

«Зут сьют» — это исключительно яркий пример символического контркультурного стиля, который стал причиной паники в обществе, что привело к реальной вспышке насилия, выплеснувшейся на улицы городов. «Зут сьют» был вызовом, декларацией права на этническую гордость и отказом от безропотного повиновения (Cosgrove 1984).

Малькольм Икс (Malcolm X), бывший в юности одним из «зут-сьютеров» и промышлявший мелкими кражами, сутенерством и торговлей наркотиками, позже отрицал существование каких бы то ни было позитивных коннотаций, связанных с этим стилем. Но вынесенный им «приговор» адресован скорее той амбивалентности, которая свойственна любой попытке использовать собственный стиль, чтобы бросить вызов обществу:

«Я пробирался через толпу в час пик на Центральном вокзале, и многие белые люди останавливались как вкопанные, чтобы на меня поглазеть. Покрой и все эти складки на костюме смотрелись особенно хорошо на тех, кто был высок ростом, а во мне было больше шести футов. Мои прямые волосы (англ. conks) были огненно-рыжими. Я выглядел настоящим клоуном, но мое невежество позволяло мне думать, что я „крутой“. Мои „сногшибательные“ оранжевые туфли были ни больше ни меньше как от Florsheim — по тем временам иметь в гетто такие туфли было все равно что иметь в гараже „Кадиллак“».

«Огненно-рыжий» цвет шевелюры был следствием домашних усилий, направленных на выпрямление вьющихся волос, для чего использовался щелок, чуть ли не насквозь прожигавший скальп:

«Когда Шорти разрешил мне встать и посмотреть в зеркало, мои волосы свисали чахлыми мокрыми веревочками. Моя башка все еще горела огнем... Боль затмевала то, что я пытался увидеть в зеркале. Наконец, я рассмотрел несколько прямых прядей, но когда такое с тобой в первый раз — чтобы твоя собственная голова так преобразилась, после того как ты всю

жизнь прожил в завитках — это словно получить обухом по голове... у меня на макушке была целая копна гладких, блестящих и сияющих рыжих волос — по-настоящему рыжих — и таких же прямых, как у белых...

Это был мой первый, по-настоящему большой шаг в сторону самодеградации» (Malcolm X 1965: 164, 137–138).

Через некоторое время Малькольм Икс угодил в тюрьму. Там он вступил в ряды «черных мусульман» (Black Muslims), а затем, уже после освобождения, стал политическим деятелем и продолжал заниматься политикой вплоть до 1965 года, когда он был убит.

Впоследствии протест против господствующего положения «белой культуры» и отказ ему подчиняться приняли более осознанный и явный характер. В моде на естественные, мелко вьющиеся «африканские» волосы и в девизе «Черный — значит красивый» (Black is Beautiful) было значительно больше идеологии, открыто утверждающей ценность неповторимого «черного» опыта. До 1960-х годов у большинства черных женщин и мужчин, живущих в западных странах, перед глазами были только белые «эталоны красоты», и они выстраивали собственный образ, подражая их примеру. Даже звезды эстрады, такие как участницы группы Supremes и Ширли Бэсси, выпрямляли волосы или носили парики.

Хотя мода как таковая не имеет ничего против этнического многообразия, положение дел долгое время оставалось таким же, как в 1920-е годы, — просто потому, что она сторонилась всего «слишком экзотического». Действительно, Дониэйл Луна, в 1960-е годы ставшая первой знаменитой на весь мир черной топ-моделью, пользовалась спросом на модном рынке как создание не просто экзотическое, но скорее даже диковинное («Это самолет? Нет. Это птица? Да... это Дониэйл Луна»), несмотря на то что для нее самой такое отношение — как к любопытному объекту — было невыносимым (Keenan 1977: 178).

Тем не менее в 1960-е, 1970-е и 1980-е годы появилось несколько разных стилей, «черное» происхождение которых не вызывало ни малейшего сомнения: одни — абсолютно оппозиционные, другие — комбинированные, например сочетающие в себе исконно африканские черты с заимствованиями из западной моды. В Британии мужчины-растафарианцы носят длинные дреды, надевая поверх них высокую, словно императорская корона, шапку, связанную из красных, золотисто-желтых и зеленых ниток. Это явный и осознанно подаваемый сигнал, который указывает на идеологическую принадлежность человека и одинаково понятен как его друзьям, так и недругам. Достаточно часто он провоцирует агрессивные действия со стороны окружающих, стычки случаются прямо на улице, но особенно острыми они бывают в условиях тюрьмы, где дреды могут насильственно отрезать. В аналогичном положении

находятся сикки, скрывающие свои длинные волосы под чалмой; к примеру, до недавнего времени их часто штрафовали и даже преследовали в судебном порядке за езду на мотоцикле без защитного шлема. (Конечно, истории известны случаи, когда ритуальному наказанию подвергались длинноволосые белые мужчины; так, в начале 1970-х годов два члена редколлегии журнала *Oz* угодили в Лондоне в тюрьму, и их принудительная стрижка оказалась в числе самых горячих новостей.)

Символическое значение длинных волос на голове мужчины — по крайней мере в современной западной культуре — выносит нас и за пределы моды (особенно в ее утилитарных проявлениях), и за пределы черного «подполья». Модные тенденции вполне могут вступать в союз с разного рода инакомыслием — особенно если речь идет о женской моде. Афро-карибская мода на прически, основным элементом которых являются косички, началась с заимствования традиционного африканского стиля и для многих имеет особый смысл: «Я горжусь своими африканскими корнями»; но она может использовать и некоторые традиционные западные приемы, например способы укладки кос — «корзиночкой» вокруг головы, как это было модно в 1940-е годы, или узлом на затылке, как в 1920-е.

Возможно, главное, что отличает оппозиционный, контркультурный стиль от оригинального афростиля, прямо и недвусмысленно указывающего на стремление к расовой или национальной самоидентификации, и от униформы, «докладывающей» о принадлежности человека к какой-либо политической либо религиозной группировке, — это его неоднозначность. В первые годы гарлемской экспансии модные течения, бравшие начало в негритянском гетто, казалось, стремились выразить страстное желание придавленного действительностью к земле городского населения (не только черного) привнести в свою жизнь хотя бы немного радости, красоты и яркого блеска; как правило, протестная манера одежды превращается в выдающееся явление только в том случае, если в ней одновременно проявляются бунтарство и гедонизм.

Иногда «выходящая за рамки» манера одеваться, неоднозначная уже по своей природе, может выражать всего лишь... некую двойственность. На первый взгляд, андрогинность некоторых рок-звезд, например таких, как Дэвид Боуи, шокирует. Определенно, дерзость шагнула за пределы старых границ, когда мужчина впервые примерил на себя макияж, а женщина обрила голову. Не берусь утверждать, что это наверняка так, но подобный стиль может оказаться не просто новой формой дендизма, но чем-то большим. В дендизме заключен не только бунтарский дух; находясь в обществе, денди всем своим видом показывает, что он «другой» и потому свободен от условностей и мнений, господствующих в этом обществе. Дендизм американских гетто 1950-х годов, значительно повлиявший на зародившиеся в то время музыкальные

направления, ставил ощущение собственной элитарности превыше отождествления себя с той или иной группировкой:

«Хипстер был типичным денди из низов, одетый как сутенер, стремившийся поразить своим холодным, заумным тоном — который должен был выделять его из огромной импульсивной толпы, что окружала его в гетто, — и всей душой тянувшийся ко всему, что есть в жизни прекрасного» (Goldman 1974).

Более того, скрытность — это верная спутница дендизма, а скромность — сестра андрогинности. Им совершенно чужда открытая аффилиация. Примечательно, что ни один артист из тех, кого можно назвать андрогинной звездой начала 1980-х, не «позиционировал» себя как гея. Они изо всех сил старались быть убедительными, намекали на бисексуальность, загадочно изрекали, что «любовь имеет много обличий». Во время грандиозной рекламной кампании, развернувшейся в конце 1983 года, Бой Джордж, бывший тогда солистом группы Culture Club, постарался свести на нет любые попытки заподозрить его в гомосексуальных наклонностях или в том, что он «живет как гей» (в чисто социальном плане). Он признал, что в прошлом иногда спал с мужчинами, но теперь: «Я лучше выпью чашку чая» (журнал Woman, 8 октября 1983 года). Он претендовал — и вполне оправданно — на то, чтобы стать частью великой британской эксцентрической традиции, а также частью освященной веками традиции британского театрального трансвестизма.

На что это похоже? Представьте себе, что гендер, признаки которого откровенно лежат на поверхности, вдруг разлучили бы с сексуальностью (причем именно потому, что он якобы и так красноречиво говорит сам за себя), оставив последнюю на неосвященной, но заботливо охраняемой территории частной жизни. Но может быть, эта беспросветная двусмысленность доказывает правильность самого модного из всех сексуальных «открытий» 1970-х годов, которое сводится к тому, что гендер и направленность сексуального влечения в конечном итоге являются «переменными величинами». В таком случае жесткая половая/сексуальная идентификация, в пользу которой ратует общество, поскольку именно она считается большинством из нас «естественной» и гарантирующей продолжение рода, — это в действительности фикция, которую нам навязали сексологи XIX столетия лишь для того, чтобы обуздать непокорную похоть и ограничить наши сексуальные и социальные роли.

Это может показаться странным, но в 1970-е годы широкое распространение получила манера одежды, связанная с девиантной сексуальностью. Как политическая сила движение «Фронт освобождения геев» (Gay Liberation Front — GLF) зародилось в Гринвич-Виллидж; перенесенное на британскую почву,

оно стало первым политическим движением, превратившим платье в знамя борьбы. Тем, кто боролся за права геев в 1970-е годы, еще только предстояло разувериться в незыблемости сексуальной идентификации; они были уверены в том, что «родились» гомосексуалистами. Первое, что должен был сделать член GLF, — это «объявить себя» гомосексуалистом, публично признаться, что он гей, — этот поступок носил характер символического, архетипического ритуала. При этом можно было пойти весьма драматичным путем — перенести со сцены в жизнь традиции «трансвестизма», с давних пор существовавшие в индустрии развлечений, и сделать частью своего повседневного — публично-го — имиджа макияж и frock, то есть платье. (Слово frock, которым называли старинные платья и сюртуки, было списано как устаревшее и отправлено «в чулан» в 1940-х годах. Его вернули к жизни хиппи, когда ими овладела страсть к изысканиям и раскопкам залежей секонд-хенда.)

Идея активистов GLF заключалась в том, что такое переодевание ниспровергнет стереотипные гендерные роли; для них надеть юбку и туфли на высоких каблуках означало отказаться от «мужских привилегий». Однако некоторые из них шли еще дальше. Они призывали избавиться от условного деления общества по какому угодно принципу и насаждать революционный образ жизни, который раз и навсегда положит конец индивидуализму:

«Долгие ночи проходили за бесконечными разговорами — мы кричали, убеждали друг друга, преодолевали барьеры, набивая болезненные синяки и ссадины. Это содрогалось под невиданным градом ударов... Так как мы не всегда имели возможность одновременно собираться всем коллективом в одном помещении, мы решили, что любой разговор, состоявшийся между двоими из нас или при большем стечении народа, затем должен быть пересказан тем, кто при нем не присутствовал. Это помогало нам бороться с парочками и фракциями.

В практическом плане начали происходить прекрасные вещи. Было восхитительно смотреть на то, как Ричард разгуливает в кардигане Лорны, Дженни в кальсонах Ричарда, а Джулия в моих туфлях. Вскоре мы перестали задумываться над тем, что когда-то каждая вещь кому-то принадлежала» (Walter 1981: 156–157).

Поскольку общество уже успело превратить свою сексуальность в проблему, молодым гомосексуалистам, возможно, было легче, чем кому бы то ни было еще, предпринять эту атаку на гендер. Однако нерешенной все еще оставалась одна болезненная проблема, связанная с их трансвестизмом: костюмы, в которые они наряжались, по сути, были карикатурой на традиционное женское платье, поэтому новоявленный «травести» сам зачастую становился

карикатурой на женщину, а это могло быть воспринято как оскорбительное проявление сексизма.

Среди геев возникло движение, поставившее себе целью возродить идеал настоящего мужчины. Гомосексуалисты середины 1970-х годов хотели громко заявить о том, что «голубые» — не хилытики, что мужественность не обязательно связана с сексуальной ориентацией. Из этого порыва родилась целая популяция образов-«клонов». В некотором смысле, все они были пародией на мужской идеал. «Клоны» носили джинсы, клетчатые фуфайки (как у лесорубов), свободные куртки, тяжелые ботинки из состаренной кожи; лицо такого мачо непременно украшали усы, хотя его подбородок и щеки всегда были чисто выбриты (см. Altman 1982). Этот стиль, удивительно напоминавший униформу, имел свои плюсы. Во-первых, «клоны» были легко узнаваемы — другие геи видели их издалека, но в то же время они не провоцировали агрессивной реакции со стороны гомофобов. Такой вид не оскорблял чувства сослуживцев, тем более что большинство обычных граждан даже не подозревали о том, что за ним кроется какой-то особый смысл. Этот маскарад позволял человеку чувствовать себя глубоко удовлетворенным: он открыто был геем, но большинство «натуралов» этого даже не замечали. Униформа «клонов» подчеркивала, что мир гомосексуалистов — это мир мужчин. К тому же человек любого возраста не выглядел в ней смешным: облысевший «клон» смотрится и чувствует себя куда как лучше, чем плешивый Ганимед, а массивный ремень и куртка летящего кроля удачно скрывали отросшее брюшко.

«Кожаные фрики» и СМ (садомазохисты) — как мужчины, так и лесбиянки — предпочитали еще более смелые наряды. Некоторые лесбиянки вернулись к вычурному стилю «буч и фам» (англ. butch and femme), образчики которого можно было видеть в клубах и барах в 1950-е и 1960-е годы; андрогинность и подъем феминистских настроений 1970-х годов сделали его немодным. Американские гомосексуалисты — и это общеизвестный факт — даже изобрели сложную систему сексуальных кодов, основанную на положении носового платка и связки ключей. Таким образом, пока одни — по крайней мере в авангардных кругах — обсуждали нестабильность гендера и подвергали сомнению постоянство сексуальной ориентации, другие придумывали все более и более изощренные способы точно передать направленность, характер и силу сексуального влечения.

Однако было бы ошибкой видеть в этих «подрывающих устои» явлениях большую значимость, нежели та, которой они действительно обладают. Когда в 1984 году Сюзи Менкес писала о моде на «андрогинное нижнее белье» и маскулинность в женской одежде, она предположила, что это будет «последний модный манифест, связанный с сексуальной революцией» (The Times, 1 мая 1984 года). Однако Сюзи Менкес еще предстояло обнаружить, что эта фор-

ма «обмена одеждой», открывающая дорогу «гендерно подвижному» стилю унисекс, — всего лишь еще одна новая причуда, и что (вот где самый существенный момент!) сегмент рынка, целевая аудитория, на которую она рассчитана, — это состоятельные гетеросексуальные пары, для которых андрогинность костюма — не сигнал к атаке на гендер, но всего лишь еще одно подтверждение метафизической близости, связывающей между собой всех представителей среднего класса.

Почему оппозиционные стили стали неотъемлемой деталью в жизни индустриального общества? В нестабильном обществе, которое при любых обстоятельствах тем не менее остается обществом всеобщего неравенства, отдельные индивиды и целые группы постоянно находят новые способы выделиться из толпы; более того, индивидуализм в этом обществе поощряется, а к любому инакомыслию до определенного момента относятся снисходительно. В этой «демократии богатства», где каждый волен быть по-своему неравным, а общество мечется между полюсом «игра на публику» и полюсом «собственное „я“», возникает некий зазор между железным порядком, который обеспечивает здравомыслие тела, и своенравным беззаконием эго.

Конечно, в таком обществе каждая новая идея становится зерном, попавшим на мельницу прибыли. Стилистические извращения и инновации не являются исключениями из этого правила, и любой человек (мужчина или женщина — неважно), который одевается так, чтобы поразить, в праве ожидать, что его появление будут восторженно приветствовать — точно так же как появление нового, доселе невиданного товара. При развитом капитализме

«художественное производство... полностью интегрировано в производство потребительских товаров: одержимость повышением валовых показателей или — в еще большей степени — выпуском продукции, которая может поразить своей новизной (от одежды до аэропланов), в условиях все увеличивающегося оборота, теперь возлагает все более важные конструктивные функции на эстетические инновации и эксперименты и наделяет их все большими возможностями.

Что из этого следует?

Когда мы утверждаем, что культура больше не обладает относительной автономией, которой наслаждалась когда-то... это не обязательно подразумевает ее исчезновение или утасание. Напротив: мы должны принять как данность, что распад той сферы, где культура существовала автономно, лучше представить себе как взрыв: это колоссальная экспансия культуры в социальную среду, до такой степени, что все явления нашей социальной жизни... смогут называться культурными» (Jameson 1984: 56, 87).

В этом мире, где мы буквально тонем в культурном потоке, оппозиционные стили не оставляют своих попыток, еще более неистовых, чем прежде, расшатать устои доминирующей идеологии, используя для этого самые массовые потребительские понятия, которые ее узаконивают или поддерживают. Радикалы, такие как Стюарт и Элизабет Юэн, относятся к подобным явлениям с осуждением, усматривая в «бунтарских модах» только рекуперацию протеста:

«Там, где можно было бы утверждать, что эта страсть к изменению могла бы реализоваться с большей пользой и смыслом в сфере согласованного социального действия, мода предлагает постоянно меняющиеся решения, которые устанавливают границы персональных возможностей, границы самосознания, а вместе с этим определяют каналы социального конформизма» (Ewen & Ewen 1982: 237).

Демократичность образа — всего лишь видимость. Еще один момент, который упускает из виду эта критика, — это тот самый, определенно, имевший место культурный «взрыв». А ее особая нетерпимость по отношению к моде логически может привести нас только к позиции франкфуртской школы, осуждающей всю массовую культуру за ее «продажность», — к позиции, которая, хоть это и не бросается в глаза, скорее всего, и лежит в основе критических замечаний. Юэны не принимают во внимание то, что в мире, где само по себе «согласованное социальное действие» (в традиционном смысле) может быть проглочено постмодернистской культурой (так большевистская революция превращается в кассовый фильм «Красные» с Уорреном Битти и Дайан Китон в главных ролях), культурные артефакты *должны* быть доступны для любой критики, даже если это представляет для них опасность; как предположил Джордж Мелли, с симпатией относящийся к массовой культуре, это может превратить «протест в стиль».

Вальтер Беньямин назвал такую эстетизацию политики тенденциозной в фашистском духе (Benjamin 1973b: 243–244). Когда политика подвергается эстетизации, то есть когда политическая активность оценивается с точки зрения ее «красоты» — и неважно, какими будут ее последствия, это приводит к тому, что стиль ценится превыше гуманности, а внешние эффекты — превыше страдания, как уже бывало при фашистских режимах. Беньямин напоминает опыт футуристов, которые воспевали «красоту» узоров, создаваемых рвущимися снарядами, сметающими и поднимающими на воздух ряды кавалерии, убивая и калеча солдат и лошадей. В качестве еще одного примера можно взять фильм Лени Рифеншталь о нюрнбергском съезде, где камера превращает охваченные приступом фанатизма ряды нацистов в неотразимой красоты узор из света и тени. Так происходят *подмена смысла* реальных событий и оправдание жестокости и убийства — и все это «исключительно» во имя стиля.

Как заявил Джеймсон, постмодернистская культура в целом обязана принять такие обвинения в свой адрес; в то время как мода, занимая особое, всегда неустойчивое положение, пока еще не переступила эту грань. В силу того что мода, как и сам капитализм, настолько противоречива, она по меньшей мере обладает потенциальной возможностью усомниться в правильности той идеологии, на службу которой ее пытаются поставить, — так же как любое другое популярное направление культуры и искусства; это преимущество сохраняется за нами до тех пор, пока мы занимаем определенную и обоснованную политическую позицию, позволяющую нам смотреть на происходящее критическим взглядом (именно этой основы недостает рассуждениям постмодернистов). Судя по всему, даже советские художники в 1920-е годы полагали, что разработка новых моделей одежды — это дело, заслуживающее их пристального внимания. Художник-конструктивист и дизайнер одежды Варвара Степанова в нескольких фразах сказала о моде больше, чем Пату и Шанель смогли сказать за всю жизнь:

«Сегодняшнюю одежду нужно рассматривать в действии — вне его это не одежда, точно так же нельзя понять, на что способна машина, пока она стоит без работы... швы — а это главный элемент кроя — уже сами по себе придают платью форму. Проверьте, как платье сшито, крепкие ли строчки и прочее, точно так же подобные вещи прекрасно видны в машине» (Anscombe 1984: 95).

Среди других художников-конструктивистов, заинтересовавшихся дизайном одежды в тот же период, были В. Татлин и К. Малевич. К сожалению, в связи с экономическими трудностями, возникшими в результате Гражданской войны, разработки этих художников, предназначенные для массового производства, так и не были востребованы в массовом объеме; однако их усилиями презентация прототипов нового, настоящего революционного стиля в одежде все-таки состоялась; как писал один автор в 1923 году, разнообразие крестьянской одежды и ее яркое многоцветие сочетались в нем с плавным кроем и практичностью, так как представленная одежда подходила и для работы на производстве, и для жизни в большом городе. Советских модельеров того периода также интересовали спортивная одежда и перспективы ее интеграции в повседневную жизнь. Но равным образом они были нацелены и на то, чтобы соединить индустриальный и традиционный стили с геометрическим модернизмом высокой моды 1920-х годов.

Идеологическую значимость одежды не отрицало и общество — это подтверждает дискуссия, развернувшаяся на страницах «Комсомольской правды», газеты Коммунистического союза молодежи, в июне 1928 года. Автор

заметки был критически настроен по отношению к «униформе», которую носили комсомольцы, особенно ему не нравился «монотонный хаки», потому что «это угрожает превратиться в барьер, который отделит... высшие эшелоны Коммунистического союза, лучших из лучших, от остальной массы». Согласно мнению того же автора, лучшим ответом на это могла бы стать настоящая советская мода, способная потягаться с выставленными в московских магазинах моделями заграничной от-кутю, которым бездумно подражают затесавшиеся в ряды советской молодежи денди»<sup>2</sup>.

И все же более типичная «революционная» точка зрения, которой придерживались многие утописты и реформаторы тех лет, заключалась в том, что мода — недостойное явление, в котором не нуждается прогрессивное общество, поэтому ее надо упразднить.

# Утопическое платье и реформа костюма

Меня удивляет, какую власть имеют макияж и костюм...  
Я смотрю на образ как на упаковку. Почему бы нет? Когда люди  
воспринимают что-то слишком серьезно, это можно обыграть.

*Энни Леннокс, солистка группы Eurythmics.  
Sunday Times, апрель 1984 года*

Движущий XIX столетием дух научного познания оказал мощное влияние на выросший из недр капитализма социализм. Целью марксизма было унизить капитализм, показав все *недостатки и пороки* капиталистического подхода к производству; Маркс и Энгельс назвали свою политическую теорию *научным социализмом*.

Осуждая капитализм и говоря о его возможных альтернативах, социалисты XIX столетия уделяли неожиданно много внимания одежде. Марксизм, так же как и утилитаризм, повлиял на взгляды Торстейна Веблена. Он понимал проблему эксплуатации женщин именно в марксистском ключе, говоря о том, что они играют двойственную роль, будучи одновременно потребителями и собственностью. В своих полемических работах он выступал против угнетения женщин; но, к сожалению, его взгляды на женскую моду стали прочно ассоциироваться с феминизмом.

Реформа костюма — предприятие, в котором удивительным и неповторимым образом нашла выражение викторианская серьезность намерений (несмотря на то что сама реформа продолжилась и по окончании XIX столетия), — изначально связана с некоторыми религиозными общинами, обосновавшимися в Соединенных Штатах. В этой стране обширные предпосылки такой реформы сложились еще раньше, в самом начале XIX века, возможно, под влиянием примера, который подавали квакеры, одевавшиеся очень просто; однако реформа костюмов, несомненно, связана и с другими прогрессивными мировоззренческими течениями. В поселениях последователей социалиста Роберта Оуэна и другие коммунах, таких как Брук-Фарм, Онейда и Нью-Хармони, не боялись экспериментировать с упрощенными формами одежды — женщины здесь отказывались от корсетов, носили укороченные юбки и даже что-то наподобие брюк (Banner 1983). В британских коммунах оуэнитов женщины также позволяли себе одеваться не так, как принято. Например, в 1840 году местная

газета сообщала о том, что женщины из коммуны Манеа-Фен одеваются в брюки и «носят волосы локонами» (хотя из заметки неясно, какой длины волосы подразумевались под этими «локонами») (Taylor 1983b: 255). Во Франции в 1830-е годы существовали коммуны социалистов, где существовала «обязательная форма одежды для представителей обоих полов, которая застегивалась сзади на пуговицы, что не позволяло человеку самостоятельно одеться и раздеться, — таким образом еще больше нагнеталось ощущение всеобщей взаимозависимости» (Kunzle 1982: 122).

Исходя из всего этого, реформу костюма легко связать с феминистическими идеями. Самая известная попытка разом преобразить женское платье была предпринята группой американских феминисток в 1851 году. Костюм, который они для себя изобрели, состоял из шаровар на турецкий манер и перехваченной поясом туники с вполне традиционным по стилю и фасону женственным лифом. Его окрестили «блумерами» — в честь американской феминистки Амелии Блумер, а благодаря ее подруге и соратнице Элизабет Кэди Стентон он действительно был некоторое время популярен в узких кругах суфражисток (Banner 1983). Однако им пришлось от него отказаться, поскольку он стал причиной насмешек, которые были направлены и на саму борьбу за права, которой посвятили себя феминистки. Из-за него феминизм стал ассоциироваться с мужеподобием. В Великобритании феминистки стали любимой темой для насмешек, Punch особо усердствовал, пытаясь представить их взгляды как совершенно противоестественные; хотя та одежда, над которой глумились авторы Punch, зачастую была не только феминистской, но и по-настоящему модной (Adburgham 1961).

Однако в тот же самый период в Великобритании звучал еще один голос оппозиции, ратующий за обновление моды. Он исходил от кружка художников-праерафаэлитов, основанного в 1840-х годах. Главная цель, которую они перед собой ставили, — правдивое изображение природы (естества). Их вдохновляла живопись раннего Ренессанса (отсюда и название); следуя своим романтическим представлениям о простоте средневекового стиля, они «сочинили» особый стиль для женской одежды. Джордж Уоттс описал эстетические принципы, которые должны лежать в основе костюма. Мать Джона Милле изобретала и собственными руками создавала костюмы для его моделей; Элизабет Сиддал и Джейн Моррис, возлюбленные и модели праерафаэлитов, носили специально придуманные и сшитые для них одежды не только, когда позировали для картин, но и в повседневной жизни. Праерафаэлиты отвергали как кринолины, так и модный в те времена спущенный ниже линии плеч вырез, который, вместе с тугой шнуровкой корсета, не позволял женщине поднять руки вверх. В стиле праерафаэлитов при высокой пройме сам рукав часто был очень пышным и сильно присборенным у плеча. Они освободили своих женщин от корсета;

миссис Ховейс, в 1870-е годы считавшаяся мерилом вкуса и образчиком стиля, подчеркивала эту стилистическую особенность:

«Первое правило красивого платья: оно не должно противоречить естественной форме человеческой фигуры... Одно из важнейших достоинств — изящная фигура; следовательно, одно из самых заметных и ценных нововведений школы прерафаэлитов — это талия. Первое, к чему нужно стремиться, — это „античная талия“, которую вульгарный ум сочтет ужасно толстой — толстой, как у Венеры ди Медичи, толстой, как у еще более величественной Венеры Милосской» (Haweis 1878 цит. в: Newton 1974: 53).

Примечательно, что примеры, на которые ссылается миссис Ховейс, взяты не из природы, а из классического искусства. Греческое искусство оказало глубокое влияние на викторианцев. Е.У. Годвин, архитектор, творивший в пору позднего викторианского «возрождения», сочетал эллинский стиль с вошедшими в моду в конце XIX века японскими мотивами. Его любовница, актриса Эллен Терри «одевалась то в греческие хитоны, то в кимоно» (Jenkyns 1980: 301), а каталог Liberty в первые годы XX столетия учил своих читателей, что значит придерживаться греческого стиля в одежде.

В таких каталогах находили отражение и другие модные тенденции того периода; в них можно было найти изображения совершенно невероятных платьев, подходящих скорее для карнавала — например, вечерних туалетов в духе средних веков или XVIII века. Это было своего рода наследие Викторианской эпохи с ее любовью наряжаться. Однако современные условия жизни способствовали росту самосознания, поэтому и мужчинам и женщинам становилось все труднее довольствоваться рамками своих традиционных социальных ролей. Возможно, такой «маскарад» позволял им избавиться хотя бы от части тревог и раскрепоститься. (Это прекрасно соотносится с тем, как «костюмный период» и ощущение точной периодизации вдруг становятся чрезвычайно востребованными на сцене и/или в живописи.)

Но в то же самое время викторианцы свято верили в то, что лучшие произведения искусства — это те, что наиболее достоверно передают естественность и «правду жизни». Эта путаница, связанная с взаимоотношениями между природой и искусством, сопровождала всю историю реформы костюма и продолжает преследовать нас по сей день. И хотя мы перестали держаться за убеждение, что цель и задача искусства — копировать видимые проявления природы, в нас еще сильна вера в то, что одежда непременно должна иметь «естественную» форму. Однако поиски этих «естественных» форм могут превратиться в бессмысленные скачки с препятствиями, поскольку тот, кто верит в подобные проекты, должен отрицать или по крайней мере не признавать

тот факт, что одежда больше не является простой жизненной необходимостью — что мы ее носим не только для того, чтобы стыдливо прикрыть нагую плоть или уберечься от холода и других климатических неудобств. Сегодня одежда — это сложное и неоднозначное культурное явление, так же как и сами представления цивилизованного человечества о человеческом теле.

Стелла Мэри Ньютон описывает реформу костюма как «один из очень немногих примеров попытки отвергнуть фундаментальные принципы, на которых стоит цивилизация». Тем не менее не все «реформаторы» были однозначно и решительно настроены против моды как таковой. Так, Ада Болин в 1885 году писала о том, что реформа костюма должна принимать в расчет существующую моду, поскольку «женщины... боятся выглядеть смешно и имеют на то причины» (Ballin 1885). Главная цель, которую она преследовала, была не отойти от моды, но сделать одежду более «здоровой», как и образ жизни в целом, поэтому она пропагандировала физические упражнения и шерстяное нижнее белье, полагая, что хлопок хуже впитывает выступающую на коже влагу. Она старалась привлечь внимание общественности к опасностям, которые таят в себе искусственно окрашенные ткани, поскольку в те времена в состав красителей действительно входили ядовитые вещества; но она же придерживалась мнения, что «без корсета упитанная девушка выглядит скорее как бесформенная, колышущаяся гора жира», и была вовсе не против этой детали женского туалета. Кроме того, она признавала, что границы реформы определяются, с одной стороны, степенью консерватизма, а с другой — силой постоянного стремления к новизне.

Некоторые члены медицинского сообщества еще в начале XIX века призывали оздоровить и женский и мужской гардероб. То, что викторианская манера одежды противоречит гигиеническим нормам и ограничивает свободу человека, считалось общепризнанным фактом; и не случайно в 1884 году в Южном Кенсингтоне (Лондон) состоялась Международная выставка здоровья — International Health Exhibition. Ее популярность стала красноречивым доказательством растущего интереса к вопросам здоровья и реформе костюма. Разделы, посвященные питанию и одежде, были особенно популярны у посетителей; юбка-брюки собрала вокруг себя огромную толпу, а демонстрация потогонных методов производства (на предприятиях, выпускавших перчатки и одежду) стала причиной настоящего потрясения и дала основания для соответствующих комментариев. В середине 1880-х годов было основано Общество рационального костюма (Rational Dress Society), которое ставило перед собой цель найти такие формы одежды, которые сочетали бы в себе пользу для здоровья, удобство и красоту (Newton 1976).

Именно в этот период доктор Густав Йегер, профессор зоологии и физиологии Штутгартского университета, выдвинул идею, что человеку следует

носить шерстяные вещи на голое тело (и спать на шерстяной простыне под шерстяным покрывалом), поскольку лишь волокна животного происхождения могут предотвратить задержку исходящих от тела «вредоносных испарений». Согласно очерку в *The Times* (увидевшему свет 4 октября 1884 года и перепечатанному в номере от 7 февраля 1984 года), теорию Йегера «наглядно подтверждали научные эксперименты и доказывал практический опыт». Научные взгляды Йегера — и многих других сторонников реформы — основывались на ошибочном убеждении в том, что «будучи животными, мы должны одеваться, как животные» и что человечество станет здоровее, если откажется от культуры. Он разработал специальный «оздоравливающий» костюм: сделанный исключительно из шерсти, он не прикасался к коже ни одним швом. Такие комплекты, или нательные костюмы, были чрезвычайно популярны среди британской интеллигенции. Оскар Уайльд и Бернард Шоу (который самому себе напоминал в таком костюме редьку) были преданными последователями идей Йегера; а его завет «носить шерсть на голое тело» стал несомненным нравственным императивом как минимум для целого поколения.

Йегер был уверен в том, что «коммерческие» красители, так же как волокна растительного происхождения, отравляют человеческий организм. В свою очередь, прерафаэлиты отказывались от использования химических красителей из эстетических соображений. Производство анилиновых красителей из каменноугольной смолы впервые было налажено в Германии в 1850–1860-е годы; они позволяли воспроизводить новые, кричащие, «химические» оттенки цветов — такие, как электрик, маджента («фуксин», названный в честь сражения при Мадженте), ядовито-зеленый («оттенок лайма»), горчичный, сернисто-желтый, цвет морской волны и далее в том же духе. Прерафаэлиты — в знак протеста против этой мерзости — подчеркивали, что они используют только натуральные, в основном растительные красители, которые наполняют их живопись как богатыми, насыщенными, «драгоценными» красками, так и «ускользающими», приглушенными тонами. Миссис Ховейс цитировала Джона Рёскина, который сказал: «...не существует цветовой гармонии высшего порядка до тех пор, пока палитра включает неопишуемые оттенки». Со своей стороны она была убеждена в том, что цвета становятся прекраснее, по мере того как время лишает их яркости и чистоты оттенка. В интерпретации Liberty эта эстетика превратилась в то, что острословы вслед за Гилбертом и Салливаном называли *greenery gallery* (это словосочетание впервые прозвучало в их комической опере «Терпение» (*Patience*)), а женские журналы описывали с нескрываемым сарказмом:

«Магазины Liberty — прибежище покупателей с артистическим вкусом. Обратите внимание на эту даму, облаченную в зеленые шелка салатного оттенка, какие бывают только у Liberty, дополненные еще более сомни-

тельными желтоватыми лентами, поясом и шляпой (их цвет определенно наводит на мысли о плохо приготовленном салате), посмотрите, как глобокомысленно она и ее юный спутник, одетый в коричневый костюм со странными вырезами в странных местах, через которые проглядывает что-то розоватое, оттенка лососины, рассуждают о негативном и позитивном „значении оттенков“ и об изысканной прелести полутонов» (Ibid.).

В 1890-е годы многие черты эстетского стиля постепенно интегрировались в повседневную моду. На смену турнюрам и кринолинам наконец пришли длинные узкие и прямые юбки; в моду вошли высокие плечи, а вскоре и зауженные книзу конусовидные рукава; физические упражнения, занятия танцами и спортом — совместно с изменившимися взглядами на роль женщины — начали оказывать свое влияние на высокую моду. Кэтрин Энтони в своих заметках 1915 года выказывала уверенность в том, что на Поля Пуаре оказали влияние те изменения, которые внесли в стиль одежды феминистки Германии и скандинавских стран, хотя сам он ни за что бы с этим не согласился. Но уже в 1900 году бельгийский модельер Хенри Ван де Вельде продемонстрировал образцы «реформистского стиля» в Керфельде, центре германской текстильной промышленности; и его дизайнерские решения, где не было места корсетам, на смену которым пришла завышенная линия талии, а также лежащий в их основе «архитектурный принцип» были весьма созвучны тому, что делал Пуаре<sup>1</sup>.

Даже американская девушка Гибсона, которую многие феминистки воспринимали как прототип «новой женщины» 1890–1900-х годов, могла претендовать на свое местечко на генеалогическом древе, ведущем начало от прерафаэлитов. Создавший этот образ Чарльз Д. Гибсон во время поездки по Европе нанес визит Джорджу Дюморье, который был не только ведущим иллюстратором Punch и одним из лучших и известнейших литографов своего времени, но также «одним из первых членов прерафаэлитского братства» (Banner 1983).

В 1890-е годы социализм в Великобритании часто ассоциировался с реформой костюма. Художники-социалисты Уолтер Крейн и Уильям Моррис рассматривали костюм как форму выражения общественных взаимоотношений. Эдит Несбит, автор детских рассказов и жена Хьюберта Бленда, а также известная последовательница фабианства, носила короткие волосы и «социалистические одежды». Артистические или «богемные» наряды такого сорта, по-видимому, часто ассоциировались с полным отказом от условностей и буржуазного образа жизни. До нас дошло описание некоего преисполненного социалистического духа оратора, «свободного и чуждого условностей, как в поведении, так и в манере одежды», а также «донельзя изношенной шляпы, венчавшей его всклокоченную голову» и «колоритного плаща на случай дождливой погоды» (Rowbotham & Weeks 1977: 68).

Эдвард Карпентер, профеминистски настроенный социалист, ратовавший также за права гомосексуалистов, обычно носил широкие штаны до колен и сандалии. Жители деревни, в которой он устроил свою резиденцию в поисках более аутентичного (близкого к природе) образа жизни, столбенели при виде этой обуви и торчащих из нее босых пяток и пальцев. В 1894 году один из соратников по социалистической борьбе, перебравшийся на Западное побережье Соединенных Штатов, написал ему письмо с просьбой прислать сандалии; «в своем письме [он] восторгался тем освободительным эффектом, который обещает ногам избавление от туфель... Наконец-то человек становится настоящим хозяином своего тела» (Ibid.: 116).

Примерно в это же время Стелла Мэри Ньютон высказала предположение, что восприятие и значение подобной манеры одежды несколько изменилось. Она полагала, что теперь реформа костюма имеет под собой не только нравственную и гигиеническую подоплеку — она стала символом изменившегося эстетического вкуса и новых политических воззрений. Отныне человек носил «социалистические одежды» не только потому, что надеялся, что в них ему будет удобнее, но и для того, чтобы показать, *кто он есть*. Таким образом, манера одеваться превращается из общественного манифеста в способ самоидентификации, и эта смена акцентов делает ее одним из самых «передовых» и современных методов самовыражения.

Вопрос о реформировании женского гардероба полностью утратил актуальность после 1914 года. 1920-е годы настолько упростили женское платье, что оно стало даже более практичным и гигиеничным, чем мужской костюм. Мужчины по-прежнему томились в тисках высоких крахмальных воротничков и изнывали под гнетом плотных, тяжелых материалов, из которых изготавливали верхнюю одежду, обувь и белье. Что уж говорить о брюках, которые так ненавидели реформаторы, уверенные в том, что этот предмет одежды уродует естественные очертания ног и лишает тело воздуха. И если до 1914 года сторонники реформы боролись за всеобщее право носить короткие широкие штаны, то теперь их идеалом стали мужские шорты.

Дж.К. Флюгель был не только профессиональным психоаналитиком, но и убежденным сторонником реформы; его книга, посвященная одежде, увидела свет в 1930 году. Он надеялся, что когда-нибудь одежда станет воплощением демократических идеалов, и был видной фигурой в Партии в поддержку реформы мужского костюма (Men's Dress Reform Party). Согласно его мнению, увеличение длины юбок в конце 1920-х годов (инициатором которого стал Жан Пату) должно было возродить интерес к реформированию женского гардероба; он ссылаясь на Общество в поддержку разумного стиля (Sensible Dress Society), «вдохновленное стремлением сохранить короткие юбки».

Флюгель признавал важность эстетических соображений при выборе стиля одежды, но также верил в то, что костюм может воплощать в себе те демократические ценности, поборником которых был он сам:

«Костюм следует освободить как от разрушительной соревновательности и коммерческого духа моды, так и от недопустимого консерватизма „узаконенного“ стиля. Разумный подход к оценке целей и средств вкупе с обращением к высочайшим стандартам современного эстетического вкуса должны прийти на смену лихорадочным поискам „новизны любой ценой“ и слепому следованию традициям» (Flugel 1930: 218).

В отличие от большинства психоаналитиков, Флюгель ничуть не был обеспокоен тем, что в перспективе одежда может утратить всякие различия по половому признаку. Он был сторонником того, чтобы она подчеркивала множественные различия между индивидами, а не то «единственное», что отличает мужчину от женщины.

В конце своей книги Флюгель рисует утопическую картину, воображая, как основанное на принципах коллективизма государство будет регулировать производство одежды — таким образом, чтобы все создаваемые на его фабриках вещи были одинаково элегантными, функциональными и эгалитарными; в некотором отношении это его предсказание сбылось в годы Второй мировой войны, когда главным мерилом ценности вещей стала их практичность. В действительности он пошел даже дальше, поскольку в своих заключительных доводах выразил точку зрения, которой широко придерживались научно мыслящие интеллектуалы в период между Первой и Второй мировыми войнами, и воздал должное популярной в те времена, но очень странной идее — положить конец не только моде, но и одежде как таковой:

«Основополагающий принцип бытия требует... чтобы мы систематически позволяли себе осознавать собственное тело в его неискаженном естестве. Таким образом, эстетический вкус по мере своего развития склонен все больше и больше примиряться с естественными человеческими формами и стремится подчеркнуть и выставить напоказ их красоту в большей степени, нежели скрыть их недостатки или подменить ее красотой иного рода, чуждой нашей анатомии. Продолжающийся характер этого процесса означает, что акценты непременно должны сместиться на тело как таковое, в то время как одежда перестанет привлекать к себе внимание... Полное примирение с телом может означать, что эстетические изменения, поправки и нагромождения на теле, которые дает нам одежда, больше не будут восприниматься нами как необходимые или желанные; нужда

в одежде фактически отпадет... Скромность... как только мы признаем сущностную неоднозначность ее природы, больше не будет обоснованным аргументом против наготы; то же самое в долгосрочной перспективе касается и экономики» (Ibid.: 234–235).

Чтобы поддержать эту точку зрения, Флюгель ссылается на теоретические выкладки «новой науки евгеники», которая

«... подчеркивая важность полового отбора ради будущего благоденствия человечества, вносит свой вклад в копилку аргументов в пользу гигиены и эстетики и требует, чтобы мы придавали должное значение собственному телу — если не во имя себя, то во имя грядущих поколений» (Ibid.: 233).

Идея «научной селекции» была одним из главных увлечений многих политиков в 1930-е годы — они мотивировали это стремлением улучшить человеческую расу, используя для этого не социальные, а научные средства, поскольку полагали, что ее развитие определяется в первую очередь генетикой, а вовсе не условиями среды. Она была одинаково популярна и среди ученых-коммунистов, и среди тех, кто придерживался ультраправых политических взглядов; ее отголоски слышны в утопических фантазиях некоторых писателей того времени<sup>2</sup>. Порожденная ею одержимость расовым совершенством и прочные ассоциации с верой фашистов в абсолютную чистоту расы дискредитировали евгенику, и после Второй мировой войны ее идеи были забыты.

Вопрос «как должен одеваться человек» всегда оказывался в центре внимания авторов литературных утопий; так что викторианцы были далеко не первыми, в чьих головах родилась мысль о том, что в разумном, справедливом и счастливом обществе не должно быть никакой моды. В 1551 году Томас Мор придумал целый мир, который назвал Утопией (что означало «место, которого нет» или «нигде» — отсюда и название утопического романа Уильяма Морриса «Вести ниоткуда» (*News From Nowhere*)); население Утопии одевалось в «бесцветные» одежды, скроенные по одному образцу. Со стороны Мора это было проявлением пуританства и критикой процветавшего при дворе Тюдоров показного расточительства, невоздержанности аристократии и социального неравенства, усугубленного зарождающимся торгашеским капитализмом. Помимо прочего, Мора вдохновляла простота североамериканских индейцев, некоторые обычаи которых были известны по описаниям Америго Веспуччи (Morton 1952).

В пуританстве Томаса Мора были особый смысл и рациональное зерно, поскольку высшее общество, с которым он соприкасался, роскошествовало за счет чужого ручного труда. В придуманной им Утопии никто не должен был

работать больше шести часов в день, что не позволяло утопийцам производить ничего, кроме продуктов и предметов первой необходимости.

Автор «Робинзона Крузо» Даниэль Дефо косвенно признал, что человек нуждается в одежде и испытывает потребность как-то себя приукрасить. Однако Джонатан Свифт в «Путешествиях Гулливера» высказал взгляды еще более экстремальные, чем идея избавить род людской от одежды, которую пытался развить Флюгель: роль идеальной расы или «сверхлюдей» он отвел возвышенным духом и в высшей степени рационально мыслящим лошадям.

По прошествии веков политический подтекст литературных утопий существенно изменился. В период романтического брожения умов утопическая критика была однозначно направлена против капиталистической системы. Однако с тех пор воображаемые общества не раз становились как выражением тоски по социализму, так и воплощением всех его недостатков.

Фабианство (одно из направлений утилитарного социализма) поддерживало в своих последователях гиперрационалистические взгляды на жизнь и особо симпатизировало идее искусственного отбора «наиболее приспособленных», которую выдвигала евгеника. Во многих фантастических произведениях начала XX века высшей или конечной формой воплощения человеческого существа оказывалась машина, поскольку, как бы то ни было, любой механизм устроен более рационально, чем живой человек. Некоторые писатели воспринимали «социализм» и «науку» как синонимичные понятия; они верили в то, что социальный прогресс движут не политические достижения, но «чудеса науки».

Таких взглядов придерживался Герберт Уэллс. А также Джеральд Хёрд. Позже Хёрд переехал в Калифорнию и стал буддистом (на этом поприще его последователем был Кристофер Ишервуд), но в 1924 году он опубликовал работу «Нарцисс, или Анатомия одежды» (*Narcissus: An Anatomy of Clothes*). В ней, несмотря на то что одежда очевидно является для него предметом восхищения, Хёрд призывает отказаться не только от нее, но и от тела как такового. Он предполагает, что использование одежды — это своего рода форма эволюции тела, которое, идя по пути развития, исчерпало предел собственных возможностей, в силу чего любое продвижение человека вперед по пути эволюции теперь неизменно связано с одеждой. А поскольку эта эволюция стремится все дальше и дальше:

«...Не станет ли архитектура для нас тем, чем когда-то была одежда? В роли основного материала будут выступать скелетные структуры, поддерживающие систему циркуляции, которая уже начинает становиться рукотворным подобием той, что существует в теле... Если мы научимся, подобно улиткам, повсюду носить с собой свой мобильный дом, он станет нашим костюмом и неотъемлемой частью жизни» (Heard 1924: 142).

Хирургическая и гормональная коррекция тела будут более совершенными «инструментами» по сравнению с «тупой бритвой и корсетом», и в конце концов:

«Наши тела могут встать на путь полного исчезновения... И впрямь, что помешает нам воплотить в жизнь грандиозное пророчество мистера Уэллса и, подобно марсианам, целиком превратиться в снабженные щупальцами мозги?» (Ibid.: 155).

В конце 1930-х годов похожую утопическую картину нарисовал выдающийся ученый и член коммунистической партии Дж.Д. Бернал. В его мире будущего также должен был восторжествовать рационализм: наступит день, и соображения разума подчинят себе биологическую «плоть» и «демона» человеческой психики, и человечество станет «абсолютно возвышенным» (Bernal 1929: 57 цит. в: Wood 1959: 139). По сути такие удивительные теории — это всего лишь крайнее проявление механистического подхода к жизни, основанного на сверхнаучной, сверхрационалистической идеологии.

К числу других, более разумных путей реформы костюма можно отнести протесты и кампании против жестокого обращения с животными. Меха, перья и натуральная кожа (в том числе змеиная и крокодиловая) были весьма востребованы женщинами, которые желали выглядеть модно; поэтому массовое уничтожение животных и птиц по всему свету стало одним из «достижений» и доказательств мирового господства западной цивилизации. В промежутке между 1860 и 1921 годом мода на украшенные перьями женские шляпы стала причиной чудовищной бойни — сперва захлестнувшей Британию, где ее жертвами стали чайки и моевки (иногда крылья вырывали у еще живых птиц, оставляя их мучиться в долгой агонии на морском побережье), а затем перекинувшейся на британские колонии и другие страны третьего мира, где добывалось более экзотическое «сырье» для модной индустрии.

К 1898 году объем экспорта перьев белой цапли из Венесуэлы достиг 2839 килограммов, для чего — по приблизительным подсчетам — было убито порядка двух с половиной миллионов птиц. Несмотря на то что страусов одно время разводили на специальных фермах, в дикой природе их преследовали с тем же бездумным азартом, что и райских птичек и еще более редких лирохвостов, австралийских щитоносных птиц, кетцалей и алых танагр.

Хотя Общество защиты птиц было учреждено в Великобритании еще в 1889 году, закон, запрещающий массовые поставки перьев, не принимали до 1921 года. Однако к этому времени мода на женские шляпки с перьями сошла на нет сама собой (Haynes 1983: 26–31).

С недавних пор кампании против жестокого обращения с животными возобновились. Их цель — защитить от исчезновения редкие виды диких животных, остановить производство одежды из их меха и шкур, а также украшений из слоновой кости. Кроме того, активисты движения протестуют против использования подопытных животных для тестирования косметики и даже против производства продуктов на основе ингредиентов животного происхождения. Все это — часть более широкой кампании «за освобождение животных», в контексте которой традиционное животноводство приравнивается к промышленному разведению норки для нужд скорняжной промышленности, а разведение кур-несушек и бройлеров рассматривается как еще один пример человеческой жестокости, не заслуживающий снисхождения точно так же, как уничтожение зверей и птиц в дикой природе.

Другая форма протеста против роскоши, несправедливых привилегий и эксплуатации вылилась в отказ от формального, «подобающего» стиля одежды для официальных случаев и великосветских собраний. В 1906 году независимый депутат от Рабочей партии Кейр Гарди поверг в ужас своих коллег-парламентариев, появившись в палате общин в кепке — такой же, как носили рабочие. В конце 1940-х годов Эньюрин Бивен, игравший в правительстве лейбористов роль левого крайнего нападающего, отказался надевать смокинг, идя на обед в Букингемский дворец. Не так давно в борьбу за послабления включились те, кому носить униформу положено по статусу, — школьники, представители отдельных профессий, заключенные в тюрьмах и даже священнослужители. Тем не менее только самый упрямый в своем радикализме врач может позволить себе явиться в палату к больным в «неформальной» одежде и только в самых «прогрессивных» тюрьмах заключенным позволяют одеваться как им нравится.

Как показывают исследования, несоблюдение условностей в одежде указывает на некое отступление от правил, которые диктует роль, возложенная на человека, либо отказ верить в убеждения, которым подчиняется система. Особенно показательна в этом отношении профессия социального работника — в силу того, что она всегда заставляет человека играть неоднозначную роль. До недавнего времени многие социальные работники придерживались неформального стиля — в знак солидарности со своими подопечными или для того чтобы просто расположить их к себе и облегчить общение. Подчас это дискредитировало их в глазах полиции, судей и общественности. В 1983 году журналист Community Care писал в репортаже о продолжающемся противостоянии в одном из районов Лондона: «Немытым соцработникам из Бексли было приказано привести себя в порядок». Начальник социальной службы этого района издал приказ, касающийся всех его подчиненных, в котором осуждал «излишнюю неформальность их одежд или их пристрастие к пренебрежению

услугами парикмахера». (Он, однако, не пояснил, что именно подразумевает под «пренебрежением услугами парикмахера» — радикальную стрижку «под ноль» или абсолютное нежелание стричься со всеми «произрастающими» из этого последствиями.) Тогда же процитировали слова директора Социальной службы Шеффилда, который якобы воспринимал странную манеру одежды как чисто лондонское явление, хотя и признался в том, что в прошлом его собственный внешний вид кое у кого вызывал порицание: «Едва назначенный на должность старшего социального работника, я получил нагоняй за то, что моя дурацкая куртка сталевара не соответствовала моему новому чину» (Community Care, 16 июня 1983 года).

Положение социальных работников до некоторой степени сомнительно — возможно, именно по этой причине их одежда временами оказывается источником проблем. Так же как школьники и феминистки, социальные работники часто рискуют попасть в двусмысленное положение, связанное с сексуальными домогательствами. В их случае это связано с тем, что им приходится устанавливать со своими подопечными доверительные и в определенном смысле интимные отношения, полностью исключающие какую-либо возможность полового контакта. И все же, в отличие от врачей и медсестер, они не возводят жестких сарториальных барьеров, чтобы сохранить необходимую дистанцию.

Двусмысленное положение социальных работников и неопределенный статус самой их профессии часто связывают с тем, что это «типично женская стезя» или вообще «полупрофессия». Статус женщины, находящейся «на публике», нельзя назвать прочным и определенным. По этой причине женщины, вовлеченные в общественную жизнь, всегда озабочены тем, как они выглядят, и очень часто воспринимают собственный образ весьма неоднозначно. Среди феминисток всегда были те, кто гордились своим презентабельным видом и модным костюмом «с иголочки». Так, Элизабет Гаррет Андерсон, первая женщина, ставшая врачом еще в XIX веке, всегда была прекрасно одета — так же как Эммелин Пэнкхёрст. И Элизабет Кэди Стэнтон была неравнодушна к хорошей одежде и собственной внешности и даже пыталась убедить своих соратниц в том, что феминистки могли бы рассчитывать на большую поддержку, если бы проводниками их идей не были «ораторши», почти поголовно одетые во что-то черное и не очень опрятное.

В утопиях, созданных женщинами, больше человечности, чем в тех, что сочинили мужчины. В 1915 году феминистка Шарлотта Перкинс Гилман сочинила утопию, которую назвала «Ее земля» (Herland) (Gilman 1979). Ее вымышленный мир находился где-то в джунглях Южной Америки и был населен только женщинами и детьми. В отличие от мифических амазонок, эта «раса женщин» не была воинственной. Их одежда была достаточно разнообразной — и плотной, и легкой; иногда они облачались в туники — удобные для работы,

радующие глаз и совершенно незаменимые как с точки зрения феминисток, так и с точки зрения других сторонников реформирования костюма.

В 1901 году Э. Несбит в повести «Амулет» (The Amulet) описала Лондон будущего, где «жители были в одежде ярких, но нежных цветов, красивой и очень простой. Кажется, никто не носил ни шляп, ни шляпок, но у многих были зонтики от солнца на манер японских» (Nesbit 1959: 224; см. также: Moore 1967). Безусловно, это была одна из вариаций на тему эстетического платья.

После окончания Первой мировой войны появилось новое поколение женщин, готовое отказаться от многих феминистских идеалов. Мрачные последствия войны все еще бросали тень на их жизнь. В то время женщинам одинаково недоставало и мужчин, и рабочих мест. Неудивительно, что женщин, отчаянно желавших жить полной жизнью, собственная женственность интересовала значительно больше, чем феминизм. Однако их равнодушие вызывало горечь у некоторых представительниц старшего поколения:

«Некоторые из тех, кто боролся за право голоса, тем не менее не видят повода для радости; те, кто боролся за эмансипацию и добился ее, смотрят на девушку сегодняшнего дня с разочарованием, в котором отчетливо заметен привкус горечи. Ее блестящая внешность не может их умиротворить. У них, занятых борьбой, не было времени на то, чтобы выглядеть очаровательными; очень многие из них воспринимали и по-прежнему воспринимают любые усилия, направленные на то, чтобы выглядеть очаровательно, как неотъемлемую часть старых приемов порабощения. Они чуют в этом зов плоти» (Hamilton 1936: 237).

Появившийся уже после Второй мировой войны стиль ню-лук стал причиной еще большего потрясения, и лейбористское правительство оказалось втянутым в ожесточенный спор, разгоревшийся вокруг новой экстравагантной моды. Сэр Стаффорд Криппс, президент Торговой палаты, умолял Британскую гильдию модельеров бойкотировать данное направление; а женская часть депутатского корпуса от Лейбористской партии открыто выступала против этого воплощенного в моде посягательства на свободу женщин (ведь в таких платьях женщина должна чувствовать себя словно «птица в клетке»), а также против подчеркнутой «сверхсексуальности» этого стиля (цит. в: Phillips 1963). Все это нашло отражение на страницах пропагандирующего левые взгляды еженедельника *New Statesman and Nation*. Хроникер этого издания, писавший под псевдонимом Критик, сравнивал умственные способности женщин, следовавших этой «малопривлекательной» новой моде, с интеллектом овец (см. выпуск от 20 сентября 1947 года, с. 225). В ответ на это Молли Кокрейн предположила, что мужчины заражены конформизмом

не меньше, чем женщины, и что длинная юбка в любом случае и удобнее, и «привлекательнее» на вид: «...благодаря балету большинство из нас уверовало в эстетические преимущества длинной юбки» (27 сентября 1947 года, с. 252). Джил Крейги, журналистка и супруга Майкла Фута (того самого, который в 1982 году, будучи лидером Лейбористской партии, влип в неприятности, из-за того что появился в «затрапезном» виде на церемонии в память о жертвах двух мировых войн у Памятника неизвестному солдату), также высказала свое мнение на этот счет (в выпуске от 4 октября 1947 года, с. 270). Как и Молли Кокрейн, она понимала, насколько соблазнительно выглядят юбки в стиле нью-лук, однако была тверда в своем намерении противостоять — не искушению — но неразумному расходованию материала в разгар экономического кризиса, когда британская текстильная промышленность всецело зависит от экспортных поставок сырья. Она горько сокрушалась о том, что свадебное платье принцессы Елизаветы (ныне королевы Великобритании), вышедшей замуж осенью 1947 года, имело длину до середины голени (в ее понимании это была «величайшая победа интересов модных домов»), и цитировала Джорджа Оруэлла, писавшего о падении классовых барьеров:

«Отчасти он видит в этом достижение господствующих направлений женской моды, которая зачастую делает работающих девушек почти неотличимыми от богатых наследниц. Если же возьмет верх новая мода, что вот-вот может произойти, многим придется потратить силы и средства, чтобы существенно обновить свой гардероб, в то время как большинство работающих девушек не могут себе этого позволить. Это может вновь расширить пропасть между классами».

Она, однако, не преминула упомянуть обнадеживающие слухи о том, что кинокомпания Артура Рэнка по-прежнему продолжает одевать своих звезд в платья длиной до колена, несмотря на то что MGM не устояла перед новой модой.

Соединенные Штаты действительно отчаянно сопротивлялись новой моде на длинные юбки. Журнал Time (за сентябрь 1947 года) утверждал, что женщины во всех концах страны стекаются под знамена сопротивления. Летом 1947 года опросы общественного мнения показали, что американским женщинам не нравятся такие юбки; в Далласе и Техасе даже прошли демонстрации протеста против стиля нью-лук; 1300 женщин объединились в Клуб поклонниц длины чуть ниже колена; а власти штата Джорджия объявили о намерении ввести официальный запрет на длинные юбки (аналогичным образом в начале 1920-х годов в некоторых штатах пытались запретить юбки и платья, обнажавшие лодыжки) (Lang & Lang 1961).

Стиль нью-лук казался более новаторским, чем был на самом деле, из-за того что появился после войны. Многим американцам, занятым в модной индустрии, было неприятно видеть, как французская от-кутюр возвращает себе, казалось бы, утраченные господствующие позиции, да еще сразу же после окончания боевых действий, и это при том что совсем недавно Соединенные Штаты жили надеждой потихоньку спихнуть Париж с модного олимпа. В Британии, напротив, многие женщины восприняли нью-лук с энтузиазмом — как долгожданное освобождение от вынужденного аскетизма; некий журналист даже узрел в этом признаки бунта — выраженный чисто женским способом протест против дефицита и навязанного мужчинами режима жесткой экономики (Phillips 1963).

Некоторые намеки на протест также наблюдались в конце 1960-х годов, когда длина миди пришла на смену мини-юбкам. Однако к этому времени мода как таковая была уже намного более разнообразной, и в изменении длины юбки, по сути, не было ничего выдающегося. В 1950-е годы стиль нью-лук стал последним оплотом аристократизма в женской одежде; возможно, представления о «сдержанной элегантности» так отчаянно вбивали в головы читательниц издающихся массовыми тиражами женских журналов именно потому, что образ настоящей «леди» уже растворился где-то в тумане. В 1984 году депутат от Консервативной партии по-прежнему мог посетовать на небрежный вид представителей от лейбористов в палате общин и даже сказать о Харриет Харман (бывшей членом теневого кабинета): «На днях она явилась в свитере и джинсах. Любое сходство между ней и истинной леди можно считать досадной случайностью» (Guardian, 12 марта 1984 года). Однако все понимали, что при этом он откровенно лукавит.

Харриет Харман, так же как многие представительницы младшего поколения Лейбористской партии, не избежала влияния современных феминистских идей. Нельзя сказать, что феминистки когда-либо однозначно высказывались на эту тему, и все же многие из нас уверены в том, что сами они одеваются каким-то «особым образом», и вдобавок к этому четко представляют, как (по их мнению) следует одеваться всем остальным женщинам, и навязывают нам свои взгляды. Пока в этой дискуссии побеждает ошибочная и в конечном итоге реакционная философия. Но чтобы внести в нее хоть какую-то ясность, необходимо поставить на повестку более глобальные и обобщенные вопросы — о том, какую роль играет эстетика в моде и какое место занимает сама мода в современном мире.

# Мода и феминизм

Пруст знал, что в мимолетных порождениях моды можно увидеть много такого, что выходит за пределы их недолгого существования, — нечто, что ностальгически нашептывает о непостоянстве и скоротечности человеческой жизни и словно зеркало отражает... судьбу человека.

*Сесил Битон «Зеркало моды»*

Один из важных аспектов истории моды — это история личностей, сотворивших этот мир, в котором реальность и фантазия сливаются, становясь неотделимыми друг от друга, мир, где мы можем примерить на себя убор из собственных мечтаний. Это мир мельчайших деталей и грандиозных жестов, мир многолетних наваждений и любви с первого взгляда, мир истерического возбуждения и горького униженного отчаяния.

Никто не может обойтись без одежды. Однако потребность в ней порождает два типа людей, занимающих полярные позиции по отношению к моде. Одни «ненавидят все это», воспринимая моду как своего рода рабство; и если бы они не ощущали на себе давления общественного мнения, то вряд ли стали бы утруждать себя заботами о том, чтобы выглядеть эстетично. Другие живут по законам моды; это безумцы, для которых одежда — источник неиссякаемого интереса и страсть всей их жизни; это вечные «жертвы моды», в чем-то подобные наркоманам, только их наркотик — это искусство приукрашивать себя.

Многим из таких «зависимых» удавалось сделать на почве своего пристрастия неплохую карьеру. В 1870-е годы в Лондоне жила Мэри Элиза Ховейс, жена небогатого священника, которому тем не менее не был чужд интерес к моде. Чтобы поддержать постоянно трещащий по швам семейный бюджет, она стала писать книги о модных стилях в одежде и оформлении интерьеров, часть из которых стали бестселлерами. Она искренне любила моду и понимала, как ужасно может выглядеть неправильно подобранный ансамбль. Накануне собственной свадьбы она написала в дневнике: «А потом я совершила самоубийственную вещь — к чему все эти розы и серебро, если я забыла белые туфли и теперь должна буду танцевать в скрипучих оксфордских башмаках! Кошмар!» Она видела в людях с хорошим вкусом и чувством стиля незаслуженно гонимое меньшинство:

«Те, кто развил в себе вкус, постоянно находясь в окружении прекрасных вещей, невероятно чувствительны по отношению к нелепым формам и неподобающим, противоречащим гармонии цветовым сочетаниям. У таких людей [это]... вызывает не только обычное чувство разочарования, но даже ощущения, подобные физической боли» (Haweis 1878 цит. в: Newton 1974: 9).

В наше время итальянская журналистка Анна Пьяджи достигла новых высот модного безумия. Вот что писали в Observer 1 мая 1983 года:

«Она — модный феномен. Самые преданные поклонники, безропотно следующие всем капризам моды, бледнеют на фоне женщины, потратившей несколько месяцев на поездки по железной дороге только потому, что огромные юбки на кринолинах, в которые она какое-то время была без памяти влюблена, не пролезали в дверь самолета».

Не только женщины, но и многие мужчины не просто сделали карьеру, но посвятили моде всю свою жизнь. Пожалуй, первый, кого мы вспоминаем в этой связи, — Бо Браммелл, для которого безупречный костюм был символической философией. Так же мыслит и великий импресарио моды Поль Пуаре. А вслед за ним и целая плеяда художников и дизайнеров, живших в Париже в 1930-е и 1940-е годы: Кристиан Берар, Жан Кокто, Кристиан Диор.

Многие из этих людей — и мужчины и женщины — дорого заплатили за свою страсть, пожертвовали своей жизнью, движимые «самой неоднозначной из всех причин — стремлением превратить себя в произведение искусства» (Beaton 1954). Пуаре закончил свои дни в богадельне, как и Бо Браммелл. Многие признанные красавцы умерли молодыми — от загадочных редких болезней или из-за трагического пристрастия к алкоголю и наркотикам. Некоторые стали живой квинтэссенцией своей эпохи и не смогли идти в ногу с изменившимся временем. Поэтому временами мы задумываемся: а не безумны ли были все эти люди, без остатка посвятившие себя этой «трагической игре» в элегантность и шик.

«Таинственность», «страсть», «наваждение» — эти слова задевают в нас некие струны, рождая ощущение, что в любви к моде есть что-то не совсем пристойное. Вполне позволительно предаваться ей в «интимной домашней обстановке» — как хобби с привкусом ритуала; но тот, кто выносит свое пристрастие на публику, рискует быть запятнанным, поскольку в глазах общества статус моды сомнителен: ее нельзя назвать настоящим искусством, и она, определенно, не имеет ничего общего с реальной жизнью.

Занимая промежуточное положение между рабами моды и убежденными пуританами, многие люди, если не абсолютное большинство из нас,

испытывают весьма противоречивые чувства по отношению к моде и собственному желанию прилично одеться. Эта амбивалентность нашла свое специфическое выражение в современном феминизме.

Достаточно трудно обсуждать взаимоотношения между модой и взглядами сегодняшних феминисток, поскольку связанные с этой «гардеробной» стороной жизни настроения, циркулирующие внутри женского движения, никогда не были выражены явно и отчетливо. Возможно, в этом кроется одна из причин резкого раздражения и замешательства, которое охватило вновь возникшее движение за равноправие женщин, когда оно столкнулось с данной темой в 1970-е годы; и этот конфликт не исчерпан до сих пор.

Один из поводов для раздражения представительницам новой волны феминистского движения дали средства массовой информации, с удовольствием публиковавшие карикатуры на «феминисток-освободительниц», которые, ненавидя мужчин, одеваются точь-в-точь как они и демонстративно поджигают лифчики; так и кажется, что эти карикатуры были срисованы под копирку со страниц издававшегося в XIX веке Punch. Судя по всему, публичное сжигание бюстгалтеров было выдумкой репортеров. В свою очередь, частью объективной реальности были многочисленные демонстрации, прокатившиеся по Великобритании и Соединенным Штатам; их участницы протестовали против сексизма в средствах массовой информации, против навязывания женщинам стереотипных эталонов красоты и — главное — против отношения к женщинам не как к людям, а исключительно как к представительницам слабого пола. В первые годы эта тема была важнейшей для участниц современного движения за равноправие женщин, однако средства массовой информации упорно и вполне осознанно «путали» антисексизм с «антисексуальностью».

Между тем среди феминисток бытовали две совершенно несхожие точки зрения на культуру. Одни искренне осуждали любые аспекты культуры, порождающие или способствующие распространению сексистских идей и сексистского (то есть, как многим из них казалось, «грубо похотливого» и «порнографического») способа изображения женщины и женственности. Другие, напротив, склонялись к популистскому либерализму, доказывая, что критика любых увлечений, которые доставляют удовольствие женщинам, будь то чтение дешевых любовных романов или погоня за модой, — это не более чем проявление высокомерия; такой подход был одним из частных проявлений общего интереса интеллектуалов к массовой культуре, о котором мы говорили в одной из предыдущих глав.

В основе обоих подходов скрывались дискурсы, уходящие корнями в историю культуры. С одной стороны, свое влияние продолжал оказывать сложившийся еще в прошлом столетии культ естественных наук, который мы обсуждали в связи с утопиями; но в то же самое время многие феминистки

следовали либералистским убеждениям XIX века и/или их современным интерпретациям, даже несмотря на то что они противоречили более авторитарному и влиятельному «фабианскому утилитаризму». Хотя две эти точки зрения совершенно несовместимы, они не вызвали громких и открытых споров в рядах феминистского движения. Возможно, они отражают более глубокий раскол, который, как принято полагать, является сегодня скрытой причиной многих политических споров, — раскол между...

«...с одной стороны, теми, кто ратует за «культуру личности» и стремится выразить свое истинное „я“. А с другой стороны, теми, кто в своих действиях руководствуется убеждением, что всякое взаимодействие между людьми зависит от способности приспосабливаться, кто настаивает на том, что главным достижением является жизнь больших городов с ее непредсказуемостью, изменчивостью ее кодов и связанными с ней опасными играми» (Chalmers 1983).

Это противостояние между «аутентичностью» и «модернизмом» прослеживается во многих модных течениях, о которых я уже говорила в этой книге, и особенно в стилях, порожденных современной контркультурой. Так, хиппи стремятся быть «аутентичными», а панки, как мне кажется, следуют «модернистским» путем. Предпринятая в XIX веке реформа костюма была проявлением тяги к «аутентичности», однако денди, как и французские куртизанки времен Второй империи, выражали «модернистские» настроения — поскольку были озабочены созданием имиджа, а не поисками своего «истинного „я“». Раскол предполагает существование двух радикально противоположных способов видения мира (и моды) и двух радикально отличающихся подходов к политике. Что такое модное платье — один из инструментов порабощения женщины или всего лишь атрибут взрослых игр? Желание его иметь — это проявление бездумного потребительства или проявление символической борьбы, главным орудием которой является дресс-код? Оно подавляет в человеке его неповторимую личность или способствует ее становлению?

Неразрешимые противоречия между «аутентичностью» и «модернизмом» преследуют современный феминизм. Сквозная тема женского отношения к природе, всех женских утопий и представлений о совершенно ином мире, где господствуют «женские ценности», подразумевает стремление к более «аутентичному» мироустройству в полном согласии с «природой», которое позволит нам обрести свою истинную суть. Если женщина участвует в политических баталиях, пытается выразить себя в авангардном искусстве, джазовой или рок-музыке либо выступает с выдержанными в анархических традициях юмористическими скетчами, а также верит в социальное формирование гендерных

ролей (в том числе и собственной), она определенно является носителем «модернистского» мировоззрения. (Впрочем, иногда эти полюса сходятся — как в Гринэм.)

Духом этих неразрешимых противоречий отмечено множество споров, ведущихся в феминистских кругах, например дискуссия о гетеросексуальной любви, дебаты вокруг порнографии и «дамских» романов, а также споры о том, как должна одеваться настоящая феминистка и имеет ли она право приукрашивать себя. Некоторые феминистки видят в мужчинах — по крайней мере в мужчинах из так называемого «патриархального общества» — угнетателей женщин и убеждены в том, что установленная ими для женщин субординация основана на эксплуатации их сексуальности; в то же время они признают, что большинство женщин, в том числе и феминистки, хотят эмоционального и сексуального контакта с мужчинами, — таким образом, перед ними возникает еще одна неразрешимая проблема. Плодотворный синтез тезиса и антитезиса невозможен в принципе; такая диалектика может только ранить. Конечно, среди феминисток были и те, кто доказал, что для женщины нет ничего лучшего, чем следовать за собственными желаниями, в каком бы направлении они ни вели; садомазохизм среди лесбиянок почти всегда находил оправдание в их глазах, но их аргументы в равной степени поддерживали и гетеросексуальные отношения в любых проявлениях (см.: Snitow, Stansell & Thompson 1984).

В то время, пока одни феминистки доказывали, что порнографическая литература способствует реальному насилию над женщинами, другие отстаивали наше право читать такие книги и — почему бы нет — испытывать от этого возбуждение. В спорах о «дамских» романах точно так же с одной стороны участвовали моралистки, которые обвиняли бульварное чтение в распространении ложных ценностей и называли их инструментом идеологического порабощения женщин, а сторону защиты представляли гедонистки, видевшие в нем некий полет фантазии и эротический потенциал.

Аналогичная ситуация сложилась вокруг одежды: тезис противников — «мода есть форма подавления», антитезис защитников — «мы получаем от нее удовольствие»; и вновь ни малейшей надежды на то, что в этом споре родится какая-то «синтетическая» истина. Все эти споры по сути сводились к противостоянию моралистских взглядов и гедонизма: «ты живешь ложными представлениями, и это достойно осуждения» — «ты живешь так, как тебе хочется, и это хорошо»; «явления массовой культуры поддерживают фундамент мужской идеологии, и этим она плоха» — «массовая культура нужна, чтобы нести нам радость, и в этом ее оправдание».

Немного иная версия подобных моралистских аргументов подразумевала, что нас каким-то образом заставили с вожделием смотреть на «недостойные» артефакты потребительского общества и мы должны попытаться искупить

свою невольную вину, свернув на некий средний путь или на путь умеренности. Забота о собственной внешности и о том, во что мы одеты, *есть* результат внешнего давления — таков аргумент; а наша любовь к хорошей одежде *есть* порождение ложного мировоззрения — однако, если мы *действительно* ее любим, то мы заперты в ловушке противоречий. Лучшее, что мы можем сделать, исходя из этого сценария, — попытаться найти некий стиль, привлекательный в разумных пределах и избегающий как худших проявлений экстравагантности (самолюбования и снобизма), так и мрачной неряшливости «ораторши в черном».

Примером такой извращенной логики может служить книга Сьюзан Браунмиллер «Женственность» (Femininity). Согласно ее мнению, все эротически привлекательное находится в прямом конфликте со всем «серьезным» и «функциональным», в связи с чем она предлагает феминисткам выбрать одно из двух:

«Почему я настаиваю на отказе от юбок? Потому что мне не нравится это искусственное указание на гендерную принадлежность. Потому что я не желаю и не собираюсь снова брить свои ноги. Потому что я не хочу опять тратиться на чулки и терпеть связанные с ними неудобства. Потому что я не намерена заново привыкать к мучениям, которые идут в нагрузку к женским туфлям... Потому что сама природа женской одежды по сути своей искусственна» (Brownmiller 1984).

Тем не менее она находит волосатые ноги непривлекательными, а обувь на низком каблуке незротичной (хотя в 1984 году, когда книга увидела свет, такой фасон был одним из самых модных) и откровенно тоскует по изяществу и милым расцветкам отвергнутых ею платьев.

Ни пуританский морализм, ни гедонизм, готовый что угодно оправдать и поддержать «во имя свободы», не соответствуют в полной мере политике массовой культуры. Основные положения теории, или идеологии, которую я назвала утилитаризмом, способствовали формированию этой тупиковой ситуации — вкупе с не осознаваемым, и не признанным, влиянием ее механистической философии, ее торжества рабочей этики и ее неспособности отвести удовольствию должное место в человеческой культуре — одним словом, вкупе с влиянием Веблена. Феминизм конца XIX века был отмечен духом фабианства, противопоставлявшего пользу красоте; все тот же утилитаризм отличает его и сегодня. Согласно его категоричной логике, мы одеваемся только потому, что это для нас удобно, и любая одежда хороша ровно настолько, насколько она функциональна или «полезна».

Акцент на функциональности заставляет задуматься над тем, что под собой подразумевает понятие «естественность», — поскольку вся эта дискуссия

неотделима от данного вопроса. Вера в превосходство природы над культурой была одной из движущих сил романтической реакции на индустриальную революцию. Джэнет Рэдклифф Ричардс — одна из тех немногих, кто пытается в своих работах исследовать феминистские настроения в отношении одежды, — предположила, что презрение, которое феминистки демонстрируют по отношению к моде и косметике, обусловлено «беспорядочными представлениями» о том, что «человек реален в своем естестве» (Radcliffe 1980). Она утверждает, что в действительности феминистки разделяют вполне консервативные взгляды, которые сводятся к следующему: пытаться «выглядеть лучше, чем ты есть на самом деле, — это попытка создать *ложное* впечатление, каким-то образом обмануть мир».

Однако человек не совсем дитя природы. Его поведение не исчерпывается инстинктами. Он живет в социально оформленной культурной среде. И если, несмотря на все это, кто-то, так же как профессор Йегер, станет утверждать, что мы окажем себе величайшую услугу, если изобретем и станем носить одежду наподобие овечьей шкуры, поскольку мы — как и овцы — млекопитающие, это будет означать лишь то, что его представления о сути человеческого бытия в корне ошибочны.

Точка зрения, ставящая «естественное» выше «искусственного» (как будто вся человеческая культура сама по себе не является искусственной), возникла под влиянием неконформистских, пуританских направлений в христианстве, последователи которых путают естественность с простотой и непорочностью. Так же как фабианство, они способствовали появлению социалистических идей немарксистского толка в Британии и Соединенных Штатах. Поскольку современный феминизм, по крайней мере в Британии, черпал вдохновение в социалистической традиции, нет ничего удивительного в том, что феминистские дебаты вокруг одежды отмечены духом этой не способствующей раскрепощению идеологии. Одна из спорящих сторон попросту попыталась заново запустить — в совершенно новых условиях — порожденный XIX веком проект реформы, предложив *совсем отказаться* от моды.

Было бы неправильно полностью отрицать наличие рационального зерна в этой точке зрения. Ее сторонницы протестовали против безжалостной эксплуатации рабочих на ткацких и швейных фабриках по всему миру. В Соединенных Штатах даже появилась специальная метка, которую ставят на одежду профсоюзы, чтобы привлечь внимание к этому факту. Безусловно, положить конец эксплуатации может только прогрессивная экономическая политика, и в этом плане наш выбор одежды — это тоже часть глобальной борьбы за равноправие, которая вовсе не требует полного отказа от дорогих и красивых нарядов. Еще один большой вопрос связан с тем, что некоторые модные стили не просто выпячивают определенные половые признаки, провоцируя

сексуальные домогательства, но и делают женщин уязвимыми (например, в туфлях на высоком каблуке очень трудно убежать от насильника и еще труднее догнать уходящий автобус), не говоря уже о том, что сплошь и рядом платой за красоту становится элементарный физический дискомфорт.

Однако подобные разумные аргументы зачастую не являются сигналом для рациональных практических действий, и дальше слов дело не идет. Эксплуатация рабочих на заводах, производящих электронику, не стала для феминисток поводом отказаться от текстовых и видеопроцессоров; ужасы, творящиеся в сельском хозяйстве, не побуждают их забыть вкус деликатесов<sup>2</sup>. Те, кто может себе позволить отпуск за границей, не отказываются посетить страны третьего мира, невзирая на то что международный туризм зачастую наносит ощутимый ущерб их исконной культуре. Ярость, с которой критики нападают на модную одежду, — это сигнал, что костюм следует рассматривать как особое иррационально зашифрованное послание, обращенное непосредственно к нашему подсознанию.

Это также соотносится с упорной враждебностью по отношению к изящным искусствам, которую демонстрировали некоторые поборники прогрессивных идей. «Прогрессивное» порицание моды может перерасти в желание заклеить позором все «буржуазное искусство». В таком случае любое проявление «эстетства» прочно ассоциируется с деградацией высшего общества, а занятия и увлечения, которым предаются эстеты, кажутся заведомо сомнительными. Глубокие познания в области традиционного искусства, классической музыки и «высокой культуры» в целом, а также забота об их сохранении расцениваются как претенциозность и вредоносное влияние буржуазных норм. Самый экстремальный из известных мне примеров такого мировоззрения — это презрение радикальных феминисток к творчеству Тинторетто и Рубенса, выраженное в словах «все эти титьки и задницы» или еще проще — «порнография».

Однако фарисейский характер таких настроений рано или поздно становится очевидным, в последние годы этому несколько раз способствовали «серьезные» британские издания, публиковавшие статьи об отношениях феминизма и моды. Один читатель (мужчина) под впечатлением от такого материала написал в Guardian:

«Сила феминистского движения в том, чтобы не полагаться на такие поверхностные взгляды, — их ряды прирастают в силу того, что женщинам приходится жить в условиях патриархальной среды. Они борются с угнетающим их обществом — но эта борьба обречена на поражение, если они считают, что обязаны соответствовать моде, которую навязывает им это общество» (Wilson 1982)<sup>3</sup>.

В свою очередь, женщина высказалась так:

«Не может быть, что я единственная на свете женщина, которая поутру натягивает на себя футболку и юбку/брюки и еще джемпер (связанный мамой по старому образцу), если день обещает быть прохладным... Я ношу те же летние платья, которые носила два года назад. И что такого? Они же не износились. Я не имею ни малейшего представления о том, что происходит в далеком, неведомом мире моды. И, что странно, мне почему-то кажется, что не я одна не в курсе».

Не так давно похожие материалы появились на страницах феминистского журнала *Spare Rib*. Вот что написала одна из его читательниц (*Spare Rib*, № 139, ноябрь 1983 года):

«Недавно я стала мишенью для критики со стороны женщин... потому что им не нравятся моя манера одежды и прическа (то есть мой „ирокез“, ремни и т.п.). Они говорят, что я не придаю значения расистскому и сексистскому подтексту, что все это не „по-феминистски“ и что я позволяю модному рынку себя эксплуатировать...»

А что, вы тоже критикуете своих сестер, если они не носят рабочий комбез и ботинки фирмы *Kickers*? Что, если женщина „предпочитает“ носить макияж и шпильки, она уже не такая эмансипированная?

Разве сама цель феминизма не в том, чтобы помочь женщине реализовать свое право контролировать собственную жизнь и принимать самостоятельные решения?

Если так, почему мы, назвавшись феминистками, навязываем женщинам новый свод правил... И может ли кто-нибудь, кем бы он ни был, назвать это свободой?»

Другие читатели в своих письмах поддержали ее точку зрения:

«Это письмо показывает, что, сосуществуя с традициями пуританства (использую это слово не как бранное, но только чтобы обозначить особую исторически сложившуюся традицию), идеология индивидуализма и свободного выбора совершенно от нее отличается. И если в одно ухо феминистки с осуждением твердят нам о том, что мода — это потребительская отравка, то во второе они кричат о том, как ценна индивидуальность, которую можно выразить в одежде. „Я думала, что феминистский идеал — это возможность одеваться согласно личным предпочтениям и собственному выбору, а не так, как диктуют правила“, — написал один

читатель в *Sunday Times* (29 августа 1982 года) в ответ на статью (*Sunday Times*, 22 августа 1982 года), в которой Адриана Блу попыталась описать феминистский стиль одежды. Хотя она сделала попытку объяснить нам всем, что нужно носить, авторов нескольких опубликованных после этого писем, судя по всему, возмутила сама попытка классифицировать „феминистские“ подходы к одежде, может быть, отчасти потому, что им это показалось насаждением стереотипов, но, как я подозреваю, еще и потому, что это несколько подрывает идеологию „свободного выбора“.

Согласно этой идеологии, свободный стиль в одежде подразумевает создание собственного образа при помощи вещей, выбранных на свой вкус. Идея свободного выбора сослужила добрую службу современному феминизму. Возможно, феминистки могли бы с этим поспорить. Но, скорее всего, они не осмелятся, так как идея свободного выбора набрала слишком большую силу в западном обществе. И все же в действительности «свободный выбор» — это миф, несовместимый с верой в то, что человек — «продукт социума», которой преданно служат настоящие феминистки (по крайней мере, если верить им на слово). Концепция социальной обусловленности основана на следующей точке зрения: в момент рождения ребенок обладает огромным потенциалом, чтобы развиваться в самых разных направлениях; этот потенциал в определенной степени ограничен генетической наследственностью, а его реализация — что еще важнее — зависит от воздействия внешней среды, которая формирует жизненный опыт и предоставляет сравнительно благоприятную или неблагоприятную почву для роста. Многие из важнейших аспектов этого развития связаны с ранним детством. По мере взросления наша способность к свободному выбору становится все более ограниченной, что обусловлено тем, в каком направлении развивается личность как таковая, а также — в равной мере — внешними, не зависящим от нас обстоятельствами, такими как классовая и гендерная принадлежность, уровень достатка, возраст и даже то место, где мы проживаем.

Несмотря на очевидное согласие с этой моделью «социальной обусловленности», многие феминистки продолжают обсуждать проблему морального выбора так, словно мы все абсолютно свободны в своих поступках, — как будто они никогда не слышали избитый, но разумный афоризм: «Люди сами творят свою историю, но им приходится делать это в обстоятельствах, которые они не выбирали». В мире эстетики неуместна сама идея «свободного выбора»; стиль одежды продиктован не экономической ситуацией или сексистской идеологией, но, как я уже говорила, находится в неразрывной связи с актуальными направлениями современного искусства.

Как ни пытались феминистки (замечу, далеко не все) одеться иначе, чем остальные женщины, их стиль все равно имел близкое отношение к актуальной

на тот момент повседневной моде. Изначально «имидж» типичной участницы женского движения был сродни образу политически активной студентки конца 1960-х годов, когда мини-юбки и прически на манер египетских париков (к тому времени несколько устаревшие) сосуществовали с блузами и буйными локонами хиппи. Феминистки носили платья неопределенных оттенков длиною в пол и длинные волосы, как у женщин на картинах прерафаэлитов. Вскоре символом освобождения стали короткая стрижка и отказ от макияжа — однако в тот момент такая естественность была характерной чертой модного мейнстрима.

Хотя свободный стиль в одежде подразумевал индивидуальную неповторимость, никого почему-то не удивлял тот факт, что все хотят выглядеть примерно одинаково и выбирают одни и те же вещи, во всяком случае, вслух об этом не говорили. В начале 1970-х годов альтернативный образ жизни подтолкнул к некоторым переменам, но все они не выходили за рамки узкого и предсказуемого диапазона: блузы в этническом стиле и в стиле Лоры Эшли, юбки из марлевки, рукава в стиле Viba, расклешенные штаны из джинсы и вельвета и косматые шерстяные свитера. (Пятнадцать лет спустя другой набор эстетических условностей предписал носить мешковатые или очень узкие брюки и отказаться от невнятной цветовой гаммы в духе *greenery-gallery* и Viba в пользу радикальных расцветок, сделал популярными черный и серый цвета в одежде и заставил хну уступить место яркой химической краске для волос.)

Феминистки первыми почувствовали вкус к ретрошику и открыли для себя магазины подержанных вещей, пожалуй, раньше, чем приверженцы различных контркультурных течений. Комплект из цветастой юбки и пиджака для верховой езды (1977), шляпа «трилби» (1979), старомодный свитер ручной вязки — все эти вещи модный и «антимодный» мейнстрим позаимствовал в гардеробе феминисток.

Некоторые феминистки действительно от всей души презирали юбки и высокие каблук; возможно, из-за них в обществе сложился стереотип, согласно которому феминистка — это рослая баба в рабочем комбинезоне и башмаках Dr Martens. Кое-кого и впрямь регулярно видели в таком наряде, но, может быть, такой выбор отчасти объясняется желанием этих женщин избежать сексуальных домогательств. Некоторые лесбиянки, стремясь как можно больше походить на мужчин, постоянно одевались в стиле «буч», а те из них, кто к тому же придерживался феминистских взглядов, воспринимали и позиционировали эту манеру одежды как способ гордо заявить о своей сексуальной ориентации.

Многие феминистки — даже те, кто никогда не надевал юбок и принципиально не красил лиц, — были без ума от обуви Kickers или носили разноцветные, как радуга, разрисованные вручную башмаки; они украшали себя

кольцами и крупными, длинными серьгами из ярких перьев, бусин или из металла; они красили волосы в сочные, сияющие оттенки. Все это не могло не привлекать внимания окружающих, однако направлено оно было не на тело, не на фигуру, а скорее «на периферию». Мода, изгнанная из платяного шкафа, нашла выражение в формах, которые в меньшей степени, не так откровенно подчеркивали женственность и сексуальность.

Пусть это и случилось несколько позже, но комбинезоны в конце концов были признаны «модными» и «сексуальными». Иногда одна только мысль об этом предмете одежды вызывала у мужчин приступы безумного возбуждения. Весной 1979 года в Лондоне состоялся публичный спор между Артуром Скарджиллом, позже ставшим президентом Национального союза горняков (National Union of Miners), и Анной Кут, журналисткой феминистских взглядов, которая в то время писала для Morning Star статью, резко критикующую «Йоркширского шахтера» (Yorkshire Miner) — газету боевого крыла Союза горняков. Поводом для ее нападок стала редакционная политика, допускавшая публикацию непристойных картинок в духе «третьей полосы». Морис Джонс, редактор «Йоркширского шахтера», которому в какой-то момент также предоставили трибуну, довел себя до исступления и чуть ли не до полного бреда, стараясь побольше уязвить женщин в комбинезонах (хотя ни на ком из феминисток, составлявших большую часть аудитории, не было такой одежды). Такой приступ иррационального гнева может указывать лишь на скрытый где-то в глубине души страх; можно предположить, что его причина — это ассоциативная цепочка, тянущаяся от «комбинезона» к феминизму и далее — к отказу женщин от контакта с мужчинами и, что ужаснее всего (с точки зрения мужчины), к лесбийским отношениям<sup>4</sup>.

Ярость таких людей, как Морис Джонс, в каком-то смысле подтверждает, что женщинам стоит бросить вызов традиционным нормам, диктующим, как должно выглядеть женское платье. И даже если призыв одеваться «как вам нравится» не имеет никакого особого отношения к политике, женщины (и мужчины тоже) должны иметь возможность по собственному усмотрению оставаться в стороне от моды — настолько далеко, насколько это возможно (хотя я уже говорила о том, что в реальности такое маловероятно). Тем не менее мы совершим ошибку, если попытаемся возвести на пьедестал — как идеал, обладающий правом морального превосходства, — некую «альтернативную моду», как попытались сделать те, чьи письма были опубликованы в Guardian 25 октября 1983 года:

«Меня тошнит от снисходительных советов... тонкой пропаганды... Ни для меня, ни для миллионов других женщин, которые носят яркую недорогую одежду, не новость, что в комбинезонах как таковых нет ничего

революционного. Что по-настоящему имеет значение, так это возможность одеться так, чтобы самим было приятно, и сказать наконец, чего мы хотим. Пусть себе мужчины любят „невероятные каблуки“ — а мы хотим нормально ходить и бегать, а не деформировать себе позвоночник... Хотелось бы услышать, кто подстегивает модную индустрию и зачем все это».

Так написала одна жительница Лондона. Другая женщина, из Йоркшира, сетовала на отсутствие альтернативной моды на севере Англии:

«Шик в духе хай-стрит — конечная цель, к которой стремятся молодые женщины. Перетянутая поясом талия, рукав „летучая мышь“ и кожаные сапожки длиной три четверти — вот предел мечтаний, который не заменят даже горы [одежды в альтернативном стиле].

Почему так... несмотря на сокращение доходов и нехватку работы люди тянутся к конформистской моде, а не предпочтут ей более дешевые, остроумные и экспериментальные наряды? Или альтернативная мода может существовать только тогда, когда ее поддерживает завоевавшая прочные позиции субкультура? Или все дело в людях, которым нужна вывеска, сообщающая об их достижениях и статусе в обществе, и неважно, насколько сомнительно их положение на самом деле?»

Да, здесь задано несколько вопросов по существу; однако писавшие, похоже, не сомневались в том, что их собственная манера одежды — это результат свободного выбора и торжество рационализма. То есть каким-то образом им удалось свалить в одну кучу две противостоящие друг другу традиции — идеологию «свободного выбора» и утилитаризм. Это не разрешает противоречий; перед нами всего лишь попытка отмахнуться от них или завуалировать амбивалентность при помощи ложного утверждения, что якобы существует некая «альтернативная манера одежды», объединяющая в себе оба этих подхода.

Постольку поскольку феминистский стиль действительно существует, его следует рассматривать как одну из подтем глобального модного дискурса. Как бы то ни было, но комбинезон — это модная вещь, а не часть феминистской униформы. Комбинезоны пользуются хорошим спросом на рынке повседневной одежды, став неотъемлемой частью стиля кэжуал (англ. casual). Неудобства, возникающие при посещении туалета, дискомфорт в холодную погоду, когда, для того чтобы сменить комбинезон на домашний костюм, приходится раздеваться почти догола, — разве это не доказывает, что такая форма одежды имеет очень мало общего с рациональным подходом? Стоит признать, что комбинезоны носят скорее для того, чтобы громко заявить всему миру о своей причастности к феминистскому движению. В урбанистическом общества одежда

часто играет роль плаката, анонсирующего намерения того, кто ее носит. Тогда как в доиндустриальную эпоху она служила знаком отличия для разных чинов и сословий — по одежде можно было легко отличить аристократа от простолюдина, ремесленника от купца. Сохранив в себе какие-то «осколки» классового сознания, мы возвращаемся к тому состоянию, когда одежда вновь становится неформальным индикатором нашего статуса. Феминизм, выработав собственный стиль, вполне вписывающийся в общую стилистическую картину, тем самым вливается в общий хор, практически не пытаясь его расстроить, он принимает общие правила, вместо того чтобы выйти из игры (что в любом случае было бы невозможно).

Феминистский стиль связан с более широким социальным пластом. Эту манеру одежды переняли интеллектуалы и достигшие определенного положения на профессиональном поприще «белые воротнички» — в их интерпретации это уже можно назвать политехническим стилем (при этом определение «политехнический» или «феминистский» ни в коем случае не следует воспринимать как уничижительное). И вновь Анита Брукнер ошибочно оценивает такую форму одежды как выражение свободомыслия:

«Мне хватило пяти минут, чтобы, присмотревшись к своему непосредственному окружению, понять, что здесь преобладают синие джинсы, комбинезоны, пуловеры, теннисные туфли, ботинки, большие платки, странного вида жилеты, длинные юбки, клетчатые блузы... Понятно, что академическое собрание не особо задумывается о собственной элегантности, но... во всем этом читается некий смысл...

Во-первых, стираются все грани старшинства, уступая место желанию выглядеть как можно моложе, беззаботнее и естественнее. Во-вторых, все эти наряды, состоящие из случайного набора вещей, хотя и предназначались для работы... были надеты на вечеринку... От правил не осталось и следа... кажется, никто ни в малейшей степени не задумывается над тем, зачем вообще нужна одежда: здесь нет никакой маскировки, никакого самовыражения и уж точно никакого стыда» (London Review of Books, 15 апреля — 5 мая 1982 года).

Однако в описанной здесь среде подобная форма одежды была практически обязательной, подчиняясь своду неписаных правил, одно из которых отражало популярные в 1960-е годы псевдодемократические «либеральные» взгляды на образование и сводилось к тому, что можно и должно отказаться от иерархических различий между учителем и учеником. В действительности со времен студенческих волнений в этом отношении мало что изменилось — и статус, и права, и властные полномочия различались все так же; нетрудно понять, что сегодня

неформальный костюм преподавателя — это скорее жест доброй воли, намекающий на его лояльность по отношению к неким альтернативным идеалам. Ближе всех к истине оказалась Анджела Картер, предположив, что «джинсы утратили свой незаконный шик, с тех пор как поколение-68 впустило их в учительскую, чему способствовал естественный прогресс. Теперь они... символ сварливого среднего возраста» (New Society, 13 января 1983 года).

Описанные Анитой Брукнер небрежные наряды имеют мало общего с вдохновляющим духом свободы, скорее это поздняя версия фабианского стиля — наследие щеголявших когда-то в сандалиях и мохнатых бриджах вегетарианцев и социалистов, среди которых Джордж Оруэлл видел немало тех, кого он величал «угрюмыми лесбиянками», «сандалистами», «сокоголиками», «голубыми» и другими «чудиками», по недоразумению пленившимися идеями социализма. Конечно, насмешки Оруэлла оскорбительны; более того, в «чудиках», над которыми он издевался, действительно жил новаторский дух. И Эдвард Карпентер, надев свои знаменитые сандалии, действительно сделал шаг в сторону свободы, потому что нарушил табу; сегодня, для того чтобы одеваться в стиле кэжуал, не нужно обладать особой смелостью — достаточно простого желания. В идеале такой наряд должен быть результатом свободного выбора и одновременно в чем-то «быть лучше» любых других вариантов; это перекликается с другой популярной в 1960-е годы идеей, которая сводится к тому, что любые формальности подавляют свободу. С тех пор мы практически не видим разницы между противостоянием репрессивным ритуалам нашего общества и противостоянием любым ритуалам.

Некоторые феминистки, в основном американские, попытались восстановить справедливость, объявив искусство моды одним из традиционных женских ремесел. Они утверждали, что творческие достижения женщин в искусстве одеваться были недооценены, как и большинство женских талантов. Лоис Баннер использует несколько иные аргументы, она предполагает, что «погоня за красотой и интерес к сопутствующим явлениям, таким как мода и одежда, больше, чем любые другие факторы, объединяет женщин из разных классов, регионов и этнических групп и является ключевым элементом особого женского жизненного опыта» (Banner 1983). Однако она не подтверждает сказанного никакими живыми примерами, поэтому с той же легкостью можно утверждать, что одежда, красота и мода плодят среди женщин зависть и конкуренцию.

Ранее я высказала мнение о том, что феминистский подход к моде и манере одежды, как правило, больше всего напоминает неразрешимый силлогизм. Он претендует на то, чтобы разобраться и покончить с той двусмысленностью, что повсеместно сопровождает моду; но сами условия задачи неизбежно приводят к решению, которое снова и снова подтверждает существование этой амбивалентности.

Я уже говорила о том, что вывод: «неудобное платье — всего лишь орудие пытки, с помощью которого угнетают женщину» — это безнадежное упрощенчество; и о том, что одежда никогда не была в первую очередь функциональной; и о том, что она, конечно же, не имеет ничего общего с природой. Я уже говорила — в пику тем, кто видит в моде одну из форм капиталистического «консюмеризма», — о том, что такая критика не принимает в расчет тот факт, что и женщины и мужчины могут использовать «недостойные» артефакты капиталистической культуры именно для того, чтобы высказать свои претензии к ней и выйти за ее рамки. Недовольные используют странные наряды для того, чтобы показать язык потребительскому обществу, они превращают себя в язвительную карикатуру на самые заветные, на самые «святые» его условности. Однако из этого вовсе не следует, что люди, стремящиеся выглядеть модно или эффектно (в традиционном понимании этого слова), заслуживают презрения как рабы консюмеризма. Возможно, мы действительно являемся «продуктом социума», но это не мешает нам постоянно искать лазейки или бреши в традиционной культуре, через которые можно хотя бы на миг вырваться на свободу. Именно в силу того, что в моде есть некий элемент игры (хотя в целом ее никак нельзя назвать всего лишь игрой), в нее можно «играть» ради чистого удовольствия.

Такая точка зрения на моду диаметрально противоположна точке зрения радикалов, мечтающих извести консюмеризм на корню. Многие из них ратуют за «использование истинных ценностей». Они призывают нас бороться за то, чтобы вновь оказаться в мире, где уважают труд ремесленника, с радостью пользуются его плодами и бережно относятся к сделанным вручную предметам. Красота мебели, керамической посуды, домотканого полотна и, конечно же, одежды определяется их простотой и функциональностью. Такие критики современной культуры противопоставляют здоровое «использование» вещей сегодняшнему ущербному «потреблению». Ненасытное потребительство чревато фатальными последствиями. Теодор Адорно и другие критически настроенные культурологи «франкфуртской школы» составили глубоко пессимистичный прогноз относительно современной культуры потребления, поскольку видят в самом ее многообразии, гедонизме и изобретательности скрытую форму обезличивания (о чем я уже говорила в предыдущих главах). Как следствие, из этого родились политический термин «репрессивная толерантность» и идея, согласно которой *каждый* аспект потребительской культуры нацелен на то, чтобы обольстить и одурачить массы: культура потребления стала восприниматься как форма «ложного сознания». Критики обратились за помощью к психоанализу — то есть к теории *бессознательного*, чтобы попытаться объяснить, каким образом это ложное сознание овладевает человеком. Потребительство превращается в навязчивую форму поведения, почти не поддающуюся контролю со стороны сознания. Согласно этим пуританским взглядам, мы

зажаты в тисках рыночных императивов и прихотей подсознания, которое порождает желания, изначально изуродованные и обесцененные той культурой, в которой мы варимся. В таком контексте желание модно одеться и испытать от этого удовольствие — всего лишь один из примеров массового отказа от индивидуальности.

Я же, напротив, уверена в том, что мода — это одна из множества форм творческого и эстетического подхода к жизни, позволяющая находить альтернативные решения. Поскольку, как бы то ни было, мода больше, чем игра; это особый вид искусства и система социальных символов:

«Постольку поскольку существуют письменность и богатый арсенал визуальных, звуковых и драматических форм (само)выражения, у общества есть доступный в любое время... ресурс, с помощью которого можно исследовать буквально по чертежам все запретные, фантастические, достижимые и несбыточные мечты человечества» (Martin 1981: 51).

Эта точка зрения куда более демократична, чем элитизм, которым в одинаковой степени страдают многие радикалы — и столпы франкфуртской школы, и Кристофер Лаш, и Стюарт и Элизабет Юэн, и кое-кто из феминисток — одним словом, все, для кого культура потребления не более чем форма «ложного сознания». Помимо прочего, нельзя не заметить, что в то время, пока система образования, в основе которой лежат все те же принципы элитарности, продолжает разочаровывать многих учащихся, эти юноши и девушки умудряются развить в себе исключительно проницательный и изощренный визуальный вкус и умение использовать зримые образы, в том числе и собственную внешность, чтобы делиться с окружающими своими неоднозначными — а зачастую циничными и исполненными нигилизма — комментариями на злободневные темы современной жизни.

Именно бессмысленность моды, которую так презирал Веблен, является одним из ее главных достоинств. В этой маргинальной среде, где процветают случайность, декоративность и тщета, может заронить свое семя даже не новая эстетика, а новый культурный порядок. И через трещины в тротуарах больших городов прорастут сорняки, которые начнут превращать в труху ткань старого миропорядка.

Понимая, что можно использовать моду себе на благо и одновременно играть в моду, мы можем наконец-то отбросить прочь феминистскую амбивалентность — как неуместную, хотя и объяснимую реакцию. Однако у моды есть еще одно значение, также порождающее двойственную реакцию, причем эта амбивалентность не лежит исключительно на поверхности и прочно связана с самой сущностью моды.

Мода — это движущая сила (или средство), которая толкает вперед фантазию. Утопии (и правого, и левого толка), совершенно фантастические по своей сути, давали понять, что в совершенном мире будущего не будет нужды ни в каких фантазиях. Однако человечество никогда не сможет обходиться без фантазии, поскольку в ней выражена наша бессознательная тоска по чему-то несбыточному. Любое искусство идет на зов подсознательных фантазий; искусство перформанса, каковым и является мода, — это одна из дорог, соединяющих наш сокровенный внутренний мир с тем миром, что нас окружает. Отсюда и ее «навязчивость», отсюда и наша амбивалентность, отсюда и напряженная психическая (и физическая) *работа*, направленная на создание своего «социального „я“», неотъемлемой частью которого является костюм.

В этом смысле амбивалентность ничуть не мешает адекватному восприятию одежды; и в этом смысле «модернизм» оказывается предпочтительнее, чем «культ аутентичности», так как последняя не допускает никаких противоречий:

«Возьмем в качестве примера наготу — в том контексте, в котором ее представляют в... научно-популярных очерках и программах, знакомящих нас с человеческим телом и природой сексуальности. Такая нагота должна восприниматься рационально, прогрессивно: это повод заново открыть для себя правду о собственном теле и его естественных позовах, а для этого необходимо сбросить с себя одежду, отринуть прочь все табу, а вместе с ними и моду. Но на самом деле такой подход слишком рационален, он уводит нас в сторону от тела... от истинного пути человеческих желаний, которые всегда имеют двойственную природу, соединяя в себе любовь и страх смерти» (Baudrillard 1981: 97).

Это амбивалентность противоречивых и несовместимых желаний, вписанная в человеческую психику той самой «социальной обусловленностью», что в течение долгого периода направляла развитие человеческого эго. Мода — искусство перформанса — служит движущей силой для этой амбивалентности; ее отважными устами говорят наши страхи и желания; под скорлупой шика, за аурой гламура всегда скрывается рана.

Кроме того, в моде отражается неоднозначность культуры современного мира, которая буквально трещит по швам, — точно так же как в современном искусстве находят воплощение размышления об ущербности культурной среды. Мода сталкивается с теми же вопросами, что и все современное искусство: в чем ее смысл и цель и какой от нее прок в мире «механического воспроизводства»? И все же есть один момент, который отличает моду от многих других форм искусства: в то время как «высокое искусство» стремится уйти как можно

дальше от массовой культуры, мода, напротив, движется ей навстречу. Высокая мода в каком-то смысле уже стала достоянием народа. Сегодня любой шик — это бульварный шик.

Как и любое искусство, мода находится в сложных отношениях с моралью и постоянно рискует быть обвиненной в безнравственности. И так же как любое искусство, она балансирует на грани «безнравственности», когда ближе всего подбирается к правде. Утилитарный стиль — так же как самая обыкновенная «приличная» одежда и академическое искусство — выражает консервативные настроения. Прогрессивный подход заключается не в том, чтобы выбрать для себя какую-то эстетически приемлемую форму утилитарного стиля — это все равно, что сложить оружие и подписать капитуляцию; мы поступим намного достойнее, если станем использовать одежду для того, чтобы исследовать и выражать свои самые смелые устремления, но при этом не утратим уважительного отношения к тем, кто с ее помощью пытается спрятать собственные недостатки, реально существующие или надуманные, либо придать себе уверенности и веса в глазах окружающих.

Искусство постоянно ищет новые способы осветить наши проблемы и стоящие перед нами неразрешимые вопросы; к тому же стремится и мода, несмотря на то что средства, которыми она располагает, в некотором смысле сомнительны — уж слишком сильны ассоциации, связывающие ее с телом, повседневной жизнью и поведенческими стереотипами. Мода амбивалентна — что бы мы ни надели, одежда тут же превращает тело в «открытую книгу», на страницах которой описаны наши взаимоотношения (подчас противоречивые и туманные) с искусством, общественным порядком и собственной психикой. Вот почему мода никогда не оставляет нас в покое — мы без конца тянемся к ней, хотя иногда отдергиваем руки, испугавшись того потаенного умысла, который можем обнаружить, если сумеем заглянуть под ее загадочную маску, чем-то схожую с улыбкой Моны Лизы.

## Другие времена — другие «установки»

Меня привычный стиль одежды, мы меняем себя — это избитая истина. Тем не менее роль костюма в театре жизни невероятно важна — именно это я хотела доказать своей книгой. Мир не знает культурной традиции, которая бы это опровергла; однако сегодня и та роль, которую одежда играет в культурном контексте, и те способы, которыми мы ее осваиваем, претерпели колоссальные изменения. На языке современного мира «приодеться» означает собрать вместе несколько предметов одежды и аксессуаров, к созданию которых мы, скорее всего, не прикладывали рук, и немного поработать над законченным «образом» — такой подход вполне можно описать термином *бриколаж*. Каждый человек — это живой коллаж, хотя бы произведение искусства, слепленное из «найденных вещей» или, быть может, нечто более похожее на современную инсталляцию, меняющуюся в процессе интерактивного взаимодействия с публикой.

Благодаря подъему буржуазного сословия, а вместе с ним и общества потребления мода обрела мотор, необходимый для экспансии. Бэверли Лемир и Нэгле Би Харт (Lemire 1997) продемонстрировали, что производство готового платья процветало уже в XVII веке. Его дальнейшее развитие способствовало появлению первых журналов, которые поясняли тонкости моды неискушенной публике. Журналистика от моды набирала вес практически такими же темпами, как и сама мода. Ее голос был прекрасно слышен уже в XIX веке, но с того времени количество материалов о моде увеличивалось в геометрической прогрессии, и сегодня газеты, модные журналы, телевизионные программы и Интернет обрушивают на нас целый шквал информации и советов, касающихся внешности вообще и манеры одеваться в частности. Наша жизнь сплошь пропитана модными образами. Мода — это бесконечные ряды вешалок и стеллажей с вещами, к которым мы можем прикоснуться в обычном универмаге, которые мы можем осязать в дорогих бутиках, но в то же время мода — это виртуальный спектакль, череда образов, карнавал нескончаемых перемен.

Однако суть моды не сводится всего лишь к изменению стилей с течением времени; и она затрагивает не только внешние, поверхностные стороны жизни.

Постепенно менялись способы изготовления одежды и материалы, которые шли на ее производство, а в результате изменились и ее цена, и ее ценность: когда-то к паре шелковых чулок относились с благоговением — почти как к драгоценности, но сегодня новые колготки могут стоить дешевле, чем билет на автобус. Аналогичным образом изменилось и социальное значение костюма; в наше время одежда может рассказать о классовой принадлежности, возрасте и даже о гендерном статусе человека намного меньше, чем прежде, однако, несмотря на то что «условные обозначения» стали бледнее и тоньше, их все еще можно разобрать.

Если заходит речь об изменениях в моде, первое, что тут же приходит на ум, — это *стиль*. Когда эта книга увидела свет в 1985 году, на пике популярности был «успешный стиль» (англ. *dress for success*), который женщины приняли на ура вслед за мужчинами. Героем этого времени был яппи из Сити или с Уолл-стрит — человек в дерзком костюме потрясающего покроя и ярком галстуке, почти герой сериала «Полиция Майами: Отдел нравов» — со стрижкой «маллет», в светлом пиджаке с квадратными плечами и вызывающе закатанными рукавами. Люди в черном повсеместно встречались на улицах больших городов; безусловно, к тому времени этот цвет доминировал в одежде уже более ста лет (Harvey 1995), но теперь мы стали осознанно его выбирать, чтобы лучше понять и выразить себя. Стиль панк странным образом мутировал в нечто более созвучное тэтчеризму: густой слой помады на губах, строгая стрижка, высокие каблуки — вся эта эпоха «внушительных стилей», массивных причесок, подплечников и телесериалов «Даллас» и «Династия» прочно ассоциировалась с именами политиков из правого крыла (Рейганом, Тэтчер) и проводимым ими курсом. Тем не менее таблоиды предупреждали «девчонок из Эссекса»<sup>1</sup>, чтобы они держались подальше от белых туфель на шпильках и слишком смелых мини-юбок, потому что упоительно изобильные 1980-е не признают вульгарности.

К 1990 году настроения изменились. С началом нового десятилетия белый стал цветом номер один на подиумах, его интерпретировали как жест доброй воли, символизирующий поворот в сторону экологии и почтение к родной планете. Вскоре после этого появился стиль гранж, который недвусмысленно призывал к экономии, вторичной переработке и отказу от бездумного потребительства. Десятью годами ранее существовал «рецессивный стиль» — детище революционно мыслящих японских дизайнеров (таких, как основатели *Comme des Garçons*), которые использовали черный цвет и сложные формы для того, чтобы скрыть, а не подчеркнуть очертания фигуры. Теперь его сменил гранж, ставший достойным ответом на рецессию начала 1990-х. Его родоначальниками были рок-музыканты из северных районов Западного побережья Соединенных Штатов (Сиэтл) — в частности, группа

Nirvana, но очень скоро новый стиль заметили и переняли британские модные обозреватели, аккредитованные в Нью-Йорке. Анна Кокберн — в 1993 году редактор моды журнала *Mademoiselle* — выглядела так, «словно спала не раздеваясь» (как писала Мэрион Хьюм из лондонской *Independent on Sunday* (Hume 1993: 14)). Существует фотография, запечатлевшая Анну Кокберн в армейском кителе, с волосами, забранными в хвост при помощи обычной резинки. Хьюм сообщала, что представители модного авангарда одеваются в то, что покупают на распродажах и у старьевщиков, носят кеды и подсевшие свитера, — однако, и на это стоит обратить особое внимание, эти вещи они охотно комбинировали с произведениями новых бельгийских дизайнеров-деконструктивистов Анн Демельмейстер и Мартина Маржела, так что их нищенский вид был обусловлен скорее идейными соображениями, нежели реальной нуждой. Более того, заложенный в стиле гранж посыл — частичное возвращение к бережливости, андрогинности и комбинированию готовых «разношерстных» вещей (бриколаж), что было свойственно для хиппи, — шел вразрез с более интеллектуальным деконструктивистским подходом, который в буквальном смысле вскрывал моду и выворачивал ее наизнанку, выставляя напоказ взаимоотношения между одеждой и телом, использующиеся при ее создании технические приемы и одновременно с этим — структуру и дискурсивные аспекты моды как таковой (Gill 1998).

К середине 1990-х годов гранж эволюционировал — или выродился — в «бохо-шик». Помимо прочего, этому способствовало открытие в Лондоне магазина *Voyage*, где продавались роскошные вещи, созданные зачастую из переработанных и экзотических материалов. Богемный стиль в период *fin de siècle* переосмыслил установки, которыми руководствовались хиппи, чтобы в результате за большие деньги создать причудливый, слегка хаотичный облик, созвучный настроению артистических натур или актрис второго плана, исполняющих роль феи Душистый Горошек в комедии «Сон в летнюю ночь». На одной вечеринке я не могла оторвать глаз от гостьи, на которой были надеты тесный черный с серебром кружевной лиф, кружевная юбка с неровным подолом (спереди — до середины бедра, сзади — до колен), а под ней — плотно облегающие черные спортивные бриджи. На другой женщине был наряд из зеленого шелка, расшитого чем-то розовым и серебристым и покрытого сверху драпой «сеточкой». Эти ансамбли дополняли массивные начесы на голове и странного вида цветы. Наверху, в женском туалете, я застала скорбный разговор о том, что *Voyage* стал недоступен простым смертным: к тому времени магазин стал пользоваться столь грандиозной популярностью, что зазнавшееся руководство ввело систему обслуживания по клубным картам. (Моника Левински, также присутствовавшая на той вечеринке, очевидно, предпочитала совершенно иной, хотя и не менее безумный стиль: в своем коктейльном платье

из черного тюля фасона «балерина» и алой атласной накидке она выглядела так, словно явилась прямо из 1950-х.)

Альтернативой реинкарнации «богемного» стиля стало увлечение секонд-хендом. Торговля поношенными вещами была процветающим бизнесом на протяжении не одной сотни лет, но развитие массового производства заставило его угаснуть. Его возрождению в конце 1960-х годов поспособствовали хиппи; а в 1970-х модный обозреватель журнала *New Yorker* Кеннеди Фрейзер рассуждал о том, что интерес к ретровещам «обнаруживает [в людях] желание найти собственный стиль, хотя и окольным путем... и установить ироническую дистанцию между собственно персоной и откровенно модным видом, который имеют надетые на этой персоне вещи... создать впечатление, будто сказано нечто глубокомысленное, но только где-то в сносках» (Fraser 1985: 125). Иными словами, обращение к ретро было актом сарториального отречения, путем, позволявшим следовать моде, не следуя ей. Спустя десять лет ученая дама и феминистка Кайя Сильверман увидела в нем нечто более радикальное — «сарториальную стратегию, которая направлена на то, чтобы денатурировать зеркальную идентичность одетого [таким образом] человека, и в корне несовместима с модой» (Silverman 1986: 150).

Такой взгляд был чересчур оптимистичным, поскольку к концу XX века коммерциализация рынка ретровещей достигла невероятного размаха, и старинный «туалет», когда-то стоивший один фунт, теперь продавался за тысячу. Джулия Робертс надела «винтажное» платье от Валентино на церемонию вручения премии Оскар 2001 года, но, как отмечала лондонская *Evening Standard*, «настоящие модницы уже на шаг впереди. Они не хотят дизайнерских марок 1960-х и 1970-х. Скорее они вопьются когтями в раритеты из 1980-х — как говорят знающие люди, „не упустят хай-хенд“» (Bolle 2001). Вскоре эта тенденция переродилась и в обновленном виде прочно обосновалась в дорогих районах: на смену невнятному «ретро» и лавкам подержанных вещей пришла весьма успешная британская сеть *Top Shop*, в конце концов добравшаяся и до района Оксфорд-серкус, где под винтажные товары был отведен специальный отдел.

Гранж и «бохо» проложили дорогу еще более небрежному стилю, который благополучно дотянул до конца XX века. В 1994 году Наоми Таррант в своей заметке обратила внимание на то, что у многих молодых людей теперь нет даже одного классического костюма для официальных случаев (Tarrant 1994) (впрочем, это могло быть в большей степени обусловлено возрастными особенностями, нежели перманентной изменчивостью стиля). Американская традиция «неформальной пятницы» повлияла и на остальные дни рабочей недели, и постепенно офисный стиль стал более свободным и раскованным в целом. Однако вопрос «что надеть на работу» по-прежнему оставался актуальным, хотя к концу 1990-х годов вроде бы женщины нашли на него ответ и сменили ставший

общим местом в 1980-е годы официальный костюм в стиле «что угодно — я вас слушаю» на комплект из мягкого кардигана и трикотажной юбки или брюк.

Дэвид Брукс остроумно описал, с чего начинался повседневный стиль Силиконовой долины и как он в дальнейшем распространился по так называемым «латте-таунам» (latte towns), разбросанным по всей территории Соединенных Штатов. Он пояснял, что подразумевает под «латте-таунами» общины, в большинстве своем расположенные поблизости от университетов, где некогда богемный образ жизни вступил в союз с буржуазным достатком и этикой и устремлениями рабочего класса и где богемно-буржуазный стиль распространился также и на гардероб: «...каждое утро местные бизнесмены собираются на совместный завтрак, одетые в джинсы, рубашки без воротника и ботинки Timberland на босу ногу. Один „большой человек“ с копной длинных седых волос [собранной в конский хвост] мило поболтает с другим, щеголяющим в бороде, словно позаимствованной у Джерри Гарсиа; их сотовые телефоны торчат из черных матерчатых портфелей. Тем временем в витрине торгующего сандалиями магазина Birkenstock, того, что прямо за углом, появляется объявление, напоминающее, что продающиеся здесь товары могут стать прекрасными корпоративными подарками» (Brooks 2000: 204). Женским эквивалентом этого стиля смело можно назвать ансамбль, включающий в себя «крестьянское» платье и «бабушкины» очки.

Согласно этому новому набору правил и указывающих на уровень благосостояния кодов, поясняет Брукс, «вполне допустимо пожертвовать несколько сотен долларов на покупку самых дорогих ботинок для ходьбы по пересеченной местности, но верх вульгарности потратить такую же сумму на патентованные кожаные туфли в пару к деловому костюму». Если в 1980-е годы вкусам яппи соответствовали «гладкие поверхности матовой черной мебели, блестящих покрытых лаком полов и отделанных искусственным мрамором стен», сегодня образованная элита «предпочитает наполнять окружающее ее пространство природной шероховатостью... эта грубость олицетворяет аутентичность и подлинные ценности». Это правило распространяется и на гардероб, поэтому «бобо» (сокращение от «богемно-буржуазный») должны носить фланелевые рубашки (ни в коем случае не шелковые!) свободного покроя и обязательно без жесткого воротничка, свободные льняные брюки с трикотажными/вязаными куртками (желательно в перуанском народном стиле), «бейсболку из сурового полотна... и нижнее белье из сизаля» — и тогда «можно выглядеть не хуже других» (Ibid.: 85). «Скрытый достаток» — так звучала еще одна формула богемно-буржуазного стиля; Жиль Липовецкий назвал это «незаметным потребительством» (Lipovetsky 1994). В сентябре 1998 года Ванесса Фрейдман прокомментировала эту тенденцию на страницах недолго просуществовавшего британского модного журнала Frank. Описывая модную парочку из лондонско-

го Сити, она заметила, что, по приблизительной оценке, вместе они были одеты на шесть с лишним тысяч фунтов (считая одежду и украшения), хотя с первого взгляда никто бы этого даже не заподозрил: «Дик носит классические туфли из коричневой кожи, обычный синий костюм с пиджаком, застегивающимся на две пуговицы, и практичные стальные часы; Джейн носит старую и жалкую на вид пару, серые брюки, сандалии и нитку зеленых бус вокруг шеи». Вот только ее «зеленые бусы» — это не что иное, как неограниченные изумруды на золотой проволоке, а его «практичные стальные часы» — хронометр-хронограф TAG-Heuer 6000, и одни эти аксессуары стоят около двух тысяч фунтов; что же касается «жалкой на вид пары», то это штучный костюм от *Comme des Garçons*, и т.д. Роскошные материалы в сочетании с минималистским дизайном позволяют создавать эксклюзивные вещи. Дизайнер Марк Джейкобс выразил это в двух словах: «Я решил, что подчеркнуть статус можно моим излюбленным способом — что называется, незаметно» (Friedman 1998: 98).

Году этак в 2000-м модные колонки газет были полны заметок о новом стиле кэжуал и советов для мужчин, касающихся того, как с успехом упростить свой гардероб. Британский премьер-министр Тони Блэр признался, что предпочитает джинсы деловому костюму, и подтвердил это в марте 2002 года, появившись на барбекю, устроенном для лидеров стран Содружества, в повседневном свитере от *Nicole Farhi*. Однако оказалось, что «деловой кэжуал» — это западня. Отправив в отставку классический костюм, Уолл-стрит, похоже, столкнулась с иерархическим хаосом, поскольку стало трудно разобрать, кто есть кто среди сотрудников, и очень скоро был разработан новый свод правил. В новой редакции кэжуал *не* подразумевал появления на людях в грязных спортивных штанах и неглаженном камуфляже. В 2001 году лондонская газета *Observer* сообщала, что «неформальной пятнице пришел конец»; согласно отчету, на который она ссылалась, повседневный стиль не только требовал больше времени на решение вопроса «что надеть?», но также подорвал рабочую атмосферу и способствовал неподобающему поведению в офисе — его спутниками стали флирт, сплетни и всеобщая лень. А те, кто причислял себя к «поколению умеренных», одевались так, что это можно было принять за новую и еще менее сексуальную разновидность униформы, основу которой составляли футболки и вещи из камуфляжной ткани.

В 2002 году некий продавец из отдела мужской одежды лондонского универмага *Selfridges* доходчиво объяснил, что такое «изысканный» или «элегантный» кэжуал: он подразумевает наличие хорошего костюма, который носят без галстука, расстегнув на рубашке несколько верхних пуговиц (сегодня этот стиль пользуется успехом среди британских тележурналистов, ведущих репортажи «с места событий», хотя ведущим новостей в студии по-прежнему приходится носить галстуки<sup>2</sup>). Итак, опала костюма оказалась недолгой. Доказывая,

что классический костюм по-прежнему является ключевой вещью в гардеробе мужчины, Энн Холландер превозносила его неувядающую актуальность и способность придавать мужской фигуре одновременно солидный и утонченный вид: «...он наводит на мысли о дипломатичности, способности идти на компромисс, хорошем воспитании и умении следить за своей фигурой». Кроме того, она обратила внимание на тот аспект, который упоминается реже всего: костюм — это проекция наших представлений о мужественности и мужском эротизме (Hollander 1994: 114).

Брючный костюм, который современные женщины носят наравне с мужчинами, — это один из примеров андрогинности, тяга к которой усилилась в 1990-е годы, однако стиль кэжуал был не менее андрогинным. В один из летних дней в конце 1990-х, стоя в ожидании автобуса на Оксфорд-стрит, я смотрела на проходящие толпы людей и думала: «Вот и наступил XXI век». Только что я побывала на выставке в Лондонском колледже моды, где были представлены вещи 1950–1960-х годов из гардероба супруги лондонского банкира миссис Корнер. Как же непохожи были ее строгие, сложные, сшитые на заказ наряды на то, что окружало меня сейчас, особенно если учесть, что мимо проносились молодые люди и девушки, словно сошедшие со страниц романа «Нейромант» (Neuromancer, 1984) (Gibson 1989). И хотя толпа была многонациональной, одежда выглядела вполне однообразно: бесконечные джинсы и походные брюки, хлопковые футболки, небрежные флисовые куртки и хлопковые ветровки на молнии. Тем больше поражали декоративные эффекты «на периферии» — волосы безумных розовых и лиловых оттенков, гротескные кроссовки, кричащий макияж, татуировки; футболки на многих женщинах имели глубокий вырез, подчеркивая их сексуальность самым традиционным способом; некоторые девушки щеголяли сережками, поблескивавшими в районе пупка. Со своими портативными плеерами, мобильными телефонами и громоздкими рюкзаками (делающими человека поразительно похожим на одногорбого верблюда) эти юноши и девушки казались предвестниками эпохи киборгов: сотовый телефон — как прототип микрочипа, встроенного в мозг или коренной зуб, рюкзак — как новая часть мутирующего тела, на котором когда-нибудь, возможно, довольно скоро, отрастут сумки и карманы.

Еще одна особенность современной моды состоит в том, что эклектичное смешение стилей превратилось в повальное увлечение. Энн Холландер выразила это в таких словах:

«Человек эпохи постмодернизма, независимо от своей половой принадлежности... уяснил, что мирно сосуществовать могут не только разномастные шкафы в его чулане... теперь можно комбинировать... поблекший деним и яркие блески или бледный шифон и черные армейские

башмаки носят не только поочередно, но и вместе. Новая свобода, которую мода обрела в последней четверти века, была воспринята как возможность не создавать новые формы, но играть, более или менее дерзко, со всеми уже известными и устоявшимися старыми формами... [резвиться на] пульсирующей волне смешанных цитат» (Hollander 1994: 166).

С этим связана одна проблема: когда все дозволено, кажется, что больше не осталось ничего по-настоящему возмутительного; и «свободный, состоящий из бесконечных вариаций, многослойный» стилистический ремикс никому не режет глаз даже на улицах фешенебельного района, сливаясь с всеобщей андрогинностью и порождая удивительное визуальное однообразие.

Внешняя андрогинность по-прежнему остается в основном привилегией младшей возрастной группы. В свою очередь, пожилые люди продолжают выпадать из модного контекста — во всяком случае, мода не предлагает им специальной одежды для старшего возраста; зато сегодняшние 30-летние киборги вполне могут носить такие же костюмы и плиссированные юбки, как носят их родители. А могут и не носить. Но в любом случае кэжуал уже пустил корни в гардеробе «тех, кому за». Мужчины и женщины старше 60–70 лет сегодня с удовольствием надевают джинсы, кроссовки, тренировочные костюмы и флисовые толстовки — совсем как их внуки. Однако спортивная одежда смотрится выигрышно только на стройной молодой фигуре; тренировочный костюм может придать облику пожилого человека некий налет инфантильности, и глядя на него, одетого в это подобие гигантских *ползунков*, нет-нет да подумаешь: а не впал ли он в детство? С другой стороны, нередки случаи, когда женщина, едва перешагнувшая 40 или 50-летний рубеж, вдруг решает больше не гнаться за модой и из всего возможного разнообразия оставляет на свою долю только черные вещи (причем для этого ей совсем необязательно быть вдовой); хочется напомнить таким дамам, что сегодня мода доступна для всех возрастных групп, а аргумент «нечего пожилой овце рядиться в ягненка» давно устарел и позабылся<sup>3</sup>.

Есть что-то парадоксальное в том, что массовый интерес к андрогинным стилям пришелся на 1990-е годы, когда феминизм заметно сдал свои позиции. Согласно широко распространенному, но поверхностному мнению, это отступление было связано с тем, что феминистки достигли своих целей. Реальная ситуация скорее напоминала 1920-е годы, когда молодые женщины достаточно свободно и раскованно вели себя во время досуга, но по-прежнему не чувствовали себя равными мужчинам на работе и в кругу семьи. Статистические данные, связанные со случаями домашнего насилия, остаются неизменными с 1970-х годов; заработная плата, которую получают женщины, повсеместно ниже, чем у мужчин, занимающих аналогичные должности; женщины

по-прежнему тащат на себе большую часть домашних обязанностей, забота о детях почти полностью лежит на их плечах. Если у женщины такие высокие заработки, что ей то и дело говорят: «У тебя есть всё», на самом деле это означает, что в жизни она не видит практически ничего, кроме своей работы; в то же время женщина с низкими доходами продолжает, как и во все времена, совмещать низкооплачиваемую работу с бесконечной домашней рутинной. Единственное, что действительно отличает наше время от 1970-х годов, — это возрождение института домашней прислуги; состоятельные женщины, у которых «небогато со временем», вновь нанимают горничных, которые содержат в чистоте их дома, и нянь, чтобы присматривать за детьми, — и им все равно, будут ли это бедные студентки из Восточной Европы или коренные представительницы местного рабочего класса.

Отчасти упадок феминистского движения связан с инертностью и самоуспокоенностью; другая, более явная (или все-таки до сих пор неочевидная?) причина — это атаки со стороны научного сообщества. Нашлись ученые, которые в союзе с идеологами основали и развили направление, получившее название «социобиология и эволюционная психология», чтобы доказать, как велика и важна генетическая разница между полами; на основании своих идей они выстроили теорию, согласно которой женщина, независимо от ее семейного положения и наличия детей, будет чувствовать себя счастливее и даже богаче, если откажется от погони за равенством и научится наслаждаться тем, что она не такая, как мужчины. Благодаря эволюционной психологии в обществе несколько ослаб поток пустословия на тему женского равноправия, и в наступившей тишине стало еще яснее, насколько двусмысленно положение женщин в странах Запада (не говоря уже об остальном мире). Мы редко задаем вопрос, который, казалось бы, напрашивается сам собой: если генетическая и гормональная разница между мужчиной и женщиной имеет такое большое значение, как утверждают некоторые теоретики, как должно поступить общество — заняться поисками средства, которое еще больше ее усугубит, или попытаться свести ее к минимуму?

Градация по статусному и гендерному признаку и связанное с ней неравенство по-прежнему — пусть и не столь люто, как еще тридцать лет назад — находят выражение в правилах, касающихся одежды. В 1999 году одна британская школьница подала в Комиссию по равным возможностям (Equal Opportunities Commission, ЕОС) жалобу на свою смешанную школу, где девочкам не позволяли носить брюки. Понимая, что Комиссия поддержит учащихся, директор заведения пошел на уступки, хотя и не признал поражения и даже высказал абсурдное предположение о том, что теперь мальчики и не заметят, как через год-другой их в этой школе переоденут в юбки. В январе 2000 года сотрудницы Британской профессиональной ассоциации гольфа возбудили

и выиграли дело о дискриминации, поводом для которого послужил случай, когда их не допустили до работы и отправили домой переодевать брюки. Эти жарко обсуждаемые споры показывают, как отчаянно (даже сегодня) общество противится женской независимости, как громко и настойчиво могут звучать требования, которые «высказывает» независимый стиль одежды и какую волну негодования это вызывает.

Как будто для того, чтобы создать противовес безмятежной андрогинности повседневной одежды и поддержать свою гламурную репутацию, мода вступила в лихорадочные взаимоотношения с миром знаменитостей и всячески поддерживает их культ. Женщина может целый день выглядеть как мальчик, но подиумные показы, громкие премьеры и голливудская церемония вручения премии Оскар позволяют напомнить ей о священном союзе от-кутюр и славы. Вечерние туалеты, которые можно было видеть на церемонии вручения Оскара в 2002 году, были не столь откровенными, как в предыдущие годы, когда некоторые творения Джулиана Макдональда напоминали не столько платья, сколько косметическую маску для тела — так мало ткани пошло на их изготовление. В 2000 году модный обозреватель Лиза Армстронг, которую Музей костюма в Бате попросил назвать «платье года», остановила свой выбор на модели Донателлы Версаче — вечером «платье-халате» из зеленого шифона с «бамбуковым» принтом, которое носили Джери Холлиуэлл, модель Кристи Терлингтон, Дженнифер Лопес и Эмбер Валетта. Полы этой полупрозрачной вещи сходились только в районе лобка, где были прихвачены массивной пряжкой. Армстронг утверждала, что это прекрасный символ симбиоза мира знаменитостей и модной индустрии, которая, по ее словам, «одержима жаждой одобрения со стороны высшего света» (Armstrong 2000: 15).

Церемония вручения премии Оскар подчеркивает самые напряженные моменты этих отношений. Это ежегодное событие можно описать как «турнир достоинств». Арджун Аппадурай применил этот термин, изначально использовавшийся в антропологии для описания знаменитых обрядов Океании, к светским событиям западного мира, таким как художественные аукционы. Это:

«Многогранные периодически проводимые мероприятия, которые благодаря некой четко выраженной культурной составляющей стоят в стороне от рутины экономической жизни. Участие в них — это одновременно привилегия для власть имущих и одно из орудий той борьбы, что они ведут между собой. Ставки в таких турнирах, скорее всего, устанавливаются также при посредстве понятных всем культурных [соглашений]... на кон [поставлены]... не только статус, положение, слава или репутация... под вопросом характер самих символов достоинства, занимающих центральное место в сознании общества» (Appadurai 1986: 21).

Ежегодная оscarовская церемония, несомненно, является таким «турниром». Публичная демонстрация фантастических нарядов от-кутюр звездами, чьи подтянутые тела, чтобы достичь совершенства куклы Барби, прошли через горнило пластической хирургии, тренировок, эпиляции и других косметических процедур, по сути является воплощением власти и богатства в эстетической форме. Однако ее настоящие герои, возможно, не столько сами звезды, и даже не одевшие их модельеры и не режиссеры номинированных на премию фильмов, а находящиеся где-то за кулисами агенты, продюсеры и другие финансовые воротилы.

Кому-то полуобнаженный выход актеров (точнее, актрис) (Eicher 2001) на публику может казаться вульгарным и вызывающим, в ответ на нападки моралистов их обвиняют в нетерпимости и даже говорят, что для них «голый — это новый черный». Журналистка Сара Вайн указала на то, что выставленная напоказ едва прикрытая нагота звезд шоу-бизнеса не имеет ничего общего с сексом, но имеет самое прямое и непосредственное отношение к их желанию показать всему миру свое невероятно стройное тело (Vine 2001: 5). Но в тот же самый день Зои Уильямс выразила сожаление по поводу пошлости «вечернего туалета», состоящего из бикини и небольшого количества ткани в сеточку, который был на певице Каприс во время церемонии вручения наград за достижения в области поп-музыки; она добавила, что присутствия всего одной приглашенной звезды в полноценном платье достаточно для того, чтобы все это «голые цыпочки» выглядели шляхами (Williams 2001: 31).

Пристрастие знаменитостей к излишне откровенным нарядам дает мусульманским критикам повод выдвигать свои главные обвинения против всей западной культуры — обвинения в нескромности и упадничестве. Самые ожесточенные споры вокруг правил, касающихся одежды, разворачиваются именно в тот момент, когда речь заходит об исламе; это стало особенно заметно после разрушения в 2001 году Всемирного торгового центра в Нью-Йорке — катастрофы, которая вызвала повышенное внимание и весьма неоднозначное понимание ислама в западном обществе. Редактор британского Vogue Александра Шульман высказала следующее предположение: «Споры [XIX века] о корсетах во многом перекликаются с современной полемикой вокруг целомудренных одежд, которые носят мусульманские женщины. Они делают это по доброй воле или их к этому принуждают? Эти одежды — символ сексуальной эксплуатации и несправия или, как утверждают многие женщины, они наделяют их особой силой, освобождая от сомнительных повинностей, которые налагает западное платье, а также от сексуального интереса и оценивающих взглядов посторонних людей?» (Shulman 2002: 12) Это действительно напоминает ситуацию с корсетом: пока одни женщины в XIX веке восставали против гнета этого предмета одежды, который следовало носить, чтобы не уронить

своего достоинства в чужих глазах, других ужасала мысль о том, что придется обходиться без него.

Во время своего путешествия в Турцию в 1717 году леди Мэри Уортли Монтегю посетила женские горячие бани в Софии. Как она потом рассказывала, не только ее амазонка показалась «чрезвычайно необычной» турчанкам, которые, впрочем, были слишком хорошо воспитаны, чтобы высказаться на этот счет; они были потрясены, когда она продемонстрировала им свой

«...корсет, который весьма их впечатлил, ибо я заметила в них уверенность в том, что я заперта в этом приспособлении и не в моей власти его открыть, они сочли это изобретением моего мужа» (Montagu 1997: 149).

Турчанки пришли в ужас, решив, что корсет сродни поясу верности и депотичные европейские мужья чуть ли не силой надевают его на своих жен.

Покров для головы и лица старше ислама на несколько тысяч лет, однако сегодня эта деталь одежды широко ассоциируется исключительно с мусульманским миром — даже несмотря на то что среди ученых знатоков Корана нет единого мнения относительно того, что священные тексты предписывают носить женщинам. К примеру, «некоторые мусульманские теологи и идеологические лидеры, такие как главный муфтий Марселя Сохиб Бен Шейх, утверждают, что те места, где Коран велит женщине покрыть себя, не следует воспринимать буквально — сегодня это надо понимать скорее как предписание, обязывающее женщин быть образованными» (Brown 2001: 105).

Покров для головы и лица не имеет отношения к «моде» (в том смысле, который вкладывают в это понятие на Западе) — он не может подвергаться частым стилистическим изменениям (хотя его часто надевают поверх вещей, сшитых по современным западным образцам). Его можно рассматривать как явление, принадлежащее «антимоду» или «другой» моде, а также как традиционную, устойчивую форму одежды, ассоциирующуюся с не-западной культурой. Однако, как показывает проведенное Назимом Ханом исследование различных традиционных стилей, распространенных в Южно-Азиатском регионе, перемены не обошли стороной шальвар-камиз и сари (Khan 1992). Традиционное японское кимоно или коседо также постепенно меняется с течением времени (Gluckman, Takeda et al. 1992: 29–41). Это означает, что западные представления о том, что другие культурные традиции непременно требуют сохранения стиля в неизменном виде, были всегда как минимум неточны. Западный круговорот модных стилей характерен для Европы и Соединенных Штатов, но стили эволюционируют повсеместно, хотя и намного медленнее. Действительно, как мы увидим далее, даже сама паранджа не обладает иммунитетом, способным защитить ее от чисто потребительского интереса и от соответствующих

стилистических изменений; кроме того, различные вариации на тему «традиционных костюмов» популярны среди выдающихся представительниц западного общества, которые все чаще появляются в такой одежде на публике. Принцесса Диана надевала шальвар-камиз, когда навещала свою подругу Джемайму Хан, жену бывшего игрока в крикет, а ныне пакистанского политика Имрама Хана. В Пакистане Джемайма Хан носит традиционную одежду, а приезжая в Европу или Соединенные Штаты, предпочитает одеваться на западный манер. Черри Блэр надевала сари, когда принимала видных индийских бизнесменов братьев Хиндуджа. Нам остается всего лишь немного подождать, чтобы узнать, смогут ли эти искусственные «жесты доброй воли» дать начало новой моде, которая соединит в себе черты традиционных западных и не-западных стилей; как подметил Назим Хан, шальвар-кемиз во многом подобен модному брючному костюму, который женщины носят на Западе; в Индии, особенно в больших городах, он может точно так же использоваться в качестве удобной повседневной или рабочей одежды.

Не только идеология, но и география определяет то, как выглядит покров, который носят женщины в том или ином обществе, — в мире существует множество фасонов и столько же слов для их обозначения. Например, слово «паранджа» (или «бурка»), сегодня прочно ассоциируется с Афганистаном, хотя в действительности и сами афганцы, и весь арабский мир предпочитают ему другое название — «чадра» (Daly 2000) — для описания предмета одежды, покрывающего фигуру с головы до ног и имеющего всего лишь одно сетчатое «окошко» на уровне лица, которое позволяет женщине хоть как-то видеть, что происходит вокруг. В Пакистане женщине достаточно покрыть голову плотным платком так, чтобы он полностью скрывал волосы; тогда как в Саудовской Аравии к покрывалу, которое надевают на голову, спуская до самых бровей, крепится еще одно непрозрачное полотнище, закрывающее всю нижнюю часть лица и грудь, так что у женщины остаются видны одни глаза.

Не только феминистки на Западе, но и многие борцы за установление светских порядков в странах исламского мира (в частности, Кемаль Ататюрк в Турции) в XIX и XX веках утверждали, что эмансипация женщин-мусульманок, помимо прочего, должна избавить их от обязательного ношения покрывала. Масовая кампания за освобождение женщин из далеких азиатских республик от чадры, которую развернули в Советском Союзе в 1920-е годы, зачастую приводила к тому, что после отъезда вооруженных советских агитаторов женщин, посмеявшихся обнажить лицо, карали смертью — как опозоривших себя и весь свой род. С другой стороны, государственный режим, который существовал в Афганистане в 1960–1970-е годы, поощрял женщин в их желании расстаться с покрывалом.

После того как в 1979 году в Иране произошла исламская революция, покров, или чадра, приобрел более высокий символический смысл. Многие молодые, воинственно настроенные женщины добровольно надели его на себя в знак презрения к коррумпированному режиму, который установился в годы правления шаха. При этом правителе в стране появилось эмансипированное буржуазное меньшинство; однако свободы, которыми пользовалась эта привилегированная горстка состоятельных женщин, очевидно не несли никакой пользы огромной массе их бедных, необразованных соотечественниц. Более того, коррупция, царившая в правительстве шаха, и его обширные официальные контакты с Западом породили в народе всеобщее отвращение ко всей «насквозь прогнившей» и «упаднической» западной культуре. Многие иранские женщины принимали самое активное участие в революционной борьбе. Вожди революции обещали им новые права и относительно большую свободу, которая откроет перед ними новые возможности. Однако как только была провозглашена новая Исламская республика...

«...лидеры революции изменили свое отношение к женщинам и взгляды на их положение в [новом] обществе. В течение совсем небольшого промежутка времени... были установлены новые правила и ограничения, затрагивающие все аспекты жизни женщины. Например, женщинам было запрещено выполнять некоторые виды работ. В число таких правил входило и предписание в обязательном порядке носить *хиджаб*; они диктовали, как мусульманской женщине следует себя вести, и даже описывали некий идеальный образ мусульманки, уделяя особое внимание тому, каким должен быть ее *хиджаб*; эти правила постоянно поддерживало новое правительство» Shirazi 2000: 116).

Следует отметить, что для Ирана *хиджаб* или *чадра* — это не традиционное, но совершенно новое явление, тесно связанное с современной городской жизнью: крестьянки никогда не работали в поле, закутавшись в такие одежды. Начиная с 1979 года в Иране не прекращается борьба за обязательное ношение покрывала и нравственные ценности, которые он символизирует. Но даже это не исключает некоторого стилистического разнообразия и развития. Здесь существуют два основных типа одежды, в которой женщина может появиться в общественном месте. Ортодоксальный наряд, состоящий из черного одеяния длиной до земли и головного убора *макнэ*, напоминает убранство католической или англиканской монахини в былые времена. Второе стилистическое направление не чуждо западного влияния, в нем вполне европейские детали (сборки, разрезы, пуговицы и другой декор) мирно уживаются с узорчатыми восточными платками. Женщинам не запрещено на свой вкус видоизменять форму *хиджаба*

и пользоваться макияжем, чтобы обозначить некоторую политическую дистанцию по отношению к режиму, однако при этом они по-прежнему рискуют привлечь к себе пристальный интерес полиции нравов (Ibid.: 120–121).

(Следствием правил, ограничивающих свободу женщин в этой Исламской республике, стал абсурдный случай, который произошел во время отборочного раунда Чемпионата мира по футболу, когда сборная Ирана принимала на своем поле сборную Ирландии. Иранским женщинам запрещено посещать футбольные матчи, однако власти пошли на компромисс и согласились допустить на стадион ирландских болельщиц при условии, что те обязательно покроют головы. Условие было принято, и ирландские дамы, все поголовно закутанные в зеленые покрывала, явились огромной толпой, ничуть не смущаясь недружелюбием местных фанатов.)

В Палестине и Турции некоторые женщины не по принуждению возвращаются к традиционному покрову, выражая тем самым свои антизападные настроения. Уже с 1980-х годов в Турции активно развивается направление бизнеса, связанное с обеспечением нужд верующих, причем управляют им не только завзятые исламисты, но и люди, придерживающиеся вполне светского мировоззрения. Яэль Наваро-Ясин продемонстрировал, что в Турции мусульманки следуют или не следуют моде по своему усмотрению и в этом ничем не отличаются от женщин светского воспитания. Молодые мусульманки предпочитают носить модные дорогие пальто<sup>4</sup> и отказываются от мрачных темных расцветок, к которым склоняются ортодоксальные верующие в пользу «нежно-розового и сиреневого, всех оттенков лилового, пастельных голубого и зеленого, приглушенных желтого и серого. Студентки тщательно подбирают цвет тюрбана<sup>5</sup>... к цвету пальто в соответствии с модой, царящей на улицах в наше время» (написано в середине 1990-х годов) (Navaro-Yashin 2001: 225). Яэль Наваро-Ясин соотносит эти тенденции с коммодификацией личности, которая в современной Турции одинаково затронула и людей светского воспитания, и мусульман, и демонстрирует, что, претендуя на «аутентичность» и «традиционность», современная мусульманская мода тем не менее является продуктом нового турецкого капитализма. Ни для кого не секрет, что наиболее успешные турецкие производители «мусульманской» одежды (которые сегодня постепенно завоевывают Германию, Нидерланды и другие европейские страны, где существует обширная турецкая диаспора) ставили перед собой цель завоевать сердца женщин, чтобы те покупали их модели охотнее, чем то, что имеет им предложить западная мода. Таким образом, «перелицовка» покрывала для головы на новый лад неразрывно связана с развитием капитализма и урбанизацией. В итоге был достигнут парадоксальный результат: традиционный мусульманский покров преодолел дистанцию, отделявшую его от моды, и вошел в ее систему.

В 1970-е годы исламистское движение активно развивалось и в Египте, в первых его рядах вместе с радикалами были студенты и женщины. Правительство даже пыталось воспрепятствовать тому, чтобы женщины вновь надели на себя покров, но безуспешно. Молодым активисткам движения за обновление ислама пришлось самостоятельно обеспечить себя одеждой, соответствующей их религиозному духу, поскольку приобрести ее было невозможно. В комплект входили:

«...свободная рубашка с длинными рукавами и подолом до лодыжек, однотонная, сдержанной расцветки, сшитая из плотной непрозрачной ткани... и головной убор, полностью скрывающий волосы, лоб и шею и ниспадающий на спину и грудь. Самыми распространенными цветами, которые использовали женщины в первое десятилетие существования движения, были бежевый, коричневый, темно-синий, темно-бордовый, белый и черный. Такую одежду носили повсеместно, занимаясь мирскими делами в публичном социальном пространстве, которое принимало не только ее гендерный статус, но и ее сексуальность. Таким образом, аскетичная манера одежды и строгое поведение не приводили к изоляции, одиночеству или сегрегации» (Guindi 1999: 144).

Для молодых образованных женщин в Сингапуре и Малайзии, где носят множество самых разных традиционных головных уборов, часто в сочетании с одеждой западного образца, например с джинсами, покров также имеет особое, радикальное значение (Stimpfl 2001). Иногда с ним связаны классовые коннотации: покров символизирует принадлежность к образованной зажиточной элите и личностные качества женщины — трудолюбие, профессиональные амбиции, а также соответствующие исламской этике скромность и целомудрие. Одна студентка, приехавшая из этого региона, говорила мне, что для нее покров скорее является символом свободы, а не угнетения. В глобальном мире, где «средства массовой информации играют пагубную роль, пытаюсь диктовать, кем мы должны выглядеть благодаря своей одежде, как должны смотреть на мир, какой образ жизни должны вести и т.д., ислам противостоит этому. О женщине судят не по ее красоте, богатству или привилегиям, а по ее индивидуальности, характеру и добрым делам. Молодые мусульманки хотят вернуть себе покров — чтобы вместе с ним вернуть женщине полный контроль над ее собственным телом».

В центральных районах Франции хиджаб, к которому здесь в основном относятся как обычному головному платку, превращается в объект жарких политических споров, когда встает вопрос, могут ли школьницы из мусульманских семей носить его во время уроков. Система государственного образования

во Франции — это светский институт, в этой стране церковь полностью отделена от государства еще со времен Великой французской революции. Однако, как и везде, этот платок больше чем просто головной убор — это символический манифест, объект, обладающий сверхзначением, которое полностью отличается от того значения, которое придают ему в других социокультурных группах, а в некоторых случаях вступает с ним в непримиримый конфликт. Кто-то воспринимает его появление в общественных местах как посягательство на светский уклад, кто-то — как вызывающую демонстрацию фундаменталистских взглядов, кто-то — как символ женского бесправия. Отношение к противникам хиджаба также бывает различным: одни видят в них расистов и ксенофобов, другие, напротив, — защитников демократических светских ценностей и борцов за равноправие женщин. Для некоторых живущих во Франции мусульманок хиджаб — это в первую очередь средство этнорелигиозной самоидентификации, но не символ веры, иначе как объяснить тот факт, что молодых девушек в хиджабах иногда можно увидеть курящими, хотя это и противоречит принципам ислама. А одну женщину даже сфотографировали в хиджабе и бикини (Brown 2001: 116).

Развернувшаяся во Франции дискуссия показывает, насколько нелегко либеральному Западу выработать последовательную и адекватную позицию «по вопросу хиджаба». Исследователь Малкольм Браун уверен, что ношение хиджаба...

«...следует разрешить [в государственных школах], поскольку запрет будет иметь нежелательный эффект, удовлетворив, пусть и отчасти, требования французских ультраправых. С другой стороны, желательно, чтобы мусульманские организации... глубже вникали в контекст священных текстов Корана и донесли до своих последователей, что мусульманские женщины и девочки не должны носить хиджаб по принуждению или... чувствовать, что обязаны его носить. Все должны признавать право на свободу совести» (Ibid.: 118).

Тем не менее он допускает, что сам по себе акцент на свободе выбора — это проявление западного индивидуалистического мировоззрения.

Однако Фадва аль Гинди, что достаточно непоследовательно с ее стороны, делает именно такой акцент, чтобы оправдать описанные выше действия египетских сторонниц паранджи. Ее аргументы звучат неискренне, поскольку само понятие «выбор» чуждо религиозному фанатизму. Уж лучше говорить о подчинении высшему закону. Более того, «выбор» — это любимая мантра западного общества потребления, которая, увы, не может заменить ни высших нравственных принципов, ни вечерней молитвы, в ней слышен

голос звящей пустоты, наполняющей самое сердце капиталистической культуры.

Кто-то может сказать, что человеку, далекому от ислама, совершенно незачем вникать в то, каким образом мусульманки в разных концах света покрывают свои головы, — это, мол, не наше с вами дело. Однако когда эти традиции сталкиваются с нашими, в корне от них отличающимися, мы просто обязаны иметь определенную точку зрения; а учитывая тот факт, что ношение хиджаба или паранджи часто оправдывают, пытаясь представить как своеобразную критику западного «упадничества», мы имеем не просто повод, но весомую причину для того, чтобы это обсудить. Мусульмане вполне справедливо протестуют против невежественных, расистских нападок на традиции ислама, с которыми им приходится сталкиваться на Западе. Но точно так же западные женщины имеют полное право не становиться жертвами стереотипного мышления мусульман, которые не одобряют наши фасоны платьев и наше поведение, потому что видят в них всего лишь признаки «упадка» и нравственной нечистоплотности.

Многие западные феминистки вполне могли бы подписаться под исламистской критикой западных образцов женской одежды, вызывающих в окружающих непристойное возбуждение. В последние два года журналисты часто и охотно критиковали чересчур откровенные наряды, на которые падки многие звезды и светские львицы (о чем я уже говорила выше), и ставший популярным в этих кругах имидж «оторвы». Неужели истинные достижения женской эмансипации — это возможность пить, курить, сквернословить, вступать в случайные связи и бесчинствовать на зависть футбольным хулиганам? Феминисткам остается лишь согласиться с мусульманками, которые указывают на то, что в западных странах нет истинного равноправия, зато высок уровень домашнего насилия, сексуальной и экономической эксплуатации женщин.

И все же остаются в силе весомые аргументы, не позволяющие окончательно уверовать в то, что покрытая голова мусульманской женщины — это достойный ответ упадническим аспектам жизни капиталистического общества или мировому господству мужчин. Во-первых, покрывая голову, женщина как бы соглашается с тем, что это она несет ответственность за то, чтобы не ввести мужчину в искушение. Конечно, идея, что в обязанности женщин входит блюсти нравственность и «защищать мужчин от них самих», не обошла стороной и западный мир. Однако это способствует мужской инфантильности. Взрослые люди, независимо от пола, должны нести ответственность за собственное поведение, и мужчинам в неменьшей степени, чем женщинам, необходимо развивать способность к самоконтролю (и ислам их этому действительно учит). Во Франции одна девочка школьного возраста из мусульманской семьи спросила имама, который втолковывал ей, что хиджаб спасает мужчин

от сексуальных соблазнов, не должны ли в таком случае и мужчины покрывать свои головы, чтобы защитить от искушения *ее саму*, так как мальчики кажутся ей ужасно привлекательными (Ibid.: 117). В том, что мусульмане таким неравным образом распределяют ответственность между мужчинами и женщинами, отражается точка зрения (распространенная не только в мусульманском мире<sup>6</sup>), согласно которой мужчины и женщины *различны* по самой своей сути и их роли в сексуальных взаимоотношениях должны отражать эту разницу. Это противоречит по крайней мере отдельным направлениям западного феминизма, настаивающим на том, что женщина способна испытывать сильное и непредсказуемое сексуальное влечение — и совсем не обязательно в ответ на проявления чувств со стороны мужчины.

Во-вторых, сознание того, что человеческое тело — заветный дар, а красота благословенна, совсем не обязывает нас скрывать эти сокровища от посторонних глаз. В Древней Греции обнаженное человеческое тело было объектом прославления. Мы сохранили античную традицию любоваться и восхищаться способностями человеческого тела, проявляющимися в искусстве танца и спорте, но если женщина прячется под покровом непроницаемых для глаза одежд, она не может стать полноценной участницей этого «торжества плоти».

В-третьих, мы можем пойти еще дальше и заявить, что стремление как можно надежнее прикрыть тело опасно, поскольку в результате оно начинает восприниматься как нечто «непотребное» — грязное и опасное (и именно поэтому на него нельзя смотреть). Оказавшись перед лицом чего-то запретного, настойчивый взгляд, вместо того чтобы потупиться, может стать еще более похотливым.

И наконец, использование в одежде только плотных материалов и невнятных расцветок, что приветствуется наиболее строгими поборниками исламской веры, наводит на мысли о стремлении подавить активность общественной жизни. Однако здесь же мы не можем не вспомнить о том, что подозрительность по отношению к внешней красоте была точно так же свойственна идеологии пуритан от христианства, особенно в XVII столетии.

Американская феминистка Кейт Миллет вела себя откровенно глупо, когда в 1979 году во всеуслышание читала нотации иранским женщинам, призывая их не соглашаться на чадру. А в 2001 году, в разгар военных действий в Афганистане, Лора Буш и Черри Блэр, очевидно, не вынеся никаких уроков из новейшей истории, ринулись на баррикады, понося последними словами паранджу и тех, кто заставляет женщин ее носить. Никто не отрицает, что паранджу, которую в Афганистане традиционно носили в некоторых местностях и семьях, но не повсеместно, стали навязывать всем афганским женщинам; и несомненно, в Афганистане ужасающим образом нарушались права человека — не только женщин, но и мужчин — как при режиме талибов, так и

в прежние времена, и велики опасения, что такое положение дел сохранится и по сей день. Тем не менее истинная проблема значительно сложнее, и — надеюсь, мне удалось это продемонстрировать — путь прямого и однозначного отождествления мусульманского покрыва с угнетением женщин ведет нас в никуда. Вместо того чтобы бороться с «паранджой», западные поборники светских ценностей и свобод могли бы поступить более конструктивно и попытаться достичь большей последовательности в проводимой ими по отношению к женщинам социальной политике, а также защитить право женщин одеваться так, как им нравится, — не во имя так называемого «свободного выбора», а в знак признания их независимости и освобождения от патриархального контроля. Недоумение и неприятие обычая покрывать голову, как замечают сами мусульмане, в большинстве случаев связано с тем, что во многих исламских общинах религиозные установки сплелись в смертельный узел с авторитарным патриархальным укладом, который в действительности не имеет ничего общего с религией.

С другой стороны, афганский лидер (мужчина), который опровергает доводы обеспокоенного Запада, говоря о том, что вопрос о чадре — это не заслуживающая внимания рутина по сравнению с нехваткой воды, отсутствием образования и необходимостью восстанавливать страну из руин, не придает значения огромной символической значимости одежды. Меж тем она играет чрезвычайно важную роль — как в микрополитике отдельно взятого офиса или улицы, так и на мировой политической арене (как в случае с Афганистаном), поскольку, оставаясь, казалось бы, безмолвной, на самом деле настойчиво вещает о наболевших и иногда неразрешимых проблемах. Таким образом, любые споры, любая критика и даже любая попытка легализовать чадру и хиджаб — это вытеснение и в то же самое время очередное напоминание о подспудно вызревшем неудобном вопросе: каким образом разным системам верований и убеждений сосуществовать в современном мире и как им преодолеть неразрешимые разногласия, в частности касающиеся статуса женщины.

Ситуация парадоксальна, когда одежде и моде повсеместно перестают придавать значение, видя в них нечто тривиальное и искусственное — такая «отставка» выглядит как своеобразное отречение. И это происходит совсем не потому, что модная индустрия не играет существенной роли в экономике. Массовое производство одежды входило в число движущих сил индустриальной революции. Беверли Лемир проанализировала его рост в период с 1660 по 1800 год и пришла к выводу, что эта отрасль «изменялась благодаря импульсу военной экспансии». Необходимость в валовом производстве обмундирования возникла в связи с увеличением численности армии и военно-морских сил, принимавших участие в войнах, которые начались в конце XVII и шли на протяжении всего XVIII века. Следующий толчок к развитию был обусловлен

колониальной политикой. Кроме того, существовал целый ряд учреждений, постоянно нуждавшихся в дешевых предметах одежды: благотворительные школы, работные дома, сиротские приюты; позже в число таких заведений вошли и тюрьмы. Таким образом, помимо мастеров ручной работы, аристократов ремесленного сословия — портных и модисток, которые шили на заказ великолепные наряды для особых клиентов, уже в те времена существовала целая армия «бойцов невидимого фронта», которыми в основном были женщины: «...состоящая большей частью из женщин городская рабочая сила обеспечила продуктивный импульс для роста и продолжающегося расширения этой промышленной отрасли; результат их труда дал новые товары... потребителю» (Lemire 1997: 47). Мода постоянно находилась на переднем крае: «...на заре современной эпохи по Англии прокатилась волна массового консюмеризма, нацеленного в первую очередь на приобретение предметов одежды. Широкое разнообразие тканей и фасонов открывало все больше возможностей для выбора перед... классами, занимающими положение значительно ниже социальной середины» (Ibid.: 121). И тогда, и сейчас вся эта отрасль держится на потогонной системе организации труда, а основную массу рабочих в ней составляют женщины, получающие мизерную зарплату. С тех пор швейная промышленность продолжает развиваться своим неповторимым и в определенном смысле ни на что не похожим путем, опираясь на разрозненную рабочую силу, а кое-где и на безнадежно устаревшие технологии. Элен Леопольд полагает, что со времени изобретения швейной машинки в этой области больше не случилось значительных технических инноваций, а потенциал фордовской системы конвейерного производства никогда не использовался в полной мере (Leopold 1992). Сегодня такие условия стали глобальным явлением; играя по правилам «свободного рынка», капитализм продолжает изыскивать наиболее «благоприятные» пути быстрого увеличения прибыли, которые в первую очередь подразумевают использование дешевых рабочих рук, то есть широкое привлечение к работе самых бесправных и незащищенных членов общества — женщин и детей; эта ситуация охватывает весь мир, и неслучайно Джоан Энтуисл назвал швейную промышленность «самой позорной отраслью индустрии» (Entwistle 2000: 208)<sup>7</sup>.

Однако у моды есть и другая сторона: помимо прочего, это культурная индустрия. Сегодня «многие культурные посредники играют решающую роль, определяя, какой будет мода, — модные дизайнеры, журналисты и редакторы журналов, продавцы модных товаров и их покупатели... В мире, насквозь пропитанном представлениями об имидже, имидж модного дома, или марка, должен быть тщательно выстроен за счет [сложного взаимодействия] целого ряда экономических и культурных ресурсов — рекламы, маркетинга, журнальных публикаций, открытия фирменных магазинов» (Ibid.: 210).

От-кутюр и модные дизайнеры играют центральную роль в создании имиджа моды, и даже за то недолгое время, которое отделяет нас от 1980-х годов, высокая мода прошла заметный эволюционный путь. Сегодня самые знаменитые парижские марки принадлежат нескольким огромным корпорациям: LVMH (Louis Vuitton Moet Hennessy) владеет домом Dior, марками Givenchy, Christian Lacroix, Fendi и двадцатью процентами уставного капитала Gucci; остальные активы Gucci принадлежат Pinault Printemps Redoute, как и линия готовой одежды Yves Saint Laurent. Две эти корпорации и возглавляющие их Бернар Арно и Франсуа Пино уже давно стали непримиримыми соперниками, их неприязненное отношение друг к другу достигло пика в 2000 году, когда Александр Маккуин покинул дом Givenchy и обосновался в Gucci.

То, что такие солидные международные корпорации владеют модными домами, которые традиционно создают эксклюзивные вещи для частных клиентов, но в наши дни также оказывают огромное влияние на массовое сознание, воплощая свои идеи в линиях готовой одежды и диффузных коллекциях и способствуя широкому распространению визуальной информации с модных показов, где представляют свои высшие дизайнерские достижения, зачастую в утрированном виде, — это, по сути, своего рода двойная стратегия, революционным образом изменившая роль от-кутюр. В определенном смысле эта роль утратила свой высокий пафос, разбавленная отголосками массовой культуры — популярной музыки, кино, различных контркультурных явлений — вследствие чего модные стили теперь развиваются скорее на основе слияния разнородных источников, а не по велению «творческого гения» дизайнера, выполняющего функции верховного главнокомандующего. Сегодня многие уверены, что ветер перемен дует «с улиц», а не из Парижа. Коммерчески успешные массовые бренды, такие как Top Shop в Великобритании, «пьют из того же источника», что и ведущие дизайнеры, и ничуть от них не отстают. Надя Джонс, ведущий дизайнер сети Oasis, говорит: «В пятницу я пойду на Портобелло-маркет [в лондонском районе Ноттинг-Хилл] и там непременно встречу компанию из Gucci, Джона Гальяно, кого-нибудь из дизайнеров French Connection» (Sherwood 2000: 8). Все ищут вдохновения на одних и тех же текстильных ярмарках, прислушиваются к одним и тем же прогнозам относительно цветов и фасонов, конечно же, смотрят одни и те же фильмы, слушают одну и ту же музыку и путешествуют одними и теми же маршрутами (Entwistle 2000).

В то же время еще остались вдохновенные авангардные дизайнеры, работающие в кустарных условиях — чуть ли не на кухнях и в гостиных собственных домов. Анджела Макробби описала трудности, с которыми сталкиваются недавние выпускники престижного учебного заведения — Центрального колледжа искусства и дизайна Сен-Мартинс (альма-матер Гальяно, Александра Маккуина, Хусейна Чалаяна и Антонио Берарди). Потратив массу сил на то,

чтобы свести концы с концами при минимальной поддержке британского правительства, они вынуждены искать работу за границей, создавать менее авангардные модели одежды для крупных фирм, ориентированных на массовый рынок, или вообще распрощаться с тем делом, которому хотели себя посвятить (McRobbie 1998). Кэролайн Эванс рассказала об опыте одного из таких дизайнеров — Шелли Фокс, которой удалось наладить собственный бизнес и при этом не отказаться от производства авангардных вещей. Она подробно исследовала этот пример успеха, достигнутого женщиной, умудрившейся совместить кустарные методы и искусство с решением финансовых проблем (Evans 2002).

Такие примеры индивидуального успеха, который, как оказалось, еще возможен в наше время, показывают, сколь многолика индустрия моды. Сегодня модные вещи производятся, продаются, покупаются и используются таким образом, что традиционная схема, согласно которой индустрия моды — это пирамида, на вершине которой находится от-кутюр и от нее новые стили «стекают вниз» к основанию, где их адаптирует для своих нужд массовое производство, оказывается несостоятельной. Эта умозрительная модель, авторитетно навязанная нам Георгом Зиммелем (Simmel 1971), всегда выглядела чересчур упрощенной. Новые потребительские стереотипы начали развиваться еще в XVII веке, и уже тогда авторами инноваций далеко не всегда становились придворные и аристократы. «Мода, — писала Беверли Лемир, — никогда не была однополюсным явлением, берущим начало при дворе и в салонах Вест-Энда и перетекающим на нижние уровни, постепенно теряя свою концентрацию. Она всегда действовала динамично, продвигаясь одновременно в двух направлениях — к верхней и нижней границе социума». Она обращает внимание на то, как упростились наряды молодых английских аристократок в 1730-е годы. Тогдашние критики пришли в смятение от того, что благородные дамы вдруг снизились до «костюма работницы», однако к концу столетия такое платье уже никого не удивляло (Lemire 1997: 122–123).

Да, сегодня от-кутюр до определенной степени утратила тот авторитет, которым обладала на протяжении многих лет. Показы новых коллекций оборачиваются убытками, не лучшие плоды приносят и, казалось бы, тщательно продуманная реклама линий готовой одежды, и все эти франшизы на производство косметики, парфюмерии и аксессуаров. Проходящие два раза в год показы — это зрелище, еще один «турнир достоинств»; они имеют больше общего с искусством перформанса, нежели с обычной демонстрацией последних дизайнерских разработок.

От-кутюр стала ближе к миру искусства, когда начала сдавать свои лидирующие позиции в мире моды. В 1980-е годы Диана Вриланд, бывший редактор американского *Vogue* и американского *Harper's Bazaar*, нашла для себя новое

амплуа — она стала организатором и куратором серии тематических выставок в музее Метрополитен в Нью-Йорке. Первая из них состоялась в 1980 году и была посвящена традиционному китайскому костюму; в последующих экспозициях были представлены работы Ива Сен-Лорана и Ральфа Лорена. Нашлись и недоброжелатели, которые критиковали такой путь развития, видя в этих выставках не более чем воплощение худших аспектов откровенного потребительства эпохи Рейгана. Действительно, первая, «китайская», выставка демонстрировала весьма поверхностный подход к пониманию многовековой китайской культуры. Залы наполняли навязчивый аромат Orium и «ориентальная атмосфера». Тот факт, что драгоценные одежды изначально предназначались не для того, чтобы красоваться на публике, а для того, чтобы в уединении совершать молитвенные обряды, был полностью игнорирован. Диана Вриланд «без всякой системы смешала китайские одеяния и составила из них комплекты. Ни супруга, ни наложница Китайского императора никогда бы не надела те „туалеты“, которые подобрала для них Диана Вриланд... то, что мы видим на манекенах, больше напоминает „многослойные образы“, которые создавали модельеры в 1970-е годы, нежели стиль, существовавший в Китае хоть в какую-нибудь историческую эпоху» (Silverman 1986: 35).

И все же, несмотря на все свои недостатки, эти выставки несли в себе требование относиться к моде как к искусству, как к серьезному эстетическому явлению, достойному того, чтобы его демонстрировали в музеях; они показали, что современная одежда заслуживает такого же пристального внимания критиков и искусствоведов, как и исторические костюмы. Начиная с 1980-х годов крупные музеи, такие как Музей Виктории и Альберта в Лондоне и Музей Гуттенхайма в Нью-Йорке, с успехом провели множество выставок, хотя всегда находились скептики, не признающие за модой права вторгаться в музейное пространство и посягать на место в художественных галереях. О выставке работ Армани, устроенной Музеем Гуттенхайма в 2000 году (и довольно скучной, согласно общему мнению), критики отзывались с откровенным ужасом. «Корпорация Джорджио Армани использует центральные залы Гуттенхайма, некогда бывшие обителью живописи XX века, вместо очередной франшизы», — написал Майкл Эллисон в рецензии для лондонской Guardian, затем эти слова процитировал в своей статье художественный обозреватель New York Times Хилтон Крамер. Его возмущению не было предела: «Музей Гуттенхайма не имеет ни четких эстетических стандартов, ни эстетической программы. Он готов с потрохами продаться массово-рыночному менталитету, который рассматривает принадлежащую самому музею художественную коллекцию как материальные активы, которые можно эксплуатировать в коммерческих целях». Однако Эллисона, судя по всему, удручал не только тот факт, что Армани якобы пожертвовал музею пятнадцать миллионов долларов, его раздражали

простота выставленных там вещей, а также то, что они принадлежали кинозвездам и использовались в качестве костюмов в голливудских фильмах. «Если вы видели один такой костюм, можете считать, что вы видели их все», — в этих словах он выразил свое недовольство, а также пустил стрелу в адрес вычурного стиля, который использовался для описания костюма Ричарда Гира из фильма «Американский жиголо»: «..., соблазнительная эlegantность одежды этого антигероя стала легендой» — и эти слова выбраны для того, чтобы объяснить нам, в чем же состоит уникальность слегка помятого пиджака» (Ellison 2000).

Не менее язвительно отозвался о модных претензиях архитектурный критик Деян Суджик, поводом для этого послужила выставка «Радикальная мода», состоявшаяся в 2001 году в Музее Виктории и Альберта: «Мода паразитирует. Она претендует на место в искусстве, заявляя о своих образных средствах выражения и уникальности. И она настолько в этом преуспела, что начала вытеснять некоторые формы искусства... мода — идеальная форма культуры для ставшего приметой нашего времени ограниченного объема внимания и она стремится заполнить собой вакуум, образовавшийся вследствие оскудения интереса к старым формам искусства. Мода потакает нашим ограниченным вкусам» (Sudjic 2001: 1). Далее он осудил отступничество некоторых архитекторов — в связи с тем что Рем Колхас и Жак Херцог получили от Prada заказ на оформление новых магазинов в Нью-Йорке и Японии, а Фрэнк Гери оформил бутик Issey Miyake в нью-йоркском районе Трайбека.

Придерживаясь совершенно иных взглядов на от-кутюр, Кэролайн Эванс подробно рассмотрела радикальные эксперименты некоторых дизайнеров, работы которых были представлены на выставке в Музее Виктории и Альберта, и провела более обобщенный анализ долгосрочных взаимоотношений между модой и искусством. Она описала, как в 1930-е годы Эльза Скиапарелли, в работах которой прослеживается значительное влияние сюрреализма, использовала моду для того, чтобы исследовать роль и место женщины в современном ей обществе, а также, используя зеркальные отражения, элементы маскарада и *trompe l'oeil* (оптические иллюзии), ответить на вопросы о взаимоотношениях между предметами одежды и человеческим телом и о том, как женщина может репрезентовать свою неповторимость (Evans 1999). Во второй статье она защищала неоднозначные в своей зрелищности модные показы Александра Маккуина, во время которых модели появлялись перед публикой, истекая бутафорской кровью, пошатываясь как пьяные, заляпанные грязью, в украшениях, напоминающих кандалы, и головных уборах, похожих на конскую сбрую. Например, в его пятом шоу, которое состоялось в марте 1995 года и называлось «Изнасилование в Высокогорье» (Highland Rape), участвовали «комбинированные жакеты военного образца из фирменной маккуиновской шотландки и мохнатой шерсти, жакеты подчеркнута строгого фасона с рваными и даже зверски

истерзанными кружевными платьями и изодранными юбками. На усыпанный ветками вереска и папоротника подиум пошатывающиеся и истекающие кровью модели Маккуина выходили с диким и безумным видом, их груди и ягодицы проглядывали из кружевных и замшевых лохмотьев, у жакетов явно недоставало рукавов, а обтягивающие латексные брюки и юбки держались так низко на бедрах, что казалось, будто они бросают вызов гравитации» (Evans 2001: 202). Маккуина часто обвиняли в женоненавистничестве, но Эванс была склонна верить его словам о том, что «Изнасилование в Высокогорье» олицетворяет политику геноцида, проводимую англичанами по отношению к шотландцам в XVIII веке, и несет в себе отголоски геноцида в Руанде и злодеяний, которые в то время совершались в Боснии. В своих шоу он не эксплуатировал тему насилия по отношению к женщинам, но всего лишь поднимал этот большой вопрос. «Жестокость, которая постоянно прослеживалась в том, как Маккуин представлял образ женщины, была частью более широких представлений дизайнера о жестокости всего окружающего мира, и хотя от его взглядов, несомненно, веяло холодом, я утверждаю, что они не были... женоненавистническими» (Ibid.: 204).

Эванс исследовала, как при помощи «траурной палитры» и макияжа, благодаря которому на мертвенно-белых лицах моделей запылали кроваво-красные губы, в своей коллекции «Данте» (Dante), представленной публике в марте 1996 года, Маккуин отчасти воскресил образ фам-фаталь XIX столетия. «В XIX веке *femme fatale* была... воплощением ужасных представлений... [о] женской сексуальности, как о чем-то извращенном и даже смертельно опасном». *Fin di siècle* породил образ женщины, чья сексуальность была подобна яду, эта мысль вновь обрела некую актуальность в 1980-е годы, когда ВИЧ и СПИД напомнили человечеству о связи между сексом и смертью. Творения Маккуина демонстрировали модели, которые, несмотря на свой гламурный вид, вызывали в зрителях тревогу, создавая «образ, в равной степени отмеченный вожделением и страхом». Облик этих женщин был настолько угрожающим, что мог служить им щитом. Они выглядели не столько уязвимыми, сколько опасными, внушая ужас перед сексуальностью (Ibid.: 204–207).

Эванс размышляла над парадоксом, который заключался в том, что радикальные идеи, восходящие к философии де Сада, Жана Жене и Жоржа Батая, в конце XX века могут найти свое воплощение в модном дизайне. Она не сомневалась, что работа Маккуина имеет глубокий политический смысл в момент культурной травмы. Вместо того чтобы идти на поводу у тех, кто высказывал поверхностные суждения о том, что увлеченность модой всегда является признаком банального ума, она смотрит глубже и приходит к выводу, что во времена всеобщего помешательства на имидже и стиле и легковесного отношения к жизни, средства, которыми располагает мода, могут быть вывернуты

наизнанку ради выражения радикальных политических взглядов, что поднимает ее выше критических замечаний и упреков в эфемерности и непостоянстве<sup>8</sup>.

Выставка работ Мартина Маржела 1997 года еще больше сблизила моду с искусством. Маржела славится тем, что часто использует в своем дизайне бывшие в употреблении предметы одежды. Для этой выставки он отобрал предметы из своих старых коллекций и подверг их воздействию грибка, плесени и бактерий. За то время, пока длилась выставка, колонии этих микроорганизмов разрослись, из-за чего вид вещей существенно изменился. Например, материалом для одного из его произведений послужили два нарядных платья, сохранившихся с 1940-х годов, — взяв от каждого из них по одной половине, дизайнер создал свое оригинальное «новое» платье. Теперь перед публикой предстали «их и без того нестройные узоры из розочек, совмещенные с гладким маркизетом и покрытые сеточкой, образованной колонией желтых бактерий; искусственная вековая патина за несколько дней покрыла платья, которым в действительности было не более пятидесяти лет» (Evans 1998: 77). По мнению Эванс, обращаясь со своими творениями таким странным образом, Маржела отсылал нас ко всей истории рынка подержанных вещей, хотел, чтобы мы вспомнили старьевщиков XIX столетия и задумались над тем, как предмет одежды постепенно обрастает воспоминаниями, пропитывается ароматами прошлого и в то же время продолжает оставаться «пристанищем» для неизбежно меняющегося с течением времени тела (а быть может, и для самой души) (см. также: Evans 2003).

Это стирание границ между искусством и модой создает благоприятный момент для того, чтобы обсудить некоторые направления теории моды и исследовательские работы, написанные позже 1980 года<sup>9</sup>. Пренебрежительные комментарии Деяна Суджика и согласных с ним критиков отражают традиционную точку зрения: мода не является искусством; связанная с внешней стороной жизни и украшательством, она способствует открытому проявлению легкомыслия и тщеславия. «Облаченные в мечты» и все серьезные книги о моде неизбежно обращаются к основополагающим принципам и заново обосновывают ту важную роль, которую играет в нашей жизни платье; несмотря на то что антропологи всегда утверждали, что костюм — в данном контексте это слово подразумевает и предметы одежды как таковые, и свод сарториальных правил — является незаменимым ключом для понимания культуры чужого общества, многим высококолым дамам и господам в странах Запада (где-то их больше, где-то меньше) по-прежнему трудно понять и признать, что одежда «настолько выразительна, что этого не передать словами».

Лу Тейлор утверждает, что из-за того презрения, которое научное сообщество питает к моде, история костюма также всегда оказывалась в числе маргинальных дисциплин. В Британии существует солидная традиция эмпирического

изучения истории костюма — как одного из направлений истории искусства. При таком подходе в центре внимания неизменно оказываются материальные объекты — предметы одежды и образцы текстиля, исследования могут проводиться как на базе университетов, так и в музеях. Однако во главе музеев — так уж сложилось исторически — обычно стоят мужчины, у которых идея пополнить коллекцию образцами модной европейской одежды и помещать их в экспозицию вызывает резкое неприятие. В англоговорящих странах этот порядок начал потихоньку меняться только в 1950-е годы, когда на должность кураторов начали назначать женщин. Таким образом, можно говорить о том, что предубеждение против модной одежды носит ярко выраженную гендерную окраску:

«Непременное и безоговорочное условие базового обследования объекта — это внимательное изучение деталей и ткани. Этот процесс требует целого набора кропотливо приобретаемых специфических навыков... навыков, которые были недооценены многими из тех, кто занимается историей экономики, социологии и культуры. Кураторы и хранители становятся экспертами в области профессионального ухода за одеждой, который включает в себя ее сухую чистку, ремонт, влажную обработку, глажение, хранение и демонстрацию. Все это навыки, которые общество в основном по-прежнему рассматривает как исключительно женские, домашние занятия — почти... как обычную стирку» (Taylor 1998).

Как отмечает Тейлор, за последние пятнадцать лет эта область претерпела определенные изменения, благодаря тому что в нее пришли ученые, прежде занимавшиеся изучением истории культуры, экономики и социологии, а также теории культуры; книга «Облаченные в мечты» стала одним из первых результатов этой научной интервенции. Подход, предлагающий относиться к одежде «как к объекту», кому-то может показаться слишком ограниченным в силу своего описательного формата; однако пристальное внимание к деталям — а при данном подходе описание предмета всегда начинается с внимательного изучения структуры ткани, покроя, провенанса и т.д. — дает возможность сделать важные выводы, например касающиеся причин, которые заставляют моду меняться. Лу Тейлор очень ярко описала этот процесс в той статье, где она доказывает, что внимательное изучение текстиля и архивных материалов может не только подтвердить, что перемены имели место, но также объяснить их с социокультурной точки зрения, бросив тем самым вызов тем выводам, которые считались вполне приемлемыми ранее:

«... процесс феминизации исконно „мужских“ шерстяных тканей имел место в период с 1865 по 1885 год и явился результатом потребительского

спроса, который обеспечили зажиточные женщины, желавшие упростить пошив одежды. Это означает, что кампания в поддержку реформы костюма, которая в Британии достигла пика активности в период с 1883 по 1900 год, скорее опиралась на уже устоявшиеся фасоны, нежели способствовала их успеху [или их породила, как предполагали ранее]. Следовательно, сарториальный радикализм внутри этого движения проявлялся не в использовании более тяжелых шерстяных тканей [поскольку ткани уже подверглись видоизменению], а скорее в призыве сделать фасоны еще более рациональными» (Taylor 1999: 44).

На конференции в Манчестере в 1998 году, где горячо обсуждались вопросы методологии, Лу Тейлор пыталась доказать, что культурологический подход, который применялся к изучению костюма в 1980-е годы, изначально таил в себе ростки «раскола», однако в последние годы, согласно ее мнению, начал развиваться новый, креативный комплексный (междисциплинарный) подход. В 1985 году я закончила третью, теоретическую главу книги «Облаченные в мечты», заострив внимание на том, что специалисты, изучавшие теорию культуры, как это ни парадоксально, интересовались в основном исключительно маскулинными субкультурными стилями, а феминизму было практически нечего сказать о моде — и особенно плохо дело обстояло с позитивными оценками. С тех пор многое изменилось — в связи с тем, что многие феминистки занялись культурологическими исследованиями и стали в большей степени осознавать и признавать особую ценность массовой культуры. В то же самое время новое поколение исследователей развеяло миф о «великом мужском отказе» от моды (Breward 1999) и представило процессы, которые под ним подразумевались, как масштабную форму «мужского отрицания» (Craik 1994).

Крис Бруард, также выступавший в Манчестере, поддержал Лу Тейлор в том, что культурология и история костюма могут многое друг другу предложить, и бурно защищал то, что тогда рассматривалось как «культурологический подход». Тем не менее он напомнил аудитории, что культурология, как область познания, сама по себе разнородна, несмотря на то что «деконструкция образа или рассмотрение любого произведения как текстовой структуры лежит в сердце любого обобщенного понятия культурологической методологии» (Breward 1998: 306)<sup>10</sup>.

В исследованиях, проводимых специалистами в области теории культуры, прослеживается явная тенденция уделять особое внимание образному аспекту моды, его символическому и коммуникативному потенциалу. Примером может служить работа Александры Уорвик и Дани Кавалларо, настоящих теоретиков, которые в своей книге «Устанавливая границы» (Fashioning the Frame, 1998) уделили самое пристальное внимание вопросу о том, каким образом одежда

устанавливает и очерчивает границы тела. В их понимании «одежда выдвигает на передний план проблему установления физических границ тела» и «создает размытые рамки. Ее амбивалентность еще больше подчеркнута сосуществованием, в пределах этого дискурса, дисциплинарных, регулирующих стратегий и разрушительного потенциала... Одежда *представляет* тело как лиминальный по самой своей сути феномен, подчеркивая, что оно постоянно балансирует на пороге, разделяющем физическое и абстрактное, буквальное и метафорическое» (Warwick & Cavallaro 1998: 3, 7). Они опирались на теории Мишеля Фуко и психоаналитиков, Жака Лакана и Юлии Кристевой, чтобы исследовать обнаруженную амбивалентность, будучи убежденными в том, что психоанализ способен объяснить «произвол», царящий в системе моды. Отвергнув более грубые определения, называвшие моду служанкой капитализма и патриархата, а ее поклонников безмозглыми жертвами построенной на эксплуатации системы, психоаналитики «обозначили пути, на которых капитализм или патриархат может реально кооптировать человеческую психику в свои действия, и объяснили, почему соблазнам моды так трудно противостоять». Следовать моде — значит принимать участие «в сложном процессе самоопределения. Предметы одежды являются объектами вождления, которые сулят совершенство, обещают стать той последней вещью, которая необходима, чтобы заделывать все прорехи; но в силу того что эти обещания по своей природе обречены на провал, вождление субъекта переключается на другой предмет, то есть на новый объект, который обещает удовлетворить его желание» (Ibid.: 35).

Юлия Кристева противопоставляет «символическое» — то, в чем ясно видна граница, отделяющая собственное «я» от «других», и «семиотическое» — то, что «угрожает незыблемым границам». В поэтическом дискурсе семиотическое становится «новым языком... который отчетливо слышен, когда противопоставлен традиционному языку» (Ibid.: 37). Это инстинктивный язык, основанный скорее на ритме, нежели на логике. Для Уорвик и Кавалларо язык одежды подобен поэтическому языку Кристевой. Их языковые и философские аргументы освещают некоторые из множества неоднозначных аспектов и позволяют проникнуть в суть меланхолической неудовлетворенности, которая так часто сопутствует желанию достичь желаемого, то есть обрести модный «вид».

В книге «Изучение истории костюма» (The Study of Dress History, 2002) Лу Тейлор живо передает трепет, который сопровождает открытие ранее утерянного объекта вождления: «У каждого куратора/хранителя костюмов есть собственная история триумфа и катастроф, связанных с обнаружением особых вещей, таких как отрез редкой ткани в стиле ар-деко, произведенной в 1920-е годы в Лионе, возможно, Maison Duchagne, найденный автором этой книги в коробке с шарфами „по 50 пенсов за штуку“ в магазине [уцененных товаров] Age Concern

в Мидхерсте, Восточный Сассекс» (Taylor 2002: 4). Она не поленилась описать целый ряд таких «находок», пополнивших коллекцию предметов одежды, а также порассуждать о человеческой беспечности, из-за которой многие бесценные вещи были безвозвратно утеряны — просто потому, что их не рассматривали как ценность, достойную сохранения — еще один пример того, что мы постоянно недооцениваем значимость одежды.

Несмотря на свою комплементарность эмпирический («одежда как объект») и «культурологический» подходы не всегда преследуют одни и те же цели. Уорвик и Кавалларо были поглощены поисками значений, в основном в современном контексте, в то время как сторонники «объективного» подхода чаще всего углубляются в раскопки прошлого. Это уже само по себе составляет существенную разницу и может усугубить некоторые моменты недопонимания, которые упорно преследуют нас на этом поле.

Одна из сильных сторон подхода, который исповедует Тейлор, состоит в том, что он ставит перед исследователем цель реконструировать картину прошлого: как вещи попадали в руки своих владельцев, как их изготавливали, как их переделывали и, главное, как люди ими *пользовались*. Хотя нельзя не отметить, что Тейлор бывает слишком критична в отношении *любых* трудов, которые не включают в себя хотя бы небольшого рассуждения о вещи как об объекте. Например, она утверждает, что Малькольм Барнард в своей исследовательской работе «Мода как средство коммуникации» (Fashion as Communication, 1996) (Barnard 1996) пренебрегает такими рассуждениями из-за «враждебности» по отношению к ее излюбленному методу; хотя нет никаких доказательств того, что Барнард его недолюбливает или отрицает — его «упущение» скорее указывает на то, что рассмотрение «вещи как объекта» не соответствовало специфическим задачам его исследования. То, что не-объектный подход может привести автора исследования к слишком обобщенным выводам или даже к описанию «ошибочных представлений о реальной одежде» (Palmer 1997: 300), верно. Как язвительно подметила Наоми Таррант, «исследователи получают искаженные результаты, стремясь соответствовать некоей теории, не имеющей под собой базовых представлений о свойствах ткани и структуре одежды. Неосведомленность в вопросах ткачества и портновского дела может сделать некоторые из этих работ более значимыми с точки зрения исследований одежды» (Tarrant 1994: 1). С другой стороны, трудно себе представить, каким образом подробное рассмотрение и описание любого отдельно взятого конкретного предмета одежды могло бы радикально изменить идеи Александры Уорвик и Дани Кавалларо, поскольку их в принципе интересует не то, как реальная одежда взаимодействует с реальным человеческим телом, а скорее ее ментальное и психологическое восприятие. Определенно, упомянутые выше ансамбли миссис Корнер делали тело совсем не таким, каким его делает

современный тренировочный костюм — или просто современный *костюм*, что бы это ни подразумевало — и методы, посредством которых создавалась такая одежда, решительно влияли на то, как ее потом носили; однако Уорвик и Кавалларо предпочитают исследовать более неоднозначную сферу бессознательных желаний.

Таким образом, важно, чтобы последователи нового междисциплинарного подхода к изучению истории костюма приняли во внимание, что различие прежних методов отчасти связано с тем, что они искали ответы на совершенно разные вопросы и сумели совместить их для уважительного и плодотворного взаимодействия теперь уже на одном поле. Одно из таких принципиальных различий состоит в том, что «историки» полагают, что «теоретики» «слишком много инвестировали в слова», из-за чего «не всегда считали достойным внимания чувственный аспект прошлого» (Taylor 2002: 85). Это искажает суть культурологических исследований, однако учитывая, что исследователи, избравшие для себя этот путь, сосредоточены на современности значительно больше, чем на прошлом, мы не можем удивляться тому, что чувственные аспекты бесплотных образов интересуют их больше, чем чувственные стороны реальных объектов, поскольку современный мир насквозь пропитан образами.

Чтобы свести вместе историков и культурологов, необходимо найти некую смешанную или многоуровневую область познания, где бы пересеклись и наложились друг на друга сферы их научного интереса<sup>11</sup>. Производство и потребительский интерес к предметам одежды изменялись с течением времени, но во второй половине XX века этот процесс значительно ускорился. Несмотря на то что технология массового производства одежды практически не обновлялась (о чем мы уже говорили), цены на отдельные вещи постепенно все больше и больше снижались (относительно уровня доходов населения). Таким образом, исследователи, изучающие, к примеру, историю европейского придворного костюма XVIII века, имеют дело с объектами, представляющими огромную ценность; причем ценны они вдвойне — и как главные объекты финансовых затрат (своего времени), вдобавок к этому обремененные определенным весом эстетической и социокультурной ценности, и как неповторимые образцы антиквариата, которые дожили до наших дней, в результате чего обрели солидную «социальную биографию» (Коруттофф 1986). Сегодня, напротив, достаточно заглянуть в любой бутик «почти новых вещей», чтобы увидеть, что даже дизайнерские наряды покидают своих первых владельцев спустя очень недолгое время после приобретения, несмотря на то что модных обозревателей и специалистов в области теории культуры в первую очередь интересуют именно современные предметы одежды — такие как те, что постоянно разбросаны по полу в комнате моей дочери: топики, «статусные» джинсы, юбки и кожаные куртки H&M, купленные на уличных развалах, — одним словом, они делают

выбор в пользу вещей, жизнь которых настолько коротка, что они едва ли смогут обзавестись хоть какой-то «социальной биографией». Подобно бабочкам-однодневкам, они стремительно проделывают свой путь от вешалки в бутике до общей кучи на дешевой распродаже и вряд ли могут стать объектами того детального анализа, которому подвергают предметы, обладающие исторической ценностью.

Тем не менее два этих подхода не являются взаимоисключающими, и я склонна разделять оптимизм Лу Тейлор: «...история костюма/исследование костюма стремительно направляется в это новое будущее благодаря высокому уровню междисциплинарного взаимодействия, которое выстраивается одновременно с обеих сторон великого исторического разлома» (Taylor 2002: 85).

Глупцы мчатся туда, куда ангелы боятся ступить; должна признаться, что, работая над своей книгой, я пребывала в блаженном неведении относительно существования этого «великого разлома». Во времена, когда перемены происходят так быстро — и в науке, и в мировоззрении, когда рождаются новые дисциплины и усиливается междисциплинарное взаимодействие, практически неизбежны пограничные конфликты и территориальные споры. И раз уж мы не можем избежать предвзятого отношения к новым дисциплинам и методам, которые в чем-то противоречат традиционным, давно сложившимся и устоявшимся, нам остается не упустить из виду самое важное — защитить и отстоять саму идею исследований в области моды.

Написать заключение к книге о моде всегда проблема, потому что здесь сам собой напрашивается вопрос «И что дальше?» или «И что из этого?». Найдется совсем немного вещей, которые раздражают меня больше, чем настойчивые просьбы начинающих журналистов в двух словах в телефонном разговоре проанализировать «значение» текущих модных тенденций, — можно подумать, что кто-то способен узреть некое судьбоносное послание человечеству в очередном изменении ширины брюк или длины юбки. Именно по этой причине так трудно бывает закончить книгу о моде: новые модные стили готовы вот-вот встать на крыло и выпорхнуть в мир, в то время как произвол следующей «самой последней» коллекции (только не спрашивайте меня, что означают эти слова) лишает любой конец всякого смысла.

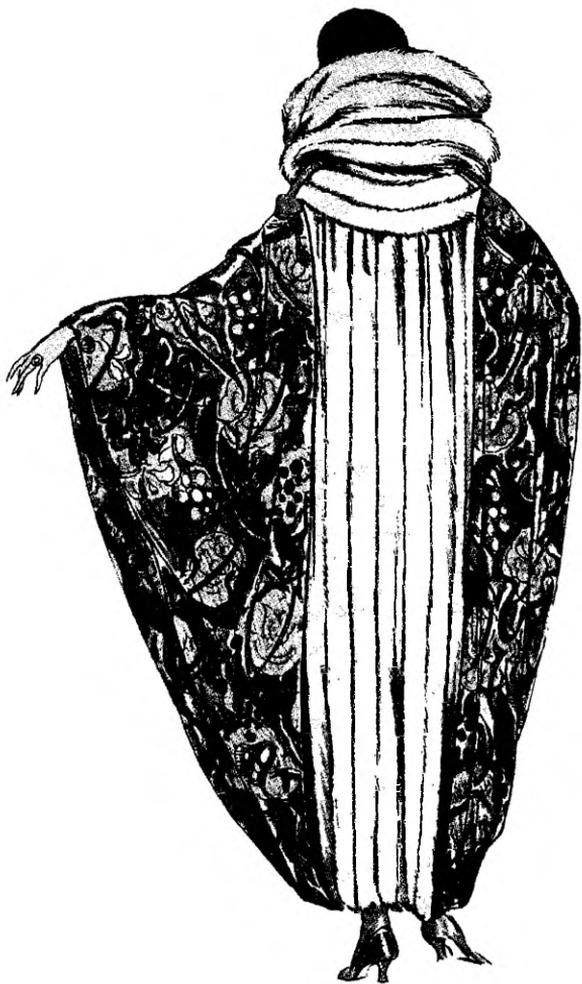
Один выдающийся исследователь истории костюма недавно посетовал на то, что специалисты взяли за моду цитировать Вальтера Беньямина, и все же я не могу удержаться от того, чтобы последовать примеру остальных. Только недавно переведенная на английский язык, однако уже известная довольно широкой аудитории, его книга «Пассажи» (Arcades Project) состоит из тысяч заметок и афористичных комментариев. Афоризмы, как всем известно, заведомо предполагают цитирование, поскольку их краткость порождает определенную

недосказанность и — временами — оборачивается игрой слов, которая способствует дальнейшему развитию мысли. Более того, сама их недосказанность подразумевает бесконечную критическую деконструкцию.

Думаю, афоризм будет особо к месту, когда разговор заходит о моде, ведь любая скоротечная мода — это, по сути, и есть афоризм, воплощенный в материальную форму (что ж, быть может, журналисты не так уж неправы в поисках своего «текущего значения»). Раздел «Мода» в книге «Пассажи» изобилует недовысказанными — и двусмысленными — идеями и цитатами, но Беньямин ни на минуту не забывает о значимости материальных объектов: «...вечное — это... скорее оборка на платье, нежели какая-то идея» (Benjamin 1999: 69). Так он написал, чем, должно быть, порадовал Наоми Таррант, несмотря на то что долгое время был любимцем «теоретиков».

Очарованный материальными объектами, особенно забытыми и оставленными без внимания, Беньямин обрел родственные души в лице сюрреалистов, воспринимавших «революционную энергию, которая проявляла себя в вещах „вышедших из моды“ — в первых железных конструкциях, в первых зданиях фабричных цехов, в самых ранних фотографиях, в объектах, тронутых разрушением, в огромных роялях, в платьях, какие носили пять лет назад...» (Benjamin 1979: 229). Согласно его убеждению, созерцание того, что вышло из моды, теоретически, вырывает нас из настоящего момента и обладает потенциальной возможностью вызывать то, что сюрреалисты называли «непристойным озарением». Это нарушает линейное течение истории и способно выявить актуальность прошлого в контексте настоящего. Возрождая и перерабатывая старые стили, мода эстетическими средствами переписывает историю — но не только, так как она открывает и визуально освещает путь «диалектической философии истории, в которой идеи и понятия интересуют нас больше, чем хронологическая последовательность событий» (Lehmann 1999: 301)<sup>12</sup>.

Таким образом, мода — самое маргинальное из всех искусств — живет в самом сердце истории. Будучи от природы безмолвным и скромным материальным объектом, она сама превращает себя в воплощение самых шокирующих, самых разрушительных идей. Презирующие ее могут с тем же успехом осудить Фрейда за его пристальное внимание к «отказу от феноменального мира» — от мечты, от шутки, от оговорок. Ибо предметы одежды, как осколки повседневности, далекие от того, чтобы скрывать от нас жизненно важные вопросы или отвлекать нас от них, обнаруживают вечное в преходящем и освещают самые драгоценные для общества верования и убеждения. Траурные уборы Викторианской эпохи воплощали в себе отношение того общества к смерти; а «мусорная эстетика» Версаче отражает наше отношение к потреблению и культу знаменитостей. Презрение к «легкомысленной» моде — не что иное, как поза, причем самая легкомысленная из всех, что мне известны.



# Примечания

## ПРЕДИСЛОВИЕ

1. Это неофициальное название скандальной IX совместной конференции исследователей и феминисток — «Навстречу политике сексуальности» (Барнард-колледж, Нью-Йорк, апрель 1982). На ней разгорелась ожесточенная схватка между (сильно упрощая) пуританами и гедонистами. Свое название конференция получила по вышедшему вскоре сборнику «Удовольствие и опасность» (*Pleasure and Danger*, см.: Vance 1983), в котором были напечатаны многие доклады.
2. Кристофер Бруард имеет в виду книгу: Rees & Borzello 1986.
3. Об этом см.: Wilson 2000a (гл. 15), Wilson 2000b (Введение). См. также: Anderson 1998.

## ГЛАВА 1 Вводная

1. Фрагмент приведен в пер. Н. Демуровой. (*Прим. перев.*)
2. Цитата из книги очерков «Картинки с натуры» (1836) приведена в пер. М. Лорие.

## ГЛАВА 2 История моды

1. Цитата приведена в пер. с фр. Л. Куббеля. (*Прим. перев.*)
2. Я признательна Хильде Скотт за указание на эту работу.
3. Цитата из романа И. Во «Упадок и разрушение» приведена в пер. С. Белова и В. Орла. (*Прим. перев.*)
4. Цитата приведена в пер. В. Топер. (*Прим. перев.*)

## ГЛАВА 3 Пояснительная

1. Стелла Мэри Ньютон (Newton 1975) писала, что история моды далеко отстает от остальных областей истории искусства и «едва ли догонит» их.
2. «Дело в том, что все психологические исследования в области моды касаются преимущественно моды женской, а компанию теоретиков до самого недавнего времени составляли исключительно мужчины» (Moore 1949: 1).
3. Цитата приведена в пер. с англ. С. Сорокиной. (*Прим. перев.*)
4. См. об этом главы 10 и 11.
5. Цитата приведена в пер. с фр. С. Зенкина. (*Прим. перев.*)
6. Здесь и выше — цитаты из «Манифеста коммунистической партии» К. Маркса и Ф. Энгельса (1848).
7. Снег; сливки, крем (*фр.*). (*Прим. перев.*)

## ГЛАВА 4 Индустрия моды

1. Это этимологическое объяснение приводится в издании (Fraser 1948). Лу Тейлор (Taylor 1983) утверждает, что название «джинсы» предположительно происходит от названия испанского города Хаэн.

2. Лу Тейлор (Taylor 1983), однако, предполагает, что когда, как часто случается, весь двор целиком погружался в траур, это негативно влияло на шелковое производство в целом и рабочие оказывались на улице.
3. См. также: Dooley 1934.
4. Хотелось бы выразить благодарность Нилу Кирни (Neil Kearney), сотруднику Исследовательского и информационного центра NUTGW за уделенное мне время и предоставленную мне очень полезную информацию.
5. Модернизация и внедрение в производство все более сложных автоматических систем привели к тому, что на работы стали нанимать высококвалифицированных инженеров (мужчин), в особенности — в секторе производства чулочных и трикотажных изделий. Развитие и капитализация интенсивной индустрии означали введение посменного производства (с целью окупить затраты и получить прибыль), и мужчины-иммигранты постепенно сменили женщин-работниц.
6. Эти авторы, однако, рассматривают контроль импорта только как разновидность протекционизма, а не как часть общей Альтернативной экономической стратегии, включавшей в себя новые инициативы в сфере торговли с развивающимися странами и государствами социалистического сектора.
7. См.: Сьюзи Менкес в: The Times, 5 July 1983, и Натали Мон-Серван в: Le Mond, 26 May 1984.

## ГЛАВА 5 *Мода и эротика*

1. В психоанализе под «реактивным образованием» понимается защитный механизм: запретные желания и фантазии подвергаются отрицанию, и по контрасту с ними развиваются противоположные сильные чувства. Например, согласно психоаналитической доктрине, гомофобия — это реактивное образование против гомосексуальных желаний, оставшихся неосознанными.
2. Цитаты из романа Флобера приведены в пер. А. Ромма. (*Прим. перев.*)
3. Я признательна Руби Рич, обратившей мое внимание на эти выкладки.
4. См. об этом главу 11.
5. Белье (фр.). (*Прим. перев.*)
6. Роман цитируется в пер. с англ. Евг. Ланна. (*Прим. перев.*)

## ГЛАВА 6 *Гендер и идентичность*

1. Блумеры (от англ. bloomers) — шаровары, которые американская активистка, борец за права женщин, Амелия Блумер предлагала носить женщинам под юбками из соображений практичности и удобства.
2. Впервые работа Фрейда «Женственность» была опубликована в 1933 г.
3. Роман Ф.С. Фицджеральда «Ночь нежна» (1934) цит. в пер. с англ. Е. Калашниковой. (*Прим. перев.*)
4. См. также: Douglas 1966.

## ГЛАВА 7 *Мода и город*

1. Цитата из романа «Утраченные иллюзии» приводится в пер. с фр. Н. Яковлевой.
2. Цитируется работа Энгельса «Положение рабочего класса в Англии» (1845).
3. Фрагмент сонета Бодлера «Прохожей» (A une Passante) процитирован в пер. с фр. Эллиса.
4. Фрагмент романа «У Германтов» приведен в пер. с фр. Н. Любимова.
5. Цитата из романа «По направлению к Свану» дана в пер. с фр. Н. Любимова.
6. Я признательна Ленни Гудингс за указание на эту публикацию.
7. В русском прокате — «Бритва».

## ГЛАВА 8 *Мода и массовая культура*

1. Бейли приводит следующие цифры: швеи получали 16,5 доллара за 40-часовую рабочую неделю, Эдит Хед, ставшая позднее ведущим художником по костюмам студии MGM, поступила на работу с зарплатой 30 долларов за 6-дневную рабочую неделю. См. также: Hertzog & Gaines 1983.
2. От англ. выражения *Noogay Henngys*, использующегося для обозначения молодого богатого лоботряса или простодушного юного отпрыска аристократического семейства.

## ГЛАВА 9 *Оппозиционные стили*

1. Воспоминание принадлежит Джеймсу Смигу, который добавил его в качестве примечания к 17-му изданию их совместного с братом Горацио поэтического сборника «Отвергнутые послания» (*Rejected Addresses*, 1812). Я признательна Тони Халлидею за указание на этот источник.
2. См.: *Art Into Production: Soviet Textiles, Fashion and Ceramics 1917–1935*. Oxford: Museum of Modern Art, 1984.

## ГЛАВА 10 *Утопическое платье и реформа костюма*

1. Кэтрин Энтони цит. в: Banner 1983; информацию о Хенри Ван де Вельде см. в: Anscombe 1984: 95.
2. Подробнее об этом см.: Werskey 1978.

## ГЛАВА 11 *Мода и феминизм*

1. Так, напр., я читала о демонстрации в Нью-Йорке, во время которой символически сжигались бюстгалтеры, участницы другой, проходившей в Атланте в августе 1968 г., выступали против конкурса Мисс Америка и организовали «огромный мусорный бак Свободы», куда выбрасывались не только бюстгалтеры, но и пояса от чулок, накладные ресницы, парики, бигуди и номера журналов вроде *Cosmopolitan*, *Ladies' Home Journal*, *Family Circle* и др. См. подробнее: Morgan 1970, а также: O'Sullivan 1982.
2. Я намеренно не касаюсь здесь темы вегетарианства, которое связано с целым спектром идей от заботы о собственном здоровье до обеспокоенности вопросами эксплуатации животных и жестокости по отношению к ним, а также условий жизни в развивающихся странах. Отмечу лишь, что западный радикализм менее аскетичен в вопросах еды или напитков, нежели в вопросах, связанных с одеждой.
3. Статья была опубликована 26 июля 1982 г., письма стали появляться уже 2 августа того же года.
4. См. подробнее об этом событии в: Wilson E. *What is to be Done about Violence towards Women?* Harmondsworth: Penguin, 1982.

## ГЛАВА 12 *Другие времена — другие «установки»*

1. «Девчонка (или парень) из Эссекса» употреблялось в англ. для обозначения вульгарных молодых людей с дурными манерами.
2. После кончины королевы-матери Елизаветы в начале 2002 г. репортеру ВВС Питеру Сиссонсу сделали выговор за то, что он появился на экране в галстук бордового, а не черного, как полагается, цвета.

3. Любопытно, что, когда я затронула тему возраста на занятиях, одна из студенток решительно возразила, заметив, что представления, согласно которым «нечего пожилой овце рядиться в ягненка», все еще живы, и даже в большей мере среди молодежи. Было бы интересно исследовать этот вопрос.
4. Для их обозначения используется слово *pãrdosüs*, которое происходит от фр. *pardessus*.
5. *Tũrban* также происходит из фр.
6. К примеру, К.С. Льюис, который сегодня известен больше как детский писатель и автор «Льва, колдуньи и платяного шкафа», в одном из своих сочинений христианского толка писал о «небесном мужчине» и «земной женщине».
7. См. также: Fine & Leopold 1993.
8. Ребекка Арнольд затрагивает схожие темы в: Arnold 2001.
9. См.: Kim 1998, а также: Martin 1999.
10. См. также: Breward 1994, а также: Palmer 1997.
11. В качестве примера приведем работы Эйлин Рибейро, которая занимается исследованием костюма на основании живописных полотен: Ribeiro 1988; Ribeiro 1995.
12. См. подробнее: Lehmann 2000.

# Библиография

- Ackroyd 1979* — Ackroyd P. *Dressing Up: Transvestism and Drag: The History of an Obsession*. London: Thames and Hudson, 1979.
- Adburgham 1961* — Adburgham A. *A Punch History of Manners and Modes*. London: Hutchinson, 1961.
- Adburgham 1981* — Adburgham A. *Shops and Shopping 1800–1914*. London: Allen and Unwin, 1981.
- Adorno 1975* — Adorno Th. *Veblen's Attack on Culture // Adorno Th. Prisms*. Cambridge: The MIT Press, 1975.
- Alexander 1976* — Alexander S. *Women's Work in Nineteenth Century London: A Study of the Years 1820–1850* / Mitchel J., Oakley A. (eds).
- Altman 1982* — Altman D. *The Homosexualisation of America*. Boston: Beacon Press, 1982.
- Anderson J. 1982* — Anderson J. *Harlem: The Great Black Way 1900–1950*. London: Orbis, 1982.
- Anderson P. 1984* — Anderson P. *Modernity and Revolution // New Left Review*. No. 144. March/April 1984.
- Anderson 1998* — Anderson P. *The Origins of Postmodernity*. London: Verso, 1998.
- Anscombe 1984* — Anscombe I. *A Woman's Touch: Women in Design from 1860 to the Present Day*. London: Virago, 1984.
- Angeloglou 1970* — Angeloglou M. *A History of Makeup*. London: Studio Vista, 1970.
- Appadurai 1986* — Appadurai A. (ed.). *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: CUP, 1986.
- Armstrong 2000* — Armstrong L. *Frock'n'roll Hall of Fame // The Times*. Section 2. 24 July 2000.
- Arnold 2001* — Arnold R. *Fashion, Desire and Anxiety: Image and Morality in the Twentieth Century*. London: I.B. Tauris, 2001.
- Arthur 2000* — Arthur L.B. (ed.). *Undressing Religion: Commitment and Conversion from a Cross-Cultural Perspective*. Oxford: Berg, 2000.
- Ash & Wilson 1992* — Ash J., Wilson E. (eds). *Chic Thrills: A Fashion Reader*. Berkeley: University of California Press, 1992.
- Bailey 1981* — Bailey M. *Those Glorious Glamour Years*. Secaucus, NJ: Citadel Press, 1981.
- Baldwin 1926* — Baldwin F.E. *Sumptuary Legislation and Personal Regulation in England*. Baltimore: John Hopkins Press, 1926.
- Ballin 1885* — Ballin A. *The Science of Dress in Theory and Practice*. London: Sampson and Low, 1885.
- Balzac 1971* — Balzac H. de. *Lost Illusions*. Harmondsworth: Penguin, 1971.
- Banner 1983* — Banner L. *American Beauty*. N.Y.: Alfred A. Knopf, 1983.
- Barlee 1863* — Barlee E. *A Visit to Lancashire in December 1862*. London: Seeley and Co, 1863.
- Barthes 1967* — Barthes R. *Système de la Mode*. Paris: Editions du Seuil, 1967.
- Baudelaire 1981* — Baudelaire Ch. *Le Dandy // Écrits sur l'art, tome 2*. Paris: Livre de Poche, 1981.
- Baudrillard 1981* — Baudrillard J. *For a Critiques of the Political Economy of the Sign*. St Louis, Mo.: Telos Press, 1981.

- Beauvoir 1953* — Beauvoir S. de. *The Second Sex*. London: Jonathan Cape, 1953.
- Beauvoir 1963* — Beauvoir S. de. *The Prime of Life*. Harmondsworth: Penguin, 1963.
- Beauvoir 1965* — Beauvoir S. de. *Force of Circumstance*. Harmondsworth: Penguin, 1965.
- Beaton 1954* — Beaton C. *The Glass of Fashion*. London: Weidenfeld and Nicolson, 1954.
- Beaton 1982* — Beaton C. *The Self Portrait with Friends: The Selected Diaries of Cecil Beaton 1926–1974*. Harmondsworth: Penguin, 1982.
- Bell 1947* — Bell Q. *Of Human Finery*. London: Hogarth Press, 1947.
- Benjamin 1973a* — Benjamin W. *Charles Baudelaire: A Lyric Poet in the Era of High Capitalism*. London: New Left Books, 1973.
- Benjamin 1973b* — Benjamin W. *Illuminations*. London: Fontana, 1973.
- Benjamin 1979* — Benjamin W. *One Way Street*. London: Verso, 1979.
- Benjamin 1999* — Benjamin W. *The Arcades Project*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1999.
- Benthall 1976* — Benthall J. *The Body Electric: Patterns of Western Industrial Culture*. London: Thames and Hudson, 1976.
- Bergler 1953* — Bergler E. *Fashion and the Unconscious*. N.Y.: Robert Brunner, 1953.
- Berman 1983* — Berman M. *All That is Solid Melts into Air: The Experience of Modernity*. London: Verso, 1983.
- Bernal 1929* — Bernal J.D. *The World, the Flesh and the Devil: an Enquiry into the Three Enemies of the Rational Soul*. London: Kegan Paul, 1929.
- Bertin 1956* — Bertin C. *Paris à la Mode: A Voyage of Discovery*. London: Victor Gollancz, 1956.
- Black 1983* — Black C. *Married Women's Work: Being the Report of an Enquiry Undertaken by the Women's Industrial Council*. London: Virago, 1983.
- Bloch 1958* — Bloch I. *Sexual Life in England*. London: Corgi Books, 1958.
- Boehn 1932* — Boehn M. von. *Modes and Manners: From the Decline of the Ancient World in the Renaissance*. London: Harrap, 1932. Vol. I.
- Bolle 2001* — Bolle N. *Anyone for Seconds? // Evening Standard*. 1 May 2001.
- Bray 1983* — Bray A. *Homosexuality in Renaissance England*. London: Gay Men's Press, 1983.
- Breward 1994* — Breward C. *The Culture of Fashion: A New History of Fashionable Dress*. Manchester: Manchester University Press, 1994.
- Breward 1998* — Breward C. *Cultures, Identities, Histories: Fashioning a Cultural Approach to Dress // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. 1998. Vol. 2. Iss. 4. Pp. 301–314.
- Breward 1999* — Breward C. *The Hidden Consumer: Masculinities, Fashion and City Life 1860–1914*. Manchester: Manchester University Press, 1999.
- Breward, Conekin & Coz 2002* — Breward C., Conekin B., Coz C. (eds). *The Englishness of English Dress*. Oxford: Berg, 2002.
- Briscoe 1971* — Briscoe L. *The Textile and Clothing Industries of the United Kingdom*. Manchester: Manchester University Press, 1971.
- Brooks 2000* — Brooks D. *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There*. N.Y.: Simon and Schuster, 2000.
- Brown 2001* — Brown M. *Multiple Meanings of the 'Hijab' in Contemporary France / Keenan W.J.F. (ed.)*.
- Brownmiller 1984* — Brownmiller S. *Femininity*. N.Y.: Simon and Schuster, 1984.
- Burckhardt 1955* — Burckhardt J. *The Civilization of the Renaissance in Italy [1860]*. London: Phaidon Press, 1955.
- Butler 1869* — Butler J. (ed.). *Woman's Work and Woman's Culture*. London: Macmillan, 1869.

- Byron* 1982 — Byron G.G., Lord. *Selected Prose*. Harmondsworth: Penguin, 1982.
- Campbell* 1979 — Campbell B. *Lining their Pockets / Time Out*. 13–19 July 1979.
- Carlyle* 1931 — Carlyle Th. *Sartor Resartus* [1831]. London: Curwen Press, 1931.
- Carter* 1982 — Carter A. *Nothing Sacred*. London: Virago, 1982.
- Chalmers* 1983 — Chalmers M. *Politics of Crisis // City Limits*. 19–25 August 1983.
- Chapkis & Enloe* 1983 — Chapkis W., Enloe C. *Of Common Cloth Women in the Global Textile Industry*. Amsterdam: Transnational Institute, 1983.
- Charles-Roux* 1975 — Charles-Roux E. *Chanel*. London: Jonathan Cape, 1975.
- Chase* 1954 — Chase E.W. *Always in Vogue*. London: Victor Gollancz, 1954.
- Chisholm* 1981 — Chisholm A. *Nancy Cunard*. Harmondsworth: Penguin, 1981.
- Cobbe* 1869 — Cobbe F.P. *The Final Cause of Women // Woman's Work and Woman's Culture / Butler J. (ed.)*. London: Macmillan, 1869.
- Cowley* 1951 — Cowley M. *Exile's Return*. N.Y.: Viking, 1951.
- Coyle* 1982 — Coyle A. *Sex and Skill in the Organization of the Clothing Industry // Work, Women and the Labour Market / West J. (ed.)*. London: Routledge and Kegan Paul, 1982.
- Craik* 1994 — Craik J. *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*. London: Routledge, 1994.
- Culler* 1975 — Culler J. *Structuralist Poetics*. London: Routledge and Kegan Paul, 1975.
- Cunnington* 1941 — Cunnington C.W. *Why Women Wear Clothes*. London: Faber and Faber, 1941.
- Cunnington* 1950 — Cunnington C.W. *Women ('Pleasures of Life' Series)*. London: Burke, 1950.
- Cunnington & Cunnington* 1967 — Cunnington C.W., Cunnington Ph. *The History of Underclothes*. London: Michael Joseph, 1967.
- Cunnington & Lucas* 1967 — Cunnington Ph., Lucas C. *Occupational Costume in England from the Eleventh Century to 1914*. London: Charles and Adam Black, 1967.
- Darwin* 1959 — Darwin Ch. *The Voyage of the Beagle* [1845]. London: J.M. Dent and Sons, 1959.
- Delbourg-Delphis* 1981 — Delbourg-Delphis M. *Le Chic et Le Look: Histoire de la Mode Féminine et les Moeurs de 1850 à Nos Jours*. Paris: Hachette, 1981.
- Dickens* 1970 — Dickens Ch. *Dombey and Son*. Harmondsworth: Penguin, 1970.
- Dickens* 1976 — Dickens Ch. *Meditations in Monmouth Street // Dickens Ch. Selected Short Stories*. Harmondsworth: Penguin, 1976.
- Dior* 1957 — Dior Ch. *Dior by Dior*. London: Weidenfeld and Nicolson, 1957.
- Disher* 1947 — Disher M.L. *American Factory Production of Women's Clothing*. London: Deveraux Publications, 1947.
- Dobbs* 1928 — Dobbs J.L. *The Clothing Workers of Great Britain*. London: Routledge and Kegan Paul, 1928.
- Dooley* 1939 — Dooley W.H. *Economics of Clothing and Textiles*. Boston: D.C. Heath, 1939.
- Douglas* 1966 — Douglas M. *Purity and Danger*. Harmondsworth: Penguin, 1966.
- Duff* 1932 — Duff G.L. *Lady. Discretions and Indiscretions*. London: Jarrolds, 1932.
- Eckert* 1978 — Eckert Ch. *The Carole Lombard in Macy's Window // Quarterly Review of Film Studies*. Winter 1978.
- Eicher* 2001 — Eicher J. *Dress, Gender and the Public Display of Skin / Entwistle J., Wilson E. (eds)*. Pp. 233–252.
- El Guindi* 1999 — El Guindi F. *Veil: Modesty, Privacy and Resistance*. Oxford: Berg, 1999.
- Elias* 1978 — Elias N. *The Civilizing Process: The History of Manners / Trans. by E. Jephcott*. Oxford: Basil Blackwell, 1978. Vol. 1.
- Ellison* 2000 — Ellison M. *Giorgio's New Emporium // Guardian*, 16 December 2000.

- Elson & Pearson 1981* — Elson D., Pearson R. 'Nimble Fingers Make Cheap Workers': An Analysis of Women's Employment in Third World Export Manufacturing // *Feminist Review*. No. 7. Spring 1981.
- Engels 1973* — Engels F. *The Condition of the Working Class in England*. Moscow: Progress Publishers, 1973.
- Entwistle 2000* — Entwistle J. *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*. Cambridge: Polity Press, 2000.
- Entwistle & Wilson 2001* — Entwistle J., Wilson E. *Body Dressing*. Oxford: Berg, 2001.
- Etherington-Smith 1983* — Etherington-Smith M. Patou. London: Hutchinson, 1983.
- Evans 1998* — Evans C. The Golden Dustman: A Critical Evaluation of the Work of Martin Margiela and a Review of Martin Margiela: Exhibition (9/4/1615) // *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. Vol. 2. Iss. 1. 1983. Pp. 73-94.
- Evans 1999* — Evans C. Masks, Mirrors and Mannequins: Elsa Schiaparelli and the Decentred Subject // *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. Vol. 3. Iss. 1. 1999. Pp. 3-32.
- Evans 2001* — Evans C. Desire and Dread: Alexander McQueen and the Contemporary Femme Fatale // *Body Dressing / Entwistle & Wilson (eds)*. Oxford: Berg, 2001. Pp. 201-214.
- Evans 2002* — Evans C. Fashion Stranger than Fiction: Shelley Fox // *The Englishness of English Dress / Breward, Conekin & Cox 2002*. Oxford: Berg, 2002. Pp. 189-212.
- Evans 2003* — Evans C. *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity and Deathliness*. London: Yale University Press, 2003.
- Ewen & Ewen 1982* — Ewen S., Ewen E. *Channels of Desire: Mass Images and the Shaping of the American Consciousness*. N.Y.: McGraw Hill, 1982.
- Ewing 1974* — Ewing E. *History of Twentieth Century Fashion*. London: Batsford, 1974.
- Ewing 1978* — Ewing E. *Dress and Undress: A History of Women's Underwear*. London: Batsford, 1978.
- Faust 1981* — Faust B. *Women, Sex and Pornography*. Harmondsworth: Penguin, 1981.
- Ferry 1960* — Ferry J. *A History of the Department Store*. N.Y.: Macmillan, 1960.
- Field 1983* — Field A. *The Formidable Miss Barnes: The Life of Djuna Barnes*. London: Secker and Warburg, 1983.
- Fiedorek 1983* — Fiedorek M.B. *Executive Style: Looking it, Living it*. Piscataway, NJ: New Century Publishers, 1983.
- Fine & Leopold 1993* — Fine B., Leopold E. *The World of Consumption*. London: Routledge, 1993.
- Fitzgerald 1934* — Fitzgerald S. *Tender is the Night*. Harmondsworth: Penguin, 1934.
- Flaubert 1857* — Flaubert G. *Madame Bovary*. Paris: Livre de Poche, 1857.
- Flügel 1930* — Flügel J.C. *The Psychology of Clothes*. London: Hogarth Press, 1930.
- Foster 1974* — Foster J. *Class Struggle and the Industrial Revolution*. London: Methuen, 1974.
- Foucault 1979* — Foucault M. *The History of Sexuality: An Introduction*. Harmondsworth: Penguin, 1979. Vol. 1.
- Frascina & Harrison 1982* — Frascina F., Harrison Ch. (eds). *Modern Art and Modernism: A Critical Anthology*. London: Harper Row, 1982.
- Fraser 1948* — Fraser G.L. *Textiles in Britain*. London: George Allen & Unwin, 1948.
- Fraser 1985* — Fraser K. *The Fashionable Mind: Reflections on Fashion 1970-1982*. Boston: David R. Godine, 1985.
- Freud 1973* — Freud S. *Femininity* // Freud S. *New Introductory Lectures on Psychoanalysis*. Harmondsworth: Penguin, 1973.
- Freud 1977* — Freud S. *On Sexuality: Three Essays on the Theory of Sexuality and Other Works*. Harmondsworth: Penguin, 1977.

- Friedman 1998* — Friedman V. *Stealth Wealth / Frank*. September 1998.
- Fyvel 1961* — Fyvel T.R. *The Insecure Offenders*. London: Chatto and Windus, 1961.
- George 1925* — George D. *London Life in the Eighteenth Century*. Harmondsworth: Penguin, 1925.
- Gibbon 1952* — Gibbon E. *The Portable Gibbon: The Decline and Fall of the Roman Empire*. Harmondsworth: Penguin, 1952.
- Gibson 1989* — Gibson W. *Neuromancer*. Harmondsworth: Penguin, 1989.
- Gill 1998* — Gill A. *Deconstruction Fashion: The Making of the Unfinished, Decomposing and Reassembled Clothes // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. Vol. 2.1. 1998. Pp. 25–49.
- Gilman 1979* — Gilman Ch.P. *Herland*. London: The Women's Press, 1979.
- Goffman 1969* — Goffman E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. London: Allen Lane, 1969.
- Goldman 1974* — Goldman A. *Ladies and Gentlemen, Lenny Bruce*. London: Panther, 1974.
- Greenberg 1982* — Greenberg C. *Modernist Painting // Frascina F., Harrison Ch. (eds). Modern Art and Modernism*. London: Harper and Row, 1982.
- Gross 1969* — Gross J. *The Rise and Fall of the Man of Letters: Aspects of English Literary Life Since 1800*. London: Weidenfeld and Nicolson, 1969.
- Gustafson 1982* — Gustafson R. *The Power of the Screen: The Influence of Edith Head's Film Designs on the Retail Fashion Market // The Velvet Light Trap: Review of Cinema*. No. 19. 1982.
- Hamilton 1936* — Hamilton M.A. *Changes in Social Life // Our Freedom and its Results / Strachey R. (ed.)*. London: Hogarth Press, 1936.
- Harte 1991* — Harte N.B. *Fabrics and Fashion: Studies in the Economic and Social History of Dress*. London: Pasold Research Fund, 1991.
- Harvey 1995* — Harvey J. *Men in Black*. London: Reaktion Books, 1995.
- Haweis 1878* — Haweis M.E. *The Art of Beauty*. London: Chatto and Windus, 1878.
- Haye & Wilson 1999* — Haye A. de la, Wilson E. *Defining Dress: Dress as Object, Meaning and Identity*. Manchester: Manchester University Press, 1999.
- Haynes 1983* — Haynes A. *Murderous Millinery: The Struggle for the Plumage Act 1921 // History Today*. July 1983.
- Heard 1924* — Heard G. *Narcissus: An Anatomy of Clothes*. London: Kegan Paul, 1924.
- Hebdige 1979* — Hebdige D. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen, 1979.
- Hertzog & Gaines 1983* — Hertzog Ch., Gaines J. *Hollywood, Costumes and the Fashion Industry // Triangle Cinema Programme*. Birmingham. May 1983.
- Hiler 1929* — Hiler H. *From Nudity to Raiment*. London: Foyles, 1929.
- Hollander 1975* — Hollander A. *Seeing Through Clothes*. N.Y.: Avon Books, 1975.
- Hollander 1994* — Hollander A. *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress*. N.Y.: Alfred Knopf, 1994.
- Horckheimer & Adorno 1979* — Horckheimer M., Adorno Th. *The Dialectic of Enlightenment [1944]*. London: Verso, 1979.
- Howe 1967* — Howe B. *Arbiter of Elegance*. London: Harvill Press, 1967.
- Hower 1946* — Hower R. *History of Macy's of New York: 1858–1919*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1946.
- Hughes 1970* — Hughes D. (ed.). *Perspectives on Pornography*. N.Y.: Macmillan, 1970.
- Hume 1993* — Hume M. *The New Mood // Independent on Sunday*. 16 May 1993.
- Ironside 1973* — Ironside J. *Janey: An Autobiography*. London: Michael Joseph, 1973.
- Jameson 1981* — Jameson F. *The Political Unconscious: Narrative as Socially Symbolic Act*. London: Methuen, 1981.

- Jameson 1984* — Jameson F. Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism // New Left Review. No. 146. July/August 1984.
- Jenkyns 1980* — Jenkyns R. The Victorians and Ancient Greece. Oxford: Basil Blackwell, 1980.
- Kandiyoti & Saktanber 2001* — Kandiyoti D., Saktanber A. (eds). Fragments of Culture: The Everyday of Modern Turkey. London: I.B. Tauris, 2001.
- Keenan 1977* — Keenan B. The Women We Wanted to Look Like. N.Y.: St Martins Press, 1977.
- Keenan 2001* — Keenan W.J.F. (ed.). Dressed to Impress: Looking the Part. Oxford: Berg, 2001.
- Khan 1992* — Khan N. Asian Women's Dress: From Burqah to Bloggs - Changing Clothes for Changing Times // Chic Thrills: A Fashion Reader / Ash J., Wilson E. (eds). Berkeley: University of California Press, 1992.
- Kim 1998* — Kim S.B. Is Fashion Art? // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture. Vol. 2.1. 1998. Pp. 51–72.
- Kolbowski 1984* — Kolbowski S. (Di)vested Interests: The Calvin Klein Ads // ZG. No. 10, Spring 1984.
- König 1973* — König R. The Restless Image. London: George Allen and Unwin, 1973.
- Kunzle 1982* — Kunzle D. Fashion and Fetishism. Totowa, NJ: Rowman and Littlefield, 1982.
- Lang & Lang 1961* — Lang K., Lang G. Fashion, Identification and Differentiation in the Mass Society // Dress, Adornment and the Social Order / Roach M.E., Eicher J.B. (eds). N.Y.: John Wiley, 1961.
- Lasch 1979* — Lasch Ch. The Culture of Narcissism. N.Y.: Warner Books, 1979.
- Laver 1968* — Laver J. Dandies. London: Weidenfeld and Nicolson, 1968.
- Laver 1969a* — Laver J. A Concise History of Costume. London: Thames and Hudson, 1969.
- Laver 1969b* — Laver J. Modesty in Dress: An Inquiry into the Fundamentals of Fashion. London: Heinemann, 1969.
- Lee 1975* — Lee S.T. American Fashion. London: Andre Deutsch, 1975.
- Lehmann 1999* — Lehmann U. Tigersprung // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture. Vol. 3.3. 1999. Pp. 297–322.
- Lehmann 2000* — Lehmann U. Tigersprung: Fashion in Modernity. Cambridge, MA: MIT Press, 2000.
- Lemire 1997* — Lemire B. Dress, Culture and Commerce: The English Clothing Trade Before the Factory, 1660–1800. Basingstoke: Macmillan, 1997.
- Leopold 1992* — Leopold E. The Manufacture of the Fashion System // Chic Thrills: A Fashion Reader / Ash J., Wilson E. (eds). Berkeley: University of California Press, 1992.
- Lewis & Woodworth 1973* — Lewis A., Woodworth C. Miss Elizabeth Arden. London: W.H. Allen, 1973.
- Lipovetsky 1994* — Lipovetsky G. The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy. Princeton: Princeton University Press, 1994.
- Lurie 1981* — Lurie A. The Language of Clothes. London: Heinemann, 1981.
- Lütgens 1997* — Lütgens A. The Conspiracy of Women: Images of City Life in the Work of Jeanne Mamen // Women in the Metropolis: Gender and Modernity in Weimar Culture / Von An-kum K. (ed.). Berkeley: University of California Press, 1997.
- MacInnes 1959* — MacInnes C. Absolute Beginners. London: Alison and Busby, 1959.
- McRobbie 1998* — McRobbie A. British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry? London: Routledge, 1998.
- Malcolm X 1965* — Malcolm X. The Autobiography of Malcolm X. Harmondsworth: Penguin, 1965.
- Mallarmé 1933* — Mallarmé S. La Dernière Mode. N.Y.: Publications of the Institute of French Studies, Inc., 1933.

- Martin 1981* — Martin B. *A Sociology of Contemporary Cultural Change*. Oxford: Basil Blackwell, 1981.
- Martin 1999* — Martin R. A Note: Art and Fashion, Viktor and Rolf // *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. Vol. 3.1. 1999. Pp. 109–121.
- Marx 1970* — Marx K. *Capital*. London: Lawrence and Wishart, 1970. Vol. 1.
- Melly 1972* — Melly G. *Revolt into Style: The Pop Arts in Britain*. Harmondsworth: Penguin, 1972.
- Michelson 1970* — Michelson P. *An Apology for Porn // Perspectives on Pornography* / Hughes D. (ed.). N.Y.: Macmillan, 1970.
- Miller 1981* — Miller M. *The Bon Marché: Bourgeois Culture and the Department Store 1869–1920*. London: Allen & Unwin, 1981.
- Mitchell & Oakley 1976* — Mitchell J., Oakley A. (eds). *The Rights and Wrongs of Women*. Harmondsworth: Penguin, 1976.
- Mitford 1974* — Mitford N. *The Best Novels of Nancy Mitford*. London: Hamish Hamilton, 1974.
- Modleski 1986* — Modleski T. (ed.). *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture*. Bloomington and Indiana: Indiana University Press, 1986.
- Moers 1960* — Moers E. *The Dandy: Brummell to Beerbohm*. London: Secker and Walburg, 1960.
- Molloy 1977* — Molloy J.T. *The Women's Dress for Success Book*. Chicago: Follet, 1977.
- Moore 1949* — Moore D.L. *The Woman in Fashion*. London: Batsford, 1949.
- Moore 1967* — Moore D.L. *E. Nesbit: A Biography*. London: Ernest Benn, 1967.
- Moretti 1983* — Moretti F. *Homo Palpitans: Balzac's Novels and Urban Personality // Moretti F. Signs Taken for Wonders*. London: Verso, 1983.
- Morgan 1970* — Morgan R. (ed.). *Sisterhood is Powerful: An Anthology of Writings from the Women's Liberation Movement*. N.Y.: Random House, 1970.
- Morris 1964* — Morris I. *The World of the Shining Prince*. Harmondsworth: Penguin, 1964.
- Morris 1988* — Morris M. *Politics Now: (Anxieties of a Petty Bourgeois Intellectual) // Morris M. The Pirate's Fiancée: Feminism: Reading: Postmodernism*. London: Verso, 1988.
- Morton 1952* — Morton A.L. *The English Utopia*. London: Lawrence and Wishart, 1952.
- Mukerji 1983* — Mukerji Ch. *From Graven Images: Patterns of Modern Materialism*. N.Y.: Columbia University Press, 1983.
- Navaro-Yashin 2001* — Navaro-Yashin Y. *The Market for Identities: Secularism, Islamism, Commodities // Fragments of Culture: The Everyday of Modern Turkey* / Kandiyoti D., Saktanber A. (eds). London: I.B. Tauris, 2001.
- Negrin 1999* — Negrin L. *The Self as Image: A Critical Appraisal of Postmodern Theories of Fashion // Theory Culture and Society*. 1999. Vol. 16. No. 3 (June).
- Nesbit 1901* — Nesbit E. *The Story of the Amulet*. Harmondsworth: Penguin, 1901.
- Newton, Ryan & Walkowitz 1983* — Newton J., Ryan M.P., Walkowitz J. (eds). *Sex and Class in Women's History*. London: Routledge & Kegan Paul, 1983.
- Newton 1974* — Newton S.M. *Health Art and Reason: Dress Reformers of the Nineteenth Century*. London: John Murray, 1974.
- Newton 1975* — Newton S.M. *Fashion in Fashion History // Times Literary Supplement*. 21 March 1975.
- Newton 1976* — Newton S.M. *Couture and Society // Times Literary Supplement*. 12 November 1976.
- Nystrom 1928* — Nystrom P. *Economics of Fashion*. N.Y.: Ronald Press, 1928.
- Osborne 1982* — Osborne J. *A Better Class of Person: An Autobiography 1929–1956*. Harmondsworth: Penguin, 1982.
- O'Sullivan 1982* — O'Sullivan S. *Passionate Beginnings: Ideological Politics 1969–1982 // Feminist Review*. No. 11. 1982.

- Palmer 1997* — Palmer A. *New Directions: Fashion History Studies in North America and England // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. Vol. 1.3. 1997. Pp. 297–312.
- Parry 1960* — Parry A. *Garrets and Pretenders: A History of Bohemianism in America*. N.Y.: Dover Publications, 1960.
- Phillips 1963* — Phillips P. *The New Look // The Age of Austerity 1945–1951 / Sissons M., French Ph.* (eds). Harmondsworth: Penguin, 1963.
- Pinchbeck 1981* — Pinchbeck I. *Women Workers and the Industrial Revolution 1750–1850*. London: Virago, 1981.
- Poiret 1931* — Poiret P. *My First Fifty Years*. London: Victor Gollancz, 1931.
- Polhemus 1978* — Polhemus T. (ed.) *Introduction // Social Aspects of the Body*. Harmondsworth: Penguin, 1978.
- Proust 1981* — Proust M. *Remembrance of Things Past*. London: Chatto and Windus, 1981. Vols 1–3.
- Quant 1966* — Quant M. *Quant by Quant*. London: Cassell, 1966.
- Radcliffe 1980* — Radcliffe R.J. *The Sceptical Feminist*. London: Routledge and Kegan Paul, 1980.
- Réage 1954* — Réage P. *The Story of O*. London: The Olympia Press, 1954.
- Rees & Borzello 1986* — Rees A., Borzello F. *The New Art History*. London: Camden Press, 1986.
- Rhondda 1933* — Rhondda M.H. *Viscountess. This Way My World*. London: Macmillan, 1933.
- Ribeiro 1988* — Ribeiro A. *Fashion in the French Revolution*. N.Y.: Holmes & Meier, 1988.
- Ribeiro 1995* — Ribeiro A. *The Art of Dress: Fashion in England and France 1750–1820*. New Haven, CN: Yale University Press, 1995.
- Roach & Eicher 1965* — Roach M.E., Eicher J.B. *Dress, Adornment and the Social Order*. N.Y.: John Wiley, 1965.
- Roberts 1977* — Roberts H. *The Exquisite Slave: The Role of Clothes in the Making of the Victorian Woman // Signs*. Vol. 2. No. 3. Spring, 1977.
- Roberts 1983* — Roberts M. *The Visitation*. London: The Women's Press, 1983.
- Rowbotham & Weeks 1977* — Rowbotham S., Weeks J. *Socialism and the New Life: The Personal and Sexual Politics of Edward Carpenter and Havelock Ellis*. London: Pluto Press, 1977.
- Rubinstein 1930* — Rubinstein H. *The Art of Feminine Beauty*. London: Gollancz, 1930.
- Runciman 1975* — Runciman S. *Byzantine Style and Civilization*. Harmondsworth: Penguin, 1975.
- Sampson & Rimmer 1983* — Sampson K., Rimmer D. *The Ins and Outs of High Street Fashion // The Face*. July 1983.
- Sartre 1968* — Sartre J.P. *Being and Nothingness*. London: Methuen, 1968.
- Saunders 1954* — Saunders E. *The Age of Worth*. London: Longmans, 1954.
- Sennett 1974* — Sennett R. *The Fall of Public Man*. Cambridge: Cambridge University Press, 1974.
- Sévigné 1982* — Sévigné Mme de. *Selected Letters*. Harmondsworth: Penguin, 1982.
- Sherwood 2000* — Sherwood J. *Great Minds Think Alike // Independent, Reality Magazine Section*. 2000.
- Shirazi 2000* — Shirazi F. *Islamic Religion and Women's Dress Code // Undressing Religion: Commitment and Conversion from a Cross-Cultural Perspective / Arthur L.B. (ed.)*. Oxford: Berg, 2000.
- Shulman 2002* — Shulman N. *In Excess of Amorous Intentions // Times Literary Supplement*. 24 May 2002.
- Silverman 1986* — Silverman K. *Fragments of a Fashionable Discourse // Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture / Modleski T. (ed.)*. Bloomington and Indiana: Indiana University Press, 1986.
- Simmel 1971* — Simmel G. *On Individuality and Social Forms*. Chacago: Chicago University Press, 1971.

- Sissons & French 1963* — The Age of Austerity 1945–1951 / Sissons M., French Ph. (eds). Harmondsworth: Penguin, 1963.
- Snitow, Stansell & Thompson 1984* — Snitow A., Stansell Ch., Thompson S. Desire: The Politics of Sexuality, 1984.
- Sontag 1979* — Sontag S. On Photography. Harmondsworth: Penguin, 1979.
- Spalding 1983* — Spalding F. Vanessa Bell. London: Weidenfeld and Nicolson, 1983.
- Squire 1974* — Squire G. Dress, Art and Society 1560–1970. London: Studio Vista, 1974.
- Stanley 1984* — Stanley L. (ed.) The Diaries of Hannah Cullwick. London: Virago, 1984.
- Stead 1974* — Stead Ch. A Little Tea, A Little Chat. London: Virago, 1974.
- Stewart & Hunter 1964* — Stewart M., Hunter L. The Needle is Threaded: The History of an Industry. London: Heinemann, 1964.
- Stimpfl 2000* — Stimpfl J. Veiling and Unveiling: Reconstructing Malay Female Identity in Singapore // Undressing Religion: Commitment and Conversion from a Cross-Cultural Perspective / Arthur L.B. (ed.). Oxford: Berg, 2000.
- Strachey 1936* — Strachey R. (ed.). Our Freedom and its Results. London: Hogarth Press, 1936.
- Sudjic 2001* — Sudjic D. Is the Future of Art in their Hands! // Observer, review section. 14 October 2001.
- Tanner 1979* — Tanner T. Adultery and the Novel. Baltimore: John Hopkins Press, 1979.
- Tarrant 1994* — Tarrant N. The Development of Costume. Edinburgh: National Museums of Scotland in conjunction with Routledge, 1994.
- Taylor B. 1983a* — Taylor B. The Men are as Bad as their Masters ... Socialism, Feminism and Sexual Antagonism in the London Tailoring Trade of the 1830s // Sex and Class in Women's History Newton / Newton J., Ryan M.P., Walkowitz J. (eds). London: Routledge & Kegan Paul, 1983.
- Taylor B. 1983b* — Taylor B. Eve and the New Jerusalem. London: Virago, 1983.
- Taylor L. 1983* — Taylor L. Mourning Dress: A Costume and Social History. London: Allen & Unwin, 1983.
- Taylor L. 1998* — Taylor L. Doing the Laundry? A Reassessment of Object-based Dress History // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture. Vol. 2.4. 1998. Pp. 337–358.
- Taylor L. 1999* — Taylor L. Wool, Cloth and Gender: The Use of Woollen Cloth in Women's Dress in Britain, 1865–1885 // Defining Dress: Dress as Object, Meaning and Identity / Haye A. de la, Wilson E. (eds). Manchester: Manchester University Press, 1999.
- Taylor L. 2002* — Taylor L. The History of Dress History. Manchester: Manchester University Press, 2002.
- Thompson 1968* — Thompson E.P. The Making of the English Working Class. Harmondsworth: Penguin, 1968.
- Tinling 1983* — Tinling T. Sixty Years in Tennis. London: Sidgwick and Jackson, 1983.
- Turim 1983* — Turim M. Fashion Shapes: Film, the Fashion Industry and the Image Women // Socialist Review. Vol. 13. No. 71. 1983.
- Turner 1982* — Turner B. The Discourse of Diet // Theory, Culture and Society. Vol. 1. No. 1, 1982.
- Vance 1983* — Pleasure and Danger: Exploring Female Sexuality / Vance C. (ed.). London: Routledge, 1983.
- Veblen 1957* — Veblen Th. The Theory of Leisure Class [1899]. London: Allen and Unwin, 1957.
- Vine 2001* — Vine S. Naked Ambition // Evening Standard. 28 February 2001.
- Walter 1982* — Walter A. (ed.). Come Together: The Years of Gay Liberation 1970–1973. London: Gay Men's Press, 1982.
- Warhol & Hackett 1980* — Warhol A., Hackett P. POPism: The Warhol '60s. N.Y.: Harcourt Brace Jovanovich, 1980.

- Warwick & Cavallaro 1998* — Warwick A., Cavallaro D. Fashioning the Frame: Boundaries, Dress and the Body. Oxford: Berg, 1998.
- Waugh 1928* — Waugh E. Decline and Fall. Harmondsworth: Penguin, 1928.
- Weeks 1977* — Weeks J. Coming Out. London: Quartet, 1977.
- Werskey 1978* — Werskey G. The Visible College: a Collective Biography of British Scientists of the 1930s. London: Allen Lane, 1978.
- West 1982* — West J. (ed.). Work, Women and the Labour Market. London: Routledge and Kegan Paul, 1982.
- Wharton 1952* — Wharton E. The House of Mirth (1905). London: Oxford University Press, 1952.
- White 1980* — White D. D for Doris, V for Victory. Milton Keynes: Oaklead Books, 1980.
- Williams 2001* — Williams Z. Do My Nipples Look Big in This? // Evening Standard. 28 February 2001.
- Wilson 1982* — Wilson E. If You're So Sure You're a Feminist, Why Do You Read the Fashion Page? // Guardian. 26 July 1982.
- Wilson 2000a* — Wilson E. Bohemians: The Glamorous Outcasts. London: I.B. Tauris, 2000.
- Wilson 2000b* — Wilson E. The Contradictions of Culture: Cities, Culture, Women. London: Sage, 2000.
- Wood 1959* — Wood N. Communism and British Intellectuals. London: Victor Gollancz, 1959.
- Wortley 1997* — Wortley M. Lady Mary. Selected Letters. Harmondsworth: Penguin, 1997.
- Zeldin 1977* — Zeldin Th. France 1848-1945: Taste and Corruption. Oxford: Oxford University Press, 1977.

# Именной указатель

- Адорно, Теодор 55, 66, 232  
Адриан 132–133, 158–159  
Айронсайд, Джейни 162–164, 175  
Акройд, Питер 116  
Андерсон, Перри 65  
Андерсон, Элизабет Гаррет 213  
Аппадурай, Арджун 245  
Арден, Элизабет 102, 106–108  
Арлен, Майкл 47  
Арлетти 98  
Армстронг-Джонс, Энтони 49  
Астор, Мэри 136
- Байрон, Джордж Гордон 44, 111, 172–173  
Баленсиага 88, 163  
Бальзак, Оноре де 127, 131, 134, 171–173  
Бальмен, Пьер 98  
Баннер, Лоис 231  
Бара, Теда 157, 158, 166  
Бардо, Брижит 98, 110, 159, 160, 183  
Барли, Элен 147  
Барни, Натали Клиффорд 152  
Барнс, Джуна 174  
Баррен, Джон 74  
Барт, Ролан 60–61  
Белл, Ванесса 175  
Белл, Квентин 52, 60  
Бендер, Ли 185  
Беннет, Арнольд 78  
Беньямин, Вальтер 66, 123, 198, 268–269  
Берар, Кристиан 218  
Берарди, Антонио 257  
Берглер, Эдмунд 93  
Бернал, Дж.Д. 211  
Бертен, Роза 40, 41  
Бертен, Селия 88  
Бивен, Эньюрин 212  
Битон, Сесил 46, 89, 121, 155, 217  
Бленд, Хьюберт 206  
Блу, Адриан 226  
Блумер, Амелия 202, 272  
Блэк, Клементина 76, 78  
Блэр, Тони 241  
Блэр, Черри 248, 254  
Бовуар, Симона де 98, 120, 121, 176  
Бодлер, Шарль 122–123, 128, 172  
Бодрийяр, Жан 51, 56, 91, 94  
Бой Джордж 188, 194  
Болин, Ада 204  
Босуэлл, Джеймс 130  
Боуи, Дэвид 188–189, 193  
Боултинг, Ингрид 166  
Браммелл, Бо 170, 218
- Брассай, Анри 152  
Браунмиллер, Сьюзан 222  
Бретон, Ретиф де ла 96  
Бродель, Фернан 30, 146  
Бруард, Кристофер 264  
Брукнер, Анита 230–231  
Брукс, Дэвид 240  
Брукс, Луиза 157  
Брукс, Романи 152  
Булл, Дж.С. 146  
Бульвер-Литтон, Эдвард 173  
Буркхардт, Якоб 37  
Бусико, Анри 141  
Буссак, Марсель 87  
Буш, Лора 254  
Бэнкс, Джефф 143  
Бэнтинг, Чарльз 112  
Бэсси, Ширли 192
- Валетта, Эмбер 245  
Ван Вехтен, Карл 107  
Ван де Вельде, Хенри 206  
Вандербильт, миссис Уильям 107  
Вебер, Макс 57  
Веблен, Торстейн 54–56, 61, 62, 93, 201, 222, 233  
Веспуччи, Америго 209  
Вионне, Мадлен 87  
Во, Ивлин 46–48, 160  
Вольф, Элси де 107  
Ворт, Чарльз Фредерик 41–42, 45, 86–87, 172  
Вриланд, Диана 258–259  
Вулф, Вирджиния 175
- Гальяно, Джон 257  
Гарбо, Грета 115  
Гарди, Кейр 212  
Гейбл, Кларк 17, 39  
Гибсон, Чарльз Дана 78, 206  
Гилман, Шарлотта Перкинс 213  
Гиш, Лилиан 157  
Глин, Элинор 101  
Годвин, Э.У. 203  
Гордон, леди Дафф (Люсиль) 98, 101, 172  
Готье, Жан-Поль 24, 126  
Грант, Кэри 39  
Грейби, Бетти 160  
Греко, Жюльет 177  
Грин, Александр Планкет 163–164
- Дануэй, Фэй 160  
Дарвин, Чарльз 58  
Дарье, Даниэль 98  
Делоне, Соня 65

Демельмейстер, Анн 238  
Дерби, Джейн 47  
Дефо, Даниэль 36, 210  
Джаггер, Мик 153  
Джеймсон, Фредрик 134, 199  
Джон, Огастес 175  
Джонс, Морис 228  
Джордж, Дороти 71  
Диана, принцесса 189, 248  
Диккенс, Чарльз 14, 18, 106, 122, 128, 171  
Диоклетиан, император 30–31  
Диор, Кристиан 48, 49, 86–88, 98, 218  
Дитрих, Марлен 115  
Доббс, Дж. 76  
Дорелия 175  
Дуглас, Мэри 125  
Дункан, Айседора 155  
Дэвис, Эмили 97  
Дюшан, Марсель 187

Евгения, императрица Франции 41  
Елизавета I, королева 37  
Елизавета II, королева 215

Живанши 160, 163

Занук, Дэрил 177  
Зиммель, Георг 17, 130–131  
Золя, Эмиль 63

Иден, Энтони 180

Йегер, Густав 204–205, 223  
Йорк, Питер 169

Казалис, Анна-Мария 177  
Каллвик, Ханна 147  
Каннингтон, Сесил Уиллет 52, 100, 104  
Каннингтон, Филлис 100, 104  
Карден, Пьер 160, 165, 182  
Карлейль, Томас 58  
Кароль, Мартина 98  
Карпентер, Эдвард 207, 231  
Картер, Анджела 104, 231  
Картер, Эрнестина 162  
Касл, Вернон 155–156  
Касл, Ирен 155–156  
Квант, Мэри 81, 89, 110, 142, 162–166, 176, 183–184  
Кёниг, Рене 61  
Килер, Кристин 165  
Кинг, Билли Джин 59  
Кларк, Осси 163  
Кляйн, Кельвин 104  
Кобб, Фрэнсис Пауэр 118  
Коддингтон, Грейс 166  
Кокрейн, Молли 214–215  
Кокто, Жан 218  
Крейги, Джил 215  
Крейн, Уолтер 206  
Криппс, Стаффорд 214  
Кроуфорд, Джоан 136, 159  
Крэшо, Ричард 113  
Кунард, Нэнси 47, 59

Кунцле, Дэвид 96–97, 154  
Курреж, Андре 153, 164–165  
Кут, Анна 225  
Кэрролл, Льюис 18

Лавер, Джеймс 8, 36, 45, 46, 89, 99, 146  
Ланвен, Жанна 87  
Лангле, месье 40  
Лартиг, Дж.Х. 148  
Лаш, Кристофер 53, 132, 230  
Лебито, Мари 99  
Левитт, Дороти 147  
Лелонг, Люсьен 17  
Ленглен, Сюзанна 147  
Леннокс, Энни 201  
Липовецкий, Жиль 237  
Лопес, Дженнифер 245  
Лумарен, баронесса де 60  
Луна, Донизэйл 189  
Лури, Элисон 57  
Людвиг XIV, король Франции 18, 37

Макиннес, Колин 178  
Маккарделл, Клэр 44  
Маккуин, Александр 251, 260, 261  
Макмиллан, Гарольд 17–18, 162  
Малевич, К. 199  
Малларме, Стефан 63–64  
Малькольм Икс 188–189  
Марбери, Элизабет 107  
Маржела, Мартин 238, 262  
Мария-Антуанетта, королева Франции 41  
Мария, королева Англии 89  
Маркс, Карл 201  
Маркс, Майкл 142  
Маршалл, Фрэнсис 180  
Мейер, барон де 148  
Мелли, Джордж 163–164, 181, 198  
Менкес, Сюзи 196  
Мердок, Айрис 176  
Мессел, Оливер 158  
Меттерних, Полина, принцесса 41  
Милле, Джон 202  
Мильтон, Джон 37  
Митфорд, Нэнси 152  
Мозес, Роберт 134  
Моллой, Джон Т. 133  
Мондриан, Пит 165  
Мор, Томас 209  
Морган, Энн 107  
Моро, Жанна 160  
Моррис, Джейн 202  
Моррис, Уильям 123, 206  
Мозэрс, Элен 172  
Мухерджи, Чандра 57  
Мур, Дорис Лэнгли 52–53

Наполеон I, император Франции 44  
Наполеон III, император Франции 41  
Несбит, Эдит 206, 214  
Ницше, Фридрих 38  
Ньютон, Стелла Мэри 30, 31, 207

Оруэлл, Джордж 17, 215, 231

Осборн, Джон 109

Пальма, Брайан де 136

Пату, Жан 46, 150, 199, 207

Пауэлл, Элеонор 157

Пенн, Ирвинг 49

По, Эдгар Алан 128

Прайс, Энн 87

Профьюмо, Джон 165

Пруст, Марсель 127, 129, 131, 134, 217

Пуаро, Поль 45, 86, 102, 132, 206, 218

Пьяджи, Анна 218

Пэнкхёрст, Эмелин 213

Рабан, Пако 165, 166

Райан, Бетти 97

Регер, Джэнет 103–104

Рендлсхэм, Клэр 162

Рено, Мадлен 98

Рескин, Джон 205

Риммер, Дэвид 189

Рифеншталь, Лени 198

Робертс, Джулия 239

Робертс, Мишель 124

Робертс, Элен 96, 97

Розье, Мишель 163

Ронда, леди 151

Рошá, Марсель 98

Рубинштейн, Елена 106–108, 112

Рэдклифф Ричардс, Джэнет 223

Сартр, Жан-Поль 125, 176

Свифт, Джонатан 210

Севинье, мадам де 21, 40

Селфридж, Гарри Гордон 141

Сиддал, Элизабет 202

Симпсон, миссис Уоллис 48

Синьоре, Симона 98

Сифф, лорд 142

Скарджилл, Артур 228

Скиапарелли, Эльза 48, 64, 159, 175, 206

Стейхен, Эдвард 148

Степанова, Варвара 199

Стид, Кристина 132

Стэнтон, Элизабет Кэди 97, 213

Сэджвик, Эди 166

Сэмпсон, Кевин 189

Татлин, В. 199

Таффин, Салли 163

Твигги 166

Тейлор, Лу 177, 262–266, 268

Терлингтон, Кристи 245

Терри, Эллен 203

Томас, Кэтлин 175

Томпсон, Е.П. 69

Тэтчер, Маргарет 82

Уайльд, Оскар 205

Уилсон, Гарольд 165

Уокер А'Лелия 107

Уокер, Ч.Дж. 107

Уолси, кардинал 36

Уортон, Эдит 101

Уорхол, Энди 166

Уоттс, Джордж 202

Уэллс, Герберт Дж. 78, 210–211

Фейер, Эдвига 98

Фидорек, Мэри 133

Фицгиббон, Теодора 152, 175

Флобер, Гюстав 95, 106,

Флюгель, Дж.К. 92–93, 207–210

Фокс, Шелли 258

Фон Фрейтаг — фон Лорингховен, баронесса 174

Фостер, Джон 69

Фоул, Марион 163

Фрейд, Зигмунд 25, 94, 104, 115, 116, 269

Фрит, Саймон 182

Фут, Майкл 215

Хаксли, Олдос 47

Хан, Эммануэль 163

Харлоу, Джин 158, 167

Харман, Харриет 215

Харрисон, Рекс 21

Хебдидж, Дик 189

Хейворт, Рита 134

Хемингуэй, Эрнест 47

Хепбёрн, Одри 49, 177

Хёрд, Джеральд 210

Хикс, Фрэнсис 76

Ховейс, Мэри Элиза 203, 205, 217

Холл, Рэдклифф 152

Холл, Стюарт 145

Холландер, Энн 158, 242

Хопкинс, Мириам 159

Хоркхаймер, Макс 66, 67

Хорст, П. Хорст 49

Хоуэр, Ральф 138

Хуланики, Барбара 184

Хээлитт, Уильям 171

Чалаян, Хусейн 257

Чейни, Джордж 111

Шанель, Габриэль 20, 45–49, 64, 88–89, 132–133,  
149, 155, 157, 173, 182, 199

Шарль-Ру, Эдмонда 46

Ширер, Норма 158

Шоу, Бернард 205

Эванс, Кэролайн 9, 258, 260–262

Эдуард VII, король Великобритании 48

Эллис, Хавелок 59, 96

Энгельс, Фридрих 69, 73–74, 128, 208

Энтони, Кэтрин 206

Энтуисл, Джоан 256

Эшли, Айрис 162

Эшли, Лора 182, 224

Юстиниан, император 31

Юэн, Стюарт и Элизабет 56, 198, 233

Яков I, король Англии 37

**Элизабет Уилсон**  
**Облаченные в мечты: мода и современность**

Дизайнер обложки *С. Тихонов*

Редактор *Л. Алябьева*

Корректор *С. Крючкова*

Верстка *Е. Сяря*

Налоговая льгота — общероссийский  
классификатор продукции ОК-005-93, том 2;  
953000 — книги, брошюры

ООО РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА «НОВОЕ ЛИТЕРАТУРНОЕ ОБОЗРЕНИЕ»

Адрес:  
129626, Москва  
а/я 55  
тел./факс: (495) 229-91-03  
e-mail: [real@nlo.magazine.ru](mailto:real@nlo.magazine.ru)  
сайт: <http://www.nlobooks.ru>

•

Формат 70 × 100 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная № 1  
Офсетная печать. Печ. л. 18. Тираж 2000. Заказ № 17  
Отпечатано в ОАО «Типография «Новости»»  
105005, г. Москва, ул. Фр. Энгельса, 46



БИБЛИОТЕКА ЖУРНАЛА “ТЕОРИЯ МОДЫ”

Элизабет  
Уилсон

**ОБЛАЧЕННЫЕ  
В МЕЧТЫ:**  
МОДА И  
СОВРЕМЕННОСТЬ

Книга Элизабет Уилсон по праву считается первопроходческой среди исследований, посвященных формированию моды в западном обществе как особого культурного института и как эстетического средства для выражения идей, желаний и убеждений, циркулирующих в обществе. Отдельные главы книги посвящены истории модной индустрии, конструкциям женственности и мужественности в западной культуре, эротическим аспектам моды, моде и городской жизни, моде и массовой культуре, а также альтернативным стилям.



Новое  
Литературное  
Обозрение

ISBN 978-5-86793-955-7



9 785867 939557