

БИБЛИОТЕКА ЖУРНАЛА "ТЕОРИЯ МОДЫ"

РЕБЕККА АРНОЛЬД

МОДА, ЖЕЛАНИЕ И ТРЕВОГА

НОВОЕ ЛИТЕРАТУРНОЕ ОБОЗРЕНИЕ



REBECCA ARNOLD

Fashion, Desire and Anxiety: Image and Morality in the Twentieth Century

I.B. TAURIS PUBLISHERS
LONDON NEW YORK

2001

РЕБЕККА АРНОЛЬД

Мода, желание и тревога. Образ и мораль в XX веке

НОВОЕ
ЛИТЕРАТУРНОЕ
ОБОЗРЕНИЕ
МОСКВА

2016

УДК 391"19"
ББК 85.126.6
А84

Составитель серии О. Вайнштейн
Редактор серии Л. Алябьева

Арнольд, Р.

А84 **Мода, желание и тревога. Образ и мораль в XX веке / Ребекка Арнольд; пер. с англ. Е. Канищевой, А. Красниковой. — М.: Новое литературное обозрение, 2016. — 176 с.: ил. (Серия «Библиотека журнала „Теория моды“»)**

ISBN 978-5-4448-0572-5

Книга Ребекки Арнольд посвящена конфликтам и противоречиям современной культуры, которые, по мысли автора, как в зеркале отразились в моде конца XX века. Основные темы исследования — статус и власть, жестокость и насилие, гендер и сексуальность. По мере того как соблазн и потребление заявляли о себе в качестве основных двигателей общества постмодерна, мода на пороге нового тысячелетия становилась все более зрелищной. Поиск все более захватывающих впечатлений приводил к тому, что роскошь наскучивала, сменяясь показной аскезой, эстетизацией бедности, болезни и упадка. И даже чувство фрустрации и отверженности наименее привилегированных групп общества, находившее выражение в узнаваемых субкультурных стилях, могло превратиться в привлекательный товар. Под натиском контрастных образов привычные представления о соотношении видимости и сущности, одежды и идентичности размывались, рождая беспокойство. Неотвратимая притягательность моды, как и вызываемые ею тревоги, во многом связана с тем, что именно здесь происходит трансформация представлений о норме и смещение границ допустимого — изменения, со временем распространяющиеся на общество в целом.

УДК 391"19"

ББК 85.126.6

© 2001, 2016 Rebecca Arnold
Published by arrangement with I.B. Tauris & Co Ltd, London
Опубликовано по соглашению с I.B. Tauris & Co Ltd, London.
Название книги на английском «Fashion, Desire and Anxiety: Image and Morality in the Twentieth Century», издатель I.B. Tauris & Co Ltd, London.
© Е. Канищева, А. Красникова, пер. с английского, 2016
© ООО «Новое литературное обозрение», 2016
В оформлении обложки использована
© фотография А. Герасимчука. Дизайн и стиль В. Колесновой

Оглавление

<i>Благодарности</i>	9
<i>Предисловие</i>	10
Глава 1. Статус, власть и зрелище	12
Излишество	15
Жестокость и власть	23
Простота	29
Несовершенство	35
Эко	40
Глава 2. Насилие и провокация	47
Ультрастиль, ультражестокость	50
Гангстеры	54
Гангста	57
Скинхеды	60
Панки	63
Героиновый шик	65
Декадентство и увядание	74
Глава 3. Эротизированное тело	81
Нижнее белье как верхняя одежда	84
Эротизм	90
Фетиш	96
Поруганное тело	101
Плоть	110
Кожа	115

Глава 4. Гендер и выход за его пределы	120
Новая женщина	122
Переодевание: женщина	128
Переодевание: мужчина	134
Унисекс.....	142
Андрогинность	146
 Заключение.....	 150
 Библиография.....	 152
Книги.....	152
Научные статьи.....	155
Публицистика	156
 Фильмография	 158
 Примечания	 160
 Указатель	 168

Адриану Гарви и Мэри Арнольд

Благодарности

Этот проект был бы невозможен без помощи и энтузиазма всех моих друзей, коллег и семьи; и хотя я не могу перечислить здесь все имена, всем им я чрезвычайно благодарна. В первую очередь я хочу поблагодарить моего издателя, Филиппу Брустер из I.B. Tauris, за ее постоянную поддержку, блестящие советы и комментарии к моему тексту. Я глубоко признательна Эйлин Рибейро за идею проекта и поддержку в ходе его реализации, а Валери Камминг — за помощь на ранних стадиях работы. Большое спасибо коллегам с отделения культурологии Центрального колледжа искусства и дизайна Сен-Мартинс — за слова ободрения; всем студентам этого колледжа и СURREЙСКОГО института искусства и дизайна — за то, что с таким воодушевлением участвовали в моих семинарах, основанных на этом исследовании. Центральный колледж Сен-Мартинс также финансировал приобретение иллюстраций для этой книги, за что я благодарю Джейн Рэпли, Малкольма Ле Грайса и Кэролайн Дейкерс. Я особенно признательна Беатрис Белен, Кэролайн Эванс, Линде Сандино, Андрее Стюарт и Элисон Топлис, которые безропотно посвящали столько времени чтению моих черновиков, за их важнейшие рекомендации, критические замечания и ободрение; их дружба, поддержка и вдохновение для меня поистине бесценны. Наконец, спасибо Адриану Гарви и Мэри Арнольд за их терпение, понимание и поддержку на протяжении всей работы. Эта книга не могла бы стать тем, что она есть, без участия и советов всех этих людей.

Предисловие

В конце XX века мода становилась все более зрелищной. Подиумные показы — например, Александра Маккуина или Версаче — были настоящими театральными спектаклями и привлекали к себе внимание международной прессы и знаменитостей. Чтобы не терять популярность у публики и не сходять со страниц газет и журналов — и благодаря этому получать финансовую поддержку спонсоров и увеличивать продажи, — дизайнеры должны были создавать все более эффектные шоу и придумывать все более необычную рекламу. С середины 1990-х годов началось тщательно спланированное возрождение домов высокой моды: Dior, Givenchy и Chloé наняли молодых дизайнеров, чтобы оживить свои марки, придать им новый блеск и сделать их более провокативными. Модная индустрия увлеклась роскошными тканями, сложными деталями, экстравагантными аксессуарами и ярким макияжем, соблазняя потребителей чувственными фантазиями о побеге из реального мира. Даже минималистское течение в моде — направление, к которому принадлежали Helmut Lang и Prada, — оказалось охвачено стремлением к роскоши: утилитарный шик начала 1990-х годов потеснило обращение к уникальным материалам. Одежда минималистов была такой же расточительно дорогой, как и одежда дизайнеров, любящих выставлять роскошь напоказ (вспомним, к примеру, Антонио Берарди), и точно так же главное в ней — чувственное наслаждение, пусть и тактильное, а не визуальное. Мода, казалось, заморожена излишеством, очарована ностальгическими воспоминаниями о прошлом, 1970-ми годами в случае Гуччи и концом XIX — началом XX века в случае Гальяно.

Однако этому гламуру сопутствовало и чувство беспокойства: величавые модели Маккуина, может, и были одеты в шикарные наряды, но их часто украшали черепа животных или рваная кожа, содержащие в себе угрозу и напоминающие о смерти. Некоторые фотографии, публиковавшиеся в журналах мод, тоже создавали жестокие образы: Юрген Теллер и Коринн Дэй снимали реалистические портреты моделей, на которых те представляли хрупкими и смертными существами, а не неуязвимыми суперсозданиями; Шон Эллис увлекался готикой и фетишизмом. Мода состояла из взаимодействия противоречий: самовыражение, поиски себя и чувственное желание противопоставлялись неопределенности, угрозе и тревожности.

Мода отражает идеи, связанные с телом и его репрезентацией, а также участвует в создании этих идей. Часто ее несправедливо считают поверхностной, но на самом деле она представляет собой пространство, в котором создатели и потребители образов могут экспериментировать и бросать вызов общепринятым представлениям о демонстрации тела. Мода свидетельствует, что мораль — не набор абсолютных и постоянных утверждений в монолитной культуре неизменных стандартов, но, скорее, постоянно меняющиеся убеждения разных социальных и культурных групп западной культуры. В XX веке произошел слом традиционных религиозных, политических и экономических структур, было подорвано и устойчивое представление о морали. Ричард Стиверс писал об этом в своей книге «Культура цинизма, упадок американской морали», вышедшей в 1994 году: «В прошлом общественное мнение формировалось вокруг христианской морали и было ей подчинено. Сегодня общественное мнение в большой степени, хоть и не целиком, подвержено влиянию развивающихся технологий и их обещаний. Эта форма морали — выражение инстинктивной силы желания»¹.

Мода отражает наши надежды на будущее и наши страхи, искушает потребителей новыми идентичностями, которые меняются от сезона к сезону и соответствуют разрозненным нравственным принципам разных социальных групп и ощущению социальной нестабильности. В течение XX века те, кто отворачивался от массовой культуры, пытались выразить себя именно в моде, создавая свой собственный стиль. Будь то провокации субкультур или излишества от-кутюр — мода становилась ареной, на которой развивались, встречались и вели диалог разнообразные идеи и идеалы столетия.

Этим идеям и посвящена моя книга; основное внимание я уделяю последним трем десятилетиям XX века, хотя там, где это необходимо, я обращаюсь и к более ранним примерам. Основные темы исследования — власть и статус, насилие, секс и гендер в контексте их отношений с модой и модными образами. Говоря о них, я хочу показать, что мода по сути своей противоречива, что она выявляет и наши желания, и тревоги и постоянно смещает границы приемлемого. Начну я свой анализ с того, как мода отражает непростую связь западной культуры и консюмеризма, который производит идентичности, использующие одежду как способ самосозидания, но также и саморазрушения.

Статус, власть и зрелище

Ухоженная, уверенная в себе и демонстративно небрежная, модель дефилирует по подиуму в алом брючном костюме. Цвет невыносимо яркий: красный притягивает взгляд и в то же время отталкивает его. Линии фасона четкие, силуэт с жесткими остроконечными плечами и узкой талией передает ощущение власти и контроля. Модель — холодная недотрога, ее волосы прилизаны и зачесаны назад, и это только усиливает общую картину. Образ из коллекции Moschino весна — лето 1991 представляет собой последний вздох самоуверенной «одежды для власти» (power dressing), которая обычно ассоциируется с 1980-ми годами. Сначала кажется, что красный костюм просто в очередной раз подтверждает наше представление о функции дизайнерской моды, которая выставляет напоказ статус, богатство и власть, но если приглядеться, то окажется, что блестящая золотая вышивка на талии — не логотип марки, кричащий о покупательской способности того, кто надел костюм, а надпись «Waist of Money»¹. Сатирическая игра слов одновременно подрывает уверенность в высоком статусе одетого таким образом человека, высмеивая тех, кто готов купить любую одежду с «правильным» лейблом, и все же добавляет тому, кто надел костюм, очков за осознанность — за способность участвовать в модном потреблении, смеясь над теми, кто чрезмерно им увлечен. Образ Moschino отражает наше стремление к власти, которой может нас наделить модная одежда, но также подчеркивает нашу озабоченность тем, что соблазнительные дизайнерские лейблы постоянно нас одурачивают.

И подобных неоднозначных посланий в мире моды множество. Так, похожие противоречия отражает одиозно-гламурная фотография, снятая Крисом фон Вангенхаймом и опубликованная в *Harper's Bazaar* в 1972 году. Две модели, укутанные в меха, позируют для камеры в ярко освещенном отделе супермаркета, среди бесконечного потока тележек. В их огромных квадратных очках, как в китчевых телеэкранах, отражаются аляповатые этикетки окружающих их продуктов, лица моделей сводятся к губам, накрашенным яркой помадой, а ореол блестящих волос добавляет шика их тщательно продуманному образу. Бессмысленно громоздкие шубы окутывают стройные тела девушек облаком

роскоши, которое перенесло фантазию моды в банальный мир консервов. Напыщенная одежда в обыденности супермаркета кажется одновременно соблазнительной и нелепой, до смешного неподходящей для простого похода в магазин и все же извращенно притягательной. А модели, кажется, самым беспечным образом не обращают внимания на приземленные реалии того, что находится вокруг.

Как отмечал Мартин Харрисон, Крис фон Вангенхайм понимал, что его цель как фотографа — «продавать одежду, и использовал для этого соблазнение»². Таким образом, модели, вышедшие за покупками на его снимке, направляют потребление зрителя, который поглощает моду визуально, впитывает образ, идеал, потенциальную идентичность, даже если в реальности ничего не приобретает. Комическое несоответствие означающих, которые содержатся в фотографии, и усиливает, и подвергает сомнению статус, получаемый человеком, который носит одежду от-кутюр. Сочетание настоящего меха и крупных пластиковых аксессуаров, обычной еды и продуманных брендов, искусственности их предполагаемого похода за покупками и несомненной реальности декораций — в этом всем соединяются роли моды, которая одновременно предлагает человеку побег от культуры статуса и потребления и в то же время заманивает его в ловушку этой культуры.

Мика Нава пишет, что «консюмеризм намного больше, чем просто экономическая активность: он имеет отношение к мечтам и утешению, общению и противостоянию, образу и идентичности»³. Сеть значений и эмоций, закрепленных и за продуктами, и за образами, которые используются, чтобы соблазнять потребителя, имеет большое влияние в западной культуре, где идентичность часто определяется по внешнему облику. Иронический тон фотографии фон Вангенхайма и образа Moschino показывает, что, хотя имиджмейкеры и потребители на протяжении многих лет все лучше и лучше осознавали, насколько можно манипулировать людьми, обольщая их визуальными образами, это знание не мешало им очаровываться обещаниями, которые давали эти образы.

Если анализировать более ранние этапы в истории западной моды, то и тогда видна власть потребления, виден тот процесс, благодаря которому мода наделяла людей властью, играла важную роль в пересмотре отношений статуса и идентичности. Уже в первые десятилетия XX века в современной городской жизни, отвечая желаниям и страхам людей, запросам растущего населения, образовалось пространство, в котором могли плодиться и умножаться новые представления об обществе и моде, новые тенденции. Особенно миром моды были увлечены женщины, которые пытались в нем реализовать себя: выразить себя с помощью модных фантазий и выстроить свой образ, основанный скорее на желаниях, а не на потребностях. В 1920-е годы девушка-флэппер,



Moschino, весна — лето 1991. Фото Найалла Макинерни.
© Bloomsbury Publishing Plc

которая живет, «только чтобы потреть»⁴, была одним из главных символов новой жизни, продвигаемых рекламой и популярной культурой. Образ флэппер многие считали настоящей современной идентичностью; казалось, она-то умеет пользоваться новыми свободами. Она жила блеском настоящего момента, у нее не было прошлого, а о будущем она не задумывалась.

Изменения общепринятых норм морали, которые происходили из-за появления новых идентичностей и касались вкуса и социального расслоения, служили импульсом для дальнейшего развития высокой моды и уличного стиля, находящихся в постоянной погоне за новыми впечатлениями, и наносили очередной удар по удушающей монотонности «реальной» жизни. Постоянный обмен идеями и образами уменьшал пропасть между этими двумя категориями

моды. Ближе к середине XX века, когда не ощущалось никакого естественного продвижения, все больше людей искали компенсации в эффективности и зрелищности. Как отмечает антрополог Г.Г. Барнетт, к концу 1950-х годов «к демонстративным способам прибегают те, кто ведет себя экстравагантно, поскольку обычные способы добиться узнавания им недоступны. Это средство практически универсально среди фрустрированных членов меньшинств, деятельность которых не контролируется строго»⁵.

В XX веке, во времена быстрых изменений и нестабильности, сконструированные образы модного мира все чаще становились прямым вызовом жестким понятиям статуса, гендера и этноса. Изменялись модели трудоустройства и найма на работу, распространялась безработица, разрастались мегаполисы — все это заставляло людей отходить от традиционных представлений о статусе; потребление становилось лечебным бальзамом, который служил движущей силой экономики, сглаживал неравенство и в то же время его укреплял. Те, кто принадлежал к высшему обществу, стремились поддерживать свой статус при помощи от-кутур, которая свидетельствовала об их изысканном вкусе и финансовой состоятельности. Однако роль и власть образов возрастали, и ранее отверженные группы начинали создавать себе «воображаемые» статусы, выстраивая стили, которые обозначили бы их собственное пространство, не подвластное насмешкам тех, кто считался лучше. В определенный момент в моде начался процесс сопротивления социальным ограничениям, пренебрежения социальными правилами вкуса через визуально вызывающий стиль и свободу фантазии, и он позволил женщинам не подчиняться старым правилам, насильно присваивавшим им тот или иной статус, подвергать его сомнению. Этот процесс позволил также маргинальным группам, от геев до чернокожих подростков, восстать против суровых статусных норм — все эти группы стремились использовать силу потребления для того, чтобы преодолеть отверженность.

Излишество

Экстравагантность всегда была главным мотивом высокой моды; кутюрье создавали эффектные фантазии для высших слоев общества. Влияние Второй мировой войны на парижскую от-кутур, продажи и, что важнее всего, на отношение к женственности и моде — ключ к пониманию того, почему в послевоенной одежде было столько избыточности и почему общество реагировало на эти излишества тем или иным способом. Хотя во время оккупации во Франции некоторые модные дома оставались открытыми, никакой информации о новых парижских коллекциях в другие страны не доходило. Поэтому центр моды переместился в Нью-Йорк, где доминирующими темами были простота

и функциональность, и в Лондон, где снабжение по карточкам и дефицит ткани исключали возможность любой формы эксцентричности, свойственной откутю. Война повлияла и на классовую структуру, поэтому, когда в 1947 году Кристиан Диор представил линию «Королла» (Corolle) нового стиля нью-лук (New Look — «новый облик»), заново утверждавшего прежние иерархические идеалы и превосходство высокой моды над всеми остальными стилями одежды, это неизбежно вызвало множество споров. Нэнси Митфорд в письме к Эдварду Сэквиллу-Уэсту от декабря 1947 года передает все противоречивые эмоции, которые вызывало у людей экстравагантное платье Диора: «Вы слышали о новом облике? Ты делаешь бедра пышными и ужимаешь талию, а юбка доходит до щиколоток, вот блаженство. И так ты чувствуешь себя романтической... а люди кричат тебе непристойности из вагонов, потому что по какой-то причине новый облик создает чувство классового неравенства так, как не способны даже соболя»⁶.

Для множества обычных людей, вынужденных жить в постоянной аскезе после войны, модели Диора, вдохновленные Викторианской эпохой, были резким напоминанием о социальном разделении, а также оскорбляли их патриотические чувства в то время, когда еще не отменили снабжение по карточкам и ткани не хватало даже на обычную одежду. Вид юбок, распускавшихся роскошными цветами под крошечными, четко очерченными лифами, вызывал ярость на улицах Парижа. Скандально известен случай, произошедший на рю Лепик, когда на моделей, одетых в платья Диора, набросились рассерженные женщины и принялись срывать с модниц ярды ткани, благодаря которым юбки были такими пышными. Нью-лук стремился заново утвердить исключительность салонов высокой моды, роскоши для избранных, тех, кому не приходится беспокоиться о разных пустяках, например о том, сколько стоит ткань и есть ли она вообще. Нью-лук, театральный стиль, надевал маску безмятежности на волнения послевоенного времени. Он создавал видимость хладнокровного спокойствия после смятения предыдущих лет, используя ностальгию как побег в воображаемое стабильное прошлое, которое символизировали овеществленная женственность и буржуазный «хороший» вкус.

Диор встревожил также и Великобританию с Америкой, ведь его модели символически отрицали дух единства и общего дела, который царил во время войны, и это даже вызывало дискуссии в британском парламенте и средствах массовой информации. Британский исследователь Г. Хопкинс писал в 1960-е годы о послевоенном времени: «Масштабы возмущения тем, что в целом было простым возвращением к традиционным женственным линиям, явственно продемонстрировали тот контроль, которого добилась пуританская дисциплина экономики военного времени в жизни нашего острова»⁷.

Нью-лук казался ретроградным и потому, что сообщал женщинам высокий статус, и потому, что превращал их в утонченные создания, балансирую-

щие на шпильках. Правда, как писала Митфорд, этот искусственный образ для некоторых был «блаженством», ведь благодаря ему происходило возвращение к экстравагантности после опустошения военных лет и кутюрье снова обрели власть над женщинами, погружая их в фантазии о богатстве и пробуждая воспоминания о тех временах, когда еще царили спокойствие и достаток. Невозможно отрицать, что излишество притягивает людей, которые соблазняются чувственностью обильного количества хорошей ткани, получают удовольствие от искусной и уникальной ручной работы, пусть даже частично скрытой хитрым кроем Диора.

Бури 1940-х годов оказали влияние на развитие общества всей второй половины XX века. Вопросы класса, статуса и гендера, хоть совсем и не новые, рассматривались с новых точек зрения из-за опыта долгой и тяжелой войны. Что касается моды, ощущение сближения и трансформации идентичностей отразилось в возрастающем числе стилей, которые теперь создавали новые образы и подходы и использовались всеми уровнями индустрии. Диор помог от-кутюр возродиться, ню-лук отстоял идеалы изысканности, сыграв на ностальгических символах статуса, но мечта о прекрасном прошлом не могла замаскировать то, что мода уходила от прежнего диктата стиля и вкуса. Все чаще использовалась экстравагантность — чтобы свергать и в то же время утверждать идеалы от-кутюр. Показательно, что 1940-е годы стали и ориентиром для 1970-х годов, еще одного периода, когда прежние идеалы женственности подверглись сомнению — на этот раз в ответ на феминистские тексты и протесты, то есть в то время, когда общество еще больше, чем раньше, боялось того, что женщина становится все более независимой и уверенной в себе. Есть некая ирония в том, что в начале 1970-х годов именно напоминание о нищем военном времени, а не декадентская избыточность, вызвало скандал на показе Ива Сен-Лорана. Демонстрировались стили, навеянные 1940-ми годами: креповые платья и широкие штаны в сочетании с широкоплечими пиджаками мужского покроя, туфлями на платформе и крошечными шляпками — все это разбудило слишком яркие воспоминания об оккупации. Мари-Жозе Лепикар, автор журнала *Jardin des Modes*, так вспоминала об этом странном показе: «Некоторые из французских журналистов старшего поколения пережили войну. Они были шокированы. Сен-Лоран, на их взгляд, зашел слишком далеко, перешагнув все границы хорошего вкуса. Они так разошлись, что не могли смотреть на одежду»⁸.

Мода обладает большим резонансом, она являет собой коллективную память; ностальгические стили — следы прошлого, которые рассказывают о личном опыте или опыте определенных групп, воскрешают в памяти воспоминания о том, что было раньше, утешая или травмируя людей. Молодому поколению, которое не помнило тягот войны, холодный гламур 1940-х пришелся по вкусу. Соблазн роскошного и театрального стиля, созданного Сен-Лораном, не вызвал

у них никаких этических вопросов: коллекция бросала вызов буржуазному хорошему вкусу, и в качестве ориентира были выбраны 1940-е годы. Нью-лук, воплощавший старые идеалы, сначала взорвал общество, а потом потерял свою полемичность и был принят модой на всех уровнях, а теперь вернулся и военный силуэт с широкими плечами, чтобы стать символом соблазнительной утонченности 1970-х годов.

Параллельно с этим в конце 1960-х годов началось восстание хиппи, отрицавших консюмеризм и излишества, против «хорошего» вкуса, каким его определял буржуазный консерватизм. Некоторые бренды, например Fiorucci, принялись максимально смешивать поп-культуру и моду, игравшую важную роль в 1960-е годы: они выпускали крошечные футболки с кричащими пинап-принтами «девушек Варгаса»⁹ и такие тесные джинсы, что, казалось, это не штаны, а краска, распыленная на тело. Добавьте к этому блестящие тени и губы вишневого цвета, неизменные в эпоху диско 1970-х — потребление того времени было вызывающе дешевым и пародийным. Покупательская способность могла быть определена как через умение успешно подражать определенному образу, так и через количество денег, потраченных на самом деле. Умышленно деклассированная яркость такой моды использовала излишество для шутливой противостояния спокойным символам статуса, царившим в старые времена, и в этом чувствовалась новая степень свободы.

Диско 1970-х создало новое, затемненное пространство, в котором зародился новый гедонистический стиль и в котором можно было не думать об ограничениях «хорошего» вкуса. В нью-йоркском клубе Studio 54 приземленную реальность ежедневного существования вытеснил спектакль ночной жизни. Даже если одежда была дорогой простой классикой от Холстона, выражением непринужденного американского гламура, она ассоциировалась с праздной жизнью и наделяла носителя модным статусом. В атмосфере своевольности и развязности мерцали «километры бриллиантов» — украшения работы Эльзы Перетти (они начали продаваться в Tiffany в 1974 году) — и ощущался аромат Orium от Ива Сен-Лорана. Чувство нигилистического излишества, которое провоцируется подобной модой, не было новым. Те, кто не принадлежал к миру моды, часто не принимали такую экстравагантность всерьез — «из-за сосредоточенности на внешнем виде, хоть она часто иронична; создавалось впечатление, что модников не волнуют более глубокие пласты культуры. Как писал Джон Рид о реакциях на упадничество: «Озабоченность увяданием культуры не современная особенность, но скорее вечное выражение политической и социальной ипохондрии»¹⁰.

Чувство тревоги могло быть подлинным, но желание создать визуальную иллюзию статуса с помощью платья станет определяющей чертой моды к концу 1980-х годов, двигаясь от романтического упадничества Сен-Лорана ко все

более дерзким образом. На протяжении этого десятилетия мода использовала излишество все более эффектно и вульгарно, а сезонные показы мод превращались в театрализованные праздники, в которых были важны и музыка, и световые эффекты, и, конечно, модели, становившиеся все более известными. Это превращение моды в тип развлечения, когда дизайнер считается знаменитостью, а модель — иконой, было кристаллизовано в шоу, устроенном Тьерри Мюглером в 1984 году, на котором помимо обычной аудитории, состоявшей из журналистов и закупщиков, присутствовали те, кто заплатил за билеты. Всего собралось 6000 зрителей — свидетелей тщательно срежиссированного спектакля, посвященного фантазии и эфемерности и создававшего ауру гламура и успеха, которая чрезвычайно повысила престиж марки и увеличила ее продажи. Мода становилась развлечением и в показах других модельеров. Версаче начал приглашать таких моделей, как Линда Евангелиста, Кристи Тарлингтон и Наоми Кэмпбелл, на одни и те же показы и в одни и те же рекламные кампании, и это укрепило связь между этими двумя аренами моды, и в то же время привлекло к ним интерес более широкой публики. О невероятно высоких гонорарах, которые он им платил, писали все таблоиды, и так Евангелиста и остальные стали «супермоделями», фотографии которых не сходили со страниц журналов и газет — раньше подобное случалось только с кинозвездами.

Безработица продолжала расти, однако налоговая политика правого правительства поощряла богатых тратить с избытком, и сам акт покупки был символом успеха. Власть потребления стала очевидной, когда началось повальное увлечение дизайнерскими аксессуарами: органайзеры Filofax, шарфы Hermès, часы Tag Heuer — все они стали эмблемами модной экстравагантности. Шопинг был для многих имитацией жизни, средством конструирования и поддержания идентичности, погоней за счастьем. Консерватизм и традиционный символизм многочисленных покупок укрепляли шаткие основания, на которых строились многие из заявок на статус. Фотосессия, опубликованная в британском журнале Elle в октябре 1987 года, свела вместе классические стили, которые были так важны в то время. На одном из снимков, сделанном Имонном Дж. Маккейбом, модель держит несколько пакетов с логотипами люксовых марок, на ней — тщательно продуманный наряд, состоящий из предметов самых желанных брендов. Простая белая рубашка расстегнута на шее, чтобы был виден яркий шелковый шарф Hermès, еще один шарф повязан на поясе, и таким образом ее джинсы Levi's 501 выглядят богато и гламурно. В джинсы вдет еще и блестящий ремень в виде цепочки от Gucci, на котором висят брелоки с хорошо различимой эмблемой марки, двойной буквой G. Золото мы видим и на пряжках лоферов Gucci — в целом этот образ воплощает собой расслабленный шик конца 1980-х годов. Каждый предмет несет в себе дополнительную коннотацию богатой небрежности. Каждый провозглашен «классическим» расплывшейся

прессой о моде и стиле, сообщавшей информацию «для посвященных» нацеленным на социальную мобильность читателям журнала, которые жаждут заполучить символы успеха и амбициозных устремлений. Филип Норман отмечал осознанное использование этих эмблем для того, чтобы сконструировать ряд идентичностей для человека, который их приобретает: «Когда-то мимикрия и маскарад были прерогативой избранных, эстетов, богемы или хиппи. В Великобритании конца 1980-х практически каждый мужчина, женщина и ребенок осознанно или бессознательно играли какую-то роль, принимали позу или пытались воплотить какую-то мечту»¹¹.

С тех пор как в 1966 году Ив Сен-Лоран запустил линию «Левый берег» (*Rive Gauche*), дизайнерские марки готовой одежды все чаще экспериментируют с новыми стилями, намного чаще, чем от-кутюр. В 1980-х годах признанные дома моды, такие как Chanel, может, и пережили возрождение, но основные продажи у них приходились на парфюмерию и косметику и, что важно, аксессуары, на которых красовалась знаменитая двойная буква С. Именно эта эмблема придавала сумкам, сережкам и футболкам, которые стоили относительно недорого, привкус от-кутюр, именно она стала неотъемлемой частью и высокой, и уличной моды, особенно культуры хип-хоп. Пресса, посвященная моде и стилю, и настоящая одержимость потребителей дизайнерскими товарами распространили представление о «жертве моды», которая, поддерживаемая в своей страсти медиа, слепо следует моде, принимая любой стиль определенных дизайнеров, не задумываясь, идет ей наряд или нет и уместен ли он в той или иной ситуации. Более всего жертв моды привлекали модельеры-эклектики вроде Жан-Поля Готье и эксцентричные марки вроде BodyMap, а не признанные всеми дома высокой моды — и эту одержимость скорее высмеивали, а не одобряли. Многие находили злорадное удовольствие в том, чтобы издеваться над «рабами» дизайнеров; граница между приемлемым вкусом и чрезмерным увлечением модой, которое выливалось в слишком прямолинейную интерпретацию новых стилей, была очень тонкой. В конце XX века тенденции изменялись очень быстро, и это означало, что даже то, что раньше считалось вершиной стиля, может быстро выйти из моды. Пустое удовлетворение от акта шопинга еще более убыстряло желание потреблять, настоящие чувства, настоящий статус размывались в иллюзорном образе товара, в конечном счете усиливая растерянность. Как в 1967 году писал Ги Дебор в своей книге «Общество спектакля», погоня за сенсациями и образы современного мира разрушают границы между человеком и миром вокруг него: «Спектакль, то есть стирание границ между я и миром посредством деформации я, одолеваемого присутствием-отсутствием мира, равным образом есть стирание границ между истинным и ложным ввиду вытеснения всякой переживаемой истинности под реальным присутствием ложности, которую обеспечивает организация мнимости»¹².

В романе Ли Таллок «Великолепные никто», написанном в 1989 году, пародируется полая культура, в которой доминируют образы. Автор описывает мир тех, кто живет ради маскарада моды: модельеров, честолюбцев, отчаянно подражающих своим кумирам, и завсегдатаев клубов. Героиня путешествует по ночному Нью-Йорку, узнает и усваивает самые разные стили и только потом понимает, насколько пуста жизнь, единственный ориентир которой — последний писк моды. «Жизнь жестока с теми, кто не „великолепен“, — говорит она. — Они всегда несутся за иконами моды и отчаянно пытаются их догнать, цепляясь за развевающиеся полы их крутейших прикидов»¹³.

Как всегда, моральная неприемлемость чрезмерной фиксации на моде и связанных с этим огромных трат оттеснялась на задний план желанием соответствовать определенной социальной группе, обрести определенную идентичность и достаточную убедительность в одежде, быть принятыми в мир моды, а не исключенными из него. Тенденцию того времени отразили такие фильмы, как «Уолл-Стрит» 1987 года: картина рассказывает о суровой и замкнутой на деньгах жизни биржевого брокера, героя культуры, основанной на индивидуализме и показном богатстве, в то же время выставляя этот мир пустым и развратным. Писательница Сьюзен Фалуди увидела яркий пример подобного игнорирования личности в коллекции «Люкс» (Luxe) Кристиана Лакруа, которая была показана через десять дней после обвала рынка в октябре 1987 года. Образы Лакруа воплощали собой все излишества десятилетия: яркие рюши и оборки, переливающиеся оттенками драгоценных камней; кульминацией стиля стала шелковая «юбка-пузырь», которая передавала новую идею высокой женственности. Фалуди считала, что стиль Лакруа настолько же жесткий и неэтичный, противодействующий эмансипации, как в свое время нью-лук Диора. Разные стили 1980-х годов содержали противоречащие друг другу, смешанные сообщения: от женственности Лакруа, опирающейся на демонстративное потребление, до узких брючных костюмов Армани — и все это сводило на нет любое движение женщин к равенству: «Единственный „кризис идентичности“, с которым столкнулись женщины, когда посмотрели в свои шкафы, был тот, что создала модная индустрия 1980-х годов. У производителей одежды была веская причина провоцировать тревогу в людях: поиск идентичности мотивирует покупки»¹⁴.

Рецессия в начале 1990-х годов привела общество к размышлениям о более трезвом и менее равнодушном потреблении. Уильям Лэнгли, постоянный автор газеты London's Evening Standard, предсказывал упадок высокой моды, который будет вызван уменьшением продаж от-кутюр и изменением отношения к ней: «Сегодня мир протрезвел, выставление напоказ не только нельзя себе позволить, оно просто ушло в прошлое»¹⁵.

И правда, многие компании пострадали от финансового кризиса, стиль стал более минималистичным, это отразилось на качестве товаров, и, следовательно, изменилось отношение к деньгам, что особенно заботило дизайнеров. Но при этом гламур и излишество не исчезли. Версаче продолжал шить блестящие костюмы — противоположность изысканно-сдержанным образам, которые создавали такие модельеры, как Жиль Зандер и Хельмут Ланг. Один наряд Версаче, показанный в 1992 году, в полной мере отразил его неизменное увлечение роскошными материалами: пышная юбка из красного шелка контрастировала с черным кожаным бюстье, украшенным золотыми медальонами. Клиенты Версаче выбирали показное богатство и плевали на хороший вкус. Реклама марки была столь же экстравагантной: на ней красовались супермодели, в разной степени раздетые, они находились в залитом солнцем мире итальянских вилл, среди фирменных подушек и покрывал, изысканного фарфора; в интерьерах царили великолепные мотивы Античности и Возрождения. Логотип в виде золотой головы медузы получил признание в 1980-е годы — его прославили рок-звезды и знаменитости, которые носили одежду Версаче, еще больше размывая границы между модой и индустрией развлечений, что повышало престиж обеих сфер культуры. Образы Версаче — фантазии на тему декадентского излишества, они присутствуют во всех его работах, от чрезвычайно успешной (и широко подделываемой) линии джинсов до моделей от-кутюр. Надевая его одежду, женщины превращались в роковых красоток; с разных сторон то и дело звучало возмущение по поводу его обтягивающих платьев, которые были скроены так, чтобы подчеркнуть силуэт песочных часов. Некоторые считали этот сексуализированный образ, настолько прямолинейно выставляющий напоказ женское тело, апогеем плохого вкуса, и это свидетельствовало о том, что идеалы женственности все еще были тесно связаны с представлениями о скромности и «респектабельности». Когда в 1997 году Версаче был убит, один из журналистов нашел очень точную формулировку, что модельера будут помнить как «человека, который сделал вульгарность и сексапильность формой искусства»¹⁶.

Лейблы продолжали соблазнять и в уличной моде. Рэперы 1980-х годов носили тяжелые золотые цепи, украшенные символами Mercedes и Porsche, — таким образом они присваивали статусные символы мейнстрима. Музыкальные группы, например Run DMC, и отдельные музыканты, например LL Cool J, передавали в своих образах это бахвальство, сочетая дорогие драгоценности с повседневной спортивной одеждой марок вроде Adidas и Nike. Дизайнерские марки держали потребителей в плену и в 1990-е годы: так, в начале 1990-х изощренные коды символического стиля развивались среди лондонской чернокожей молодежи. Выставление напоказ, возможно, стало менее очевидным, но в субкультурных группах ценилось умение приобрести лейблы, которые

не продают в Великобритании, или, например, кроссовки определенной марки, выпуск которых прекратился, — так зародилась клубная культура, основанная на ощущении избранности и знании. В этом она не сильно отличалась от высокой моды, одной из главных идей которой является стремление постоянно опережать и удивлять. Часто покупалась одежда таких брендов, как Chipie¹⁷, которая потом «доводилась до ума»: с другой одежды срезались престижные лейблы и нашивались, сразу несколько, на одни джинсы, которые должны были быть на три размера больше — любовь к излишеству проявлялась и в эстетике фирменной одежды для досуга. Направление последних тенденций выбирали не только компании; как модно носить одежду, решали и сами потребители.

Использование особых дресс-кодов — о которых знали только те, кто находился внутри субкультуры, — продолжало развиваться в 1990-е годы; так чернокожие подростки насмехались над культурой мейнстрима, которая их не ценила. Гангста-рэперы и музыканты рагга соперничали в придумывании самого экстремального стиля. С дискотек Ямайки пришли облегающие костюмы, которые добавляли ярких цветов в и так провокационную смесь. Высокая мода, как всегда, воспользовалась новой уличной культурой: британский дизайнер Оуэн Гастер был одним из первых, на кого оказала влияние культура рагга: в своей коллекции весна — лето 1998 он показал публике короткие обтягивающие платья, подсказанные беззастенчивым стилем ямайских девушек, низко спущенные джинсы и золотые украшения.

Газета London's Evening Standard писала о перемене в чувственных стандартах 1990-х годов: «Блеск, в котором смешались вульгарность и напыщенность, — олицетворение стиля бесстыдного гедонизма»¹⁸. Возрождение от-кутур в середине десятилетия усилило чувство порочного излишества благодаря экстравагантным образам, которые создавали Гальяно для Dior и Маккуин для Givenchy. Некоторые, например писательница Бренда Болан, сочли изменившийся мир моды «испорченным, больным самообманом»¹⁹. Роскошные материи соблазняют, экстравагантные украшения доставляют наслаждение — это может казаться многим вульгарным, незамысловатым, но, возможно, они вспомнят о том, что «откровенный консюмеризм шокирует ту культуру, чью душу он так хорошо выражает»²⁰.

Жестокость и власть

В 1904 году Георг Зиммель писал о дихотомии, которая неизменно присутствует в моде: «...мода означает, с одной стороны, присоединение к равным по положению, единство характеризуемого ею круга и именно этим отделение этой группы от ниже ее стоящих, определение их как не принадлежащих к ней»²¹. Одежда может означать принадлежность к определенной группе,

которая включает всех тех, кто придерживается известных правил вкуса и стиля, и при этом обязательно исключает тех, кто не следует правильному дресс-коду. Это верно для уличной моды: субкультурные группы создают визуальные идентичности, которые отражают их идеалы, и противопоставляют их остальным, как мейнстриму, так и другим современным субкультурам. То же происходит в высокой моде, где, например, образ человека, надевшего наряд от-кутю, приобретает коннотации избранности и богатства — и тем этот человек выделяется из толпы простых смертных, которые не могут позволить себе роскошь. Мода также используется для утверждения визуальной или стилистической власти теми, кто чувствует себя на периферии политической жизни из-за гендера, класса или этноса.

Для тех, кто ощущает себя отверженным, модная одежда — способ сконструировать визуальные идентичности, которые могут вдохновлять или, наоборот провоцировать. Осознание исключительности собственной группы так же важно для человека, который носит от-кутю, как и для модов или панков. Аутсайдеры не знают всех тонкостей стиля или актуального тренда, у них не получается точно следовать всем догмам, и это контрастирует с ощущением власти, которое возникает у тех, кто входит в группу. Таким образом, к коннотациям одежды, которую носят принадлежащие к определенному кругу, прибавляется дрожь зависти и вождения тех, кто хочет в этот круг попасть. Способность определять по одежде, входит человек в ту или иную группу или нет, похожа на контроль, которым обладают люди, держащие в руках настоящую власть в капиталистическом обществе — традиционно это были мужчины из среднего или высшего класса. Субкультурные группы умеют сопротивляться общепринятым определениям «нормы», представлениям о правильной внешности и хорошем поведении. На противоположном конце шкалы стилей, по крайней мере в первой половине XX века, строгие коды высокой моды точно так же создавали влиятельные образы, даже если их власть постоянно вытеснялась и была скорее визуальной, чем «реальной».

На Западе, особенно в странах, где сильно классовое разделение, как в Великобритании, представление об изысканности, утонченности, элегантности воплощалось в образе Леди, дамы из высшего и высшей части среднего класса, и этот образ был главным типом контролирующего модного вкуса. Леди служила эталоном для всех остальных; считалось, что у женщин из низших классов не было своего образа, их платья были вынужденно дешевыми и лишь свидетельствовали о том, что их владелицы не принадлежат миру праздного досуга, который очерчивался высокой модой. Экономист и социолог Торстейн Веблен, труды которого относятся к концу XIX и началу XX века, говорил, что Леди — блестящее имущество своего мужа, она безудержно потребляла, чтобы поддерживать его высокий статус. Ее собственный статус был миражом, за-

висящим от богатства ее супруга или отца, все ее силы уходили на то, чтобы создать нерушимый образчик недостижимо хорошего вкуса. Потенциальная неудовлетворенность от того, что она сама не обладала никакой настоящей властью, заглушалась роскошью: чувственными тканями, украшенными ручную платтями.

Первые феминистки XX века заклеили Леди как анахронизм, ее сомнительные притязания на иллюзорный статус влекли за собой безразличие к потребностям других женщин. Уилма Микл писала в 1916 году в своей книге «К здравому феминизму»: «С отвращением она целовала ноги гниющим религии, морали и политическим догмам, разлагающимся верованиям любого толка. Она не знала, или не хотела знать, что честная, самостоятельная, непрерывная мысль — вот единственная настоящая мораль»²².

Уилма Микл понимала, что в Великобритании представление о женственности, содержащее в себе столько контроля, создано мужчинами, которые управляли патриархальным обществом, и поддерживалось женщинами, отставившими мужские идеалы и осуждавшими тех, кто никак не мог дотянуться до эталона из-за нехватки денег, свободного времени или «правильного» вкуса. Микл заявляла: «Девушки, работающие на прядильных фабриках в Ланкашире, думают, что женщина не может быть леди, если к ее пальто пристала белая нитка, и в целом они правы; Леди никогда не зарабатывала себе на жизнь»²³.

К середине XX века женщины начали голосовать на выборах, мир пережил две глобальных войны, и из-за всего этого статус женщин повысился, у них появилось больше гражданских прав, однако аура превосходства все еще окружала тех, кто мог позволить себе модное совершенство от-кутюр. Диана Вриланд писала об этом в своей автобиографии: «Женщина, в 1920-е и 1930-е годы одетая в черное платье от Шанель, — как и женщина, одевавшаяся в 1950-е и 1960-е годы у Баленсиаги, — входила в комнату с высоко поднятой головой, она обладала авторитетом, а это находится вне вопросов о вкусе»²⁴.

Влиятельность и привлекательность элегантных образов нельзя отрицать, и точно так же безусловна способность тех, кто носит от-кутюр, выводить из равновесия идентичности, которые не соответствуют их строгим догмам. Модная реклама и образы из журналов мод постоянно обещают зрителям, что те вот-вот достигнут идеала, но все-таки товары, которые в них демонстрируются, доступны лишь очень богатым, и поэтому большинство потребляют их скорее визуально, чем фактически. После Второй мировой войны стали очень популярны руководства по стилю, в которых подробнейшим образом описывались подходящие наряды для всех мыслимых событий. В конце к читателям обращались с вопросом: «А теперь вы бы хотели сыграть в Пигмалиона?»²⁵ На страницах этих книг одежда, аксессуары и косметика выставлялись средством социального продвижения, если, конечно, их использовать в соответствии

с догмами приличия и респектабельности. Возможность создать свою собственную идентичность, свое Я, освобождает женщину, но здесь очевидно имелось в виду, что женщина «улучшится», если будет подражать вкусам тех, кто превосходит ее социально. Модные фантазии, например те, которые создавали Ричард Аведон, Сесил Битон и Норман Паркинсон, захватывали воображение, в них царила чувственность, они потворствовали желаниям зрителя, но и отрицали полную свободу, ведь власть этих образов была основана на исключительности. Известная феминистка Бетти Фридан видела в подобных образах двигатель капиталистического общества и предупреждала, что рекламные медиа «и их клиентов в американском бизнесе вряд ли можно обвинить в создании загадки женственности. Но они одни из самых влиятельных людей, которые увековечивают ее; это их миллионы покрывают все вокруг убедительными картинками, которые льстят американской домохозяйке, направляя ее чувство вины в другое русло и скрывая растущее ощущение пустоты»²⁶.

В Америке не только белые домохозяйки чувствовали себя лишенными «хорошего» вкуса и отлученными от высокой моды. Еще дальше от мира изысканных иллюзий были женщины из других этнических групп. По оценке фотографа Евы Арнольд, в Гарлеме в 1950-е годы проводилось около 300 модных показов в год — их организовывали чернокожие женщины, которым надоели тощие белые модели, царившие на страницах модных журналов. Арнольд писала: «Одежду шили либо сами модели, либо местные портнихи, отчасти в знак протеста против засилья белых, торговавших „тряпками“ на Седьмой авеню»²⁷. Образы, которые они создавали, принимали во внимание модные тенденции, но также содержали в себе альтернативный набор идей, который был не «просочившейся в низы» версией высокой моды, а скорее оригинальным отражением других, в равной степени значимых, вкусов и желаний.

После взлета поп-культуры в 1960-е годы высшее общество перестало быть единственным законодателем мод. Распространение готовой одежды, новые иконы стиля — рок-звезды и юные модели — еще сильнее подорвали и так уже шаткое положение Леди. Гламур никогда не выходил из моды, но образы, ассоциирующиеся с праздным великолепием и зависящие от поддержки состоятельного мужчины, стали куда менее влиятельными и в последующие десятилетия появлялись только в качестве умопомрачительных богемных пародий на шик в некоторых модных фотосессиях. 1980-е годы завоевал образ женщины в деловом костюме, которая наконец-то получила реальную власть в обществе. Этот успех как нельзя лучше выражен в рекламных кампаниях Донны Каран: холеные модели, одетые во все черное, легко справляются с работой и материнскими обязанностями, держа абсолютно все под контролем. И, что важно, подразумевалось, что эти женщины хорошо зарабатывают, и их одежда служила символом их личного успеха.

Тем удивительнее, что с середины 1990-х годов на подиумы вернулась шуба — один из символов Леди, эмблема и холодной аристократки, и содержанки. В предыдущее десятилетие организации защиты животных, например Lynx («Рысь») и PETA («Люди за этичное обращение с животными»), изо всех сил пытались донести до людей, сколько неоправданной жестокости присутствует в производстве меха. В своих кампаниях они использовали и силу массмедиа, вспомним знаменитый плакат Lynx 1985 года со слоганом: «Нужно 40 тупых животных, чтобы сшить шубу. Но только одно, чтобы ее носить» (It takes 40 dumb animals to make a fur coat. But only one to wear it) — и фотографией Дэвида Бейли, на которой модель держала в руках окровавленную шубу. Кампания обратила внимание многих на то, что убивать животных ради того, чтобы принарядиться, аморально, и подчеркнула противоречивость образа женщин, носящих меха, выставив их неглубокими, сексуализированными существами.

Подобные резонансные кампании проводились и в 1990-х годах, особенно известными стали плакаты PETA с легендарной фразой: «Лучше мы будем ходить голыми, чем в мехах» (We'd Rather Go Naked Than Wear Fur). Однако уже в 1994 году на волне моды на искусственный мех дизайнеры начали потихоньку использовать в своих коллекциях и мех натуральный. В фильме «Эвита», вышедшем в 1996 году, главная героиня, которую играла Мадонна, появилась на экране в натуральной шубе, и это еще более узаконило общую тенденцию. Всем стало совсем очевидно, что настоящий мех вернулся, в марте 1997 года, когда Наоми Кэмпбелл, несколькими годами ранее снявшаяся для плаката PETA, открыла подиумный показ Fendi в шубе до пят. После экономического спада конца 1980-х — начала 1990-х годов модная индустрия и ее многочисленные потребители, казалось, хотели снова ощутить себя расточительными и экстравагантными. Роскошные материалы, в том числе и натуральный мех, становились все более популярными. Закутываясь в меха, женщина окружала себя шикарными символами богатства и высочайшего качества, которые нелегко подделать.

Марки уличной моды, как среднего, так и высокого пошиба, все лучше воспроизводили образы высокой моды, и в этом им способствовало повальное увлечение дешевыми синтетическими тканями, которыми злоупотребляли на всех уровнях модной индустрии. Ведущие дизайнеры искали новые недостижимые символы статуса, чтобы усилить чувство исключительности, которое бы обострило вожделение потребителей. Аксессуары, такие, например, как шахтуш — роскошная шаль, сотканная из подшерстка вымирающего вида тибетской антилопы, — начали появляться на страницах Vogue и Harper's Bazaar. Все молодые модельеры: Гальяно, Маккуин²⁸ и Готье — использовали меха, сначала покрашенные в пастельные цвета и поэтому казавшиеся искусственными,



Valentino, осень — зима 1997/98.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

а потом уже откровенно натуральные. Искушение окунуться в роскошь и расточительство было слишком велико, и в конце 1990-х годов марки готовой одежды, такие как Dolce & Gabbana и Gucci, также включили меха в свои коллекции. Многие журналисты, писавшие о моде, выражали недовольство возвращением меха. Однако, как отмечал Сэмми Харари, директор рекламного агентства Yellowhammer, которое в свое время работало с Гринписом и создавало антимерховые кампании: «Споры о мехе так захватывают общество и так много значат из-за того, что в мехе любопытным образом присутствуют одновременно вульгарная и неприкрытая жестокость и потакающий прихотям подиумный гламур»²⁹.

Эта взрывоопасная смесь и создает мощное ощущение сексуальной силы, которая исходит от меха. И в рекламе шуб, и в антимерховых кампаниях образ женщины неизменно связан с образом дикого зверя. Тем самым моральная позиция, о которой заявляют изображения, создаваемые по заказу обществ защиты животных, несколько размывается, и в то же время натуральный мех приобретает в глазах многих женщин (и, что важно, многих мужчин) дополнительное притяжение, создавая ауру разнузданной чувственности и пробуждая фантазии о власти с привкусом жестокого убийства. Андре Коллар писал в своей книге «Надругательство над природой», что меховая индустрия объединяет

«охоту, пушных зверей и женщин», закрепляя за женщиной подчиненную роль: «В действительности, она и есть подстреленная дичь. Большой разницы между ней и пушным зверем нет — разве что одна „живая“, а другой мертвый... Даже когда люди перестали по-настоящему охотиться на животных, их успех все еще мерится добычей»³⁰.

Дело в том, что из-за высокой стоимости меха его могут позволить себе только богачи, и тот, кто носит натуральную шубу, сразу становится избранным в глазах остальных. Мех, в отличие от престижных аксессуаров, нельзя подделать, и любой человек с первого взгляда отличит дешевый кроличий мех от роскошной норки. Как писал Квентин Белл в своей книге «О нарядах человека»: «Ничто не может компенсировать отсутствие „настоящих“ вещей, „настоящего“ жемчуга, „настоящего“ шелка, „настоящего“ кружева, „настоящей“ норки... другими словами, материалы должны быть только такими, которые сложно добывать или которые трудно создавать»³¹.

Желание недостижимого, «подлинного», мечта воссоединиться с «естественным» и жажда владеть чем-то уникальным в эпоху видимостей сочетались в 1990-е годы с усталостью от призывов умерить монетаризм, который ассоциировался с предыдущим десятилетием. Джейн Проктор из Tatler писала в 1997 году: «Вам не кажется, что люди, которые поднимают больше всего шумихи, просто не могут позволить себе натуральной шубы?»³² Мысль о том, что кто-то завидует тебе из-за того, что ты можешь заполучить жестокую власть меха, свидетельствует, что идея избранности была все еще распространена³³. Даже в конце XX столетия богатство, пренебрегающее людьми, выставленное напоказ и ассоциируемое с идеалом Леди, все еще казалось привлекательным. Оно искушало и дразнило зрителя, предлагая ему недостижимо высокое положение и волнующую сексуальность. Однако означающие, льнущие к натуральному меху, намного сложнее и, как иллюзия власти Леди, основываются на патриархальных представлениях о женственности, сексуальности и статусе.

Простота

Роскошь — повторяющаяся тема в моде; человек, который носит роскошную одежду, получает чувственное удовольствие и часто доставляет визуальное наслаждение восхищенным зрителям. Но при этом некоторые дизайнеры и потребители не желают потворствовать своим капризам и отказываются от шикарных материалов и украшений ради более тонкой, более сдержанной моды. В романе «Поколение Икс» 1991 года Дуглас Коупленд так комментирует эту тягу к рациональной простоте в своем ироническом словаре в определении работ Джорджо Армани: «АРМАНИЗМ: названная по имени Джорджо Армани приверженность к цельнокроеному и, что более важно, жесткому духу

итальянской высокой моды. Подобно японскому минимализму „арманизм“ отражает глубокую внутреннюю потребность в контроле над собой и миром»³⁴.

Описание Коупленда, может, и высмеивает увлечение Армани современным кроем, однако в то же время выявляет скрытое значение его стиля. Этот стиль, как кажется, пренебрежительно относится к расточительной экстравагантности, этой важной характеристике высокой моды, и все же его пристальное внимание к деталям, его желание продемонстрировать интеллектуальное отстранение от фривольной эфемерности моды создает альтернативный набор дорогих фетишей. В 1980-е годы Армани ужал фасоны до самой базовой формы, выразив их силуэтами восхитительную модернистскую эстетику, но также обозначив свое желание навести порядок в определениях «хорошего» вкуса. Его работы обращались к тем потребителям, которые были достаточно умны, чтобы оценить изысканность простого, но хорошо скроенного пиджака, чувственность роскошных, но все же обманчиво простых материалов. Те, кто приобретал изысканные темно-синие брючные костюмы от Армани или узкие кашемировые пальто от Жиль Зандер, потакали себе так же и были такими же расточительными, как и покупатели блестящих нарядов от Версаче. Однако одежда Армани и Зандер носит маску пуританского воздержания, рационального, функционального дизайна и долговечности «классики». Розалинд Кауард пишет, что такая одежда «создана, чтобы заявить о том, как человек себя чувствует. Чтобы выразить утонченную чувственность, наслаждения от прикосновений к себе»³⁵.

В начале XX века стремление к простому стилю, который бы заменил собой многослойную и избыточную от-кутюр конца XIX века, было воплощено в работах Коко Шанель. Ее элегантные минималистические фасоны соединили в себе догмы дендизма: пристальное внимание к деталям, высокое качество, базовые формы — с дерзостью. Основой ее стиля стало простое черное платье или костюм, с которым сочеталось большое количество бижутерии, чей обманчивый блеск прежде был неприемлем в хорошем обществе. Диктуя новейшие тенденции в высокой моде, Шанель высмеивала буржуазную чувственность, которая все еще цеплялась за более очевидное богатство роскошных тканей и сложных фасонов. Ее работы давали женщинам ощущение легкости и уверенности в своей одежде, рациональной анонимности, которая маскировала качество и стоимость их нарядов. Эта скромность и недосказанность обеспечивают «бесконечную диалектику заявлений о статусе и возражений им»³⁶, где аскетичная простота оборачивается декадентским шиком.

В 1940–1950-е годы американский дизайнер Клер Маккарделл тоже шила одежду упрощенных форм, хоть и намного более дешевую, чем Шанель. Маккарделл использовала практичные материалы, такие как трикотаж и хлопок, а высокий статус ее наряды получали благодаря эффектным образам и идеалам,

которые эти образы выражали. Маккарделл черпала вдохновение в спортивном и танцевальном стилях и придумывала одежду, которая работала с естественным телом. Она создавала наборы для путешествий, состоящие из шести предметов, удобные платья и пляжные костюмы для женщины, которая уже работала, хоть пока и не делала головокружительной карьеры, и которой был нужен небольшой и рациональный гардероб, содержащий многофункциональные вещи, подходящие для разных ролей в офисе и дома. Работы Маккарделл соответствовали настроениям и обстоятельствам того времени: например, она легко адаптировалась к дефициту, вызванному Второй мировой войной, предложив носить балетки как туфли, когда на обувь стало не хватать кожи. Американский стиль (American Look), который выразила и во многом придумала Маккарделл, обращался к человеку спортивному и занятому — в отличие от высокой моды, предназначавшейся для избалованных неженков. Но все же, хотя Маккарделл работала для массового потребителя, а Шанель — для утонченных клиентов откутюр, в начале своей карьеры обе создавали современные стили, насыщенные дерзким духом авангарда. Женщины, решавшиеся надеть одежду от Маккарделл или Шанель, шли на риск — их могли не понять окружающие, не знавшие кодов перевернутых статусных символов, то есть символов, которые намеренно отрицали очевидное богатство. Вместо показной роскоши Шанель и Маккарделл использовали обманчиво простые образы и воплотили в них новую женственность, основанную на независимости и жизненной энергии.

Простую и практичную одежду в начале XX века выбирали также художники и интеллектуалы, протестуя против постоянно меняющихся капризов моды. Взять, например, портрет художницы и писательницы Нины Хэмнетт кисти Роджера Фрая, написанный в 1917 году. На Хэмнетт простые свитер и юбка, которые символизируют высокие творческие и интеллектуальные устремления. Одежда в этом случае использовалась как средство дистанцирования, она уносила человека из мира показного потребления и демонстрировала его неприятие капиталистического требования следовать моде. Статус художника формировался признанием его творчества, культурным капиталом, связанным с изящными искусствами и интеллектуальными занятиями, — а не кричащим о себе богатством. Действительно, некоторый аскетизм в облике женщины лишь подчеркивал отказ соответствовать ограничительным нормам общества. Однако в отличие от людей творческих потребитель буржуазной моды мог отказаться от сезонной смены стилей и принять простоту, только будучи уверенным в неопровержимости своего высокого статуса. Хотя Шанель и Маккарделл работали в разных секторах модной индустрии, они обе обеспечили женщин элегантной одеждой, которая подходила их новой, более активной жизни, выражала уверенность в себе и современность, в противоположность прежним пышным нарядам. О Маккарделл писали так: «Идея этого дизайнера в том, что

одежда должна подходить человеку и соответствовать случаю, должна быть удобной и красивой. Цвет и силуэт должны следовать за телом»³⁷.

Однако женщины решались носить такую одежду по множеству разных причин, им хотелось быть причастными к новому типу статуса, они высоко оценивали гармоничный дизайн новых стилей. В 1950-е годы Роберт Л. Стайнер и Джозеф Вайс вновь обратились к теории демонстративного потребления, сформулированной Торстейном Вебленом, и писали о потребности элит постоянно создавать новые символы статуса ради того, чтобы удерживать свое высокое положение. В процветающей Америке, где все больше людей могли позволить себе явную роскошь, разыскивались новые означающие статуса и вкуса: «В результате долгой практики демонстративного потребления богато украшенные вещи стали ассоциироваться с большим богатством. Следовательно, если старая элита хочет продемонстрировать свое безразличие к деньгам, она должна осуждать все, что чрезмерно украшено, и преклоняться перед простотой»³⁸.

Эта новая стратегия снобизма, это презрительное отношение к деньгам позволили и старой элите, и, что важно, экспертам в моде оставаться эталонами хорошего вкуса и стиля, демонстрируя явное презрение к таким низменным инстинктам, как накопление богатства и его демонстрация. Однако «в глубине под скромностью, застенчивостью, непритязательностью, под маской спокойного хорошего вкуса проглядывает явный эксгибиционизм, такой же позорный, как и напыщенность и торжественность прежних лет»³⁹.

В 1970-е годы другой американский модельер, Рой Холстон развивал тему «тайного богатства». Его работы были переосмыслением классики: кашемировые костюмы, простые полупальто, замшевые юбки с запахом, которые сочетали в себе чувственность роскошных материалов с упрощенными формами. Успех своих коллекций он объяснял так: «Ты хорош ровно настолько, насколько хороши люди, которых ты одеваешь»⁴⁰. Это его высказывание подчеркивает проблему «простой» моды, которая не сразу доходит до потенциального потребителя: чтобы продемонстрировать и усилить свой высокий статус, одежда должна сначала украсить богатых и знаменитых людей. Дизайнеры, которые производят простую одежду, должны специально думать о том, как создать вокруг своих марок ауру эксклюзивности и гламура — ведь их вещи не несут в себе очевидных знаков высокого положения в отличие от сложной и пышной одежды, привлекающей потребителей шикарными визуальными образами.

К 1980-м годам использование простой одежды уже было связано с консервативной потребностью обосновывать заявления о статусе. Если в начале XX века Шанель и Маккарделл считались авангардными модельерами, то Донна Каран и Кельвин Кляйн просто шили базовую одежду для тех, кто хотел

казаться серьезным и делать карьеру. Даже дополнительные линии повседневной одежды передавали идею практичности, отказа от чрезмерной пышности, которой грешили многие стили того времени. Престиж минималистских марок возрастал — и благодаря ассоциациям с именами гламурных звезд (Деми Мур и Брюс Уиллис ассоциировались с Donna Karan, а Джоди Фостер и бесчисленные другие номинанты на Оскара — с Armani), и благодаря маркетинговым кампаниям, делавшим акцент на стиле жизни. Из-за своей популярности одни и те же марки упоминались в модных журналах на страницах и с редакторскими материалами, и со светской хроникой, и с рекламой — и таким образом у потребителей возникала четкая связь между образом и реальностью, простота казалась все более привлекательной.

Экономический спад начала 1990-х вызвал в обществе тревожное отношение к чересчур расточительной и демонстративно шикарной моде. Как писал Фил Торнтон в журнале *The Face*: «Изобилие 1980-х закончилось, и тут стало ясно, какой пустой и сомнительной игрой может быть амбициозное стремление одеваться так, чтобы повысить свой социальный статус»⁴¹. Это недовольство очевидным хвастовством сочеталось с тем, что потребителям уже надоели известные дизайнерские марки. В предыдущее десятилетие все стали намного лучше разбираться в модных брендах, о которых, как мы уже упоминали выше, говоря о Тьерии Мюглере, стали больше писать в газетах и журналах. Теперь мода считалась частью индустрии развлечений, а дизайнеры и модели — знаменитостями. Вещи многих лейблов, от *Dolce & Gabbana* до *Gucci* и *Chanel*, часто подделывали: подделки продавались на уличных развалах по всему миру, и это только усиливало усталость потребителей от товаров знаменитых марок. Престижные модные бренды стали более узнаваемыми, чем когда-либо, с ними оказались знакомы все слои общества. Самые прогрессивные дизайнеры из модной элиты, например Хельмут Ланг, теперь могли утверждать минималистический стиль как противоположность «вульгарному», кричащему, который к концу 1990-х уже был заметно менее востребован, чем раньше. Роскошь и излишество продолжали быть в центре коллекций Версаче и Мюглера, но именно стильные городские силуэты Ланга, сочетавшие в себе базовые формы с резкими цветовыми сочетаниями и новыми технологичными материалами, произвели впечатление на искушенных модников и одновременно оказали большое влияние на остальных дизайнеров, находившихся в то время в поиске нового образа современности.

Ланг оживил моду на простые вещи, то же самое сделал и тонкий стиль *Prada*. Используя недорогие фабричные материалы и неявно сложные методы покроя, дизайнеры этих двух марок добавили в свои модели городской утонченности — у потребителя появилось чувство, что он должен лучше разбираться в моде, чтобы по достоинству оценить сложность таких на первый взгляд



Марк Джейкобс для Louis Vuitton,
осень — зима 1998/99.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

базовых вещей. Они апеллировали к тонкому вкусу и, как отмечал Пьер Бурдьё: «На кону оказывается «личность», то есть качества человека, подтверждаемые способностью приобрести качественную вещь. Объекты, наделенные наибольшей отличительной силой, — это те, которые наиболее явно удостоверяют качество приобретения, а значит, и качество владельца»⁴².

Во времена всеобщей тревоги и неуверенности многие чувствовали острую потребность создать идентичность, которая сообщала бы окружающим одновременно и о модном, и о культурном капитале человека. И болезненный андрогинный шик работ Ланга, и ироническая утонченность Prada перевернули статусные символы; благодаря им потребление стало приятно модным и в то же время избежало клейма очевидности. Базовые вещи Gap, дешевые и доступные, удовлетворяли желание сократить гардероб, избавиться от ненужной одежды, которая захламляла и без того запутанные жизни, а дизайнерские товары от Prada или Ланга обеспечивали людей рациональным высоким статусом и ощущением собственной исключительности. В 1995 году Лиза Армстронг писала в британском Vogue: «Снобство 1980-х, может, и было незамысловатым, но... оно было демократичным, в его правилах легко ориентировался каждый. Нынешние же снобы, наоборот, носятся с совершенно другой системой статусных символов, которые не то что с другого конца Бонд-стрит, а из соседнего подъезда не разглядишь»⁴³.

Другая модная журналистка, Эми Спиндлер из New York Times, иначе трактовала доминирование в моде конца 1990-х так называемого минималистского стиля. На ее взгляд, простые материалы и базовые формы были средством дистанцироваться: гладкая поверхность одежды прятала сущность человека от пытливого взгляда. В 1998 году она писала о рекламной кампании Calvin Klein того сезона, усматривая тревожность, а не спокойствие в спартанских, минималистских интерьерах и простой одежде, и задавалась вопросом: «Что, если бы ничего не происходило и у нас наконец-то было время посидеть и подумать, но наш ум был бы так же минималистичен, как и эта комната, так же непроницаем, как лица, лишённые эмоций, так же пуст, как наши глаза?»⁴⁴

Индивидуальность часто пряталась под простотой в моде конца 1990-х, сглаживавшей различия своими универсальными силуэтами. Но тревоги стали скрываться еще глубже на рубеже десятилетий, когда минималистическая недосказанность начала вытесняться возрождавшейся роскошью от-кутюр, к которой обратились молодые модельеры. Кроме того, потребители хотели обладать вещами, которые нелегко подделать, а этого, как уже говорилось, можно было достичь только за счет исключительно дорогих материалов. Нарсисо Родригес создал кашемировые модели полночно-синего или устричного цвета, на которых мерцали и переливались созвездия пайеток в тон; а Марк Джейкобс для Louis Vuitton — восхитительное платье в пол из бордового шелка и серой тонкорунной шерсти. Работы Марка Джейкобса знаменовали собой еще один поворот в истории престижных брендов: в конце десятилетия передовых дизайнеров стали приглашать работать на люксовые марки, чтобы вдохнуть новую жизнь в почтенные имена. Один из самых известных примеров, помимо Марка Джейкобса, — Мартин Маржела, которого наняли в Hermès. Свою первую коллекцию для Hermès он выпустил в 1998 году, и она состояла из обманчиво простых двусторонних свитеров, которые носились с высокими замшевыми перчатками и мягкими длинными юбками. В противоположность дерзким образам, которые его прославили, он создал новый стиль, простой и элегантный. Его фасоны предлагали позитивный взгляд на простоту; как писала Сара Мауэр: «Что может критиковать нынешнюю парижскую гонку за сенсациями более едко, чем эта классическая одежда пожилых женщин?»⁴⁵

Несовершенство

Модель обрамлена грубой деревянной коробкой, края которой обрезают часть лица и все, что ниже талии. Голубовато-серый фон усиливает ощущение торжественности и неподвижности, а также дополнительно акцентирует торс модели. Эта фотография напоминает произведение искусства, *objet trouvé*, или же сундук с сокровищами. Тонкое бледное тело одновременно

и обнажено, и прикрыто паутиной шифонового топа, серый цвет которого рифмуется с фоном. Фактура поверхности рваная, латаная, скрученные полосы ткани образуют неровную крупную сетку, под которой видна гладкая кожа. Этот топ — законченный предмет одежды, светящийся мягким шифоновым блеском, но в то же время в нем присутствует незавершенность. Мы не видим здесь гладкой поверхности, которую обычно ожидаем от ткани, потрепанная грубая паутина смущает взгляд; это новая вещь, но ткань напоминает старую, поношенную. В этом образе — эхо диккенсовской мисс Хэвишем, которая не расстается со старым платьем и дорожит им именно из-за его несовершенства и из-за того, что его рваные складки выражают протест и вызов окружающим. Как отмечал Ричард Мартин, такие «деконструированные» образы могут говорить о концептуальной моде, порожденной идеями, а не сезонными темами: «Но даже в этом расчетливом подходе есть визуальная романтическая составляющая: очарованность руинами, долгая традиция наслаждения обломками, напоминающими о былом»⁴⁶.

Топ, созданный Альбертой Ферретти для ее коллекции весна — лето 1998, контрастирует с мягкой маскулинностью клетчатых брюк от Versace, сшитых из ткани с рисунком «принц Уэльский», которые проглядывают сквозь прозрачный шифон верха на фотографии Barnaby & Scott. В целом Ферретти обычно не ставит под вопрос модные установки на совершенство и роскошь. Ее фирменный стиль — спокойная, уверенная в себе женственность, тонкая многослойность и нежные украшения. Хотя этот топ отражает ее характерные черты, он также демонстрирует всепроникающую природу так называемой «деконструктивистской» тенденции, или «*le destroy*», как ее называют во Франции. Это подход к моде, который стремится подчеркнуть, а не устранить присущие ей противоречия, исследовать и отразить культурные и физические несовершенства, а не создавать фальшивую божественную красоту. В одежде виден сам процесс ее придумывания и создания, который обычно скрыт как часть тайны модельера, творческого гения. Ферретти попыталась примирить новое со старым, дорогое с дешевым, мужское с женским — противоположности, которые снова и снова утверждаются в западной визуальной культуре, отражая систему ценностей, в каждом случае отдающую предпочтение первому перед вторым. Говоря о подобных размышлениях по поводу устоявшихся идей репрезентации в общепринятой моде, необходимо вспомнить 1920–1930-е годы и радикальные методы Мадлен Вионне, которая переосмыслила традиционный процесс создания моды и представления о том, как одежда должна сидеть на теле. Ее платья косого кроя кардинально меняли способ, которым материал взаимодействовал с фигурой: ткань обволакивала тело, а не стягивала его, не вынуждала принимать эталонную форму. Вионне бросала вызов существовавшим техникам кроя в платье с «зубчатой» линией подола 1922 года, в котором она не использовала

Vivienne Westwood,
«Девушка из Буффало»,
осень — зима 1982/83.
Фото Найалла Макинери
© Bloomsbury Publishing Plc



вытачки и другие портновские уловки, а позволила складкам прямоугольного куска крепа самым задрапировать фигуру.

Этот вызов традиции был перефразирован в «Рваном платье» (Tear Dress), созданном Эльзой Скиапарелли совместно с Сальвадором Дали в 1937 году, — с «настоящими» разрывами и «рванным» узором на ткани. Оно разоблачало модную оболочку, усиливало, а не скрывало маскарад моды, ее блеф и увертки. Однако эксперименты Вионне и Скиапарелли оставались в рамках от-кутюр — царапины на ее идеально отполированной поверхности, в целом они все же поддерживали идеалы роскоши и перфекционизма. И только в 1970-е годы, начиная с нарочитой деструктивности панковского стиля Вивьен Вествуд, дизайнеры стали намеренно раскалывать гладкую поверхность моды, и это стало отдельным движением в культуре. Стиль панк не просто означал презрительное неуважение к социальному лицемерию; он также отражал чувство недовольства, которое испытало поколение, нуждавшееся в одежде для суровой жизни, а не в иллюзиях и фантазиях об удовольствии. В Великобритании во время экономического спада 1980-х годов Вествуд одевала своих моделей в пышные нижние юбки-из ватина, которые были покрашены в тускло-коричневые и оливково-зеленые цвета, а шелковые лифчики они надевали поверх футболок с капюшонами — именно так женщины из некоторых стран третьего мира выставляли напоказ свои трофеи — западное нижнее белье.

Последователи «Новой романтики» (The New Romantics) обряжались в яркую одежду из дешевых благотворительных магазинов; в начале 1980-х годов этот театральный и ностальгический стиль завоевал все лондонские клубы, предложив альтернативный набор статусных символов. В нем смешивались отсылки к разным культурам и историческим эпохам и эстетизировалась бедность, несмотря на высокий модный статус и стоимость одежды. Анджела Картер описывала ранние этапы этого стиля в 1980 году: «Одежда непременно плохо сидит, потому что вещи должны выглядеть вдвойне поношенными, как будто пострадали в какой-то катастрофе. Таким своеобразным способом торговля одеждой отразила экономический спад»⁴⁷.

В 1983 году в магазине Bloomingdales в Нью-Йорке у бутика, продававшего подобные потрепанные вещи из Великобритании, был проведен пикет. Люди протестовали против того, что дизайнеры, бывшие частью модной элиты, имитируют в своих работах бедность и продают псевдодешевую одежду за большие деньги. Такие игры были совсем неуместны в более благополучной Америке. Как писал об этом протесте Гарольд Кода: «Когда фрустрированная британская молодежь надевает одежду, преувеличенно и театрально отсылающую к бедности, это самоирония и нигилистическое наслаждение экономическим упадком... [В Америке] эта ирония для покупателей среднего класса кажется насмешкой над бедностью или, хуже того, вульгарным погружением на социальное дно из простого любопытства»⁴⁸.

Смыслы, приписываемые деконструктивистскому стилю, были расплывчатыми; его значение менялось в соответствии с особенностями того или иного культурного контекста. Японские дизайнеры Рей Кавакубо из *Comme des Garçons* и Ёдзи Ямамото воспроизвели это ощущение неловкости в своих коллекциях. Каждый из них стремился передать новые идеи о моде, которая бы принимала «человеческие изъяны и недостатки»⁴⁹, а не пыталась создать новые идентичности, отрицавшие асимметрию естественного тела. Для этих модельеров хрупкость человека стала силой, процесс старения — путем к разным типам красоты, связью с подлинным и естественным. Преувеличенные формы и темные оттенки одежды, которую они показывали в Париже в начале 1980-х годов, потрясли западных экспертов, которые не могли понять, что значит этот странный стиль. Критики называли одежду Кавакубо и Ямамото «хламидами», видя в ней только нечто черное и бесформенное, а не фактуру и игру светотени, которые японские дизайнеры хотели выдвинуть на передний план.

По мере того как эти модельеры завоевывали все более прочное и влиятельное положение в мире моды, их начинали лучше понимать, многим стало очевидно, что их одежда говорит о самом процессе моды, о меняющихся определениях статуса, гендера и этноса, которые сообщает человеку платье. В конце 1980-х годов группа дизайнеров из Антверпена, в том числе Анн Де-

мельмейстер, Дрис ван Нотен и Мартин Маржела, прославились похожим подходом. Их образы рассказывали о распаде плоти и ткани, а их неудовлетворенность миром моды, к которому тем не менее принадлежали их работы, стала особенно популярной во время кризиса 1990-х годов. Элизабет Уилсон писала об этой «эстетизации антиутопии», считая такую моду симптоматичной для конца XX века с его постмодернистской разочарованностью. Время постмодерна характеризуется разрушением «великих рассказов» и стабильных определений идентичности. Прежние представления были раздроблены и последствиями разрушительных масштабных войн, и изменением принципов труда, и феминистским движением, борьбой активистов сексуальных меньшинств, кампаниями по защите гражданских прав. Благодаря всему этому распространились представления о том, что люди равны и при этом разные, но многие также запутались в своих и чужих идентичностях, и это ощущение тревоги и отсутствия ориентиров усиливалось тем, что многие люди жили теперь в огромных городах и постоянно подвергались нападкам конsumerистских образов. Бедность и распад, которые общество потребления обычно стремится замаскировать, стали темами работ модельеров: одновременно и реакцией на неприятные стороны современной жизни, и при этом, с неизбежностью, объектом потребления. Уилсон описывает этот процесс таким образом: «Постмодернизм выражает на одном уровне ужас от деструктивного излишества западного общества потребления, и все же, эстетизируя этот ужас, мы неким образом превращаем его в приятный объект потребления»⁵⁰.

Стиль бельгийских модельеров был подхвачен теми, кто в начале 1990-х годов увлекся так называемым «гранжем». Бельгийцы исследовали моду и дизайн серьезно и вдумчиво, и их работы никогда в полной мере не были частью стиля гранж, который смешивал абсолютно все, обращался к нигилистическим настроениям современной ему музыки, в первую очередь к группе Nirvana, и в ответ на излишества моды 1980-х годов решительно отказывался от показного потребления. А модельеры размышляли о прошлом моды, особенно Маржела: он создавал одежду из подкладок старых коктейльных платьев, делал юбки, которые были очевидно перешиты из старых джинсов. Его работы представляли собой фрагменты коллективного прошлого, а не льстивые ретрозаимствования, характерные для моды 1990-х годов. Каждый предмет одежды был одновременно новым и старым, фасоны повторялись из коллекции в коллекцию, подрывая идею сезонной смены моды. Простые льняные бирки, на которых не значилось имя модельера, призваны были упразднить культ личности дизайнера, однако хотя они действительно выглядели намного скромнее, чем логотипы большинства других дизайнеров, они скопили собственный культурный капитал. Лейблы модного дома Margiela со временем стали символом

инсайдерского знания моды и интеллектуального дистанцирования от нахального выставления напоказ более массовых брендов.

Маржела шил одежду из старых тканей, и в ней отчетливо были видны следы прошлого, она спокойно и гордо демонстрировала «маленькие свидетельства о возрасте, которые накапливаются на поверхности вещей»⁵¹. Их статус был утвержден тем, что в них узнавалось наследие прежних стилей, хотя, как правило, мода отрицает свое недавнее прошлое. Эти вещи сами по себе были уникальны из-за своей «старины», но при этом подход Маржела ставил под сомнение представление о модельере как гениальном, независимом творце, признавая, что каждый модный образ создается всей историей моды. В 1954 году Кристиан Диор выпустил «Словарь моды» для женщин. В нем идеал модельера — в случае Диора, кутюрье — изображался диктатором, каждый аспект одежды и стиля был тщательно описан, простым смертным не доверяли решать вопросы вкуса, они были целиком и полностью делом дизайнера. Он советовал: «Если платье не приглянулось вам сразу, не берите его... Любые отделочные детали должны быть продуманы как неотъемлемая часть платья на стадии конструирования — добавление их в конце часто приводит к плачевным результатам»⁵². Мнение модельера было решающим; Диор определял роль кутюрье так: «Искусство моды — это в немалой степени искусство маскировки, поскольку в мире мало совершенства, и задача кутюрье — сделать совершенством вас»⁵³. Маржела, как и Кавакубо, не соглашался с такими идеями: мода должна размышлять о естественном теле и одевать его, позволяя человеку самому решать, как носить ту или иную вещь. Признать несовершенство — императив для этих дизайнеров, путь к подлинности, примирение с прошлым и выдвижение на передний план маргинального, в отличие от традиционной моды, взявшей на себя роль поставщика эфемерных фантазий о совершенном.

Эко

Во второй половине XIX века жизнь в больших городах и безудержное потребление привели к тому, что некоторые группы общества устремились к большей «естественности» — и товаров, которые они покупают, и жизни в целом. Люди мечтали о единении и гармонии: человека и природы, производителей и потребителей, одежды и тела. Воззрения, которых придерживались, например, участники Эстетического движения или Общества рациональной одежды (Rational Dress Society) по поводу воздействия моды на здоровье и тело, во многом были схожи с идеями защитников окружающей среды конца XX века.

В XIX веке модное платье виделось Обществу рациональной одежды, основанному в Лондоне в 1880-е годы, капризом разлагающего капитализма. Члены общества выступали за «примирение» человека со своим телом. Этому

примирению должен был способствовать гигиенический подход к одежде, использование натуральных тканей и фасонов, подходящих естественному телу, а не конструирующих тело модное. Лондонское Эстетическое движение, которое состояло из богемы и художников и к которому принадлежали, например, Оскар Уайльд и Обри Бердслей, также мечтало гармонизировать разрозненные представления об идентичности. Эстеты размышляли не о гигиене, а о канонах красоты, и с этой точки зрения их более всего восхищало Средневековье, его приглушенные мерцающие оттенки казались им намного более естественными, чем цвета моды XIX века.

Кен Монтегю утверждал, что попытки Эстетического движения утвердить новые формы одежды могут быть соотнесены с современными научными подходами, благодаря которым мы можем разглядеть все наше тело в подробнейших деталях. На рубеже веков были развиты понятия о скрытом внутреннем теле — естественном, реальном, и внешнем теле — маске, которая скрывает его. Стремление к средневековой эстетике относилось в первую очередь к «модели „гигиены“ эстетов как целостности смысла, достигаемой через единство женского внутреннего и внешнего тела, а также единства тела и одежды»⁵⁴. Одежда использовалась как эмблема этой гармонии, и считалось, что тело, вернувшись к своему естественному состоянию, обрело бы смысл и красоту.

В XX веке распространился страх перед технологией и наукой как врагами окружающей среды и проводниками неотвратимых изменений, и мечта о единении расширилась: люди теперь жаждали слиться с природой. Возможно, самое большое беспокойство состояло в том, что вторжение технологий в жизнь человека заставит его потерять себя, что машины возьмут под контроль сферы труда и досуга, и из-за этого будет утрачена человеческая идентичность. С этим чувством потери себя и отдаления от природы связаны идеи сохранения окружающей среды, заботы о сельской местности и стремление уменьшить поток потребительских желаний. Радикальные защитники окружающей среды считали все успехи капитализма химерой, маской, за которой скрывались коррупция и разложение, культурой, помешанной на неестественных желаниях, выдуманных рекламщиками и коммерсантами вместо нормальных физических потребностей. Как писали сторонники этой точки зрения в 1970-е годы, люди, может, и думают, что стремятся к положительным целям, «но гонясь за счастьем, доходят в этом до разрушения своего внутреннего мира, опыта бессмысленности и уничтожения окружающей среды, полной потери привычных основ жизни, уверенности в ней»⁵⁵.

Хиппи, восставшие против капитализма в конце 1960-х — 1970-х годах, отказывались носить униформу мира коммерции и индустрии. Свободная, расслабленная одежда хиппи олицетворяла внутреннюю свободу и презрение к жизни, подчиненной правилам, к жизни тех, кто как раб пашет на галерах

офиса и домашнего хозяйства. Они демонстрировали презрение к мейнстриму, рисуя на лицах цветы и пацифики и наряжаясь в рискованные сочетания из «вареных» платяев и футболок собственного изготовления, этнических бус и туник, клешеных джинсов и вельветовых штанов. Волосы и мужчин и женщин были длинными и нечесаными, и это еще сильнее размывало границы между полами; их «естественный» стиль был протестом против идеи американской мечты и ее этики, а также против политики США во Вьетнамской войне. Некоторые считали, что хиппи — это всего лишь подростки из среднего класса, которые нашли очередной способ раздражать и смущать предыдущее поколение. Рене Кёниг в 1973 году писал о протестной одежде хиппи как о нигилистской игре, и хотя многие хиппи были искренны в своем протесте, в их поведении присутствовал элемент противостояния родительским буржуазным идеалам, их представлениям о правильной одежде и опрятности. Кёниг указывал также на желание хиппи всегда опережать коды респектабельного платья: «Там, где деловой человек носил белую рубашку, хиппи носил цветную. Когда деловой человек надевал цветную рубашку, хиппи надевал кричаще яркую; он всегда хотел быть другим»⁵⁶.

Во второй половине XX века молодежную культуру постоянно преследовала мода, которая присваивает и нормализует протестные стили, так произошло и с некоторыми элементами эстетики хиппи. Однако многими хиппи двигало не просто желание бунтовать. В 1980–1990-е годы они все более решительно «спасали природу» и боролись за более разумное отношение к окружающей среде во всех сферах жизни: от планирования городов и дорожных схем до пищевых привычек или дизайна и эффективности товаров для дома. Хотя в культуре, одержимой потреблением и техническим прогрессом, слово «хиппи» стало ругательством, это движение продолжало развиваться в Великобритании: в 1980-х годах возникли течения «крастиз» (Crusties) и «кочевники нью-эйдж» (the New Age Travellers), которые яростнее всего сражались за экологию. Участники этих движений тоже отрицали лишние траты на одежду, предпочитая вещи секонд-хенд и те, что делали сами, женщины часто носили дешевые легинсы с тяжелыми ботинками. Средства массовой информации сначала выставили их «страшилищами» (folk devils), и для многих эти неформалы стали воплощением страхов перед анархией, нарушением законов и порядка. Этому способствовало и то, что общество в целом не принимало альтернативные стили жизни, считая их покушением на статус-кво. «Кочевники нью-эйдж» раздражали землевладельцев, которые прогоняли их со своих участков, а когда группы вроде Spiral Tribe начали участвовать в организации нелегальных рейв-вечеринок, их образ в медиа стал еще более зловещим. Массовая культура неизменно отвергала неформальные течения, не соглашавшиеся следовать «общепринятому» образу жизни. В 1996 году отношение общества

изменилось: кампании против строительства объездной дороги Ньюбери сделали героев из некоторых «кочевников нью-эйдж» — защитников окружающей среды, о которых наперебой кричали таблоиды, рассказывая об их протесте против транспортной политики государства. Но все равно недоверие к тем, кто отказывается идти со всеми в ногу, в целом сохранялось.

Однако «экологическая идея» захватила даже самых упрямых консерваторов: они искренне искали товары, сделанные с наибольшей заботой об окружающей среде, и таким образом рассчитывали не только спасти планету, но и добиться единения с неким мистическим идеалом природы. Это представление во многом сформировали маркетинговые стратегии, которые сыграли на чувстве вины потребителей и на ощущении нехватки чего-то важного в эпоху быстрого технического прогресса, а также использовали для своих целей живописные пейзажи, противопоставлявшиеся культуре, созданной человеком. Восприятие естественного само по себе является конструктом культуры и опирается на постиндустриальную озабоченность состоянием окружающей среды и на мечту о победе в выдуманный сельский рай. Кейт Сопер писала: «Только культура, которая начала замечать негативные последствия своих индустриальных достижений, будет настроена вернуться к дикому состоянию или эстетизировать его ужасы — в форме пророчеств, предостерегающих против дальнейшего развития технологий»⁵⁷.

Модельеры, следуя всеобщему увлечению экологически чистыми товарами, принялись искать материалы, созданные с минимальным воздействием на окружающую среду: то есть или неотбеленные и неокрашенные, или же окрашенные натуральными красками. Массовые марки, такие как Esprit, начали производить «экологичную» одежду, поменяв яркие тона на мягкие естественные оттенки. Некоторые дизайнеры, например Декстер Вонг, хотели использовать конопляную ткань — возможно, самую «экологичную» из всех существующих, — для того, чтобы наладить ее неубыточное и этически безупречное производство потребовалась бы поддержка со стороны всех основных сетей розничной торговли. Проблема с такими материалами и технологическими процессами состояла еще и в том, что потребители все же жаждали ярких цветов, вроде бирюзового или кричаще розового, которые были модны летом 1997 и 1998 годов, но их не было в коллекциях экоодежды.

Использование органического хлопка и других тканей, сочетающих в себе и этичные методы производства, и ностальгическую мечту о «заботливом» потреблении, занимало особое место в творчестве Кэтрин Хэмнетт. В своей коллекции весна — лето 1994 она представила скроенные по косой облегающие платья мягкого бежевого оттенка, с открытой спиной и на тонких лямках. Франко Москино также использовал органический хлопок в том же году: его коллекция «Экокутюр!» (Ecouture!) отличалась критическим взглядом на моду



Katharine Hamnett, весна — лето 1994.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

и консюмеризм. К этому времени он уже выпустил футболки с надписями «Fashion is full of chic» (В моде сплошной шик) и «Status Symbol» (Символ статуса) и создал красный костюм с надписью «Waist of Money», о котором мы говорили в начале этой главы. Однако его одежду, как признавал сам Москино, покупали богатые женщины, которые выставляли напоказ «осознанные» лейблы и «экологичные» ткани как новый символ высокого положения, значимые эмблемы бережного отношения к природе и в то же время богатства.

«Зеленая» тенденция в моде демонстрировала иронию и желание ослабить неистовый консюмеризм и преувеличение, окружавшее от-кутю, однако не уменьшала количество потребляемой одежды. Важно, конечно, использовать более экологичные материалы, включая синтетику, производство которой, несмотря на представления, бытующие в обществе, может быть менее вредным, чем производство хлопка, который часто отбеливается и красится ядовитыми химикатами. Модельеры и потребители хотели, чтобы одежда воплощала их устремления к единению тела и природы, но этот идеал запутался в сетях культуры, подчиняющейся образам и поиску иллюзорных идентичностей. Мысли об экологическом подходе к изготовлению тканей связаны с крепко засевшими в нас страхами: мы боимся разрушительной силы технологий, смерти и болезни, боимся гибели нашей планеты. Экоконсюмеризм отражает потерю веры в прогресс науки и капитализма, но, как утверждает Жиль Липовецкий,

он — порождение общества потребления и настолько зависит от его желаний, что «зеленая» альтернатива вряд ли достижима. Липовецкий писал об «экопотреблении и экобизнесе»: «Из глобальной системы моды выхода нет; новая система — просто новые стратегии продвижения товара во имя спасения Земли и сохранения здоровья людей. „Настоящая“, долговечная, „зеленая“ антимода на самом деле функционирует как новый вектор моды существующей»⁵⁸.

И правда, продавцам было бы трудно окончательно выйти из системы моды, так как они должны подталкивать потребителей к очередным покупкам. Однако вполне возможно сделать так, чтобы сама система реформировалась — стоит только компаниям начать производить более экологичную продукцию и пользоваться более экологичными методами упаковки. Также нельзя забывать, что насилие во имя консюмеризма совершается не только по отношению к планете. Рабочим часто платят очень низкие зарплаты, и трудятся они в чудовищных условиях — а ведь именно они создают дорогие наряды. мода выстраивает царство фантазии, и обычно люди не задумываются о процессе его создания, довольствуясь лишь именем модельера. Почтение к художнику — как в моде, так и в целом в западной культуре — исключает упоминания о том, кто на самом деле делает эту одежду. Для того чтобы из системы моды были исключены деструктивные элементы и было достигнуто настоящее чувство единства, необходимо улучшить условия труда рабочих и повысить им зарплаты, а также обезопасить процессы производства тканей. Как писала Анджела Макробби: «В действительности акцент на социальном значении моды в современной культуре и повседневной жизни часто ставится в ущерб серьезному размышлению о работе, которая совершается для того, чтобы сделать модное потребление возможным»⁵⁹.

В Брюсселе в мае 1998 года состоялось заседание Постоянного народного трибунала (The Permanent People's Tribunal), в рамках которого был проведен Международный форум «Чистая одежда»; на нем подчеркивались чудовищные условия и нищенские зарплаты многих рабочих, большинство из которых женщины. Трибунал пришел к выводу, что необходимо оказывать давление на большие международные компании, требовать от них изменить свою политику и лучше обращаться с рабочими. Этим рекомендациям последовала общественная организация «Кампания за чистую одежду» (Clean Clothes Campaign), филиалы которой находятся в разных европейских странах, в том числе в Великобритании, Германии и Испании. Объединение «Оксфам» (Oxfam), организовавшее «Кампанию за кодекс одежды», тоже настаивало на том, что модная индустрия должна заботиться о своих рабочих и что крупные продавцы вроде Marks & Spencer и Burton Group в Великобритании должны оказывать влияние на процессы производства. Обе кампании стремились донести до масс информацию о бедности и низком уровне жизни

многих людей, вовлеченных в модную индустрию, и заставить компании изменить отношение к рабочим. «Кампания за чистую одежду» использовала крупные международные события, например чемпионат мира по футболу 1998 года, чтобы привлечь внимание к тому, что производители спортивной одежды нарушают права рабочих.

Нравственные установки, которые мода передает визуально — и образами, и вещами, — позволяют нам использовать потребление как освобождающую силу, но надо также осознавать, что мода, как все большие индустрии, обязана помнить об этике своего производства и бизнеса. Хотя во времена нестабильности мода может давать людям чувство, пусть и мимолетное, единения с природой и естественности, она должна брать на себя ответственность за свои злоупотребления, за жестокости капитализма, которые она так явно отражает.

Насилие и провокация

Модель не поместилась целиком на фотографии, снимок обрезан чуть выше талии: мы видим только очень короткую юбку и загорелые ноги. Она застыла в застенчивой позе, одна коленка немного согнута, а пастельные тона одежды и ретробосоножки с ремешками на высоких каблуках резко контрастируют с серебряным металлом оружия в ее руках и красной кровью, стекающей по ногам. Эффект усиливается зеленью травы, на которой стоит модель, тем более что цвета фотографии намеренно сделаны более яркими. Кажется, девушка находится в каком-то из бесчисленных американских пригородов, которые служат фоном на каждой из фотографий, снятых Жан-Батистом Мондино для журнала *The Face* в июне 1994 года. Что характерно, эта серия снимков, представляющая респектабельность Америки всего лишь маской, под которой таится насилие с оружием в руках, называлась «Реальность кусается» (*Reality Bites*). Как отметил Ричард Стиверс в своей книге «Культура цинизма, упадок американской нравственности» (1994), с тех пор как западная культура целиком погрузилась в мир воображаемого, «жестокие образы — самые реальные, потому что они вызывают самые сильные эмоции: мы одновременно чувствуем, что живы и что обладаем властью над другими»¹.

По визуальному воздействию на зрителя фотографии Мондино, где мертвецки спокойные модели аккуратно расставлены на окровавленном фоне, напоминают фильм «Настоящая любовь» (1993) с его сомнительным гламуром и проходными отсылками к насилию, а также «Синий бархат» (1986) Дэвида Линча, где пригороды изображены как удушающий мир скрытых пороков и угроз. На снимке бросается в глаза, насколько сильно контрастируют молодость и красота модели с ее безвкусной, чересчур облегающей одеждой — и в целом «эстетикой трейлер-парка», которая пропитывала моду и кино середины 1990-х годов. Подобные визуальные противопоставления стали формой бунта против дизайнерского диктата в вопросах стиля и «хорошего вкуса» — одним из самых показательных выражений этого диктата были консервативные покрои Джорджо Армани, который обрел особое влияние в конце 1980-х годов. «Эстетика трейлер-парка» как фон для тщательно срежиссированных сцен насилия играла на людских страхах перед теневой стороной общества потребления

и на очарованности ею. Такие образы отражают темные мечты о том, чтобы подчинить себе хаос современной жизни, обратившись к жестокости. Фотографии Жан-Батиста Мондино пародируют таблоидные заголовки, кричащие о преступниках, скрывшихся с места преступления, и серийных убийцах. Модели — воплощенные эмблемы консюмеризма — разыгрывают фантазии о мести за чувства отверженности и неудовлетворенности, распространенные среди бедных слоев общества, среди тех людей, которые не могут добиться власти, приобретая дорогие товары. Растущее насилие изображается как ответ на социальную дискриминацию, скуку и отсутствие возможностей роста — в культуре, которая построена на вождении все новых товаров и в которой статус зависит от потребления и богатства.

В последней четверти XX века модельеры и фотографы часто обращались к темам злости, фрустрации, восстания и разрушения. В модной фотографии и рекламе звучали темы кровавого физического насилия, а также насилия по отношению к себе, которое отражало самоуничтожение, душевные и физические мучения человека. Дизайнеров вдохновляли такие популярные фильмы, как «Бешеные псы» (1991) или «Калифорния» (1993) — горючие смеси из жестокости, наркотиков и модного стиля.

Повальное увлечение образами насилия началось в 1990-е годы, но сами эти образы, передававшие тревоги общества, зародились намного раньше. В период между двумя мировыми войнами работы сюрреалистов были наполнены жестокостью и сильным чувством неопределенности. Вспомним, например, фотографии Ман Рэя, который снимал отдельные части тела, превращая их в фетиши, и зритель не всегда мог понять, манекен перед ним или живой человек. Беды Второй мировой войны также повлияли на безупречные модные образы. На снимках Сесила Битона элегантные модели позировали на фоне послевоенной разрухи — так в модной фотографии появился диссонанс и суровый реализм, которые намекали на новую возможность говорить в дамских журналах о серьезных и важных вопросах. На одной фотографии Битона, опубликованной в британском *Vogue* в декабре 1945 года, модель одета в простой пиджак Balmain, ее волосы скрыты под тюрбаном, имитирующим практичный стиль фабричных рабочих. Она стоит перед обшарпанным зданием, на стенах которого видны следы бомбежек. Фотография передает глухую тишину, царящую в разрушенных городах и домах. Тело модели кажется таким же хрупким и уязвимым, как и стены, которые ее окружают.

К концу 1960-х годов латентная жестокость и наркотическая культура все чаще участвовали в репрезентациях моды. Ощущение тоски и желание саморазрушения передавали фотографии американского фотографа Боба Ричардсона, который публиковался в модных журналах вроде *Nova* и французского *Vogue*: частыми темами его работ были самоубийство и молодежная культура,

отвергаемая обществом. Работы британского фотографа Теренса Донована, хоть и говорят о насилии, но без всякой меланхолии: на его снимках 1961 года, сделанных для журнала *Man About Town* и вдохновленных промофотографиями со съемочной площадки, мужчины одеты в щегольские черные костюмы и сжимают в руках оружие, целясь в камеру. Работы Донована похожи не только на кадры из голливудских фильмов о гангстерах 1930-х годов, например «Лицо со шрамом» (1932), но также на газетные фото, изображавшие преступный мир лондонского Ист-Энда, в том числе щеголей-близнецов Крэй.

Подобные образы стали неотъемлемой частью западной культуры, они одновременно отталкивают и привлекают. Естественно, мода не могла не отразить и насилие в реальной жизни, и насилие, о котором рассказывали газеты, телевидение и кино. Мода испытывала на себе все те же влияния, что и вся массовая культура и популярное искусство в целом, и так рождались новые агрессивные стили субкультурных групп, от гангстеров до скинхедов. Группы, которые осознавали, что в культуре мейнстрима у них нет права голоса и, таким образом, нет реальной возможности добиться высокого статуса или власти, стали создавать себе новые визуальные коды, до определенной степени позволявшие им контролировать собственную идентичность и прямо выражавшие их чувство обделенности, противопоставляя их всем остальным. Те мужчины, которые чувствовали себя аутсайдерами из-за низкого статуса их социальной группы, создавали альтернативный стиль жизни. Сначала изнанку капиталистического благополучия демонстрировали только настоящие преступники, но потом это стало частью субкультур, в которых молодые люди (в основном юноши) бунтовали против общепринятых порядков, сохраняя при этом лояльность своей группе при помощи униформенных стилей.

Показное потребление использовалось в провокативном ключе, чтобы создать свою собственную систему визуальных кодов, отражавших статус человека, лояльность группе, материальный достаток и, что важно, потенциальную угрозу «норме». На Западе представления о морали и том, что социально приемлемо, традиционно были сосредоточены вокруг веры в стабильную «норму». Поведение, убеждение или внешность, не совпадающие с ней, отвергались или даже считались извращенными. После Второй мировой войны, когда стало уменьшаться значение традиционных столпов общества, таких как религия, политика и вера в существующий строй, различные субкультурные группы, а также художники и дизайнеры исследовали все более размывавшиеся границы между тем, что допустимо, а что нет. Трещины, которые образовались в раздробленной системе традиционных убеждений, и влияние различных этнических, гендерных и классовых групп, старавшихся утвердить свои собственные версии «нормы», заставили многих задуматься о том, что

«норма» не постоянна и не стабильна. Мода стала удобной сценой для обсуждения новой морали, дав обществу возможность конструировать и отображать постоянно изменяющиеся этические правила с помощью непосредственных визуальных репрезентаций.

И уличная, и высокая мода предоставляют пространство для разговора о тревогах, связанных с насилием и упадком. Жестокость — обратная сторона мечты потребителя о комфортном изобилии и яркой городской жизни — была использована в моде и как агрессивное противодействие ущербной природе капитализма, насмешка над буржуазной моралью, и как средство утвердить идеализированные образы власти отверженных. Насилие разбредило притупленные чувства послевоенных поколений, взрощенных на лавинообразных потоках новых образов и потребительских желаний: кто-то хотел стать частью провокационной субкультуры, а кого-то привлекало опосредованное удовольствие от визуального потребления модных образов.

Ультрастиль, ультражестокость

Одежда может действовать как маскировка: человек, одевшийся определенным образом, будет казаться более влиятельным, чем есть на самом деле, принадлежащим к той или иной социальной или культурной группе. Мода и потребление могут также смягчать монотонность существования, давление работы и угнетающую анонимность жизни в большом городе. В последние десятилетия XX века люди неустанно искали удовлетворения в шопинге, их постоянно влекли образы, обещавшие новую, лучшую жизнь и возможность создать себе новые идентичности, но эти образы несли в себе также жестокость. Человек был сведен к безликому потребителю, определен в ту или иную группу, в зависимости от уровня жизни, а индивидуальность он тщетно искал на рынке, который был скрупулезно стратифицирован и развивался, следуя предсказуемым тенденциям.

В романе Брета Истона Эллиса «Американский психопат» (1991) предельно четко изображено чувство неудовлетворенности, которое может развиваться в результате стремления соответствовать строгим визуальным кодам. Книгу многие осуждали, и из-за детальных описаний убийств, и из-за высмеивания пустого мира потребительской одержимости. Большой город в этом романе — ад, который медиа и современные технологии превратили в постмодернистскую иллюзию жизни, где главное в общении — дресс-код и знание электронных новинок. Книга опиралась на растущее число изображений жестокости, в том числе в высокой моде, — тенденцию, которая стала одной из ключевых в 1990-е годы. Роман Истона Эллиса изощренно издевался над гламурной жестокостью в кино и моде — реалистичные описания насилия прерывались

маниакальными заметками об одежде и аксессуарах убийцы и его жертв. Автор создал мрачную пародию на романы про «секс и шопинг», популярные в 1980-е годы. Главные занятия его антигероя Бэйтмена — секс, шопинг и насилие, он постоянно потребляет и сам становится объектом потребления. Если некоторые стремились представить 1990-е годы как десятилетие «ню-эйдж», такие писатели, как Дуглас Коупленд и Истон Эллис, исследовали городскую жизнь. Роман Истона Эллиса подробно рассказывает о помешательстве богатого молодого человека, работающего на Уолл-стрит и страдающего психическим расстройством: он загнан в ловушку демонстративным потреблением, а его отвращение к себе и ненависть к окружающим приводят его к все более чудовищным актам насилия. Он одержимо перечисляет мельчайшие детали одежды каждого персонажа и придает им больше значения, чем их характерам, сводя личность к дизайнерским лейблам: «Эвелин стоит возле кухонной стойки из светлого дерева. На ней кремовая шелковая блузка от Krizia, твидовая, цвета ржавчины юбка от Krizia и точно такие же, как у Кортни, туфли d'Orsay из шелкового атласа»². Персонажи Истона Эллиса потеряли собственную личность и из-за этого прячутся за одинаковой одеждой, а это приводит к постоянной путанице и, как следствие, к анонимности и апатии, которая позволяет Бэйтмену совершать убийство за убийством.

Эта кошмарная история — сатира на тревоги, доминировавшие в конце XX века, на страхи заболеть, стать бедным или незащищенным, от которых люди пытались заслониться потребительскими мечтами и верой в то, что вслед за правильной модой появится насыщенная жизнь, что внешность преодолест пустоту реальности. Ультрастиль заменяет героям романа удовлетворение от работы или радости домашней жизни и непосредственно связан с насилием. Пока дизайнерские вещи — современные тотемы власти и статуса — находятся на своем месте, держится и маска респектабельности. Сочетание контролируемого внешнего вида: тела, подтянутого в спортзале, лица со здоровым загаром и безупречных костюмов — и повседневной звериной жестокости романа шокирует, так же как и отсутствие каких-либо последствий для Бэйтмена. Многих разозлило то, что антигерой не наказан по заслугам, хотя последняя фраза романа подчеркивает безысходность заточения в этом разрушительном вихре: «Это не выход»³.

Насилие превращается в развлечение начиная с фильмов о Джеймсе Бонде 1960-х годов, таких как «Из России с любовью» (1963) и «Голдфингер» (1964). Ловкий и даже авантюрный образ агента 007 закрепил связь утонченной моды с главным мужским аксессуаром, пистолетом. Динамичное действие и удачные остроты сделали Бонда героем, которому многие хотели подражать. Его спокойный, ухоженный образ в безупречном костюме каким-то образом нейтрализовал само воздействие жестокости; он отстранял Бонда от чудовищной

реальности убийства, агент 007 оставался всегда незапятнанным, нетронутым ужасами сражений, в которых принимал участие.

Игровое представление насилия было продолжено в боевиках, новом массовом жанре, и повлияло на многие сферы культуры. Повседневную театрализованную жестокость отражала и мода. Марка джинсов Soviet в 1995 году выпустила рекламу, на которой юная модель лизала ствол ружья; явно сексуальный подтекст делал образ еще сильнее. Потребители, которые все лучше разбирались в медиа, быстро уставали от модных брендов и тенденций, а жестокие образы будоражили, добавляя привкус опасности определенной марке или наряду. В 1996 году на показе Red or Dead модели шествовали по подиуму в тесной прозрачной одежде с орнаментом из черных линий, под которой виднелись атласные бюстгалтеры. Окровавленные белые перчатки манекенщиц и ножи у них в руках контрастировали с изящными аксессуарами, черными вуалями, элегантными сумочками и аккуратными туфлями. Хотя дизайнер Уэйн Хемингуэй заявил, что эта коллекция была его протестом против ядерных испытаний, проводимых Францией в Тихом океане, внимание медиа, как всегда, привлекли шокирующие мотивы насилия в модном шоу, а не социальный протест. Некоторым такое развитие моды казалось симптомом разложения, охватившего всю популярную культуру. Маргарет Тэтчер считала это свидетельством распушенности: «Молодое поколение выросло в губительной атмосфере, где их научили, что все позволено во имя свободы»⁴.

В 1990-е годы вообще много говорили о том, что детям и подросткам показывают слишком много секса и насилия, в особенности когда критиковали компьютерные игры. В этом свете символичен персонаж Лара Крофт из игры Tomb Raider для PlayStation — девушка с соблазнительными формами и множеством оружия. Хоть ее образ вобрал в себя многие черты более ранних героинь комиксов, например Танкистки (Tank Girl), именно он стал культовым и начал использоваться в фотосессиях, представлявших последние стили высокой моды. В выпуске журнала The Face за июнь 1997 года Лара Крофт изображена то в крошечном бикини Gucci, то в костюме Alexander McQueen, с аксессуарами Uzi — она сочетала в себе эротические фантазии о сексе и власти, в ее образе ультрастиль совмещался с угрозой ультранасилия. Ей посвящено множество сайтов, на которых, правда, в основном обсуждается ее фигура. В целом этот образ, иллюстрирующий непреходящую очарованность насилием в стильном, эротизированном виде, оказал огромное влияние на массовую культуру и даже был использован в турне U2 PopMart.

Квентин Тарантино использует в своих фильмах то же постмодернистское насилие, стильное и иронично преувеличенное. «Тарантино сказал, что жестокость — лишь очередной цвет его палитры. В его фильмах столько цитат, пародий и иронии, что это похоже на правду: все обман, все выдумка»⁵. Действи-



Red or Dead, весна — лето 1996.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

тельно, и «Бешеные псы», и «Криминальное чтиво» отразили ностальгические стилизации 1990-х, распространенные и в моде того времени, но эта ирония сделала их еще более противоречивыми, так как изображение крайней жестокости и злоупотребления наркотиками в полунасмешливой манере беспокоило слишком многих.

Тарантино видел, что утонченная одежда от Agnès b делает облик его героев изысканным, и сочетал элегантные наряды с резкой, сленговой речью — благодаря этому его персонажи казались очень «крутыми», хотя большинство из них были всего лишь мелкими преступниками. Манера одеваться, жесты и стиль речи из его фильмов копировались многими, нарциссизм его мужских персонажей перебивался внезапными приступами чрезмерного насилия, одежда оказывалась выпачкана киношной кровью, подчеркивая нестабильность напускной крутизны. Но эта очевидная нестабильность не уменьшала притягательности образов Тарантино, которые стали отправной точкой для множества модных фотосессий в мужских журналах вроде Aгeпa, стремившихся присвоить этот невозможный брутальный стиль.

Некоторые зрители склонны были смешивать выдуманные кинообразы и предполагаемый рост насилия в реальности, что дополнительно осложняло споры о репрезентациях городской преступности. Желание сохранить видимость контроля над жизнью, выглядеть спокойно и уверенно в рамках

определенных, устойчивых идентичностей привело к моде на простые силуэты и структурированные, четкие стили, которые придавали престиж и значимость жестоким персонажам из фильмов и скрывали хаос городской жизни. И потребители, и производители хотели экспериментировать, новые этические правила в размытой зоне между настоящим и выдуманном постоянно оспаривались. И компании, создающие одежду, и торговцы, и фотографы, и дизайнеры все шире раздвигали границы дозволенного, чтобы привлечь внимание все более искушенных потребителей, утомленных чрезмерным воздействием на них визуальных стимулов. Это значит, что изображения насилия и степень их приемлемости постоянно ставились под вопрос во имя искусства или же коммерции. Как писал Дюркгейм: «Лихорадочная ненасытная погоня за воображаемым обесценивает наличную действительность и заставляет пренебрегать ею. <...> Люди мучаются жаждой новых, еще не изведанных наслаждений, не испытанных ощущений; но последние тотчас же теряют свою соль, как только станут известны»⁶.

Гангстеры

Желание создать новые правила, вырваться из оков общественной морали всегда было очень сильным. Те, кто чувствует, что не может обычными способами добиться высокого положения и признания, обращаются к насилию: жестокость в сочетании с узнаваемым стилем одежды говорит и об агрессии, и об альтернативной лояльности групп, которые внешнему наблюдателю кажутся сдержанными и контролируруемыми. Гангстер стал одним из первых воплощений ультрастиля и ультранасилия: элегантность в нем сочеталась с постоянной брутальной угрозой — его боялись и перед ним преклонялись, он вызывал в людях в равной мере и ностальгию, и ужас.

Любители покрасоваться, как многие итальянцы, мафиози 1930-х годов щеголяли среди уныния и нищеты американской Великой депрессии, запутывая людей и усиливая свое влияние во многих американских городах. Настоящие гангстеры, такие как знаменитый Аль Капоне, очень заботились о внешности, они были прекрасно осведомлены, что тщательно продуманный облик может помочь реализовать фантазию об установлении своих собственных правил, заложить основы своей власти. Белый наряд Капоне: сшитый на заказ костюм-тройка, рубашка ручной работы, фетровая шляпа и длинный плащ — создал поразительный образ, который сочетал в себе элементы индивидуального стиля с униформенностью, зловещий негатив темного костюма делового человека.

Стелла Бруцци в своем описании гангстеров — героев художественных произведений подчеркивает значение стиля мафиози: «Именно эти персонажи выпестовали агрессивный мужественный образ, сами они чрезвычайно тщеславны, щегольство в одежде, без какого бы то ни было намека на жен-

ственность или изнеженность, — самый важный знак их социального и материального успеха как мужчин»⁷. Богатство и, следовательно, успех гангстера измерялись качеством его костюмов, шелковых рубашек с монограммами, его безукоризненных аксессуаров, безупречной шляпы — и целиком его силуэта, который узнается с первого взгляда. Перевернутый треугольник гангстерской фигуры — такой мощный символ, что в фильмах достаточно показать лишь его тень, чтобы зрителям стало ясно, что от персонажа исходит угроза.

Тщеславие в одежде и одержимость деталями, как отмечала Бруцци, могли бы быть истолкованы как женская черта, особенно в силу того, что для поддержания образа необходимо всегда следить за собой и постоянно участвовать в потреблении. Но, что важно, угроза насилия и знание, что гангстер, настоящий или вымышленный, не какой-то пассивный потребитель, а человек действия, нейтрализует такие подозрения. Точно так же у военных — их нарциссизм и внимание к внешности считаются в обществе приемлемыми из-за связи с потенциальным насилием, долгом, дисциплиной и властью. В мире гангстеров властвует перевернутое представление об этом стереотипе мужественности. Ты можешь не чувствовать себя ценным как личность, зато ты — часть банды.

Неослабевающее внимание гангстеров к своей внешности и стремление бандитов помельче подражать безупречному стилю знаменитых мафиози постоянно демонстрировались в кино начиная с 1930-х годов. Для многих стильный образ значил больше, чем действительность преступной жизни, и они предпочитали не замечать безнравственность тех, кто создавал свои собственные этические правила и городские дресс-коды. Послания, содержащиеся в фильмах о гангстерах, таких как трилогия «Крестный отец», оставались разнонаправленными; даже если жестокость и насилие показывались в мельчайших деталях и главные герои были наказаны за свои преступления, привлекательность и сила их образов перевешивали любые нравственные уроки, которые можно было бы извлечь из кино. В 1996 году Мартин Скорсезе, вспоминая о своем нью-йоркском детстве, рассказывал, как ребенком сам хотел подражать гангстерам: «Когда мы были детьми, мы обращали большое внимание на рубашки, которые носили мафиози, и пытались их копировать... Но в магазинах таких рубашек было не найти; они всегда шились по мерке. Это для нас и означало власть»⁸.

Как и у законопослушных господ из высшего класса, избранность и высокий статус выражались в первую очередь одеждой, сшитой вручную личным портным. Майка Атанасотоса, пошившего рубашки для фильма Скорсезе «Казино» (1995), впоследствии пригласил сотрудничать лондонский модельер Дэвид Батлер. Вместе они создали рубашки — в тонкую полоску или черные с контрастными белыми воротничками и манжетами — и, таким образом,

перенесли в повседневную жизнь этот преувеличенный образ злодея. Настоящих гангстеров, от Бонни и Клайда до братьев Крэй, вспоминают со страхом, но все же их видят через розовые очки ностальгии: многим они кажутся сильными личностями, сумевшими подчинить себе закон, воплотить в жизнь свои мечты о власти и статусе — эта иллюзия очаровывает многих. Конфликт между критической оценкой стиля и завистью некоторые видят как «проявление двойного отношения американцев к закону и порядку, то есть желание порядка в целом, но и возмущение законами»⁹.

Гангстерский стиль быстро стал «классикой», которую бесконечно цитировали в моде и кино начиная уже с 1930-х годов. Смесь вульгарного показного потребления и элегантности привлекала и мужчин и женщин, тень безнравственности и насилия, которую содержит образ, только добавляла ему притягательности. Многие стремились подражать этому стилю. Французские фильмы новой волны, например «На последнем дыхании» (1959), изображали бандитов, одержимых внешним видом, и фетишизирующих образы своих американских предшественников. Фильм «Бонни и Клайд» (1967) также повлиял на моду того времени: женщины стали подражать главной героине, которую играла Фэй Данауэй, и носить береты и юбки-карандаши. О том, что в конце 1960-х годов одежда получала дополнительное звучание благодаря преобразующей силе фильмов и какие причудливые сочетания из-за этого получались, рассказывала и писательница Андже́ла Картер: одна девушка, например, наряжаясь на вечеринку, «откопала на чердаке свой старый школьный берет, потому что увидела Фэй Данауэй в фильме „Бонни и Клайд“»¹⁰.

Этот фильм получил широкий успех в то время, когда многие устали от необходимости делать вид, что шокированы, и желали новых ценностей и свобод. Деструктивные образы грабителей воспроизводились в бесчисленных модных фотосессиях: одни из самых примечательных в этой череде — черно-белые фотографии Петера Линдберга, опубликованные в британском *Vogue* в мае 1991 года. Дополнительную двусмысленность снимкам придавало то, что и Бонни, и Клайда у Линдберга изображали модели-женщины. Еще один эпизод соприкосновения настоящего мира преступности и фантазийного мира моды относится к 1995 году: газета *Independent* сообщила¹¹, что жена судьи, убитого мафией, пожаловалась на включение модным домом *Dolce & Gabbana* гангстерских образов в свою коллекцию осень — зима 1994/95. Это лишь подчеркнуло большую разницу между реальной жизнью мафии и гламурными представлениями о ней.

Перенесенный в женскую одежду, гангстерский стиль в первую очередь эротичен: сексуальность тут возникает благодаря контрастирующим мужским и женским составляющим, присутствующим в нем, и это соположение женственности и потенциальной агрессии, самолюбования и насилия продолжает будоражить людей несмотря на протесты блюстителей морали. Стиль *Dolce &*

Gabbana всегда беззастенчиво использовал этот сильный итальянский образ. В 1992 году Стивен Майзель снял рекламу для этого модного дома: на улицах города стоит в вызывающих позах группа шикарных моделей в черных кожаных фуражках, черных ботинках по щиколотку и куртках с широкими отворотами в стиле 1930-х годов — монохромное, гипертрофированное клише гангстерского образа. При этом крошечные шелковые бюстье и тонкие чулки передают женственную сексуальность, контрастируя с мужским покроем их белых рубашек и черных галстуков. Девушки насмешливо смотрят на зрителя, и это только усиливает впечатление от их одежды и поз, имитирующих гангстерские. Они играют в мафиози, их пиджаки и кожаные перчатки пародируют мужской нарциссизм, ностальгический флер покроя смешивает образы настоящих и выдуманных гангстеров — иконический дресс-код готов для потребления. Взаимообмен между законными и противозаконными стилями может кому-то показаться безвкусным, но он неизбежен в силу того, что в постмодернистское время в практиках цитирования смешиваются те зоны, которые прежде были четко разграничены в культуре.

Гангста

«У насилия также множество функций: насилие как разгрузка, насилие как коммуникация, насилие как игра, насилие как самозащита, как утверждение, исследование или разрушение себя, насилие как побег из реальности, насилие как самое здоровое решение в определенной ситуации»¹².

Рэперы-гангста начала и середины 1990-х годов рассуждали об использовании насилия во всех этих функциях. Их бескомпромиссность и кричащая внешность свидетельствовали об их злости и фрустрации так же красноречиво, как их прямолинейные тексты.

Они вышли из среды чернокожих калифорнийских музыкантов и отражали настроения подростков, все больше ожесточавшихся, не желавших больше ждать, когда их беспросветное положение изменят политики, и пытавшихся утвердить свою власть с помощью нового музыкального и визуального стиля. В начале 1990-х годов в больших американских городах началась новая волна жестоких преступлений, и распространялась она из гетто этнических меньшинств. В отличие от исторических гангстеров, к которым отсылало само название этой субкультуры, гангста не гнались за элегантностью и для субверсивного стиля использовали не традиционные костюмы, а повседневную спортивную одежду, которая была в Америке символом здоровья и тренировок на свежем воздухе. Рэп и хип-хоп к тому времени уже фетишизировали фирменную спортивную одежду и обувь: знаменитая песня «Мои адидасы» (My Adidas) Run DMC, рэперов старой школы, стала настоящим хвalebным

гимном, воспевающим кроссовки. Однако гангста-рэп ушел намного дальше от мейнстрима: в его дресс-коде появляется рабочая одежда, а также отсылки к тюремной форме — светлые джинсовые рубашки и мешковатые джинсы, которые носили спущенными, так, чтобы была видна резинка трусов-боксеров.

Сначала они были просто отголоском уже устоявшейся рэп-сцены Нью-Йорка, но потом гангста Западного побережья быстро развили свой собственный, более агрессивный стиль. Важнейшим элементом субкультуры был опыт гетто и порожденные им злость и негодование, гангста восставали против миролюбивости и панафриканизма групп вроде De La Soul. И в музыке, и в моде они постоянно обращались к стрельбе, торговле наркотиками и сексуальному доминированию как знаку власти, а не деградации; статус человека устанавливался исходя из угрозы и опасности, которые нес его образ. Белл Хукс писала о гангста-рэпе: «Стоит рассматривать его не как субверсию или разрушение нормы, нам необходимо увидеть в нем воплощение нормы»¹³. Доминирование и исключительная власть мужчин в обществе, использование угрозы для обогащения, по мнению Белл Хукс, присущи американской культуре в целом. Однако, отраженные в зеркале маргинальной группы — чернокожей молодежи, эти черты показались всем новыми и опасными.

Такие группы, как NWA (Niggaz With Attitude), говорили о своем настоящем опыте бандитской жизни, выражая презрение к белому обществу. Хотя многие считали саму идею гангста-рэпа оскорбительной, находились и те, кто его защищал. Эндрю Росс писал об этом феномене: «Уже четверть века чернокожие политики занимают ключевые посты, при этом экономические войны ведутся почти непрерывно. Неудивительно, что дети считают, что могут быть искренними только в музыкальном жанре, — благодаря иронии и творческому самовыражению мечты становятся намного ближе, а активных действий от политиков все равно не дождешься»¹⁴.

Постоянно изображая черную молодежь в негативном свете, пресса и телевидение их демонизировали, а рэперы-гангста, в свою очередь, подыгрывали стереотипам, в которые их загоняла расистская культура. Они получали удовольствие от разговоров о насилии и бандитских войнах, с радостью показывая журналистам коллекции оружия и хвастаясь новообретенным богатством.

Гангста происходили из бедных, маргинальных слоев общества, их система лояльности уже сформировалась, и у них не было ни малейшего желания становиться частью мейнстрима. Если прежние рэперы, например Public Enemy, использовали агрессивные позы и одежду, похожую на военную форму, чтобы напоминать окружающим о борьбе за права чернокожих и деятельности Малкольма Икса, то гангста носили жесткую черную кожу и тяжелые ботинки Palladium, чтобы утвердить свой собственный, уже существующий суровый стиль жизни, а не искать изменений.

Во многом стиль гангста опирался на представление о черной маскулинности, сформировавшееся благодаря образам героев Blaxploitation («черного эксплуатационного кино») начала 1970-х годов, например фильмов «Шафт» (Shaft, 1971) и «Свит Свитбэк: песня мерзавца» (Sweet Sweetback's Baadasssss Song, 1971), — а также сутенеров и жуликов, которые населяли страницы книг Айсберга Слива, например его романа «Сутенер, история моей жизни» (Pimp, A Story of My Life, 1967). Персонажи фильмов и книг утверждали свой статус с помощью преступлений и агрессии, а их вульгарная одежда кричала о деньгах, которые они получали незаконными способами, не смиряясь со своей изначальной бедностью, а бросая вызов обществу. Они гордились своим внешним видом — тут снова мы видим нарциссизм с оттенком угрозы. Белая культура навязывала черной маскулинности перформативный характер, вынуждая черных мужчин ограничиваться стереотипными ролями спортсменов и танцовщиков, но новые чернокожие персонажи 1970-х годов, Джон Шафт и Крутой (SuperFly), перенимали представление о мужественности как спектакле, при этом явно противопоставляя себя мейнстриму. Джон Шафт, частный детектив, которого играл бывший манекенщик Ричард Раундтри, уже в первых кадрах фильма появлялся на экране в водолазке, брюках-клеш и кожаном плаще. Его образ был хорошо продуманным и убедительным: силуэт, демонстрировавший зрителям высокий статус Шафта, сочетался с его чувством стиля, вкусом искушенного городского жителя. Облик черного детектива противопоставляется потрепанному белым гангстерам, которых он побеждает в течение фильма.

Жалобы в адрес гангста свидетельствовали о том, что общество тревожит их образ жизни — тот, о котором рассказывал речитатив их песен, — и влияние, которое рэперы могут оказать на поклонников, ведь и белые подростки начали перенимать их стиль как верный способ привести в бешенство своих родителей. Однако настроения несколько изменились после «Дела Родни Кинга». Кинг был молодым черным мужчиной, которого в 1992 году избил полиция Лос-Анджелеса, и это было снято на камеры видеонаблюдения. Полицейских оправдали, и из-за этого в Лос-Анджелесе начались бунты. Вот тут-то и выяснилось, что храбрость гангста — пустая бравада. В столь напряженной ситуации бравада гангста внезапно обнаружила свою бессмысленность. Музыканты отразили в своих песнях мрачные настроения того времени, продолжая при этом носить спортивную и рабочую одежду с золотыми украшениями — это был их фирменный стиль. Э. Росс писал о рэпере Snoop Doggy Dog, что тот воплотил собой «холодную мужественность, усвоенную в окружении врагов и напоминающую о тех временах, когда необходимо было сохранять нейтральное выражение лица, маску невозмутимости под взглядами белых»¹⁵. Гангста продолжали использовать показное потребление, чтобы бросать вызов своим недоброжелателям, однако отсылки к насилию почти исчезли из их творчества.

В 1997 году убийство двух известных рэперов, Тупака Шакура и Бигги Смолза, подчеркнуло опасности их образа жизни и мрачные настроения усилились.

Скинхеды

Их униформа проста, но всегда педантично соответствует строгому боевому дресс-коду: ботинки Dr Martens, штаны Sta-Press, красные носки, подтяжки, рубашка Ben Sherman и пальто Crombie — именно так теперь в основном выглядели зрители на спортивных трибунах. В мире футбольных хулиганов уважения добивались с помощью одежды и насилия¹⁶.

На трибунах в Великобритании дрались и в 1920–1930-х годах, но именно в 1960-х новое течение — моды — по-настоящему закрепило связь между лояльностью группировке, насилием и стилем. В конце 1960-х годов самые отчаянные моды образовали отдельное движение скинхедов, которые вымещали злость, возникавшую в среде рабочей молодежи из-за чувства социальной отверженности, на тех, кто не придерживался их униформенного стиля.

Образ Джо Хокинза, антигероя скинхедовских книг Ричарда Аллена — в том числе романов «Скинхед» (Skinhead), «Сьюдхед» (Suedehead) и «Побег скинхеда» (Skinhead Escapes), написанных в начале 1970-х годов, — отразил дерзкое, brutальное поведение, свойственное представителям этой субкультуры, и их щепетильность в соблюдении дресс-кода. Сын портового рабочего, Хокинз ненавидел пассивное поколение своего отца, которое опустило руки и просто наблюдало за тем, как традиционные производства приходят в упадок и простые рабочие, занимающиеся ручным трудом, становятся никому не нужны. Джо больше не мог мириться с жалкими домами и бедностью своих товарищей, отсутствием у них какой-либо надежды на будущее и, как гангста, хотел создать новую идентичность «в окружении врагов», на основе социального антагонизма. Новая идентичность помогла бы почувствовать собственную ценность и одновременно общность с другими скинхедами, хотя Хокинз верил, что он обладает своей собственной индивидуальностью, что он особенный. Одежда, которую он носил, передавала его ностальгию по «британскому» рабочему классу (образ во многом выдуманный), грубый маскулинный стиль включал в себя элементы рабочей одежды, которые превращались в фетиш. Важнейшей его составляющей, которая делала образ опасным и угрожающим, были ботинки Dr Martens: «Без ботинок [Джо] был частью обычного стада — как его отец, ничем не примечательный работяга. Джо гордился своими ботинками. Большинство из его приятелей носили новые башмаки, продававшиеся втридорога в магазине на Хай-стрит. Но только не Джо. Он носил настоящие армейские ботинки: на толстой подо-

шве, шипованные, их было тяжело носить, но и удар по ребрам они наносили тяжелый»¹⁷.

Скинхеды то и дело пытались «устроить заваруху» и пустить в дело эти ботинки вместе с другим самодельным оружием, и это, конечно, вызывало возмущение общества. Газеты пестрили отчетами о насилии «бритоголовых», их стиль стал синонимом жестокости. Битвы между скинхедами и модами в прибрежных городах по выходным стали традицией. Полиция пыталась пресечь драки, конфискуя ремни и шнурки у скинхедов, приезжавших на курорты. Видимо, стражи порядка рассудили, что невозможно драться, если с тебя спадают штаны и ботинки.

Несмотря на то что они сами провоцировали стычки, скинхеды чувствовали себя оскорбленными жертвами, частью обездоленного низшего класса. Им было горько от того, что их положение в обществе так незавидно, и они выдумали себе прошлое, считая, что раньше-то люди могли гордиться по крайней мере тем, что они британцы. Теперь же, по мнению скинхедов, средние классы пользуются бедственным положением рабочих и ожидают, что те безропотно примут свой удел. В 1996 году скинхед Джордж Маршалл выразил это ощущение в своей книге «Нация скинхедов» (Skinhead Nation): «Немногие счастливицы могут сидеть в винных барах, разодетые в костюмы от Ханса ван Коотена, платья от Анн Демельмейстер и с улыбками от Persil Automatic, остальные же должны сражаться за тряпье массового производства, которым забиты магазины на Хай-стрит»¹⁸.

Ощущение, что тебе недоступны даже товары широкого потребления, стало причиной фетишизированной природы скинхедовского стиля. В книге Ника Найта, посвященной субкультуре скинхедов, опубликована и «Модная записная книжка» Джима Фергюсона, предоставившая примеры для подражания всем тем, кто хотел возродить движение в 1980-е годы в Великобритании, а также для первых американских скинов 1980-х.

Некоторые американские скинхеды, как и некоторые их предшественники в Великобритании, пытались сделать образ мультирасовым, однако многие представители субкультуры были вовлечены в радикальные правые организации, такие как британский Национальный фронт (National Front), и отстаивали свое представление о национальной идентичности. Поэтому сторонники многонациональности субкультуры, те, на которых повлияла музыка ска, например группа The Specials, в конце 1970-х — начале 1980-х годов не были услышаны. Надо понимать, что движение скинхедов развивалось в Великобритании во время расового напряжения. «Закон о расовых отношениях» 1965 года (Race Relations Act) был доработан в 1968 году: он запрещал расовую дискриминацию и расширял права этнических меньшинств, что приводило в бешенство националистов. Раздражение усилилось еще больше после выступлений

консервативного парламентария Джона Эноха Пауэлла, враждебно относившегося к мигрантам. В 1968 году он произнес печально известную речь «Реки крови», в которой заявил, что если мигранты из Африки, Азии и Карибского региона не будут выдворены из страны, повсюду начнутся восстания. После этих заявлений Пауэлл потерял министерский пост, но скинхеды уже услышали главное — подтверждение того, что их притесняет не только средний класс, но и этнические меньшинства. Это негодование было кристаллизировано в яростном расизме музыки Oi! — одного из новых направлений рока, появившегося в конце 1970-х годов. Такие группы, как Skrewdriver, отражали настроения белых нацистов и стали популярны у многих скинхедов по обе стороны Атлантики.

В Америке скинхедовская музыка была ответвлением панка. Музыкантов-скинхедов было относительно мало, и они стремились держаться вместе, им хотелось казаться жестче панков, кроме того они были подвержены влиянию ультраправых организаций, которые искали молодую аудиторию. Британские субкультуры, возникшие раньше, не смогли завоевать Америку, частично из-за разницы настроений, царивших в Британии и США после Второй мировой войны, а также из-за того, что в Соединенных Штатах намного больше юношей и девушек учились в колледже и создавали субкультурные группы внутри вузовских структур. Джек Б. Мур отмечал в своей книге «Скинхеды брились для битвы: культурная история американских скинхедов», что моды, аккуратные до одержимости, казались американцам слишком женоподобными, а скинхеды задели за живое — особенно бедных белых, живших на периферии городов с большой долей чернокожего населения, таких как Атланта. Там молодые люди чувствовали себя такими же отверженными, лишенными нормальной жизни и надежд на будущее, как и британские скинхеды, и поэтому приняли их субкультуру, их манеру одеваться и вести себя. Правда, дотошное внимание к деталям так и не стало чертой субкультуры американских скинхедов, а вот вспышки беспричинного насилия — вполне. Их гнев был в меньшей мере вызван классовыми причинами, но они тоже отрицали традиционные авторитеты. Свою ярость они выплескивали среди прочего на страницах многочисленных фэнзинов — журналов для болельщиков. С помощью этих журналов распространялась и музыка Oi! — альбомы ультраправых британских групп, большинство из которых были связаны с Национальным фронтом. Скинхедами стал интересоваться и ку-клукс-клан, ища в них поддержки для потенциальных расистских выступлений. Однако скинхедов в Америке никогда не было так много, чтобы они вызывали возмущение общества, как это случалось в Великобритании, где музыкантов из группы Skrewdriver однажды даже арестовали за ношение униформы¹⁹, похожей на скинхедовскую. К концу 1980-х годов на скинхедов смотрели с таким же страхом и ненавистью, как и на ку-клукс-клан в 1950-х. Джек Б. Мур считал, что главной чертой субкультуры

туры был гнев, направленный на все сразу и ни на что в отдельности: «Скинхедам нравится беспорядок. Они — короли хаоса. Многие недалеко ушли от желания разрушить общество, без особого желания перестроить его»²⁰.

Заигрывание скинхедов с фашистской символикой только укрепило негативное отношение общества, и бритые головы 30 лет подряд были синонимом бессмысленной ненависти. В начале 1990-х годов предпринимались попытки интегрировать элементы их стиля в массовую моду, но в целом они провалились; скинхеды — слишком опасные «страшилища», чтобы стать частью гламурной сказки в мейнстриме. Тем не менее забавно, что их стиль в 1980-е годы успешно переняла лондонская субкультура геев, сделавшая частью своих образов летные куртки MA1 цвета хаки, джинсы Levi's, ботинки Dr Martens и короткие стрижки. Ироничным образом стиль нетолерантных скинхедов стал фетишизироваться за грубую мужественность и ощущение контроля, возникающее из-за его униформенности, — те самые элементы, которые когда-то привлекали простых парней из рабочих кварталов Ист-Энда.

Панки

В отличие от скинхедов, панков в середине 1970-х годов больше заботила визуальная, а не физическая конфронтация. Их стиль кричал о хаосе и анархии, атаковал истеблишмент образами и словами, отказываясь от контролируемой благополучной внешности, маскировавшей насилие под респектабельным видом. Панки, как и скинхеды, тоже использовали свастики, но не из-за того, что были связаны с радикальными националистическими организациями, а потому, что отчаянно хотели шокировать общество и войти с ним в конфронтацию. Панковский стиль одежды отражал «желание предельного напряжения, чувство разочарования и использование одежды как главной формы выражения личной политической позиции. Черная одежда сама по себе обозначает и драму, и замкнутость на своих переживаниях»²¹.

Это желание интенсивного и непосредственного опыта свидетельствовало об отвращении панков к современной им популярной культуре, а также к истеблишменту. Музыка, мода и существующие субкультурные стили — все казалось неподходящим для жизни молодежи, которую воротило от самодовольства глэм-рока и усталого восстания стареющих хиппи. Панки выражали скуку и презрение к традиционной морали с помощью набора символов, взятых с изнанки культуры мейнстрима. Фашистские образы обеспечили им дурную славу и вызвали неприятие старшим поколением. Это пренебрежение к серьезным и оскорбительным значениям символов, игровое и ироничное использование самых презираемых и чудовищных эмблем века создало образ эффектной провокации, возмущавшей общество и в последующие десятилетия.

Присвоение атрибутики угрозы и насилия отражалось и в исполнительском стиле Сиды Вишеса и Игги Попа, которые на концертах разбивали стекла и резали себя — панк был коллажем из плохого вкуса и темных образов. Нигилистической браваде самоувечий вторило увлечение пирсингом. Панковский стиль был эгоцентричным, он демонстрировал нанесенные себе раны безвольному и равнодушному обществу, которое панки угрожали разрушить своей анархистской графикой и бунтарским музыкальным стилем.

На концертах панки возмущали и провоцировали публику: музыканты стремились отталкивать и вызывать враждебную реакцию у аудитории, а не соблазнять ее, заставляя верить в Спектакль. На Малкольма Макларена, в то время партнера и соратника модельера Вивьен Вествуд, оказали влияние идеи ситуационизма конца 1960-х годов, в частности книга Ги Дебора «Общество спектакля», которая вышла в 1967 году. Дебор говорил о главенствующей роли массмедиа: «Спектакль — это не совокупность образов, но общественное отношение между людьми, опосредованное образами»²². Макларен использовал провокационные слоганы и очевидный плагиат — техники Ситуационистов, — чтобы атаковать скуку и фрустрацию консюмеризма, он стремился сделать так, чтобы в медиа говорили о панках как можно чаще. Макларен создал продюсерскую компанию Glitterbest и был менеджером разных рок-групп, самые известные из которых — Sex Pistols и New York Dolls, а также работал вместе с Вивьен Вествуд. Магазин на Кингз-роуд, название которого то и дело менялось, отражая преобладающую в настоящий момент идею дизайна, например «Секс» (Sex) в 1974 году и «Бунтарства» (Seditionaries) в 1976-м, был местом силы и вдохновения для молодых панков. Он привнес субверсивные стратегии художественной школы в ранее спокойный мир продаж, превратив потребление в анархическое действие, опасное и несущее в себе угрозу. Панк создал другой мир, параллельный «норме» городов: в нем тощие молодые люди в бондажных костюмах и рваных свитерах-сетках хвастались жестокими секретами садомазохизма и ликовали от всеобщего возмущения, которое они неизбежно вызывали у окружающих.

Если в более ранних субкультурах женщинам отводилась скорее маргинальная роль, главные образы были мужскими, а одежда женщин имитировала их, то панк дал женщинам сильный, хоть и пугающий дресс-код. Этот стиль издевался над общепринятыми представлениями о женственности и предпочитал шокировать всех вокруг — рваными колготками в сеточку, пластиковыми мини-юбками и безвкусным, неестественным макияжем. Как указывалось в одной из статей, посвященных моде того времени: «Захватив образы сексуальных извращений и изменив значение бондажной одежды, Вествуд впервые сделала моду молодых женщин угрожающей и откровенно враждебной»²³. В этом образе сочеталась показная сексуальность проституток с насилием и резким отказом от сексуального приглашения. Хотя эти образы были тревожными, они

по крайней мере освобождали женщин от необходимости стремиться к идеалу красоты или подгонять свое тело под тот силуэт, который сейчас был в моде.

Вествуд хорошо понимала, почему такая одежда вызывала беспокойство: «Нас интересовало то, что воспринималось как бунтарское, потому что мы хотели позлить англичан — и лучшим способом сделать это был секс»²⁴.

Несмотря на сексуальную революцию 1960-х годов, большая часть Великобритании продолжала консервативно относиться к сексу. Вествуд считала дизайн средством выразить и утвердить личную политическую позицию и играла на этой тревоге, открыто говоря о тайных желаниях, используя порнографические образы и слоганы.

Хотя панк, может, и не сверг ненавистный истеблишмент, не устроил настоящий бунт, а вместо этого с годами принялся имитировать самого себя, и в начале 1980-х годов панки с ирокезами стали такой же лондонской приметой, как и красные двухэтажные автобусы, — однако этот стиль оказал глубокое влияние на моду. Новый принцип «сделай сам» породил плеяду молодых дизайнеров, которые теперь не только придумывали образы, но и создавали одежду и аксессуары своими руками, а также продавали собственные работы в маленьких магазинах или за прилавками на рынках. Панк повлиял и на таких модельеров, как Джон Гальяно и Рей Кавакубо, которые пытались раздвинуть границы от-кутюр. Кроме того, были разрушены прежние представления о том, что культуре необходима некая predetermined идея красоты и совершенства. Панк вошел в модный словарь как обозначение аморального бунта, и его заветы отразились в 1990-е годы на поколении Икс. Этот термин Дугласа Коупленда (а еще название панковской группы Билли Айдола — Generation X) обозначает поколение, пришедшее на смену беби-бумерам, — немотивированных и циничных молодых людей между двадцатью и тридцатью, которых все считали оболтусами. Поколение Икс стремилось дистанцироваться от показного потребления и крикливых стилей предыдущего десятилетия, и панк оказал заметное влияние на их стиль. Позже на смену панку пришел неопанк, в центре внимания которого оказалась не одежда, а сам человек и его тело — отсюда повальное увлечение в 1990-е татуировками и пирсингом и на улицах, и на подиуме. Благодаря бунтарям-панкам дизайнеры и имиджмейкеры стали искать новые определения красоты, которые бы отражали разочарование молодежи, а не идеалы и моральные установки их родителей.

Героиновый шик

На пресс-конференции в мае 1997 года американский президент Билл Клинтон привлек внимание к проблеме, которая, на его взгляд, была основной бедой современной моды: «Прославление героина — не творческий, а разрушительный

процесс. Это не красиво, а уродливо. Это не имеет отношения к искусству, а имеет отношение к жизни и смерти. Прославление смерти — зло для любого общества»²⁵. Его слова были вызваны трагической смертью 21-летнего фешен-фотографа Дэвида Сорренти, который умер от передозировки наркотиков, и бесчисленными фотографиями чахлах моделей, лежащих в обшарпанных интерьерах, — эти образы были очень распространены в 1990-е годы. Клинтон продолжал: «Люди начинают от этого умирать, и становится очевидно, что это все обман, и не надо прославлять наркотическую зависимость, чтобы продавать одежду»²⁶.

На заявление президента модный мир отреагировал по-разному. Некоторые считали, что он произнес вслух то, что страшило многих людей, задействованных в модной индустрии. Британская журналистка Брэнда Полан написала в газете *The Daily Mail*: «Вчера [когда Клинтон осудил „героиновый шик“] по миру модной индустрии разносились прерывистые аплодисменты. Веское слово президента поддержало мнение многих, работающих в моде»²⁷. Другие, особенно те, кто уже уходил от «героинового шика» и экспериментировал с новыми стилями в моде и фотографии, говорили, что наркоманские образы все равно уже не модны и слишком поздно их критиковать.

Британский фотограф Коринн Дэй защищала образы «героинового шика» как более честные и реалистичные, чем те, что показывали совершенство и гламур, как попытку покончить с традиционными модными репрезентациями недостижимой красоты. Дэй сделала много для того, чтобы увести моду от беспощадного совершенства, она снимала нешаблонных моделей в городских декорациях, что, на ее взгляд, лучше отражало жизнь молодых людей. На фотографии 1995 года, которая называлась «Джорджина, Брикстон» (*Georgina, Brixton*), модель лежит на полу в крохотной убогой комнате. Дешевый грязный ковер и безликий фон — противоположность роскошным интерьерам, к которым привыкли читатели глянцевого журналов. На модели надето откровенное красное белье, контуры которого подчеркиваются черной кружевной окантовкой. Но тут совсем нет эротики и вожделения, тонкое тело девушки скручено, и кажется, она не замечает, что на нее нацелен объектив камеры. Образ заставляет задуматься о фальшивости гламурной и соблазнительной моды, свидетельствует о стремлении к реализму в модных образах — но такие фотографии виделись большинству людей, в том числе и американскому президенту, как восхваляющие наркотическое опьянение.

В конце XIX века увлечение наркотиками, особенно в богемной среде, стало ассоциироваться со слабостью и, следовательно, с женственностью. В живописи того периода употребление наркотиков часто изображается в экзотических восточных контекстах. До этого художники XIX века, например Делакруа, изображали североафриканских женщин как томных соблазнительниц с пыш-



Antonio Berardi, осень — зима 1997/98.
Фото Найалла Макинерни © Bloomsbury Publishing Plc

ными телами, раскинувшихся на диванах в небрежно запахнутых одеяниях сочных цветов, куря кальяны. Такие образы резко контрастировали с более формальным западным костюмом, удерживающим человека в определенных рамках, да и в целом с представлениями о благоприличии. Наследником этих образов стал курильщик опиума — человек, не чуждый экзотике, не такой, как все, и не придерживающийся строгих нравов. Но в конце века многое изменилось. На картине Дега «Любительница абсента», написанной в 1876 году, алкоголь сильно воздействует на женщину, затормаживает ее, превращает в оцепеневшую бесцветную куклу, обернутую в унылое тряпье. Она смотрит в одну точку и, кажется, ничего не видит, она лишена полноценной жизни, загнана в ловушку и парализована, ее губит желание удовольствий, которые

дарит изумрудная жидкость. И ее остекленевшие глаза, и неприглядная обстановка повторятся во многих модных образах конца XX века.

Образы любителя абсента и курильщика опиума воплощали собой страхи перед вырождением, распространенные в то время. Опиум ассоциировался еще и с угрозой вторжения чужестранцев, так как его курили в основном в китайских кварталах Лондона и Нью-Йорка. Этот наркотик стал одним из главных символов культурного упадка и извращения. Характерно описание опиумного притона у Конан Дойла в одном из рассказов о Шерлоке Холмсе. Анализируя этот фрагмент, Марек Кон отмечает: это место «притягивало любопытствующих, праздных исследователей социального дна... Это были те, для кого такое зрелище было радикально „иным“, те, в ком фантастические картины тел, застывших в причудливых позах, не высекали ни искорки эмоций»²⁸.

Власти долгое время будто не замечали притонов и стали обращать внимание на их существование только на рубеже веков, когда с наркотиками начали экспериментировать юные отпрыски аристократов, которых тянуло исследовать дно городской жизни. Это, а затем и повальное употребление наркотиков военными, возвращавшимися с фронта во время Первой мировой войны, все больше демонизировало различные типы наркотиков, которые прежде находились в легкой доступности. Например, в 1916 году в Великобритании морфий продавался в универсаме Harrods. Каждое общество определяет, что хорошо, а что аморально, исходя из представления о «норме», и западное общество на рубеже веков эту норму изменило: некоторые наркотики уже больше не считались лекарством. Теперь тех, кто их употреблял на законных основаниях, стали считать ненормальными наркоманами²⁹.

В XX веке общество становилось все более раздробленным, расщеплялись и представления о морали: социологи отметили, что различные нравственные установки могут использоваться в одном обществе одновременно в разных социальных группах. В конце XX века «девиантное» поведение героинщика покорило мир моды, и эти перемены пошли вразрез с ожиданиями читателей глянцевого журналов, которые привыкли к ясным и понятным образам с надежными значениями. Теперь же журналы передавали ощущение неуверенности в себе и в будущем, потери контроля. Лидз и Уокер, изучавшие героиную зависимость в конце 1970-х годов и связанные с ней моральные установки и суждения, писали: «считается та или иная деятельность „добром или злом“, а ее участники „хорошими или плохими“... зависит от социальной (и нравственной) позиции, с которой на них смотрят. Например, для некоторых наркоманов запрещенные наркотики — добро... а для разных борцов с наркотиками они — очевидное зло»³⁰.

Конфликт, возникший из-за изменения моральных установок и несоответствующих представлений о нравственности у разных социальных групп, вы-

ражен в полярных реакциях на рейв 1980-х годов. В обществе распространялся ужас перед героиновой зависимостью и в 1980-е многие боялись попробовать этот наркотик, а культура рейва предлагала ему альтернативы, казавшиеся менее опасными, менее зловещими — по крайней мере так думала молодежь. Рейверы создали положительный образ легких наркотиков, в первую очередь экстази — чуть ли не благотворного, по их утверждениям, вещества, которое дарит людям яркие позитивные ощущения. Это было частью того ностальгического праздничного мира, который основывался на сентенциях о любви и ненасилии, пришедших из культуры хиппи 1960-х годов. Анджела Макробби описывала эту фантазию о безвредном развлечении так: «Это культура наркотиков, которая притворяется невинной и использует язык детства»³¹.

Однако в 1990-е годы, время экономического кризиса, героин стали воспринимать по-другому. Доктор Роберт Миллман, работавший в наркологической программе в Медицинском центре университета Нью-Йорка, писал: «Раньше мы ассоциировали героин с бедняками, неудачниками, теми, кто рано или поздно заболевает СПИДом. Средний класс не хотел иметь с этим ничего общего. Сейчас же героин приобрел определенный шик, это действительно так. Теперь его окружает аура романтики, приятного волнения и темных сил»³².

Очарование тьмой — важная составляющая притягательности наркотиков, а также фотографий, ассоциирующихся с «героиновым шиком». Заигрывание с опасностью, излишествами, пусть только вуайеристически, с помощью визуальных образов, присуще обществу, которое постоянно ищет новых ощущений.

Героин в 1990-е годы стал более доступным из-за новых схем торговли. Если раньше его привозили только из Азии, то теперь наркомаршруты были проложены и из Колумбии, и его начали использовать во всех слоях общества. Это, в сочетании с неприятием показной роскоши 1980-х годов, привело к тому, что сфера модной индустрии стала создавать новые образы «потрепанного гламура», выражающие смутные тревоги конца тысячелетия.

Барбара Липперт, колумнист-рекламщик из Нью-Йорка, писала в 1997 году: «В медийной культуре уже использовали и всевозможные сексуальные акты, и любые татуировки, и любой мыслимый пирсинг, но образы должны становиться все экстремальнее, пока не дойдут до смерти... И вот они до нее дошли»³³. Франческа Сорренти, мать Дэвида Сорренти и сама фешен-фотограф, писала о наркотиках в жизни тех, кто занимается модой: «Героиновый шик — не то, что мы выдумываем, это то, что мы есть. Наш бизнес стал героиновым шиком. И некоторым из тех, кто его фотографирует, приходится пробовать тяжелые наркотики»³⁴.

И гранж начала 1990-х, и возрождение панка отразили общий упадок, ощущение безнадежности во время экономического спада. Мрачные настроения

стали также результатом отчаянного индивидуализма и отрицания любой коллективной деятельности, доминировавших в предыдущую эпоху. Считалось, что каждый человек должен стать независимой личностью, но слом традиционных ролей на работе и дома создал у всех беспокойное ощущение неопределенности, настоящее казалось неясным, а будущее еще более смутным. Это сравнимо с взрывом подростковой тревоги, породившим панк. Но если панк выставлял напоказ ненатуральное, чтобы подрывать общепринятые моральные установки и представления о стабильной идентичности, молодые фотографы и дизайнеры эпохи «героинового шика» заявляли, что их стиль естественен и отражает настоящую жизнь. Однако этот стиль был настолько связан с образами употребления героина, что утверждения об отражении реальности вызывают большие сомнения.

Рассуждая о героиновой зависимости 1980-х годов, Мартин Чалмерз³⁵ говорит о том, что употребление наркотика было знаком подавленного гнева и неповиновения. Возможно, именно поэтому стиль «героинового шика» пришелся по вкусу поколению молодых людей, чувствовавших, что их существование разительно отличается от юности родителей, которые раньше могли рассчитывать на стабильное будущее. Из-за экономического спада начала 1990-х годов пропала всякая уверенность в том, что у тебя будет работа и дом, в Великобритании и Америке нарастало разочарование политикой правительства, новое поколение ощущало, что политическая система не учитывает его нужды, совсем не принимает во внимание его проблемы.

Мода, как всегда, соответствовала духу времени. Музыка, кино и литература также всю эксплуатировали тему темной стороны городской жизни. Такие фильмы, как «Аптечный ковбой» (1989) и «На игле» (1996), рассказывали о сумрачном наркоманском мире, напоминая зрителям и о культовом фильме 1981 года «Мы дети станции Зоо», и о книгах Ирвина Уэлша и Уилла Селфа. В музыке все эти настроения выразила американская группа Nirvana. Как писал Джон Сэвидж в журнале The Face в апреле 1997 года: «Nirvana вывела тьму на свет, но это оказалось опасным занятием. Люди не ассоциируют тебя с терапевтической функцией выставления тени напоказ; они ассоциируют тебя с этой тенью»³⁶.

Помятые образы одурманенных наркотиками людей, чрезвычайно распространенные в 1990-е годы, могли бы быть интерпретированы как гневное неприятие отретушированных представлений о красоте модных журналов, выступление тех, кто, по словам Чалмерза, «объявляет отчаянную войну здоровому телу без меток и здравому смыслу»³⁷. Героиновые образы демонстрировали вызывающе несовершенное тело и тревожный взгляд на мир. Они были реакцией на ощущение уязвимости и неуверенности в обществе, которое так много значения придает внешности. Чалмерз писал: «Игра с телом, противопо-

ставленная работе над ним ради поддержания его в форме, была одновременно знаком угнетенности и ниспровержением этого давления»³⁸.

Когда люди чувствуют, что потеряли контроль над жизнью, они часто обращаются к своему телу, используя его как единственное, что еще могут контролировать, и демонстрируют эту власть саморазрушительными и вызывающими действиями. Стиль «героинового шика» шел вразрез со всеобщими представлениями о том, что модный образ представляет покорную женственность. Легализация образов происходит в медиа, которые обычно показывают нам проекции того, какими мы хотим стать. Однако в образах «героинового шика» этот амбициозный вуайеризм отрицается, мы видим лишь изображения человеческой хрупкости, и это коробит нас и выбивает из колеи.

Желание создать декадентский образ, в котором бы сочетались показное потребление и неуважение к существующим нравственным устоям, не ново. В 1970-е годы такие дизайнеры, как Холстон и Ив Сен-Лоран, играли с представлениями об удовольствии, излишестве и смерти — на фотосессиях с их коллекциями модели в роскошных нарядах сняты в сомнительных гламурных декорациях. Звучащие в их работах темы неоднозначности гендера и сексуальности мы видим и в 1990-е годы, и важно, что работы Холстона и Сен-Лорана стали источником вдохновения для современных дизайнеров. Похожим было и проникновение выдуманных образов в реальную жизнь дизайнеров. И тот и другой жили в расточительном избытке. Сен-Лоран ориентировался на романтиков XIX века, которые также пытались сделать жизнь и творчество более яркими с помощью эмоционального напряжения от наркотиков. Сен-Лоран и Холстон были частью сумеречного мира гедонистического гламура, который концентрировался в ночных клубах, таких как Studio 54 в Нью-Йорке. Их декадентство, переплетенное со сказками об излишествах, одно из своих выражений нашло в знаменитой вечеринке 1978 года в честь запуска пьянящего восточного аромата Orium. Вечеринка проводилась на китайской джонке на Ист-Ривер в Нью-Йорке, и все в ней, наперекор современной морали, напоминало о курильщиках опиума, об аристократах XIX века, бродивших когда-то по наркотическим притонам, об их «*nostalgie de la boue*» (тоске по грязи). Этого вальяжного гламура нет в наркотических образах 1990-х годов, их культура холодная, обедневшая, в ней отсутствует всякая экзотика, «инаковость». Однако кто-то считает, что 1970-е и 1990-е годы объединяет то, что они были поглощены собой, ощущали себя всемогущими и упивались собственным успехом.

Анемичные и андрогинные модели продолжали царить в высокой моде. А когда Кельвин Кляйн в 1995 году задействовал «героиновый стиль» в своей рекламе, ФБР начало расследование в связи с этой кампанией, разглядев в тонких телах юных моделей и обшарпанных интерьерах moteley не только

потенциальную наркоманию, но и намеки на детскую порнографию. Вероятно, образ становится наиболее спорным именно в этой своей ипостаси — когда он впрягается в неприкрытую гонку за прибылью, будучи используем дизайнерами, чтобы добавить современного духа своей продукции. И именно в этом качестве он получает наиболее широкое распространение, выходя за тесные границы мира высокой моды, в котором позволено всегда намного больше. Когда, например, такие журналы, как *Vogue* — который обычно отстаивает более традиционную мораль старших поколений, — использовали самый последний и провокационный стиль, возмущение достигало апогея. Молодежные журналы показывали «тепличный» «героиновый шик», и это было своеобразным обсуждением новых компромиссов в общественной морали, где идеи об аномальности меняются все чаще, с новыми идентичностями постоянно экспериментируют, границы приемлемости раздвигаются — и все это помогает создать эстетику, которая более честно отражает опыт молодого поколения.

Дискуссии о морали и модных репрезентациях велись всю уже в 1960-е годы, когда употребление наркотиков стало нормой у молодежи и в поп-культуре. Образы, создаваемые такими фотографами, как Боб Ричардсон, вызывали ощущение, похожее на впечатление от снимков Коринн Дэй: это были истории жизни молодых людей, бескомпромиссный рассказ об их опыте. Кристофер Букер писал, что мода 1960-х годов выражала «экспрессионистское насилие», нападая на зрителя, дерзя ему, относясь к нему пренебрежительно. Он писал о культуре, которая стала безразличной и холодной, говоря, что «радикальные униформы молодежных движений были удивительно безличными — как пустой взгляд, так часто сопровождавший их, или словечки, которыми называли тех, кто носил эту одежду: „куколки“, „пташки“»³⁹. Это описание общества, которое стало слишком жестоким и не замечает, что именно говорит и как именно действует, противоречит обычному образу 1960-х годов, которые часто представляются временем беззаботных развлечений. При этом многие высказывания о моде 1990-х созвучны словам Букера.

На фотографии Боба Ричардсона для журнала *Nova*, сделанной в 1972 году, — обшарпанная гостиничная комната, которая в 1990-е годы станет главным фоном модных снимков, рассказывающих, по-видимому, о наркотической передозировке. Изображение лежащей на постели модели во многом похоже на сексуализированные модные образы: рот полуоткрыт будто в чувственном наслаждении, худое тело распростерто. Однако это первое впечатление оказывается ложным: если присмотреться, девушка кажется мертвой, из флакона в ее руке высыпались таблетки, тело безжизненно, сумочка распахнута, и в ней мы видим паспорт и другие личные вещи, а на тумбочке рядом с кроватью конверт, который завершает жуткую картину.

В 1970-е годы французский фотограф Ги Бурден привнес опасность и ощущение смерти в представление о гламуре. Он делал яркие цветные фотографии, подчеркивавшие искусственность макияжа и моды, а не пытавшиеся показать их «естественными». Реклама обуви Charles Jourdan 1975 года являет зрителям тревожный образ, в котором изящным босоножкам отводится лишь второстепенная роль: мы видим застывшую модель, лежащую на кровати с вытянутыми ногами, ее еле прикрытое тело кажется мертвым, окоченевшим. С этой безжизненностью диссонирует красный лак педикюра и обувь — модные босоножки на платформе. Образ, созданный Бурденем, заставляет задуматься над вожделением молодого женского тела, которое присуще моде и всей западной культуре в целом. Здесь фетишизированное тело демонстрирует свою хрупкость, смертность. На насилие есть только намек, но нет ничего, что могло бы нам помочь понять, что произошло в этом печальном интерьере. Что означает кричащая женщина, застывшая на экране телевизора? Что за ребенок виден в коридоре? Знает ли он, что произошло в комнате? Зрителю отказано в вуайеристическом удовлетворении: брошен вызов привычному комфорту от того, что ты находишься вне изображения и анонимно его рассматриваешь. Как и с фотографиями 1990-х годов, о которых мы говорили выше, кажется, что мы стали свидетелями какой-то частной сцены, самой по себе неоднозначной. Она кристаллизует наши тайные страхи — нам никто не предлагает утешительные образы, радующие взгляд, — и мы еще сильнее чувствуем, что нам чего-то не хватает, а ведь именно это ощущение лежит в основе консюмеризма.

Позы «тревожности, неуверенности и сексуальной нерешительности»⁴⁰, которые Дилан Джонс увидел в фотографиях 1990-х годов, были репликой 1960–1970-х годов. Правда, невинность, свойственная фотографиям середины века, растворилась в нигилизме конца столетия. Вопреки заявлениям об устаревании этого тренда, «героиновый шик» и в конце 1990-х не вышел из моды. В 1997 году в журнале *The Face* появился снимок актрисы Хлои Севиньи работы Юргена Теллера, который передает замешательство, окружавшее личность и мораль в 1990-е годы. Девушка сидит на полу перед зрителями; девичья невинность ее спальни, в которой царит беспорядок, противопоставлена ее внешности. Она ссутулилась, на ней черное трико, украшенное гроздьями серебристых блесток, — оно одновременно похоже и на наряд танцовщицы, и на детский маскарадный костюм. Неопределенность образа провокационна; есть лишь набор означающих, которые мы перебираем в поисках смысла, но так и не находим удовлетворительного ответа. Усталое лицо модели и ее опухшие глаза с темными кругами — тревожный символ современной популярной культуры. Секс, смерть и двусмысленность — ключевые понятия десятилетия. Севиньи, «возможно, и олицетворяет наше время, но не спрашивайте ее, что именно все это значит»⁴¹.

Декадентство и увядание

В XIX веке ученые, например Макс Нордау, видели в экспериментах богемы, стремившейся создать альтернативные стили жизни, и в нищете городской жизни результат культурной дегенерации. Нордау рассматривает историю в терминах генеалогии и говорит о вырождении, подтверждающемся индустриальным упадком и культурой наркоманов-декадентов. Д. Смит так формулирует эту точку зрения: «Общество конца XIX века было по сути своей больным, увечным, патологичным — его члены вырождались: привилегированные слои становились безнадежно слабыми, неспособными ни на какое действие, а люди из низших слоев скатывались все ниже по эволюционной лестнице в животное состояние»⁴².

Недостатки такой аргументации очевидны, и все же моралисты XX века снова начали использовать термин «вырождение», чтобы высказать свое негативное отношение к современному положению дел. Излишества на подиуме некоторые считают символом эгоизма модной индустрии и даже культуры в целом. Некоторые полагают, что мода катится по наклонной к полной аморальности, что она одержима своей способностью создавать и отражать мир вокруг себя и своей потребностью шокировать, заходить все дальше за границы приемлемого. Для Колина Макдауэлла мода «завязла в болоте декадентства — осязаемого упадка предыдущих устоев; это результат творческого вырождения, вызванного отсутствием твердости и энергичности»⁴³.

Те, кто в конце XX века был озабочен распадом традиционной системы убеждений и восприятием образов как реальности, стал рассматривать насилие и секс в моде, кино и на телевидении как главные симптомы тревожности, вызванные сменой тысячелетий. Коллективный психоз 1990-х казался связанным с эмоциями, рожденными ожиданием третьего тысячелетия.

Мода находится в постоянном движении, ее подталкивает импульсивная необходимость беспрерывно развиваться и создавать новые, все более шокирующие образы. Убогие излишества «героинового шика» были замещены декадансом, тягой к пышным и экстравагантным нарядам, которые сочетали бы в себе отсылки к высокому стилю 1980-х годов и очарование упадком и неопределенностью. У Вальтера Беньямина в трактовке современной эпохи как ада моде уделялась особая роль. Мода по Беньямину — символ бесконечного повторения, в котором он видел ее основное свойство: «Образ современности как адского времени... связан не с тем, что происходит „все время одно и то же“ но с тем, что на лице огромной головы, именуемой землей, именно новейшее неизменно; с тем, что это „новейшее“ во всех своих элементах остается одним и тем же»⁴⁴.

Возрождение высокой моды в 1990-е годы было результатом капиталистического рвения, а не действительного роста потребительского спроса на одеж-

Джон Гальяно для Dior,
осень — зима 1998/99.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc



ду от-кутю. Новые модельеры были свободнее чем когда-либо от необходимости производить только дорогую одежду, которую может позволить себе все меньшее число женщин. Используя услуги различных ателье и ремесленников, которые теперь были всецело в их распоряжении, Джон Гальяно в Christian Dior и Александр Маккуин в Givenchy заявили о возвращении сложных и пышных стилей, наследовавших моде рубежа XIX–XX веков. В коллекции Гальяно осень — зима 1998/99 для Dior, например, преобладали отсылки к «прекрасной эпохе». Одна из моделей была одета в мягкий серый костюм, покроем которого воссоздавал элегантный силуэт и великолепие 1890-х годов. Окантовка из серебристого меха и многочисленные бриллианты напоминали о декадентском великолепии; волосы модели были украшены зеленым плюмажем, усиливая акцент на вертикали и добавляя богемную ноту образу.

Кое-кто уже обращал внимание на тот факт, что в конце XIX века тугая шнуровка могла означать не самоконтроль, как кажется на первый взгляд, — ведь это было время экстравагантности и ослабления морали. Некоторые полагают, что речь шла, скорее, о фетишизации тела. Контролируемое тело возбуждало, особенно в сочетании с эротической внешностью, содержащей сообщения об угрозе и доминировании. Возможно, и в 1890-е, и в 1990-е годы мода попала в рабство аморальности и избыточности. Мода 1990-х годов частично была реакцией на жалобы моралистов и требования политкорректности,

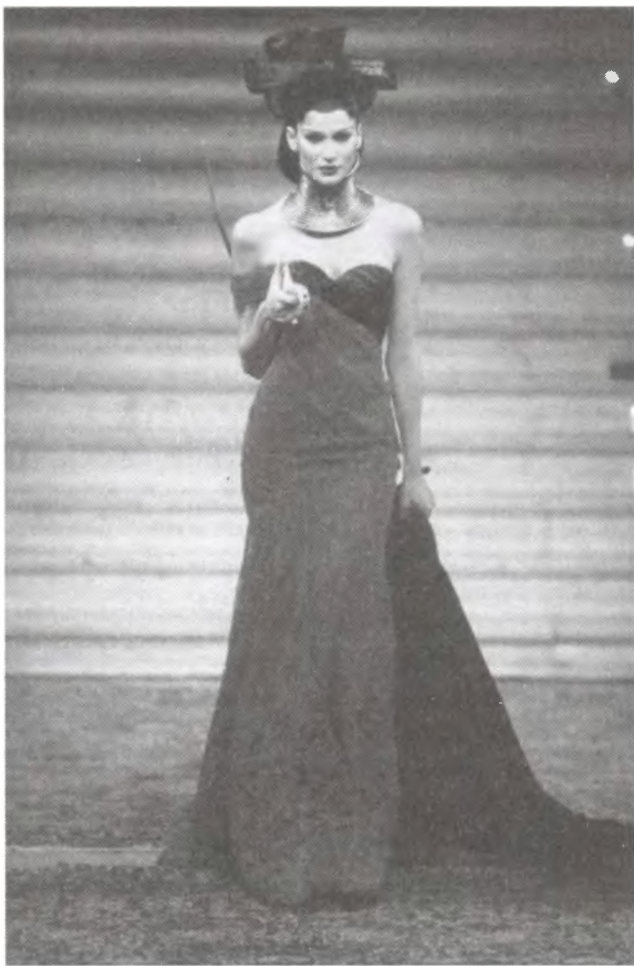
частично — нигилистическим желанием сенсации. Одежда — визуальное и тактильное пиршество богатой отделки, настоящих драгоценностей и мехов — искушала зрителей, у которых обычно нет средств на такие сокровища, сулила власть и намекала на насилие.

От-кутур 1990-х вдохновлялась 1890-ми годами, осознанно проводя параллели с модой столетней давности и оправдывая сентенции о том, что история сама себя повторяет. Но на подсознательном уровне мода кричала о беспокойстве, царившем в культуре, и многие образы были смесью красоты и смерти.

В религии тоже был кризис, и поэтому особо популярной стала идея о том, что человек может сам себя создать. Это раздутое чувство самостоятельности и самоуверенности тоже запечатлелось в моде. Если в начале 1990-х годов некоторым казалось, что показному потреблению пришел конец, в конце десятилетия роскошь снова начала выставляться напоказ, противопоставляясь притворной скромности среднего класса. Как сказала Мими Спенсер в 1998 году: «Забудьте о своей морали, богатые стервы вернулись»⁴⁵.

Женщины становятся живыми памятниками готике, сексуально провокационными, угрожающими потенциальному вуайеристу. В коллекции осень — зима 1997/98 Александра Маккуина для Givenchy одна из моделей была одета в платье до пола, в изгибах которого звучали отсылки к 1890-м годам, на девушке был также черный парик гейши и ожерелье в стиле масаи, которое скрывало шею модели за тускло-золотыми кольцами. Наряд состоял из полупрозрачного красного платья, окантованного кружевом: кружево спадало по диагонали от декольте, открывая взгляду черное бюстье. Игра со слоями ткани создавала иллюзию стриптиза; модель была полностью одета и в то же время ее платье, казалось, спадает с нее, демонстрируя нижнее белье. При этом костюм, содержащий цитаты из разных стилей и подчеркивающий вертикаль, создавал образ сексуальной силы, а не покорности. Силуэт напоминал об элите рубежа XIX–XX веков, а зловещий спектакль, воссозданный в образе, пугал мужчин и в конце XX века, когда страхи символической кастрации — того, что женщины лишат их силы и власти, — казалось, сбывались. Для Беньямина подобное обращение к более ранним стилям одежды являлось потребностью «не вспомнить, а забыть даже самое недавнее прошлое»⁴⁶. Они казались знакомыми и вроде бы развеивали страх перед забвением, потерей, но в конечном счете говорили о смерти, а не возрождении.

Коннотации смерти, постоянное использование черного и кроваво-красного не сводились просто к одежде. Мода увлеклась угрозой, исходящей от женщины, она делала видимыми страхи женского, показывала женщин так, будто те вышли из фильмов ужасов, одновременно соблазнительные и отталкивающие. Мода не могла оторвать взгляда от украшенных трупов, которые



Александр Маккуин для Givenchy, осень — зима 1997/98.
Фото Найалла Макинерни © Bloomsbury Publishing Plc

сама и выдумала. Если мода эпохи модерна дразнила смерть, то постмодернистская мода пошла дальше, насмехаясь над смертью, отрицая все моральные установки, выставя напоказ отсутствие нравственных ограничений, презирая лицемерные буржуазные идеалы и навязывая человеку столкновение с собственными внутренними страхами.

Тело содержалось в жесткой оболочке «трупного окоченения вечной молодости»⁴⁷, общество галлюцинировало о мире без старения. «Смерть и разложение теперь не просто часть органической жизни, они кажутся особым наказанием, роком, обрушившимся на женщину. Ее „постоянное стремление быть красивой“ похоже на наказания в аду, которые повторяются снова и снова»⁴⁸. Модное декадентство затронуло нерв западной культуры, подсознательную связь излишества и смерти.

Частная и публичная сферы слились, теперь напоказ выставлялось все тело, а модельер мог выбирать, что открывать, а что прятать, он обрамлял обнаженную плоть и контролировал ее, обволакивая тканью. В этом свете необходимо рассмотреть новые определения тела, задаться вопросом о связи между органическим и неорганическим, так как мода, судя по всему, совместила эти две кажущиеся противоположности — ведь свое суждение о внешности мы часто составляем по одежде, образу, а не по телу.

На картинах Отто Дикса 1920-х годов одежда еле-еле скрывала увядающие, несовершенные тела. Его работы ясно выражают идею Беньямина о том, что мода — диалектический коммутационный пункт между женщиной и товаром, желанием и мертвым телом⁴⁹. Холодные тона картин Дикса показывали его недоверие к взаимодействию между показом «поверхности» и обнаженной плотью.

Маккуин идет еще дальше в исследовании взаимодействия моды и смерти, превращая тело в напоминание о его собственной бренности. На показе коллекции осень — зима 1996/97 модель вышла по подиуму с рукой скелета, прикрепленной к ее лицу, — казалось, мертвец хватает ее за щеку. Но в отличие от средневековых напоминаний о смерти этот ансамбль вряд ли заставит нас со смирением задуматься о том, что все бrenно. Женский образ, созданный Маккуином, чуть ли не хвастается своей смертностью и наслаждается страхом, который внушает зрителям. Его работа, дерзкая и сильная, отказывается поддаваться обычному дурману моды, маскирующей следы старения и затушевывающей любые недостатки. Маккуин помнит заповедь Беньямина, что единственный грех — покориться судьбе.

Искусство 1990-х точно так же очаровано смертью и отвергает нравственные устои. Если старение и смерть тела можно обмануть, нет смысла слушать брюзжание моралистов, которые бегут от своих самых глубоких страхов. Британец Дэмиен Хёрст, как и некоторые модельеры, выбрал в качестве темы своих произведений стремление человека контролировать естественные процессы, побороть смерть — художник сохраняет желания и эмоции в емкостях с формальдегидом.

Бельгийский модельер Мартин Маржела изобразил конфликт между увечием одежды и стилей прошлого и необходимостью говорить об их неотвратимом разрушении в своем произведении, которое демонстрировалось в роттердамском музее Бойманса — ван Бёнингена летом 1997 года, — эта одежда была живой и постепенно разлагалась. При помощи микробиолога Маржела пропитал ткань бактериями, срок жизни которых был сокращен до нескольких недель: споры вырастали в созвездия мягкой плесени, а потом пожирали ткань, в которой жили. Были показаны 18 костюмов, по одному из каждой коллекции Маржела, — горькая ретроспектива его карьеры на тот



Мартин Маржела,
Модный дом Martin Margiela.
Выставка (9/4/1615),
музей Бойманса — ван Бёнингена,
Роттердам, 11 июня — 17 августа 1997.
Фото Кэролайн Эванс © Caroline Evans

момент, а также многослойная отсылка к одежде прошлого. Один манекен был одет в тяжелый китель, напоминавший своими широкими отворотами, двубортным покроем и большими пуговицами о наполеоновской эре.

Возможно, смысл этой работы Маржела, его переработанных, преобразованных костюмов — показать фетиши, окаменевшие следы истории, которые Беньямин видел в культурных осколках города. Живые костюмы не только демонстрируют патину возраста, которую современная мода чаще всего не замечает, они сами объекты прошлого. Они подчеркивают мимолетность моды, обращаясь к ее ненужному прошлому, делая очевидной ее неприязнь к старому, ко всему, что несет отпечаток времени, что не соответствует лживым «новизне» и «инновациям». Маржела постепенно разрушает старую одежду, она видна и в то же время стирается — силуэт меняется, усиливая, а не отрицая ее значение.

Как отмечалось в первой главе, Рей Кавакубо в *Comme des Garçons* также не доверяет декадентским излишествах моды. Ее работы часто говорят о возрасте, естественное в них смешивается с технологичным, и так создается одежда, не отрицающая хрупкость человеческого тела и создающая эстетику увядания. Возможно, этот тип моды не свалится в бездну постоянного повторения, и в аду (пост)модернистской городской жизни наконец-то можно будет демонстрировать смертность и реальность увядающего тела.

Модные образы конца 1990-х годов признают и делают явными и жестокость современной жизни, и нашу недолговечность. Хотя показное декадентство новой высокой моды, ее готический стиль очень отличаются от субкультурных стилей, о которых мы говорили в этой главе, от-кутюр тоже заставляет нас обратить внимание на изнанку городской жизни, на желание многих людей бунтовать в смутное время. Представления о том, что приемлемо с точки зрения морали, были чрезвычайно расширены экспериментами модельеров, фотографов и авангарда уличной моды. Панк подчеркнул лицемерие тех, кто пытается скрыть свою тягу к насилию и сексу под маской деланной скромности. Вожделение запретного, стремление выставлять напоказ табуированные образы доминировали в моде последней четверти XX века, несмотря на — или, возможно, в ответ на — моральное беспокойство, которое они вызывали.

Эротизированное тело

Модель шествует по подиуму, темные волосы собраны в небрежный пучок и перехвачены черной лентой, сигарета подчеркивает припухлость красных губ; она соблазнительно бесстрашна. Ее наряд Dolce & Gabbana — короче некуда, нечто среднее между корсетом и платьем-мини, он облегает ее тело чувственными извивами блестящей черной ткани, плотно стянутой на фигуре застежками-крючками. Этот стиль будуара усилен пеной черного кружева из-под подола и черным бантом, который с явным намеком свисает между ног. На руках у модели слишком длинные вечерние перчатки, сползающие с плеч и собирающиеся в складки на предплечьях; на ногах — непрозрачные черные колготки. Собственно тела видно очень мало, только плечи и декольте, демонстративно подчеркнутое черным корсетом, однако при этом создается эффект эротической обнаженности, напоминающей одновременно о борделях fin-de-siècle и о холодных соблазнительницах середины XX века — Нана из романа Золя вперемешку с феллиниевской старлеткой.

Однако контекст этой фотографии, показ мод осень — зима 1991/92, изменяет все эти коннотации: скульптурный силуэт наряда не подразумевает ни куртизанку, ни певичку из кабаре. Он отражает нечто иное: изменение отношения к женщинам и к демонстрации женского тела. Эти перемены обрели форму в середине 1980-х благодаря Мадонне, которая воплотила в себе идеал сильной, эротизированной женственности. В корсетах Dolce & Gabbana или Jean Paul Gaultier она перевернула с ног на голову стереотипы женственности, нарочито подчеркивая сексуальность как утверждение силы, а не как призыв, сулящий покорность. Этот подход открыл женщинам возможность в полной мере наслаждаться чувственностью моды и открываемыми ею возможностями демонстрации тела.

Постоянная демонстрация эротизированного тела, несмотря на скрытую в нем силу, размыла и без того нечеткие границы между приватным и публичным, и, поскольку это тело неизменно было молодым и стройным, закрепила ограничивающие представления о приемлемых размерах. Осознание эротического платья как символа силы обострило давние страхи вокруг природы женской сексуальности и четче обозначило стереотипы женственности: либо скромность и управляемость (приемлемо), либо сексуальность и неуправляе-



Dolce & Gabbana, осень — зима 1991/92.
Фото Найалла Макинерни © Bloomsbury Publishing Plc

мость (неприемлемо). Moda сделала более наглядными мужские и, в меньшей степени, женские опасения, связанные с трансформацией роли женщин в социуме конца XX века, а также с тем, как должны женщины одеваться и выглядеть, чтобы отражать свой меняющийся социальный статус.

Проблемы вокруг вторжения женщин в сферу общественного и трудности, которые это вторжение неизбежно означало для мужского авторитета, на протяжении XX века постоянно обсуждались и пересматривались. Все большая эмансипация женщин вела к необходимости новых определений идентичности, в которых зачастую путалась эта невозможная, идеализированная дихотомия «хорошей» девственной женственности и «плохой» эротизированной. Мартин Памфри рассуждал в 1993 году об этих новых определениях в контексте изменения образа жизни в больших городах начала века. Говоря о девушках-флэппер — вольнолюбивых юных жительницах Нью-Йорка 1920-х,

воплощавших этот тип женственности, он писал: «Эта Новая Свобода с самого начала определялась как порождение современной городской жизни и воспринималась как угроза традиционной патриархальной концепции семьи, угроза идеалу (среднего класса) XIX века: целомудренная, пассивная молодая женщина и жертвенная жена и мать»¹.

Поблескивающие платица-карандаши 1920-х, похожие на школьную форму для взрослых, худоба и короткие стрижки символизировали новую волну модерности, захлестнувшую такие города, как Нью-Йорк, Лондон и Париж. Пусть женщина конца XIX века и хотела восприниматься как «новая», когда призывала к расширению женских прав и свобод и упрятывала выпуклости своей фигуры под мужскую рубашку и английский костюм, — однако именно стиль безудержной юной сумасбродности флэппер 1920-х дал западным девушкам ощущение небывалой свободы и независимости.

Свободолюбивые молодые горожанки, чья внешность была революционной как по стилю, так и по значимости, прославляли новое «естественное» тело — то, которое еще с начала века создавали такие кутюрье, как Поль Пуаре, предложивший отказ от корсета и создававший простую, не сковывающую движений одежду. Отражая реальную силу, которую женщины накопили благодаря успехам суфражистского движения, и их новый опыт работы на производстве перед началом и во время Первой мировой войны, это естественное тело символизировало и рост их присутствия в сфере общественной жизни, где прежде господствовали мужчины. Женщины стали гораздо заметнее и в ночных клубах, и на городских улицах; они танцевали, курили, пили, водили автомобили, пренебрегая эдвардианским представлением о женственности как о нежном цветке, который следует холить и лелеять, оберегая от суровой реальности современной жизни.

По мере того как женщины отказывались от затворничества в стенах дома, тогдашние представления о публичных женщинах, актрисах и проститутках, не имевших, как считалось, ни добродетелей, ни законного статуса, переносились на новый нарождающийся тип современной женщины, которая теперь существовала в тех же общественных пространствах. Она переняла шокирующую манеру одеваться, ранее присущую только этим публичным женщинам, для которых новизна, как в моде, так и в отношении морали, была козырной картой, средством привлекать и удерживать внимание. Таким образом, прибегая к моде как к средству эмансипации, женщины тем самым ассоциировали себя со стремлением к наслаждению и соблазнению.

Новая женщина черпала силу в растущем ощущении собственной сексуальности и привлекательности благодаря представлениям о красоте как о власти, чувственности и независимости; но в то же время эту апелляцию к чувствам, эту потребность создавать и совершенствовать новую физическую

форму окружали разнообразные страхи. Хотя естественное тело стало восприниматься как подлинность, которую следовало подчеркивать короткими юбками и облегающим покроем, его естественность была обманчивой. Она должна была конструироваться как культурный товар — посредством косметики и иной продукции процветавшей индустрии красоты, пришедших на смену корсету изнуряющих упражнений и (в качестве кратчайшего пути к стройной юной фигуре) пиллюль для похудения. Это модное тело символизировало дисциплину и богатство. Оно заключало в себе знакомые представления о женщине как о девственнице и шлюхе одновременно, чистой и непорочной, однако склонной к манипулированию и опасно сексуальной за фасадом наигранного очарования.

На протяжении века противоречия накапливались; мужчины и женщины амбивалентно реагировали на притягательность сексуализированной женщины, считавшейся властной и жестокой. Поначалу воплощением этих страхов и желаний была юная городская эмансипированная модница-флэппер, чей стиль ставил под угрозу господство маскулинности. Фредерик Льюис Аллен в 1931 году, оглядываясь на 1920-е, вспоминал предостережение Альберта Мерфи, президента Флоридского университета: «Эти платья с большими вырезами, скатанные чулки и короткие юбки — порождения Дьявола и его посланцев, ведущие нынешнее и последующие поколения к хаосу и гибели»².

Перед лицом такой «распущенности нравов» идеи рациональности, присущие новому времени, отступали на второй план. Женщина 1920-х годов ниспровергала образ той юной особы, на которую походила внешне. В ней не было жеманства, деланной скромности; это была умная молодая бунтарка, стремящаяся испытать новые возможности и бросить вызов существующим правилам поведения. Отдаляясь от предыдущих поколений, она искала развлечений в бурной жизни большого города, на его улицах и в ночных клубах, в фантазийном мире роскошных и соблазнительных журналов мод. Предлагая свободу через чувственность и потребление, они при этом заманивали девушку в ловушку эротизма, что слишком часто вызывало чувства негодования, опасности и тревоги — противоречивые темы, развивавшиеся на протяжении всего столетия.

Нижнее белье как верхняя одежда

В последние десятилетия XX века нижнее белье в качестве верхней одежды стало панацеей от тревог, окружавших тему пола и тела, — тела, одержимого страхом болезней и насилия и в то же время бывшего источником силы для женщин, которые стремились вновь утвердить свою сексуальность и насладиться мощной притягательностью эротической моды. Нижнее белье в каче-

стве верхней одежды стало выразительным примером «игривости» постмодернистской культуры, «одеванием в раздевание», стандартной темой модных журналов, способом укрыться от угрожающей реальности.

Как всегда, бесспорная притягательность обнаженного или полуобнаженного тела вызывает резко противоречивые реакции. Именно на них намекает Колин Макдауэлл в тексте 1995 года о моде, основанной на нижнем белье: «...переход к осознанному восприятию фигуры, перевернувший мир моды, ушел на расстояние световых лет от того вульгарного, карикатурного садомазопастиша сексапильности, который привлекал в 1980-е некоторых дизайнеров, но оказался совершенно непривлекательным для женщин»³.

И вот где спутаны понятия: одежда в стиле нижнего белья приемлема, если она изящная, женственная и не слишком открытая, если это одежда, которая навеивает ассоциации с топ-моделями 1950-х, утянутыми в аккуратные изысканные корсеты от Жака Фата и Диора. Однако одежда, которая отдает откровенной сексуальностью, представляет большую проблему, поскольку связана напрямую с нашими потаенными желаниями, с половым актом как таковым, с тем, что не принято демонстрировать публично. Мысль, внушаемая таким образом женщинам, отражает извечный конфликт между потребностью выглядеть сексуально привлекательной — и тем, что тебя порицают за слишком явный и прямой путь к этой цели.

Такое разделение стилей — особые фасоны для «публичных женщин» на сцене и на экране, чересчур открытые наряды, блестящие ткани и экстравагантные украшения и более сдержанное нижнее белье для «повседневной» жизни — веками было основой дресс-кодов. Ношение нижнего белья в качестве верхней одежды для стирания различий между приватным и публичным популяризировалось еще в XVIII веке Марией-Антуанеттой, которую Элизабет Виже-Лебрён в 1783 году рисовала дезабилье — в платье-рубаше. Иудеохристианская традиция, исходя из ветхозаветного описания грехопадения, налагала моральный запрет на изображение греховного обнаженного тела — его следовало обертывать тканью, скрывая тем самым от похотливых взоров. Однако именно похоть как реакция на одежду, явно намекающую на раздевание и наготу, привела к тому, что мода упорно настаивает на откровенно призывной одежде, переосмысливая ее заново, привлекая к себе внимание и защищая новые идеалы телесного.

Для моралистов XX века, как и предыдущих веков, такие образы означают полное размывание границ между личным и общественным — обстоятельство, приведшее к распаду ценностей, когда тело, особенно женское, подвергалось презрению в результате его постоянного выставления напоказ. Марио Перниола писал в очерке 1989 года «Между одеждой и наготой», что одевание создает «сущность», в то время как нагота отражает отсутствие таковой, и что раз-

мывание этого отличия вызывает большую тревогу. Как интерпретировать статус носителя одежды? Перниола пишет: «Одежда дает человеку его антропологическую, социальную и религиозную идентичность, иными словами — его сущность. С этой точки зрения нагота — состояние отсутствия, лишения, утраты, бесправности... быть раздетым означает оказаться в униженном, стыдном состоянии, как заключенный, раб или проститутка, как сумасшедший или проклятый»⁴.

Двусмысленность нижнего белья как одежды, вечно промежуточное состояние между одетостью и раздетостью, создает тревожащий, но при этом зачаровывающий эротический эффект, играя на нашем страхе перед неопределенностью. Мы в растерянности, мы не знаем, как реагировать при виде женщин, которые явно оделись с целью выйти из дому, однако на них прозрачная ткань или белье. Это обычно свойственно молодым женщинам: они больше стремятся выставлять свое тело напоказ, и их тела, конечно же, больше соответствуют идеалу юной стройности. Каждое из последовательных изменений этого тренда рассматривается, таким образом, как «новое» и, зачастую, как очередной пример снижения стандартов поведения в обществе.

В 1980-е годы молодых женщин, многим из которых был чужд феминизм второй волны, преимущественно отвергавший приманки моды, особенно привлекала та идея, что модная одежда делает их сильными. Джанет Радклифф Ричардс писала об этом в книге 1980 года «Скептическая феминистка. Философское исследование»: «Некоторые феминистки, похоже, путают феминизм с пуританством и считают, что рассматривать секс и чувственные удовольствия как легкомысленную трату времени — неотъемлемая часть женского движения. И в этом состоит одна из главных причин, отвращающих людей от феминизма»⁵.

Ношение сексуально привлекательной модной одежды должно быть для женщин источником удовольствия, полагает Ричардс: ...почему не носить красивые наряды? Почему бы в подходящих обстоятельствах не одеваться подчеркнуто сексуально?»⁶

Формулировка «в подходящих обстоятельствах» показывает, насколько смутная мораль лежит в основе отношения к сексуально привлекательной одежде, такой как нижнее белье в качестве выходного наряда. Кто может сказать, какие именно обстоятельства являются «подходящими»? Представление, что откровенные одеяния свидетельствуют о сомнительных нравственных качествах, слишком глубоко укоренилось в западном культурном коде, и его не выкорчевать призывами к женщинам становиться сильнее, отвоевывая свое тело посредством того, что на него надето. Однако средства массовой информации, особенно рекламная индустрия, усиленно проводили ту мысль, что изображения полуодетых женщин могут быть представлены как приятные для

самых женщин — и, больше того, как ироническое и сознательное присвоение и переосмысление устаревших стереотипов женщины как сексуального объекта. Примером тому могут служить скандальные рекламные плакаты Wonderbra начала 1990-х: Ева Герцигова в черном атласном бюстгальтере и надпись крупными буквами HELLO BOYS. Эти плакаты кажутся не только дерзкими и игривыми, но и требовательными: одевайтесь сексуально, не то вас сочтут унылыми и старомодными.

Ранее в XX веке озабоченность возбуждающими свойствами соблазнительных фасонов одежды привела к статье в кодексе Хейса («Моральный кодекс кинопроизводства») 1930 года о борьбе против провоцирующих костюмов в голливудских фильмах:

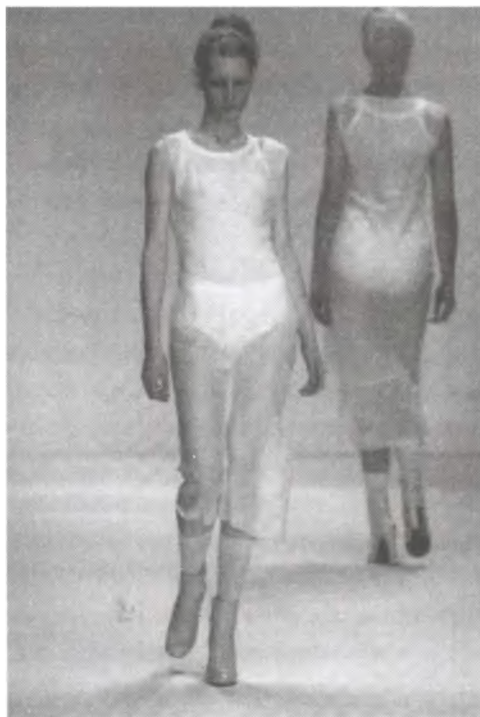
«Следует избегать сцен с раздеванием, за исключением случаев, когда они принципиально важны для сюжета.

Непристойная и неуместная демонстрация обнаженного тела запрещается.

Танцевальные костюмы, предназначенные для неуместного обнажения или неприличных телодвижений, следует считать непристойными»⁷.

Необходимость столь строгих ограничений обосновывалась «аморальным воздействием» наготы и полуобнаженности на «нормальных мужчин и женщин». Текст завершался следующим категоричным утверждением: «Прозрачные и просвечивающие ткани и силуэты зачастую являются более провоцирующими, чем обнаженное тело»⁸. В первой половине XX века для многих женщин Америки и Европы кинематограф был одним из наиболее доступных источников информации о моде и образе тела. Он обеспечивал полтора часа узаконенного вуайеризма, а зачастую в сюжетную линию были вплетены показы мод, чтобы полнее насытить желание зрителей любоваться кинозвездами и их нарядами.

1930-е годы ознаменовались бумом платья-футляра диагонального кроя, пионером которого стала французский дизайнер Мадлен Вионне; такие платья носили многие кинозвезды, радостно примеряя на себя образ богинь, создаваемый ниспадающим, струящимся шелком. Хотя эти платья окутывали тело подобием строгих драпировок классицизма, нежные телесные тона, мягкость ткани и провокационность кроя намекали на наготу и, несмотря на тогдашний моральный климат, еще больше эротизировали фигуры таких голливудских звезд, как Джин Харлоу и Кэрол Ломбард. Восхищение Мадлен Вионне стройным и тонким женским телом, одетым и при этом напоминающим о наготе античных статуй, было сродни культу юношей-атлетов у древних греков. Этот эффект усиливался символическими отношениями между визуальными и тактильными свойствами ткани и возделенными, но запретными прикосновениями к коже. Шелк становился суррогатом «потаенного тела» под ним. Энн Холландер отмечала, как развивали эту тему Вионне и другой парижский



Miu Miu, весна — лето 1997.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

дизайнер, мадам Гре: «Они были мастера намека на удовольствия прикосновения, но сохраняли при этом требуемую стройность линий и ауру утонченности. Обе они относились к ткани как к материалу скульптора, как если бы она была продолжением плоти, прямо на теле ваяя совершенную пластическую и осязаемую композицию»⁹.

В 1950-е годы кинематограф продолжал поставлять образцы для двойной морали фасонов нижнего белья. Один из первых образов «сексапильной кошечки», юной соблазнительницы в коротеньких кружевных ночных рубашечках, сыгранный Кэрол Бейкер в «Куколке» в 1956 году, и персонаж Лиз Тейлор из «Кошки на раскаленной крыше» 1958 года — расчетливая манипуляторша в комбинации цвета слоновой кости, отороченной кружевом, — таковы две модели сексуальности, которым предстояло развиваться и переосмысливаться в последующие десятилетия. Их неглиже с его тщательно продуманной небрежностью сразу же было сочтено подстрекательским; «Лига благопристойности» принялась клеймить позором «Куколку» с момента ее выхода на экран.

Тридцать лет спустя на притягательности этого стиля начнут строить свою карьеру итальянские дизайнеры Дольче и Габбана. Они сознательно взяли за основу коллективную память о Лиз Тейлор 1950-х годов и о феллиниевских сладострастных красотках 1960-х и переслоили эти воспоминания ирониче-

ским стилизованным эротизмом. Как уже отмечалось в этой главе, в конце 1980-х — начале 1990-х они создавали платья столь любимого сицилийцами черного цвета, подчеркивавшие женственность форм, со слегка корсетированным декольтажем и особым акцентом на детали нижнего белья. Эти платья демонстрировали супермодели, в том числе Линда Евангелиста, «игравшая» Софи Лорен или Джину Лоллобриджиду; откровенный наряд героинь, казалось бы, так и приглашает прикоснуться, однако их горделивая стать запрещает даже думать об этом. Как пишет модельер Пэм Хогг, «смотреть можно, трогать нельзя: своего рода безопасный секс»¹⁰.

Это был период всеобщего помешательства на бра-топах и бюстье, соблазнительно смотревшихся с элегантными английскими костюмами и в то же время красноречиво выражавших желание женщин обрести власть посредством уверенности в собственном теле. Самым ярким примером такого обретения силы была Мадонна в пастельных и золотых заостренных корсетах Жан-Поля Готье, который вдохновлялся сложными консольными конструкциями бюстгальтеров, изготавливавшихся в 1950-е годы голливудской компанией нижнего белья Frederick's. Это были своего рода женственные доспехи, призванные одновременно соблазнять и угрожать, и их копии можно было увидеть на всех без исключения танцплощадках западного мира.

Однако всемирный экономический кризис и растущий страх перед нестабильностью и упадком подтачивали позитивность 1980-х; тревога, казалось, заставляла выносить наружу самые сокровенные чувства, чтобы осмыслить происходящее. В телевизионных ток-шоу и в множившихся пособиях жанра «помоги себе сам» людям внушали мысль о необходимости выплеснуть все, что накопилось, и всесторонне исследовать собственную жизнь. Эта подстрекаемая средствами массовой информации готовность отказаться от сокровенного и потаенного вела к разрушению всяческих границ в частной жизни; само понятие приватности попадало под подозрение — она считалась ширмой для бесцельных делишек.

В то десятилетие рефлексия стала господствующей темой самых разнообразных форм искусства. Художники и артисты стремились анализировать как собственные мотивы, так и скрытые смыслы своих занятий. Зачастую это принимало форму навязчивого самоанализа: художник становился главным объектом собственной работы, использовал собственную идентичность как средство докопаться до глубинных истин. Британская исследовательница культуры Джоан Смит говорила об этом в статье о женщинах-художницах, таких как Трейси Эмин, постоянно выступающих в качестве собственных моделей: «...мы стали рассчитывать на доступ к самым интимным деталям жизни женщин до такой степени, какая еще два десятилетия назад была бы немыслимой»¹¹.

Симптомом этого стало засилье прозрачных нарядов. Носительница такой одежды демонстрирует свое тело как символ собственной женственности, отчего глядящему на нее кажется, что он знает о ней больше, чем на самом деле. Примером такой одежды служит наряд второй линии Prada, Miu Miu, из коллекции весна — лето 1997. Слои белой просвечивающей материи облегают тело и в то же время открывают его; напоминая школьную спортивную форму — маечка и трусики, это платье намекает на невинность и безыскусность. Однако высокий статус этого лейбла в мире моды, а также телесного цвета ботиночки до щиколоток отрицают столь прямолинейное прочтение. Носительница этой одежды вроде бы прозрачна в своих намерениях, однако в ней чувствуется искушенность и непроницаемость, силуэт ее размыт, женственность затуманена. В придачу к эротической притягательности предыдущего десятилетия она обрела власть иного рода: игривые многослойные ассоциации в ее платье якобы намекают на стремление к откровенности, но это лицемерие; мы вроде бы знаем о ней все — и при этом не знаем ничего.

Эротизм

Фешен-фотография и дизайн играют важную роль в отображении наших желаний, конструируя сложные образы, провоцирующие чувственное визуальное потребление. В очерке 1992 года Элизабет Коуи писала, что «фантазия как таковая характеризуется не тем, что удалось получить желанные объекты, а упорядочением, выбором желания конкретных объектов»¹², и со Второй мировой войны мода стала отражать наши желания все более соблазнительными и откровенно эротичными способами. «Желание желать» по-прежнему сильно, и фантазийный элемент в моде стал необходимым для создания бренда и дизайнерской идентичности. Насыщенный рынок моды сосредоточил внимание на ауре, окружающей конкретный продукт или коллекцию. Соблазнение потенциального потребителя превратилось в дразнящее, насмешливое обыгрывание его стремления усовершенствовать себя посредством усвоения идеалов, отразившихся в модной фотографии и рекламе.

Как писала в 1949 году Симона де Бовуар, сексуальная женщина вызывает одновременно восхищение и похоть, однако публичное проявление подобных желаний сурово осуждается. Она объясняла: «Функция женского украшения очень сложна; у некоторых примитивных народов оно носит священный характер; но обычно его роль — в том, чтобы окончательно превратить женщину в идола. Идола неоднозначного: мужчина хочет, чтобы в нем ощущалась плоть, его красота должна быть сродни красоте цветов и плодов; но кроме того, он должен быть гладким, твердым, вечным, как камень. Роль украшения в том, чтобы одновременно еще теснее связать женщину с природой и вырвать ее

оттуда, чтобы сообщить трепетной жизни застывшую необходимость искусственности»¹³.

Иррациональность такого подхода, полагала де Бовуар, обусловлена противоборствующими чувствами похоти и угрозы, порождаемыми женским телом. Далее в тексте она осуждает эти противоречия в представлениях общества о женском теле: «...она знает, что мужская мораль в той ее части, что касается женщины, — сплошная мистификация. Мужчина высокопарно внушает ей свой кодекс чести и добродетели, но сам же исподволь склоняет ее к непослушанию; он даже оплачивает это непослушание, заранее рассчитывает на неповиновение, надеется на него...»¹⁴

В первой половине XX века тщательно продуманные позы моделей в журналах мод намекали на секс, однако эти намеки крайне редко были откровенными. Приходилось нехотя признавать, что мода приравнивается к удовольствию и, следовательно, к фантазии и желанию. А значит, поклоняться моде потенциально опасно: она намекает на погружение в чувственные наслаждения и нарциссические радости и, следовательно, является сугубо женской слабостью. Тем не менее всплеск поп-культуры в 1960-е годы сексуализировал все сферы дизайна и его репрезентации. Эротизм стал шутивным способом демонстрации новых моральных кодексов, высмеивающих лицемерие истеблишмента. Кроме того, это была освежающе приятная альтернатива тщательной холености, присущей высокой моде 1950-х от Balenciaga и Dior, — кокетливая, небрежная манера, предлагающая открытость и непосредственность готовой одежды и улыбки вместо холодной презрительности салона.

В Великобритании двойные стандарты истеблишмента особенно ярко проявились в нашумевшей истории Профьюмо (1963). Обманы и ложь политика-консерватора Джона Профьюмо, отрицавшего свою связь с Кристин Килер, у которой одновременно был роман с русским дипломатом, — подробности этой истории обсуждались бесконечно. Секс и скандал прочно утвердились в повестке дня артистических кругов и СМИ, с наслаждением выискивавших и смаковавших непристойные детали. Однако фотографии моды в то десятилетие, как видится из нашего времени, к теме сексуальности подходили довольно целомудренно; основными мотивами их фотографий были юность и веселье, наивные фокусы с моделями-куколками в карамельных декорациях.

Олицетворением этой веселой небрежной сексуальности была Твигги. На бесчисленных фотографиях, где она танцует, прыгает, катается на велосипеде, неизменно улыбаясь и беспечная, эротичность ее детской фигурки была сведена к минимуму. Секс воспринимался как нечто необременительное и освобождающее; открытые груди моделей Руди Гернрайха, облаченных в «монокини» для удобства и раскованности движений и появившиеся в 1965 году прозрачные бюстгалтеры «no bra bra», символизировали открытый, ничем

не отягощенный подход к одежде, отдающий предпочтение простым силуэтам и столь же простым интерпретациям, которые говорили о деспотизме морали и свободе самовыражения, а не о темной изнанке эротических фантазий.

Травестийный блеск футуристических искусственных тканей, а впоследствии мягкая романтичность империи Viba Барбары Хуланики стали альтернативами этой неумной юной свежести лица, разоблачающими искусственность этой «естественности». Но все же мода оставалась уделом юных, маркером беззаботного образа жизни, и легкому налету декаданса, который в 1970-е широко распространится в мире моды, тогда еще не было места в массовой культуре.

Но, так или иначе, граница между приемлемым и запретным уже была размыта, и ей предстояло размываться дальше. Стильные страницы журнала Nova намекали на это посредством более искушенного, взрослого использования эротических образов. В этом журнале тоже были сияющие, беззаботные модели — и даже, в 1972 году, фотоистории Ханса Фойрера по мотивам дерзких, облаченных в одно лишь нижнее белье «девушек Варгаса» из 1940-х — под заголовком «А тем временем эксплуатация может быть в радость».

Эта идея отрешенного эротизма, показывающего гламур на пределе, на грани коллапса, широко распространилась в фешен-фотографии. Один из примеров — работа Даффи для Nova в 1966 году: две модели растянулись на ковре, облокотившись на шелковые подушки. Их широко раскинутые ноги определяют динамику кадра, острыми углами разрезая орнамент ковра, что подчеркивает эротический потенциал их поз и позволяет увидеть краешек яркого нижнего белья. Преувеличенная игра с сочетаниями цветов создает гнетущее ощущение контролируемой ненатуральности: пламенно-оранжевый и фиолетовый, растекаясь по всем поверхностям, отвлекают от шуточности фаллического символизма медленно сдувающихся шариков и открытого тюбика помады, который одна из моделей выразительно держит у самых губ. Эту тщательную стилизацию фона еще сильнее подчеркивают расшитые стеклян-сом открытые ридикюли в нижней части кадра. Они создают виньетку аксессуаров женственности — косметика, зеркальце, раскрытый кошелек на полу, — достойную любой картины XVII века в жанре *vanitas*.

Чем гламурнее становился секс, тем более угрожающим он делался под влиянием растущей избыточности фешен-культуры 1970-х годов. Модные журналы этого десятилетия проникнуты ощущением декадентской немощи. Фотографы моды, принимая эстафету у таких модельеров, как Ив Сен-Лоран, наслаждались фотографиями, которые бросали вызов буржуазной морали, объединяя утонченность 1940-х с мотивом сексуальных девиаций. Многозначность окружающей обстановки, сумеречные расплывчатые города и роскошные гостиничные номера создавали впечатление своеобразного

«фешен-нуара». Модели излучали ту же фатальную красоту, что и героини кинофильмов 1940-х годов, выглядели сексуальными и опасными, несли с собой смятение и гибель. Их эротизм — беспроектный способ заманить и разоружить. Гламурные модели стали сумеречными вамп, и на поверхность глянцевого фотография всплыли давнишние опасения по поводу душевного здоровья женщин, поддавшихся чувственности и эротике.

Этой головокружительной, опьяняющей атмосферой проникнуты работы французского фотографа Ги Бурдена. Страницы французского Vogue 1970-х стали эротической переключкой между его гиперреалистическими цветными фотографиями и более дерзкими, неприкрыто фетишистскими стилизациями Хельмута Ньютона. Оба художника извлекали максимум возможностей из непосредственности, добываясь мгновенного внеинтеллектуального, эмоционального отклика, мгновенного желания, направленного на сотворенную ими фантазию — и при этом вызывая такое же сильное чувство неуверенности перед лицом столь откровенной ненатуральности. Холодные, жестокие взгляды моделей, поглощенных собой, диссонанс, ощущающийся в этих фотографиях, — все это говорит о том, что представления о доступности этих девушек ошибочны. Такие изображения невероятно притягательны, поскольку, как отмечает Майк Гейн, «женщина никогда не бывает соблазнительней, чем когда она любит себя... Вокруг манекенщицы — сгущенный нарциссизм, парадигма самособлазнения. Женщина становится фетишем для самой себя и, следовательно, для другого»¹⁵.

«Другой» — это и фотограф-мужчина, и тот, кто разглядывает журнал. Изучая эротические фотографии, питающие их собственные желания и фантазии, они словно обретают силу — и при этом теряют ее, поскольку доминирующее впечатление «фальшивости» этих сценариев и избыточная искусственность чересчур гламурного макияжа и жестов приводят к «короткому замыканию» надежд и мечтаний, явно присущих этому чтению.

Эта наэлектризованность отношений между моделью и фотографом проявляется в фоторепортаже Хельмута Ньютона для журнала Nova в 1971 году. На каждом снимке запечатлен сам Ньютон в процессе фотографирования. Фотосессия, озаглавленная «Застигнутая в белье» (Caught Underwears), рекомендует: выбирая белье для «сексапильности... думай не о себе, а о нем»¹⁶, и присутствие Ньютона четко обозначает его власть, пусть поначалу лишь визуальную, над моделью и кадром. Лица фотографа не видно, оно скрыто за камерой; черная одежда превращает его в темную тень на периферии кадра, контрастирующую с сияющей кожей полуобнаженной модели и с бледными оттенками демонстрируемого ею нижнего белья. От страницы к странице эротическое напряжение нарастает. Декорации клаустрофобные: тесная комнатуха, обои с навязчивым рельефным рисунком, словно выпирающим из стен. В каждой фотографии преобладают два

элемента: смятые белые простыни двуспальной кровати и отражения в большом зеркале без рамы. Динамика фоторепортажа — это страсть вуайериста, взаимодействие между фотографом — выполняющим роль зрителя — и моделью. В последнем снимке эротическое обещание наконец выполняется: модель лежит на Ньютоне, практически скрывая его из виду. Зато отчетливо видна его рука: она отражается в зеркале, сжимая пульт камеры, все еще фотографируя разворачивающуюся сцену. Таким образом, фотограф сохраняет контроль над ситуацией, бесстрастно фиксируя собственное совращение той самой фантазией, которую сам же и сотворил. Фотографии словно становятся эротической самоцелью, фетишем для желаний, которым не дано полностью сбыться. Роль фотографа сливается с ролью модели: каждый становится и актером в театре моды, и удаленным режиссером происходящего действия.

Рекламные работы Бурдена были столь же двусмысленны: смерть и гламур, переходы от эротики к насилию. В его скандальной рекламе туфель Charles Jourdan, о которой шла речь в предыдущей главе, навязчиво подчеркивалось преобладание образа над реальным продуктом. Сам объект становился лишь жалкой заменой мощного воздействия фотографии. Бурден в полной мере использовал возможности двухстраничного разворота: модели, убегающие от погони по нью-йоркским докам, меловые контуры тел на залитых неоновым светом улицах, туфли как запоздалое отражение подвижных образов скуки и вожделения, стремления обладать как товаром, так и моделью — тоже как товаром.

Даже предположительно феминистские журналы, такие как *Cosmopolitan*, отличались внутренней противоречивостью. В то время когда женщины стремились утвердить свое равенство, журналы опирались на все более откровенно сексуальную рекламу, чтобы поддержать себя финансово, так что прямое высказывание, содержащееся в статьях, тонуло за соблазнительными рекламными образами. Вопрос о том, давали эти образы женщинам силу и свободу или навсегда загоняли их в ловушку общественного мнения, возникал вновь и вновь. Кэти Майерс пишет о внутренней противоречивости подобных изображений: «Эротическая фотография основана на неоднозначной традиции сексуального либертарианства, наделяющего то, что подвергается цензуре, властью разрывать и высвобождать. Потому-то «эротическое» — намекает ли оно на садизм, нигилизм или что угодно — провозглашается сексуально раскрепощающей силой»¹⁷.

В 1980-е расцвет образа преуспевающей бизнес-леди, а также стремление женщин переосмыслить стереотипы сексуальности привели к более уверенной и настойчивой, чем когда-либо в прошлом, эротической моде. Тесные, в обтяжку платья от Аззедина Алайи, чувственные фасоны Тьеры Мюглера и корсеты Вивьен Вествуд с репродукциями картин Франсуа Буше создавали образы

амазонок. В популярном тогда просвечивающем топе с приподнятым лифом в комплекте с мини-юбкой или джинсами женщины из всех слоев общества выставляли свое тело напоказ больше, нежели когда бы то ни было прежде. О силе, которую придавали эти вызывающе соблазнительные фасоны, говорили и такие журналы, как Elle, заключавшие под одной обложкой тягу к гламуру и к равноправию. Как выразилась в 1990 году Андреа Стюарт, «для молодых женщин ценность и радость потребления состоит отчасти и в том, что в нем преступаются традиционные границы половых различий и попираются анахроничные представления о женственности»¹⁸.

Тем не менее настроения того времени не исчерпывались беспечной бравадой. Из-за угрозы СПИДа обострились страхи перед смертью и болезнью, и сурово натренированное тело, выставленное напоказ благодаря откровенным фасонам, было также защитным щитом, усовершенствованным экстерьером, который действовал как фетиш, отгоняя тревоги, связанные со смертью и болезнью. Возможно, такая явная демонстрация сексуальности в моде была суррогатом самого секса, чреватого опасностями. Эротичность наряда зачастую была затуманена аксессуарами, сводившими на нет его призывность. Тяжелые ботинки и сапоги Dr Martens зачастую служили дополнением к скульптурным платьям, повседневным и вечерним.

Образцами ниспровержения моральных стандартов сексуальности и сопротивления пассивным идеалам женственности служили поп-идолы вроде Мадонны и Энни Леннокс. Приобретение модной одежды и косметики было одним из ключевых элементов поиска новых идентичностей и распространялось на более широкие слои общества: возрастала притягательность дизайнерского имени, а с ней и популярность расширяющегося ассортимента одежды и косметики. В 1980-е демонстрация богатства и высокого статуса женщины несла в себе тот же эротический заряд, что и в предыдущие десятилетия, а накачанное посредством аэробики тело служило символом привлекательности и успеха. В феврале 1987 года британский Vogue рекомендует линию дорогих отшелушивающих и увлажняющих средств для тела, позволяющих добиться безупречной гладкости кожи, поскольку в этом сезоне модно открытое. Автор статьи пишет: «В то время как правительство ставит штамп „вредно для здоровья“ едва ли не на всех формах телесных удовольствий вне брака, модельеры неустанно ведут подкоп под это новое целомудрие посредством новой обнаженности в платьях, которые легко принять за довольно смелые секс-изобретения»¹⁹.

Сопровождающая статью фотография еще ярче выражала эти догматы дорогостоящей эротики, однако их нельзя отнести исключительно к 1980-м. В фотографии чувствуются отголоски более ранних реинкарнаций гламура. Кадр обрзан так, что в фокусе остается загорелое декольте; модель теряет свою

индивидуальность, превращаясь в образец соблазнительности, к которому обязаны стремиться все женщины. Ее торс обернут волнами розового шелка с рюшами, шею обвивает ожерелье с фальшивыми бриллиантами и жемчугами каплевидной формы. Это образ эротизированного тела — однако, в отличие от предыдущих десятилетий, это интерпретация тела как символа культуры в осаде, защищающейся от страха смерти и болезни. Конструирование тела как неприкосновенной защитной оболочки предотвращает ощущение опасности сексуальных контактов. В 1990-е, эпоху очарованности эротикой, страх перед сексуализированной женщиной продолжал подниматься на поверхность. И мужские и женские журналы мод публиковали все больше откровенных снимков обнаженных и полуобнаженных моделей. Возникла потребность исследовать изнанку эротики, густо приправленную низкопробным гламуром и угрозой насилия. Ги Бурден и Хельмут Ньютон стали образцами для тех, кто предпочел ностальгию по декадентским излишествам простой и беспечной сексуальности 1960-х.

Фетиши

В ноябре 1995 года британский Elle поместил в юбилейном номере, посвященном десятой годовщине журнала, фоторепортаж и статью под названием «Кто кого шокирует?», где исследовалось крушение моральных барьеров за годы существования журнала. На фотографиях — модели в дизайнерских фетишистских нарядах, прикованные к стульям, запертые в тесные гробоподобные чуланы; латексные отсветы корсетов, платьев и брюк, дополненных каблуками-шпильками и украшениями, имитирующими оковы. В элегантной жесткости этих черно-белых снимков обыгрываются размытые представления о сексуальности 1990-х годов. Как явствует из сопутствующего текста, одежда из ПВХ и резины больше не рассматривается как «отклонение» или «извращение». Высокая мода в некотором смысле оздоровила эти материалы, постепенно превратив их в мейнстрим. Фетишистские одеяния, некогда уместные только в тайных гардеробах закоренелых садомазохистов, стали основой как показов мод, так и отделов готовой одежды сетевых универмагов, отражая эрозию сферы частной жизни. Мощная образность этой субкультуры сделалась лейтмотивом фешен-фотографии, а глянцевые страсти Хельмута Ньютона — источником для более поздних вариаций, вроде тех, что публиковал Elle, желая показать, «как далеко мы ушли за последние десять лет»²⁰.

Бунтарский бриколаж панк-стиля в 1970-е разрушил утвердившийся кодекс сексуальной репрезентации. До того многие видели латексные наряды, намекавшие на садомазохизм, только в виде обтягивающих комбинезонов на Эмме Пил в телесериале 1960-х годов «Мстители» или футуристических

костюмов Джейн Фонды в фильме 1968 года «Барбарелла». Но в невинности этого облика была заложена бомба, которая не могла не взорваться. В 1974 году Вивьен Вествуд и Малкольм Макларен придали новый облик своему бутику на Кингз-роуд, в сумрачных недрах которого продавалась садомазохистская одежда — как форма отчаянного сопротивления общепринятым требованиям скромности. Новое название магазина, «Sex», было выложено кричаще-розовым пластиком: в этом читался вызов хорошему вкусу и намерение уничтожить табу вокруг так называемой девиантной сексуальности.

Панк сознательно стремился к размыванию значений одежды; множественные смыслы, сведенные вместе в одном наряде, смешивались и запутывали наблюдателя, препятствуя простым и однозначным интерпретациям. Панк-тело было облачено в брутальные одежды порнографического стиля, словно выкопанные в ориентированном на мужскую клиентуру секс-шопе где-то на задворках Сохо и гордо демонстрируемые как символ силы городской улицы — арены для бунта маргиналов. Молодые женщины носили фетишистские наряды — латексные мини-юбки, перетянутые ремнями и молниями, чулки в сеточку и лакированные шпильки — как призыв к оружию. Они выбрали этот стиль не затем, чтобы казаться доступными или покорными (традиционная интерпретация откровенно сексуальных нарядов), но чтобы бросить вызов приторной сентиментальности, обычно приписываемой девочкам-подросткам, от которых принято ждать розовых мечтаний, а не откровенной хардкорной эротики. Это был открытый, демонстративный вызов рафинированной морали. Дефилируя по городу в откровенных нарядах, обычно ассоциируемых с проститутками, эти девушки угрожали тщательно выстроенному равновесию между тайным, запретным миром сексуального — и открытостью и уязвимостью улицы. Как писала Элизабет Уилсон: «„Уличная проститутка“ — это старый термин, „обитатели улиц“ — новый, но и то и другое говорит нам, что проводить слишком много времени на городских улицах — значит сделаться подозрительным с точки зрения морали»²¹.

Эта моральная неопределенность была растянута до предела прочности; панк-культура была загружена порнографическим контентом, однако у нее самой секс вызывал скуку и презрение, рассматривался как лишенный чувства механический акт. Эти внутренние противоречия предъявлялись как способ нарушить социальные нормы и разоблачить фальшивую скромность мейнстрима. Садомазохистский наряд служил средством достижения анархистских целей, а не элементом сексуального ритуала, как у настоящих фетишистов.

Высокая мода 1970-х тоже временами обращалась к фетишизму, создавая ультрагламурные образы скучающего вида моделей в садомазопозах. Хельмуту Ньютону с его непреходящим интересом к фигуре доминатрикс принадлежат многочисленные изображения женщин в соблазнительных позах

властительниц. По настроению эти постановки напоминают роль Катрин Денев в фильме 1967 года «Дневная красавица». В сдержанно-элегантных роскошных костюмах от Ива Сен-Лорана она играет фрустрированную жену представителя высших слоев среднего класса, которая мечтает о брутальных сексуальных ритуалах и становится элитной проституткой в попытке найти избавление от застойной, клаустрофобной респектабельности ее «реальной» жизни. Модный журнал предлагает «безопасную» среду для визуальной реализации подобных опасных мечтаний. Поскольку фешен-фотография создается преимущественно для женщин, работы Ньютона и подобные им предлагают фантазию о сексуальных ролевых играх аудитории, которая обычно исключается из ее потребления, — в норме эротические темы предназначаются исключительно для мужчин-вуайеристов. Однако, как отмечают Кэролайн Эванс и Минна Торнтон в своей книге 1989 года «Женщины и мода, новый взгляд», прочтение этих работ не может быть полностью позитивным: «В высшей степени „постановочное“ качество фотографий Ньютона выдает доминирование фотографа над моделями, несмотря на все их фаллические претензии»²².

Этот конфликт между обтекаемой фалличностью фетишизированного тела модели и знанием о власти фотографа над мизансценой трудно преодолеть, даже когда фотограф — женщина. В одной из работ Эллен фон Унверт — полной эротизма фотографии Нади Ауэрман для сентябрьской обложки *The Face* 1994 года — ощущается влияние стиля Хельмута Ньютона, усиливающее впечатление низкопробного глянца. На модели ничего нет, кроме черного кожаного ошейника и густого, кричащего макияжа. На фотографиях внутри журнала Ауэрман тоже выступает в образе фантастической женщины-вамп — своего рода пародия на 1970-е, вызывающая то же смешанное чувство: с одной стороны, будучи эротическим символом, она обладает властью, с другой — остается рабыней поз и декораций порножурнала.

В середине 1980-х Мадонна уже демонстрировала возможности и проблемы использования сексуальных и садомазохистских образов для подчеркивания женской силы. Белл Хукс писала: «[Имидж Мадонны] вызывает ощущение перспективы и возможности, обещания свободы; она феминистка, поскольку дерзнула преодолеть сексистские барьеры; она представительница богемы, поскольку пошла на авантюру, не побоявшись рискнуть; она отважна, поскольку предъявила сложное, нестатичное, постоянно меняющееся „я“. Страстное стремление к удовольствию — но и самодисциплина»²³.

Переработка Мадонной множества сексуальных стереотипов имела целью вдохновлять людей и вселять в них уверенность в себе. В таких видеоклипах, как *Express Yourself*, она выступала в садомазохистских образах: и доминатрикс в мужском костюме, и покорная звезда экрана. Прекрасное исполнение ею обеих этих ролей свидетельствовало об их позитивном смысле. Однако как

поклонники, так и критики Мадонны единодушно осудили ее книгу «Секс», опубликованную в 1992-м. Шумный протест, вызванный ее откровенным содержанием, был направлен против открытой публикации изображений, которые прежде предназначались исключительно для порножурналов.

Хотя это было обвинение того же рода, что и против панк-культуры, иллюстрации в «Сексе» включали в себя фетишистскую одежду и садомазо-позы в ином смысле: с точки зрения белл хукс, они, в отличие от панка, не изменили сексуальный статус-кво, но усилили существующий — белый, гетеросексуальный — идеал сексуальности. Они не были формой сопротивления, освобождения женщин путем провозглашения их права на любые фантазии; скорее, это был гедонизм ради гедонизма; не ниспровержение порнографических образов, а их вторичная переработка. В садомазохистских иллюстрациях к «Сексу» на первый план выходит та же идея наказания, которая преобладает в подобных изображениях в мейнстримных медиа, но игнорируются более сложные проблемы согласия и ритуала, неразрывно связанные с этой субкультурой.

Для фетишистов важно не поверхностное впечатление и не модная актуальность их образа. Для них важно тактильное ощущение скользкости резины и неподатливости латекса, ощущение скованности тела и сексуальное напряжение, вызванное движением внутри такой жесткой оболочки. Настоящая фетишистская одежда замечательна неизменностью стиля. Одни и те же ключевые элементы появляются снова и снова, почти всегда черные. Мода, однако же, куда более склонна к экспериментам, в ней используются разные цвета резины, добавляются блестки или перья для разнообразия эффектов текстуры ткани, силуэт подгоняется к современным модным идеалам. Во многих модных предметах одежды, отсылающих к садомазо, добавлены высокотехнологичные волокна, позволяющие материалу двигаться и растягиваться на теле, улучшая его вид, ослабляя ограничения настоящей фетишистской одежды и усиливая фешен-аспект в отличие от сексуального. В том, как мода присваивала фетишистскую одежду — как шутивное прославление ненатуральности, как протест против серьезных костюмов, столь популярных в 1980-е, — было также явное ощущение экстравагантности и аффектации. Примером такого ернического подхода могут служить работы Тьерри Мюглера и Жан-Поля Гутье; последний в своей осенне-зимней коллекции 1987/88 года соединил резиновые юбки и бюстгалтеры с тартаном и вязкой косичками — фетишистская одежда стала всего лишь одним из элементов в пестром мире этого модельера, составленном из случайных фрагментов. Такая сфокусированность на поверхностном, на стилизации, на сведении воедино столь разных оттенков смысла питается собственной противоречивостью и непоследовательностью. Сьюзен Сонтаг пишет об этих неудержимых заимствованиях: «[Кэмп — это] некий способ видеть мир как эстетическое явление. Этот способ, способ кэмп»,



Jean Paul Gaultier,
осень — зима 1987/88.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

выразим не в терминах красоты, но в терминах степени искусственности или стилизации»²⁴.

Откровенно сексуальные стили оставались непривычными для мейн-стримной культуры и продолжали вызывать неловкость с точки зрения морали. Мода демонстрирует фетиш как хорошо продуманный шок, ища прямой путь к вниманию потенциальных потребителей. В 1980-е, после пересечения с высокой модой, когда продукция фетишистских марок, таких как *Ectomorph*, начала смешиваться в фотосессиях с дизайнерским латексом более знакомых брендов вроде Gaultier, это заигрывание с запретным стало лейтмотивом. В 1996 году Линда Грант писала в *The Guardian* об этом стремлении снова и снова бросать вызов морали старших поколений: «Как еще шокировать родителей, отплясывавших нагишом в Вудстоке, кроме как потешаясь над их сексуальностью „а-натюрель“ и их наивной верой в мир и любовь?»²⁵

Панк-культура нашла самый простой способ шокировать родителей и вообще взрослых: посредством насилия, скрытого в порнографии и явно выраженного в садомазохизме. Перестав быть табуированными, эти образы утратили свою болезненную чувствительность. Как уже отмечалось в предыдущем разделе, страх перед болезнью и распадом стал особенно заметен в последней четверти XX века; эротический блеск латексных футболок и платьев стал внешним защитным слоем. Как заметил модельер бренда *BodyMap* Стиви

Стюарт в 1996 году, «люди проводят массу времени, окультуривая и приукрашивая свои тела, и это [фетишистская одежда] — прекрасный способ похвастаться телом, не показывая его»²⁶. Эти слова Стюарта подтверждают, что подлинный фетишизм в моде XX века — это навязчивое стремление контролировать естественное тело, доминировать над ним, преображенным пытками спортзала и постоянно эксплуатируемым (зачастую — жестоко) на страницах журналов мод.

Поруганное тело

«О красота, тебя я воспою!» — обвиняющая картина Георга Гросса 1919 года, пример оскверненного эротизма, похоти, которая проклиняет власть женской сексуальности. Горожане в убогой забегаловке, хищные, похотливые лица мужчин, размазанная косметика и подобные висельной петле меховые боа у женщин. Женщина на переднем плане почти раздета, ее пожирает взглядом сидящий сзади респектабельный господин. Судя по саркастическому названию картины, красота рассматривается как ловушка, как ухищрения публичной женщины, стремящейся замаскировать свою увядшую плоть и низменные желания. Смысл картины ясен: она говорит о двуличной природе женщин, о презрении к их поглощенности приукрашиванием телесной поверхности, о постоянном конфликте между зачарованностью женской плотью и ненавистью к ней, о власти, которой эта плоть обладает.

Эта картина Гросса, написанная в начале XX века и изображающая женское тело одновременно убогим и эротизированным, позволяет кое-что понять в фешен-фотографии 1990-х. Некоторые сексуально притягательные женские фотографии, которые прославляют тело и высвобождают силу и желание, могут при этом сужать и ограничивать определения тела: их вездесущность наполняет журналы и афиши клаустрофобно узкими представлениями о неизменно доступной сладострастной женственности. Как писал Вальтер Беньямин, «в моде фантазмагория товаров ощущается острее всего»²⁷. Тут прослеживается связь между фетишизмом вещей и фетишизмом тела: и тот и другой жаждет потребления.

В последние три десятилетия XX века становилось все больше дизайнеров и фотографов моды, чьи работы шли вразрез с этим навязчиво эротизируемым представлением о теле. В работах таких фотографов, как Шон Эллис, и таких модельеров, как Александр Маккуин, властный эротизм женских форм словно угрожает зрителю, балансируя на грани насилия. Эти художники подчеркивают темную сторону желания, выявляя современные страхи перед уязвимостью тела и потенциальной опасностью визуального и физического обладания им. В их работах ясно прослеживается маниакальный вуайеризм западной

культуры, постоянно подсматривающей за женским телом. Мы, казалось бы, освобождены от оков традиционной морали, нас не беспокоят образы, которые срывают покровы и щекочут нервы, — и все же нас преследует страх, что секс греховен, и мы считаем, что желания следует поверять рассудком и контролировать. Мода становится местом для исследования тем, связанных с эротикой, предположений о смертельной угрозе, которую таит в себе сексуализированная женственность. Мода обречена оставаться на поверхности тела, но при этом она навязчиво разоблачает неосознанные тревоги и томление по той самой плоти, которую она так старательно (и соблазнительно) скрывает.

Сообщения уже не так прямые и ясные, как в начале века. И естественное тело, и его изображение могут подвергаться изменениям и манипуляциям, вызывая смешанные чувства, которые спутывают отправляемые и считываемые сообщения. Многоуровневые аллюзии, скрытые в таких изображениях, переосмысление стилей прошлого с учетом других областей поп-культуры и дизайна — все это превращает поиск простой интерпретации мириад фотографий во все более бессмысленный процесс. Фешен-фотография порождает симулякры тела, красоты и даже смерти, удаляя черты смертности, старения и распада, и становится полем конфликта и двусмысленности, а не определенности.

Символом этого смещения смыслов становится модель: ее молодость и красота, порождая желание, вызывают восторг, однако ее символическое совершенство вызывает отвращение. Она видится «ненастоящей», каналом для вожеления женского тела и отвращения к нему, то есть чувств, которые могут быть исследованы в мире моды, но которые при этом трудно выразить иначе. Границы приемлемого постоянно раздвигаются: от каждого нового поколения модельеров и стилистов требуется пересмотр отношений между телом, стилем и моралью. В 1990-е годы эти отношения являли собой шаткое балансирование между эротикой и насилием. Модели представляли во все более брутальных образах, выражавших презрение к таким опасностям, как распад, болезнь, физическое насилие, и одновременно страх перед ними.

В фотографиях модели Кристен Макменами, сделанных в 1996 году Юргеном Теллером, ярко проявляется это стремление выйти за рамки искусственного модного образа и показать тело как нечто брэнное, открытое боли и усталости. В них отражена присущая 1990-м одержимость «настоящим» в фотографии: резкий свет, в котором кожа выглядит покрытой пятнами и изможденной, не сглаживает признаки брэнной плоти, а, напротив, изобличает все изъяны и синяки. Конечно, этот реалистический стиль сам по себе условность, специфический способ видеть мир, фокусируясь на потенциальной романтичности обыденного и заурядного; и все же фотографии Теллера утверждают иной взгляд на прежде безупречное тело супермодели. *Süddeutsche Zeitung* заказала эти фотографии для обложки своего приложения на тему моды и морали.

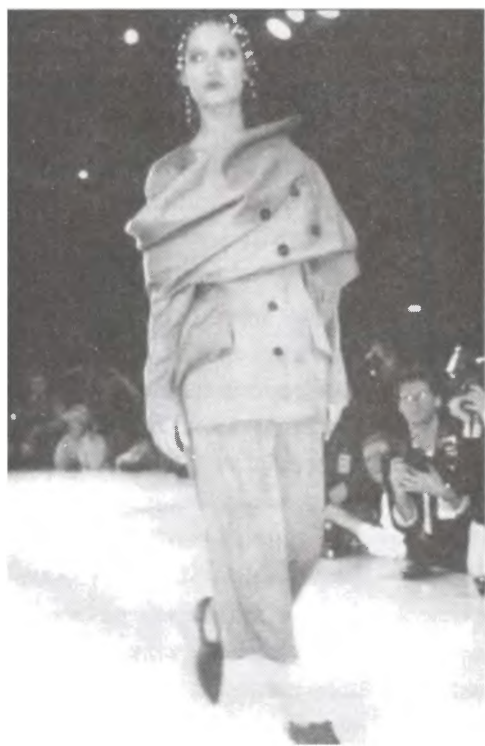
Теллер хотел сделать ремарку о стерилизованном совершенстве традиционных обложек модных журналов и о деспотических стандартах красоты, которых они придерживаются. Вот что он говорил о таких обложках: «С моей точки зрения, большинство их выглядит отвратительно. Они не показывают человеческих аспектов девушки. Я не понимаю ретуши. Они выглядят для меня как инопланетянки. Кристен Макменами называют супермоделью и показывают ее именно такой. Я просто хотел сказать: слушайте, она вот такая»²⁸.

Макменами предстает перед зрителем вызывающе нагой, в ее полных губах зажата сигарета, подчеркивающая пренебрежение к стерильным представлениям о лучащихся здоровьем телах. Она стоит с изогнутыми бровями, в лице насмешка и вызов, руки уперты в бока — пародия на тщательно выстроенные позы моделей, призванные выражать одновременно моду и сексуальную притягательность. Освещенная прожектором, она с вызовом приглашает зрителей рассмотреть ее наготу. Между грудей помадой нарисовано сердце, в котором небрежно накарябано «Versace». Взгляд фокусируется на этой надписи, вынужденно воспринимая тело модели в связке с названием бренда, разоблачая коллапс смысловой связи между телом модели и дизайнерским товаром. На животе красный шрам, след от слишком резко застегнутой молнии — только что закончился показ на подиуме. Ассоциации с модой проблематизируют ее наготу, определяя тело в рамках той самой одежды, которой на ней нет.

Эта фотография производит впечатление стоп-кадра, моментального снимка, отчего усиливается впечатление мимолетности образа и быстротечности молодости. Резкий свет создает ощущение реальности, сводящее на нет лоск фешен-фотографии, обычно стремящейся показать модель в наиболее выгодном освещении. Нам отказано в глянцевого совершенстве множества подобных фотографий, мы не можем скрыть свой вуайеризм за гламурностью, обеспечивающей дистанцию между зрителем и зрелищем. Макменами знает о нашем жадном взгляде и не позволяет эротизировать свою фигуру, выставленную нам на обозрение.

Однако, как сказала об этой фотографии стилист Венеция Скотт, «при всей брутальности этого кадра мы знаем, что она не была в положении жертвы»²⁹. Работа Теллера говорит скорее о задушевных отношениях с моделями, чем о напряженности. Он допущен в их личное пространство, он конструирует образы, исследующие нашу манеру разглядывать тела моделей, требуя от них совершенства, эротичности, которая захватывает нас и уводит от осознания реальности тела и его неминуемого распада.

Признаки диссонирующего эротизма в репрезентации моды появились еще в 1960-е. Фотосессия, снятая Энди Уорхолом на его «Фабрике», отражает полное тревожных предчувствий представление о размытых гендерных идентичностях и нездоровой, обсессивной сексуальности на грани невроза.



John Galiano, осень — зима 1988/89.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

Писательница Элизабет Вурцель говорила об ассоциативной связи гламура с неуравновешенностью культовых фигур — таких, как Эди Седжвик, которая, по словам этого автора, воплощала в себе «смесь из трех А — амфетамины, анорексия и анемия»³⁰. Это описание напоминает критику в адрес моделей-«беспризорниц», столь популярных в начале 1990-х, чья привлекательность основывалась на явной анемичности и прозрачности кожи. Этим коннотациям брутальной сексуальности и разрушительных представлений о телесности, отрицающих идеализированную красоту традиционных моделей, предстояло стать все более существенным направлением в репрезентации моды. В 1980-е годы лучшие клубы предоставляли свою сцену таким артистам, как Ли Боуэри, который постоянно менял имидж, создавал все новые и новые образы себя. Его стиль был воплощением этого сопротивления стерильным изображениям тела. Он использовал одежду и макияж для конструирования собственных концепций экстремального, а не для подражания или улучшения представлений о естественном. Его стиль был частью все более заметного смещения в сторону использования собственного тела и модных образов себя как площадки для исследования тревоги и гнева. Модельеры и фешен-фотографы ощущали прессинг: от них требовалось соответствие стандартам сексуальной привлекательности. Однако из-за навязчивого страха неудачи, невозможности

соответствовать этим ожиданиям все больше модных образов расходились с общепринятыми взглядами на здоровый эротический имидж. Предпочтение все чаще отдавалось менее удобным представлениям о сексуальном желании, в которых ощущались смертельные омуты насилия и разложения. Миф о вечно юной, навек идеальной модели развенчивался как ложь, и зрители были вынуждены соприкасаться с неуютными, тревожными отражениями собственной бренности.

Стиль осенне-зимней коллекции Galliano 1988/89 года демонстративно подчеркивает ненатуральность моделей: у них мертвенно-бледный макияж, темные губы и веки, напоминающие о звездах немого кино 1920-х. Длинные и узкие костюмы кажутся перекошенными из-за асимметричности жакетов, создающих тесноту и трение. Благодаря сочетанию энергичного, яркого образа и мужского кроя модели выглядят властными, волосы их тщательно убраны назад, лица открыты; однако навязанная «инакость» стиля разрушает их «фаллическую» силу.

Означающие натурального исчерпали себя; попытка обмануть смерть, облачившись в косметические симуляции молодости, заменена неприятными и пугающими видениями, намекающими на уязвимость тела. Слова Бенъямина о том, что «мода — средство, которое „заманивает [секс] все глубже в неорганический мир“ — „царство мертвого“»³¹, подтверждают ту идею, что одежда, макияж и аксессуары — искусственные элементы, используемые для маскировки живой плоти. Модно одетое тело, таким образом, — это тело, которое еще сильнее отдалено от органического мира, его эротическая притягательность усилена за счет маскирующих уловок.

Нарциссизм моделей, их поглощенность внешним обликом, которая одновременно восхищает и отталкивает, доведен до предела в непроницаемой безжизненной маске, которую они демонстрируют зрителю. Мы одеваемся, чтобы скрыть реальность своего органического тела. Это тело стало одновременно эротическим и обобщенным, неизменно отсылающим к другим образам, которых не счесть. В конце XX века этот полуфабрикат сексуальности постоянно балансировал на грани жестокости, между воспеванием вновь востребованной эротичности — и язвительным упреком за веру в ее действенность. Чем увереннее вторгались женщины в сферу общественного, тем глубже укоренялся страх перед этой переменной во властных структурах. И мужчины и женщины ощущали двойственность силы женского тела в этом контексте. Мода раздвигает границы тела, не допуская примирения между плотью и тканью. На поверхность стремительно всплыл исконный страх перед женской сексуальностью и внутренне присущим ей «злом»: насилие же служит вечным напоминанием о неотвратимости наказания за выставление напоказ этого опасного и соблазнительного зрелища.

Для Александра Маккуина это вылилось в ряд коллекций, проникнутых брутальной сексуальностью. В его первой коллекции в 1993 году модели шагали по подиуму в неряшливом белом муслине, на груди расплывались коричнево-красные пятна, как будто они стали жертвами страшного насилия или подверглись хирургической операции.

Темы тревоги и страданий и впоследствии комбинировались в его работах с латентной сексуальностью. В весенне-летней коллекции 1996 года «Голод» (The Hunger) модели были одеты в тонкие костюмные ткани, которые расходились, обнажая прозрачные скульптурные лифы с червеобразными искривлениями, выющимися по коже.

Модели, казалось, были полны равнодушия к тому вниманию, которое привлекали своим обольстительным видом. Этот вид аккумулировал в себе всю очарованность позднего XX века низкопробным гламуром, который существует за счет напоминания о смерти, порывает с буржуазной ложью «естественности» в моде и косметике и прибегает к нарочито шокирующим ассоциациям, сопротивляясь постоянным громогласным призывам к здоровью и красоте. Эта смесь темных стихий с эротическими образами способна заставить наблюдателя поежиться. Райан Гилби в мае 1997 года писал в The Face об усиливающемся движении к темам готики и смерти в массовой культуре, о стремлении общества к порядку и о противоречивых эмоциях, которые это стремление может порождать: «Консервативное общество гордится тем, что из него по общему согласию изгнано все темное и двусмысленное; но отсюда следует, что, по мере того как любой общественный порядок стремится к усложнению и „цивилизации“, его более сомнительные и потенциально разрушительные подводные течения широко распространяются или подавляются»³².

Образы, напоминающие о смерти, отражают неуверенность вокруг вопросов секса; тайные страхи большими буквами написаны на телах моделей. Заимствуя из фильмов ужасов (таких, как «Чужой» и его продолжения) образы монстров в женском облике, модели становятся жертвами коллективного невроза, связанного с телом.

Розетта Брукс пишет о нереальности создаваемых образов: «Гламур — не натуральный показатель сексуальности, он демонстративно фальшив. Глянец и блеск словно сливаются в этих образах как атрибуты непроницаемости и как точка замыкания, а не как прозрачный и открытый путь к объекту желания»³³. Гламур действует в этих образах как прием дистанцирования: женщина становится своим собственным фетишем, живет собственной красотой. Стилистика смерти, распространенная в фешен-фотографии 1990-х, подпитывается работами Ги Бурдена 1970-х, в которых подчеркивается саморазрушительный импульс такого упоения собой. В образах мужчин-моделей тоже задействованы мотивы жестокости. Однако им недостает эротического лоска женских образов, поэтому



Alexander McQueen,
весна — лето 1996.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

они либо вращаются вокруг бравადы и «нового мачизма», либо изображают мужчин «жертвами убийства», уничтоженными некой внешней силой, а не пожирающими себя. Ярким примером первой тенденции могут служить фотографии Питера Робатана для январского *The Face* 1997 года. На них модели-мужчины пьют, ходят нетвердой походкой, дерутся и поглядывают со страниц журнала с наглой развязностью. Все это происходит на фоне ярких голографических декораций: ночные клубы, пабы, где, как подразумевается, эти модели проводят все вечера, неизменно заканчивающиеся у них пьяной дракой. На последнем снимке один из мужчин возвышается над другим, наступив ему на руку, и, выпуская дым ему в лицо, заносит кулак для очередного удара.

Такая динамика далека от меланхолической отчужденности, присущей рекламной компании Юргена Теллера 1997 года для сети модной одежды *Jigsaw Menswear*. Мужчины-модели показаны то лежащими ничком на тротуаре, то заляпанными темной жидкостью, то летящими вниз, словно падая с крыши высотного здания. В основе этих образов лежит насилие большого города, а не эротическая угроза, свойственная образности женской моды. Страх перед женским телом как фаллическим и, следовательно, перед возможностью кастрации подразумевает куда более пугающую перспективу.

Стилисты исследовали границы искусственного на протяжении нескольких лет, в течение которых влияние Бурдена сочеталось с панковским этосом

хаоса и разрушения, где поруганное тело рассматривается как показатель внутреннего разлада и интенсивности чувств. Работа Маккуина отражает издевательство над телом, показывая при этом неприглядные аспекты женского бытия. Она выявляет то, что обычно скрывают от глаз потребителя моды, чтобы уберечь от разрушения его фантазии об идеале.

Серия фотографий Шона Эллиса 1997 года под названием «Клиника» повествует об обитателях этого потустороннего мира гибельных желаний, совмещающая образы моделей-вамп со схемами мускулов из анатомических атласов и звериными черепами. Под девизом «Добро пожаловать. Мы разорвем вам сердце» эти фотографии позволяют зрителю взглянуть на готические эротические образы с оттенками садомазохистских наслаждений. Они высвечивают возможности фешен-фотографии как сцены для выявления и изучения женских фантазий и страхов. Напудренная белая кожа моделей оказывается тонкой завесой, скрывающей то, что демонстрируют наложенные изображения из анатомических атласов: границы между кожей, мышцами и кровью словно размыты. На одной фотографии два лица, размещенные по диагонали в противоположных углах кадра, обращены друг к другу. Голова одной модели запрокинута, по всей видимости в любовном экстазе, вторая модель наклоняется к партнерше и вонзает ей в шею длинные серебряные спицы жестокого украшения от Шона Лина. Зритель исключен из этой тайной игры роковой сексуальности; серебристый отблеск пластиковой занавески для душа, служащей фоном, и неестественная синева волос обеих женщин еще больше отчуждают их от внешнего мира. Эротизм их поз не выглядит постановочным, он — не для удовольствия наблюдателей, как было принято ранее в фешен-фотографии, а для их собственного наслаждения. Фетишизированный образ тела модели оказывается перевернут; нас явно исключают из сумеречного мира, выстроенного фотографом вокруг его героинь.

Такие образы потенциально способны освободить моду от идеальных тел. Отсюда проблемы — и с тем, кто именно контролирует и конструирует образы, и с тем, как они воспринимаются в более широком культурном контексте.

В работе Яны Стербак «Vanitas: платье из плоти для анорексички-альбиноса», представленной на выставке «Обряды перехода» в галерее Тейт в 1995 году, разоблачается характерное для моды превращение тела в товар, а также возникающее при этом неприятное чувство, когда рассматриваешь собственное эротизированное «я». Это простое не приталенное платье из сшитых воедино кусков мяса. Использование мертвой плоти вместо ткани вызывает тревогу, сдирает с кровью все претензии моды, все ее ухищрения в попытках замаскировать разложение естественного тела. Эта работа отражает жестокость царящего в моде почитания юной плоти. Платье Стербак сырое, с прожилками; оно заключает в себе идею прямого воссоединения внутреннего и внешнего тела;

брутальность сшитого на живую нитку силуэта служит символом потаенных страхов.

В другой работе Стербак, носящей название «Почувствуй то, что чувствую я... (Платье)», форма платья сконструирована из металлической проволоки. Если включить ее в розетку, в проволоке ярко вспыхивают нити накаливания. Это платье символизирует «размышления о привлекательном и отталкивающем, о страсти и ревности»³⁴, навеянные мифом о Медее: покинутая мужем ради другой женщины, Медея послала сопернице платье, которое вспыхнуло огнем, как только та его надела. Такой образ женщины, снедаемой ревностью, отражает осознание опасности плотского «я» и скрытого в нем потенциала смертельного насилия и мести.

В фотографии Ранкина, сделанной в июне 1997 года для Dazed & Confused, тоже проявляется этот мифический образ непредсказуемой женщины, способной на все под воздействием низменных желаний. Модель в обтягивающем костюме от Александра Маккуина словно охвачена вожделением. Вцепившись в платье, она приподнимает его повыше. Она отворачивает лицо от камеры, рот в вишневой помаде приоткрыт, глаза закрыты, молния на груди расстегнута. Подол ее платья охвачен пламенем, языки огня ползут вверх по телу и уже подбираются к лицу; она же, не обращая ни малейшего внимания на эту угрозу, отдается во власть огня. Этот образ — символ тревоги, первобытного страха, что, поддавшись искушению, ты делаешь шаг навстречу гибели.

Страх перед реальными женщинами переносится на моделей — визуальные репрезентации поп-культуры; мир образов используется для исследования и устранения подсознательных тревог, связанных с телом и сексуальностью. Некоторые примеры предостерегают от возможной трагедии. Они подразумевают возмущенный протест против власти и успехов, достигнутых женщинами в течение века, и дискомфорт из-за образов, которые словно бы исключают зрителей из выстроенных ими эротических фантазий. Они вытаскивают на поверхность глубинные страхи перед непредсказуемостью и неконтролируемостью женской сексуальности — страхи, уже проявившиеся в других сферах поп-культуры. Открытая сексуальность придает женщинам обаяние и привлекательность, однако они подвергаются порицанию за то, что используют ее как орудие соблазнения. Тем не менее остается тревожащее ощущение, что эти образы относятся к сфере запретных удовольствий, которые упрямо отвергают совершенствование и идеализацию. Изъяны и разложение изображаются как боевые шрамы бренности, эротические, но рушащие мечту о гигиеничном, дезинфицированном сексе в обществе, которое поклоняется безупречной юности. Тело являет собой поле сражения, где фрустрация и гнев написаны на коже несовместимыми письменами боли и наслаждения — символическое наказание для плоти за ее желания.

Плоть

В XX веке мы слишком много вложили в созданный модой фантастический мир совершенства, чтобы уметь игнорировать требование современности «творить» собственные тела. Начав играть все большую роль в образовании, политике и профессиональных сферах, женщины научились бороться с собственным телом, демонстрировать тщательно выстроенную внешность, которая соответствует стереотипам сексуальности, но при этом отвергает «материнский» силуэт, который был определяющим признаком женственности в предыдущем веке. Идеалом красоты в моде стало не прославление естественного, но проверка способности женщин противостоять ему. Этот идеал требует способности вписываться в господствующую эстетику, как отмечала Розалинд Кауард: «Чем мода категорически не является, так это выражением индивидуальности»³⁵. Скорее, мода — это разновидность красивого и соблазнительного принуждения к вере в чудо совершенства, ожидающего всех, кто верен ее, моды, заветам.

Мода состоит в тайном сговоре с обществом, помешанным на худобе; весь процесс создания и рекламы модной коллекции основан на производстве одежды самых маленьких размеров. Это означает, что модели обязаны быть очень стройными, чтобы втиснуться в те образцы одежды, которые демонстрируются на подиуме и используются в фотосессиях; отсюда медийные образы, укрепляющие предубеждение, что одежда лучше всего смотрится на стройных. Эта фантазия, возникшая благодаря фешен-фотографии, внушает, что необходимо постоянно поддерживать свое тело в форме, чтобы оно соответствовало силуэту идеальной модели, поскольку это единственный способ носить все самое модное. Иллюзия разнообразия поддерживается постоянной сменой фасонов и модных лиц, населяющих рекламу и журналы вокруг нас, — но это именно иллюзия, и только. Пропорции моделей могут слегка меняться, но идеал стройности остается неизменным.

Тело эпохи модернизма было тонким и изящным, что противоречило представлениям о завоеванном женщинами влиянии. Эта тенденция усилилась в 1930-е, когда скроенные по косой платья открыли естественное тело пристальным взглядам, и множество женщин, чтобы достичь желаемых пропорций, прибегли к физическим упражнениям, диетам и таблеткам для похудения. Во второй половине XX века идея реконструировать себя любыми способами согласно диктату моды становилась все более приемлемой для женщин, и даже такие жесткие меры, как пластическая хирургия, были окружены аурой гламура. Пластическая хирургия рекламировалась как высшая степень свободы отринуть ограничения прозаического естественного тела и в буквальном смысле создать свой образ, пусть и опираясь на идеалы тел из мира моды и медиа. Возможность изменить собственное физическое бытие, освободившись

от морального диктата религиозной веры в святость и неизменность Божьего творения, сошла со страниц журналов мод, где такие экстремальные способы перемены внешности были узаконены уже на протяжении полувека. Джоанна Бриско говорила о «таянии» физических границ тела: «Одержимость телом достигла масштабов эпидемии. Тело подвержено переменам; это уже не заданная конфигурация плоти, черт и генов, но излюбленное полотно десятилетия, глина процветающей индустрии [пластической хирургии]»³⁶.

Тела моделей вытесняются еще дальше, за границы хирургии: их образы подвергаются компьютерным манипуляциям. Фотографии на обложках обычно ретушируют с помощью Photoshop и подобных программ, чтобы сделать кожу еще глаже, а белки глаз белее, увеличить грудь, удлинить ноги. Это не препятствует нашей потребности верить в них. Мы стремимся симулировать их все более невозможную реальность и производить собственные гиперреальные формы ради модной одежды. Тело в эпоху постмодернизма, таким образом, превращается в пастиш, в мешанину из отсылок к образам из мира моды, кино и поп-культуры, все дальше и дальше от реального тела, которое отвергается из-за его банальности, маргинальной и неизбежной бренности. Британский фотограф Ник Найт исследовал возможности компьютерно усовершенствованных образов. В фотографии для *Visionaire*, сделанной в 1997 году, когда арт-директором был Александр Маккуин, он сдвинул образы моды еще дальше в мир фантазии, выстроив из разнообразных аллюзий многоярусное сюрреалистическое представление о красоте конца XX века. Модель, Девон, снята на ослепительно белом фоне. Ее темные волосы, отливающие синим из-за освещения, убраны в стиле гейши. Этому мотиву вторит и платье из бледно-розового восточного шелка, украшенное блестящими цветами. Вокруг лица модели — гало из высокого стоячего воротника. Этот образ, сочетающий утонченность и жутковатость, напоминает о стиле певицы Бьорк. Лоб Девон словно вспорот ножом, и разрез, в котором виднеются нежные розовые цветы, сколот большой серебряной булавкой. Панковская агрессия этой булавки, очевидная искусственность образа резко расходятся с природной чистотой цветов и хрупкой женственностью модели. Пределы ее реального тела стерты, технология подменила границы плоти, чтобы скомбинировать «модное» тело, фантазию, ценную своей невозможностью.

Бодрийяр утверждал: «вы ответственны за свое тело и должны выгодно им распоряжаться, вы должны инвестировать его — не для наслаждения, а отраженными и опосредованными в массовых моделях знаками, согласно схеме престижа»³⁷. Тело обернуто в нарциссическую оболочку, которая порождает однообразное представление о фетишизированном соблазнении. Каждая частица этого образа — знак меновой стоимости, почитаемый за свою близость

к превалирующим идеалам, за свою готовность быть визуально потребляемым и ценным как триумф над утраченным естественным телом.

Сексуализированные и жестокие представления о моде, обсуждавшиеся ранее в этой главе, порождают конфликт между потребностью придать телу такое значение — и страданиями и фрустрацией, вызванными недостижимостью этого идеала. Поскольку мода проникла повсюду, кроме беднейших слоев общества, все волей-неволей вынуждены становиться потребителями и под натиском моды поддаваться «неонарциссизму». В итоге люди поглощены не образом своего реального тела, но тем, который может быть построен на основе окружающих их образов. Мы, таким образом, оцениваемся в соответствии со своей способностью этого достичь.

В 1990-е годы озабоченность постоянным прессингом из-за размеров и форм тела привела к протестам и дискуссии об ответственности моды за такое положение дел. Психиатр Оливер Джеймс говорил о том, что образы красивых, стройных моделей используются деструктивно — чтобы вызывать непреходящее чувство неудовлетворенности собой и ощущение, что, для того чтобы походить на них, мы должны непрерывно покупать все больше и больше товаров. Движущей силой этого упорного подталкивания к новым и новым расходам, к поддержанию отраслей на плаву путем приобретения всевозможных предметов роскоши он называет развитой капитализм. Он утверждает: «Если действительность не оправдывает наших завышенных ожиданий, мы виним в этом систему или себя, но в любом случае показатели насилия и депрессии растут»³⁸.

Несмотря на прогресс, достигнутый женщинами в последние тридцать лет XX века, они по-прежнему несут на себе бремя проблем, связанных с репрезентацией тела и со смыслами, окружающими эту репрезентацию. Вид очень худых моделей порождает обвинения в адрес журналов мод в том, что они способствуют росту случаев анорексии среди молодых женщин, которые «мстят» своим телам как символам фрустрации из-за испытываемого давления. В июне 1996 года производители часов Omega пригрозили снять свою рекламу со страниц британского Vogue в знак протеста против того, что в журнале использовались фотографии только очень худых моделей, что, по заявлению представителей Omega, могло подталкивать многих девушек к анорексии. Газета The Independent сообщала о том, какой фурор это вызвало в средствах массовой информации: «На страницах Vogue истощенным фигурам [моделей]... придается привлекательный облик за счет гламурной фешен-фотографии. Но при увеличении, в менее лестном газетном формате, эти снимки служат ужасным свидетельством нереалистичности навязываемых женщинам идеалов»³⁹.

При этом предположение, что такие фотографии редко можно увидеть вне глянцевого страниц журналов мод, было бы, скорее всего, лицемерным —

в конце концов, реклама моды публикуется и в газетах, которые тоже следуют последним эстетическим веяниям. Отголоски этих проблем звучали до конца десятилетия.

В начале 1990-х годов в моде возникли ощутимые затруднения, вызванные экономическим спадом: множество модельеров обанкротились; звучали пророчества о неминуемой гибели высокой моды. мода стала беспорядочной смесью из натушно оптимистичных ностальгических ориентиров и экзистенциальной тоски, подогреваемой гранжем. Модели-«беспризорницы», наилучшим олицетворением которых была тогда Кейт Мосс, стали итогом этого конфликта между утешительным избавлением от назойливого искусственного гламура 1980-х — и тревогой о будущем. В условиях засилья в моде худых и хрупких предстояло преодолеть не только предубеждение самих модельеров против полноты. Как писала Наоми Вульф в своей книге 1990 года «Миф о красоте», жировая прослойка характеризуется в западном обществе как «грязные отбросы, присущие женскому телу, от которых надо избавляться; это некое канцерогенное вещество, инертное предательское образование, проникающее в нашу плоть в виде отвратительной и бесполезной массы»⁴⁰. Подобные негативные характеристики говорят о нашей одержимости механической эффективностью, вплоть до восприятия тела как машины, которую следует избавить от якобы «лишнего» веса. Они также демонстрируют, что мы отрицаем сложность знаков материнства и чувственности, представленных округлостями женского тела. Это знаки, которые подразумевают уют, мягкость, зависимость и женскую силу, подчинение естественной предрасположенности тела, которую женщин учат отвергать в пользу невозможного — вечной юности и стройности. Нас побуждают быть физически неизменными, никогда не стареющими, всегда отражающими «новейший» модный образ красоты. Идея «моделей больших размеров» не слишком преуспела в развенчивании этого идеала, поскольку реализовалась лишь для проформы. Скажем, в июне 1997 года британский Vogue опубликовал чувственную фотосессию Ника Найта с моделью 16 размера⁴¹ Сарой Моррисон, однако редактор Александра Шульман быстро выступила с утверждением, что, хотя это был «своего рода праздник плоти... [он был] строго единственным»⁴². Быстрое исчезновение Моррисон со страниц журналов мод свидетельствовало, что с помощью этих фотографий удалось создать паблисити для Vogue, но не утвердить красоту крупного тела. Присутствие в международных журналах мод другой «большой» модели, Софи Даль, было заметнее, однако ее роскошное тело редко позиционировалось как «нормальное». Ее фотографии больше напоминали шаржи: на них она, зачастую полураздетая, позировала либо на пляже в образе знойной красотки, «девушки с открыток», либо в виде опасной вамп. Это были пастиши более ранних стереотипов женственности: Даль выступала в разнообразных иронических амплуа,



Comme des Garçons, весна — лето 1997.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

напоминавших плакаты с кинозвездами наподобие Дианы Дорс, популярной в 1950-е — последнее десятилетие, когда округлые тела еще были в чести. Однако, хотя в фильмах той поры чувственность олицетворяли женщины «в теле», например та же Дорс или Мэрилин Монро, высокая мода по-прежнему прославляла худых и томных, и в качестве образца идеального тела выступали такие модели, как Кармен Делль'Орефиче. В моде куда более строгие стандарты, чем в кино. Моделей оценивают исключительно по правильности черт и симметрии лица и тела, в отличие от актрис, которым, хотя их тоже судят по внешности, нужно уметь сыграть свою героиню так, чтобы вызвать у зрителей эмпатию.

Проблемы с позитивным восприятием образа крупного тела — хотя оно гораздо больше похоже на реальные тела большинства людей — есть и у мужчин и у женщин, поскольку усилиями моды идеал худобы и стройности продержался большую часть XX века. Рекламная кампания The Body Shop 1997 года со слоганом «3 миллиона женщин не выглядят, как супермодели, и только 8 выглядят» подчеркнула расхождение между тем, что мы принимаем как данность в повседневной жизни, и тем, чего ждем от визуального образа. Даже если модельеры и создают одежду больших размеров, все равно из-за антуража магазинов модной одежды, из-за всех этих зеркал, которые побуждают покупательницу сравнивать себя с рекламирующими дизайнерские изделия мо-

делями, одежда эта пугает женщин и приводит в уныние от чувства, что образ жизни, подразумеваемый в рекламе, им недоступен.

Художница Дженни Сэвилл создает образы, бросающие вызов этому ограниченному представлению о приемлемых телах. На ее картинах изображены большие обнаженные женщины, нависающие над зрителем с полотна; перспектива усиливает ощущение их физической силы. На теле одной еще видны следы нижнего белья, разделяющие ее тело на зоны, предписанные западной нормой носить одежду. На другой — чернильные линии, вроде тех, что проводят пластические хирурги, намечая путь для скальпеля. Оба образа ставят под сомнение приемлемость отношения к телу как к сумме частей, доступных для разглядывания, уязвимых для фантазии модельеров и, если брать шире, для критики размеров и форм тела со стороны общества. В 1998 году Сэвилл сотрудничала с фешен-фотографом Гленом Лачфордом; результатом этого творческого союза стали ее фотографии, на которых она прижимается к стеклу, лицо и тело ее расплющены и странно искажены.

Модельер Рей Кавакубо тоже бросила вызов привычным измерениям тела. Ее коллекция 1997 года для *Comme des Garçons* включала в себя мягкие клетчатые платья, подбитые изнутри так, чтобы в самых неожиданных местах, например на плече или поясице, появлялись выпуклости, кажущиеся неестественными, но при этом странным образом спокойными и уютными. Модные обозреватели снова были шокированы этим намеренным уходом от условностей красоты. Но для Кавакубо эта работа была частью исследования моды как средства оспорить западную идею стройных сексуализированных женских форм — исследования, которое началось с ее преувеличенно больших, многослойных фасонов начала 1980-х. Она обычно старалась не ограничивать фигуру точным кроем и прихотливыми, эротизированными короткими юбками и обтягивающими топами, такими популярными в то десятилетие. И Сэвилл, и Кавакубо стремятся развенчать аргументы, окружающие тему размеров тела. Пластическая хирургия показала, что наши тела больше не имеют фиксированных пределов; беря за основу эту освобождающую идею, модельеры своими работами отвоевывают враждебное пространство и приветствуют разнообразие, а не единообразие плоти.

Кожа

«Если уж с человеком обращаются как с вещью, то он предпочел бы, чтобы с ним обращались как с редкой и ценной вещью, а не как с отвратительной и опасной. Но при этом все равно с ним обращаются как с вещью»⁴³.

Цвет кожи в мире моды — такой же мощный фетиш, как и размер. Филлис Роуз, говоря о Жозефине Бейкер, самой известной чернокожей танцовщице

и тотеме «экзотики» довоенного периода, рассуждает о проблемах репрезентации для тех, кто выходит за рамки «нормы», сконструированной доминирующей расистской белой культурой. Женщины африканского, азиатского и дальневосточного происхождения обычно назначались на роль экзотической и загадочной музы, лишь изредка разбавляя собой череду бледных лиц, населяющих мир моды. Их культуры, почти всегда рассматриваемые через призму белых западных фантазий об эротизированном «другом», слились в одну общую концепцию сексуального потенциала и нервного трепета от страха перед неизвестным.

Традиция рассматривать незападные культуры как менее развитые, более пассивные и томно-чувственные уходит корнями глубоко в историю имперского высокомерия. В XIX веке такие писатели, как Гюстав Флобер, опьяненные своими путешествиями на Восток (термин, под которым объединяли и Дальний, и Ближний Восток, а также северную Африку), писали рассказы, густо приправленные сексуальным подтекстом. Эдвард Саид писал, что, по мере того как Европа все больше обуржуазивалась, секс упрятавали от взглядов респектабельной публики под слоями морализаторства, так что мужчины-путешественники переносили свои фрустрации и фантазии на Восток, казавшийся им буйно цветущей сексуальной вольницей: «кажется, что Восток манит не только плодородием, но и сексуальным посулом (и угрозой), неустанной чувственностью, безграничным желанием, глубокой генеративной энергией»⁴⁴.

История европейской моды пестрит отсылками к другим культурам. Начало XX века ознаменовалось буйством ориентализма. Пуаре, мастер этого стиля, был тесно связан с парижскими художниками-авангардистами, в том числе с Матиссом, который тоже стремился лучше узнать Восток: вспомним картины с возлежащими одалисками и сценами марокканской городской жизни. Эти художники перекинули мост через пропасть между ориентализмом и модернизмом, потому что «порвали с официальным искусством, которое их сформировало, но не бросились в объятия функционализма и не стали отрицать телесное и декоративное»⁴⁵. Пуаре создавал вечерние наряды, щедро украшенные затейливой вышивкой, цветистыми ювелирными украшениями и головными уборами, все это с намеком на декаданс и излишества; сведения, почерпнутые из собственных штудий Востока, он соединял с символами высокого положения и богатства в парижской высокой моде. Однако тела, которые он прославлял, что характерно, всегда были телами белых женщин. Экзотический наряд сделался новой «кожей», костюмом, который присваивает чрезмерно обнаженному белому телу загадочно-эротические коннотации. Это пришлось очень кстати пресыщенному западному вкусу, избалованному всевозможными роскошествами, мелькавшими на страницах журналов мод, и постоянно ищущему что-нибудь новенькое и захватывающее. Как и сама тра-

диция экзотизма, мода «разбогатела и слегка заскучала»⁴⁶. Экзотизм, в отличие от расизма, не боится других культур, а рассматривает их как серию прекрасных фантазий, дразнящих и развлекающих.

Мода постоянно заигрывает с этой экзотической «кожей», перебирая сексуально заряженные образы, будь то гейша, марокканская крестьянка или воительница из народа масаи. Есть чувство, что такие образы относятся к чему-то аутентичному, более близкому к «естественному» телу, утраченному Западом из-за разнообразных ухищрений моды. Постоянно стирается грань между подлинным мультикультурализмом, где все отсылки используются на равных правах и в соответствующих контекстах, и насильственной ассимиляцией стереотипных репрезентаций «другого». Такая ассимиляция усиливает ощущение «западности», где белый цвет кожи означает «все и ничего»⁴⁷, «норму», на основе которой даются определения всех прочих культур.

Коллекция Ива Сен-Лорана 1976 года «Русские сезоны» в очередной раз подтвердила любовь высокой моды к экзотическим фантазиям и «нарядности» кросс-культурных референций. Эта тема никогда не сходила с повестки дня. Хотя «белое заклятие» было снято еще в 1960-е, когда Дэвид Бейли сфотографировал Доньел Луну для британского Vogue, а в 1974 году на обложке Vogue американского появилась Беверли Джонсон, самые знаменитые образы сен-лорановских «новых крестьянок» в нарядах из тафты — это белые модели, которые продолжали преобладать в моде. Чернокожие модели представляли расширенные бисером «корсеты» на африканские темы, которые Гальяно изготовил для Dior в 1997 году. А на фотографиях этой коллекции, выполненных Петером Линдбергом, модели в обтягивающих вечерних платьях, акцентированных рядами ярких цветных бус, позировали в пустой студии, и это напоминало антропологические съемки XIX века — «коллекции» снимков представителей других рас для каталогизирования и сопоставления. В этих фотографиях ощущалась гордость за африканскую культуру, но при этом в элитарных рамках высокой моды подобные отсылки оставляли чувство вымученной назидательности.

Хотя для некоторых темнокожих и азиатских моделей 1970-е стали периодом расцвета, чаще всего их использовали в фотосессиях «экзотической» тематики, выбираемой белыми имиджмейкерами с целью разбавить превалирующие идеи чем-то поострее. Линда Грант писала в The Guardian в 1997 году: «Никто не является вещью в большей степени, чем супермодель, кусок ходячего мяса, на котором болтается одежда, и особенно это касается черных моделей. Раз в несколько лет модельный бизнес вдруг заболевает этнической темой и начинает рыскать по земному шару в поисках чего-то такого, что он потом назовет вдохновением, а мы — плагиатом, а то и откровенным воровством»⁴⁸.

Такого рода критика выявляет проблемы репрезентации моделей из этнических меньшинств и не-западных культур. История их репрезентации



Rifat Ozbek, весна — лето 1993.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

в рамках белой культуры слишком обременена расистскими концепциями превосходства, что затрудняет полностью позитивное ее прочтение. В высокой моде мало известных черных моделей, и самые преуспевающие из них были выбраны за светлый оттенок кожи и черты лица, напоминающие европейские. Наоми Кэмпбелл говорила об этом прямо: «Предрассудки есть, и это проблема... Я больше не могу заметить ее под ковер»⁴⁹.

По-прежнему существует мнение, что журналы и товары индустрии красоты с черными лицами на обложках и упаковках будут продаваться хуже, чем с белыми. Хотя черные модели часто используются в рекламе вторых линий модного бренда — например, в Polo Sport Ральфа Лорена, «лицом» которого является Тайсон Бекфорд, один из немногих мужчин-моделей, — в высокой моде ощущается нежелание отражать мультикультурность западного общества. В этом сказывается, в частности, та идея, что спортивная одежда, так изобретательно используемая в американской черной культуре (которая эту одежду популяризовала и сделала широко распространенной), добавляет аутентичную ноту к дизайнерскому образу; сказались и более общие проблемы репрезентации. Дело не только в сомнительных позициях и практиках внутри самой индустрии моды, но и в расизме в обществе в целом.

Необходимо подлинное признание разнообразия, а не формальное, для галочки, использование чернокожих моделей или моделей азиатской внеш-

ности. Необходимо понимание и отражение концепций красоты в этих культурах, а не безликая европеоидная гомогенность лиц и тел в качестве доминирующей идеи. Хотя такие шаги необходимы для подлинно мультикультурного подхода к моде, они заключают в себе собственные проблемы. Отсутствие репрезентации в моде ведет к ощущению невидимости и обесцененности в обществе, бомбардируемом негативными образами представителей не-белой расы, — часто в связи с сообщениями в прессе, где чернокожие и азиатские юноши упоминаются преимущественно в контексте преступности и межрасовых конфликтов. Однако именно это отсутствие ролевых моделей в изданиях для молодых женщин о моде и красоте, по мнению некоторых исследователей, уберегло этих девушек от сильнейшего ощущения собственной неполноценности, недовольства собственным телом в сравнении с телами моделей. Опрос чернокожих подростков, проведенный Аризонским университетом в 1994 году, показал, что они не чувствуют необходимости стремиться к таким идеалам — напротив, «в отношении чернокожих подростков к их телам определяющую роль играет ощущение, что красота идет изнутри, что она связана с уверенностью в себе, гордостью и „позой“»⁵⁰. Это подтверждает ту мысль, что моде необходимо отражать подлинное разнообразие — форм тела, его размеров, цвета кожи. Однако коммерческие интересы индустрии моды означают, что она продолжает повышать свою прибыльность, убеждая всех и каждого, будто существует некий готовый идеальный образ жизни, который все должны перенять, идеал чувственности и счастья, основанный на способности потребителя соответствовать ему.

В XX веке в моде стали использовать гораздо больше эротических и сексуальных образов. Безжалостный свет прожекторов фешен-фотографов ярко освещает заодно и противоречивые чувства, вызываемые этим фактом. Несомненно, власть женской сексуальности и красоты — это нечто положительное и несущее удовольствия. Она дает женщинам возможность выразить их собственные желания посредством потребления и украшения себя, но навязчивые представления о красоте настроены индустрией моды и массмедиа таким образом, чтобы исключить группы, которые из-за цвета кожи, размеров тела, принадлежности к определенному классу или даже отсутствия денег неспособны полностью погрузиться в созданный модой мир фантазий. Возможно, во все более фрагментированном мире мы лелеем эти стереотипы как мечты о стабильности, поскольку, несмотря на скорость смены модных сезонов, в основе их лежит чувство, что на самом деле ничего не меняется. Хотя табу вокруг обнажения уже существенно размывы, необходимо постоянное оспаривание и переосмысление стереотипов и исключений в модных образах и, что особенно важно, в западной культуре в целом.

Гендер и выход за его пределы

Тело модели тонкое, как у андрогина. Ее правая рука выше талии, приподнимает ярко-розовый кашемировый топ, обнажая плоский живот и узкие бедра. Она по-мальчишески стройна, бретельки у нее короткие, как у ребенка, однако сшиты из шелка цвета фуксии и выглядят несомненно женственными в сочетании с узенькой полоской ремешка розовой сандалии над покрашенными ногтями на ногах. Нежный бирюзовый фон еще сильнее подчеркивает насыщенные цвета ее наряда. Одежда на ней узкая и укороченная, что создает диссонанс, каждый предмет слегка маловат, не до конца прикрывает ее формы: топ слишком короткий, бретельки по колено. Фотография, резкая в области талии, по бокам слегка размыта. Резкий минимализм укороченной одежды противопоставлен расплывчатому стакану в левой руке и непонятному предмету у ног. Эта фотография Маркуса Томлинсона для апрельского номера журнала *Frank* 1998 года конструирует любопытное прочтение женственности конца века. Она одновременно вызывающе «девочковая», отражающая моду конца 1990-х на педикюр с ярким лаком и хорошенькие розовые слишком коротенькие футболочки, однако акцент на андрогинности выдает сомнение. В конце XX века, несмотря на более чем вековые споры о равенстве полов — а может быть, именно из-за этих споров, — гендерная идентичность продолжала меняться и размываться, а мода отражала этот переворот традиционных представлений о мужественности и женственности. В книге Элейн Шоуолтер «Половая анархия, гендер и культура в конце века» (1992) автор замечает: «В периоды культурной нестабильности, страхов перед регрессией и упадком, особенно сильна мечта о строгих границах вокруг определения гендера, равно как расы, класса и национальной принадлежности»¹.

В своем исследовании Шоуолтер приходит к интересным выводам относительно сходства проблем конца XIX и XX веков: линия дефиниции гендера становилась все менее четкой, в чем отражалась культурная неопределенность относительно мужских и женских ролей. Невозможность воскресить мифические концепции «мужественности» и «женственности» как стабильные, бинарные определения только усилилась за век отрицания и ниспровержения таких монолитных конструкций.

Стереотип феминистки высмеивался в Punch с тех самых пор, как в 1850-е «блументистки» осмелились предположить, что женщинам не обязательно жеманничать в оборках. В этих насмешках подразумевалось не только постоянное напоминание о декоративной роли женщин, но и обеспокоенность общества их стремлением утвердить себя. Улюлюканье моралистов, шокированных видом американок в «раздвоенной» одежде, спугнуло в середине XIX века эту конкретную инновацию, однако зримые проявления женской независимости по-прежнему вызывали тревогу. К 1920-м годам фасад женственности пошел трещинами под давлением увещанной драгоценностями андрогинности, однако над любой женщиной, носящей «мужскую» одежду не только для работы и занятий спортом, по-прежнему витала тень подозрений. В конце концов, женщины ведь наряжаются исключительно затем, чтобы привлечь мужчин, а как это делать в штанах?

В 1949 году Ричард Кёрл с отвращением писал о женщинах, попытавшихся восстать против оков «приемлемой» женственности: «И конечно, есть и такой тип, как скисшая старая дева, которая презирает одежду, потому что та не дала ей ничего хорошего, а также есть мужеподобные женщины, получающие удовольствие от обезьянничанья и в подражание мужчинам носящие стоячие воротники и пиджаки. Оба эти типа по-своему патологичны... Одежда для них, можно сказать, символ поражения»².

Отголоски этого обвинительного вердикта в адрес женщин, игнорирующих традиционные строгие требования к женственности, звучали и в послевоенное десятилетие. В войну женщины проявляли независимость и доблесть, однако предполагалось, что, как только мужчины вернутся домой, женщины неслышно соскользнут обратно в царство домашнего уюта и облачатся в подчеркнута женственные наряды стиля нью-лук.

В конце 1960-х — начале 1970-х феминистское движение, наряду с движениями за права геев и против дискриминации чернокожих, отвоевало себе участок в самом сердце традиционных моральных представлений о репрезентации. В течение XX века простая дихотомия «мужественное» — «женственное» постепенно расплзлась из-за крушения империй и меняющихся структур власти в индустриальных обществах. Представление о неизменной «норме» мужественности, подпиравшее столько культурных идей Запада, рухнуло, поскольку изменилось восприятие женственности: она больше не рассматривалась как нечто находящееся на противоположном полюсе от идеалов силы, независимости и рациональности, ранее считавшихся исключительной привилегией мужчин.

Весной 1971 года в США модельер Руди Гернрайх показал наваянную женским освободительным движением коллекцию предметов одежды, которые можно было надевать в разных сочетаниях. Стиль милитари с накладными

карманами, персональными жетонами и грубыми высокими ботинками был простым и утилитарным, и игрушечные винтовки у моделей окончательно проясняли смысл коллекции. Даже если эти шорты и туники укорочены по велению моды, создавались они как отражение войны против неравенства, достигшей критической точки в конце 1960-х. Именно тогда поднялась волна демонстраций и организованных протестов против (среди прочего) гендерных стереотипов, в увековечении которых столь важную роль играли индустрии моды и красоты — к которым имел прямое отношение сам Гернрайх.

Конечно, если женщины сумели ниспровергнуть так называемую маскулинность, просто адаптировав и присвоив мужскую моду, то и мужчины стали присваивать себе женственные фасоны. Со временем заявления массмедиа и исследователей о «гендерной путанице» стали оглушительно громкими. Когда традиционные шаблоны порвались, их уже невозможно было склеить заново, и маскарад моды дал возможность тем, кому были чужды стереотипы, наряжаться по-своему, изобретая собственную гендерную идентичность.

Новая женщина

Модельер Элизабет Хос в 1939 году, в отчаянии от того, что женщины не желали замечать очевидного для нее функционального удобства брюк, писала в своей книге «Мужчины всё выдержат» (Men Can Take It): «Я могу прямо сказать, что женщины должны носить брюки на работу, но мои слова ничего не изменят. Если бы это сказала Грета Гарбо, или Шанель, или Господь Бог — это бы тоже ничего не изменило. Женщины не готовы носить брюки на работу. Когда они будут готовы — они будут их носить. Для того чтобы женщины выбрались из корсетов, понадобилась мировая война. Наверное, потребуется еще одна, чтобы они влезли в штаны»³.

Элизабет Хос, левая и феминистка, была права, говоря, что женщины не готовы без колебаний надеть брюки. Брюки символизировали власть мужчин, и поэтому любую женщину, их носящую, считали самоуверенной и неженственной. По этой причине женские брюки, с тех пор как в середине XIX века их надели первые радикально настроенные социалистки, носят на себе печать феминизма — главного оскорбления из уст реакционеров всего мира. Чтобы брюки стали заурядным предметом женского гардероба, понадобилось нечто большее, чем божье вмешательство или мировая война, — понадобился фундаментальный культурный сдвиг в отношении общества к женщине и ее социальной роли, а в 1930-е до него было еще далеко.

Хотя звезды, такие как Гарбо, Дитрих и Хепберн, все до единой носили неуклюжие брюки со складками спереди — и в фильмах, и в якобы «частной жизни», то есть в кулуарных съемках для паблисити, что, вероятно, выглядело

еще убедительнее, — большинству женщин не хватало уверенности в себе, чтобы носить такую исключительно мужскую одежду без защитного голливудского шарма. Когда кинозвезды надевали мужское платье, это придавало их звездному амплу оттенок загадочности и экзотической андрогинности или, как в случае с Кэтрин Хепберн, патрицианской небрежности и шика. Такие кутюрье, как Шанель и Вионне, еще с 1920-х годов предлагали мягкие, пижамного типа, штаны в качестве вечернего наряда, но только самые отчаянные модницы готовы были поступиться ради них золоченой женственностью формального вечернего платья. И хотя в 1930-е среднестатистическая женщина в большей степени, чем в любое из предыдущих десятилетий, готова была носить штаны, в приемлемости этой одежды оставались большие сомнения. Как выразилась Катина Билл, «брюки и шорты на женщинах ассоциировались с ограниченным спектром занятий, а именно: отдых, особенно в море или у моря, и спорт, особенно велосипед, походы и верховая езда»⁴.

Сразу после Второй мировой войны Париж принялся заново утверждать-ся в качестве единственного арбитра моды, вытесняя более функциональный американский стиль, прочно закрепившийся в предыдущее десятилетие, воплощением которого стали удобные, практичные фасоны Клер Маккарделл и Бонни Кашин. Прошедшая в 1945 году выставка *Théâtre de la mode*, экспозиция парижской высокой моды в миниатюре с ее крошечными моделями и сюрреалистическими декорациями, стала удачной реконструкцией фантазийности и романтичности французской моды — похожие на кукол модели, узенькие талии, пышные юбки, — а коллекция Диора 1947 года окончательно закрепила господство высокой моды. К тому же она возродила ярко выраженную женственность, тесно связанную с традиционной модой и опиравшуюся на тех женщин, которые рассматривали себя как декоративные объекты. Вионне и Шанель в 1930-е годы бросили вызов такому образу женщин, но их усилия были сведены на нет экстравагантной «викторианскостью» Диора. Корсет был переосмыслен заново и превратился в обтягивающий жакет с осиной талией, подчеркивающий бедра. Вновь вернулся мотив благоговения перед материнским, подсознательно отражающий намерение втиснуть женщин обратно в ролевые рамки жен и матерей, которые будут растить послевоенное поколение и нежить возвращающихся воинов.

Режиссер Франко Дзеффирелли рассказывает случай из собственной биографии, хорошо иллюстрирующий контраст между удобным функциональным силуэтом большинства межвоенных фасонов — и экстравагантной непрактичностью нового образа. В конце 1940-х годов они с Коко Шанель, гуляя по парижским улицам, увидели двух молодых женщин, одетых в последние модели Диора. Шанель принялась бранить фасон «песочные часы», заявляя, что женщины для Диора — «куклы», он заставляет их походить на «трансвеститов».

Испугавшись этой гневной тирады, девушки бросились наутек, и тогда Шанель завопила: «Видишь, еле ковыляют! Я делала одежду для новой женщины. В моей одежде она могла естественно двигаться и жить обычной жизнью. А теперь посмотри, что натворили эти существа [мужчины-кутюрье]. Они не знают женщин, у них никогда не было женщины»⁵.

Одна из девушек на бегу уронила крошечный ридикюль и не смогла его поднять из-за тесного обтягивающего жакета, неудобной пышной юбки и высоченных тонких каблуков — а Шанель злорадствовала над ее беспомощностью.

В Америке того периода давление на женщин с разных сторон было отражено и в популярной культуре, и в бесчисленных псевдомедицинских исследованиях женской психологии. Психологи считали, что женщины обрели большую, чем когда-либо прежде, власть и высокий статус, однако по-прежнему пребывают в рабстве моды и красоты. Этот парадокс отражался и в кино — в гламурно-смертельных неврозах героинь таких фильмов, как «Бог ей судья» (1945) и «Леди из Шанхая» (1948), где женщины изображались красивыми и желанными, но непредсказуемыми и опасными. Женщинам внушалось, что они должны выглядеть ухоженными и соблазнительными, но при этом их осуждали за нарциссизм, и их иррациональность была лейтмотивом, который в разнообразных формах повторялся в 1940-е и 1950-е.

В своей книге 1956 года «Американка: историческое исследование» Эрик Дингуолл писал: «...часто повторяют, что с американскими женщинами „что-то не так“, что они играют доминирующую роль в общественном устройстве Соединенных Штатов и что, приобретая так много, они при этом все равно в высшей степени разочарованы, раздосадованы, недовольны и невротичны»⁶.

В аналогичных текстах — «Современная женщина: потерянный пол» Фердинанда Ландберга и Марины Фарнхем (1947) и «Американская сексуальная трагедия» Альберта Эллиса (1954) — женщин препарируют, приходя к выводу, что они боятся секса и используют одежду «как оружие против мужчин»⁷. Писатели изображали женщин, которые прикрывают свое хрупкое эго защитной оболочкой гламура, терзая как себя, так и противоположный пол; которые мучительно пытаются достичь физического совершенства и красоты, но при этом безошибочно делают ставку на чувственность и очарование моды. Откровенная мизогиния многих подобных текстов демонстрировала глубоко засевшие страхи, окружавшие тему женственности и тех успехов, которых женщины добивались в современном обществе. Отношение к женщинам вообще, как и представления о женственности, менялось, но крайне медленно. К женщинам, которые открыто боролись за свои права или имели смелость носить «мужскую» одежду, относились с огромным подозрением и, подобно Ландбергу и Фарнхем, клеймили их в таких выражениях, которые исключают

даже претензию на научную объективность: «Феминистская формула заключалась в том, чтобы превратить себя в мужчин в той степени, в какой это возможно. Действовать как мужчины. И тем самым отвоевать себе удовлетворенное либидо. Но эта формула не сработала»⁸. То, что «модниц» и «феминисток» ставили в один ряд, не воспринималось как парадокс, поскольку тех и других считали «невротичками... Говоря „модница“, мы очень явно намекаем на часто встречающуюся и вечно актуальную версию „гламурной девушки“, сильно надушенной, размазанной и разодетой в пух и прах»⁹.

И «феминисток», и «модниц» обвиняли в том, что они ведут подкоп под «естественную» женственность: одни — посредством ношения брюк и другой удобной практичной одежды, другие — «неумеренным» использованием арсенала моды. Мало кто при этом удосуживался задуматься о том, что именно следует понимать под «естественной» женственностью или кто задает ее параметры. Достаточно было знать, что, как писала Элейн Шоуолтер примерно через три десятка лет, «женщин... обычно помещают на стороне иррациональности, тишины, природы и тела, а мужчин — на стороне логики, дискурса, культуры и ума»¹⁰.

Неудивительно, что феминистки начала 1970-х так непримиримо отвергали традиции женственности и видели в моде ловушку для женщин. Стереотипы, согласно которым феминистки — это мужененавистницы в асексуальной одежде, оказались применимы к очередному поколению женщин, не желавших приспособливаться. И хотя в буквальном смысле бюстгалтеры, может, и не жгли, та идея, что женственность — это социальная конструкция патриархального общества, стала предметом обсуждения и нового договора. Многие феминистки второй волны избегали открытого обсуждения моды, не желая ассоциироваться с ее извращенной притягательностью. Считалось, что она усиливает тот деморализующий образ, соответствовать которому стремятся женщины, и отвлекает их от более важных целей. Жермен Грир в книге 1971 года «Женщина-евнух» утверждала: «Необходимо поддерживать дух состязательности по мере того как все больше женщин пробивают себе дорогу в высшие классы, чтобы индустрия моды могла опираться на расширяющийся рынок»¹¹.

Прежние феминистки опасались, что одежда в мужском стиле — не лучший способ самоутверждения; Симона де Бовуар в 1949 году писала, что, отвергая женские атрибуты, невозможно тем самым приобрести мужские¹². Однако некоторым более радикальным феминисткам 1970-х годов отказ от атрибутов женственности казался освободительным, поскольку они считали, что эти атрибуты навязаны женщинам и не дают им на равных конкурировать с мужчинами. Конфликт, с точки зрения феминисток, состоял в противоречии между желанием носить практичную, не сковывающую движений одежду, которая не была произведена с применением эксплуататорских методов и при

этом не имела целью превратить женщин в сексуальные объекты, — и всегдашним очарованием модной одежды, желанной и приносящей удовольствие. Власть моды ничуть не ослабевала. Эффектное превращение Ивом Сен-Лораном мужественного смокинга в изысканный женский *le smoking* для коллекции прет-а-порте *Rive Gauche*, состоявшееся в 1966 году, быстро сделалось символом шика для женщин, желавших выглядеть гламурными и вместе с этим сильными и независимыми. Женские брюки кое-где по-прежнему вызывали напряженность (сообщалось, что женщине в смокинге от Ива Сен-Лорана запретили вход в ресторан нью-йоркского отеля «Плаза»), однако дресс-коды становились менее строгими. Они ослабевали под натиском массовой культуры, которая, параллельно с атаками феминистского движения, подрывала аристократическую невозмутимость высокой моды.

Обеспокоенность феминисток развитием индустрии моды сохранялась, поскольку та рассматривалась как особенно пагубный аспект конsumerистской культуры, порождавшей в женщинах ощущение собственной неполноценности, которое подталкивало их к новым и новым покупкам, якобы впускающим их в фантастический мир роскоши. На конференции радикальных феминисток в Лондоне в 1981 году одна из ораторов вывела формулу: «Мода = контроль = насилие над женщинами»¹³.

Хотя большинство феминисток продолжали носить одежду, хотя бы формально соответствовавшую современной моде, это не помогло избавиться от карикатурного образа рабочего комбинезона и тяжелых ботинок, который использовался в прессе для изображения и феминисток, и лесбиянок. В изрядной мере это была попытка опозлить женское освободительное движение, визуально дистанцировать таких женщин от большинства, пусть даже в реальности никакой феминистской «униформы» не существовало. В 1970–1980-е некоторые и правда отказывались от явно «сексуализированной» одежды, такой как короткие юбки или туфли на высоких каблуках, ностальгически отдавая предпочтение магазинчикам подержанных вещей — как способу уйти от навязываемого модой сезонного цикла.

И все же противостоять соблазнам моды было нелегко. Многие разрывались между разумной с их точки зрения манерой одеваться и мечтой о более экстравагантных нарядах. В 1984 году Сьюзен Браунмиллер мучительно размышляла над выбором — носить ли брюки вместо юбок — и укоряла подруг, вернувшихся к женственным платьям, хотя при этом явно тосковала по их «смягчающему эффекту»: «Подозреваю, это было бы чересчур — требовать от женщин, чтобы они отказались от главного внешнего выражения женской особенности, от постоянного уверения мужчин и самих себя в том, что мужчина — это мужчина, потому что женщина одевается, выглядит и действует как существо иного рода»¹⁴.



Katharine Hamnett,
коллекция «Властный стиль»,
весна — лето 1986.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

По мере того как идеи феминизма просачивались в мейнстрим, этот выбор становился менее мучительным. Если у женщин было (сравнительно) больше реальных возможностей, они могли утверждать это и посредством ношения более традиционной женской одежды, а не только присвоенной мужской. К 1980-м годам женщины могли носить брюки в большинстве социальных ситуаций и на многих рабочих местах, и никто уже не глядел на них косо, а мода предлагала целый маскарадный сундук осознанных «образов», которые можно было менять и отбрасывать в сторону по своему усмотрению.

Путь к этому проложила своей коллекцией 1986 года Кэтрин Хэмнетт — одна из знаменитейших фигур в моде того времени и одна из немногих признававших себя феминистками (которые воспринимались как «кровные враги моды»). Эта коллекция, носящая название «Властный стиль» (Power Dressing), провозгласила идеал моды, которым и запомнится это десятилетие: деловые костюмы с юбками, превратившие офисную одежду в символ женской власти и, что немаловажно, сексуальности. В сочетании с туфлями на высоких каблуках или с ботинками на шнуровке и с плоской подошвой такой костюм выступал в тысячах вариаций: от больших магазинов одежды, таких как британские Warehouse и Jigsaw, до меднопуговичного блеска возрожденных костюмов от Chanel и дерзких двубортных «песочных часов» Гютье. Эванс и Торнтон

описывают эффект, производимый одним из костюмов Готье: «[Эта] одежда подразумевает анонимность униформы, но сочетание строгости с элегантностью выдает денди. Фасон передает надменность и независимость»¹⁵.

Как буржуа-денди в начале XIX века нарушал отведенную ему роль, безупречной строгостью костюма утверждая свой авторитет и влияние в господствующем классе, так и женщина-денди демонстрировала силу бизнес-леди 1980-х, добавляя к пуританской сдержанности дендизма новый энергичный ингредиент: сексапильность. Фаллическая власть безупречного силуэта в сочетании с идеальной прической и косметикой была одновременно манящей и угрожающей; юбки могли быть короткими, но послание, которое они в себе несли, было далеко от покорности. Как выразилась в середине 1980-х годов Элизабет Уилсон, «мода — это одна из множества форм творческого и эстетического подхода к жизни, позволяющая находить альтернативные решения»¹⁶.

Хотя женщины в то время так и не достигли полноценного равенства, реальный прогресс в этой сфере уже был общепризнанным и мода виделась потенциальным способом оспаривания и опровержения навязанной женщине роли. Наташа Уолтер в своей книге 1998 года «Новый феминизм» проявила, возможно, излишний оптимизм, рассматривая моду как почти исключительно благотворное явление, однако, по ее словам, «обычные женщины теперь гораздо лучше владеют кодами моды, умея применять или отвергать „традиционный женственный наряд“ и не ощущать себя при этом ни простушками, ни революционерками»¹⁷. Увереннее ориентируясь в моде и стилях, женщины получают возможность наслаждаться искусственно созданным чувственным обликом, но сама эта искусственность подразумевает, что мода остается неоднозначной — по словам Уилсон, «ее отважными устами говорят наши страхи и желания; под скорлупой шика, за аурой гламура всегда скрывается рана»¹⁸. Противоречивая природа моды означает, что сильнодействующие образы, которые она создает, отражают не только удовольствие, но и страх.

Переодевание: женщина

«Дорогая, ты рождена нагой, все остальное — трансвестизм» (Ру Пол)¹⁹.

Идея, что пол — это биологическая данность, а гендер — социальная конструкция, к которой нас приучают с детства, была выдвинута в 1949 году Симоной де Бовуар в ее книге «Второй пол» и развита Робертом Дж. Столлером в работе 1968 года «Пол и гендер: о развитии мужественности и женственности». Предполагалось, что мода способна воздвигнуть или, напротив, ниспровергнуть некогда бывший стабильным рубеж между мужественным и женственным. Идея гендера как бинарной оппозиции утратила жизнеспособность, а предположение, что гендер — это конструкт, открыло радикальные

возможности для игры с идеями идентичности. Образы моды и искусства, формировавшие представления о женственности, проходили через фильтр патриархального общества, кровно заинтересованного в изображении женщин мягкими и покорными. Постепенное раскалывание этой структуры в течение XX века ускорило после Второй мировой войны, а феминистское движение и движение за права геев в 1960-е годы разрушили ее окончательно; оба эти движения стали предвестниками новых, более гибких представлений о сексуальности и гендере.

В марте 1994 года в Милане показ мод Blumarine завершился демонстрацией традиционного свадебного наряда, однако представлен он был не вполне традиционно. Клаудию Шиффер в белом кружевном платье-мини сопровождала Надя Ауэрман в белом смокинге. Со сверкающими коронами, чудом удерживающимися на длинных светлых волосах, в черных туфлях-шпильках, ярко окрашенные, они обыгрывали стереотипы как женственности, так и лесбиянства. Жеманное свадебное платье Шиффер отражало фантазию женственности; ее матовые черные колготки и туфли с ремешком на подъеме казались неуместными — «диссонанс» в облаке бледного тюля, своего рода дистанцирующее средство, привлекающее внимание к искусственно сконструированной природе архетипа, который олицетворяла модель. «Полутрансвеститский» образ Ауэрман был реверансом в сторону тогдашней моды на так называемое «помадное» лесбиянство. Оно отражало размывание половых и гендерных границ; оно было притворным, дразняще двусмысленным, нарочито ускользающим.

Обе модели славились соблазнительными формами. Здесь же обе кажутся облаченными в одежду «не своего» пола: Шиффер так подчеркнуто маскарадно демонстрирует женственность, что выглядит гиперреально, своего рода симулякр идеальной женщины. Ауэрман — тоже пастиш, сексуализированный андрогин; ее мягкий вечерний костюм — маскировка, не способная полностью скрыть ее женственное тело; размазанная тушь привлекает внимание к вычурности костюма.

С 1980-х годов мода все игривее и смелее ссылалась на гей-культуру. Показы становились все грандиознее, театральнее, многое вбирали в себя из гомосексуальных манер, пользуясь свободой преувеличивать и драматизировать женственность в откровенно постмодернистском ключе. Роль моды как развлечения, усиленная Версаче с его искрометными шоу, которые превращали супермоделей в культовые фигуры и привлекли к показам множество кинозвезд, принесла в индустрию элемент пародии и преувеличения. Пастиш стал одной из главных тем; модельеры все чаще обращались за вдохновением к прошлому, ища не только фасоны, но и отсылки, скажем, к голливудским звездам, чтобы снабдить свои коллекции мгновенно узнаваемыми гламурными ассоциациями. Такое наслоение ассоциаций было также одним из аспектов феномена

супермоделей: Клаудия Шиффер «играла» Брижит Бардо, Линда Евангелиста «играла» всех, от Софи Лорен до Мэрилин Монро, в том же духе, в каком трансвеститы «играли» женственность, воздавая должное этим же звездам. Больше незачем было притворяться, будто мода — или, коль на то пошло, женственность — это что-то естественное. Энергичность моды 1980-х в сочетании с тем, что женщины все увереннее набирали силу, означала, что гламур стал игрой саморефлексивной. «Гомосексуальная культура может научить феминизм еще и тому, — писала в 1995 году Наташа Уолтер, — что искусство украшать себя и позировать не обязательно должно рассматриваться как атрибут жертвы, его можно ассоциировать и с серьезным стремлением к власти, и с веселым поиском удовольствий»²⁰. Одним из ярких доказательств тому служила Мадонна, понимающая, что ультраженственность может быть не только соблазняющей, но и устрашающей. Подражание стало принципиально важным элементом ее имиджа, усилившим подвижность гендерных идентичностей и повлиявшим на их формирование. Ее видеоклип 1990 года на песню *Vogue* со стильными танцорами из нью-йоркских черных гетто — дань восхищения гей-субкультурой. В фильме Дженни Ливингстон 1990 года «Париж в огне» говорится о таких группах молодых чернокожих мужчин, одержимых модой, собирающихся для участия в воображаемых показах, соревнующихся, кому удастся достовернее всех изобразить определенный стиль. Они напрочь перечеркнули обычное machistское исполнение рэпа, хип-хопа и других «черных» жанров, заменив мужественность женственностью.

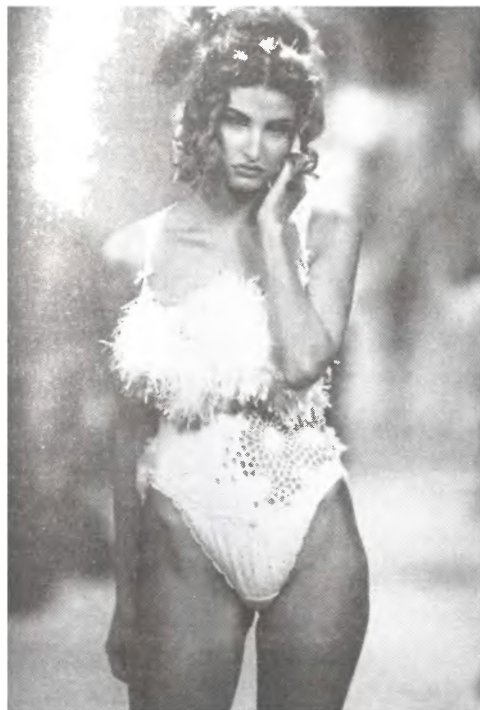
Они признали, что суть моды — это мечта об освобождении. По оба конца модного спектра — высокая мода и субкультура — есть место для эксперимента, для нарушения запретов, для бунта. И там и там те, кто чувствует свою чуждость мейнстриму, могут использовать визуальные коды в фантазийной и провокационной манере, когда внешность — это движущая сила, а стиль — валюта. Трансвестизм, с его пристальным вниманием к традиционно женственным деталям, макияжу, уходу за телом, аксессуарам, жестам моделей, населяющих глянцево-модный мир *Vogue*, тоже подчеркивает противоречивую натуру моды. С одной стороны, он допускает возможность новой морали, новой идентичности, однако при этом он консервативен, он укрепляет идеалы женственности, даже когда выявляет их фальшивость.

Питательной средой для такого «трансвестизма в рамках собственного пола» стала клубная культура. В начале 1990-х, в период рецессии, реальная жизнь зачастую была сурова и безжалостна: ночные клубы в больших городах, такие как лондонские *Kinky Gerlinky* и *Billion Dollar Babes*, привлекали к себе разношерстные толпы, а тон в нарядах задавали трансвеститы. В начале десятилетия ощущалось экологическое направление в стиле «нью-эйдж», ярким примером чего была серебристо-белая коллекция Рифата Озбека в 1990 году;



Blumarine, осень — зима 1994/95.
Фото Найалла Макинерни © Bloomsbury Publishing Plc

но историю моды невозможно аккуратно упаковать в рамки одного десятилетия, так что работы многих модельеров были проникнуты гедонизмом поздних 1980-х. В 1991 году у Гальяно имелись прямые заимствования из травести-стиля: его модели были одеты в бюстгальтеры с перьями марабу и в кружевные панталоны, их сложные прически и накладные ресницы привносили в эту смесь ноту ностальгии по диско 1970-х. Некоторые комментаторы были обеспокоены возможными последствиями этой тенденции, опасаясь, вероятно, что такая откровенность возвращает женщин в прошлое, в лекало гламурного секс-объекта. Лиза Армстронг писала в то время: «Это печальная новость для женщин. Идея женственности — одна из самых убедительных в мире моды. Но действительно ли мы хотим ходить на шестидюймовых каблуках с раздутыми бедрами и торчащими сиськами? Если хорошенько подумать, это тревожный сигнал»²¹.



John Galliano, весна — лето 1992.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

Ироническая составляющая подобного облика и тот факт, что он стал всего лишь одним из оттенков расширяющейся палитры женственности, а не единственным дидактическим руководством к действию, вероятно, предопределили невозможность его однозначного восприятия как совершенно устаревшего и отсталого. Конечно, это была скорее сознательная шуточная адаптация образа *femme fatale*, чем то, что было популярно в середине 1970-х. Олицетворяемый ледяными глянцевыми вамп, украшавшими обложки альбомов Roxу Music того периода, этот образ 1970-х годов выводил на первый план женственность, но при этом, казалось, исключал возможность того, что самой женщине этот спектакль доставит удовольствие. Модель становилась просто суммой отретушированных частей: блестящие тени для век, напоминающие синяки, пухлые кукольные ярко-красные рты, струящиеся волосы. Искусственность их гламура, как и нуар-образы моделей Ги Бурдена, вышла из-под контроля, сделалась подавляющей.

Анджела Картер в 1975 году писала об этих противоречивых концепциях женственности. Говоря о влиянии излюбленных моделей Энди Уорхола, суперзвезд-трансвеститов, она задавалась вопросом: неужели после беспокойства вокруг традиционных представлений о женственности в 1960-е «...единственные, к кому мы могли обратиться, чтобы понять, как она [женственность] выглядела раньше, — это преданно сохранившие для нас это знание мужчины

в расшитых блестками платьях, в туфлях на шпильках и с темно-красной помадой на губах? Похоже, что да»²².

Опасения по поводу влияния геев-модельеров на формирование представлений о женственности имели долгую историю и отражали более широкие страхи общества перед самой идеей гомосексуальности. Еще в 1953 году Эдмунд Берглер писал: «Мне кажется, что новшества такого рода [то есть гипертрофированные фасоны] следует относить на счет тайной враждебности гомосексуалов по отношению к покупательницам, оборонительной враждебности, которая возникла из-за нерешенного гомосексуального конфликта с младенческим образом Великанши в его детской»²³.

Образ фаллической матери, нежащей и при этом кастрирующей, — это образ мощный и разрушительный, отражающий потаенные страхи множества мужчин, не обязательно геев. Восхищение и отвращение по отношению к женщинам, выставляющим свою женственность напоказ в маскарадном духе, глубоко укоренены в западной культуре. В фильме 1947 года «Тайная жизнь Уолтера Митти» Дэнни Кэй играет слабохарактерного фантазера, чьей жизнью управляют женщины. В какой-то момент он воображает себя модисткой с деланным иностранным акцентом и наигранной демонстративной жестикуляцией. Отражая недоверие общества как к гомосексуальности, так и к женственности — обе делали акцент на стиле и внешности и потому считались притворством, — он поет о своих нелепых творениях: «И почему я шью каждую новую шляпку такой, чтобы они выглядели в ней совершенно ужасно? Строго между нами, *entre nous*: я ненавижу женщин»²⁴.

У многих мужчин и женщин есть ощущение, что женщины, которые демонстративно преувеличивают свою женственность, намеренно игнорируя требование общества выглядеть «естественно» и скромно, подозрительны, поскольку наряжаются, по всей видимости, для себя, а не чтобы привлекать мужчин. Многие мужчины ощущают угрозу от такого открытого признания силы женской сексуальности. Ричард Кёрл писал в 1949 году об алых губах и ногтях как о «знаках племени», говоря о тех, кто, по его мнению, злоупотреблял косметикой: «...привлекательность этого меньшинства так же ограничена, как и привлекательность вымышленной „вамп“, свернувшейся клубочком на тигриной шкуре. Среднестатистический мужчина либо сторонится их, либо воспринимает как шутку»²⁵. В своей самоуверенности Кёрл забывает, что такие женщины могут хотеть понравиться вовсе не «среднестатистическому мужчине». Непреходящий шарм и культовый статус женщины-вамп, как в моде, так и в кино, предполагает, что эта конкретная разновидность «трансвестизма в рамках собственного пола» очень сильна, причем именно из-за конфликта вызываемых ею реакций: желания и тревоги.

В 1990-е годы возрождение высокой моды как зрелища опиралось как раз на чуткость гей-субкультуры к переодеванию. Искусство создания образа доминирующей женственности посредством преувеличенной нарядности и избытка украшений, а также фетишистское использование предыдущих культовых образов — все это превалировало и в работах Джона Гальяно для Givenchy и еще больше для Dior, и в работах Александра Маккуина для Givenchy. Их величавые наряды выражают одновременно властность и романтичность, одежда используется как средство создания и пересоздания идентичностей, как часть арсенала женственности конца века. Боязнь преувеличения, привлечения к себе слишком большого внимания, столь значимая для респектабельной буржуазной культуры, стала моральным барьером, который высокой моде, рефлексирующей в пародиях на собственное прошлое и созданные ею же раньше женственные образы, предстояло скорее разрушить, чем подкрепить.

Переодевание: мужчина

Поскольку в западной культуре мужественность считается признаком «нормы», любые отклонения от традиционного мужского наряда воспринимаются очень настороженно. Экстравагантность в одежде тех мужчин, которые хотят выйти за рамки этих слишком строгих определений, имеет долгую историю, и даже малейшее ее проявление уже вызывает тревогу моралистов. Вероятно, дело в том, что в строгом патриархальном обществе поставить под сомнение мужественность означает угрозу сложившемуся балансу сил. Мужчины, которые вносили сумятицу в определение мужественности, выражая явный интерес к моде, в западной культуре традиционно вызывали подозрение. Это был подкоп под незыблемый идеал мужчины — труженика и добытчика, сползание в «женственный» мир чувственности и украшений.

В XVIII–XIX веках мужчины-щеголи, такие как «макарони» в Англии, «инкруаябли» во Франции и «дьюдс» в США, стремились отличаться от всех с помощью экстравагантных и вычурных нарядов. Они открыли нараспашку маскарадный сундук маскулинности, продемонстрировав, что это просто еще одна культурная конструкция, а вовсе не данность.

Мужественность была такой прочной основой социально-политических институтов в XVIII–XIX веках, что любое отклонение в этой сфере казалось предательством мужского населения и угрозой государству. Хотя мужественность приравнивалась к «культуре», а женственность — к «природе», «естеству», «неестественное» для мужчин поведение вызывало тревогу. Считалось, что мужчинам необходимо демонстрировать безупречный этикет и светские манеры, однако оставалась обеспокоенность, как бы это не выродилось в присущую женщинам тщету и суету. Любой намек на экстравагантность вызывал

большие подозрения, поскольку считался признаком извращенной природы. Нарядясь для конкретного случая, следовало тщательно поддерживать баланс: с одной стороны, не переусердствовать и не нарядиться слишком пышно, с другой — не проявить небрежность в костюме, ибо она считалась признаком праздности и безнравственности. В XIX веке, когда европейские империи росли, самыми почитаемыми персонами были путешественники-исследователи, воины и промышленники. Это отразилось и в широком распространении униформы в мужской одежде этого периода. Хотя в стиле и покрое были некоторые отклонения, подавляющий силуэт костюма-тройки оставался вездесущим и неизменным.

Дендизм начала XIX века, олицетворяемый в Лондоне Джорджем Браммелом по прозвищу Бо, то есть «Красавчик», перевернул смыслы мужской умеренности. Вместо экстравагантности и преувеличенного внимания к деталям, что должно было служить сигналом непохожести на всех, как это было у «макарони» XVIII века, эти денди почитали простоту и аккуратность в одежде. Любая деталь наряда денди должна быть идеальной: темный костюм тонкой шерсти, белоснежная льняная накрахмаленная рубашка, шейный платок, желто-коричневые бриджи или панталоны, ботфорты и мягкие желтые кожаные перчатки. Костюм денди не был кричащим — он был безукоризненно сдержанным. Молодые щеголи приобретали все лучшее, но так, чтобы это не бросалось в глаза, — что требовало пристального внимания к качеству ткани и покрою и умения разбираться в них. Преувеличенный интерес к внешнему облику, характерный для денди, воспринимался как нарушение пуританской этики смирения. При этом скромность костюма лишь усложняла сигналы, им посылаемые. Денди казались респектабельными, но явно не вписывались в рамки общепринятых представлений о мужественности. Бо Браммел, явивший эталон денди, происходил из среднего класса и использовал фетишизированную аккуратность и простоту как символы сдержанности, хорошего вкуса и умения владеть собой. Его одежда служила примером той легкости, с которой незнатный человек мог сойти за аристократа. Его строгая и простая эстетика, которую переняли и высшие классы, опиралась скорее на самоуважение, чем на уважение, получаемое от других благодаря собственному положению в обществе. Денди с их сексуальной неоднозначностью были больше заинтересованы в одобрении со стороны других денди, чем в женском внимании. Томас Карлейль высмеивал их как адептов псевдорелигии, обыгрывая религиозный пыл и преданность строгому ритуалу чистки и стирки — вроде бы добродетельному, но основанному на тщеславии. Он писал: «И вот, за все это непрерывное Мученичество, и Поэзию, и даже Пророчество, чего же требует Денди себе взамен? Единственно, можно сказать, чтобы вы признали его существование;



Джордж Брайан «Бо» Браммел, 1805, гравюра Джона Кука.
Национальная портретная галерея, Лондон
© National Portrait Gallery

чтобы вы допустили, что он — живой объект; или — если уж не так, то хоть объект видимый, или вещь, которая может отражать лучи света»²⁶.

Денди конца XIX века, воспетый Оскаром Уайльдом, был созданием более ярким и сексуализированным, отвергавшим пуританскую строгость эпохи Браммела. Эти эстеты любили моду ради нее самой, и в этом была прямая атака на традиционные модели мужественности, подтверждавшая опасения Карлелля. Одежде еще предстояло стать средством сопротивления, визуальным оскорблением удушливым нормам. В последние годы XIX века выкристаллизовались концепции гомосексуальности и феминизма, и, хотя они не были взаимосвязаны, их рассматривали вместе взятыми, как наступление единым фронтом на современные представления о мужественности: «Задачей молодых людей на рубеже веков было не только успешно адаптироваться к трудностям современной городской жизни, но и подстроиться под меняющиеся стандарты женственности»²⁷.

Грань между приятием и неприятием «нормы» была и остается тонкой. В рамках мужского дресс-кода допустимы отдельные яркие эпизоды — все решает контекст и традиция. Послевоенные молодежные субкультуры успешно приподняли маску маскулинности, продемонстрировав, что единообразие и анонимность костюма-тройки сама по себе была конструктом, что это такая же одежда, как и любая другая, и что ореол загадочности и непостижимости придали ей правящие классы, которые посредством этого «респектабельного» наряда утверждали свою власть и подавали пример, которому должны были следовать низшие классы, надевая свой «воскресный костюм». В XX веке образ ухоженного городского джентльмена в котелке располагается на «правильной» стороне спектра «джентльменства», в то время как увлеченность деталями представителя субкультуры модов отдает суетностью и равнодушием к поистине важным вещам. Мужественность опирается на неписаное соглашение уделять внимание одежде только в определенных сферах, где она читается как знак верности долгу, дисциплине и правому делу. Сосредоточенность на стиле в рамках молодежных культур говорит скорее о праздности и верности дружеской компании, а не об интересе к более широким вопросам, которые, как предполагается, должны занимать мужчин. Моды, «...казалось, сознательно выворачивают наизнанку смыслы, ассоциируемые с нарядной одеждой, чтобы нарочно бросить вызов этим предположениям и опровергнуть ожидания, черпаемые из таких источников»²⁸.

Итальянского типа пиджаки модов, подогнанные по фигуре и с красивыми аксессуарами, были призваны впечатлить зрителя скорее вымышленным, чем подлинным статусом носителя. Аккуратность была символом морали среднего класса, однако моды принадлежали преимущественно к классу рабочему и портили безупречный образ жестами беззаботности и бунтарства. Моды, как до них тедди-бои, дали волю воображению и сами сконструировали собственный статус и визуальный код посредством гиперболизированной версии одежды предполагаемых «старших». К середине века покупательская способность подростков повысилась, а их ролевые модели были родом из сияющего мира рок-н-ролла. Тон в моде задавали те, от кого ожидалось, что они будут слепо следовать за другими, как во времена первых денди. Мужественность, так долго бывшая «нормой», все больше фрагментировалась. Вымышленные образы мужественности, построенные на представлениях о силе и статусности, равно как и на вымышленных и зримых репрезентациях «героя», образовали, по словам Грэма Доусона, «...воображаемую идентичность [которая является собой] нечто „выдуманное“ в позитивном смысле активного сотворения... Она включает в себя форму, которую может принимать в этом мире маскулинное „я“ (внешний вид и одежда, поведение и способ отношений), равно как его ценности и устремления, вкусы и желания»²⁹.

Новые ролевые модели периода после Второй мировой войны тоже бросали вызов моралистам, стремившимся заново возвести на постамент респектабельных героев спорта, войны или политики. Модельер Элизабет Хос незадолго до войны писала, что уже не чаёт увидеть мужчин, чья одежда подразумевала бы индивидуальность и самовыражение. Она признавала, что мужские деловые костюмы практичны и удобны для массового производства, но полагала, что мужчины могли бы носить более легкую одежду летом и более яркую — на вечеринках. При этом Хос отмечала, что среднестатистический мужчина в высшей степени подозрительно относился к любым новшествам в одежде, больше всего боясь, что его заставят выглядеть смешным, а самый простой способ выглядеть по-дурачки — это слишком глубоко интересоваться модой. Хос выражала мнение многих, когда писала: «Поймите меня правильно: при всем моем желании видеть, что мужчинам удобно в их одежде, вторжение Моды в мужскую одежду — это последнее, чего я бы хотела. Мода... быстро становится одним из главных зол нашего времени»³⁰.

Мода привела с собой не только демона консюмеризма, но и угрозу тому представлению, что мужественность (как и женственность с ее суетой и тщеславием) — это нечто уже готовое и неизменное. С течением времени эта угроза обострилась, и в ответ на критику со стороны феминистского движения, гей-движения, движения за гражданские права темнокожих — то есть в ответ на обвинения в потакании идеалам исключительно белых и гетеросексуальных представителей среднего класса — приходилось искать новые конструкции мужественности. Изменение структур трудовой занятости также подточило стоическую силу традиции. Появлялись новые рабочие места для женщин и представителей этнических меньшинств. Сама работа тоже менялась, уходя от тяжелой промышленности к технологиям и сфере услуг, требующим других навыков, другого отношения и меньших физических усилий.

К концу 1960-х годов на смену ладно пригнанным костюмам модов пришли декадентские одеяния хиппи и психоделический унисекс рок-звезд, таких как Джимми Хендрикс или «Роллинг Стоунз». Стиль Мика Джаггера с его богемной взъерошенностью был воспроизведен в фильме 1968 года³¹ «Представление» (Performance) и производил неуютное впечатление не только из-за беспечного нарциссизма главного героя, но и из-за наркотического тумана воплощаемой им версии маскулинности. Он был гетеросексуален, однако длинноволос и с тощим андрогинным телом. На фотографиях Сесила Битона, сделанных во время съемок фильма, герой развалился на беспорядочно разбросанных подушках и покрывалах, блестящих и ярких, как драгоценные камни; единственный (хотя и бунтарский) символ мужественности — усаженный шипами браслет на запястье.

В прессе порицалась сама мысль, что гетеросексуальные мужчины могут носить пеструю вычурную одежду. В Британии главной иконой переменчивой

гендерной идентичности стал подвижный, как ртуть, образ Дэвида Боуи, вдохновивший безудержный гедонизм глэм-рока. Неоднозначность подобных нарядов не могла не вызывать беспокойства по обе стороны Атлантики. В своей книге 1976 года «Нравственная пропасть» (The Morality Gap) Марк Эванс утверждал, что такие образы способствовали формированию «искаженной и извращенной» культуры. В распространении моды на унисекс он видел пример того, как «в последние месяцы рок-аудитория привыкла ко всему больному, странному, жестокому и непристойному, так что промоутеры, чтобы попасть в топ-40, вынуждены опускаться на все новые и новые глубины порока»³². Он выразил давнишние опасения, что подобные греховные одеяния приведут к еще более страшным оскорблениям нравственности и что от визуальных различий всего шаг до реального физического протеста против сложившегося положения вещей. Поскольку мода и молодежная культура постоянно ощущают потребность все дальше отодвигать существующие границы, каждый вызов, брошенный традиционным представлениям о мужественности, влечет за собой очередное ниспровержение, и размытые гендерные границы никогда больше не станут четкими. Эванс не понимал, что вступать в антагонизм с истеблишментом означало утверждать различия как нечто позитивное, а не пугающее. Жермен Грир писала о таких молодых людях: «Их [длинные] волосы были признаком того, что они не приемлют морали породившего их поколения коротко стриженных бюрократов»³³.

К 1980-м годам идея, что мужественность — в той же мере маскарад, что и женственность, нашла свое отражение в кричащих нарядах ночных клубов. Новые романтики театрализовали переодевание в одежду другого пола и для мужчин и для женщин. Те и другие носили замысловатые сочетания реальных и вымышленных старинных фасонов, раскрашивали лица, чтобы усилить ощущения фантастичности и подделки, ухода от естественности. «Пираты», коллекция Вивьен Вествуд 1980 года, олицетворяли этот постмодернистский пастиш: прошлое как игры вокруг гендера, а не как запретительные традиции. Эти фасоны унисекс сочетали в себе отсылки к реальному платью XVII века — объемные рубчатые бриджи и тупоносые ботинки — с гламуром голливудского пирата, небритого и потрепанного в бою, в многослойном наряде, где ярко-красное чередуется с золотым. Так называемые «гендерные перегибы» (gender bending) поп-звезд, таких как Бой Джордж, подхвативших этот эклектичный дресс-код, к 1985 году стали практически мейнстримом: в рекламной кампании «ширпотребной» линии косметики Boots No. 7 можно было увидеть мужчину-модель в густом перламутровом макияже под ироничным слоганом «На девушках смотрится лучше».

В 1980-е годы, когда стало ясно, что одного-единственного стереотипа гомосексуальности не существует, гей-стиль утвердился во многих сферах моды.

А сфокусированность на мужском теле и вуайеристические изображения этого тела усилили протест против одного-единственного представления о маскулинности. Гипертрофированный стиль Буффало Боя и объективизация мужского тела у Герба Ритца и Брюса Уэбера свидетельствовали, что мужчины все чаще нуждаются в нарядах, помогающих им чувствовать собственную мужественность. Реклама укрепляла людей в их стремлении выглядеть «правильно», чтобы соответствовать современным ожиданиям. Стиль «Буффало» Рэя Петри воплощал в себе тогдашний подход к маскулинности, сведя воедино культовые фигуры «классической» мужественности — например, ковбоя, американского индейца и боксера; это вызывало культурный резонанс, а также прочные ассоциации с детскими играми в переодевание. Отсюда же и клубная униформа — летчицкая куртка-бомбер MA1, джинсы Levi's 501, ботинки Dr Martens и белые футболки, — предметы одежды, которые, в силу своей военно-рабочей истории, являют головокружительный коктейль из функциональной анонимности и стильного взаимопроникновения «просто» моды и гей-субкультуры. Образы, созданные Петри совместно с Марком Лебоном и Джейми Морганом для таких журналов, как i-D и The Face, оказались очень влиятельными и открыли путь к рынку позднейшим мужским журналам, например таким, как появившаяся в 1986 году Arena. Все они делали ставку на крутой, в спортивном духе, стиль, с акцентом на «классике дизайна», создавая новые варианты маскулинности. Джейми Морган писал о работах Петри: «Его образы, сильные и чувственные, показывают, что не обязательно накачиваться пивом и избивать людей, чтобы быть крутым. Он дал мужчинам чувство гордости, вот почему эта манера одеваться приобрела огромное влияние»³⁴.

Безусловно, этот образ оказался гораздо влиятельнее, чем более радикальные эксперименты того времени. Женщины-модельеры, такие как Кэтрин Хэмнетт, создававшая в середине 1980-х рубахи и штаны из переливчатого парашютного шелка, или Вивьен Вествуд, отдававшая в своих работах предпочтение богатым тканям и украшениям, предлагали более чувственные и шуточные варианты мужской одежды, однако больше всего своими играми с гендером прославился Жан-Поль Готье. Тогда же, в середине 1980-х, его мужские юбки-саронги и килты до колен казались слишком откровенным вызовом маскулинности. На первом плане для него была ролевая игра как основа мужественности (равно как и женственности). Он разоблачал маскулинность как конструкт, развенчивая ложь о том, что она есть нечто природное и неизменное. Однако именно его двубортные костюмы в псевдогангстерском стиле были доминирующим образом амбициозного мужчины, а в его расшитых бисером матадорских болеро рискнули бы появиться на людях только самые отважные. Такая напряженность в обществе означала, что мужская юбка откладывалась про запас для фантазий ночного клуба. В 1995 году один мужчина проиграл дело про-

Paul Smith, осень — зима 1998/99.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc



тив муниципального совета Хэрни в Лондоне, запретившего ему надевать юбку на работу; этот вызов официальной «норме» оказался чересчур тревожащим.

Для поддержания статус-кво дресс-коды, ассоциируемые с маскулинностью, нельзя было ниспровергать резко, нарушая строгость и бесстрастность традиционных стилей, особенно на работе. Примечательно, что работа — это последнее место, где женщин до сих пор часто вынуждают носить юбки; этаким атавизм старорежимной строгости. Работодатели неохотно признают фундаментальные изменения в определении гендера и положении женщин.

В 1990-е годы мужская одежда продолжала открывать мужчинам разнообразные возможности — особенно с развитием лейблов, ориентированных на клубы, таких как W<. Диффузная линия Вальтера ван Бейрендонка включает в себя как обычную многослойную спортивного типа одежду, которую популяризировали молодые афроамериканцы в предыдущее десятилетие, так и фетишистские наряды, вдохновляемые творчеством Готье. Латексные футболки «кислотных» расцветок, превращающие мужчин в постмодернистских героев мультфильмов, демонстрируются на эффектных дефиле, изобилующих трансвеститами, карусельными лошадками, мелькающими огнями, — эти шоу не уступают по зрелищности показам женской одежды.

Хотя многие, наверное, предпочтут более сдержанную причудливость фасонов Пола Смита или тонкие ткани Дриса ван Нотена, сам факт, что сейчас

мужчинам предлагается подобное разнообразие стилей, свидетельствует о расплывчатости границ гендера в 1990-е годы. Худощавые модели ряда модельеров, от Гуччи до Дольче и Габбана, многих заставят ощутить беспокойство по поводу мужественности, утратившей уверенность в себе; но в то же время это признак того, что (по словам Энн Холландер) «оба пола сегодня играют в переодевание друг в друга, потому что впервые за столетия мужчины учатся способам носить одежду у женщин, а не наоборот»³⁵.

Хотя, возможно, в женской одежде больше пространства для протестных сигналов, поскольку женственность традиционно не так важна в структуре власти, в последние три десятилетия XX века и презентация, и дизайн мужской одежды стали гораздо зрелищнее. Неоднозначность вызывает беспокойство из-за невозможности достичь ясного понимания. Это отвлекает от нейтрального статуса, обычно приписываемого маскулинности. Во второй половине XX века было признано, что общество мультикультурно, что укрепляется равенство полов и вариантов сексуальности. Но это подтолкнуло мужчин скорее к тому, чтобы принять участие в дебатах о гендере, нежели к тому, чтобы определять его, — что, в свою очередь, естественным образом вызывало гнев традиционалистов, тосковавших по монолитному прошлому, которого на самом деле никогда не было.

Унисекс

Одежда унисекс, нивелирующая гендерные различия и наглядно демонстрирующая всеобщее равенство, была утопической мечтой многих поколений. В XX веке из-за распада традиционных границ статуса и власти неоднократно принимались искать утешения в таком отрицании различий. Разнообразие современной культуры и разрушение существующих идей гендера, расы и сексуальности вели к путанице вокруг определений идентичности. Некоторые молодежные культуры, такие как хиппи в 1960-е или рейверы в конце 1980-х — начале 1990-х, носили одежду унисекс, подразумевающую примирение между разными группами, каждая из которых хотела равенства в репрезентации.

Неопределенность вокруг гендерной идентичности часто сопровождалась более функциональным способом одеваться. Этот способ прорывается сквозь эксклюзивность высокой моды, порождая интерес к одежде, которую удобно носить и которая стоит относительно недорого. Жиль Липовецкий пишет: «Упорный труд во славу равенства устранил знаки показного различия... <...> резко повысил ценность „подлинности“ и „истинности“ вещей. Функциональная красота, снискавшая социальное признание, при этом мало чем обязана идеологическим стратегиям преодоления социальных различий, она укоренена в технологиях промышленного производства товаров массового спроса»³⁶.



Gucci, осень — зима 1996/97. Фото Найалла Макинерни © Bloomsbury Publishing Plc

В 1990-е годы повседневная одежда продолжала становиться не только более универсальной, но и более однообразной. В начале десятилетия экономический спад привел к упадку уверенности, так что дорогие модные наряды сделались одновременно недоступными и безвкусными. Многие в негодовании отворачивались от моды, считая ее воплощением консюмеризма с его эгоизмом и потаканием собственным желаниям, вплоть до того, что обвиняли ее в финансовом кризисе. Чтобы оставаться на плаву, модельеры обратились к выпуску вторых линий своих брендов и занялись готовой унисекс-одеждой, безликой и удобной. Хотя немногие предметы из этого ассортимента были в полной мере унисекс, большинство потребителей не обращали внимания на гендерные различия и фокусировались в основном на простой функциональной одежде, которой посредством дизайнерского лейбла и броской рекламы был придан лоск и шик современной городской жизни. Пионером этого бегства к простоте стала Prada, придавшая промышленному нейлону статус высокой моды. Однако именно американские модельеры, в частности Кельвин Кляйн, усовершенствовали пути ухода от хаотической реальности в анонимное единообразие. Стив Дейли писал о работе Кляйна в *The Face* в 1995 году: «В конце концов, большая часть его продукции — немарочная в хорошем смысле слова... И все равно мы упорно идем за одеждой с Тем Самым Именем,

которое всегда выведено безупречным и почти безликим шрифтом»³⁷. Эти вещи выглядели знакомыми и при этом новыми. Их, с густым намеком на настоящую рабочую одежду, рекламировали с помощью запоминающихся образов моделей «из реальной жизни», которых камера словно застает на все более убогом фоне и во все более компрометирующих позах. Эти позы создают ощущение нервной подростковой сексуальности, как в фильме Ларри Кларка 1995 года «Детки». Провокационные рекламные приемы Кляйна удостоились обвинений со стороны американского президента, а Хиллари Клинтон назвала их *adverteasing* — издевательская реклама. Это лишь усугубило уже сложившуюся у одежды Кляйна репутацию подрывного элемента. Было ясно, что эта одежда не навязывает своих определений тому, кто ее носит, но позволяет ему проявлять индивидуальность; именно его собственный образ придает одежде ту же остроту, что и бунтарская кляйновская реклама.

Это игнорирование сконструированных дефиниций путем ношения простой базовой одежды было любимой темой, подхваченной брендами на всех уровнях моды, от Calvin Klein до Gap и Muji. Переосмысленная статусная ценность «классики», притягательность которой как альтернативы множеству предлагаемых модой вариантов за 1980-е годы возросла, сочеталась в такой одежде с присущим молодежной культуре стремлением уйти от ограничивающих определений.

Пока вокруг гендерных вопросов велись жаркие споры, а моралисты взяли тему секса в кольцо, вещая об угрозах смерти и болезней, убежище от всего этого было найдено в рейв-стиле с его детской непосредственностью. С помощью рейва можно было укрыться от взрослого мира в ярких ярмарочных фантазиях, ностальгических и освобождающих. По словам Кэролайн Эванс, рейверы изобрели «новые, еще не признанные формы сопротивления, такие как умение сделаться невидимым — и благодаря заурядности безликих и мешковатых фасонов, и посредством ненадежной и беспечной природы рейва»³⁸. Рейверы предпочитали футболки на размер больше и яркие цвета «выходных на Ибисе», что и стало квинтэссенцией стиля. Отстраненность и мимолетность многих рейвов усиливали ощущение текучести, эта субкультура набирала силу и начала охватывать многие музыкальные направления, от рагга до индастриал-техно, объединяя все в расплывчатую категорию «танцевальной» музыки. Заряженная экстази задушеванность этой культуры была усилена логотипом «улыбающееся лицо» (Smiley), который в конце 1980-х стал восприниматься как мотив рейва. На ранних этапах движения одежда в основном склонялась в сторону унисекса, что опять-таки было симптомом маскировки различий, затушевыванием реального разнообразия музыки, стилей и взглядов любителей рейв-вечеринок.

Одежда рейвера была такой же веселой, как и его настроение, с неоновой расцветкой, головкружительными узорами и сосками-пустышками — знак гедонистического освобождения от необходимости быть взрослым, совершать выбор, втискиваться в рамки. У рейва были свои фасоны, от мешковатых клешей до ботинок Timberland и футболок с героями ретромультифильмов и нарочито провокационными названиями брендов. В рассказе «Сердце баса» (Heart of the Bass) Кевин Уильямсон обращает внимание и на поддразнивающие логотипы, и на скрытую сексуальность субкультуры рейва, исключавшей, на взгляд постороннего наблюдателя, половые контакты: «Сонная Сью отрубилась, его рука скользит под ее футболку, и слово FUCT идет рябью, набегая мерцающими волнами на берег из лайкры»³⁹. По мере того как рейв развивался и изменялся, его кажущаяся безыдейность вызвала протест у тех, кто считал, что субкультуры должны быть бунтарскими и иметь политическую программу. Однако рейв использовал шутливую ребяческую образность как веселый вызов этой серьезности, как отказ брать в расчет мир истеблишмента, так мало значивший для младшего поколения и так мало о нем знавший.

В 1990-е годы рейв подрастерял свою унисекс-двусмысленность. Девушки носили обтягивающую лайкру, происходящую от откровенных блестящих костюмов для аэробики, этой ультраженственной спортивной одежды, а также, что важно, от сексуально провокационных фасонов афроамериканской клубной культуры, игравших заметную роль в этом миксе «танцевальной» музыки. Лайкра создавала головкружительный эффект в сочетании с мини-шортами и топами-бра из возрожденного диско 1970-х.

Рейверы ушли от утопической мечты унисекса, как и их субкультурные собратья, хиппи 1960-х, в чьем этосе «мира и любви» можно проследить связь с рейверским «экстезийным настроением». Хиппи выступали за аналогичную бесполоую повседневную одежду, но своеобразную — «прекрасный взрыв сексуально двусмысленных шелков и бус»⁴⁰. Потенциальная проблематичность такой однородности сглаживалась. Хотя одежда унисекс и обещала равенство, она всегда была по сути мужской.

Отзвуки этой унисекс-мечты о единении заметны в работах Руди Гернрайха, создававшего в 1970-е годы яркие, струящиеся туники, которые могли носить все, независимо от пола и возраста, и предполагавшего, что к 1980 году все будут носить одежду унисекс. Однако мужчины с подозрением относились к женским, по их мнению, обертонам в его работах, предпочитая однозначно мужественный «унисекс» джинсов, но — уступка контркультурным сантиментам — в сочетании с длинными волосами. А когда Ив Сен-Лоран в 1975 году начал выпускать «бесполой» аромат Eau Libre, покупатели его категорически отвергли. Переубедить их удалось только в 1990-е, благодаря аромату Кельвина Кляйна CK One и его инклюзивному маркетингу. К тому моменту

из-за фрагментации гендерных различий, а также из-за стремления к простоте как к кокону, укрывающему от смятения современного мира, эти духи, воплощавшие «новый унисекс», были провозглашены «честными». Впрочем, кляйновское описание СК One как аромата, «маскирующего различия»⁴¹, подчеркивает фатальный недостаток теорий об унисексе: он всегда может быть только маской, вуалью, прикрывающей разнообразие как нечто скорее тревожное, нежели позитивное. Неопределенность относительно гендера неизбежна в период, видевший столько крушений традиционных конструкций и идеалов; однако, по утверждению Наоми Шор, «отрицание половых различий переходит в половое безразличие и — следуя той же скользкой дорожкой — в парадоксальное утверждение заново тех самых различий, которые эта стратегия была призвана денатурировать»⁴².

Андрогинность

...Одно, заключающее в себе Два, а именно — мужское (андро-) и женское (гин-)⁴³.

Если унисекс стремится замаскировать тело предположительно бесполой одеждой, то андрогинность пытается соединить мужское и женское в одном теле. Возникающий в итоге образ гермафродита отражает возврат к «чувству первобытного космического единства»⁴⁴, к точке соединения, которая утолит гендерную сумятицу и тревогу, напомнив о мифическом целомудренном состоянии творения до грехопадения. Поэтому вполне логично, что конец XX века был так озабочен андрогинной модой: в этом отразилась попытка примирить гендерные различия, заостренные дискуссиями современности.

С 1920-х годов андрогинность ассоциировалась с поиском большей независимости для женщин, слиянием мужского и женского, желанием вписать мужскую силу в женское тело. Таинственность и соблазнительность андрогинного тела, тонкого и юного, но опытного и уверенного, были символичны для межвоенного периода и для поиска «современной» женщины, которая могла бы олицетворять переход к открытой динамичной женственности. Мальчишеский силуэт намекал на юность с ее стремлением к свободе и неопределенным статусом. Эту чарующую неопределенность воплощали в себе персонажи Греты Гарбо и Марлен Дитрих, добавлявшие к своей голливудской внешности экзотичность европейского акцента. Их зачастую мужские костюмы подчеркивали сияние мягко освещенных женственных лиц, намекая на безграничную сексуальность, скрытую за обманчивой одеждой. Сибил Дель Гаудио писала в 1993 году о двусмысленности образа Дитрих: «Подчеркивая различия, несоответствие становится еще одним способом предположить, что вещи не то, чем они кажутся. Переодевания транссвеститов скрывают половую идентичность

и демонстрируют внешность, расходящуюся с внутренней историей сексуального „я“»⁴⁵.

Дело было не только в том, что эти актрисы носили мужское платье, но и в том, что они словно бы сочетали в своих героинях и мужские и женские черты, казались сильными и самоуверенными, но при этом уязвимыми и обольстительными. Эти противоречивые чувства — неотъемлемая часть влияния андрогинности на современную моду. Но одновременно они и часть той неуверенности, что окружает эту образность.

В 1960-е годы вновь появился этот же узкий силуэт, который опять-таки обозначал завоеванную свободу и отрицание предшествовавших удушливых рамок женственности. Некоторым феминисткам второй волны гонка за андрогинностью казалась освобождающей, дающей шанс преодолеть сложные различия между мужчинами и женщинами и подняться на более высокий уровень гендерного примирения. Однако эта мечта о «целостности» игнорировала истоки андрогинности: единение полов всегда воспринималось через призму античного восхищения телами юных атлетов. С древних времен гермафродитов изображали с исключительно мужскими гениталиями и плоской, без талии, фигурой мальчика-подростка.

Кари Вейл пишет о присвоении этого образа женщинами как о симптоме их постоянной «мимикрии» при конструировании идентичности, усвоении и ассимиляции текущего идеала посредством одежды, макияжа и жестов. Она пишет: «Посредством мимикрии женщины овладевают той ролью, которую они должны играть сознательно, и, следовательно, подчеркивают и утверждают различие между ролью и собой»⁴⁶. Проблема состоит в том, что «роль» андрогинности требует подражания мужскому образу — но смягченному двусмысленностью юности. Несоответствие между мальчишеским платьем и женственными контурами телами под ним ярко проявляет маскировочную сущность моды, передавая одновременно загадочность и беспокойство. Журналистка Джойс Майнард писала в своих мемуарах про образ, созданный такими двусмысленными стилями, популярными в 1969 году: «Фиолетовые колготки предназначены для тонюсеньких ног; мальчишеские майки украшены вышивкой для девочек, которые хотят выглядеть как мальчики, — девочек с грустными глазами и дрожащими губами, которые одеваются и двигаются и говорят... с тем, что стало теперь излюбленным сущестительным и величайшим комплиментом, — с ранимостью»⁴⁷.

Это плохо сочетается с той идеей, что посредством андрогинности женщины приобретают власть; и хотя свобод у женщин становится все больше, к ним добавляется тревожный фон. Может быть, размытые границы гендера и предполагают растущее неуважение к закосневшим традициям, но «то, что андрогинность часто функционировала как консервативный, если

не женоненавистнический, идеал, очевидно из давнишней и почтенной традиции дуальности существ, обладающих полом»⁴⁸. Феминистки, наподобие Вейл, все чаще проявляли сомнения по поводу отрицания гендерных различий, поначалу высказывая эссенциалистские взгляды на женственность, а затем утверждая, что мужское, женское и андрогинное — разные варианты внутри спектра идентичностей в ролевой игре.

В 1970-е фотограф Хельмут Ньютон эротизировал образ хрупкой андрогинной девушки из предыдущего десятилетия, изобразив ее в сумеречной дымке городских улиц в *le smoking* от Ива Сен-Лорана, с намеком на загадочность и экзотичность образа Марлен Дитрих. Четкий крой черных брючных костюмов Сен-Лорана в сочетании с прозрачными струящимися блузками создавал чувственный образ, который объединял в себе власть и желание и представлял более «взрослую» интерпретацию андрогинности, чем «детские» образы 1960-х. Именно тогда андрогинность сделалась элементом конструируемого модой набора идентичностей, личин, которые маскировали гендерные проблемы конца XX века и даже, пусть на краткий миг, превращали их в источник удовольствия.

1990-е годы застали мужчин и женщин втянутыми в игру с андрогинностью; поначалу — просто длинные волосы и все больше одежды унисекс, но к концу десятилетия образ андрогина стал тоньше и резче. Мужчины оглядывались на двойственные культовые фигуры 1970-х, такие как Дэвид Боуи, и на более современные образы, такие как Джарвис Кокер из *Pulp*. Андрогинный облик стал дистанцирующим приемом, как у женщин 1960-х: они казались неуклюжими подростками, одетыми словно из секонд-хенда: слишком узкие футболки и штаны с талией на бедрах; в этом тоже отражалось и беспокойство по поводу собственной гендерной идентичности, и отложенное «на потом» взросление, и невысказанная потребность в более четко определенной, «фиксированной» идентичности, отчужденными от которой они себя ощущали.

Для женщин андрогинность по-прежнему заключала в себе противоречивый набор знаков. Во впечатляюще бесстрастных моделях Ann Demeulemeester читается уверенное безразличие к любым дефинициям. Другие образы, впрочем, не столь самоуверенны: например, мода для хипстеров, требующая явно мужского телосложения и воплощающая андрогинную эстетику со всеми ее сложностями. Александр Маккуин с его «бамстерами» 1993 года, рассчитанными на очень худых, первым придумал обнажить живот ниже чем до линии бедер. Другие модельеры смягчили это решение, подняв «линию талии» до подвздошной кости и возродив тем самым моду 1960-х — вместе со свойственным тому десятилетию вычеркиванием округлого живота как символа материнства. Зрелость снова была отвергнута: этот стиль требовал худобы и стройности, что исключало множество женщин из андрогинного идеала моды. Всепо-



Ann Demeulemeester,
осень — зима 1995/96.
Фото Найалла Макинерни
© Bloomsbury Publishing Plc

никающий характер тинейджерского силуэта эхом повторялся в моделях-«беспризорниках» начала десятилетия и требовал все более юных девушек, которые воплощали бы его идеал на глянцевых страницах журналов мод. Кэти Форд из нью-йоркского Ford Models Inc. сказала в 1998 году: «Многие модели очень молоды — пожалуй, моложе, чем когда-либо на моей памяти... Модельеры сейчас ищут очень юную внешность. Им нужны девушки с очень плоскими формами — такими, каких в двадцать с лишним уже не бывает»⁴⁹.

Мнимая обезличенность унисекса и андрогинности в конечном итоге только подчеркивает различия между полами. И хотя XX век повидал множество разоблаченных стереотипов того, как должны одеваться и вести себя мужчины и женщины, напряженность в этих вопросах все же продолжала существовать — и трудно представить себе образ мужественности, женственности или даже андрогинности, который не порождал бы вопросов. Мода очень тесно вовлечена в этот пересмотр идентичностей, поскольку она навсегда связана с телом, она выдает наши желания и тревоги, зачастую провокационным способом. Идентичность и мораль становятся все более текучими, они сознательно меняются, создавая и разрушая нормы. Мода же, как самый непосредственный и переменчивый аспект визуальной культуры, предлагает нам микрокосм фрагментарных идеалов, бросая свет, зачастую неприятно яркий, на противоречия западной культуры и на ее непростые взаимоотношения с телом, которого она страстно желает и которое вместе с тем гневно осуждает.

Заключение

Мода — это всегда продукт порождающей ее культуры; она со своими мириадами стилей воплощает и отражает проблемы общества в целом. Внутренне противоречивая, мода создает сферу неоднозначного, способную вместить множество разнообразных смыслов, мерцающих на теле того, кто носит одежду. Эта противоречивая природа моды связана с нашими тревогами по поводу тела и его репрезентации; реакции, вызываемые одеждой, завораживают нас, но при этом мы в них не уверены. Одежда может играть защитную роль, ограждая своего носителя от тех, кто не входит в его группу и не способен прочесть весь комплекс знаков, окружающих тело. Однако она может и выдать его, обнажая его желания и страхи и вызывая неуютное чувство амбивалентными сообщениями, оспаривающими различные табу и представления о допустимом. Постоянно меняющаяся мода с ее стремительной сменой стилей позволяет уловить и продемонстрировать текущие определения гендера, сексуальности, этничности, статуса и класса, характерные для культуры в переходном состоянии. Моде необходимо постоянно быть впереди, чтобы соблазнять потребителя новыми искушениями, чтобы развлекать перенасыщенную зрелищами культуру посредством создания визуальных образов, которые экспериментируют с традиционной моралью и оспаривают ее.

Одежда указывает как на сознательное, так и на подсознательное отношение к морали, демонстрируя идеи и идеалы дизайнера и носителя и, в расширительном смысле, культуры в целом. Примеры, обсуждаемые в этой книге, выявляют глубинные желания и тревоги, подчеркивая значение образов моды, как и реальной одежды, для формирования — и разрушения — представлений о приемлемом. В период между 1970-ми и 1990-ми годами этот процесс шел особенно интенсивно, поскольку в моде отражались резкие изменения культурных ценностей в ответ на упадок веры в политические, религиозные и медиаинституты. Разнообразные группы стремились утвердить собственные ценности и желания — посредством не только политических акций, но и дизайнерских принципов. В 1960-е иерархия внутри самой моды уже была расшатана, высокая мода сдала диктаторские позиции, различия между разными типами одежды смазались. Разнообразные влияния, которым мода подвергается сейчас, отражают и чувственность роскоши и богатства, и неприкрытый эпатаж жестокости и насилия. Моде больше не занимается производством

одних лишь образов совершенства, которые сглаживают реальность тела и резкость западной капиталистической культуры. Теперь она, исследуя дно городской жизни, включает в себя также отсылки к смерти и распаду, неуверенности и желанию, освещая переменчивые моральные принципы современного бытия.

Библиография

Книги

- Allen F.L. Only Yesterday: An Informal History of the Nineteen-Twenties. N.Y.: Harper & Brothers, 1931.
- Allen R. The Complete Richard Allen. Vol. 1. Argyll: S.T. Publishing, 1992.
- Arnold E. Eve Arnold: In Retrospect. London: Sinclair-Stevenson, 1996.
- Barnett H.G. Innovation: The Basis of Cultural Change. N.Y.: McGraw-Hill, 1953.
- Baudrillard J. Symbolic Exchange and Death. London: Sage, 1995.
- Bell Q. On Human Finery. London: Allison & Busby, 1992.
- Bergler E. Fashion & the Unconscious. N.Y.: Robert Brunner, 1953.
- Black Male, Representations of Black Masculinity in Contemporary American Art / T. Golden (ed.). N.Y.: Whitney Museum of American Art, 1994.
- Booker C. The Neophiliacs. London: Collins, 1969.
- Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. London: Routledge, 1996.
- Brownmiller S. Femininity. London: Hamish Hamilton, 1984.
- Bruzzi S. Undressing Cinema: Clothing and Identity in the Movies. London: Routledge, 1997.
- Buck-Morss S. The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project. Cambridge, MA: MIT Press, 1997.
- Carlyle T. Sartor Resartus. Oxford: Oxford University Press, 1987.
- Carter A. Nothing Sacred: Selected Writings. London: Virago, 1992.
- Collard A., Contrucci J. Rape of the Wild: Man's Violence Against Animals and the Earth. London: The Women's Press, 1988.
- Coupland D. Generation X: Tales for an Accelerated Generation. London: Abacus, 1997.
- Coward R. Female Desire: Women's Sexuality Today. London: Paladin, 1984.
- Curle R. Women: An Analytical Study. London: Watts & Co, 1949.
- Current Biography: Who's News and Why, 1954 / M. Dent Candee (ed.). N.Y.: The H.W. Wilson Company, 1954.
- Dariaux G.A. Elegance: A Complete Guide for Every Woman who Wants to be Well and Properly Dressed on All Occasions. London: Frederick Muller, 1964.
- Davis F. Fashion, Culture & Identity. Chicago: Chicago University Press, 1994.

- De Beauvoir S. *The Second Sex*. London: Vintage, 1997.
- Debord G. *The Society of the Spectacle*. N.Y.: Zone Books, 1994.
- Del Gaudio S. *Dressing the Part: Dietrich and Costume*. London: Associated University Presses, 1993.
- Dingwall E.J. *The American Woman: A Historical Study*. London: Gerald Duckworth, 1956.
- Dior C. *Christian Dior's Little Dictionary of Fashion: A Guide to Dress Sense for Every Woman*. London: Cassell, 1954.
- Disco Biscuits / S. Champion (ed.). London: Sceptre, 1997.
- Durkheim E. *Suicide: A Study in Sociology*. London: Routledge & Kegan Paul, 1970.
- Dyer R. *The Matter of Images: Essays on Representation*. London: Routledge, 1993.
- Easton Ellis B. *American Psycho*. London: Picador, 1991.
- Ellis A. *The American Sexual Tragedy*. N.Y.: Twayne, 1954.
- Evans C., Thornton M. *Women and Fashion: A New Look*. London: Quartet, 1989.
- Evans M. *The Morality Gap*. Ohio: Alba Books, 1976.
- Faludi S. *Backlash: The Undeclared War Against Women*. London: Vintage, 1992.
- Fragments for a History of the Human Body. Part 2 / M. Feher, R. Naddaff, N. Tazi (eds). N.Y.: Zone, 1989.
- Fraser J. *Violence in the Arts*. Cambridge: Cambridge University Press, 1974.
- Friedan B. *The Feminine Mystique*. London: Penguin, 1983.
- Future Natural: Nature, Science, Culture / G. Robertson, M. Mash, L. Tickner, J. Bird, B. Curtis, T. Putnam (eds). London: Routledge, 1996.
- Gaines S. *Halston: The Untold Story*. N.Y.: G.P. Putnam's Sons, 1991.
- Gane M. *Baudrillard's Bestiary: Baudrillard and Culture*. London: Routledge, 1991.
- Georg Simmel: On Individuality and Social Forms / D.N. Levine (ed.). Chicago: University of Chicago Press, 1971.
- Girard R. *Violence and the Sacred*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 1981.
- Greer G. *The Female Eunuch*. London: Granada, 1971.
- Harrison M. *Appearances*. London: Jonathan Cape, 1991.
- Hawes E. *Men Can Take It*. N.Y.: Random House, 1939.
- Hebdige D. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge, 1993.
- Hollander A. *Sex & Suits: The Evolution of Modern Dress*. N.Y.: Kodansha, 1995.
- hooks b. *Outlaw Culture: Resisting Representations*. London: Routledge, 1994.
- Hopkins H. *The New Look: A Social History of the Forties and Fifties in Britain*. London: Secker & Warburg, 1963.
- Identity, Community, Culture, Difference / J. Rutherford (ed.). London: Lawrence & Wishart, 1990.
- Juergen Teller / C. Windlin (ed.). Cologne: Taschen, 1996.
- Kohn M. *Narcomania*. London: Faber & Faber, 1987.

- Kohn M. *Dope Girls: The Birth of the British Drug Underground*. London: Lawrence & Wishart, 1992.
- König R. *The Restless Image: A Sociology of Fashion*. London: George Unwin, 1973.
- Lidz C.W., Walker A. *Heroin, Deviance and Morality*. London: Sage, 1980.
- Lipovetsky G. *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994.
- Lundberg F., Farnham M.F. *Modern Woman: The Lost Sex*. N.Y.: Harper & Brothers, 1947.
- Marshall G. *Skinhead Nation*. Argyll: S.T. Publishing, 1996.
- Maynard J. *Looking Back: A Chronicle of Growing Up Old in the Sixties*. London: Michael Joseph, 1975.
- McCracken G. *Culture and Consumption*. Bloomington: Indiana University Press, 1990.
- McRobbie A. *Postmodernism and Popular Culture*. London: Routledge, 1994.
- Meikle W. *Towards a Sane Feminism*. London: Grant Richards, 1916.
- Men in Feminism* / A. Jardine, P. Smith (eds). London: Methuen, 1987.
- Moore J.B. *Skinheads Shaved for Battle: A Cultural History of American Skinheads*. Bowling Green, Ohio: Bowling Green State University Popular Press, 1993.
- Mosely C. *The Letters of Nancy Mitford: Love From Nancy*. London: Hodder & Stoughton, 1993.
- Nava M. *Changing Cultures: Feminism, Youth and Consumerism*. London: Sage, 1992.
- Nietzsche F. *On the Genealogy of Morals*. Oxford: Oxford University Press, 1996.
- Norman P. *The Age of Parody: Dispatches from the Eighties*. London: Hamish Hamilton, 1990.
- Postmodernism and Society* / A. Rattanasri, R. Boyne (eds). London: Macmillan, 1990.
- Radcliffe Richards J. *The Sceptical Feminist: A Philosophical Enquiry*. Middlesex: Penguin, 1994.
- Rawsthorn A. *Yves Saint Laurent: A Biography*. London: Harper Collins, 1996.
- Reed J.R. *Decadent Style*. Athens, Ohio: Ohio University Press, 1985.
- Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain* / S. Hall, T. Jefferson (eds). London: Routledge, 1996.
- Rose P. *Jazz Cleopatra: Josephine Baker in her Time*. London: Vintage, 1989.
- Ross A. *No Sweat: Fashion, Free Trade and the Rights of Garment Workers*. London: Verso, 1997.
- Said E. *Orientalism: Western Conceptions of the Orient*. London: Penguin, 1995.
- Screen Violence* / K. French (ed.). London: Bloomsbury, 1996.
- Segal L., McIntosh M. *Sex Exposed: Sexuality & the Pornography Debate*. London: Virago, 1992.

- Showalter E. *Sexual Anarchy: Gender and Culture at the Fin de Siècle*. London: Virago, 1992.
- Showalter E. *The Female Malady: Women, Madness, and English Culture, 1830–1980*. London: Virago, 1985.
- Singer J. *Androgyny: Towards a New Theory of Sexuality*. N.Y.: Anchor Press/Doubleday, 1976.
- Slim I. *Pimp, A Story of My Life*. Edinburgh: Payback Press, 1996.
- Sontag S. *Against Interpretation*. London: Vintage, 1994.
- Steinberg C. *Reel Facts: The Movie Book of Records*. London: Penguin, 1981.
- Stivers R. *The Culture of Cynicism: American Morality in Decline*. Oxford: Blackwell, 1994.
- Sumner C. *The Sociology of Deviance: An Obituary*. Buckingham: Open University Press, 1996.
- The I-D Bible. Part 2 / T. Jones (ed.). London: Terry Jones & Tony Elliott, 1988.
- Tosh J., Roper M. *Manful Assertions*. London: Routledge, 1991.
- Tulloch L. *Fabulous Nobodies*. London: Picador, 1989.
- Vreeland D. D.V. N.Y.: Alfred A. Knopf, 1984.
- Walter N. *The New Feminism*. London: Little, Brown & Company, 1998.
- Weil K. *Androgyny and the Denial of Difference*. Charlottesville: University Press of Virginia, 1992.
- Wilson E. *Adorned in Dreams: Fashion & Modernity*. London: Virago, 1987.
- Wilson E., Ash J. *Chic Thrills: A Fashion Reader*. London: Pandora, 1992.
- Witzenmann H. *The Origin and Overcoming of the Materialistic World-Outlook: The Natural-Scientific Attitude of Consciousness as World Danger and Hope for the Future*. London: Living Art Publishing, 1976.
- Wolf N. *The Beauty Myth*. London: Vintage, 1990.
- Wollen P. *Raiding the Icebox: Reflections on Twentieth-Century Culture*. London: Verso, 1993.
- Zeffirelli F. *Franco Zeffirelli: The Autobiography*. London: Arena, 1987.
- Zootsuits & Second-Hand Dresses: *An Anthology of Fashion & Music* / A. McRobbie (ed.). London: Macmillan, 1989.

Научные статьи

- Barraclough Paoletti J. *Ridicule and Role Models as Factors in American Men's Fashion Change, 1880–1910 // Costume*. 1985. No. 19.
- Bill K. *Attitudes Towards Women's Trousers: Britain in the 1930s // Journal of Design History*. 1993. Vol. 6. No. 1.
- Evans C. *Dreams that Only Money Can Buy... Or, The Shy Tribe in Flight from Discourse // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. 1997. June. Vol. 1.2.

- Koda H. Rei Kawakubo and the Aesthetic of Poverty // *Dress*. 1985. Vol. 11.
- Martin R. Destitution and Deconstruction: The Riches of Poverty in the Fashions of the 1990s // *Textile and Text*. 1992. Vol. 15. No. 2.
- Montague K. The Aesthetics of Hygiene: Aesthetic Dress, Modernity & the Body as Sign // *Journal of Design History*. 1994. Vol. 7. No. 2.
- Pumphrey M. The Flapper, The Housewife and the Making of Modernity // *Cultural Studies*. 1987. Vol. 1. No. 2.
- Steiner R.L., Weiss J. Veblen Revised in the Light of Counter-Snobbery // *Journal of Aesthetics and Art Criticism*. 1951. March. Vol. 9. No. 3.

Публицистика

- Armstrong L. The New Snobbery // *Vogue*. 1995. April.
- Bennett C. High Exposure // *Vogue*. 1987. February.
- Bradberry G. The Man who Combined Beauty with Vulgarly // *The Times*. 16.07.1997.
- Brampton S. The Prime of Miss Vivienne Westwood // *Elle*. 1988. September.
- Briscoe J. The New Unisex // *Elle*. 1994. November.
- Briscoe J. The Skull Beneath the Skin // *The Guardian*. 18.02.1997. Section 2.
- Chunn L. Not a Simple Black and White Case // *Evening Standard*. 10.04.1997.
- Coren V. Why Thatcher is Wrong about the Nation's Young // *Evening Standard*. 25.05.1996.
- Daly S. He's Got the Whole World... in his Pants // *The Face*. 1995. December. Vol. 2. No. 87.
- Elms R. The Golden Age of Football Violence // *The Face*. 1986. May. Vol. 1. No. 73.
- Fowler R. How to End the Fashion Famine // *The Independent*. 01.06.1996.
- Freedland J. Sex & the Psycho Girl // *Elle*. 1995. February.
- Gaudoin T. Could it be Furever? // *Elle*. 1995. December.
- Gilbey R. Doom Generation: New Tales from the Dark Side // *The Face*. 1997. May. Vol. 3. No. 4.
- Grant L. Why Fay Doesn't Want to Look like Naomi... // *The Independent on Sunday: Real Life*. 25.09.1994.
- Grant L. Cut and Thrust // *The Guardian*. 05.02.1996. Section 2.
- Grant L. The Old Colour of Money // *The Guardian*. 15.04.1997. Section 2.
- Harvey M. Drug Chic gets a Shock // *Daily Mail*. 23.05.1997.
- Helmores E., Pryor N. Clinton Rages at Fashion Industry Over Sick Taste for "Heroin Chic" // *Evening Standard*. 22.05.1997.
- Hume M. A History of Controversy on the Catwalk // *The Independent*. 10.02.1995. Section 2.
- James O. The Happiness Gap // *The Guardian*. 15.09.1997. Section 2.

- Jones D. Chasing Dragons // The Independent on Sunday. 01.06.1997. Sunday Review.
- Langley W. Farewell to High Fashion? // Evening Standard. 22.01.1993.
- Letts Q. Flash is Back! // Evening Standard. 15.09.1997.
- McDowell C. Breathtaking // The Sunday Times: Style. 05.02.1995.
- McDowell C. Depravity Bites // The Guardian: Weekend. 09.08.1997.
- Mower S. Who's Shocking Who? // Elle. 1995. November.
- Mower S. Margiela does Hermès // Harper's Bazaar. 1998. June.
- Nature Boy // The Face. 1989. November. Vol. 2. No. 14.
- Nilgin Y. Outward Bound // Elle. 1990. August.
- Patterson S. Cosmic Girl // The Face. 1997. February. Vol. 3. No. 1.
- Perry G. Fear and Clothing // The Sunday Times Magazine. 14.04.1996.
- Pike L. Life is a Drag // Elle. 1992. March.
- Polan B. The Triumph of the Trousers // Evening Standard. 11.03.1992.
- Polan B. J'Accuse // Daily Mail. 19.07.1997.
- Savage J. Brother Beyond // The Face. 1997. March. Vol. 3. No. 2.
- Sherwood J. All the Fun of the Fur // The Independent on Sunday: Real Life. 14.09.1997.
- Smith J. What's the Problem with Women? // The Guardian. 20.02.1998. Section 2.
- Spencer M. Return of the Rich Bitch // Evening Standard. 24.03.1997.
- Spencer M. Big, Beautiful, but Will it Stay in Vogue? // The Evening Standard. 22.05.1997.
- Spindler A.M. Tracing the Look of Alienation // New York Times. 24.03.1998.
- Thornton P. CKDKNYOK? // The Face. 1995. December. Vol. 2. No. 87.
- Turner L. Indecent Exposure // ES Magazine. 1991. December.
- Usborne D. Cheap, Strong and Chic: Heroin is Back with a Bang // The Independent on Sunday. 25.05.1997.
- Walter N. Who's Afraid of the Catwalk? // The Independent. 06.03.1995.
- Wilson C. Drugs and Fashion // The Telegraph Magazine. 27.06.1998.
- Wilson E. Outsiders // The Guardian: Weekend. 26.11.1994.

Фильмография

- À Bout de Souffle, dir. Jean-Luc Godard, 1959 / На последнем дыхании. Реж. Жан-Люк Годар.
- Alien, dir. Ridley Scott, 1979 / Чужой. Реж. Ридли Скотт.
- Baby Doll, dir. Elia Kazan, 1956 / Куколка. Реж. Элиа Казан.
- Barbarella, dir. Roger Vadim, 1968 / Барбарелла. Реж. Роже Вадим.
- Belle de Jour, dir. Luis Buñuel, 1967 / Дневная красавица. Реж. Луис Бунюэль.
- Betty Blue, dir. Jean-Jacques Beineix, 1986 / Тридцать семь и два по утрам. Реж. Жан-Жак Бенекс.
- Blue Velvet, dir. David Lynch, 1986 / Синий бархат. Реж. Дэвид Линч.
- Bonnie and Clyde, dir. Arthur Penn, 1967 / Бонни и Клайд. Реж. Артур Пенн.
- Casino, dir. Martin Scorsese, 1995 / Казино. Реж. Мартин Скорсезе.
- Cat on a Hot Tin Roof, dir. Richard Brooks, 1958 / Кошка на раскаленной крыше. Реж. Ричард Брукс.
- Christiane F, dir. Ulrich Edel, 1981 / Мы дети станции Зоо. Реж. Ульрих Эдель.
- Drugstore Cowboy, dir. Gus Van Sant, 1989 / Аптечный ковбой. Реж. Гас ван Сент.
- Evita, dir. Alan Parker, 1996 / Эвита. Реж. Алан Паркер.
- From Russia with Love, dir. Terence Young, 1963 / Из России с любовью. Реж. Теренс Янг.
- Gilda, dir. Charles Vidor, 1946 / Гильда. Реж. Чарльз Видор.
- The Godfather, dir. Francis Ford Coppola, 1972 / Крестный отец. Реж. Фрэнсис Форд Коппола.
- Goldfinger, dir. Guy Hamilton, 1964 / Голдфингер. Реж. Гай Хэмилтон.
- Kalifornia, dir. Dominic Sera, 1993 / Калифорния. Реж. Доминик Сера, 1993.
- Kids, dir. Larry Clark, 1995 / Детки. Реж. Ларри Кларк.
- The Lady from Shanghai, dir. Orson Welles, 1948 / Леди из Шанхая. Реж. Орсон Уэллс.
- Leave Her to Heaven, dir. John M. Stahl, 1945 / Бог ей судья. Реж. Джон М. Стал.
- Notebook on Cities and Clothes, dir. Wim Wenders, 1989 / Зарисовки об одеждах и городах. Реж. Вим Вендерс.
- Paris is Burning, dir. Jenny Livingston, 1990 / Париж в огне. Реж. Дженни Ливингстон.
- Performance, dir. Donald Cammell & Nicolas Roeg, 1968 / Представление. Реж. Дональд Кэммелл.

Pulp Fiction, dir. Quentin Tarantino, 1994 / Криминальное чтиво. Реж. Квентин Тарантино.

Reservoir Dogs, dir. Quentin Tarantino, 1992 / Бешеные псы. Реж. Квентин Тарантино.

Scarface, dir. Howard Hawks, 1932 / Лицо со шрамом. Реж. Говард Хоукс.

The Secret Life of Walter Mitty, dir. Norman Z. McLeod, 1947 / Невероятная жизнь Уолтера Митти. Реж. Норман Маклеод.

Shaft, dir. Gordon Parks, 1971 / Шафт. Реж. Гордон Паркс.

Superfly, dir. Gordon Parks jnr, 1972 / Крутой. Реж. Гордон Паркс-младший.

Sweet Sweetback's Baadasssss Song, dir. Melvin Van Peebles, 1971 / Свит Свитбэк: Песня мерзавца. Реж. Мелвин ван Пиблз.

Trainspotting, dir. Danny Boyle, 1996 / На игле. Реж. Дэнни Бойл.

True Romance, dir. Tony Scott, 1993 / Настоящая любовь. Реж. Тони Скотт.

Wall Street, dir. Oliver Stone, 1987 / Уолл-стрит. Реж. Оливер Стоун.

Примечания

ПРЕДИСЛОВИЕ

1. Stivers R. The Culture of Cynicism, American Morality in Decline. Oxford: Blackwell, 1994. P. X.

ГЛАВА ПЕРВАЯ. *Статус, власть и зрелище*

1. Игра слов: waste of money — «напрасная трата денег», но waste (трата) заменено на созвучное waist (талия). (Прим. пер.)
2. Harrison M. Appearances. London: Jonathan Cape, 1991. P. 266.
3. Nava M. Changing Cultures: Feminism, Youth and Consumerism. London: Sage, 1992. P. 167.
4. Pumphrey M. The Flapper, the Housewife and the Making of Modernity // Cultural Studies. 1987. Vol. 1. No. 2. P. 186.
5. Barnett H.G. Innovation. The Basis of Cultural Change. N.Y.: McGraw-Hill, 1953. P. 139.
6. Mosely C. The Letters of Nancy Mitford. Love from Nancy. London: Hodder & Stoughton, 1993. P. 197.
7. Hopkins H. The New Look: A Social History of the Forties and Fifties in Britain. London: Secker & Warburg, 1963. P. 95.
8. Цит. по: Rawsthorn A. Yves Saint Laurent: A Biography. London: Harper Collins, 1996. P. 112.
9. Хоакин Альберто Варгас-и-Чавес (1896–1982) — один из наиболее известных художников в стиле пинап. Понятие «девушки Варгаса» отсылает и к определенному типу изображений, представляющих полуобнаженных красавиц в чувственных позах, и к определенному типу женской внешности. Одной из первых «девушек Варгаса» считалась актриса Олив Томас, сыгравшая главную роль в немой комедии 1920 года «Флэппер», название которой стало нарицательным в следующее десятилетие, обозначая раскрепощенных молодых женщин. (Прим. ред.)
10. Reed J.R. Decadent Style. Athens; Ohio: Ohio University Press, 1985. P. 1.
11. Norman P. The Age of Parody, Dispatches From the Eighties. London: Hamish Hamilton, 1990. P. 5.
12. Debord G. The Society of the Spectacle. N.Y.: Zone, 1994. P. 153. Цит. по русскому изд.: Дебор Г. Общество спектакля / Пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. М.: Логос, 1999. С. 71. (Прим. пер.)
13. Tulloch L. Fabulous Nobodies. London: Picador, 1989. P. 16.
14. Faludi S. Backlash: The Undeclared War Against Women. London: Vintage, 1992. P. 208.
15. Langley W. Farewell to High Fashion? // Evening Standard. 22.01.1993. P. 10.
16. Bradberry G. The Man who Combined Beauty with Vulgarity // The Times. 16.07.1997. P. 16.
17. См.: Godfrey J., Procope D., Templer K. Ruder than the Rest // The Face. 1991. March. Vol. 2. No. 30. Pp. 72–85.
18. Letts Q. Flash is Back! // Evening Standard. 15.09.1997. P. 11.
19. Polan B. J'Accuse // Daily Mail. 19.07.1997.

20. Wilson E. These New Components of the Spectacle: Fashion and Postmodernism // Postmodernism and Society. London: Macmillan, 1990. P. 209.
21. Simmel G. Fashion // Georg Simmel On Individuality and Social Forms. Chicago: University of Chicago Press, 1971. P. 297. Цит. по русскому изд.: Зиммель Г. Мода / Пер. М. Левиной // Зиммель Г. Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. М.: Юристъ. С. 269. (Прим. пер.)
22. Meikle W. Towards a Sane Feminism. London: Grant Richards, 1916. P. 67.
23. Ibid. P. 62.
24. Vreeland D. D.V. N.Y.: Alfred A. Knopf, 1984. P. 129.
25. Dariaux G.A. Elegance: A Complete Guide for Every Woman who Wants to be Well and Properly Dressed on All Occasions. London: Frederick Muller, 1964. P. 16. Очевидно, отсылка к пьесе Б. Шоу «Пигмалион», в которой профессор фонетики превращает простую цветочницу в элегантную леди, прививая ей аристократическое произношение и манеры. В 1964 году, когда было опубликовано цитируемое здесь руководство по вопросам стиля и хорошего вкуса, на экраны вышел знаменитый мюзикл «Моя прекрасная леди», созданный на основе пьесы Шоу, — чем, по-видимому, и объясняется используемая аллюзия. (Прим. ред.)
26. Friedan B. The Feminine Mystique. London: Penguin, 1983. Pp. 200–201. Цит. по русскому изд.: Фридан Б. Загадка женственности. М.: Прогресс; Литера, 1993. С. 293. (Прим. ред.)
27. Arnold E. Eve Arnold: In Retrospect // London: Sinclair-Stevenson, 1996. P. 4.
28. Меха, использованные Александром Маккуином для Givenchy, были по меньшей мере сделаны из переработанных овчин.
29. Цит. по: Gaudoin T. Could it be Furever? // Elle. 1995. December. P. 78.
30. Collard A., Contrucci J. Rape of the Wild: Man's Violence Against Animals and the Earth. London: The Women's Press, 1988. P. 55.
31. Bell Q. On Human Finery. London: Allison & Busby, 1992. P. 31.
32. Цит. по: Sherwood J. All the Fun of the Fur // The Independent on Sunday: Real Life. 14.09.1997. P. 9.
33. Об экономических аспектах ношения меха см.: Emberley J.V. Venus and Furs: The Cultural Politics of Fur. I.B. Tauris, 1998.
34. Coupland D. Generation X: Tales for an Accelerated Generation. London: Abacus, 1997. P. 92. Цит. по русскому изд.: Коупленд Д. Поколение Икс / Пер. В. Ярцева под ред. С. Силаковой // Иностранная литература. 1998. № 3. (Прим. пер.)
35. Coward R. Female Desire: Women's Sexuality Today. London: Paladin, 1984. P. 31.
36. Davis F. Fashion, Culture & Identity. Chicago: Chicago University Press, 1994. P. 63.
37. Current Biography: Who's News and Why, 1954. N.Y.: The H.W. Wilson Company, 1954. P. 423.
38. Steiner R.L., Weiss J. Veblen Revised in the Light of Counter-Snobbery // Journal of Aesthetics and Art Criticism. 1951. March. Vol. 9. No. 3. P. 263.
39. Ibid. P. 265.
40. Цит. по: Gaines S. Halston: The Untold Story. N.Y.: G.P. Putnam's Sons, 1991. P. 15.
41. Thornton P. CKDKNYOK? // The Face. 1995. December. Vol. 2. No. 87. P. 145.
42. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. London: Routledge, 1996. P. 281.
43. Armstrong L. The New Snobbery // Vogue. 1995. April. P. 172.
44. Spindler A.M. Tracing the Look of Alienation // New York Times. 24.03.1998.
45. Mower S. Margiela does Hermès // Harper's Bazaar. 1998. June. P. 147.
46. Martin R. Destitution and Deconstruction: The Riches of Poverty in the Fashions of the 1990s' // Textile and Text. 1992. Vol. 15. No. 2. P. 4.
47. Carter A. The Recession Style // Nothing Sacred, Selected Writings. London: Virago, 1992. P. 92.
48. Koda H. Rei Kawakubo and the Aesthetic of Poverty // Dress. 1985. Vol. 11. P. 8.

49. Yohji Yamamoto // Notebook on Cities and Clothes, dir. Wim Wenders, 1989.
50. Wilson E. Fashion and the Postmodern Body // Wilson E., Ash J. Chic Thrills: A Fashion Reader. London: Pandora, 1992. P. 4.
51. McCracken G. "Ever Dearer in Our Thoughts": Patina and the Representation of Status Before and After the Eighteenth Century // Culture and Consumption. Bloomington: Indiana University Press, 1990. P. 32.
52. Dior C. Christian Dior's Little Dictionary of Fashion: A Guide to Dress Sense for Every Woman. London: Cassell, 1954. Pp. 6–7. Здесь и далее цит. по русскому изд.: Диор К. Dior: Словарь моды. М.: СЛОВО/SLOVO, 2010.
53. Ibid. P. 15.
54. Montague K. The Aesthetics of Hygiene: Aesthetic Dress, Modernity & the Body as Sign // Journal of Design History. 1994. Vol. 7. No. 2. P. 97.
55. Witzmann H. The Origin and Overcoming of the Materialistic World-Outlook: The Natural-Scientific Attitude of Consciousness as World Danger and Hope for the Future. London: Living Art Publishing, 1976. P. 1.
56. König R. The Restless Image: A Sociology of Fashion. London: George Unwin, 1973. P. 207.
57. Soper K. Nature/"Nature" // Future Natural: Nature, Science, Culture. London: Routledge, 1996. P. 25.
58. Lipovetsky G. The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. P. 248.
59. McRobbie A. A New Kind of Rag Trade? // Ross A. No Sweat, Fashion Trade and the Rights of Garment Workers. London: Verso, 1997. P. 276.

ГЛАВА ВТОРАЯ. *Насилие и провокация*

1. Stivers R. The Culture of Cynicism: American Morality in Decline. Oxford: Blackwell, 1994. P. 155.
2. Easton Ellis B. American Psycho. London: Picador, 1991. P. 9. Цит. по русскому изд.: Эллис Б.И. Американский психопат. М.: Адаптек/T-ough press, 2003. Пер. Владимира Ярцева при участии Татьяны Покидаевой. (Прим. пер.)
3. Ibid. P. 399.
4. Цит. по: Coren V. Why Thatcher is Wrong about the Nation's Young' // Evening Standard. 25.05.1996. P. 25.
5. Gerrard N. In Front of the Children // Screen Violence. London: Bloomsbury, 1996. P. 88.
6. Durkheim E. Suicide, A Study in Sociology. London: Routledge & Kegan Paul, 1970. P. 256. Цит. по русскому изд.: Дюркгейм Э. Самоубийство: Социологический этюд. / Пер. А. Ильинского. М.: Мысль, 1994. (Прим. пер.)
7. Bruzzi S. Undressing Cinema, Clothing and Identity in the Movies. London: Routledge, 1997. P. 70.
8. Цит. по: Perry G. Fear and Clothing // The Sunday Times Magazine. 14.04.1996. P. 78.
9. Fraser J. Violence in the Arts. Cambridge: Cambridge University Press, 1974. P. 16.
10. Carter A. Notes from a Theory of Sixties Style // Nothing Sacred: Selected Writings. Virago, 1992. P. 86.
11. Hume M. A History of Controversy on the Catwalk // The Independent. Section 2. 10.02.1995. P. 2.
12. Fraser. Violence in the Arts. P. 9.
13. hooks b. Outlaw Culture: Resisting Representations. London: Routledge, 1994. P. 117.
14. Ross A. The Gangsta and the Diva // Black Male: Representations of Black Masculinity in Contemporary American Art. N.Y.: Whitney Museum of American Art, 1994. P. 165.
15. Ross A. The Gangsta and the Diva // The Nation. 22–09.08.1994. P. 191.

16. Elms R. The Golden Age of Football Violence // *The Face*. 1986. May. No. 73.
17. Allen R. The Complete Richard Allen. Vol. 1. Argyll: S.T. Publishing, 1992. P. 14.
18. Marshall G. Skinhead Nation. Argyll: S.T. Publishing, 1996. P. 63.
19. Ян Дональдсон и четверо других членов группы были осуждены в 1977 году за создание того, что было определено как нелегальная политическая униформа, состоящая из «черных брюк, футболок, надписи на которых говорили о превосходстве белых, и черных курток-бомберов с нацистской символикой». См.: Moore J.B. *Skinheads Shaved for Battle. A Cultural History of American Skinheads*. Bowling Green Ohio: Bowling Green State University Popular Press, 1993. P. 57.
20. Moore. *Skinheads Shaved for Battle*. P. 101.
21. Kohn M. The Best Uniforms // *Zootsuits and Second-Hand Dresses: An Anthology of Fashion & Music*. London: Macmillan, 1989. P. 147.
22. Debord G. The Society of the Spectacle. N.Y.: Zone, 1994. P. 12. Цит. по русскому изд.: Дебор Г. *Общество Спектакля* / Пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. М.: Логос-Радек, 2000. С. 23. (Прим. пер.)
23. Valenti C.C. Torpedoes, Tarts and the Birth of the Amazon // *The I-D Bible*. Part Two. London, 1988. P. 48.
24. Brampton S. The Prime of Miss Vivienne Westwood // *Elle*. 1988. September. P. 204.
25. Цит. по: Harvey M. Drug Chic Gets a Shock // *The Daily Mail*. 23.05.1997. P. 16.
26. Цит. по: Helmore E., Pryor N. Clinton Rages at Fashion Industry over Sick Taste in Heroin Chic // *Evening Standard*. 22.05.1997. P. 3.
27. Polan B. Commentary // *Daily Mail*. 23.05.1997. P. 17.
28. Kohn M. *Narcomania*. London: Faber & Faber, 1987. P. 9. По-видимому, имеется в виду следующий фрагмент из рассказа «Человек с рассеченной губой»: «Сквозь мрак я не без труда разглядел безжизненные тела, лежащие в странных, фантастических позах: со сгорбленными плечами, с поднятыми коленями, с запрокинутыми головами, с торчащими вверх подбородками. То там, то тут замечал я темные, потухшие глаза, бессмысленно уставившиеся на меня» (Цитируется в переводе М. Чуковской и Н. Чуковского). (Прим. пер.)
29. Наркотики были законодательно запрещены в 1916 году. Хотя в законе не говорилось специально о героине или конопле, он устанавливал принцип запрета. Подробно об этом см.: Kohn M. *Dope Girls, The Birth of the British Drugs Underground*. London: Lawrence & Wishart, 1992.
30. Lidz C.W., Walker A. *Heroin, Deviance & Morality*. London: Sage, 1980. P. 21.
31. McRobbie A. *Postmodernism & Popular Culture*. London: Routledge, 1994. P. 169.
32. Цит. по: Osborne D. Cheap, Strong and Chic: Heroin is Back with a Bang // *The Independent on Sunday*. 25.05.1997. P. 13.
33. Helmore & Pryor. Clinton Rages at Fashion Industry. P. 3.
34. Ibid.
35. Chalmers M. Heroin, the Needle and the Politics of the Body // *Zootsuits and Second-Hand Dresses*.
36. Savage J. Brother Beyond // *The Face*. 1997. March. Vol. 3. No. 2. P. 207.
37. Chalmers. Heroin, the Needle and the Politics of the Body. P. 152.
38. Ibid.
39. Booker C. *The Neophiliacs*. London: Collins, 1969. P. 264.
40. Jones D. Chasing Dragons // *The Independent on Sunday*. Sunday Review. 01.06.1997. P. 7.
41. Patterson S. Cosmic Girl // *The Face*. 1997. February. Vol. 3. No. 1. P. 52.
42. Smith D. Introduction // Nietzsche F. *On the Genealogy of Morals*. Oxford: Oxford University Press, 1996. P. XII.

43. McDowell C. Depravity Bites // The Guardian. Weekend. 09.08.1997. P. 36.
44. Buck-Morss S. The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project. Cambridge, MA: MIT Press, 1997. P. 97.
45. Spencer M. Return of the Rich Bitch // Evening Standard. 24.03.1997. P. 23.
46. Buck-Morss. Op. cit. P. 98.
47. Ibid. P. 99.
48. Ibid.
49. Ibid. P. 107.

ГЛАВА ТРЕТЬЯ. *Эротизированное тело*

1. Pumphrey M. The Flapper, the Housewife, and the Making of Modernity // Cultural Studies. 1987. Vol. 1. No. 2. P. 184.
2. Цит. по: Allen F.L. Only Yesterday: An Informal History of the Nineteen-Twenties. N.Y.: Harper & Brothers, 1931. P. 92.
3. McDowell C. Breathtaking // The Sunday Times. Style. 05.02.1995. P. 20.
4. Perniola M. Between Clothing and Nudity // Fragments for a History of the Human Body. Part 2. N.Y.: Zone, 1989. P. 237.
5. Radcliffe Richards J. The Sceptical Feminist: A Philosophical Enquiry. Middlesex: Penguin, 1994. P. 249.
6. Ibid. P. 241.
7. MPPDA Production Code, 1930 // Steinberg C. Reel Facts, The Movie Book of Records. London: Penguin, 1981. P. 550.
8. Ibid. P. 558.
9. Hollander A. Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress. N.Y.: Kodansha, 1995. P. 135.
10. Цит. по: Turner L. Indecent Exposure // ES Magazine. 1991. December. P. 52.
11. Smith J. What's the problem with Women? // The Guardian. Section 2. 20.02.1998. P. 3.
12. Cowie E. Pornography and Fantasy: Psychoanalytic Perspectives // Sex Exposed, Sexuality and the Pornography Debate. London: Virago, 1992. P. 136.
13. De Beauvoir S. The Second Sex. London: Vintage, 1997. P. 190. Здесь и далее цит. по русскому изд.: Де Бовуар С. Второй пол / Пер. С.Г. Айвазовой. М.: Прогресс; СПб.: Алетейя, 1997. (Прим. пер.)
14. Ibid. P. 624.
15. Gane M. Baudrillard's Bestiary: Baudrillard and Culture. London: Routledge, 1991. P. 111.
16. Nova. 1971. August. P. 59.
17. Myers K. Fashion'n'Passion: A Working Paper // Zootsuits and Second-Hand Dresses: An Anthology of Fashion and Music. London: Macmillan, 1989. P. 192.
18. Stuart A. Feminism: Dead or Alive? // Identity, Community, Culture, Difference. London: Lawrence & Wishart, 1990. P. 33.
19. Bennett C. High Exposure // Vogue. 1987. February. P. 154.
20. Mower S. Who's Shocking Who? // Elle. 1995. November. P. 246.
21. Wilson E. Outsiders // The Guardian. Weekend. 26.11.1994. P. 65.
22. Evans C., Thornton M. Women and Fashion: A New Look. London: Quartet, 1989. P. 83.
23. hooks b. Outlaw Culture. London: Routledge, 1994. P. 11.
24. Sontag S. Notes on Camp // Against Interpretation. London: Vintage, 1994. P. 277. «Заметки о кэмп» в переводе Сергея Кузнецова цит. по русскому изд.: Сонга С. Против интерпретации и другие эссе. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. (Прим. ред.)

25. Grant L. Cut and Thrust // The Guardian. Section 2. 05.02.1996. P. 7.
26. Цит. по: Nilgin Y. Outward Bound // British Elle. 1990. August. P. 108.
27. Buck-Morss S. The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project. Cambridge, MA: MIT, 1997. P. 97.
28. Цит. по: Frankel S. The First Time I looked through a Camera, I Knew that Was What I Wanted to Do // The Guardian. Section 2. 03.06.1998. P. 10.
29. Цит. по: Juergen Teller. Cologne: Taschen, 1996. P. 8.
30. Freedland J. Sex and the Psycho Girl // British Elle. 1995. February. P. 38.
31. Buck-Morss. The Dialectics of Seeing. P. 107.
32. Gilbey R. Doom Generation: New Tales from the Dark Side // The Face. 1997. May. P. 122.
33. Brooks R. Sighs and Whispers in Bloomingdales: A Review of a Bloomingdales Mail-Order Catalogue for the Lingerie Department // Zootsuits and Second-Hand Dresses. P. 186.
34. Rites of Passage: Gallery Guide. London: Tate Gallery, 1995.
35. Coward R. Female Desire: Women's Sexuality Today. London: Paladin, 1984. P. 29.
36. Briscoe J. The Skull Beneath the Skin // The Guardian. Section 2. 18.02.1997. P. 2.
37. Baudrillard J. Symbolic Exchange and Death. London: Sage, 1995. P. 111. Цит. по русскому изд.: Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Пер. С.Н. Зенкина. М.: Добросвет, 2000. (Прим. пер.)
38. James O. The Happiness Gap // The Guardian. Section 2. 15.09.1997. P. 2.
39. Fowler R. How to End the Fashion Famine // The Independent. 01.06.1996. P. 17.
40. Wolf N. The Beauty Myth. London: Vintage, 1990. P. 191. Цит. по русскому изд.: Вульф Н. Миф о красоте: Стереотипы против женщин. М.: Альпина нон-фикшн, 2013. С. 280. (Прим. ред.)
41. Британский 16 размер соответствует российскому 50 размеру. (Прим. ред.)
42. Цит. по: Spencer M. Big, Beautiful, but Will it stay in Vogue? // Evening Standard. 22.05.1997.
43. Rose P. Jazz Cleopatra, Josephine Baker in her Time. London: Vintage, 1989. P. 44.
44. Said E. Orientalism, Western Conceptions of the Orient. London: Penguin, 1995. P. 188. Цит. по русскому изд.: Саид Э.В. Ориентализм: Западные концепции Востока / Пер. А.В. Говорунова. СПб.: Русский мир, 2006. (Прим. пер.)
45. Wollen P. Raiding the Icebox, Reflections on Twentieth-Century Culture. London: Verso, 1993. Pp. 17–18.
46. Rose P. Jazz Cleopatra. P. 44.
47. Dyer R. The Matter of Images, Essays on Representation. London: Routledge, 1993. P. 142.
48. Grant L. The Old Colour of Money // The Guardian. Section 2. 15.04.1997. P. 8.
49. Цит. по: Chunn L. Not a Simple Black and White Case // Evening Standard. 10.04.1997. P. 12.
50. Grant L. Why Fay Doesn't Want to Look like Naomi... // The Independent on Sunday. Real Life. 25.09.1994. P. 23.

ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ. *Гендер и выход за его пределы*

1. Showalter E. Sexual Anarchy, Gender and Culture at the Fin de Siècle. London: Virago, 1992. P. 4.
2. Curle R. Women: An Analytical Study. London: Watts & Co, 1949. P. 103.
3. Hawes E. Men Can Take It. N.Y.: Random House, 1939. P. 2.
4. Bill K. Attitudes Towards Women's Trousers: Britain in the 1930s // Journal of Design History. 1993. Vol. 6. No. 1. P. 47.
5. Zeffirelli F. Franco Zeffirelli: The Autobiography. London: Arena, 1987. P. 100. Благодарю Адриана Гарви за то, что обратил мое внимание на эту работу.
6. Dingwall E.J. The American Woman: A Historical Study. London: Gerald Duckworth, 1956. P. VII.

7. Ellis A. The American Sexual Tragedy. N.Y.: Twayne, 1954. P. 48.
8. Lundberg F., Farnham M.F. Modern Woman: The Lost Sex. N.Y.: Harper & Brothers, 1947. P. 222.
9. Ibid. P. 223.
10. Showalter E. The Female Malady: Women, Madness, and English Culture, 1830–1980. London: Virago, 1985. Pp. 3–4.
11. Greer G. The Female Eunuch. London: Granada, 1971. P. 58.
12. Beauvoir S. de. The Second Sex. London: Vintage, 1997. P. 692.
13. Цит. по: Walter N. The New Feminism. London: Little, Brown & Company, 1998. P. 84.
14. Brownmiller S. Femininity. London: Hamish Hamilton, 1984. P. 79.
15. Evans C., Thornton M. Women & Fashion: A New Look. London: Quartet, 1989. P. 94.
16. Wilson E. Adorned in Dreams: Fashion & Modernity. London: Virago, 1987. P. 245. Здесь и далее цит. по русскому изд.: Уилсон Э. Облаченные в мечты: мода и современность. М.: Новое литературное обозрение, 2012. (Прим. ред.)
17. Walter. The New Feminism. P. 95.
18. Wilson. Adorned in Dreams, Fashion & Modernity. P. 246.
19. Цит. по: Pike L. Life is a Drag // Elle. 1992. March. P. 38.
20. Walter N. Who's Afraid of the Catwalk? // The Independent. 06.03.1995. P. 15.
21. Цит. по: Pike L. Life is a Drag // Elle. 1992. March. P. 38.
22. Carter A. The Wound in the Face // Nothing Sacred, Selected Writings. London: Virago, 1992. P. 97.
23. Bergler E. Fashion & the Unconscious. N.Y.: Robert Brunner, 1953. P. 8.
24. Песня из фильма «Невероятная жизнь Уолтера Митти» (1947, реж. Норман Маклеод), автор текста Сильвия Файн.
25. Curle. Women. P. 102.
26. Carlyle T. Sartor Resartus. Oxford: Oxford University Press, 1987. P. 207. Цит. по дореволюционному русскому изд.: Карлейль Т. Sartor Resartus: Жизнь и мысли герр Тейфельсдрекка / Пер. Н. Горбова. М.: Типо-лит. т-ва И.Н. Кушнерев и К°, 1904. (Прим. ред.)
27. Barraclough Paoletti J. Ridicule and Role Models as Factors in American Men's Fashion Change, 1880–1910 // Costume. 1985. No. 19. P. 126.
28. Hebdige D. The Meaning of Mod // Resistance through Rituals, Youth Subcultures in Post-War Britain. London: Routledge, 1996. P. 88.
29. Dawson G. The Blond Bedouin // Manful Assertions. London: Routledge, 1991. P. 118.
30. Hawes. Men Can Take It. P. 7.
31. Из-за проблем с цензурой премьеры фильма состоялась только в 1970 году. (Прим. ред.)
32. Evans M. The Morality Gap. Ohio: Alba Books, 1976. P. 32.
33. Greer. The Female Eunuch. P. 37.
34. Цит. по: Nature Boy // The Face. 1989. November. Vol. 2. No. 4. P. 60.
35. Hollander A. Sex & Suits: The Evolution of Modern Dress. N.Y.: Kodansha, 1995. P. 181.
36. Lipovetsky G. The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. P. 143. Цит. по русскому изд.: Липовецкий Ж. Империя эфемерного. Мода и ее судьба в современном обществе. М.: Новое литературное обозрение, 2012. С. 197. (Прим. ред.)
37. Daly S. He's Got the Whole World... In his Pants // The Face. 1995. December. Vol. 2. No. 87. P. 142.
38. Evans C. Dreams that Only Money Can Buy... Or, The Shy Tribe in Flight From Discourse // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture. 1997. June. Vol. 1.2. P. 170.
39. Williamson K. Heart of the Bass // Disco Biscuits. London: Sceptre, 1997. P. 113.
40. Carter A. Notes for a Theory of Sixties Style // Nothing Sacred. P. 87.
41. Цит. по: Briscoe J. The New Unisex // Elle. 1994. November. P. 94.

42. Schor N. *Dreaming Dissymetry: Barthes, Foucault, & Sexual Difference* // *Men in Feminism*. London: Methuen, 1987. P. 100.
43. Singer J. *Androgyny: Towards a New Theory of Sexuality*. N.Y.: Anchor Press/Doubleday, 1976. P. 20.
44. Ibid.
45. Gaudio S. del. *Dressing the Part: Dietrich and Costume*. London: Associated University Presses, 1993. P. 101.
46. Weil K. *Androgyny and the Denial of Difference*. Charlottesville: University Press of Virginia, 1992. P. 160.
47. Maynard J. *Looking Back: A Chronicle of Growing Up Old in the Sixties*. London: Michael Joseph, 1975. P. 116.
48. Weil. *Androgyny*. P. 2.
49. Цит. по: Wilson C. *Drugs and Fashion* // *The Telegraph Magazine*. 27.06.1998. P. 35.

Указатель

А

Алайя, Аззедин 94
андрогинность 120–122, 146–149
Армани, Джорджо 21, 29–30, 47
см. также Armani
Арнольд, Ева 26
Ауэрман, Надя 98, 129
Аведон, Ричард 26

Б

Баленсиага, Кристоаль 25
см. также Balenciaga
Барнетт, Гомер Гарнер 15
Бейкер, Жозефина 115–116
Бейкер, Кэрол 88
белые модели 117–118
Бейли, Дэвид 27, 117
Битон, Сесил 26, 48, 138
блумеристки 121
Бой Джордж 139
Боуи, Дэвид 139, 148
Боуэри, Ли 104
Браммел, Бо 135, 136
бренды 12, 19–21
Бурден, Ги 73, 132

В

вамп 22, 93, 98, 108, 113, 132–133
Ван Бейрендонк, Вальтер 141
Ван Нотен, Дрис 39, 141
Вейл, Кари 147–148
Версаче, Джанни 10, 19, 22, 30, 33, 129
см. также Versace
Вествуд, Вивьен 37, 64–65, 94, 97, 139–140
Вионне, Мадлен 36–37, 87, 123
властный стиль 12, 127
война во Вьетнаме 42
Вонг, Декстер 43
Вторая мировая война 15–17, 25, 31, 48–49, 62,
90, 121, 123, 129, 138

Г

Гальяно, Джон 10, 23, 27, 65, 75, 117, 131, 134
см. также Galliano
гангста 23, 57–60
гангстеры 49, 54–57, 59, 140
Гарбо, Грета 122, 146
Гастер, Оуэн 23
Гернрайх, Руди 91, 121–122

Герцигова, Ева 87
Голливуд 49, 87, 89, 129, 139, 146
Готье, Жан-Поль 20, 27, 89, 99, 127, 140–141
см. также Jean-Paul Gaultier
Гринпис 28
Грир, Жермен 125, 139
Гросс, Георг 101

Д

Дали, Сальвадор 37
Даль, Софи 113, 114
Даффи, Брайан 92
Де Бовуар, Симона 90–91, 125, 128
Девон 111
Девушки Варгаса 18, 92, 160
Дега, Эдгар 67
Делль'Орефиче, Кармен 114
Демельмейстер, Анн 61 *см. также Ann De-
meulemeester*
денди 30, 128, 135–137
Джейкобс, Марк для Vuitton 34, 35
джинсы Levi's 19, 63, 140
Джонс, Дилан 73
Джонсон, Беверли 117
Дзеффирелли, Франко 123
Дикс, Отто 78
Диор, Кристиан 16–17, 21, 40, 85, 123
см. также Dior
Дитрих, Марлен 122, 146, 148
Донован, Теренс 49
Дорс, Диана 114
Дэй, Коринн 10, 66, 72

Е

Евангелиста, Линда 19, 89, 130

Ж

женоненавистничество 124–125

З

Зандер, Жиль 22, 30

И

Игги Поп 64

К

Кавакубо, Рей для Comme des Garçons 38, 40, 65,
79, 115
Кампания за чистую одежду 45–46
Капоне, Аль 54

Каран, Донна 26, 32 *см. также* Donna Karan
Кашин, Бонни 123
Клинтон, Билл 65–66
Клинтон, Хиллари 144
клубная культура 18, 23, 38, 71, 83–84, 104, 130,
139–141, 145
Кляйн, Кельвин 32, 71, 143–146 *см. также* Cal-
vin Klein
кожа 115–119
Кокер, Джарвис 148
компьютерные игры 52
консюмеризм 11, 13, 18, 23, 44–45, 48, 64, 73,
138, 143
Королла, линия Dior 16
см. также стиль нью-лук
кочевники нью-эйдж 42–43
крастиз 42
Крэй, братья 49, 56
Ку-клукс-клан 62
кэмп 99–100
Кэмпбелл, Наоми 19, 27, 118

Л

Лакруа, Кристиан 21
Ланг, Хельмут 22, 33–34
см. также Helmut Lang
Лачфорд, Глен 115
Лебон, Марк 140
Леди 24–27, 29
Леннокс, Энни 95
Лин, Шон 108
Линдберг, Петер 56, 117
Линч, Дэвид 47
Луна, Доньел 117

М

Мадонна 27, 89, 98, 130
Майзель, Стивен 57
макарони 134–135
Маккарделл, Клер 30, 123
Маккейб, Имонн Дж. 19
Маккуин, Александр 10, 23, 27, 75–76, 77, 78,
101, 106, 108–109, 111, 134, 148, 161
см. также Alexander McQueen
Макларен, Малкольм 64, 97
Макменами, Кристен 102–103
Ман Рэй 48
Маржела, Мартин 35, 39–40, 78, 79
Матисс, Анри 116
мафия 54–57
меха 12–13, 27–29, 75, 161
Микл, Уилма 25
Митфорд, Нэнси 16
моды (субкультура) 24, 137–138
Мондино, Жан-Батист 47–48
Монро, Мэрилин 114, 130
Морган, Джейми 140
Моррисон, Сара 113
морфий 68

Москино, Франко 43–44 *см. также* Moschi
Мосс, Кейт 113
музыканты рага 23, 144
Мюглер, Тьерри 19, 33, 94, 99

Н

Нава, Мика 13
Найт, Ник 61, 111, 113
наркотики 48, 53, 58, 66, 68–72, 74, 138, 163
Национальный фронт 61–62
нижнее белье как верхняя одежда 37, 84–90
новые романтики 38, 139
новый мачизм 107
Ньютон, Хельмут 93, 96, 98, 148

О

Общество рациональной одежды 40
Озбек, Рифат 130 *см. также* Rifatzbek
опиум 67–68, 71

П

панки 62–65, 69–70, 80, 96–97, 99–100, 107, 111
Паркинсон, Норман 26
пастиш 111, 113, 129, 139
Первая мировая война 68, 83, 122
Перетти, Эльза 18
Петри, Рэй 140
плоть 110–114
поколение Икс 29, 65
помадное лесбийство 129
поп-культура 14, 18, 26, 52, 72–73, 91
поруганное тело 101–109
Постоянный народный трибунал 45
Профьюмо, Джон 91
Пуаре, Поль 83, 116

Р

Ранкин 109
расизм 58, 62, 116–118
«Рваное платье» Скиапарелли 37
рейверы 42, 69, 142, 144–145
реклама Wonderbra 87
Ричардсон, Боб 72
Робатан, Питер 107
Роллинг Стоунз 138
роскошь 10, 13, 16–17, 22–23, 25, 27–33, 35–37,
66, 71, 76, 92, 112, 116, 126, 150
рэп 22, 57–60, 130
рэперы 22–23, 57–60

С

садомазохизм 64, 85, 96–100, 108
Севиньи, Хлоя 73
сексуальность 28–29, 56–58, 64–65, 71–76, 80–
81, 84–106, 109–110, 112, 115–116,
119, 124–129, 133, 135–136, 144–147
сексуальные стереотипы 22, 27, 81, 84, 88–89,
110, 115, 129, 138–139

Сен-Лоран, Ив 17–18, 20, 71, 92, 98, 117, 126, 145, 148
Сид Вишес 64
скинхеды 49, 60–63
Скорсезе, Мартин 55
Скотт, Венеция 103
смерть 10, 44, 66, 69, 71, 73, 76–79, 94–96, 102, 105–106, 109, 144, 151
Смит, Пол 141
Сорренти, Дэвид 66, 69
Сорренти, Франческа 69
СПИД 69, 95
Стербак, Яна 108–109
стиль нью-лук 16–18, 21, 121
стиль нью-эйдж 130
стиль секс-меньшинств 129–130, 134, 139–140
стиль флэппер 83–84
Стюарт, Стиви 100–101
супермаркеты 13
Сэвилл, Дженни 115
Сэквилл-Уэст, Эдвард 16

Т

Таллок, Ли 21
Тарантино, Квентин 52–53
Тарлингтон, Кристи 19
Твигги 91
теды 137
Тейлор, Лиз 88
Теллер, Юрген 10, 73, 102–103, 107
Томлинсон, Маркус 120
трансвестизм 123, 128–130, 132–133, 141, 147

У

унисекс 138–139, 142–146, 148–149
Уорхол, Энди 103, 132

Ф

Фалуди, Сьюзан 21
Фат, Жак 85
феминистки 17, 25–26, 39, 86, 94, 98, 121–122, 125–129, 136, 138, 147–148
Ферретти, Альберта 36
фетиш 10, 30, 48, 56, 60–61, 63, 73, 75, 79, 93–101, 106, 108, 111, 115, 134–135, 141
Флобер, Гюстав 116
флэппер 13–14, 82–84, 160
Фон Вангенхайм, Крис 12–13
Фон Унверт, Эллен 98

Х

Харрисон, Мартин 13
Хемингуэй, Уэйн 52
Хендрикс, Джимми 138
Хепберн, Кэтрин 122–123
Херст, Дэмьен 78
хиппи 18, 20, 41–42, 63, 69, 138, 142, 145
Холстон, Рой 18, 32, 71

Хос, Элизабет 122, 138
худоба 83–84, 110, 112–114, 142, 148–149
Хуланики, Барбара 92 *см. также* Biba
Хэмнетт, Кэтрин 43, 44, 127, 140

Ш

Шанель, Коко 25, 30–32, 122–124
см. также Chanel
шахтуш 27
шелк 19, 20–22, 29, 35, 37, 51, 55, 57, 87, 92, 96, 111, 120, 140, 145
Шиффер, Клаудия 129–130
шопинг 19, 20, 50–51

Э

экстези 144–145
экстравагантность 10, 15–19, 22–23, 27, 30, 74–75, 85, 99, 123, 126, 134–135
Эллис, Брет Истон 50–51
Эллис, Шон 10, 101, 108
Эмин, Трейси 89
эротизм 52, 56, 75, 81–82, 84, 86–87, 89–98, 100–103, 105–109, 115–116, 119, 148
Эстетическое движение 40–41

Я

Ямамото, Ёдзи 38

А

Ann Demeulemeester 148, 149 *см. также*
Демельмейстер, Анн
Alexander McQueen 52, 107 *см. также* Макку-ин, Александр
Armani 33 *см. также* Армани, Джорджо

В

Balenciaga 91 *см. также* Баленсиага, Кристоаль
Biba 92 *см. также* Барбара Хуланики
Body Shop 114
BodyMap 20, 100–101

С

Calvin Klein 35, 144 *см. также* Кляйн, Келвин
Chanel 20, 33
Charles Jourdan 73, 94
Chipie 23
CK One 145–146
Comme des Garçons 38, 79, 114, 115
см. также Рей Кавакубо

Д

Dior 10, 23, 75, 91, 117, 134
Dolce & Gabbana 28, 33, 56, 81, 82
Donna Karan 33 *см. также* Каран, Донна

Е

Eau Libre 145
Esprit 43

F

Fiorucci 18
Ford Models Inc. 149

G

Galliano 104, 105, 132
Gap 34, 144
Givenchy 10, 23, 75–76, 77, 134, 161
Glitterbest 64
Gucci 19, 28, 33, 52, 143

H

Helmut Lang 10 *см. также* Ланг, Хельмут
Hérmès 19, 35

J

Jean-Paul Gaultier 81, 100 *см. также* Готье,
Жан-Поль

L

Louis Vuitton 34, 35
Lynx 27

M

Moschino 12–13, 14 *см. также* Москино,
Франко

Miu Miu 88, 90

Muji 144

N

Nirvana 39, 70
NWA. 58

O

Opium 18, 71

P

PETA 27
Prada 10, 33–34, 90, 143
Public Enemy 58
Pulp 148

R

Read or Dead 52, 53
Rifat Ozbek 118 *см. также* Озбек, Рифат
Rive Gauche 20, 126
Roxy Music 132

V

Versace *см* Версаче, Джанни 36, 103

W

Waist of Money 12, 44, 160

Ребекка Арнольд
Мода, желание и тревога.
Образ и мораль в XX веке

Дизайнер обложки *С. Тихонов*

Редактор *К. Гусарова*

Корректор *С. Крючкова*

Верстка *Е. Сяряя*

Налоговая льгота — общероссийский
классификатор продукции ОК-005-93, том 2;
953000 — книги, брошюры

ООО РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА «НОВОЕ ЛИТЕРАТУРНОЕ ОБОЗРЕНИЕ»

Адрес :
123104, Москва,
Тверской бульвар 13, стр. 1
тел./факс: (495)229-91-03
e-mail: real@nlo.magazine.ru
сайт: www.nlobooks.ru

Формат 70 × 100 ¹/₁₆. Бумага офсетная № 1
Офсетная печать. Печ. л. 11. Тираж 2000. Заказ № 1546/16.
Отпечатано в соответствии с предоставленными материалами
в ООО «ИПК Парето-Принт». 170546, Тверская область,
Промышленная зона Боровлёво-1, комплекс №3 «А». www.pareto-print.ru

Кристофер Бруард
МОДНЫЙ ЛОНДОН.
ОДЕЖДА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕГАПОЛИС

Пер. с англ.



Монография выдающегося историка моды, профессора Эдинбургского университета Кристофера Бруарда «Модный Лондон. Одежда и современный мегаполис» представляет собой исследование модной географии Лондона, истории его отдельных районов, модных типов (денди и актриса, тедди-бой и студент) и магазинов. Автор исходит из положения, что рождение и развитие моды невозможно без города и выстраивает свой анализ на примере Лондона, который стал площадкой для формирования дендистского стиля и пережил стремительный индустриальный рост в XIX веке, в том числе в производстве одежды. В XX веке именно Лондон превратился в настоящую субкультурную Мекку, что окончательно утвердило его в качестве одной из важнейших мировых столиц моды наряду с Парижем, Миланом и Нью-Йорком.

Инна Осиновская
ПОЭТИКА МОДЫ



Мода — не только история костюма, сезонные тенденции или эволюция стилей. Это еще и феномен, который нуждается в особом описательном языке. Данный язык складывается из «словаря» глянцевого журналов и пресс-релизов, из профессионального словаря «производителей» моды, а также из образов, встречающихся в древних мифах и старинных сказках. Эти образы почти всегда окружены тайной. Что такое диктатура гламура, что общего между книгой рецептов, глянцевым журналом и жертвоприношением, между подиумным показом и священным ритуалом, почему пряжи, портные и башмачники в сказках похожи на колдунов и магов? Попытка ответить на эти вопросы — в книге «Поэтика моды» журналиста, культуролога, кандидата философских наук Инны Осиновской.

Мишель Пастуро
СИНИЙ. ИСТОРИЯ ЦВЕТА
Пер. с фр.



Почему общества эпохи Античности и раннего Средневековья относились к синему цвету с полным равнодушием? Почему начиная с XII века он постепенно набирает популярность во всех областях жизни, а синие тона в одежде и в бытовой культуре становятся желанными и престижными, значительно превосходя зеленые и красные? Исследование французского историка посвящено осмыслению истории отношений европейцев с синим цветом, таящей в себе немало загадок и неожиданностей. Из этой книги читатель узнает, какие социальные, моральные, художественные и религиозные ценности были связаны с ним в разное время, а также каковы его перспективы в будущем.

МОДА И ИСКУССТВО

Пер. с англ.



Сборник включает в себя эссе, посвященные взаимоотношениям моды и искусства. В XX веке, когда связи между модой и искусством становились все более тесными, стало очевидно, что считать ее не очень серьезной сферой культуры, не способной соперничать с высокими стандартами искусства, было бы слишком легкомысленно. Начиная с первых десятилетий прошлого столетия, именно мода играла центральную роль в популяризации искусства, причем это отнюдь не подразумевало оскорбительного для искусства снижения эстетической ценности в ответ на запрос массового потребителя; речь шла и идет о поиске новых возможностей для искусства, о расширении его аудитории, с чем, в частности, связан бум музейных проектов в области моды.



Ребекка
Арнольд

**МОДА,
ЖЕЛАНИЕ
И ТРЕВОГА**

**ОБРАЗ И МОРАЛЬ
В XX ВЕКЕ**

Книга Ребекки Арнольд посвящена конфликтам и противоречиям современной культуры, которые, по мысли автора, как в зеркале отразились в моде конца XX века. Основные темы исследования — статус и власть, жестокость и насилие, гендер и сексуальность. По мере того как соблазн и потребление заявляли о себе в качестве основных двигателей общества постмодерна, мода на пороге нового тысячелетия становилась все более зрелищной. Поиск все более захватывающих впечатлений приводил к тому, что роскошь наскучивала, сменяясь показной аскезой, эстетизацией бедности, болезни и упадка. И даже чувство фрустрации и отверженности наименее привилегированных групп общества, находившее выражение в узнаваемых субкультурных стилях, могло превратиться в привлекательный товар. Под натиском контрастных образов привычные представления о соотношении видимости и сущности, одежды и идентичности размывались, рождая беспокойство. Неотвратимая притягательность моды, как и вызываемые ею тревоги, во многом связана с тем, что именно здесь происходит трансформация представлений о норме и смещение границ допустимого — изменения, со временем распространяющиеся на общество в целом.



Новое
Литературное
Обозрение

2-28-1 Читай-город
23.03.2019 ООО "ГРАМОТА"
Мода: желание и тревога. Образ и мораль
20 в. (Б-каж. Теор. Моды) Арнольд

РЧ
Чел

16
Номер
9986584
Код
2557317
ТБК
11-8542

9785444805725 ВК
Цена 523 руб.