

Мода и ее значение в контексте русской истории

В 1987 году на заре горбачевской перестройки американская фирма «Венди» организовала телерекламную кампанию с целью побудить американцев покупать больше гамбургеров. По словам С. Юэна, одного из самых острых комментаторов на темы американской потребительской культуры, зрителям предлагалось «зрелище советского показа мод, причем поданное в самом язвительном и недоброежелательном свете. Атмосфера показа, разумеется, самая мрачная и напоминает исправительное заведение. Подиум залит безжалостным светом прожектора. Объявляется очередная модель — вечернее платье, пляжный костюм и т. д. — и на подиум из-за занавеса неопределенно-тусклого цвета выползает вперевалку широченная неуклюжая русская баба. Одетая она каждый раз одинаково — деревенский платок на голове и мешковатый рабочий халат тюремно-серого цвета, укороченный так, чтобы были видны толстые дряблые бедра. При каждом ее появлении раздаются дружно заученные аплодисменты, как при приветствии членов Политбюро»¹.

Возможно, советский показ мод — не самый удачный прием в рекламной кампании, тем не менее он отчетливо работал на коммерческую задачу: показать, что гамбургеры других компаний — что-то вроде советских моделей, т. е. унылая неаппетитная дешевка. Какую бы упаковку они ни придумывали — все равно в ресторанах этих компаний вам подадут тот же неприглядный продукт. Только «Венди» предложит вам что-то действительно интересное и вкусное.

С моей точки зрения, ролик «Венди» весьма наглядно продемонстрировал значение моды в нашей жизни. Одежда, которую мы носим, играет роль культурного, социального и политического индикатора. Она отражает все различия между людьми — половые, классовые, расовые и этнические. Ведь в рекламе «Венди» вовсе не уточнялось, где происходит показ мод, и тем не менее смотревшие его американцы безошибочно определили, что имелся в виду именно Советский Союз, поскольку в показе использовались все их традиционные стереотипы представлений о физическом облике и портняжном искусстве русских дам. Именно традиционность, непривязанность ни к какой эпохе этих представлений и сделала их мощным подспорьем рекламной задумки.

Разумеется, как всякая реклама, ролик «Венди» грубейшим образом упростил действительность. Человек, проведший хотя бы пять минут в бывшем Советском Союзе, знает, что все это совершенно не отражает истинной картины советских мод. Русские вовсе не одеваются в одинаково серые одежды. Как раз, напротив, одежда русских отличается весьма оригинальным использованием красок и фасонов, что и делает их непривычными для западного глаза. Хотя русские редко носят

¹ Ewen S. All Consuming Images: The Politics of Style in Contemporary Culture. New York, 1988, p. 111.

одежду «по последнему писку», русские модельеры прекрасно осведомлены обо всех новейших тенденциях западной моды. Единственная достоверная черта рекламной поделки «Венди» в том, что ткани, из которых сшита русская одежда, обычно худшего качества, чем на Западе, и это лишает русских ощущения изысканности, которого стремятся достичь в одежде многие живущие на Западе. Стереотипы, вроде использованных «Венди», ни в коей мере не отражают сложной и противоречивой истории русской моды. Вопреки расхожим представлениям, в России была и все еще существует вполне жизнеспособная индустрия моды, хотя ее история и отличается от западной. Цель моей работы и состоит в том, чтобы систематизировать историю индустрии моды в России от ее зачатков в XVIII веке вплоть до революции 1917 года в общем контексте развивающегося общества.

Феномен моды в системе социальных отношений

«Чтобы увидеть сущность проблемы, — пишут С. и Е. Юэн, — необходимо... соотнести феномен моды с общим миром культуры, в котором она возникает. Это элемент политического компромисса между конформистскими и революционными тенденциями. Это фундамент, на котором каждый раз заново строится классовое, национальное и половое самоопределение людей. Мода существует в контексте индустриального развития; она тесно увязана с развитием потребительского капитализма и общества массовой культуры. Через моду люди выражают себя — как индивидуально, так и коллективно»².

В настоящем исследовании мода определяется как постоянное и непрерывное изменение стилей одежды. Хотя и существуют стили одежды, которые могут считаться вневременными, в основном история моды — это история перемен, и даже, как иногда утверждается, перемены служат самодостаточной целью моды. Бесконечные коррекции женских юбок, мужских пиджаков и галстуков заставляют многих из нас носиться по магазинам, чтобы заменить прошлогодние модели наинновейшими. Даже те, которые утверждают, что одеваются, игнорируя диктат моды, на самом деле доказывают только то, что и они не свободны от моды, хотя бы и в таком негативном смысле. То есть полная свобода от моды невозможна. Так что и приверженцам, и противникам моды одежда служит для выражения их социальной и культурной сущности³.

Столь важная социальная роль сделала моду предметом горячих дискуссий, особенно среди социологов и публицистов, причем в них можно выделить два направления. По мнению одних исследователей, одежда удовлетворяет естественную физическую потребность. Иначе говоря, люди носят одежду для того, чтобы защитить себя от всех видов осадков, чтобы зимой было тепло, а летом прохладно. Раз уж необходимо носить одежду, она должна облегчать выполнение работы, а не мешать ей, что, кстати, является постоянным нареканием в отношении женской одежды. И, наконец, одежда должна отвечать общим понятиям скромности, т. е. сводить к минимуму сексуальную привлекательность ее носителя.

К числу радетелей рационализма в одежде принадлежал Т. Веблен, экономист, который рассматривал моду как вид потребления и как выражение классовых и половых ролей при индустриальном капитализме. По мнению Веблена, добившиеся успеха представители среднего класса утверждали свой социальный статус, одевая жен во все более вычурные одежды, которые исключали для них возможность какой бы то ни было работы. Он гневно обрушивался на глупейшую нерациональность женской одежды, заставляющую вести праздную жизнь. Праздность жен представительниц среднего класса и портновские изыски становились все

² S. and E. Ewen. Channels of Desire: Mass Images and the Shaping of American Consciousness. New York, 1982, p. 116.

³ For an introduction to the history of fashion, see B o u c h e r F. 20, 000 Years of Fashion. The History of Costume and Personal Adornment. New York, 1987.

более значимыми символами богатства и важности мужей⁴. Сущностью теории Веблена о праздном классе, которая и сейчас, почти сто лет спустя, продолжает пользоваться популярностью, состоит в том, что одежда обслуживает рациональную потребность человека, а одевающиеся «по моде» угрожают этой ее функции.

Многочисленные феминистки также являлись сторонниками рациональной одежды, так как они рассматривали моду как средство угнетения женщин мужчинами. Женщин понуждали носить корсеты и туфли на высоких каблуках, которые доставляли им немало страданий, — и все для того, чтобы выглядеть сексуально привлекательными для мужчин. Женщины, таким образом, являются жертвами мужских пристрастий и причуд в одежде, которые мучают и уродуют женское тело. В соответствии с этим представлением, многие феминистки начиная с XIX века и до сего времени выступают против индустрии моды и ратуют за введение рациональной одежды⁵.

Существуют, однако, факты, плохо согласующиеся с рационалистической концепцией одежды. Антропологи, да и просто путешественники указывают, что даже так называемые «примитивные» народы сначала украшают тела краской, бусами и только потом одеждой, и это наводит на мысль, что защита от природных явлений вовсе не является основной функцией последней. А исследователи, изучающие жизнь племен, вообще не знающих одежды, утверждают, что мужчинам и женщинам в таких племенах отнюдь не чужда застенчивость. Так что, похоже, и скромность не относится к числу основных факторов, обуславливающих ношение одежды. Феминистки — радетельницы рациональной одежды — утверждают, что женщины не имеют голоса в вопросах, касающихся одежды и косметики. Индустрия моды, в которой господствуют мужчины, диктует женщинам, что носить и что считать красивым. Но, как заметила недавно одна исследовательница, «когда женщины говорят «сделать лицо» или «покрасоваться в модном платье», то даже выбор терминов подразумевает, что женщины сами формируют стиль одежды и поведения»⁶.

Ученые-исследователи постструктуралистской школы добавили критики в адрес рациональной основы происхождения одежды. Они утверждают, что человеческое тело не просто биологический организм с естественными потребностями, но особая социальная конструкция. Человеческие существа наделили свое тело сложным и подчас противоречивым культурно-социальным содержанием, менявшимся на протяжении веков. Понять его можно, только «расщепив» сложное сплетение социальных, культурных, экономических и политических составляющих, которые влияли на представление человека о своем теле и о предметах его украшения⁷.

Трудности, с которыми столкнулась рационалистическая концепция, дали импульс альтернативному направлению исследований с преимущественным акцентом на иррациональных мотивациях. Антропологи бесконечно дискутировали о магических качествах, которые люди в своей суеверии приписывали одежде. Э. Лури, американский социолог, рассматривает одежду как язык, причем иррациональный, посредством которого индивидуумы общаются на уровне подсознания. Семиотик Р. Барт также интерпретирует моду как язык — закрытую произвольную систему с относительными значениями. Барт считает, что целью моды является превращение иррационального в естественное⁸.

К этому же направлению принадлежат исследователи, связывающие одежду

⁴ V e b l e n Th. The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions. London, 1899, p. 167—187.

⁵ For an introduction to the literature on dress reform, see W i l s o n E. Adorned in Dreams: Fashion and Modernity. London, 1985, p. 208—227; B a n n e r L. American Beauty. Chicago, 1983.

⁶ G a i n e s J. Introduction: Fabricating the Female Body. «Fabrications: Costume and the Female Body». New York, 1990.

⁷ S c o t t J. W. «Introduction» and «Gender A Useful Category of Historical Analysis». Gender and the Politics of History. New York, 1988, p. 1—11, 28—52.

⁸ W i l s o n E. Adorned in Dreams, p. 57—58.

исключительно или в первую очередь с сексуальностью, которую, однако, рассматривают как еще один аспект иррационального в человеческом существовании. В западном обществе с его постоянным подавлением сексуальных желаний одежда выражает эти неудовлетворенные желания, причем самыми разными способами. Многообразные стили акцентируют различные части человеческого тела, создавая «подвижную эрогенную зону», согласно замечанию одного исследователя⁹. Иные утверждают, что некоторые предметы одежды эротичны сами по себе и, когда их носят напоказ, выражают эротическое намерение¹⁰.

Но рассматривая моду как главным образом иррациональное явление, мы упускаем из виду целевой и креативный элементы одежды. Согласно иррационалистам, мода не может выражать сознательный эстетический импульс носителя одежды, ибо превращает всех носящих одежду в жертвы их собственных подсознательных желаний и чувствований. «Иррациональный» подход лишает моду также истории. Вместо явления, возникающего из сложного переплетения социальных, художественных и экономических факторов, мода превращается в вечного заложника индивидуального или группового подсознательного.

Я разделяю точку зрения Э. Уилсон, что мода должна рассматриваться как неотъемлемый аспект современного мироощущения (*modernity*). Мода — элемент искусства, общения и бытовой культуры нашего мира. Она отражает функциональные потребности человека — творческое стремление к воспроизводству индивидуального и группового самоопределения, стремление «выделиться» и стремление «быть как все». Мода, таким образом, выполняет роль связующего звена между высоким искусством и массовой культурой, будучи в то же время тесно связана с промышленным капиталом. Под «современным мироощущением», согласно Уилсон, принято понимать сущность культурного и субъективного опыта капиталистического общества и его противоречий. Это мироощущение задает путь экономического развития, но одновременно урезает возможность индивидуального развития и общественного сотрудничества. Оно также подразумевает неуемную жажду перемен, характерную для культурной жизни общества индустриального капитализма, ту жажду нового, которая так хорошо выражается модой¹¹.

Мода не смогла бы играть роль, которую она играет в современном обществе, если бы не возникли такие черты капитализма, как четкое разделение труда и отдыха, реклама, рационализация труда, технический прогресс, а также массовые средства связи и распространения информации. Все эти новые факторы возникли в ходе промышленной революции вкупе с новым политическим ферментом, привнесенным Великой французской революцией. Так что под модернизмом я подразумеваю не только культурные и интеллектуальные течения, которые ассоциируются с этим термином, но также социальные, экономические и политические тенденции, которые помогли становлению современного общества.

Становление «современного мироощущения» в России существенно отличалось от аналогичного процесса в Великобритании, Франции и Германии, так как глубокие социальные, экономические и политические перемены происходили здесь, скорее, под знаком «вестернизации», чем в результате собственного развития, собственных обновленческих тенденций. Когда Петр Великий провел серию реформ, основанных на заимствовании западных технологий и идей, большинство россиян восприняли их как нечто чуждое «исконному» российскому образу жизни и культуре. Более того, эти перемены исходили не от самого народа, но были навязаны ему самодержавными правителями. Таким образом, новый стиль жизни сразу стал восприниматься как заимствованный, западный, нерусский. К тому же в России он не связывался с подъемом среднего класса и демократических институтов, как на Западе, а ощущался как дальнейшее

⁹ L a v e r J. Modesty in Dress: An Inquiry into the Fundamentals of Fashion. London, 1969.

¹⁰ S t e e l e V. Fashion and Eroticism: Ideals of Feminine Beauty from the Victorian Era to the Jazz Age. [w] York, 1985.

¹¹ W i l s o n E. Adorned in Dreams, p. 63.

усиление государственной политики и власти. Задачей автократии, ведущей политику обновленчества в западном вкусе, становились, таким образом, интеграция новых идей и процессов в русскую жизнь, превращение их в русские идеи и процессы.

Историю российской индустрии моды можно рассматривать именно в русле попыток вовлечь Россию в западную цивилизацию. Это история важных перемен в области законов регулирования стоимости, моделирования, производства и торговли, а также восприятия этих перемен россиянами. С изданием указа Петра Великого от 1705 года, предписывающего придворным и чиновникам носить «немецкое платье», западные моды, технологии пошива и отношение к одежде, которые проникли в Московию еще в допетровскую эпоху, были узаконены и навсегда изменили манеру одеваться. Петровские реформы и в этой специфической области оказывали влияние буквально на каждого российского подданного вплоть до падения династии Романовых в 1917 году.

Даже отсталая российская деревня ощутила на себе эти перемены. Вопреки распространенному мнению о неизменности русской крестьянской одежды уже в 1865 году этнографы жаловались, что «собрание и сохранение типичной одежды различных племен и областей становится практически невозможным, потому что с каждым годом все больше и больше людей в разных местностях России отказываются от ношения этой одежды, которая испокон веков составляла их характернейшую черту»¹². Этнографы назвали одежду, заменившую традиционный крестьянский костюм, «общегородской одеждой»¹³. Название это предполагает, что, с точки зрения ученых, перемена состояла в привнесении черт городской жизни (урбанизации) в деревню. Крестьяне, носившие городскую одежду, могли легче адаптироваться в городе. В то же время городская одежда нивелировала региональные и этнические различия, заменяя их относительным единообразием.

Весьма схожие процессы и перемены происходили и в других отраслях российской промышленности, которые усваивали западные идеи и технологии в течение XVIII—XIX веков. Сначала западная одежда покупалась за границей или импортировалась. Постепенно россияне стали покупать или копировать иностранные модели с целью производить одежду в России, используя отечественную рабочую силу и капиталы. По мере того как россияне осваивали иностранные модели, начали появляться и отечественные модельеры, которые приспосабливали заморскую одежду к русским вкусам и специфическим требованиям русского быта. Последней стадией этого процесса стало российское отечественное производство на экспорт¹⁴. Хотя я и разделила эти стадии, в развитии индустрии моды они накладывались друг на друга, но конечным результатом было создание отечественной индустрии моды к началу XX века. Этот процесс ясно прослеживается в области моделирования, производства и продажи одежды в царской России.

После петровских указов о реформе платья представители российской элиты стали ездить в Париж за модной одеждой. Для тех же, кто не мог позволить себе дорогостоящих вояжей за рубеж, российские портные просто копировали французские модели, часто используя при этом импортные ткани и материалы¹⁵. В пореформенную эпоху российская мода из чисто подражательной начала становиться все более творческой. По мере создания собственных художественных учреждений и общего развития искусства в России стали появляться свои модельеры, которые больше не хотели рабски копировать парижские и венские модели, а желали создать оригинальную русскую моду. Эти модельеры работали в русле

¹² Инструкция собирания предметов для русской этнографической выставки и русского музея, устраиваемых обществом любителей естествознания. «Известия общества любителей естествознания, антропологии и этнографии». Т. 2. Антропологическое отделение. М., 1865, с. iii.

¹³ Там же, с iv.

¹⁴ Тот же процесс наблюдался и в других отраслях российской промышленности, которые заимствовали западные технологии. См. В г а d l e y J. Guns for the Tsar American Technology and the Small Arms Industry in Nineteenth-Century Russia. DeKalb, 1990.

¹⁵ А л е ш и н а Т. С. К истории производства одежды в конце XIX — начале XX века. «Музей», 1989, № 10, с. 83.

современной им западной «высокой моды», но начали добавлять в свои модели «русский колорит»¹⁶.

И, наконец, в 1909 году процесс заимствований и подражания, начатый в России двумя столетиями ранее, сменился на свою противоположность. В тот год С. Дягилев привез в Париж свой «Русский балет» и сразу покориł парижан. Дягилев и его соратники одними из первых создали единый ансамбль всех элементов сценического представления. Декорации, хореография, музыка, костюмы дополняли и усиливали друг друга. Все это было ново, смело, интересно¹⁷. Благодаря необычайному впечатлению, произведенному на зрителей балетными костюмами Л. Бакста, французские модельеры попытались воспроизвести в моделях для своих заказчиков его экзотические идеи. В 1912 году Роман Тыртов (во Франции Романо Эрте) приехал в Париж из России, что стало началом его долгой и исключительно успешной карьеры модельера. И. Бакст, и Эрте использовали в своих моделях яркие цвета. До 1909 года большинство уважаемых европейских дам предпочитали пастельные тона в одежде; розовато-лиловый был любимым цветом императрицы Александры. Теперь, после Бакста и Эрте, светские женщины стали выбирать ткани ярко-красных, оранжевых, синих и пурпурных цветов, в чем отражалось русское влияние. Это влияние продолжалось в 20-х годах в прекрасных моделях А. Экстер, С. Делоне и многих других 18.

Возможностью создать индустрию моды русские модельеры не в последнюю очередь обязаны экономическим изменениям, происшедшим после 1861 года¹⁹. До технических изобретений XIX века шитье одежды было главным образом мелко-товарным домашним производством. Исключение составляли только очень богатые люди, которые могли покупать одежду за границей. Для тех же представителей образованного слоя, которые не могли себе этого позволить, одежда шилась либо крепостными, либо в мелких швейных мастерских в городах. Одежду для военных делали полковые портные. Крестьянская одежда была исключительно «домотканой» — от холста до вышивки все делалось своими руками, причем ручная вышивка была непременным и очень важным элементом русской крестьянской одежды.

С внедрением западных технологий в 80-х и 90-х годах XIX века положение радикально изменилось. Швейные машины, использование лекал, фабричное производство тканей сделали возможным дешевое крупнотоварное производство. Большая часть этих новаций была введена в России иностранцами, привлеченными обширным русским рынком. Эти промышленники навсегда изменили индустрию одежды в России, наладив широкое производство тканей в деревне, внедрив поточное шитье в городе и, наконец, организовав первые фабрики готового платья²⁰.

Западные технологии затронули не только производство одежды в России, но также сильно изменили жизнь работников, занятых в швейной отрасли. Работая в одиночку или в тесных мастерских, швейники страдали от худших видов эксплуатации — периоды изнуряющей потогонной работы сменялись долгими периодами простоя. В этой отрасли традиционно существовали невыносимые условия труда в сочетании с низкой оплатой и жестоким обращением со стороны хозяев. Как и другие русские рабочие, швейники стали собираться в союзы и

¹⁶ Об общих тенденциях развития русского дизайна в России см. Кириченко Е. Русский дизайн и изящные искусства, 1750—1917. Нью-Йорк, 1991; Брумфилд У. Происхождение модернизма в русской архитектуре. Беркли, 1991.

¹⁷ Bowl J. E. Stage Design and the Ballet Russes. «The Journal of Decorative and Propaganda Arts», № 5, Summer 1987, p. 28—45.

¹⁸ Behling D. The Russian Influence on Fashion 1909—1925, «Dress», 5, 1979, p. 1 — 13.

¹⁹ For a fuller discussion, see Gatrell P. The Tsarist Economy, 1850—1917. London, 1986; Blackwell W. The Industrialization of Russia: An Historical Perspective. Arlington Heights, 1982; Lyashchenko P. I. History of the National Economy of Russia to the 1917 Revolution. New York, 1949.

²⁰ Алешина Т. С. Указ. соч., с. 83—94. О проникновении швейных машин Зингера в Россию см. Carstensen F. American Enterprise in Foreign Markets: Studies of Singer and International Harvester in Imperial Russia. Chapel Hill, 1984; Davies R. B. Peacefully Working to Conquer the World: Singer Sewing Machines in Foreign Markets, 1854—1920. New York, 1976.

участвовать в бурном рабочем политическом движении. Это красноречиво свидетельствует о конфликте между рабочими и хозяевами в данной отрасли, а также об обоюдном растущем классовом самосознании²¹.

Перемены в производстве одежды сопровождались изменениями в организации розничной торговли²². В XVIII и XIX веках россияне приобретали одежду разными путями. В начале XVIII века розничной торговли в России практически не существовало. Самые богатые, как я уже указывала, покупали одежду за границей или им шили ее крепостные в домашних мастерских. Те, кто победнее, шили себе одежду дома или покупали на рынках, ярмарках, в торговых рядах, в маленьких семейных швейных мастерских. Такова была «русская манера делать покупки». Начиная со второй половины XVIII века иностранные предприниматели ввели в России торговлю в магазинах — по западному образцу. Это были небольшие модные лавки, а также большие универсальные магазины, обслуживающие теперь как старую аристократию, так и представителей новой деловой, чиновничьей и артистической элиты. Чтобы выработать у покупателей более «современное» отношение к одежде, российские и иностранные деловые люди для увеличения спроса и стимуляции желания покупать более модную одежду использовали такие средства, как реклама, модные журналы, ярмарки и выставки. Сначала россияне черпали новости моды из зарубежных журналов, но с развитием печати в России после отмены крепостного права в том, что касалось новейших стилей и направлений, они уже могли полагаться на русские модные журналы. Даже в газетах и журналах, которые не были посвящены специально моде, появлялись статьи об одежде. Популярный журнал «Нива» имел «модное приложение», в котором давались выкройки одежды, показанной на страницах самого журнала²³. Более того, звезды балета, театра и кабаре помогали популяризировать последние новинки моды. К началу XX века Россия уже имела индустрию моды, способную оказать влияние и на европейскую «высокую моду».

Предав забвению национальную одежду и освоив западную, россияне отказались от традиционных классовых, половых и этнических различий. Первыми отвергли старую одежду представители высших слоев общества. Дворяне стали носить форму военных или государственных служащих, скроенную по западному образцу. Дворянки одевались по последней парижской моде. К началу XX века даже консервативное купечество отказалось от традиционного платья в пользу европейских сюртуков и галстуков²⁴. И, наконец, последними капитулировали низшие слои, рабочие и крестьяне. К 1900 году русские уже выглядели не так, как их «московитские» предки, а стали больше похожи на своих европейских соседей²⁵. В одежде отразились глубокие перемены в социальной идентификации, происходившие в царской России. Возникли новые социальные группы — рабочие и техническая интеллигенция, — прежде существовавшие, например купечество, переустраивали свой образ жизни на новый лад.

²¹ Олюнина Е. А. Портновский промысел в Москве и в деревнях Московской и Рязанской губернии. Материалы к истории домашней промышленности в России. М., 1914; ее же. Организация всероссийского союза рабочих-швейников. М., 1927; Б о н н е л В. Корни восстания: политика и организация рабочих в Петербурге и Москве. 1900—1914. Беркли, 1983.

²² Очень мало было написано об организации розничной торговли в царской России. Исключение составляют две недавние работы: Gohstand R. The Internal Geography of Trade in Moscow from the Mid-Nineteenth Century to World War I, Ph. D dissertation, University of California, Berkley, 1973; F i t z p a t r i c k A. L. The Great Russian Fair Nizhnii Novgorod, 1840—1890. London, 1990. For an introduction to the history of retailing in Europe, see M i l l e r M. B. The Bon Marcher Bourgeois Culture and the Department Store, 1869—1920. Princeton, 1981.

²³ Согласно Дж. Бруксу, «Нива» была самым популярным «тонким» журналом в свое время. Ее годовой тираж на рубеже XIX—XX веков составлял 100000 экземпляров. См. Брукс Дж. Когда Россия училась читать: грамотность и популярная литература. 1861—1917. Принстон, 1985, с. 111—114. Я насчитала более сотни журналов, выходивших между 1800—1917 годами, которые содержали статьи о моде с иллюстративным материалом. И хотя многие журналы оказывались однодневками, само количество этих публикаций указывало на популярность темы моды.

²⁴ Ruckman J. A. The Moscow Business Elite: A Social and Cultural Portrait of Two Generations, 1840—1905. DeKalb, 1984.

²⁵ Русские. Историко-этнографический атлас. М., 1967.

Кардинальные перемены во внешнем виде обусловили переосмысление сословных и половых различителей в одежде, что отразило новую реальность.

Однако эти социальные трансформации породили множество противоречий. Царское правительство упорствовало в сохранении старых «московитских» правовых категорий, и оно же проводило политику, способствовавшую социальным переменам²⁶. У тех слоев, которым угрожала потеря власти и авторитета в результате модернизации России, тревогу вызывала сама возможность для рабочих и крестьян одеваться по-городскому. Многие представители высших слоев напрямую связывали демократизацию одежды, которая была и остается важнейшей чертой современной моды, с требованиями политических и экономических свобод. По словам одного современника, не проходило и года, как крестьянки, прибывавшие в город на заработки, меняли крестьянскую одежду на городскую²⁷. Рабочий С. Канатчиков описывал в своих воспоминаниях период «дэндизма», когда он тратил деньги на одежду помоднее, чтобы выглядеть настоящим городским щеголем. Хотя позже Канатчиков отказался от модной одежды и пошел в революцию, его растущему классовому самосознанию, несомненно, способствовали предшествовавшие перемены в манере одеваться²⁸.

Тревогу вызывали и проблемы, связанные с изменением ролевого поведения женщин. Поскольку женщин всех социальных слоев призывали одеваться модно, им пришлось оставить привычную семейно-домашнюю сферу и войти в новый для себя «торгашеский» мир, что воспринималось почти как знакомство с миром порока и разврата. В то время русских женщин часто изображали жертвами любви к модным тряпкам, которые ни о чем не думают, кроме нарядов, денег и адюльтера. Они забрасывали семьи, мужей и становились легкой добычей всяческих негодяев — и все из-за своей непреодолимой страсти к модным платьям. Более того, как сердито заметил один писатель, из-за распространения западных мод среди всех социальных слоев стало невозможно отличить проститутку от порядочной женщины²⁹.

Беспокойство по поводу стремительно меняющейся и дурно влияющей моды было реакцией не только на то, что женщины стали тратить на одежду слишком много денег, но и на происходившие в то время серьезные перемены. Все большее число крестьянок покидали деревенские очаги и устремлялись в город на заработки. Городские девушки также искали работу вне дома. Для них, особенно незамужних, работа означала некоторую степень материальной независимости. Эта финансовая независимость часто находила свое выражение в стремлении модно и красиво одеться, что считалось признаком легкомыслия и утраты женщинами моральной чистоты. мода заставляла женщин выйти из дома и направиться в модный магазин, поэтому она стала негативным символом трансформации полового поведения в царской России³⁰.

Ношение западного платья означало, что теперь россияне перестали узнавать по внешнему виду, — ведь одежда в Европе ранней эпохи Нового времени была основным индикатором этнической принадлежности. Реакция россиян, начавших приобщаться к европейской культуре, на этот кризис этнической идентификации была неоднозначной. Для некоторых из них безусловным решением проблемы стала возможность одеваться по последней моде Парижа, Берлина, Вены или Лондона. Они пытались утвердить свою «европейскость» тем, что одевались только на западный манер и отвергали все русское и как «низшего качества», и как отражение общей отсталости и невежества России.

²⁶ Freeze G. L. The Soslovie (Estate) Paradigm and Russian Social History. «American Historical Review», 91. February 1986, p. 11—36.

²⁷ Елец Ю. Л. Повальное безумие. К свержению ига мод. СПб., 1914, с. 135—136.

²⁸ Zelnick R. E. (ed. and trans.). A Radical Worker in Tsarist Russia: The Autobiography of Semen Ivanovich Kanatchikov. Stanford, 1986.

²⁹ Елец Ю. Л. Указ. соч., с. 244.

³⁰ For an introduction to the literature on Russian women's history, see Engle B. A. Engendering Russia's History: Women in Post-Emancipation Russia and the Soviet Union. «Slavic Review», 51, № 2, Summer 1992, p. 309-321.

Однако появилась и другая тенденция: некоторые представители национальной элиты, защищавшие славное прошлое и традиции России, стали прибегать к славянской стилизации западной одежды. Одним из таких радетелей славянской самобытности был Ю. Елец, заслуженный офицер, журналист и публицист, чей труд мы уже цитировали. На трехстах страницах Елец утверждал, что корень всех российских социальных зол — супружеской неверности, проституции, упадка морали и семьи — лежит в пагубном пристрастии женщин к западным модам. Он предлагал весьма простое лекарство: всем женщинам вновь надеть национальное платье. («Женщины всех стран, соединяйтесь и образуйте лиги национального костюма»...) В книге описана история М. Дитрих, в девичестве де Рошфор, принадлежавшей к высшему петербургскому свету. По словам Ельца, она призывала к тому, чтобы российская женщина и в одежде была верной традициям своей родины. Как же одевалась М. де Рошфор-Дитрих? Разумеется, в костюме русской боярыни! Нам эта история может показаться смешной, но многие россияне разделяли вывод Ельца о том, что «настоящий» русский национальный характер может быть выражен только через предметный и идейный мир допетровской эпохи. Эта точка зрения была логическим продолжением позиции славянофилов, утверждавших, что истинно положительные и оригинальные черты русской жизни и культуры можно найти только в былинном прошлом России.

И наконец, были россияне, отвергавшие как слепое копирование западных мод, так и славянофильскую стилизацию. Они хотели создавать и носить одежду, которая отражала бы современные русские реалии во всей их сложности и противоречивости. Вдохновленные русским национальным и религиозным искусством, эти модельеры находили новые интересные способы интерпретации традиционных мотивов и таким образом трансформировали старые формы искусства в современные. Именно они создавали и распространяли новую русскую моду. Этим они помогали определять возникавшие социальные, политические и культурные реалии, которые начинали вытеснять старые. Осмысление их попыток дать новую форму этим реалиям путем изучения развития индустрии моды могло бы выявить сложные процессы, происходившие в период превращения России в современное индустриальное государство.

К. Руан, 1994

К. Льоренте-Касас, перевод на русский, 1994