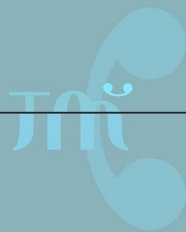


БИБЛИОТЕКА ЖУРНАЛА "ТЕОРИЯ МОДЫ"



ДЖОАН ЭНТУИСЛ

# МОДНОЕ ТЕЛО

JOANNE ENTWISTLE  
THE FASHIONED BODY



**Джоан Энтуисл**  
**Модное тело**  
Серия «Библиотека  
журнала «Теория моды»»

*Текст предоставлен правообладателем*  
*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=48759842](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=48759842)*  
*Модное тело: Новое литературное обозрение; Москва; 2019*  
*ISBN 978-5-4448-1330-0*

**Аннотация**

Мода давно перестала быть маргинальным феноменом. В современном мире, где экономика движима идеями креативного и интеллектуального труда, диалог о моде приобретает все большую значимость. Английский социолог Джоан Энтуисл в книге «Модное тело» предлагает взглянуть на современное общество сквозь призму одежды. Анализируя исторические, социальные и антропологические функции моды в культуре, автор показывает, что мода играет решающую роль в формировании современной идентичности – через тело, гендер и сексуальность. В отличие от своих предшественников Энтуисл настаивает на неразрывной связи между телесностью и модой: именно одежда проявляет социальное измерение тела. Отмечая, что мода как феномен возникла в Европе, Энтуисл тем не менее утверждает, что одежда функционирует во всех культурах схожим

образом, благодаря чему мода становится важнейшим элементом социального порядка во всем мире.

# Содержание

Предисловие ко второму изданию	6
Введение	61
Глава 1	72
Конец ознакомительного фрагмента.	78

# Джоан Энтуисл

## Модное тело

© Joanne Entwistle 2015,

© Е. Демидова, перевод с английского, 2019,

© ООО «Новое литературное обозрение», 2019,

© Metropolitan Museum of Art,

© Опубликовано по согласованию с Polity Press Ltd.,  
Cambridge,

© В оформлении переплета использована фотография  
«Сидящая обнаженная» Эжена Дюрье. 1853–1854

© Metropolitan Museum of Art

\* \* \*

*Эта книга посвящается памяти моей бабушки  
Уинни Коухиг*

## *Предисловие ко второму изданию*

Мы сильно задержались со вторым изданием. К тому времени, когда оно будет опубликовано, пройдет более пятнадцати лет с тех пор, как книга «The Fashioned Body» впервые увидела свет. В 1999 году, когда я писала эту монографию, ландшафт той области научного знания, в которой нашлось место вопросам моды, существенно отличался от того, что ныне процветает под необъятной эгидой исследований моды. Действительно, несмотря на то что к тому времени существовало несколько программных текстов, таких как книга Э. Уилсон «Adorned in Dreams» – «Облаченные в мечты» (впервые опубликованная в 1985 году и переизданная в 2007 году; Wilson 2007), классические исследования моды Г. Зиммеля (Simmel 1904; Simmel 1971) и Дж. Флюгеля (Flügel 1930), а также ряд работ, рассматривающих моду с антропологической точки зрения, в целом наблюдался неожиданный дефицит аналитических исследований, который и была призвана восполнить эта книга. Однако в последующие годы произошел настоящий взрыв исследовательского интереса по отношению к моде, одежде и человеческому телу в контексте моды, который я никак не могла предсказать в 2000 году, когда моя книга вышла из печати. Этот эволюционный скачок совпал с подъемом в области исследований потребления, рассматриваю-

щих различные аспекты потребительской культуры, и ростом интереса ко всему, что имеет какое-либо отношение к культуре тела, что неудивительно, поскольку мода – явление, имеющее очевидное отношение и к той и к другой области (в этот период заметное развитие получили исследования потребления продовольственных продуктов). Хотелось бы думать, что книга «The Fashioned Body» сыграла свою небольшую роль в становлении исследований моды хотя бы тем, что привлекла внимание к многочисленным и разнообразным связям, которые можно обнаружить между телом, платьем и модным потреблением; и, возможно, в свое время тому найдется подтверждение. Конечно, с 2000 года у меня не раз была возможность поддержать эту экспансию дальнейшими публикациями: вначале вышел сборник «Body Dressing» (Entwistle & Wilson 2001), за ним, в 2009 году, исследование эстетической экономики моды, основанное на эмпирических наблюдениях за моделями и профессиональными байерами (Entwistle 2009), а также многочисленные журнальные и книжные статьи. Не так давно вместе с Э. Виссингер (Entwistle & Wissinger 2012) мы, как соредакторы, подготовили книгу «Fashioning Models», а кроме того, я стала одним из нескольких редакторов крупного проекта издательства Berg, ориентированного на интересующегося модой читателя (2013). Действительно, компания Berg (ныне поглощенная издательским домом Bloomsbury, но по-прежнему остающаяся одним из моих издателей) в начале нулевых

мгновенно уловила настроение текущего момента и выпустила впечатляющую серию исследовательских работ, посвященных моде и гардеробу, которая все продолжает и продолжает пополняться. И сегодня (я пишу это предисловие в начале 2014 года) кажется, что этой тенденции нет конца и количество посвященных моде исследований будет увеличиваться, что подтверждает появление новых сборников, монографий, специализированных журналов – таких, как *Fashion Theory* («Теория моды», первый номер вышел в 1997 году), *Critical Studies in Fashion and Beauty* («Критические исследования в области моды и красоты», впервые издан в 2010 году) и *Critical Studies in Men's Fashion* («Критические исследования в области мужской моды», впервые издан в 2014 году). Разрабатываются новые учебные курсы в университетах, открываются центры исследований моды, что особенно заметно в странах Северной Европы: так, в 2006 году был основан Центр исследований моды при Стокгольмском университете; кроме того, в скандинавских странах проводятся заметные тематические мероприятия, в частности «Creative Encounters» («Творческие поединки») в Копенгагенской высшей школе бизнеса (чтобы получить более подробную информацию о «северном» направлении в исследованиях моды, см.: McNeil & Wallenberg 2012). И все это время, по мере того как тенденция к развитию данного направления набирала силу, книга «*The Fashioned Body*» оставалась в основных списках рекомендованной литературы, хотя



с каждым днем неизбежно все больше и больше устаревала; так что это именно тот случай, когда книга явно нуждается в новой редакции.

Мне было интересно окунуться в изобилие новых материалов, опубликованных с 2000 года, но вместе с тем я испытывала некоторый дискомфорт, знакомясь с теми или иными интерпретациями этой книги в ее первоначальной редакции. Вопреки мнению К. О'Коннор я никогда, как мне кажется, не стремилась, «играя на своем поле, исключить антропологов из процесса исследования моды, используя ради этого упрощенную парадигму модерна» (O'Connor 2005: 41). Факт есть факт: в 1999 году еще не существовало подобной антропологии гардероба, по крайней мере мне о ней не было известно. Я действительно связала понятие «мода» с западной модерностью, отнюдь не подразумевая, что здесь, на Западе, мы не можем рассматривать практики, связанные с одеждой и гардеробом, с антропологической точки зрения. Однако я признаю: поскольку заявленные в первой редакции тезисы, касающиеся модерна, были поставлены под сомнение, их необходимо пересмотреть. Таким образом, я согласна с К. О'Коннор, когда она говорит, что «с течением времени обнаружилась ограниченность этих конкурирующих подходов» (Ibid.: 42). Подробнее я еще буду говорить об этом позже.

Полемика с К. О'Коннор побудила меня обратить внимание на то, сколь значительно усложнилась область наших ис-

следований и насколько проницаемыми стали междисциплинарные границы. «Исследования моды» (название, подразумевающее скорее тематическую область исследовательского интереса, нежели конкретную дисциплину) охватывают открытый для дальнейшего пополнения ряд работ из данной области. В своей блестящей обзорной статье, посвященной современным социологическим исследованиям моды, П. Асперс и Ф. Годар (Aspers & Godart 2013) подтверждают, что сегодня попытки проанализировать те или иные аспекты гардероба и его составляющих предпринимаются не только в социологии, но и в различных близких к ней областях научного знания – философии, экономике, географии и культурологии. Поэтому в новом предисловии я собираюсь представить обновленную версию материалов и аргументов, которые более подробно будут изложены в главах этой книги. Наверное, было бы интересно посмотреть, сколько нового материала я смогла бы интегрировать в старый текст; но в конечном итоге я решила заново переписать все главы в режиме диалога с новым материалом, поскольку только это позволит сделать изложение стройным и ясным – идя иным путем, я с тем же успехом могла бы написать совсем новую книгу. Продолжая придерживаться большей части взглядов, из которых исходила в 2000 году, и не имея намерения написать новую книгу, я решила, что будет проще изложить основные аргументы, приведенные в первоначальном тексте, здесь, в новом обширном предисловии, чтобы показать, как

новый материал подтверждает, развивает, а иногда и ставит под сомнение соображения, высказанные мною в первой редакции этой книги. Таким образом, это не исчерпывающий обзор специальной литературы – ее слишком много для того, чтобы втиснуть в один раздел, – но избранные критические замечания, касающиеся уже затронутых в первом издании тем и вопросов. Я рассматриваю новое предисловие как своего рода программное заявление, имеющее прямое отношение к оригинальному тексту, и предлагаю порассуждать о том, какое развитие получили приведенные в первом издании аргументы и куда это нас ведет. Подразделы, на которые делится предисловие, более или менее соответствуют содержанию отдельных глав, на что указывают и их заглавия; так читателю будет проще сопоставить приведенные здесь тезисы с соответствующими аргументами в основном тексте.

Однако далеко не все новые материалы, даже самые интересные и важные, можно уместить в эти тематические подразделы: и потому, что с момента написания книги появились новые исследовательские темы, и потому, что зачастую представленный материал столь обширен и затрагивает столь насущные вопросы, что, с моей точки зрения, для его рассмотрения необходим более глубокий и целостный подход. Два исключения, потребовавшие создания дополнительного текста, в действительности связаны между собой. Первое – это вопросы, касающиеся обстоятельств места и урбанистической географии; второе – спор о месте моды в эс-

тетической экономике, являющейся частью культурной экономики, который в настоящее время разворачивается между культурной социологией и экономической социологией. Эта связь могла бы стать поводом для того, чтобы взглянуть на моду как на особый сегмент рынка, где стираются границы наших представлений о культуре и экономике, и обратить внимание на специфические места его дислокации. Чтобы обозначить эти темы, я добавила в предисловие еще один подраздел, где, не вдаваясь в подробности, сформулировала проблему пространства и места, отложив ее детальное обсуждение до 7-й главы, которая в целом посвящена индустрии моды, где, на мой взгляд, будет уместно рассмотреть дополнительный материал, касающийся особенностей модного рынка. Помимо материалов, найденных мною у других авторов, в главу 7 войдут и мои собственные недавние наблюдения.

### ***Тело как объект исследования: современные тенденции***

С чего было бы правильно начать разговор в новой редакции книги? Очевидно, с главного тезиса, лежащего в основе всех моих аргументов, которые по-прежнему остаются в силе: замысел книги проистекает из намерения исследовать взаимоотношения *моды, одежды и тела*. И хотя сегодня в таком подходе вряд ли можно усмотреть что-то рево-

люционное, в свое время моя попытка свести воедино разрозненные массивы исследовательской литературы, которая в силу своей тематической обособленности упускала из виду целостность одетого тела, существующего в контексте повседневной жизни, была действительно оригинальным шагом. Как я уже отмечала, социология тела уделяла внимание философским вопросам о природе человеческого тела, но подразумевала как само собой разумеющееся, что тело всегда одето. В свою очередь, авторы работ, посвященных моде и одежде, в анализе текстов, изображений, общих закономерностей и исторических тенденций развития моды удивительным образом обходили тело стороной. Когда я назвала одежду «ситуативной телесной практикой», за этим новым оригинальным определением стояла цель привнести в социологический анализ представления о целостности *одетого тела*, чтобы они стали надежной отправной точкой для последующих изысканий.

Возможно, Т. Эдвардс и прав, утверждая, что в моей книге было «больше критики и предписаний, адресованных будущим исследователям, чем объяснений, демонстрирующих, как подобные связи работают в теоретической или эмпирической плоскости» (Edwards 2009: 35) и что моя попытка наметить ряд перспективных теоретических направлений исследования одетого тела в работах М. Фуко, П. Бурдьё, М. Мерло-Понти, была ущербной. Однако мне хотелось бы надеяться, что я сделала больше полезного, чем видится

этому автору, обвиняющему меня в том, что я «скорее замутила воду, вместо того чтобы ее очистить до прозрачности» (Ibid.). И конечно же, я надеюсь, что мой обзор нескольких ключевых теоретических трудов из области социологии тела продемонстрировал потенциал применения подобных рассуждений в аналитических исследованиях одетого/подверженного влиянию моды тела. К сожалению, второе издание книги – совсем не долгожданный отклик на претензии Т. Эдвардса, поскольку я не дополнила его новыми эмпирическими сведениями, которые позволили бы мне расширить или развить мой теоретический подход. И все же хочется думать, что недавние статьи о профессиональных моделях и байерах, в которых я ссылаюсь в том числе на труды П. Бурдьё и М. Каллона, поясняя понятия «овеществленный труд» и «овеществленные практики», хотя бы отчасти удовлетворяют пожеланиям Т. Эдвардса.

Особое внимание следует обратить на то, что сегодня в нашем распоряжении есть целый ряд материалов, позволяющих рассматривать тело и одежду/моду в единстве. Некоторые из них можно найти в сборниках трудов, таких как «Not Just Any Dress» под редакцией К. Митчелл и С. Вебер (Mitchell & Weber 2004), где заложенный в одежде повествовательный потенциал («что одежда может поведать о теле») рассматривается сквозь призму художественного творчества, литературы, социологии и других областей знания (Black et al. 2013; Entwistle & Wilson 2001; Paulicelli & Clark

2009). Кроме того, на сегодняшний день издано множество трудов, написанных отдельными авторами, часть которых также будут рассмотрены в этой книге. В частности, работы С. Вудворд (Woodward 2005; Woodward 2007), где на первый план автор выводит самые обычные связанные с одеждой практики, которые знакомы каждой женщине, рассматривая их в параллели с семиотическим анализом текстов и в сравнении с практиками нарядных молодежных групп, и предлагает вниманию читателя богатую подборку иллюстративного материала, демонстрирующего, как каждое утро за бесчисленными закрытыми дверями женщины бьются над вопросом «что к чему подходит?», решая, что же надеть, и в каких практиках воплощаются принятые ими решения. Кроме того, С. Вудворд обращает внимание на многоплановость сообщений комфорта: хорошо ли сидит одежда, насколько она будет уместна в социальном контексте, кем себя ощущает женщина в этой одежде («это действительно я?») (Woodward 2005: 22). Таким образом, С. Вудворд смотрит на одетое тело/одетое «я» как на целостность: одетое тело возникает из целого комплекса сложных взаимодействий или диалогов между телом конкретного человека (худым или полным, молодым или немолодым) и разными сторонами его личности (студентка, специалист, мама и так далее) в контексте различных социальных ситуаций, где оно должно быть представлено. Все это демонстрирует глубокое понимание ситуативных телесных практик в жизни женщин и проникнове-

ние в суть ассоциирующихся с ними проблем («что надеть?» и т. п.), к которым неоднократно обращаются и другие исследователи. Впрочем, об этом мы поговорим ниже, когда коснемся темы идентичности.

Описанный ход мыслей подразумевает, что одежда человека всегда бывает единственной в своем роде и не должна рассматриваться в отрыве от его индивидуальности, конкретных обстоятельств и специфики контекста. И хотя этот подход не отработан до совершенства, в нем есть методологическая предпосылка для эмпирического, а иногда и этнографического изучения одетого или подверженного влиянию моды тела и его поведения в различных контекстах. Иными словами, в свое время я отстаивала точку зрения, согласно которой *социология* одетого тела должна сосредоточить внимание на эмпирических реалиях – то есть на тех особых приемах, которые мы, как актеры, используем в предлагаемых обстоятельствах, чтобы сложился целостный образ. Они вынуждены постоянно изменяться, всегда соглашаясь с текущими обстоятельствами и спецификой контекста, поскольку разные ситуации требуют присутствия разных подвидов одетого тела, а также в силу того, что сама мода находится в непрерывном движении.

Следует признать, что при рассмотрении темы овеществления моды я допустила вопиющее упущение, оставив без внимания модный дизайн и связанные с ним практики. Очевидно, что вещи, которые служат нам материальной оболоч-



кой, — это именно то, что, позволяет моде обрести форму. И я могу сделать немного больше, чем просто признать свое упущение, отослав вас к работам авторов, которые вплотную занимались этой темой. В частности, к исследованиям К. Эванс (Evans 2003). Исследуя дизайн моды 1990-х годов, она устремляется мыслью за пределы той области, которую в состоянии охватить добротная журналистика, и «объединяет разрозненные сюжеты, проекты и идеи в попытке по-новому осветить современный подход к делу и соответствующий контекст» (Ibid.: 3). Опираясь на труды таких теоретиков, как К. Маркс, З. Фрейд и В. Беньямин, К. Эванс тщательно изучает разработки нескольких ведущих модельеров с целью проанализировать множественные значения, проявляющиеся в их работах. Так, говоря об Александре Маккуине, она замечает, что яростные обвинения в женоненавистничестве, впервые прозвучавшие в его адрес после того, как в 1993 году во время своего шоу «Highland Rape» («Изнасилование в Шотландском нагорье») он отправил моделей на подиум в изорванной одежде, связаны с отсутствием понимания «театральной природы такой демонстрации жестокости» в его работе (Ibid.: 142). Это не просто насущная тема, которую он обыгрывает в своих коллекциях, но также отличительная черта его дизайна и техник, применяющихся при раскрое ткани и пошиве, «беспощадных, как удар бритвы... [или] хирургического скальпеля» (Ibid.).

Антропология всегда питала трепетный интерес к вопро-

сам, касающимся различных материалов, а также приобретаемых ими в процессе использования значений и соответствующих контекстов. В последние годы появилось множество книг, в которых антропологи продолжают исследовать разнообразные практики, бытующие в разных концах земного шара (Akou 2001; Allman 2004; Goff & Loughran 2010; Ivaska 2011; Kuchler & Miller 2005; Miller & Woodward 2011; Norris 2010). С. Кушлер и Д. Миллер, как и К. Эванс, ставят перед собой задачу сопоставить разнообразные практики и интегрировать различные дисциплины, которые обычно вычленяют отдельные компоненты из гардероба/костюма; однако в своих изысканиях они, возможно, идут еще дальше. Если К. Эванс большей частью полагается на анализ визуальных текстов, чтобы в деталях изучить работу модельера, то С. Кушлер и Д. Миллер рассматривают одежду как явление материальной культуры. Следуя таким путем, они отвергают устоявшуюся точку зрения, которая долгое время позволяла исследователям рассматривать форму текстильных изделий в отрыве от текстуры тканей. Эта точка зрения составляла основу движущихся параллельными курсами материально-культурных исследований, проводившихся на базе музеев и реставрационных мастерских, а также исследований с еще большим антологическим уклоном (*more anthological study*), в рамках которых одежда рассматривается как выражение идентичности и, как правило, вне зависимости от ее материальных свойств. По мнению С. Кушлер и Д. Миллера,

такое дистанцирование противоестественно; сами они видят «целостность в сложном переплетении всего того, что вряд ли может быть разделено и отнесено к разным материальным и социальным сферам» (Kuchler & Miller 2005: 1). Таким образом, их цель – достигнуть «той зрелости взглядов», которая позволяет охватить многие области знания и интегрировать их в один «более крупный проект академических исследований» (Ibid.: 2). И хотя мой интерес к антропологии не настолько велик, чтобы побудить меня заняться изучением одетого тела с прицелом на то, чтобы составить космологическую картину социума, я, определенно, симпатизирую устремлениям С. Кушлер и Д. Миллера.

Дальнейшие шаги заставили антропологов сосредоточиться на вопросе о внедрении элементов современного западного гардероба в практики, связанные с традиционным национальным костюмом, и наоборот. И если К. Транберг Хансен (Tranberg Hansen 2004) интересуют заимствования элементов западного платья – в частности, причины популярности мини-юбки в Замбии, другие исследователи, например В. Ровайн в работах об африканском текстиле (Rovine 2004), наблюдают за тем, как глобальный рынок вбирает в себя элементы традиционного костюма. Замечу, что антропологи, ведущие изыскания в этой области, все чаще обращают взор именно в сторону западной культуры гардероба (Woodward 2007). Еще одна сфера интереса, обозначившаяся в последние годы, – религия; но разговор о том,

как мода ищет опору в вере, ожидает нас впереди. Это именно то направление в западной антропологии (и социологии), развитие которого так хотела увидеть К. О'Коннор, и в последнее время оно действительно процветает.

***Формулировка и теоретическое  
обоснование понятий «мода»/«одежда»:  
многообразие современных взглядов***

Я не могу согласиться с П. Асперсом и Ф. Годаром (Aspers & Godart 2013), когда они, ссылаясь на Ю. Кавамуру (Kawamura 2004a), заявляют, что моду как предмет исследования по-прежнему сильно недооценивают в академических кругах. По крайней мере, в Великобритании, где исследования моды получили столь широкое развитие, низкий статус, который когда-то отводила моде социология (о чем я писала в первом издании), сегодня уже практически не имеет силы. В настоящее время такое множество социологов и исследователей академического толка профессионально занимаются вопросами моды, что говорить о каком-то презрительном отношении, пожалуй, было бы неправильно. Большая часть исследований имеет дело с явлениями, относящимися к сфере так называемой креативной индустрии. И если когда-то моде отводили место на обочине или за пределами области научных интересов, сейчас она находится в самом центре экономического дискурса, выстроенного вокруг идеи, которая

утверждает ценность культурной сферы и творческой работы как главных движущих сил развитых экономик. Сегодня мода вряд ли кому-то кажется легковесной как пушинка; она стала частью риторики, а в некоторых случаях и политики многих правительственных структур и муниципальных органов самоуправления не только в Великобритании, но и по всему миру (Pratt 2008; Pratt 2009). И хотя мода остается явлением культуры, эта связанность с экономическими силами способствовала повышению ее статуса и уровня легитимности как в академических, так и в политических кругах.

Наблюдающийся в последние годы расцвет исследований моды и появление целой россыпи новых монографий, тематических сборников и статей, авторы которых пытаются дать определение и очертить границы понятия «мода» (см., к примеру: Eicher & Lutz et al. 2008; Kuchler & Miller 2005; Paulicelli & Clark 2009), стимулирует все новые попытки сформулировать четкий ответ на вопрос «Что такое мода?». И здесь мы обнаруживаем, что между учеными, специализирующимися в разных областях научного знания, нет согласия, так что ситуация по-прежнему остается неоднозначной и запутанной. Кроме того, уже сейчас существует множество весьма объемных энциклопедий моды, и каждая из них норовит вместить в себя все ключевые понятия и термины и дать им определение (Cumming & Cunnington 2010; Eicher 2010; Steele 2010).

В чрезвычайно подробном аналитическом обзоре посвя-

ценных моде современных работ по социологии П. Асперс и Ф. Годар (Aspers & Godart 2013) пишут о том, что исследованиям в области моды мешает отсутствие ясности там, где необходимо отделить собственно моду от связанных с ней явлений и понятий, таких как «стиль», «тенденция»/«тренд», «причуда»/«каприз». По-прежнему без ответа остаются и другие вопросы, например: правда ли, что понятие «мода» применимо лишь там, где речь идет о гардеробе в том виде, в каком он сформировался в условиях индустриально развитой капиталистической модерности? И хотя П. Асперс и Ф. Годар утверждают, что моду можно найти где угодно, «ее масштабы и характерные черты зависят от нескольких факторов, связанных с действующей моделью социального порядка» (Ibid.: 174). По мнению исследователей, формирующие моду факторы – ключевыми среди них являются классовая иерархия и индустриальный уровень развития технологических процессов – ассоциируются с промышленной революцией, то есть с достижениями современной западной культуры. Однако их определение, согласно которому мода – это «не поддающийся планированию процесс периодических изменений, происходящих на фоне порядка, существующего в публичной сфере» (Ibid.), может показаться достаточно размытым для того, чтобы понятие «мода» могло включить в себя и достижения не-западных культур. Сгладить это бросающееся в глаза противоречие помогут дальнейшие пояснения.

Одна из центральных тем, не раскрытых в полной мере в первоначальной редакции, – значимость убеждений, на которых держится система. Недостаточно рассмотреть процесс производства предметов гардероба на *физическом* или материальном уровне; мы должны принимать в расчет *желание* быть в моде, которое стимулирует процесс потребления. А это означает, что необходимо выявить те смыслы и отношения, которыми обусловлена притягательность тех или иных товаров. Эту мысль прекрасно выразил П. Бурдьё (Bourdieu 1993с), когда описывал взаимоотношения между социальными полями и феномен социальной магии. От того, *как* именно зарождаются и формируются убеждения, на которых держится мода, и каким образом эстетические стили становятся всенародно желанными и носибельными, зависит интеграция, казалось бы, нематериальных свойств, определяющих эстетическую ценность, в материал (ткань, готовое изделие). Это ключевая тема моей более поздней работы, исследующей, как нарастает эстетическая ценность внутри различных сегментов рынка и при переходе из одного сегмента в другой (Entwistle 2002; Entwistle 2009); подробнее она обсуждается в разделе, дополнившем главу 7. Сейчас достаточно сказать, что мода и одежда связаны с социальной договоренностью относительно объектов или идей, имеющих обращение и пользующихся популярностью, – в данном случае эстетической привлекательности тех предметов гардероба, которые хотели бы примерить на себя многие

из нас. Это свойство моды остается неизменным благодаря множеству возможностей и решений, на очень короткое время обеспечивающих вещам некую особую привлекательность, а нам сопутствующее восхитительное ощущение *новизны*. Эта мысль возвращает меня к разговору о моде и модерности, которому посвящена глава 3.

***Мода, одежда и социальные  
изменения как фактор развития:  
эволюция взглядов на предмет***

Верно ли, что мода, как я утверждала в 2000 году, напрямую связана с существенными социальными переменами, такими как возникновение торгового капитализма, расцвет буржуазной культуры и появление больших городов, где принято выставлять гардероб напоказ? Что мы имеем в виду, когда говорим о системе моды, – совершенно особые социальные институты, связанные с производством, дистрибуцией и потреблением, которые отличают и противопоставляют ее другим производящим одежду системам? Эти вопросы по-прежнему остаются актуальными и упираются в проблему неоднозначности формулировки понятия «мода». Что будет, если принять в качестве рабочего следующее определение: мода – это изменение стилей одежды? Тогда можно с уверенностью говорить, что повсеместно и во все времена одежда претерпевала те или иные изменения, приспособли-



ваясь к неизбежно меняющимся обстоятельствам. Так, историки и антропологи проследили множество незначительных изменений, которым подвергалась такая, казалось бы, традиционная форма одежды, как кимоно. Однако, если исходить из более узкого и точного определения, часто используемого историками и культурологами, согласно которому мода – это регулярное и систематическое изменение, мы должны будем признать, что мода исторически принадлежит западной модерности, даже несмотря на то что в настоящее время является феноменом общемирового масштаба.

Э. Уилсон (Wilson 2007) также настаивает на том, что мода неотделима от модерности; в своем определении понятия «мода» она подчеркивает тесную связь этого явления с процессами модернизации. В своем эссе, опубликованном в сборнике, посвященном проблемам модерности (Breward & Evans 2004), Э. Уилсон описывает моду как феномен западной/северной культуры. Аналогичного мнения, очевидно, придерживаются Ч. Бакли и Х. Фосетт, утверждая: «мода была воплощением модерности... она принадлежала городу и легла в основу той зрелищности, которая характеризует облик больших городов» (Buckley & Fawcett 2002: 4–5). В сборнике под редакцией Е. Пауличелли и Х. Кларк (Paulicelli & Clark 2009) мода представлена как главная движущая сила текстильной индустрии, которая начиная с XVIII века находилась в самом центре водоворота социальных, политических и экономических перемен. В свою очередь, Р. Росс

(Ross 2008) рассматривает ее как явление, тесно связанное с колониализмом и борьбой за независимость. В более поздних работах Р. Росс исследует глобальный процесс экспортирования западной моды в колонии, говоря о том, что одежда западного образца стала доступной практически повсеместно, но вместе с тем отмечая, что в некоторых странах Африки и Азии до сих пор сохраняются очаги национального сопротивления этому явлению.

По мнению И. Паркинса (Parkins 2012), модерность – это результат метаморфозы, которая обеспечила переход из Ренессанса на следующую ступень, качественно изменив формы государственного правления и субъективного восприятия. Благодаря этой метаморфозе позднее, уже в XIX столетии, сложились условия, необходимые для возникновения современной системы моды, ставшей «идеальным образчиком современной модели» постоянного изменения и обновления. Она особо отмечает роль, которую сыграла мода в контексте модерности: тесная связь моды с феминностью сделала женщину главным действующим лицом на сцене модерности, бросив вызов консервативным взглядам, ассоциирующим образ женщины со стабильностью, исключаящей какую-либо изменчивость. С И. Паркинсом согласны Ч. Бакли и Х. Фосетт: «[М]ода предоставила женщинам уникальную возможность испытать на себе веяния нового времени, затронувшие как частную, так и публичную сферу». У женщины появился целый ряд новых возможностей пока-

зять себя не только в стенах собственной гостиной, но и далеко за ее пределами. Кроме того, как отмечает И. Паркинс, «мода со своим ритмом сметает подобные консервативные представления о женщине... она представила феминность в совершенно новом ключе. По-видимому, именно она открыла перед женщинами дорогу в новое время» (Ibid.: 3). Действительно, такие теоретики модерности, как Ш. Бодлер, Г. Зиммель и В. Беньямин, выводят женщину на подмостки всякий раз, когда затрагивают тему моды и ее темпоритма. Этот сюжет, повествующий о западной модерности, конечно же, не отражает ситуации в других географических ареалах, где путь распространению западной модерности преграждали препятствия или сама по себе модерность носила альтернативный характер. Как утверждает Р. Росс, в некоторых частях света западная манера одежды подчинялась правилам, установленным культурным национализмом, а также определенным религиозным ограничениям, что главным образом выливалось в контроль над внешним обликом женщин, зачастую осуществляемый религиозными деятелями мужчинами. Однако в целом картина намного более сложна; достаточно вспомнить о том, что в последние годы молодые, современные женщины по доброй воле надевают хиджаб, а также прислушаться к дискуссии о добропорядочности и той манере одежды, которую подразумевает это слово.

Принимая во внимание эти новейшие веяния и литературу, в которой они отражены, я остаюсь при своих взгля-

дах и заявляю, что все рассуждения о том, что моду можно обнаружить в любом месте и в любой исторической эпохе, проистекают из евроцентризма авторов, приписывающих черты, характерные исключительно для западной цивилизации, обществам, которые чужды западной культуре. Таким образом, эти авторы полностью пренебрегают региональным своеобразием, отмечая прочь национальную специфику и не замечая альтернативных систем производства предметов одежды, их дистрибуции и потребления. Очевидно, они видят в моде трансисторический и транскультурный феномен, и, следовательно, их подход в корне расходится с подходом, который сегодня исповедуют академические школы, в большинстве своем стремящиеся выявить и детально рассмотреть специфические черты, характерные для каждого региона. Конечно, в настоящее время потоки, позволяющие модным стилям, фасонам и мотивам курсировать между Западом и не-Западом, куда более сложны и многообразны. На данный момент производство модных вещей западного образца в основном сосредоточено в Индии и Китае, так что эти страны являются неотъемлемой частью системы моды и современной «фастфешен»; кроме того, с каждым годом все больше представителей среднего класса в странах южных и восточных регионов вливаются в число потребителей западной моды. В то же время восточные мотивы постоянно проникают в западную моду, о чем в своей работе подробно говорит А. Гечи (Geczy 2013). Однако доказанное суще-

ствование сложных исторических взаимоотношений между Востоком и Западом не привело к слиянию двух параллельно существующих систем моды в одну. Мы по-прежнему можем только отслеживать *истоки* системы моды в торговом капитализме и модерности XIX века и описывать те исключительные свойства, наличие которых позволяет этой системе развиваться и двигаться вперед.

Я не совсем уверена в том, что правильно понимаю, почему некоторые авторы испытывают потребность увидеть моду во всех системах, имеющих отношение к гардеробу и манере одежды. Возможно, ими движет желание повысить статус и престиж не-западного платья. Однако исследователи, которые связывают моду с модерностью, отнюдь не подразумевают под этим какого бы то ни было превосходства: если мы говорим, что современная система моды появилась благодаря каким-то определенным обстоятельствам, это никак не умаляет и не лишает ценности другие, более ранние системы и не означает, что, взирая со своей западной колокольни, мы не можем воздать должное современным не-западным системам производства и ношения одежды. И если мы будем придерживаться более точного определения, описывающего моду как непрестанное стремление к циклическому обновлению, у нас не останется сомнений в том, что слово «мода» неприменимо по отношению к традиционному костюму. Это не дает современной системе моды никакого превосходства в наших глазах, но позволяет увидеть и признать

огромное разнообразие связанных с одеждой практик, которые существуют внутри и за пределами современной системы моды.

## *Мода и идентичность*

Можно смело утверждать, что вопрос об идентичности является одним из главных в исследовательских работах о моде; не меньшее внимание уделяется и ее значению или смысловой нагрузке. Однако зачастую понятия «идентичность» и «значение» наделяют одним и тем же смыслом, поскольку во многих случаях рассуждения о смысловой нагрузке моды сводятся к вопросу об идентичности: что одежда может *рассказать о человеке, который ее носит?* Но несмотря на то что сопоставление моды с идентичностью («мы то, во что мы одеты») – это своего рода клише, о чем я говорила и в других своих работах (Entwistle 2013), эта тема не исчерпана до конца. В ее рамках еще есть о чем поговорить, тем более что за последнее время появился целый ряд исследований, авторы которых подошли к данной теме более тонко, нежели их предшественники. Для начала нужно понять, действительно ли существует связь между модой и идентичностью, а затем задаться вопросом, насколько значение, которое мы придаем моде, важнее значения всех прочих вещей: неужели одежда и впрямь может сказать о нас больше, чем, к примеру, наша мебель или интерьер?

ры, в которых мы живем? И есть ли какие-то границы у выразительного потенциала одежды? Э. Цеелон ставит под сомнение превалирующую в академических трудах идею «гомогенности приписываемых одежде значений», указывая на «разнообразие образов и смыслов, которые самые обычные люди создают при помощи своего гардероба», в чем можно убедиться, проверив «точность и надежность осуществляемой при посредничестве одежды коммуникации» в контексте реальных интерпретаций и межличностных взаимодействий (Tseëlon 2012: 109). Вопрос, согласна ли я с таким подходом, совершенно неуместен, поскольку необходимость дальнейших рассуждений и погружения в проблему ассоциаций, связывающих моду/одежду с идентичностью, не вызывает сомнений.

Вопрос об идентичности действительно весьма сложен, особенно если рассматривать ее не как сумму разнообразных аспектов – классовой и расовой принадлежности, гендера и так далее, но взглянуть на нее с точки зрения интерсекциональности, делающей акцент на многообразных пересечениях этих разноплановых конфигураций. В свете данного подхода следует признать, что я проявила излишнюю самонадеянность, когда заявила, что проблема одежды и идентичности – исключительно западный феномен. Эту оплошность, допущенную в первой редакции, необходимо исправить. В работе Э. Тарло (Tarlo 1996), которая, к сожалению, не стала предметом обсуждения в первой редакции моей

книги, хотя и была опубликована несколькими годами ранее, «проблема „во что одеться“» рассматривается в связи с многоплановыми проблемами идентичности. Подход Э. Тарло аналогичен подходу С. Вудворд, но если С. Вудворд наблюдает за женщинами из северной части Лондона, то Э. Тарло делает выводы на основании материала, собранного в Индии. Обнаружив типично западную проблему там, где, предположительно, ее быть не должно, она бросает вызов нашим представлениям о моде и идентичности и ставит под вопрос «общепринятую в академических кругах точку зрения, согласно которой в Индии до недавнего времени идентичность была четко обусловлена кастовой принадлежностью или религиозной традицией, а люди из поколения в поколение носили лишь ту одежду, которая была им предписана» (Ibid.: 1). Исследуя конкретные примеры, Э. Тарло устанавливает моменты, когда отношение к одежде в Индии менялось и/или появлялись новые сочетания, и приходит к мысли об «активной роли, которую одежда сыграла в формировании идентичности отдельных людей, семей, каст, религиозных групп и народностей» (Ibid.). По ее мнению, проблема отчасти связана с классификациями, ключевой элемент которых – противопоставление современного и традиционного, побуждающее ученых рассматривать определенные проблемные вопросы сквозь призму западной идентичности, оставляя на долю традиционных идентичностей проблемы иного рода. Наблюдать этот стереотип в действии можно



в музеях, где хранят и выставляют традиционную одежду: их кураторы могут отдавать предпочтение той или иной классификации, но неизменно выбирают для экспозиции вещи, которые соответствуют представлениям об аутентичном или традиционном костюме настолько, чтобы связанная с ними идентичность скорее выглядела монолитной, нежели «многоплановой и конфликтующей» (Ibid.: 15). В своем исследовании Э. Тарло указывает на то, что в Индии сосуществуют многочисленные конкурирующие идентичности, которые могут конфликтовать между собой. Это происходит в условиях общества, где расслоение «по социальным, половым, религиозным, политическим, экономическим, культурным, региональным признакам» достигает высокого уровня, как и «вероятность стремления к одномоментному отождествлению себя более чем с одной группой» (Ibid.: 45). Таким образом, «проблема „во что одеться“» для населения Индии мало чем отличается от проблемы выбора, встающей перед людьми на Западе, даже при том что система обеспечения может отличаться, и порой очень существенно, если речь идет об одежде членов сельской общины в отдаленной индийской провинции, находящейся словно на противоположном полюсе по отношению к таким урбанистическим центрам, как Дели.

Еще одна любопытная тенденция ставит под сомнение стройную бинарную оппозицию «современное» – «традиционное». Я имею в виду не так давно возникший в науч-

ных кругах интерес к альтернативной моде, основанной на определенных религиозных воззрениях. Эта тема оказалась в центре внимания после событий 11 сентября, однако вначале ее подхватили популярные СМИ, превратив женщину-мусульманку в объект непрерывного интереса и фактор неутихающего беспокойства. Позже появился целый ряд научных публикаций, затрагивающих данную тему, чего я никак не могла предвидеть, когда писала первую редакцию своей книги. И сейчас нам стоит задержаться на этом вопросе, чтобы сориентироваться в данном массиве литературы. Она заставляет нас обратиться к неприкрытой проблеме тела и его места в системе общественного порядка и задуматься над тем, как мы определяем характер взаимоотношений между телом и общественной моралью и/или улаживаем их посредством соблюдения установленных правил, диктующих, какие части тела должны быть скрыты под одеждой. В своих работах Р. Льюис (Lewis 2013), Э. Тарло (Tarlo 2010), Э. Тарло и А. Мурс (Tarlo & Moors 2013), О. Сандикчи и Г. Гер (Sandikci & Ger 2005) ставят цель выявить и обозначить различия между религиозно-обусловленными практиками в одежде, которые в Британии воспринимаются как неотъемлемая часть мультикультурной уличной среды, и строго регламентированными формами полностью скрывающего тело образцового хиджаба, которые преподносятся на рынке как «мода ислама» (Ibid.: 61). Названные авторы сосредотачивают внимание на «наиболее заметном для

глаз общественности отличительном знаке исламской потребительской культуры... практике покрывать голову». Таким образом, в их работах продемонстрировано, что данная практика «усложняет отношения между религией, модой и модерностью». Поскольку объектом нападок в контексте массового дискурса или охватившей Запад массовой истерии по поводу одежды, указывающей на приверженность исламу, стала женщина в платке, К. Баллок (Bullock 2002) в своей весьма своевременной и исторически значимой работе призывает пересмотреть и переоценить бытующие в обществе представления.



Собрание лондонской общины выходцев из Сомали. Мо-

лодые женщины встречаются с президентом Республики Сомали Хасаном Шейхом Махмудом. 2013. Май. Фото: Voice of America. Фотография публикуется по лицензии Creative Commons

В свою очередь, Р. Льюис предлагает взглянуть на проблему одежды и добропорядочности более широко и в роли редактора сборника тематических статей исследует не только гардероб женщин-мусульманок, но любую одежду, ассоциирующуюся с добропорядочностью или скромностью. Однако этим ее подход не ограничивается, и в фокусе внимания оказывается не только одежда как таковая, но и пути распространения товаров и идей, связывающих моду с представлениями о добропорядочности и религиозном благочестии. Распространению этих представлений способствуют посредники – в первую очередь интернет, который одновременно является и процветающей торговой точкой, и проводящей средой, способной мгновенно распространить любую идею по всему миру. Таким образом, высказанные в этой книге соображения ставят под сомнение некоторые идеи, давно укоренившиеся в массовом сознании. Об этом говорит и Л. Вудхэд, написавшая к ней предисловие. По ее мнению, эта книга призывает нас задуматься о значимости религии и веры в условиях секуляризации, поскольку здесь мы сталкиваемся с, возможно, неожиданной для нас информацией о выдающейся роли, которую отводят женщинам великие миро-

вые религии (главным образом речь идет об исламе, иудаизме и некоторых христианских конфессиях). Статьи из сборника под редакцией Р. Льюис заставляют нас усомниться в предубеждениях, долгое время не позволявших даже помыслить о том, что у такого поверхностного явления, как мода, может быть что-то общее с религиозной верой. Не может не удивить и возраст женщин, о которых идет речь: описанные практики характерны для совсем молодых женщин, выросших в суматохе потребительской культуры, но, несмотря на это, отдающих предпочтение скромной манере одежды, причем их выбор далеко не всегда продиктован религиозными правилами и убеждениями. Это явный вызов расхожим представлениям, связывающим манеру одежды с гендером и сексуальностью: очевидно, не все женщины хотят одеваться как порнозвезды, или как Мадонна в 1980-е, или как Майли Сайрус в сезоне 2013/14.

С 2000 года одежда продолжала оставаться важным посредником при исследовании других маркеров идентичности – исследователей интересовал вопрос, как эти маркеры проявляют себя в манере одежды. При этом ключевым компонентом, особенно в работах, посвященных западной моде, оставалась классовая принадлежность. Так, в книге Д. Крейн (Crane 2000) представлен подробный, вдумчивый отчет о моде и факторах, влиявших на выбор костюма в индустриальных обществах XIX столетия, а также в современных постиндустриальных обществах – главным образом во

Франции, Великобритании и Соединенных Штатах; особое внимание Д. Крейн уделяет переходу от демонстрации классовой идентичности к демонстрации других аспектов социальной идентичности, также выраженных посредством гардероба. Недостаток ее исследовательского подхода состоит в том, что в его основе лежат несколько устаревшие представления об одежде как о средстве прямой коммуникации, на что указывает заглавие книги «Fashion and its Social Agendas» («Мода и ее социальная *повестка*»). Мода стремится что-то «сообщить»? Лично я по-прежнему поддерживаю мнение К. Кэмпбелла (Campbell 1997): чего уж точно нельзя сказать о моде, так это что она предназначена для передачи сообщений, простых и однозначных, что бы там ни казалось авторам некоторых научных (и популярных) работ. Мы имеем дело с материей, слишком тонкой для того, чтобы служить чем-то вроде агитационного транспаранта или доски объявлений.

Одежда как маркер идентичности молодежных субкультур – это еще одна тема, которая на протяжении многих лет продолжает занимать умы многих серьезных исследователей (Brill 2008; Kawamura 2012; Sweetman 1999a; Sweetman 1999b; Sweetman 2000). Ю. Кавамура, так же как Д. Крейн, считает, что «в эпоху постмодерна культура моды» делает акцент скорее на «потребительских, нежели на классовых аспектах моды», тем самым опровергая «постулаты ранних теоретиков [моды]» (Kawamura 2012: 45). В своем иссле-

довании она по-новому использует подход, предложенный Бирмингемским центром культурных исследований, наблюдая за тем, как в Японии возникают подростковые субкультурные группы, количество которых с недавних пор заметно увеличилось в Токио, где молодежные субкультуры делятся по территориальному признаку, поскольку каждая из них прочно ассоциируется со своим районом. В отличие от более ранних исследований, в основном сосредоточенных на изучении субкультурных течений, в которые вовлечены юноши и молодые мужчины, некоторые недавние изыскания в этой области затронули и женские субкультуры, такие как «синдзюку» из Токио и другие, описанные Ю. Кавамурой (Ibid.). В действительности гендер всегда остается ключевой темой там, где речь так или иначе заходит об одежде, но более подробно я поговорю об этом ниже.

И наконец, следует сказать несколько слов о татуировках и пирсинге, в последние годы превратившихся в массовое явление. Во время работы над первой редакцией книги у меня не возникло повода упомянуть эти формы телесной модификации. Однако я могу предположить, что в то время их упоминание было бы уместно лишь в рамках разговора о субкультурах, даже несмотря на то что эти телесные практики уже начали набирать популярность вне субкультурного контекста (Featherstone 2000; Sweetman 1999a; Sweetman 1999b; Sweetman 2000). Но сегодня невозможно написать книгу о взаимоотношениях моды, одежды и те-

ла и при этом проигнорировать невероятную популярность татуировок. В то же время общеизвестная истина – татуировки больше не являются достоянием моряков, уголовников и байкеров, теперь их носят даже женщины, от маля до велика, – нуждается в привязке к историческому контексту, поскольку сам по себе сюжет не нов. Мысль о том, что татуировка стала частью мейнстрима, уже возникала в конце XIX века, чему есть доказательства (см.: [bbc.co.uk/news/magazine-25330947](http://bbc.co.uk/news/magazine-25330947)). По случайному совпадению именно в тот день, когда я писала этот раздел, в Британской библиотеке меня обслуживала сотрудница, одетая в блузу с глубоким вырезом, из которого проглядывала замысловатая татуировка, нанесенная на самую пикантную часть роскошной зоны декольте; я не могла ее как следует разглядеть, но на протяжении всего времени, проведенного в тот день в читальном зале, мой взгляд то и дело невольно обращался в ее сторону. Это заставило меня задуматься над тем, как же далеко мы зашли в Великобритании, что даже в таком консервативном учреждении, как Британская библиотека, свободно принимают на работу людей, выбирающих откровенно провокационную манеру одежды. Я сомневаюсь, что подобное было возможно еще не так давно, и это приводит меня к мысли, что татуировка почти перестала ассоциироваться с девиантными субкультурами.





Японская городская субкультура: девушка-подросток в образе Лолиты. Фотограф Джей Бергесен. Фотография публикуется по лицензии Creative Commons

## *Мода и гендер*

Среди всех аспектов идентичности, которые, по общему мнению, способна выразить мода, гендер занимает особое, выдающееся положение, поскольку одежда является зримым социальным маркером гендерных различий. Кроме того, тема гендера по-прежнему занимает центральное место в специальной литературе, и это объясняется тем, что в исторической перспективе мода тесно связана с феминностью (Buckley & Fawcett 2002; Jones 2004). Подобные исторические изыскания подобны раскопкам, в ходе которых обнаруживаются моменты слияния моды с теми или иными ипостасями феминности, будь то эдвардианские дискурсы о красоте, особенно актуальные в годы Первой мировой войны, или более поздние, связанные с поп-культурой и берущие начало в 1960-х годах. Исследователям удастся проникнуть в смысл уникальных субъективных церемониалов, служивших для выражения личной идентичности во Франции при старом (дореволюционном) режиме (Jones 2004). Статьи из сборника под редакцией В. Паркинс объединены темой «одежда как отражение гражданской позиции» и охватывают широкий

диапазон сюжетов – от моды глазами суфражеток (Parkins 2002) до моды при фашистских режимах (Paulicelli 2004).

Авторы многих недавно изданных работ склонны уделять внимание интерсекциональной природе взаимоотношений гендера с другими маркерами идентичности, а концепция перформативной идентичности позволяет намного лучше понять, почему мода «настолько задействована в непрестанном построении идентичности, которая никогда не бывает окончательно сформированной» (Buckley & Fawcett 2002: 9). Можно сказать, что до некоторой степени пошатнулся стереотип, прежде намертво связывавший моду с феминностью, поскольку в последние годы тема «мужчины и мода» сделалась столь актуальной, что наметилось целое направление, ее рассматривающее. Таким образом, несмотря на то что женщины по-прежнему остаются основной репрезентативной группой для большинства исследователей, у нас появилось несколько превосходных работ, исследующих отношение мужчин к одежде и гардеробу, в том числе книга Л. Уголини (Ugolini 2007), рассказывающая об участии мужчин в сарториальном потреблении в период с 1880 по 1939 год. Исследования, посвященные мужской моде, уже достигли впечатляющей глубины и размаха; в этом убеждает сборник, вышедший под редакцией П. Макнила и В. Караминас (McNeil & Karaminas 2009). И хотя в поле зрения ученых чаще попадает мужская одежда, заведомо привлекающая к себе внимание – связанная с теми или иными субкульту-

турами или приуроченная к случаю, они все чаще проявляют интерес к более обыденным аспектам мужской сарториальной самопрезентации.

Поскольку гендер всегда считался одним из наиболее пластичных аспектов идентичности, нет ничего удивительного в том, что он открыт для сарториальных манипуляций с элементами игры. Исследуя такое явление, как кроссдрессинг, Ш. Сазрелл приходит к следующему выводу: «если рассматривать одежду как артефакт, она выглядит необычно, поскольку позволяет нам играть – время от времени или постоянно – с идентичностью и самовосприятием. Она может упрочить положение в пространстве, которое мы занимаем в повседневной жизни, в зависимости от того как мы одеты, или... служить средством, благодаря которому мы облачаемся в гендер или сбрасываем его с себя» (Suthrell 2004: 2–3). Ш. Сазрелл уверена, что, изучая кроссдрессинг, она не пытается вникнуть в суть нездорового увлечения меньшинств, но «проливает свет на ключевые моменты неисчерпаемых курсов, затрагивающих вопросы пола, гендера и сексуальности» и «наглядно демонстрирует, насколько различаются фундаментальные аспекты, лежащие в основе жизни каждого из нас, – самая суть жизни мужчин и женщин – и почему это имеет настолько большое значение» (Ibid.: 2).

С тех пор как мода стала объектом серьезных исследований, произошла еще одна заметная перемена: уменьшился поток критики в ее адрес. И если когда-то феминизм был

непримиримым антагонистом моды, что особенно ярко проявилось во времена «второй волны» феминистского движения, с недавних пор исследователи-феминисты, скорее, видят в ней перформативный потенциал, позволяющий играть с идентичностью. Некоторые из них даже открыто критикуют женское движение за то, что на протяжении всей своей истории оно культивировало враждебность и пренебрежение по отношению к моде и внешней красоте (Black 2004; Scott 2005). Это не означает, что сегодня мода вообще не подвергается критике, – де факто она всегда была и остается проблемой в глазах феминистов. В последние годы мода не раз оказывалась мишенью для критики как в публичной, так и в научной сфере; а поводом чаще всего служил тот нереалистичный или нездоровый образ идеального женского тела, который создает индустрия моды, а средства массовой информации навязывают нашему сознанию, разгоняя волны ажиотажа вокруг моделей нулевого размера. Поскольку формат предисловия не позволяет вдаваться в подробности, я лишь замечу, что в некоторых недавно изданных научных работах внимание сосредоточено не столько на критике образов востребованных индустрией моды тощих моделей (типичной для «второй волны») (Shaw 1995; Morris et al. 2006; Prabu et al. 2002), сколько на анализе более общих социальных вопросов, касающихся развития, структуры и значимости модельного бизнеса. Это отнюдь не отвлекает внимания от иконографии моды как таковой, но, что действи-

тельно важно, помещает ее в более широкий контекст.

Действительно, в настоящее время модельный бизнес все чаще становится предметом научного изучения; в исследовательских трудах уже обозначилась особая подтема, связывающая моду и модельный бизнес с вопросами трудовых отношений, гендера, расового разделения и так далее (чтобы получить более подробную информацию, см.: Entwistle & Slater 2012). Как утверждает С. Басберг-Нойман (Basberg Neumann 2012: 138), постлингвистический поворот, то есть существенное «аналитическое разделение модельного бизнеса и его публичного образа, с одной стороны, и самих моделей, с другой», начался в тот момент, когда в сферу научного интереса попал целый ряд вопросов, касающихся моды, гендера, трудовых отношений и потребления (Brown 2011; Brown 2012; Entwistle 2002; Entwistle 2004; Entwistle 2009; Evans 2005; Evans 2008; Mears 2008; Mears 2011; Mears 2012a; Mears 2012b; Mears & Finlay 2005; Wissinger 2007a; Wissinger 2007b; Wissinger 2009 и последующие). Некоторые из перечисленных авторов сделали воистину исторический шаг, впервые заговорив о том, как появились и развивались модельные агентства, а также об их месте и роли в культуре потребления; Э. Браун и Э. Уиссингер рассматривают эти вопросы на североамериканском материале, тогда как М. Мейнард (Maynard 1999; Maynard 2012) исследует возникший несколько позже модельный бизнес Австралии. Вместе с тем наблюдаются все возрастающий интерес и стремление по-

нять саму суть работы в этой сфере; в этом отношении любопытны этнографические исследования Э. Мирс (Mears 2011; Mears 2012) и С. Басберг-Нойман (Basberg Neumann 2012), отчасти основанные на их собственном опыте работы в модельном бизнесе и позволяющие увидеть как бы изнутри рутинные рабочие процессы и взаимоотношения между моделями, вместе с ними почувствовать давление атмосферы мира моды и проникнуться их радостями.

Безусловно, это важные вопросы, касающиеся способов, которыми мода – отнюдь не кристально чистая индустрия, вполне заслуженно ставшая объектом пристального внимания со стороны средств массовой информации в связи с тем, как она обращается с молодыми, а часто очень молодыми, женщинами (и мужчинами), – распространяет свои идеи и оперирует представлениями о теле и гендере. Но эти вопросы побуждают нас вникать еще глубже, в самую суть модельной индустрии, ассоциирующейся с недвусмысленными гендерными ролями, изучать востребованные способы их демонстрации, различные формы эстетического труда и так далее. Например, я в нескольких работах (Entwistle 2002; Entwistle 2004) рассматриваю только поведение моделей-мужчин и те способы, которыми они демонстрируют свою гендерную идентичность на том нетипичном профессиональном поприще, где доминируют женщины и где всячески превозносятся и щедро вознаграждается женская красота и привлекательность, тогда как мужские достоинства

не имеют большой цены. Таким образом, как я уже говорила, каким бы пластичным ни был гендер, гетеронормативная гендерная перформативность по-прежнему управляет повседневными и обыденными практиками, даже несмотря на то что появление нетрадиционных моделей несколько пошатнуло границы гендерных норм.

### *Мода, украшение и сексуальность*

Если согласиться с тем, что гендерные разграничения определяются сексуальностью, как полагает Дж. Батлер, будет логично предположить, что эта зависимость должна как-то проявляться и в одежде. Ученые действительно продолжают исследовать эту взаимосвязанность – например, между модой и фетишизмом, как это делает Ф. Ланнинг (Lunning 2013) в своей книге, где, помимо прочего, можно найти первое исчерпывающее определение понятия «фетиш». Однако ассоциации и взаимосвязи между модой и сексом гораздо более сложны и обширны.

Здесь необходимо упомянуть две специфические тенденции, обнаружившиеся в последние пятнадцать лет: это порнификация культуры и распространение стиля квир. Оба этих явления можно отнести к социальным трендам; они широко обсуждаются в обществе и уже стали объектом научных исследований. Поскольку с некоторых пор модные тренды и стили несут в себе сексуальный подтекст, который все чаще



и настойчивее побуждает нас выглядеть, чувствовать и вести себя сексуально, возник повод говорить о сексуальной субъективизации культуры (Gill 2003), и одно из ее проявлений – это порнификация массовой культуры, которая, как принято считать, постепенно становится все более откровенной. Не правда ли, звучит так, словно речь идет о собрании порнографических картинок, которые достали с верхней полки и расставили на самых видных местах. На самом деле истоки этого процесса – внедрения порно в мейнстрим – настолько многочисленны, что отследить их все здесь и сейчас мне не позволяет установленный объем предисловия. И вряд ли нужно напоминать о том, что А. Линч (Lynch 2012) уже сделала это до меня в своем объемном труде, посвященном такому явлению, как порношик. Проведя полевые исследования, она со знанием дела пишет о том, что сегодня в США не только молодые супружеские пары, но даже бабушки и дедушки чувствуют себя вполне комфортно в закусных Hooters, а кролик, долгие годы верно служивший логотипом журнала Playboy, оторвался от своих корней и беспрепятственно перекочевал из мира мягкого порно на футболки тинейджеров (что, пожалуй, является еще более ярким индикатором процесса). Более того, Playboy был удостоен чести породниться с высокой модой благодаря топ-моделям, в частности Кейт Мосс, которая в 2014 году появилась на его страницах, отметив таким образом свое сорокалетие. Не секрет, что порноиконография широко востребо-

вана в мире поп-музыки: достаточно вспомнить откровенные видео Рианны или танец ягодиц, который Майли Сайрус исполнила на церемонии вручения наград MTV. Такая сексуализация тела не раз вызывала шквал критики в том числе и потому, что в ней видят инструмент продвижения товаров сексуального назначения в те сегменты рынка, которые ориентированы в первую очередь на девочек препубертатного возраста. В то время, когда у нас в Великобритании выводят на чистую воду и примерно наказывают ретейлеров, продающих G-стринги девочкам-подросткам, популярные у молодежи магазины одежды, такие как American Apparel, привлекают покупателей рискованно сексуальными рекламными постерами, явно рассчитанными на тинейджеров и людей, не достигших зрелости. Но несмотря на то что порнификацию, по-видимому, можно считать частью эмпирической реальности, нам все же стоит проявить осмотрительность, говоря о ее вредоносном влиянии: подобная озабоченность хорошо знакома обществу, она возникает циклически как проявление морально обусловленной паники в связи с тем, что под влиянием поп-культуры в наших детях слишком рано просыпается интерес к сексуальным аспектам жизни, и восходит, самое позднее, к послевоенной эпохе, когда зародились первые молодежные субкультуры. Конечно же, у порнификации есть своя альтернатива, о чем мы уже знаем, поскольку в одном из предыдущих подразделов затрагивали тему добропорядочности в манере одежды; и эта альтернати-

ва может быть не менее привлекательной если не для многих, то хотя бы для некоторых молодых женщин. Порнификация и ее альтернативы – это действительно интересный вопрос, который заслуживает более пристального рассмотрения.

Вторая тенденция, которую стоило бы здесь обсудить, поскольку в первом издании она удостоилась лишь мимолетного упоминания, – это появление ряда исследований, посвященных мужчинам-геям, лесбийскому стилю, а в настоящий момент еще и трансгендерам. В последние годы исследовательский интерес к квир-стилю и квир-моде действительно возрос (Cole 2000; Geczy & Karaminas 2013; Holliday 2001; Karaminas 2013; Steele 2013; Wilson 2013). Как пишет В. Стил (Steele 2013), история моды будет неполной, если в ней не будут упомянуты геи и лесбиянки – хотя бы потому, что среди выдающихся модельеров, известных журналистов, визажистов, парикмахеров и других мастеров, сыгравших заметную роль в развитии индустрии моды, было множество геев, лесбиянок и трансгендеров. Кроме того, гей-стиль, широко востребованный в мире популярной музыки и популярной культуры и выплеснувшийся из клубов и баров на улицы, сам по себе оказывает мощное влияние на моду и модные тренды. Однако замечено, что фигура мужчины-гея в массовом сознании ассоциируется с модой чаще и прочнее, чем образ женщины-лесбиянки. Действительно, «мы уделяли слишком мало внимания динамическому потенциалу и символизму лесбийско-

го гардероба, задействованным в формировании идентичностей и стиля» (Karaminas 2013: 195) и, более того, «еще тридцать, а то и десять лет назад словосочетание „лесбийский стиль“ вызывало смех, поскольку по умолчанию воспринималось как явный оксюморон» (Wilson 2013: 167). Нет сомнений в том, что вплоть до 1980-х годов отношение к моде и собственный стиль были «значимыми показателями лесбийской сексуальности и соответствовали таким недвусмысленным определениям идентичности, как „фемина“ и „буч“» (Karaminas 2013: 195). Несмотря на то что этот исторически сложившийся бинарный код в основном использовался в лесбийской среде, и то не повсеместно, в последние годы наблюдается проникновение лесбийского стиля в мейнстрим и упрочение позиций лесбиянок в медиа-сфере и популярной культуре. Лесбийская садомазохистская субкультура («фемина и буч») сегодня находит продолжение в тренде «leather lesbian» («лесбиянка в коже»), существующем наряду с более раскрученными средствами массовой информации стилем «lipstick lesbians» («напомаженные лесбиянки»).

Затронутые в первой редакции книги темы, касающиеся значений моды и ее отношений с телом и идентичностью, по-прежнему занимают центральное место в исследованиях моды. А количество и качество изданной с тех пор специальной литературы демонстрирует, что наши взгляды и исследовательские подходы стали намного более разнообраз-

ными, неоднозначными и глубокими.

## *Мода в глобальном пространстве и на местах*

Завершая краткий критический обзор литературных источников, я хочу обратиться к вопросу о положении моды в пространстве, который не прозвучал отчетливо в первой редакции моей книги, хотя уже тогда занимал достаточно много места в некоторых исследовательских работах, тем более что в последние годы интерес к нему заметно возрос. В 1990-е годы отовсюду звучало слово «глобализация» – как индикатор, указывающий, что структура пространства преобразуется в соответствии с новыми условиями «сжимающегося» мира. Несмотря на то что появившаяся у человека возможность быстро перемещаться по всему миру и стремительное распространение образов и вещей воспринимаются нами как реалии сегодняшнего дня, такое ускорение является тенденцией, восходящей ко времени ранней колониальной экспансии, когда расстояние между странами и континентами начало сокращаться благодаря устойчивым торговым и прочим отношениям. Глобализация и модерность – мода неотделима от этого сюжета, и потому он не раз возникает в моих исследованиях: так, потребность в хлопке и шелке заставила Британию цепко держаться за свои индийские колонии, а появление так называемой фастфешен (дешевой одежды, составляющей основу уличной моды) привело к то-

му, что массовое производство модной продукции переместилось в развивающиеся страны и наши потребительские привычки и стереотипы прижились в сообществах, которые прежде были от них очень далеки. Еще более свежий пример – появление цифровых средств коммуникации, возможности которых позволяют в мгновение ока распространить по всему миру видео- и фотоматериалы, так что благодаря блогам, форумам и другим интернет-ресурсам недели моды стали зрелищем, к которому можно приобщиться в режиме онлайн.

Признание того, что глобализация неизбежна, а земной шар не так уж велик и с каждым днем вращается все быстрее благодаря цифровым технологиям, породило реакцию, которая выражается в стремлении вернуть значимость самобытности каждого региона. Это явление, получившее неблагозвучное название «глокализация», уже стало предметом многих академических и политических дискурсов. В исследованиях, посвященных недавней истории и современному состоянию моды, много внимания уделяется значимости места, к которому привязана та или иная мода либо манера одежды, для формирования и артикуляции ее значений. Например, в книге К. Бруарда (Breward 2004) Лондон предстанет перед нами декорацией, на фоне которой разворачиваются сцены из модной жизни, разыгранные в разные времена разными труппами – от денди 1800-х до «dolly-bird» («пташек-милашек») 1960-х годов. Таким образом, он представляет

себя реакционером по отношению к лингвистическому повороту в гуманитарной науке, скорее бесплодному, нежели плодотворному, и «слишком часто отрывающему нас от многого из того, что представляет наибольший интерес в плане человеческой деятельности, и особенно ее вещной и ситуативной природы» (Thrift 1996: 7). К. Бруард пытается написать «сарториальную историю города», которая могла бы дополнить более ранние исследования, такие как работа Р. Сеннета (Sennett 1977). Он тщательно исследует, каким образом география конкретного города «воздействует на специфические, темпоральные и пространственные, органы чувств моды». Лондон выступает центром притяжения и в сборнике статей под редакцией К. Бруарда и К. Эванс (Breward & Evans 2004), приуроченном к выставке в Музее Лондона. Эта сарториальная история Лондона охватывает множество явлений разного уровня – от многолетних традиций швейных ателье Сэвил-роу до причудливых уловок послевоенной уличной моды – и в конечном итоге приводит нас на уровень глобальной системы, в которой Лондону отводится роль одного из мировых центров, имеющего право проводить официальные недели моды. Такой амбициозный размах позволил авторам коснуться многих исторических моментов, благодаря которым Лондон закрепил за собой статус модного города.

Подобные исторические экскурсии позволяют извлечь на поверхность специфические символические ассоциации,

неразрывно связанные с определенными местами. А. Рокамора (Rosamora 2009) буквально препарирует коннотации, сделавшие Париж настоящей иконой среди всемирно признанных модных городов. Автор доказывает, что Париж действительно занимает особое место в ландшафте моды: на протяжении многих лет его статус гламурной и шикарной столицы моды поддерживали художественная литература и кинематограф, журналы и газеты; и в наши дни он продолжает оставаться каноническим «святым» местом благодаря усилиям модных обозревателей. Хотя А. Рокамора сосредоточила внимание на дискурсивных формулах, из которых складывается устойчивый образ Парижа, сами они проистекают из материальных, физических реалий этого города – «из плоти его зданий» (Ibid.: 3), и помогают перформативно восстановить положение этого города на карте мировой моды. Недавние исследования культурной экономики больших городов (Florida 2004; Scott 1999) подтверждают значимость подобных репрезентаций для создания и поддержания идентичности места в условиях все более конкурентной глобальной экономики. И неудивительно, что большинство изданных в последнее время работ, исследующих географию моды и моду с точки зрения географии, не обходит стороной вопрос о все возрастающей значимости места, на которую многие города делают ставку, позиционируя себя в глобальном контексте (Pratt 2008; Pratt 2009).

Что делает город по-настоящему творческим местом? Ав-



торов, которые стремятся это выяснить, оказалось так много, что образовался целый массив соответствующей исследовательской литературы. Если верить Р. Флориде (Florida 2004) и А. Дж. Скотту (Scott 1999), художники и креативщики стали ключевыми фигурами, от которых зависит жизнеспособность современного города, по сути представляющего собой творческое пространство, – сегодня они главная движущая сила экономики больших городов. Перед исследователями стоит задача понять природу проводящих путей и информационных потоков, которые служат распространению креативных идей и преобразуют их в творчество, и разобраться в таких понятиях, как «деятельные сообщества» (communities of practice) (Wenger 1998), «неявное знание» (tacit knowledge) (Gertler 2003) и «местная активность» (local buzz) (Bathelt 2007; Bathelt & Schuldt 2008), использующихся для описания основанных на постоянных личных контактах практик и течений, на которых держится локальная креативная экономика (также см.: Bathelt et al. 2004; Weller 2007). Несмотря на то что сегодня мода, казалось бы, стала всемирным достоянием, поскольку мы можем свободно черпать знания о ней из множества источников (журналов, рекламных постеров, фешен-блогов и так далее), в действительности эти знания удивительно напоминают «вязкую» и «липкую» субстанцию (Weller 2007), которая скапливается в определенных местах – городах или отдельных городских районах – и прочно к ним прикипает. Я и сама

(Entwistle 2009; Entwistle 2010) на протяжении нескольких последних лет исследовала эти неоднородные потоки знаний о моде, следуя по всему миру за представителями элиты рабочего класса глобальной модной индустрии – моделями и байерами. Участвуя в неделях моды, которые проходят в разных городах и концах света, они демонстрируют, что каждый раз этот глобальный конвейер требует особой, соответствующей месту настройки: находясь в Нью-Йорке, ты не можешь работать в Сохо так же, как на Седьмой авеню, а попадая в Лондон, не имеешь права перепутать Кингс Роуд и Ковент-Гарден.

Карта мира моды меняется – это один из основных лейт-мотивов статей, опубликованных в сборнике под редакцией К. Бруарда и Д. Гилберта (Breward & Gilbert's 2006) и посвященных городам, которые сегодня являются центрами моды мирового значения. Все более заметное место на этой карте занимает Китай; все больше городов по всему миру обозначаются как места, где официально проводятся недели моды. И все же до тех пор пока головные офисы ведущих модных компаний будут располагаться в городах, давно снискавших славу средоточия моды, – Лондоне, Нью-Йорке, Милане и Париже, содержание информационных потоков и наполнение информационных сетей в разных местах будет радикально различаться. Такое положение дел сохранится даже при условии, что поток готовой продукции (фаст-фешен) по-прежнему будет направляться из развивающих-

ся стран южного и юго-восточного региона в сторону запада и северо-запада, чтобы удовлетворить потребность развитых стран в недорогой одежде. И было бы ошибкой полагать, что в таких странах, как Индия, Китай или Индонезия, не могут сформироваться альтернативные представления о моде, которые однажды, пусть даже этот момент наступит через десять, двадцать или тридцать лет, хлынут на нас потоком и положат конец господству этих четырех столиц современной моды.

## *Заключение*

Еще раз повторю: это предисловие ко второму изданию не содержит исчерпывающей информации. Его объем ограничен и не может вместить в себя обзор всей литературы, изданной за прошедшие пятнадцать лет. Однако я постаралась уделить внимание всем темам, которые в прошлый раз обошла стороной, и обозначить исследовательские направления, возникшие после 2000 года.

Какими исследованиями моды мы будем заниматься еще через пятнадцать лет? Вот любопытный вопрос, над которым действительно стоит задуматься. Будут ли они продвигаться вперед теми же темпами или развитие замедлится? Появятся ли у исследователей новые идеи, которые поставят под сомнение аргументы, изложенные во второй редакции моей книги? Ответ мы получим только со временем. Но одно

не подлежит сомнению: мода уже оставила свой след в науке, и он оказался настолько глубоким, что я не смогла этого предвидеть. И теперь я уверена в том, что мода навсегда сохранит за собой законное место как особая сфера научного интереса.

# *Введение*

Мода неразрывно связана с человеческим телом: тело ее создает, тело ее продвигает вперед, тело носит ее на себе. Именно с телом мода ведет диалог, именно тело обязано быть одетым почти во всех социальных ситуациях. В западной культуре, а также вне ее, что постепенно становится все более заметным, мода составляет основу основ нашего отношения к одежде и вытекающего из него опыта. В то же время она не является единственным фактором, влияющим на нашу манеру одежды в повседневной жизни, поскольку свою роль играют и другие факторы, такие как пол, классовая принадлежность, уровень доходов и традиции. Обо всем этом и говорится в этой книге. Модная одежда – это одежда, воплотившая в себе новейшую эстетику; одежда, которая в данный момент для многих является объектом желания и любования. Переводя новейшую эстетику на язык вещей и делая часть из них относительно доступными, мода поставляет сырье для производства повседневной одежды – процесса, в котором заняты многочисленные участники, задействованные на разных его уровнях и в разных подразделениях. Понимание моды требует понимания взаимоотношений между различными составляющими системы моды: колледжами моды и студентами, модельерами и модными домами, портными и швеями, моделями и фотографами, а также

редакторами модных изданий, дистрибьюторами, ретейлерами, профессиональными байерами, магазинами и потребителями. Иными словами, исследования моды последовательно охватывают сферу производства, сферу дистрибуции и сферу потребления. Если бы не существовало бесчисленных швей и портных, потребителям было бы нечего покупать в магазинах одежды. Если бы мода оставалась вне поля зрения и участия культурных посредников, в частности модных обозревателей, новейшие стили, то есть мода в самом распространенном значении этого слова, не могли бы стать достоянием широкой аудитории. Если бы потребители были невосприимчивыми к моде, модное платье так и висело бы не востребованным на фабричных складах, в магазинах и платяных шкафах. Таким образом, говоря о моде, мы говорим одновременно о множестве пересекающихся и взаимосвязанных подразделений, вовлеченных в процесс производства одежды и ее рыночного продвижения, а также о поведении людей, отдельных индивидов, которые, одеваясь, действуют в согласии со своим телом.

Подводя итог своим рассуждениям о моде, Б. Файн и Э. Леопольд (Fine & Leopold 1993; также Leopold 1992) заявляют: мода – это «гибридный предмет», поэтому исследования моды требуют понимания «взаимоотношений между чрезвычайно фрагментированными формами производства и столь же неоднородными и зачастую неустойчивыми моделями спроса» (Fine & Leopold 1993: 93). Таким образом,

исследования моды принимают в расчет «двойное значение» этого слова, рассматривая моду и как «культурный феномен, и как часть производственной сферы, делая акцент на технологической специфике этого производства» (Leopold 1992: 101). Однако эта гибридность замечена и признана далеко не всеми авторами. Многие из них тяготеют к одному или другому аспекту понятия «мода», не обращая внимания на взаимоотношения между различными составляющими процесса производства и потребления. По мнению Э. Леопольд (Ibid.), эта двойкость привела к размежеванию, выражающемуся в том, что «изучение истории потребления и [истории] производства продвигается абсолютно отдельными параллельными курсами». История потребления прослеживает подъемы и спады спроса на те или иные товары, связывая их с социальными переменами. При этом внимание, как правило, сосредоточено на особенностях индивидуальной психологии и/или самих модных вещей, которые рассматриваются как «воплощение культурных и социальных ценностей, преобладающих в определенное время в определенном месте» (Fine & Leopold 1993: 93). В подобных работах производство превращается в пассивный процесс, отражающий, по мнению авторов, не только и даже не столько потребительский спрос или индивидуальные потребности, сколько безостановочно сменяющие друг друга, зачастую противоположно направленные и иррациональные желания женской части населения. Второй массив работ, посвященных исто-

рии моды, напрямую отсылает к истории промышленного производства, а также к истории снабжения. В такого рода литературе подробно и последовательно описаны технологические инновации, проанализированы рост производительности и подход к организации труда в индустрии моды. В ней можно найти общие рассуждения о причинах подъема потребительского спроса, но без учета его специфических особенностей (даже в том, что касается изменений спроса, затрагивающих рынок предметов одежды). Таким образом, как замечает Э. Леопольд (Leopold 1992: 101), описанная в литературе история производства одежды вносит очень малый вклад в понимание системы моды. Более того, разноплановые массивы тематической литературы, будучи практически не связанными между собой, не могут создать основы для интегрированного подхода к ее изучению.

Совместными усилиями Б. Файн и Э. Леопольд выдвигают платформу для дальнейшего материалистического анализа моды. Они указывают на необходимость учитывать специфику исторического момента при рассмотрении системы моды, утверждая, что *внутри* самой этой системы существует дифференцированный подход к снабжению одеждой разных потребительских групп. По сути, мы имеем дело не с одной системой моды, а с несколькими системами, производящими одежду для разных рынков. Наряду с массовым производством все еще существуют небольшие системы производства одежды по индивидуальным меркам, представленные



от-кутюр и ателье, изготавливающими одежду на заказ, которые имеют дело с другими моделями производства, маркетинга, дистрибуции и потребления, нежели система фабричного производства, ориентированная на массового потребителя с улицы. Чтобы получить полную картину, необходимо признать существование различных подходов к производству внутри индустрии моды, а также свести воедино ключевые моменты соприкосновения и тесного взаимного пересечения практик производства и потребления. Однако до настоящего времени социальная теория почти не предпринимала попыток преодолеть пропасть, отделившую исследования, посвященные изучению производства, от исследований, фокусирующихся на изучении потребления. Социология, культурные исследования и психология были склонны сосредоточивать внимание на потреблении, в то время как экономическая теория, маркетинг и индустриальная история в основном занимались изучением развития производства. В данной книге представлен краткий обзор этой литературы, который охватывает как работы, посвященные потреблению, так и работы, освещающие производственные вопросы, однако при этом первые проанализированы более детально. Причина кроется в значимости этих работ в контексте настоящего времени, которая с 1980-х годов возрастала по экспоненте по сравнению со значимостью литературы, посвященной производству. Таким образом, данная книга в некотором смысле поддерживает разделение между литературой

о потреблении и литературой о производстве: только глава 7 непосредственно затрагивает тему производства, в то время как остальные главы главным образом освещают вопросы потребления и значения моды. Однако я согласна с Б. Файном и Э. Леопольд в том, что такое разделение носит искусственный характер и новые исследования должны принимать в расчет взаимосвязи между производством и потреблением. И я убеждена, и говорю об этом здесь, что описание моды и одежды с точки зрения социологии невозможно без признания взаимосвязей между производством и потреблением и должно основываться на рассмотрении взаимоотношений между различными движущими силами, общественными и производственными институтами, людьми и практиками.

Кроме того, я утверждаю, что подобные исследования должны соединить *моду* и *повседневное платье*, поскольку два этих феномена действительно связаны между собой, и эта связь является одной из основополагающих. Мода – определяющий фактор для повседневного платья; но в то же время получить широкое признание она может лишь в том случае, если ее эстетика переведена на язык вещей, понятный конкретным людям. Однако здесь мы вновь возвращаемся к вопросу о тематическом разделении. На этот раз речь идет о литературе, посвященной исследованию моды (как системы, идеи или эстетики), и литературе, посвященной исследованию одежды (в частности, значениям, кото-

рые подразумевают те или иные практики, связанные с одеждой и дополняющим ее декором). Работы, рассматривающие моду, относятся к области социологии, культурных исследований, истории костюма или психологии; чаще всего они не выходят за рамки теоретических рассуждений и не исследуют механизмы, посредством которых мода переводит себя на понятный язык одежды для повседневной жизни. В большинстве подобных работ мода рассматривается как абстрактная система, а теоретические рассуждения призваны объяснить, как работают ее таинственные механизмы. В свою очередь, труды, посвященные исследованию одежды как таковой, в большинстве своем написаны антропологами и носят эмпирический характер. Одежда рассматривается в них в контексте повседневной жизни конкретного сообщества или конкретных людей; и поскольку чаще всего антропологов интересуют незатронутые западной культурой традиционные сообщества, в этих работах почти ничего не сказано о моде в том виде, в каком она существует на Западе. Точка зрения психологов также ограничена, потому что в своем анализе связанных с одеждой практик они в первую очередь выделяют индивидуальные особенности, уделяя мало внимания социальным обобщениям. В этой книге я говорю о том, что такое отчуждение моды от одежды представляет собой не меньшую проблему, чем разделение производства и потребления, и утверждаю, что нам необходима социология моды-и-одежды, которая заполнит брешь

между различными массивами исследовательской литературы и всерьез заинтересуется тем, каким образом мода определяет облик одежды, а одежда интерпретирует моду. Подобное исследование могло бы переломить тенденцию либо овеществлять моду, либо превращать ее в некую абстрактную систему, что ведет к чрезмерному обобщению и упрощению, то есть к игнорированию ее сложности и неоднозначности, о чем я подробнее говорю в главе 2. Литература, отдающая приоритет теории, пренебрегает исследованием путей, которые позволяют моде найти свое место в культуре, и применимых к ней способов интерпретации, побуждающих людей либо принимать ее, делая частью своего повседневного опыта, либо отвергать. Иными словами, подобные теоретические выкладки имеют слишком мало общего с живым восприятием моды в контексте повседневной жизни.

В главе 1 я ввожу понятие «ситуативная телесная практика» (*situated bodily practice*) как ориентир для преодоления отчуждения между модой и одеждой. Этот ориентир напоминает о необходимости воспринимать моду как структурирующий фактор, который является определяющим по отношению к одежде, и вместе с тем исследовать механизмы, позволяющие перевести моду на язык повседневного платья. Тем самым он заставляет нас сфокусировать внимание на теле, которое является для них связующим звеном: мода позволяет телу обрести голос, порождая сосредоточенные на теле дискурсы, которые переводятся на язык одеж-

ды посредством телесных практик, демонстрирующих индивидуальное отношение человека к одежде. Иными словами, в повседневной жизни мода облекается в плоть. Рассматривая тело как центральную ось, вокруг которой выстраивается анализ моды/одежды, мы получаем возможность изучать практики и стратегии, продвигаясь от микроуровня индивидуального опыта составления гардероба к макроуровню индустрии моды, корпоративных стратегий и маркетинга, которые вынуждены принимать в расчет тело, создавая прототипы, продвигая и продавая моду.

В первую очередь цель этой книги – детально рассмотреть пути, которыми исследователи идут к осмыслению и описанию моды. Поэтому мое внимание во многом сосредоточено на отношении интеллектуалов к моде. Такой подход позволит понять, почему теоретики социологии упускают из виду тело (и, как следствие, саму моду): всякий раз, обращая взгляд в сторону моды/одежды, они так и норовят разлучить их с телом. Мыслители, бравшиеся писать о моде, как правило, предпочитают не замечать тела и концентрироваться на других аспектах; их интересуют пишущие о моде авторы (Barthes 1985), модная фотография (Ewen 1976; Evans & Thornton 1989; Lewis & Rolley 1997) или более общие теоретические вопросы, к примеру эмуляция и конкуренция статусов (Simmel 1971; Veblen 1953) или «подвижные эрогенные зоны» (Laver 1950; Laver 1995). Впрочем, есть и исключения; так, Э. Цеелон (Tseëlon 1997), Э. Уилсон (Wilson

2003; Wilson 1992) и Л. Райт (Wright 1992) исследуют, каким образом мода манипулирует телом. Но в целом исследователи игнорируют специфические способы, посредством которых мода выстраивает диалог с телом. То же касается взаимоотношений между дискурсами, сосредоточенными на теле и на всем, что может быть воплощено в теле. Даже в тех случаях, когда авторы принимают тело в расчет, их скорее интересует текстовое или дискурсивное тело, а не тело, в котором сосредоточены жизнь и эмпирический опыт и которое заявляет о себе посредством одежды и связанных с ней повседневных практик. В контексте повседневности одежда неразрывно связана с проживаемым в теле опытом и с манипуляциями, которым подвержено тело, но этот телесно-обусловленный аспект моды/одежды до сих пор очень мало обсуждался в литературе, о чем я говорю в главах 1 и 2.

В этой книге представлен обзор опубликованных исследовательских работ, посвященных моде и одежде, демонстрирующий разнообразие подходов к рассмотрению данного предмета (которые зачастую нельзя назвать адекватными). Однако, предлагая изучать моду/одежду как ситуативную телесную практику, мое исследование также преследует цель установить определенный ориентир для будущих социологических изысканий, о чем подробнее говорится в главах 1 и 2. Кроме того, в главе 1 указаны теоретические источники, которые могут быть положены в основу рассмотрения моды/одежды с точки зрения их взаимоотношений с телом

и телесного воплощения. В остальных главах затронут ряд наиболее значимых тем, которые занимают умы теоретиков, работающих в интересующих меня исследовательских областях. Большая часть упоминающейся в этих главах литературы, как уже было сказано выше, скорее посвящена вопросам потребления, нежели вопросам производства. В частности, в этих работах под словом «мода» часто подразумеваются определенные, современные на данный момент образчики одежды; о том, как возникла эта тенденция, подробно говорится в главе 3. Авторы большинства работ уделяют внимание средствам, которые мода предоставляет для выражения идентичности в эпоху модерна и постмодерна, и этой теме отведена глава 4. Две проблемы, непосредственно связанные с представлениями человека о собственной идентичности – и, конечно же, о собственном теле, – проблема гендера и проблема сексуальности подробно обсуждаются в главах 5 и 6. Представленный в книге критический обзор специальной литературы сквозь призму понятия «ситуативная телесная практика» призван не только продемонстрировать пути, которыми можно было бы следовать, чтобы, используя идею ситуативной практики, не упустить из виду тело, но также обозначить перспективное направление для будущих социологических исследований моды/одежды.

# Глава 1

## *Тело как объект исследования*

### *Одежда и тело*

«Одна очевидная и лежащая на поверхности истина объединяет всех людей, – заявляет Б. Тернер в самом начале книги „The Body and Society“ („Тело и общество“), – у них есть тело; тело – это и есть человек» (Turner 1985: 1). Иными словами, тело – это не что иное, как физическая среда, в которой обитает «я» человека, и оно неотделимо от этого «я». Однако Тернер упускает из виду еще один очевидный и лежащий на поверхности факт: тело человека – это *одетое* тело. Социальный мир – это мир, в котором человеческое тело всегда одето. Нагота неприемлема почти во всех социальных ситуациях; даже там, где обнаженную плоть дозволено выставлять напоказ (на пляже, в бассейне, в спальне), мы, скорее всего, не увидим абсолютно неприкрытых тел, они как минимум будут чем-то приукрашены – бижутерией, ювелирными украшениями или хотя бы капелькой духов. Когда Мэрилин Монро спрашивали, что она надевает, отправляясь в постель, актриса отвечала, что в постели носит только Chanel No. 5, тем самым подтвердив, что тело можно как-



то украсить или принарядить и без помощи обычных предметов гардероба. Одежда – одна из основ социальной жизни. Антропологические исследования доказывают, что эта истина распространяется на все известные науке культуры: все люди тем или иным способом одевают свое тело, хотя для этого не всегда используются привычные нам предметы одежды, их могут заменять татуировки, косметические или другие вещества, которыми можно раскрасить тело. Если подойти к вопросу с другой стороны, можно сказать, что ни в одной культуре человеческое тело не остается неприукрашенным, его всегда стремятся чем-то дополнить, как-то усовершенствовать или декорировать. Почти все социальные ситуации предъявляют к нам единое требование быть одетыми. Впрочем, скрывающийся за этим словом смысл может меняться от культуры к культуре и даже внутри одной культуры, поскольку одежда должна подходить случаю или быть приемлемой в конкретной ситуации. Скорее всего, вы не пойдете по магазинам в купальнике, потому что в лучшем случае просто шокируете окружающих, а в худшем вас попросят убраться прочь; и вряд ли вам придет в голову совершить заплыв в пальто и туфлях. Хотя подобные трюки неплохо работают, если нужно привлечь к себе внимание, например с целью сбора пожертвований. Культурная значимость одежды распространяется на все ситуации, включая те, что позволяют нам оставаться обнаженными: существуют строгие правила и коды, указывающие, когда и с кем мы

можем быть не одетыми. Место также имеет значение; тело не обязательно скрывать под одеждой, когда мы находимся у себя дома в приватной обстановке, но выходя на публичную арену, мы почти всегда должны быть одеты – и именно так, как того требует ситуация. Если же кто-то намеренно выставляет свою плоть напоказ или случайно оголяет непристойные части тела, это выглядит как оскорбление или вызов обществу и даже как покушение на его устои. Тело, которое не подчиняется правилам, установленным культурной традицией, и вторгается в публичное пространство, не имея на себе приличной случаю одежды, ниспровергает базовые социальные коды и рискует оказаться в изоляции или стать объектом презрительной насмешки. Стрикер, который, раздевшись догола, носится по полю для крикета или футбольному стадиону, лишний раз напоминает нам об установленных обществом правилах, совершая акт, якобы их подрывающий. Действительно, если женщина на виду у всех сбросит с себя одежду, это будет расценено как нарушение общественного порядка, тогда как мужчину-флэшера могут обвинить в непристойном обнажении (Young 1995: 7).

Универсальная природа одежды – ее повсеместное распространение – по-видимому, должна натолкнуть нас на мысль о том, что одежду и/или украшения можно отнести к средствам, интегрирующим тело в социум и наделяющим его идентичностью и содержательностью. Одеваясь, мы каждый раз готовим собственное тело к вхождению в социаль-

ный мир, придавая ему приемлемый, пристойный и по-настоящему респектабельный вид, а также делая его желанным для кого-то из окружающих. Это глубоко личный, можно сказать, сокровенный акт. И в то же время это привычное, повторяющееся изо дня в день действие, требующее определенных знаний, навыков и некоторого мастерства. И если в раннем детстве мы постигаем искусство правильно завязывать шнурки и застегивать пуговицы, то с возрастом к нам приходит чувство цвета и текстуры, мы начинаем разбираться в тканях, учимся сочетать их друг с другом так, чтобы это соответствовало реалиям нашего тела и нашей жизни. Одежда – это средство, благодаря которому каждый человек учится жить в своем теле и чувствовать себя в нем как дома. Когда нам удастся правильно подобрать вещи и выглядеть на все сто, мы чувствуем себя непринужденно и довольны своим телом. Верно и обратное: иногда достаточно всего лишь одеться не к месту, чтобы почувствовать себя неловко и уязвимо. Таким образом, одежда – это одновременно и важная составляющая интимного телесного опыта, и средство его публичной презентации. Образую границу между «я» и другими, она представляет собой интерфейс, где индивидуальное пространство человека (внутренний мир) входит в соприкосновение с социальным пространством (внешним миром), где личное встречается с публичным. Соприкосновение интимного телесного опыта с публичной сферой, осуществляемое при посредничестве моды и одежды, и являет-

ся предметом данной главы.

Обнаженное тело таит в себе столь мощный потенциал, что даже в тех случаях, когда его позволено увидеть, к примеру в произведении изобразительного искусства, нам не уйти от социальных правил и условностей. Дж. Бергер (Berger 1972) утверждает, что в контексте изобразительного искусства и медиарепрезентации существует разница между голым (naked) и обнаженным (nude) телом, поскольку обнаженное тело даже без одежды остается одетым или облаченным в покровы тех социальных условностей, на которых основаны системы репрезентации. М. Перниола (Perniola 1990) также исследует способы, которыми различные культуры, в первую очередь классическая греческая и иудаистская, описывают и преподносят наготу. По мнению Э. Холландер (Hollander 1993), роль, которую одежда играет в формировании наших представлений о теле, настолько значима, что даже на обнаженное тело мы смотрим сквозь призму связанных с одеждой условностей и руководствуемся ими при его репрезентации. Как утверждает Э. Холландер, «искусство доказывает, что восприятие наготы и связанные с ним переживания утратили свою универсальность, в отличие от восприятия одежды. Во все времена неприукрашенное „я“ имеет больше сродства с собственным обычным *одетым* амплуа, нежели с каким бы то ни было лишенным одежды человеческим „я“ из других мест и эпох» (Ibid.: xiii). Она отмечает приемы, благодаря которым изображения обнаженной

натуры в живописи и скульптуре соответствуют доминирующим канонам моды своего времени. Таким образом, обнаженная натура никогда не бывает голой, поскольку ее окутывает покров условностей современного платья.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.