

**УЧЕБНОЕ
ПОСОБИЕ**

ПИТЕР®

М. И. Килошенко



Психология моды

Концепции моды и история костюма ■

Мода и социальное поведение личности ■

Психология выбора модного объекта ■

Психология одежды, стиль, имидж ■

Психологическая карта профессий
модного бизнеса ■

Психология и прогнозирование моды ■

3-е издание

Учебное пособие (Питер)

Мая Килошенко

**Психология моды.
Учебное пособие**

«Питер»

2014

УДК 687.1:159.9
ББК 88.49

Килошенко М. И.

Психология моды. Учебное пособие / М. И. Килошенко —
«Питер», 2014 — (Учебное пособие (Питер))

ISBN 978-5-496-00442-8

Перед вами уникальное учебное пособие по одной из самых молодых психологических дисциплин – психологии моды. Мода, по выражению Пьера Кардена, – это отражение индивидуальных качеств отдельной личности в социальном и моральном аспектах. Цель психологии моды – дисциплины, изучающей личность в условиях моды, – объяснить, почему, как и каким образом происходит это отражение. В книге описаны психологические закономерности и особенности моды на одежду, обувь, аксессуары; широкий спектр теорий и гипотез в области психологии моды как уникального социально-экономического явления; богатый фактический, экспериментальный и иллюстративный материал; тщательно подобранные вопросы и упражнения для самостоятельной работы. Пособие предназначено для студентов и специалистов в области моды, дизайна, журналистики, маркетинга, рекламы, имиджологии, психологии, социологии и философии, а также для всех поклонников и поклонниц моды.

УДК 687.1:159.9

ББК 88.49

ISBN 978-5-496-00442-8

© Килошенко М. И., 2014

© Питер, 2014

Содержание

Предисловие к третьему изданию	6
Предисловие	7
Глава 1. Введение в психологию моды	8
1.1. Актуальные вопросы психологии моды	9
1.2. Психология моды и история костюма	11
Мода как свод правил ношения одежды	11
Мода как подражание	13
Мода как эталон вкуса	16
Мода как образ жизни	19
Мода как способ самовыражения	21
Мода как социальная норма	25
Мода как массовое поведение	27
Мода как отношение	30
1.3. Психология моды и концепции моды	33
Автократическая теория моды	33
Мотивационная теория моды	47
Эволюционная теория моды	52
Конец ознакомительного фрагмента.	55

М. Килошенко
Психология моды
3-е издание

Рецензенты:

доктор психологических наук, профессор *А. Л. Свенцицкий*,
кандидат искусствоведения, доцент *И. Г. Нехорошева*.

© ООО Издательство «Питер», 2014

Предисловие к третьему изданию

Еще двадцать лет назад о психологии моды как самостоятельной психологической дисциплине никто и не думал. Девятнадцать лет назад российские дизайнеры почувствовали необходимость в психологических знаниях. Восемнадцать лет назад в один из солнечных майских дней мне предложили подготовить и прочесть учебный курс «Психология моды», и я тотчас согласилась.

В то время я была увлечена проблемами рефлексии невербального поведения, и связь между психологией невербального поведения и психологией моды казалась вполне очевидной, было, как говорят, за что зацепиться. Но я тогда совсем не подозревала, что в моде так много других аспектов, которые почти не исследованы психологами.

Первое авторское издание «Психологии моды» практически совпало со 100-летием выхода в свет классической статьи «Психология моды» немецкого философа и социолога Георга Зиммеля. Это, поверьте, произошло случайно. Зато сейчас есть уникальная возможность сравнить, насколько далеко психологическая наука продвинулась в понимании этого вопроса и что приходится преодолевать при этом.

Третье издание отражает заметный рост в последнее десятилетие научного интереса к социально-психологическим проблемам моды. Издание отличается от предыдущих включением новых научно обоснованных и экспериментально проверенных фактов, которые раскрывают особенности личности и поведения субъектов моды. Современные данные позволяют уточнить психологическое определение понятия «мода» и доказывают необходимость пересмотреть существующие стереотипы относительно функционирования моды на социальном и индивидуальном уровне. Психология моды объясняет вопросы, которые до сих пор оставались дискуссионными в рамках других наук. Например, вопросы духовно-нравственного развития человека, психологии здоровья, социальной интеграции и реабилитации.

Бесспорно, мода – междисциплинарный объект изучения, но социальная психология должна сыграть ведущую роль. Хочу искренне поблагодарить моих коллег, живущих в самых разных уголках Земли, которые понимают актуальность разработки социально-психологических проблем моды, стиля, имиджа и вносят заметный научный вклад в дисциплину, доказывая ее жизнеспособность.

М. И. Килошенко Санкт-Петербург, 2013 г.

Предисловие

Предлагаемая читателю книга – попытка прочтения психологического подтекста одного из самых многогранных явлений в жизни человека – моды. Следует сразу оговориться, что речь в ней пойдет, прежде всего, о психологических закономерностях моды на одежду, обувь, аксессуары. Именно эти вещи стали сегодня неотъемлемыми атрибутами социального бытия человека.

Уже написаны многие увлекательные тома об исторических, этнографических, географических предпосылках использования человеком данных вещей. Не менее интересными являются и книги, описывающие результат их использования. Но все актуальнее становится желание «разговорить» эти атрибуты, а значит, познать их психологическую сущность.

Моя книга предназначена для истинных поклонников и поклонниц моды. Надеюсь, она будет полезной и для начинающего дизайнера, и для находящегося в зените славы кутюрье. Моя книга – для психологов, неутомимых исследователей законов и закономерностей психической жизни человека, для психотерапевтов, стоящих на страже психического здоровья личности. Моя книга – для искусствоведов, проводников в мир прекрасного, и для всех тех, кто стремится сделать мир уютным, красивым, безопасным, и тех, кто хотел бы жить в таком мире.

Появлению этой книги я во многом обязана моей маме, Ирине Ивановне Килошенко, мудрой, заботливой, скромной, тихой, ненавязчиво способствующей развитию вкусов и способностей своих детей, никогда не ограничивающей их творческие порывы (о сколько метров ткани были истерзаны моими ножницами в попытке создать нечто, что могло бы называться «модным нарядом» или «обновкой»!). Глубоко признательна моей сестре Наташе за то, что она уверенно подтолкнула меня к серьезным занятиям психологией.

Искренне благодарна профессору Анатолию Леонидовичу Свенцицкому за полезные замечания и предложения по поводу осуществления замыслов.

Огромное спасибо моему другу Олегу Криницкому за помощь в переводах с английского и моральную поддержку моих литературных опытов.

Я не смогла бы написать эту книгу вне атмосферы науки, творчества, практики и дружеского общения, царящей в Санкт-Петербургском государственном университете технологии и дизайна, личного участия профессоров Юрия Владимировича Манько, Ирины Николаевны Сафроновой, Бориса Михайловича Тараканова.

Отдельное спасибо моим студентам, чей живой интерес к психологическим проблемам моды послужил для меня стимулом к написанию этой работы.

М. И. Килошенко, кандидат психологических наук, доцент

Глава 1. Введение в психологию моды

Будущее моды известный французский модельер Пьер Карден связывает с исследованиями в области математики, экономики, социологии, психологии и даже философии. Психологические исследования претендуют стать приоритетными. Подтверждение тому – многочисленные определения моды, раскрывающие в той или иной степени прежде всего психологическое содержание этого уникального социального явления.¹ Мода, по Кардену, – это отражение индивидуальных качеств отдельной личности в социальном и моральном аспектах.² Объяснить, почему, как и при каких условиях происходит это отражение – цель психологии моды.

¹ Историко-психологический анализ определений моды представлен в разделе 1.2 «Психология моды и история костюма».

² Орлова Л. В. Азбука моды. М.: Просвещение, 1989. С. 10.

1.1. Актуальные вопросы психологии моды

Люди создают специфические условия для появления, представления, принятия и освоения моды. Кто эти люди? Что побуждает их заниматься модой? В чем специфичность условий возникновения и распространения моды? Чем одна мода отличается от другой? Есть ли разница между прихотью и модой?

Мода отражает черты личности. Но как соотносятся между собой изменчивость моды и устойчивость некоторых личностных черт? Почему женщины оказываются более зависимыми от модных веяний? Правда ли, что модники зачастую слишком поверхностны?

«Лучше умереть, чем быть немодным» – мнение, отражающее настроение большинства. Определяет ли мода характер и формы социальной активности людей? Можно ли устоять перед модными соблазнами и при этом не утратить сложившихся социальных связей? Почему «модные гонки» столь многочисленны? В какой степени участие в «модной гонке» – факт сознания личности? Экстенсивность «модной гонки» совершенствует или разрушает личные вкусы?

Модное всегда таит в себе некоторый код. Кто и зачем его придумывает? Как это происходит? От каких факторов зависит его успешная разгадка? Как предугадать код будущей моды?



Что заставило эту женщину рисовать шов на голой ноге? Мода!

(Corbis-Bettmann)

Все эти вопросы тесно взаимосвязаны: они затрагивают и взгляд конкретного человека на моду, и взаимное влияние людей. Это как раз то, что интересует психологов, занимающихся модой. Психология моды изучает мотивацию и типы поведения следующих за модой людей, их личностные особенности, включая используемые ими механизмы психологической защиты и социальной адаптации. Психология моды исследует творческую природу процессов создания, представления и распространения моды, ведет разработку концепций и методов прогнозирования реакций потребителей. В целом можно сказать, что *психология моды изучает закономерности поведения и деятельности людей в условиях актуальной моды, исследует созидание человеком нового, оригинального в области модной индустрии.*

В эпоху постмодернистского мировоззрения, когда мода теряет былую жесткость, исследования психологии моды приобретают большое прикладное значение в таких сферах человеческой жизни, как психическое и физическое здоровье, потребление, работа и отдых, общественная деятельность.

Психология моды на сегодняшний день – одна из самых молодых психологических дисциплин. Уточняя границы своих исследований, она исходит из современных представлений о моде, учитывает новейшие достижения научной мысли в социальной психологии, психологии личности и психологии творчества.

1.2. Психология моды и история костюма

Психологическое исследование целесообразно начать с изучения эмпирических фактов, зафиксированных в исторических и литературных источниках. Факты, согласно методологии научного познания, дают стимул для образования новых теоретических знаний, которые в свою очередь, если они достоверны, могут снова участвовать в формировании новейших фактов и т. д.

Обращение к истории костюма позволяет проследить изменения в содержании представлений человека о моде. О моде люди говорят почти семь веков. В каждый исторический период тот или иной аспект моды – эстетический, моральный, экономический или социальный – выступает на первый план. Естественно, что в таких условиях постановка рабочих гипотез психологических научных исследований затруднена. Необходимо найти исчерпывающее определение понятию «мода». Задача не из легких, тем не менее ее решение видится в историко-психологическом анализе развития костюма и моды.

Анализ исторического развития костюма и специфики появления и распространения моды исследователи В. Брун, Ф. Готтенрот, Н. М. Каминская, М. Н. Мерцалова, Д. Паке и другие³ осуществляют относительно особенностей развития общества и производительных сил.

В древних цивилизациях и государствах раннего Средневековья костюм был выражением обобщенного социального характера, социальных установок и стереотипов народов. Например, в египетских костюмах Древнего царства (2780–2280 гг. до н.э.) подчеркивалась половая идентичность. Костюмы Нового царства (950 г. до н.э.) придавали внешнему облику человека черты изнеженности и изящества в соответствии с эстетическими идеалами времени. Социальная роль женщины отражена в костюмах народов Передней Азии (III–I тыс. до н.э.) и крито-микенском костюме (2600–1250 гг. до н.э.). Героизм как социально-типическая черта подчеркнут в костюме Древней Греции (V в. до н.э.). Костюмы Древнего Рима (V в. до н.э. – V в. н.э.) акцентируют величественность в мужском костюме, кокетство и красоту – в женском. Эмоциональный характер народа читается в этрусском костюме (VII–III вв. до н.э.). Христианское мировоззрение нашло отражение во внешнем облике людей Византийской империи (IV–XV вв.). В западноевропейских костюмах раннего Средневековья выражается стремление людей выйти за пределы действительности, мечта о благополучной и богатой жизни. В эпоху позднего Средневековья костюм становится одним из важных способов формирования облика нового светского человека, и в это же время «светскость» начинают ассоциировать с «модностью», а само время – с рождением «модного человека».

Мода как свод правил ношения одежды

По свидетельствам историков, феномен, который с середины XIV столетия обозначают понятием «мода», вероятнее всего, возник в западноевропейских странах спонтанно, с появлением все большего количества новых одежд различной формы и разных названий. С этого времени европейский костюм перестает быть сочетанием строго определенных одежд – шенс, блю, брэ или шемиз, котт, сюрко. Появление разнообразных одежд помогло сложиться объединяющему понятию «костюм».

Правила сочетания разнообразных одежд в одном костюме закрепились за понятием «мода» (от лат. *modus* – мера, образ, способ, правило, норма). Первыми исполнителями этих правил стали представители высшего сословия.

³ В учебном пособии используются исторические факты, приводимые в книгах Ф. Готтенрота, Н. М. Каминской, Р. М. Кирсановой, М. Н. Мерцаловой, Д. Паке, К. Белл и др.

Мода Средневековья может рассматриваться и как некоторый способ достижения установленных временем идеалов личности. Так, феодал – рыцарь этого времени – должен был быть гибким, ловким и подвижным. Новый мужской костюм, частью которого были, например, жакет или пурпуэн прилегающего силуэта, обязательно подчеркивал фигуру, и его владелец выглядел идеально.



Мазовшанский дворянин и польские рыцари. XIV век
(<http://s53.radikal.ru/>)

С бурным развитием средневековой культуры центром общества становится женщина. Постепенно складывается культ Прекрасной дамы. Ослабление влияния церковного учения о греховности плоти позволяет женщине ощутить свою силу, полагаясь на свою физическую привлекательность. Костюм верно служил ей, подчеркивая женскую красоту. Развитие кроя в течение XIV века способствовало созданию разнообразных форм женской одежды, что, в свою очередь, позволяло добиваться все новых и новых художественных решений костюма. Классическим примером одежды, созданной по новому принципу кроя, считается «королевское сюрко», по изяществу плавных линий не имевшее себе равных в предшествующие эпохи.

К XIV–XV векам относятся и первые постановления о костюме цеховых объединений – своеобразные своды правил ношения одежды представителями разных ремесел. Каждая страна

закрепляла свои особенности в костюмах одной и той же профессии, но везде существовал обычай носить привязанные к поясу орудия или знаки своего ремесла.

Средневековое представление о моде связывается с конкретными способами изготовления различных видов одежды и правилами ношения костюма. В этом смысле всех людей позднего Средневековья можно было называть модными. Средневековые правила ношения костюма (средневековая мода) впоследствии не раз использовались модельерами в качестве источника идей для определения модных направлений (например, ношение жакета на голом теле или поверх другого жакета).

Мода как подражание

Сравнительно частая смена форм костюма позднего Средневековья, увлечение любой новинкой в аристократических кругах породило ажиотаж копирования костюма в среде богатых горожан. Против этого явного нарушения сословной структуры общества издаются многочисленные указы, запрещающие третьему сословию носить дорогую одежду. Указами регламентировалась также длина шлейфа, высота головного убора и даже длина носка обуви. Особые предписания были и по поводу качества используемых тканей и материалов, особенностей кроя и декора. Тем не менее даже в крестьянских одеждах заметно стремление воспроизвести силуэт костюма феодала. В праздничной одежде сходство с одеждой господ обнаруживается еще сильнее.

Интенсификация непосредственного общения между королевскими домами и дворянством Европы XV–XVI столетий, их соперничество в могуществе и влиятельности, продолжительность пребывания иностранцев на земле того или иного государства вследствие длительных войн – все это создавало предпосылки к появлению интернационального костюма.

Копирование одежды одних людей другими вопреки существующим правилам стало возможным на фоне начавшейся реформации общества, роста прогрессивных настроений, интереса к наукам, искусствам, распространения учености. В психологии процесс копирования поведения других принято определять как подражание. По всей вероятности, подражание в одежде стало одним из важных психологических механизмов социализации человека позднего Средневековья, а мода приобрела новое значение – подражание.

Эпоха Возрождения стала эпохой создания особого слоя социальной атмосферы общества, определяемого веяниями моды. Так, металлический каркас, силуэт костюма и плетеный крахмальный воротник завоевали всю Европу XVI века и создали славу «испанской моде». И произошло это, несмотря на вражду между Испанией и западноевропейскими государствами, в первую очередь, между Италией и Францией.

В Италии подражание испанцам доходит до простого копирования. Образ итальянца XV века, которым восхищалась и которому завидовала вся Европа, в XVI веке стал ассоциироваться с предательством, коварством, продажностью и тонко скрытым злодейством. Испанская мода усиливала эти ассоциации. Лишь венецианский костюм сохраняет свои особенности с ярко выраженной декоративностью и репрезентативностью.⁴ Венецианский женский костюм считается своеобразным гимном цветущей, земной женской красоте.

⁴ Непрезентативность костюма – соответствие признаков костюма местным особенностям, отвечающим эстетическим вкусам жителей местности.



Пример славы «испанской моды»

(Ф. Снейдерс (1579–1657). *Фруктовая лавка. Между 1618 и 1621. Санкт-Петербург, Государственный Эрмитаж*)

В Англии увлечение испанскими модами начинается в 60–70-х годов и выражается в преувеличении всех форм и деталей устоявшегося в первой половине XVI века английского классического костюма. В результате возникла пародия на испанские образцы. Английские горожанки постепенно начинают подражать экстравагантному дворянскому костюму, стягивая фигуру жестким корсажем. И только чувство меры, утраченное в среде дворянства и крупного купечества, отличает их.

Костюмы иностранцев были не единственным источником подражаний или заимствований каких-либо деталей. По преданию, королева Кастилии Хуана Португальская, желавшая скрыть свою беременность, превратила женский костюм в жесткий футляр. Это событие относят к 1468 году. В то время ее изобретение настолько отвечало духу времени, что быстро распространилось и в Кастилии, и в Арагоне и положило основу европейскому каркасному женскому костюму, просуществовавшему в разных вариантах до начала XX века.

В Италии первое место среди законодательниц моды занимала аристократка Лукреция Борджиа. Ее платье с темными бантиками неправильной формы, подчеркивающими необычную линию декольте и вызывающими не всегда даже осознанное недвусмысленное беспокойство, имело особый успех среди местной аристократии.



Итальянская аристократка Лукреция Борджиа – законодательница моды
(Б. Венето. Лукреция Борджиа. 1500–1502. США. Индиана. Университет Нотр Дам)

Юные фавориты французского короля Генриха III (1575–1588) совместно с ним изобретают всевозможные костюмы, отличающиеся вычурностью пропорций, форм и силуэта. Пальма первенства, предполагают историки, принадлежала герцогу Сен-Мегрену д'Эпернону, расставшемуся с доброй половиной мужской одежды. Так, на его стройных ногах остались только белые вязаные шелковые шоссы. Его примеру последовали многие.

Почти два века потребовалось для того, чтобы мода из способа действий человека с предметами одежды была преобразована в цель социальных действий индивида, позволяющих заявить о своих притязаниях на определенную социальную роль.

Мода как эталон вкуса

Жизнь Барокко,⁵ ассоциируемая с напряжением эмоций и экспрессивностью, творческим подъемом и динамичностью форм, создала благоприятные условия для выработки новых значений моды. Барокко не отменяет подражания в одежде, но предъявляет к нему особые требования: подражать следует тому, что соответствует эстетическому вкусу «человека Барокко»⁶ с его культом «имперсонализма, богатства, роскоши, придворности и взрывоопасной радости жизни».⁷

В этот период закрепляется представление о моде как об эталоне или стандарте, в соответствии с которым человек может изменять свой внешний вид, демонстрировать или, наоборот, скрывать черты характера, устанавливать необходимую социальную дистанцию. Главное – оправдать ожидания общества и получить его одобрение.

Мода Барокко зачастую связывается с влиянием королевских особ Франции. При дворе царили строгий этикет, сложный церемониал и требовался соответствующий этикету костюм. Среди самых модных монархов называют Генриха IV (1589–1610) и Людовика XIV (1643–1715). Утверждаемая ими мода, случайно или намеренно, быстро распространялась среди придворных, в государстве и по всей Европе. Мода часто менялась. Например, на протяжении XVII века костюм знати изменялся шесть раз.

⁵ Барокко – от ит. *barocco*, букв. вычурный; жизнь Барокко – ит. «La vita Barocca».

⁶ «Человек Барокко» – понятие, введенное немецким историком искусства К. Гурлиттом.

⁷ Чечот И. Барокко как культурологическое понятие // Барокко в славянских культурах. М.: Наука, 1982. С. 328–337.



Генрих IV (1589–1610) (П. П. Рубенс (1577–1640). Учреждение регентства. 1622–1625. Франция. Париж. Лувр)



Людовик XIV (1643–1715) (Г. Риго (1659–1743). Портрет Людовика XIV. 1701. Франция. Париж. Лувр)

Учредители королевской моды

Следование королевской моде в этот период, вероятно, определялось стремлением представителей высших сословий подчеркнуть почтение к автору новшества и восхищение его вкусом, желанием вызвать расположение к себе, невзирая при этом на нелепость некоторых модных предложений. Один из ярких примеров тому – мода французского дворянства на мужской костюм, создающий полудетский облик в подражание малолетнему королю Людовику XIV. Костюм этого периода состоял из сорочки, богато декорированной кружевом и бантами, короткой куртки-весты с рукавами до локтя и штанов-ренгравов, доходящих до колен.

Барокко придало моде значение эталона и обязало людей демонстрировать социально одобряемое и ожидаемое поведение в обществе. Эталон восхищает и манит, но он труднодостижим. Манеры поведения и одежда оказались тесно взаимосвязанными. Подражание в одежде становилось все более осознанным и проявлялось как подражание эталону, отвечающему эстетическим вкусам времени. Фактическое появление многообразия моделей одежды отражает стремление достичь эталона тем или иным способом. Можно предположить, что эпоха Барокко заложила фундамент для плюрализма моды, получившего развитие в конце XX – начале XXI века в виде не только многообразия моделей, но и стандартов.

И еще одно важное историческое наблюдение. Стиль барокко появился в XVI–XVII веках в итальянских городах Риме, Мантуе, Венеции, Флоренции. Умение сочетать вкус и моду, вероятно, закодировано в генах итальянцев, что объясняет их неизменный вкус, несмотря на ревностное следование моде.

Мода как образ жизни

В XVIII веке намечается тенденция к абсолютизации роли моды в жизни общества. «После нас хоть потоп!» – знаменитая фраза фаворитки Людовика XV маркизы де Помпадур выражает отношение к миру всего французского первого сословия, переместившегося для общения из дворцовых парадных интерьеров в аристократические гостиные. В атмосфере французских салонов формировалась новая культура XVIII века со своим языком – изящным, галантным и ироничным, с определенными правилами поведения. Идейной и эмоциональной основой стиля французского рококо⁸ стал гедонизм и индивидуализм.

⁸ Рококо (фр. *rococo* – вычурный, причудливый от *rocaille* – скальный; от *roc* – скала, утес) – оригинальный художественный стиль, выработанный в искусстве Франции первой половины XVIII века.



Мода на гедонизм

(Ф. Буше (1703–1770). Портрет маркизы де Помпадур. 1756. Мюнхен. Старая Пинакотека)

Жизнь светских салонов Парижа была уподоблена маскараду и ставилась в зависимость от моды, которая диктовалась фаворитками короля Людовика XV маркизой де Помпадур и мадам Дюбарри, королевой Марией Лещинской. Мода этого периода ассоциируется с некоей мистерией духа и тела, выраженной в костюмах, которые подчеркивали кукольную грациозность, сказочную условность, фантастические черты образа, далекого от реальной земной жизни. Декоративность костюма в стиле рококо нарушала естественные пропорции человеческой фигуры, подчеркивала контрастность ее верхней и нижней частей, отрицала практичность и удобство.

В этот исторический период за модой закрепляется значение изменчивой детерминанты образа жизни человека. Мода определяла прежде всего повседневную жизнь, ее влияние наблюдалось в одежде и манерах поведения, ценностных предпочтениях и вкусах, увлечениях, устройстве быта. Мода определяла стиль жизни, который удовлетворял бы индивидуальные

биологические, социальные и эмоциональные потребности современника. Обобщая, можно утверждать, что мода становилась способом адаптации к жизни.

Соединение жизнелюбия и пессимизма, радости и тоски, ощущения новизны форм и предчувствия конца – характеристика эпохи рококо, предопределившая на несколько столетий вперед и особенности моды как уникального социального явления.

Мода как способ самовыражения

Великая французская революция 1789 года повлекла за собой изменение системы общественных ценностей, утверждение нового демократического типа отношений, определение новой социальной роли и нового социального положения женщины в буржуазном обществе. На авансцену истории была выведена женщина эксцентричная, страстная, независимая. Эти обстоятельства, по мнению историков, определили интенсивное развитие именно женской моды, в то время как формы мужской одежды все более стабилизируются. С 1805 по 1814 год мода менялась каждую неделю. Издатели модных журналов не поспевали вовремя информировать своих читательниц о новинках, несмотря на то что выпускали новые номера два раза в неделю.

Так как прошлое с его традициями, нравами, языком, троном, алтарями, модами и манерами исчезло, а в один день нельзя было создать общество с новыми обычаями, правилами приличия и с новыми костюмами, то все щеголи и щеголихи принялись подражать древним векам и исчезнувшим нациям. В моду вошли греческие туники, хламиды, турецкие далманы, швейцарские шапочки, греческая обувь – котурны. Вскоре появились египетские платья, алжирские чалмы, нильские косынки и чепчики «à la Crocodile». Теплые салопы на вате, спенсеры с меховой опушкой и далманами – проявления англomanии в моде того времени. При этом каждый стал одеваться, гримироваться, даже говорить по своему вкусу и желанию. «...Наступило время всеобщего переряживания, время какого-то бесконечного карнавала и безграничной оргии»,⁹ – так характеризовал современник начало столетия.

⁹ Дамские моды XIX века. Историко-художественная монография о женских нравах и вкусах. СПб.: Типография А. С. Суворина, 1899. С. 10.



Французская карикатура на дамские шляпки-«невидимки»
(Серия гравюр. *Le Suprême Bon Ton*. 1810, № 16)



Подражание прошлому

(В. Л. Боровиковский (1757–1825). Портрет Марфы Ивановны Арбеновой, урожденной Козловой (1741–1804). 1798. Санкт-Петербург. Государственный Русский музей)

За неоднократной резкой сменой западноевропейских мод, характерной для этого революционного времени (как в прямом, так и переносном смысле), угадывается личность, мечущаяся между прошлым и будущим в поисках смысла жизни. Поэтому в моде XIX века находит свое отражение и романтизм, и классицизм, допускается эклектика и даже отрицание (например, стиль модерн).



Возвращение романтики. Платья периода бидермайер
(*Mode française de 1848 à 1864. Archive Photos, France*)

Возвращение к романтическому прошлому не могло не сказаться на появлении модных тенденций в одежде, принимаемых всеми сословиями без исключения. Пример тому – «нагая мода» в стиле мадам Рекамье,¹⁰ платья периода бидермайер.¹¹ «Романтизм... таинственная почва души и сердца, откуда поднимаются все неопределенные устремления к лучшему и возвышенному... Романтизм есть не что иное, как внутренний мир души человека, сокровенная жизнь его сердца... и поэтому почти каждый человек романтик...»,¹² – писал В. Белинский. Романтические настроения, мечты, поступки как нечто возвышенное, благородное, бескорыстное и потому восторженное, оторванное от реальности и устремленное к некоему несбыточному идеалу создали благоприятную основу для небывалого расцвета французской женской моды.

Женщина конца века, одетая по последней моде, сравнивалась с таинственным привлекательным сфинксом, который поджидает праздного путника на перекрестке его жизненного пути. Внешняя привлекательность гармонично сочеталась с психологией женщины. «Современная парижанка, – читаем в специальном издании “Нового журнала Иностранной литературы” от 1899 года, – очень развитая и интеллигентная, прекрасно понимающая и схватывающая всякие явления, всякие оттенки современной жизни, которая несется на всех парах и которая постоянно подталкивает человечество на новую беспрестанную деятельность, также стремится к самостоятельной деятельности».¹³ Сам собой напрашивался вывод о том, что мода отнюдь не разрушает личность женщины, а, наоборот, помогает сформировать образ современной женщины.

¹⁰ Мадам Рекамье – Юлия Аделаида Рекамье (1777–1849) – жена парижского банкира, светская красавица, хозяйка модного аристократического салона в Париже, ввела моду «à la antique».

¹¹ Бидермайер (нем. *Biedermeier* – игра слов: «бравый господин Майер» от *Biedermann* – бравый и *Meier*) – художественный стиль оформления жилого интерьера, мебели, живописи, графики, получивший распространение главным образом в Германии и Австрии в 1815–1848 годы. Стиль утверждал идею простоты и практичности, стремления к уюту и комфорту.

¹² Белинский В. Г. Полн. собр. соч.: В 13 т. М.: Изд. АН СССР, 1953–1959. Т.7. С. 145–146.

¹³ Дамские моды XIX века. Историко-художественная монография о женских нравах и вкусах. СПб.: Типография А. С. Суворина, 1899. С. 234.

Доктор философии Доминик Паке так формулирует итог развития идеала красоты и моды XIX века: «В то время, когда Фрейд открывал глубины психоанализа, женщина инстинктивно предчувствовала, что отныне основное значение будут иметь своеобразие ее личности и внешности, ее истинная природа, и что ее красота будет теперь в гораздо большей степени заключаться в искусстве просто жить, а не в искусстве нравиться».¹⁴

Таким образом, мода приобретает личностный смысл, или персональное значение – «значение-для-меня».¹⁵ За личностным смыслом моды скрываются особенности решения человеком проблемы соотношения индивидуальных потребностей и социальных стандартов. Сущность моды XIX века определяют особенности связи социальной позиции с субъективно воспринимаемой значимостью для личности тех или иных предметов. Исторические факты указывают на различную меру осознанности значимости модной одежды, ее зависимость от потребностей, мотивов и ценностей личности.

Мода как социальная норма

XX век – век технического и информационного прогресса, гуманизации всех сфер общественной жизни, век промышленного производства одежды – значительно и резко упрощает формы костюма. Но это упрощение затрагивает только внешние характеристики. Интересы модниц и модников века смещаются и концентрируются на все усложняющейся внутренней, так называемой «духовной» жизни костюма, которая ассоциируется с эмоциональностью, нравственностью, образной выразительностью.

Костюм становится результатом совместного творчества модельера и того, кто носит этот костюм. Одним из первых эту тенденцию заметил Поль Пуаре (1879–1944), патриарх haute couture,¹⁶ сделав в начале века сенсационное заявление: «Следовать моде уже не модно... хорошо одетой может считаться только та женщина, которая изобретает что-то свое и смело этим пользуется. Тем же, кто привык покорно следовать моде, этого искусства не постичь никогда».¹⁷

¹⁴ Д. Паке. История красоты. М.: Астрель, Аст, 2001. С. 75.

¹⁵ «Значение-для-меня» – понятие, используемое психологом А. Г. Асмоловым в определении понятия «личностный смысл».

¹⁶ Haute couture (фр.) – высокая мода, мода «от кутюр».

¹⁷ Harper's Bazaar. Май–июнь, 1996. С. 25.



Сотворчество

(П. Пуаре (1879–1944), *nampuapx haute couture* (www.liveinternet.ru))

В процесс сотворчества модельера и потребителя активно вмешивается мода. При этом обнажается противоречивость позиции потребителя. С одной стороны, он противостоит моде, чтобы сохранить свою индивидуальность, но, с другой стороны, покорно следует за ней, чтобы не быть оторванным от своей социальной и культурной среды. П. Пуаре указывает компромиссный способ разрешения данного противоречия: «Конечно, считаться с требованиями моды все же приходится хотя бы для того, чтобы не казаться белой вороной и сохранить гармонию с окружающим миром. Но пусть это будет в пределах здравого смысла».¹⁸

Считаться с модой в пределах здравого смысла – сверхзадача, предопределившая поведение людей на целое столетие вперед. Ее решение связывалось с определением каждым человеком индивидуального модного пространства. Пределы такого пространства устанавливаются

¹⁸ Там же.

сознательно и регулируют отношения типа «индивидуальное – общественное». Проникающие, а не сплошные, границы пространства позволяют развернуть творческий процесс освоения личностью модных предложений и предложить общественности что-то свое.

Мода принимает значение социальной нормы. Социальная норма в отличие от стандарта менее формализована и представляет собой некоторый образец поведения или поступка, который является типичным или репрезентативным для группы либо общества. Частое появление образца в определенном обществе приводит к тому, что он принимается за отражение этого общества и как санкционированный членами этого общества. Возникают предпосылки для формирования массовой моды.

Мода как массовое поведение

Интенсивное развитие на рубеже XIX и XX веков и в первые десятилетия XX века Домов мод Дусе, Пакена, Руффа, Ворта, Пату, Лелонга, Бальмена, Лаферьер, Редфери, Ланвен, Шанель, Вионне и Скьяпарелли и постепенное наращивание темпов промышленного производства одежды существенным образом сказалось на увеличении количества образцов одежды. Активность людей в освоении модного пространства была настолько велика, что к середине века приобрела массовый характер. Американский социальный психолог Имори Богардус (E. S. Bogardus) в начале 1940-х замечает: «Мода – уникальный процесс, который постепенно создает массовое поведение».¹⁹



Мода как объект государственного регулирования
(А. Егоров. *Парад с серпом и молотом*. 1957)

В массовой моде нашло отражение мировоззрение индустриального общества, получившее в последние десятилетия XX века название модернизма. Модернистское мировоззрение

¹⁹ Bogardus E. S. Fundamentals of Social Psychology. N. Y., 1942. С. 299.

поддерживалось несколькими тесно взаимосвязанными между собой мифами.²⁰ *Миф о прогрессе*, согласно которому человечество идет от этапа к этапу вверх по ступеням прогресса, проявился в динамизме и изменчивости моды. Вера в то, что новое всегда лучше старого, породила пренебрежительное отношение к старомодным одеждам и вызвала стремление к новым, более прогрессивным моделям.

Эпоха модернистского мировоззрения характеризуется как эпоха культурного разрыва, даже конфликта между поколениями. Каждое из них создавало свою субкультуру, отвергавшую субкультуру другого поколения. В 50–60-е годы XX века в СССР одежда людей 30–40-летнего возраста резко отличалась от одежды молодежи.

Другим мифом модернизма, существенно повлиявшим на развитие моды, был *миф о единообразии мира*. Отсюда тенденция к унификации одежды на фоне уничтожения национальных костюмов. Для модернистского мировоззрения характерно понимание моды как строгого стандарта, не терпящего отклонений, которые однозначно воспринимались как признаки несовременности.

Миф о познаваемости мира абсолютизировал роль науки в познании всех тайн мироздания. Безусловный оптимизм стал характерной чертой модернистского сознания. Мода культивировала и поддерживала оптимистичное настроение в массах. Мнение известного французского кутюрье Кристиана Лакруа подтверждает эту тенденцию: «Часто о высокой моде ошибочно судят как о некоем воплощении гордыни. Разглагольствуют, что ее цель – демонстрация высокого социального положения и богатства. На самом же деле искусство моды – это попытка прорыва в таинства мироздания».²¹

²⁰ См.: Ильин В. И. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000.

²¹ L'Officiel. 1997. № 1.Р. 215.



Студент Дима Елисеев на гребне моды. Санкт-Петербург. 1975
(Из семейного архива Елисеевых)

Миф об управляемости мира вытекал из мифа о полной познаваемости природы и общества. Познание открывало пути, давало право управлять в соответствии с открытыми закономерностями. Представление о моде как стандарте массового поведения открыло, прежде всего для тоталитарных государств, пути управления данной формой массового поведения.

Например, советское государство присваивало себе право решать, какие фасоны одежды соответствуют духу времени и содействуют воспитанию людей, а какие отражают буржуазные нравы. Личное потребление выступало как объект государственного регулирования даже самых тонких деталей. Например, джинсы, вошедшие в моду по всему миру с начала 1960-х годов, в СССР запрещалось производить вплоть до конца 1980-х, когда появились первые фабрики, выпускавшие эту продукцию ограниченными партиями, запрещался и оптовый ввоз этих товаров в страну. Отражением модернистского мировоззрения советского образца были попытки с помощью школы, добровольных народных дружин, общественных организаций бороться с длинными волосами, слишком узкими или слишком широкими брюками.

Эпоха модерна – это эпоха массового производства однотипных вещей. Массовое производство порождало массовое потребление в соответствии с общепринятыми образцами.

Мода как отношение

Во второй половине XX века на смену эпохе модернистского сознания пришла эпоха мирного сосуществования модернистского сознания со все более усиливающимся постмодернистским мировоззрением, отражающим тенденцию к формированию нового общества постмодерна.

Отличительной чертой постмодернистского мировоззрения является ослабление миссии государства в упорядочении поступков людей и образа жизни. Задача удовлетворения насущных потребностей возлагается на рынок, который ничего так не боится, как единообразия потребностей и вкусов. Поэтому вместо нормативного регулирования поведения обывателя предпринимаются различные социальные технологии: реклама, PR-акции, средства массовой информации, – и активно культивируется интерес к Новой моде.

Кристиан Диор сопоставляет силу влияния моды в зарождающуюся эпоху постмодерна с силой влияния религии: «Мода – понятие религиозное. В наш век, стремящийся разболтать один за другим все свои секреты, кормящийся лживыми признаниями и фальшивыми открытиями, она остается самым воплощением таинства, и лучшее доказательство ее чудесной силы в том, что никогда еще о ней столько не говорили».²²

Мода эпохи постмодерна позволяет реализовать цель нового поколения – потребление, причем потребление символов (власти, статуса, богатства и т. д.). Эту эпоху называют еще эпохой *полистилизма*, так как культура постмодерна дробится на множество стилей, каждый из которых имеет право на существование в качестве модного. Можно носить разную одежду и быть модным. Аналитики утверждают, что тенденция прогрессивного развития моды кажется уже исчерпанной: стало трудно создавать что-то новое, не повторяясь.

Еще одна примета новой эпохи – постепенное исчезновение веры в единый эталон потребительского поведения. Разные группы потребителей ориентируются на разные эталоны. Поэтому одна и та же вещь почти всегда имеет шанс вызвать совершенно разные реакции.

²² Покля М.-Ф. Кристиан Диор. М.: Вагриус, 1998. С.9.



Однокурсницы на Крещатике (Таня Дубовенко и Люда Щекина). Киев. 1989
(Из архива автора книги)

Так что же такое мода? Некая объективная реальность, доступная для внешнего наблюдения? А может быть, личное переживание этой реальности? Гипотетический ответ может быть прост: и то и другое. Объективная реальность моды, представленная поведением субъекта моды, и переживания субъекта моды (эмоциональные, морально-этические, эстетические и др.) по поводу этой реальности определяют суть моды конца XX – начала XXI века: мода принимает значение «отношения».

Отношение – понятие,²³ обозначающее взаимосвязи и взаимодействие личности с окружающей средой. Значение моды как отношения является базовым относительно возникших на более ранних этапах значений моды (правило, подражание, эталон вкуса, образ и стиль жизни, личностный смысл, социальная норма, массовое поведение).

²³ Понятие концепции личности А. Ф. Лазурского, развиваемой В. Н. Мясцевым.

История моды отражает процесс достижения цивилизацией определенного уровня социальности, или, другими словами, процесс развития объективных общественных отношений. В данном контексте моду следовало бы рассматривать исключительно как социальное явление. Однако исторические факты указывают и на то, что мода отражает и субъективные общественные отношения (отношения личности, психологические, внутренние, жизненные отношения).

Прогнозы развития моды на третье тысячелетие связываются с появлением ультрасовременных материалов, оригинальных решений, чистых линий и с утверждением стиля. Но это – с точки зрения технологии и конструирования. С точки же зрения психологии в современной моде более актуализируется потребность модной аудитории в «постоянной экспериментальной проверке границ дозволенного»,²⁴ в постоянном установлении новых отношений между личностью и окружающей средой.

²⁴ Лотман Ю. М. Культура и взрыв. М.: Гнозис: Изд. группа «Прогресс», 1992. С. 128.

1.3. Психология моды и концепции моды

Выводы о социально-психологической основе моды, сделанные в результате анализа исторических и литературных источников, требуют подтверждения научными фактами. Вплоть до конца XIX века научные представления о моде формировались из разрозненных, несистематических, стихийно возникающих в руслах специальных теорий точек зрения, на фоне анализа других феноменов. Несомненно, первыми теоретиками моды являются историки костюма. Именно они обратили внимание на невероятную власть моды. Но их возможностей оказалось недостаточно для того, чтобы дать исчерпывающий ответ на вопрос, что собой представляет феномен «мода». Дорис Лэнгли Мур (Doris Langley Moore) сделала в свое время по этому поводу пессимистическое и в то же время прогностическое заявление: «Еще никому не удалось сформулировать такой теории моды, в которой бы автор, подчеркивая первостепенную важность моды для своих сограждан, частично или полностью не отрицал бы ее существования в чужих цивилизациях. Такой подход приводит к выводам в такой же степени недостоверным, как и мнения тех театральных критиков, которые отказываются смотреть более чем один акт пьесы. Вердикт автора может быть правомерным, но при этом сохраняющим все шансы для того, чтобы считаться ошибочным».²⁵

Огромный всплеск интереса ученых к проблемам моды наблюдался в конце XIX – начале XX веков. Середина XX столетия отмечена несколькими фундаментальными исследованиями, посвященными моде как социально-психологическому феномену и психологии одежды. В последние десятилетия XX века внимание ученых было сосредоточено на различных аспектах этого явления: социальном, экономическом, эстетическом, психологическом и т. д. Начало XXI века ознаменовано ростом интереса к междисциплинарным и трансдисциплинарным исследованиям актуальных проблем моды: уточнению понятий «мода», «модность»; дифференциации понятий «мода», «стиль», «вкус» и «шик»; современным аспектам появления, представления и распространения моды в политике, бизнесе, поп-культуре, искусствах, культуре потребления и социальных СМИ; влиянию моды на пол, сексуальность, класс, расу, возраст, страну и другие источники идентичности; особенностей бизнеса моды, прогнозирование моды.²⁶

Существующие точки зрения на моду в истории, культурологии, философии, социологии и психологии отличаются многообразием, что порой затрудняет восприятие целостной научной картины. Тем не менее в зависимости от акцента в анализе моды исторически сложились следующие теории моды: автократическая, мотивационная, эволюционная, событийная, социокультурная и социально-экономическая.

Автократическая теория моды

Ведущая роль в представлении и распространении моды довольно часто приписывается авторитетным личностям. Им зачастую присваивается звание законодателей моды или лидеров. Как правило, к ним причисляют титулованных особ, представителей культурной и общественной элиты, кутюрье.

Критический анализ роли монархов в моде представлен английским искусствоведом и писателем Квентином Беллом (Quentin Claudian Stephen Bell (1910–1996)). Исследователь отмечает, что король Англии и Шотландии Чарльз II (1630–1685) считается историками одним

²⁵ Bell Q. On Human Finery. The Classic Study of Fashion Through the Ages. London, 1992. P. 90.

²⁶ См.: Annual Global Conference “Fashion: Exploring Critical Issues”, Mansfield College, Oxford, United Kingdom, <http://www.inter-disciplinary.net/critical-issues/ethos/fashion>

из наиболее влиятельных в мире моды монархов. Седьмого октября 1666 года король представил новую модель мужского платья, которая, как он полагал, никогда не выйдет из моды. Создавалось впечатление, что наряд навеян духом Востока. Это было, по свидетельствам историков, «хорошенькое платьице в персидском стиле». За королем последовали его придворные, и, казалось, успех очевиден. Однако так продолжалось недолго; веста²⁷ была вскоре забыта, и англичане, подобно англичанкам, вновь стали заказывать модные одежды из Франции.



Король Англии и Шотландии Чарльз II (1630–1685) (<http://www.gallimauphry.com>)

²⁷ Веста: *veste* (фр.), *vest* (англ.) – узкая куртка с узкими длинными рукавами, не сшитыми, а скрепленными по локтевому шву в нескольких местах.



Король Франции Людовик XIV (1638–1715) (Л. Шарль (1619–1690). Людовик XIV. 1666)
«Начало» и «конец» королевской моды на весту

Есть предположение, что мода на весты была уничтожена Людовиком XIV. Король Франции, делая вызов королю Англии, с которым он вел войну, приказал всем своим лакеям одеться в весты, и так же должны были поступить и дворяне (Pepys, November 22, 1666). Если таким образом действительно было бы выказано чрезмерное неуважение одного короля к другому, то это могло бы, по мнению Белла, послужить камнем преткновения и пробудить желание взять реванш. Историки склонны оценивать этот факт как очень веселый и остроумный вид оскорбления (Laver J., 1969), рассчитанный на врожденное у англичан тонкое чувство юмора. Собственно, смех и стал, вероятно, причиной конца королевской моды.

Российский царь Петр I отводил костюму особую роль в системе проводимых в государстве реформ. Для преобразований Петру требовались новые люди, которых он брал на царскую службу, невзирая на сословную принадлежность. Костюм же оставался точным знаком сословия. С 1701 по 1724 год в России было издано 17 различных указов, регламентирующих правила ношения костюма европейского образца, использования типов тканей, отделки форменного и праздничного платья и т. д. Платье европейского образца «снимало» разницу в сословном и имущественном положении боярина и простолюдина.



Платье европейского образца «снимало» сословную и имущественную разницу
(В. П. Худояров (1829–1890). Император Петр I за работой. Московская обл., Истра.
Историко-архитектурный и художественный музей «Новый Иерусалим»)

При Петре I произошло нечто прежде небывалое – запрет на национальный костюм исходил не от завоевателя, а от законного государя. Более того, это случилось в то время, когда в рамках универсальной европейской моды вплоть до середины XIX века в костюме сознательно поддерживались национальные отличия. Принудительно изменив форму демонстрации сословной принадлежности, Петр вовсе не ставил задачу отказаться от национальных признаков костюма. «В известном смысле это произошло стихийно, – считает Р. М. Кирсанова, – так как за первоначальный образец были выбраны голландский, немецкий и французский костюм, а не известные на Руси еще с XVI века и потому уже обретшие некоторые русские черты поль-

ское или венгерское платье».²⁸ Следует также заметить, что «переодевание» в платье европейского образца затронуло не более 20 % населения, преимущественно городскую его часть.



Екатерина ввела при дворе изящную простоту русского платья
(В. Эриксен (1722–1782). Портрет Екатерины II в шугае и кокошнике. 1769–1772 Санкт-Петербург. Государственный Эрмитаж)

Софья Фредерика Августа Анхальт-Цербстская, став императрицей России Екатериной II, сочла необходимым выразить идеи государственного величия, национальной самодостаточности и национальной гордости не иначе как через возрождение в придворном ритуале старинного русского костюма. Кроме того, традиционные формы костюма как средства идентификации с нацией императрица-иностранка использовала для укрепления своей личной власти и трона вообще. «Екатерина ввела при дворе изящную простоту русского платья; прежние цвет-

²⁸ Кирсанова Р. М. Русский костюм и быт XVIII–XIX веков. М.: Слово/Slovo, 2002. С. 13.

ные платья были заменены на выходах белыми, парча вышла совсем из моды; сама императрица являлась на торжествах одетая в длинное белое платье, в маленькой короне, иногда в порфире; позднее государыня придумала себе костюм, похожий на старинный русский, с фатою и открытыми проймами на рукавах. Шуба на ней была с тальей, на груди – ожерелье из жемчуга в несколько рядов. Еще позднее костюм государыни имел характер мужского: свободный кафтан без талии (молдаван) и меховая венгерская шапка с кистью. Под старость государыня ходила в простом чепце, шапочке и капоте и одинаково умела сохранить величавость в осанке и поступи до конца жизни».²⁹ К концу 1770 года великосветский русский наряд уже сложился; примеру императрицы последовали придворные дамы.

Вводимые Екатериной перемены были постепенны и не распространялись на частную жизнь подданных, другими словами, не вытесняли уже укоренившийся в быту европейский костюм. Вполне очевидно, что Екатерина II не оказывала прямого влияния на моду, и не потому, что не могла, а скорее всего потому, что не хотела, так как творила исключительно для себя.

Принцесса Уэльская Александра в 70–80-х годах XIX века, казалось бы, также была способна оказать значительное влияние на моду. Однако ее попытки вернуть кринолин или сделать модным в 1885 году то, что было в моде десять лет тому назад, стали достаточно вескими причинами появления ненависти англичанок и к миру моды, и к ней как автору нежелательных изменений.

²⁹ Богословский М. Быт и нравы русского дворянства во второй половине XVIII века.



Принцесса Уэльская Александра – поборница моды на корсеты
(<http://istorikov.ru/>)

К. Белл так комментирует влияние коронованных особ на развитие моды: «...лидер может быть приверженцем моды; он может переделывать детали, но он не может остановить, повернуть процесс вспять».³⁰

Безусловными авторитетами в мире моды признаются француженка м-ль де Фонтанж³¹ (M-lle de Fontanges) и англичанин Джордж Бруммель³² («Beau» Brummell).

³⁰ Bell Q. On Human Finery. The Classic Study of Fashion Through the Ages. London, 1992. P. 91.

³¹ Мария-Анжелика де Фонтанж (1661–1681) – фаворитка Людовика XIV.

³² Джордж Брайан Бруммель по прозвищу Красавчик (1778–1840) – фаворит короля Георга IV, лидер моды начала XIX столетия.

Madame Martin est ZÉ coiffeuse of Versailles. La tendance 1671 est à la «hurluberlu», faite d'un chignon de chaque côté de la tête, d'anglaises et de fioritures. Si simple à faire !



Lors d'une partie de chasse une branche, se coinçant dans les cheveux de Mlle de Fontanges, la transforme en trophée de chasse. La maîtresse du roi risque de devenir la risée de la Cour...



Elle décroche vite sa jarrettière de dentelles et l'utilise pour attacher ses cheveux au-dessus de sa tête. Louis 14 est charmé, la mode est lancée ! Toutes les dames se coiffent à la «Fontanges».



Rien n'est simple à la Cour. Ces coiffures deviennent des pièces montées si ridicules que le roi tente de stopper ce style, sans succès. Seules les moqueries de Lady Shrewsbury y mettront fin !



Рождение моды «а ля Фонтанж»
(<http://www.trashcancan.fr>)

М-ль де Фонтанж, по словам одного из послов при французском дворе, была «блондинкой потрясающей красоты, подобной которой не видели в Версале уже много лет. Фигура, дерзновенность, весь ее облик потрясли и приворожили даже такой галантный и изысканный двор». Легенда повествует, что однажды во время охоты в Фонтенбло у Анжелики растрепались волосы, и она находчиво подвязала их лентой (есть версия, что это была подвязка для чулка). Король пришел в восторг и попросил не менять прическу до самого вечера. Уже на следующий день прическа «а ля Фонтанж» вошла в моду при дворе. Первое время волосы просто особым образом украшали кружевом, со временем прическа все усложнялась и в конце концов превратилась в сложное высокое сооружение из волос, проволочного каркаса и нескольких рядов сильно накрахмаленных кружев. Прически были такими высокими, что даже кареты делались с откидными крышками, в противном случае дама не смогла бы сесть в экипаж. М-ль де Фонтанж умерла в двадцатилетнем возрасте, а мода на прическу «а ля Фонтанж» просуществовала еще несколько десятков лет.

Истории малоизвестны имена теоретиков моды, которые серьезно рассматривали бы действия отдельных людей как принципиальную причину модных изменений. Это и понятно, так как факты, касающиеся отдельных персон, часто обрастают вымыслами или домыслами. Случай с мадемуазель Фонтанж тому пример. Авторство моды «а ля Фонтанж» можно приписать как харизматичной Анжелике, так и королю Людовику XIV (была бы мода, если бы король не обратил внимания на изменение прически своей возлюбленной?).



«Красавчик» Бруммель (www.dandyism.ru)

Джордж Бруммель вошел в историю моды как первый и самый знаменитый представитель дендизма – культурного канона Англии, а затем и Франции XIX века, диктующего обществу правила одеваться и манеры поведения. Бруммель получил прозвище *Beau*, что означало «красавчик», «щеголь». По предположению О. Б. Вайнштейн, «главная тайна его магнетического влияния заключалась в том, что он отличался особой холодной харизмой, охотно играя в обществе роль ироничного садиста. <...> Однажды герцог Бедфордский спросил его мнения о своем новом фраке. “Вы думаете, это называется фраком?” – удивился Браммелл. Герцог молча пошел домой переодеваться – ведь мнение Бруммеля как арбитра элегантности считалось законом, и публично обижаться было не принято».³³

Бруммелю посвящали свои трактаты и романы Жюль Барбе д’Ореви́ли, Оноре де Бальзак, Макс Бирб, Вирджиния Вульф и др. Черты денди – гордость под маской вежливого цинизма, отточенная холодность обращения, лаконичность реплик, саркастические реплики по поводу вульгарных манер или безвкусных нарядов, сдержанный стиль в одежде – узнаваемы во многих героях Байрона, Пушкина и Лермонтова.

³³ Вайнштейн О. Б. Денди: мода, литература, стиль жизни. М.: Новое литературное обозрение, 2005. С. 19.

Тем не менее у историков есть сомнения в том, что общепризнанное влияние Бруммеля на моду – это влияние реального человека, так как биография Джорджа Бруммеля – тесное переплетение легенд и фактов.³⁴



П. Пуаре – «диктатор моды»
(<http://www.4goodluck.org/>)

Авторитет производителей одежды также подвержен сомнениям в научной среде. Производители действительно вынуждают общество следовать новой моде, но их главная цель – стимулировать потребительский рынок и таким образом обеспечить рентабельность своего производства. Свободный рынок сделал союзниками производителей и представителей торговли.

Создается впечатление, что большие Дома мод, кутюрье диктуют направления моды. Но и они сохраняют свою власть до тех пор, пока преуспевают в обслуживании своих клиентов.

³⁴ См. там же. С. 83–107.



Такими были шляпки до Пуаре
(В. И. Суриков (1848–1916). Портрет Е. И. Колосовой. 1908. Северо-Осетинский республиканский художественный музей им. М. С. Туганова)



Такими их сделал Пуаре
(П. Пуаре. Эскиз шляпки)

Шляпка: до и после Пуаре

В качестве доказательства приведем точку зрения Поля Пуаре, о котором Белл сказал: «Если даже и был диктатор моды, то им был он».³⁵ Пуаре, выступая в США перед женской аудиторией, заявил: «Я знаю, что вы считаете меня королем моды. Так ваши газеты называют меня, и это потому, что я повсюду признан, овеян славой и почитаем массой людей. Это – прием, который не может не льстить и на который я не могу жаловаться. И тем не менее я должен вывести вас из заблуждения относительно власти короля моды. Мы не капризные деспоты, проснувшиеся в один прекрасный день и решившие внести изменения в привычки, упразднить декольте, уменьшить рукав. Мы скорее арбитры, чем диктаторы. Лучше мы будем считаться слепыми покорными слугами женщины, которая всегда страстно любит изменения и всегда стремится к новизне. Наша роль, наша обязанность быть начеку в тот момент, когда ей станет скучно от одежды, которую она носит, чтобы тут же предложить ей нечто еще, соответствующее ее вкусам и потребностям. Именно поэтому я выступаю перед вами с парой антенн, а не с жезлом, и не как оратор, а как слуга, – слуга думающий, который должен прочитывать ваши сокровенные мысли».³⁶

В другой лекции Пуаре рассказал анекдотичный, по его мнению, случай: «Существуют знаки, которые позволяют объявить конец моды. Очень немногие люди могут распознать их. Так, однажды я объявил, что шляпы с этих пор могут быть простыми, а произошло это потому, что до этого я видел их заваленными листвой, фруктами, цветами, перьями и лентами. Конец любой моды в излишестве. Тем не менее на следующий день после этого заявления я принял делегацию фабрикантов, изготавливающих цветы, фрукты, ленты и листья, которые, подобно депутатам от Кале (Calais),³⁷ пришли упрашивать меня вернуть отделку. Но что может сделать один мужчина против желаний и просьб многих женщин? Шляпы становились проще, и так

³⁵ Bell Q. On Human Finery. The Classic Study of Fashion Through the Ages. London, 1992. P. 92.

³⁶ Там же. P. 93.

³⁷ Calais (фр.) – город в провинции Pas-de-Calais, Франция.

продолжается до сих пор, и я искренне извиняюсь за это».³⁸ В рассказе Пуаре, как в анекдоте, отражены наиболее характерные события и переживания людей, связанные с переменой моды. Пуаре довольно ярко иллюстрирует, насколько сильно может быть преувеличена роль отдельной личности в перемене мод (даже если это кутюрье).

Вклад сторонников «автократических теорий моды» в развитие научных представлений о моде заслуживает положительной оценки уже только потому, что ученые акцентировали внимание на роли личности в представлении и распространении моды. Однако, ограничившись описанием эффектов действий авторитетных исторических персонажей, ученые упускают из виду специфику авторитета того или иного персонажа и, как следствие, теряют важные аргументы механизмов представления и распространения моды. Авторитет монархов – это авторитет людей, наделенных законным статусом, властью. Авторитет представителей культурной и общественной элиты основан на харизме, то есть экстраординарных характеристиках, их власть возникает за пределами легитимных институтов. Авторитет кутюрье – авторитет человека, глубоко разбирающегося в том или ином вопросе, эксперта. Но есть еще и авторитет, который возникает в результате захвата власти силой и поддержания ее через систему поощрения и наказания, авторитет варвара, завоевателя.

Явный недостаток автократических теорий моды в том, что в них отсутствует аргументированное объяснение, почему монархи, титулованные особы, харизматичные персоны, модельеры, промышленники и варвары, названные учеными авторитетами моды, нередко оказываются частично или полностью неспособными противостоять изменению вкусов масс. В недрах теории возникает вопрос о мотивах авторитетной личности, по которым вносятся изменения, а также о мотивации готовности подчиниться авторитету в том или ином случае.

Мотивационная теория моды

Что побуждает людей быть в курсе новинок? Что заставляет их следовать или, наоборот, противостоять моде? Подобные вопросы поставили ученых перед необходимостью исследовать характер связей между модой и природой человека. В центре научного внимания оказалась потребностно-мотивационная сфера личности.

Немецкий философ Георг Гегель (1770–1831) еще в начале XIX века предоставил одно из первых теоретических объяснений моды, сделав акцент именно на роли мотивации поведения людей. В «Феноменологии духа» (1807) он писал: «Издавна французам ставили в упрек легкомыслие, а также тщеславие и стремление нравиться. Но именно благодаря этому стремлению нравиться они достигли высшей тонкости светского обхождения и тем самым с особым успехом возвысились над грубым себялюбием первобытного человека. Ибо это обхождение состоит как раз в том, чтобы за своими интересами не забывать другого человека». В качестве мотивов следования моде Гегель рассматривал потребности формирования привлекательности, дружеских чувств и симпатии, подчеркивая тем самым положительную роль моды в социальной жизни людей. Такой взгляд был совершенно нетипичен для его времени.

Пол Нистром (Paul Nystrom) в одном из своих фундаментальных экономических трудов (1928) предлагает более обширный перечень мотивов следования моде: «Специфическими мотивами, или факторами, интереса людей к моде и изменениям в моде, в дополнение к физическим причинам, которые проявляются в конце каждого сезона, являются скука или усталость от настоящей моды, любознательность, желание быть отличным от других или оригинальным, протест против обычаев, зависимости и подражательства. Могут быть и другие факторы, обу-

³⁸ Bell Q. On Human Finery. The Classic Study of Fashion Through the Ages. London, 1992. P. 93.

словленные природой человека и определяющие его интерес к моде, но названные настолько эффективны и содержательны, что составляют практическую теорию моды».³⁹



Высшая тонкость светского обхождения
(К. А. Сомов (1869–1939). *Первая любовь*. 1916. Санкт-Петербург. Музей-квартира И. И. Бродского)

Эффективность названных мотивов П. Нистром видел в их комплексности. С этим можно было бы согласиться, если бы мода являлась универсальным и постоянным феноменом в истории костюма и культуры вообще. Тогда все мужчины и женщины, живущие на Земле, всех без исключения возрастов, постоянно демонстрировали бы усталость от сезонной моды, неугомонное желание изменяться, желание быть разными, желание восставать против старого. И только тогда можно было бы утверждать, что мода – результат непостоянства человеческой натуры. Но в действительности это не совсем так.

³⁹ Nystrom P. N. The Economics of Fashion, N. Y.: Ronald Press Company, 1928. P. 81.

Если рассматривать историю человечества в целом, то станет понятно, что условия, в которых проявляется мода, – исключительные. Как правило, модное и старомодное какое-то время сосуществуют рядом. Мужчины и женщины наряду с модной одеждой продолжают носить модели, которые носили их старшие братья и сестры и даже отцы и матери. Этот факт позволяет предположить, что мотивы человека оказывают влияние на изменение моды только в особых обстоятельствах.

Дж. К. Флюгель, И. Блох, Э. Фукс, напротив, утверждают, что мода складывается под определяющим влиянием эротических или сексуальных потребностей.⁴⁰ Психолог Дж. К. Флюгель (J. C. Flügel) в своем труде «Психология одежды» (1930) утверждает, что одежда является по существу компромиссом между противоречивыми потребностями в оформлении внешности и проявлении скромности.⁴¹ Так, например, скромность требует вытеснения в подсознание фаллического эксгибиционизма, но подавленный мотив удовлетворяется символически через оформление внешности.

Флюгель, на первый взгляд, весьма убедительно показал, каким образом эротические представления людей обыгрываются в одежде. Одежда и обувь, по мнению ученого, могут принимать фаллические формы, что есть результат как сознательной деятельности человека, так и бессознательных психических процессов. Так, например, бессознательные импульсы стимулируют появление моды на обувь с высоким каблуком. Флюгель объясняет это тем, что высокий каблук делает осанку женщины особой, обязывает подтянуть живот, что «молодит» фигуру и придает ей большую сексуальную привлекательность, при этом размер ноги зрительно уменьшается и пятка принимает вид фаллического символа.

Сексуальные потребности индивидов проявляются и в том, как они надевают или снимают одежду. Исследования Дж. Флюгеля создают впечатление, что сексуальная дифференциация, которая настолько определяет будущее модного платья, может стать центральным звеном имиджа личности.

Несмотря на ценность исследования Флюгеля в объяснении того, каким образом сознательные и бессознательные процессы могут быть выражены символически в одежде и обуви людей, его результатов явно недостаточно для того, чтобы понять природу тех сил, которые изменяют форму этих символов. Справедливости ради следует заметить, что профессор Дж. Флюгель и не ставил таких задач. Все, «что психологи продемонстрировали, так это огромную важность, которую они придают истории костюма, – скептически замечает в связи с этим К. Белл. – Сексуальный импульс может перевернуть все и, вообще говоря, рассматриваться как постоянный аффект в курсе истории, но здесь мы имеем дело с чем-то таким, что по определению непостоянно. Если мы хотим увидеть причины модных изменений, то точно обнаружим их среди тех исторических сил, которые находятся в постоянном движении. Таким образом можно, например, объяснить, почему мужская мода стабилизируется, в то время как женская продолжает развиваться».⁴²

При рассмотрении и объяснении подобных вещей необходимо помнить, что в действительности здесь может быть более чем один контекст. Объяснение того, почему женщины в XX веке носили высокие каблуки, может иметь смысл, но при этом следует помнить, что в прежние века высокие каблуки носили представители обоих полов. В связи с этим возникает вопрос: «Будет ли анализ мотивов, представленный здесь, соотноситься с высокими каблуками Людовика XIV?»

⁴⁰ См.: Фишман Р. Б. Мода как социальное явление. Автореф. дисс. на соиск. учен. степени канд. философ. наук. Свердловск: Изд-во Свердл. ун-та, 1990.

⁴¹ Flügel J. C., B. A., D. Sc. The Psychology of Clothes, N. Y., 1971.

⁴² Bell Q. On Human Finery. The Classic Study of Fashion Through the Ages. London, 1992. P. 94.

Главная сложность состоит в другом. Если предположить, что объяснение Флюгеля совершенно правильно и что определенные осознаваемые или неосознаваемые потребности могут быть удовлетворены определенным видом обуви или чем-либо другим, то можно легко объяснить, почему обувь на высоком каблуке вошла в моду. Но чем объяснить выход обуви на высоком каблуке из моды, на основе чего можно спрогнозировать ее возвращение в моду?

Утверждать, что человеческая натура склонна к постоянному изменению, а поэтому перемещает свое внимание с одного фетиша на другой – это значит вновь не найти ответа. Люди не всегда столь непостоянны. Иногда, как, например, в Китае, под влиянием определенных условий человеческое общество сохраняет постоянство своих фетишей сотни лет. Вновь и вновь обнаруживается, что любое объяснение моды, которое базируется на теориях о природе человека, заставляет исследователей, как заметил в свое время Г. Плеханов, оставаться на том месте, откуда они начинали.

Ведущая роль бессознательных процессов в регуляции моды отмечается и французским философом-структуралистом Роланом Бартом в работе «Система Моды».⁴³ Мода, по мнению Барта, эвфемическая система, доставляющая своим пользователям приятные переживания, нередко – путем замалчивания неприятных сторон реальности. С. Н. Зенкин во вступительной статье к русскому изданию этой работы интерпретирует систему Моды Барта как эйфорическую, подчеркивая, что «главный фактор эйфоричности – сам код, на котором строится система: благодаря ему человек ощущает в мире успокоительную упорядоченность, и даже отталкивающие или тревожные факты “заклинаются”, когда их четко именуют, делают “интеллектуальными”».⁴⁴

Мода предстает в работе Барта как неординарный и богатый семиотический объект – мистифицированная система отношений между одеждой и жизнью, между образом, знаком и делом. Одежда, в силу своей значимости, есть часть основных фантазмов человека: неба и пещеры, жизни возвышенной и погребения, полета и сна; благодаря своей значимости одежда становится крыльями или саваном, обольщением или властью. Другими словами, в одежде выражается – хотя и в искаженном психологической защитой виде – то или иное желание субъекта (в конечном счете бессознательное). Как только одежда, подобно другим культурным объектам, вовлекается в процесс коммуникации, происходит рациональное оправдание одежды.

⁴³ См.: Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003.

⁴⁴ Там же. С.7.



Одежда есть часть основных фантазмов человека
(Шерстяная накидка мальчика-пастуха, Афганистан. Нидерланды. Всемирный музей Роттердама)

В моде риторическое преобразование знака в рациональное оправдание получает, по мнению Барта, особенное, еще более императивное объяснение. «Суть Моды совпадает с ее тиранической властью, но в конечном счете это просто страстное переживание времени. Как только означаемое *Мода* находит себе некоторое означающее (ту или иную вещь), этот знак становится Модой текущего года, но тем самым эта Мода догматически отрицает ту, что ей предшествовала, то есть свое собственное прошлое; каждая новая Мода – это отказ от наследия, восстание против гнета старой Моды; Мода переживает себя как Право – естественное право настоящего по отношению к прошлому; определяясь своей неверностью, она, однако, живет в таком мире, который она желает видеть и действительно видит стабильным, сплошь пронизанным конформистскими взглядами»,⁴⁵ – подчеркивает противоречивость моды Р. Барт.

⁴⁵ Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. С. 308.

Если следовать за размышлениями Барта, то мода – это явление, наблюдаемое в прошлом и настоящем. А за выражением «Мода переживает себя» можно увидеть осмысленное эмоциональное состояние людей, вызванное появлением нового. Мода настоящего времени проявляет изменчивость по отношению к прошлому, при этом она мстительна и агрессивна. Последнее, по словам Барта, трудно признать и нелегко защищать, Мода «старается выработать себе фиктивную, внешне более диалектичную темпоральность, включающую в себя моменты упорядоченности, устойчивости, зрелости – эмпирические в плане функций, институциональные в плане Закона, органические в плане факта...».⁴⁶ Конформистские взгляды и есть основа стабильности моды настоящего времени. В данном случае речь идет о внешней конформности, податливости индивидов, которые демонстрируют внешнее согласие с мнением большинства при внутреннем несогласии.

«Мотивационные теории моды» представляют значительный интерес, так как содержат анализ конкретных мотивов следования моде. Общим является и тот факт, что исходной точкой для анализа мотивов моды выступает система взаимодействия «индивид – мир». Но очевидно, что исследование мотивации моды на основе какого-либо одного научного подхода (будь то экономический, или психодинамический, или какой-либо иной) не дает полного представления. По всей вероятности, требуется интегральный подход.

Эволюционная теория моды

Джеральд Герд (Gerald Heard), англо-американский историк и философ, в своем труде «Нарцисс: анатомия одежды» (1924)⁴⁷ имел дерзость объяснить моду как продукт Жизненной Силы, или так называемого Эволюционного аппетита, как результат деятельности, но не человека, а Бога. Автор исходил из того, что эволюция продолжается, но эволюция не человека, а того, что окружает его, и этот процесс идет значительно быстрее, потому что происходит в среде с меньшим сопротивлением.

Высказывания Герда об эволюционном развитии костюма вызывают значительные возражения. В частности, один из критиков отмечает, что процесс эволюции жизни вещей определяется прежде всего условиями, в которых работает портной, и повышенными требованиями к полезности вещей. Параллель между фазами моды и этапами эволюции живых существ можно было бы провести в том случае, если бы имелись доказательства регрессивного развития животных, то есть в направлении выраженной неприспособленности особей к существованию. И так продолжалось бы до тех пор, пока их развитие не стало бы зависеть от доброй воли сверхъестественных сил. Некоторые виды домашней птицы в Японии полностью соответствуют этим условиям, но они – результат искусственной, ненатуральной селекции.⁴⁸

В утверждениях Герда обнаруживается удивительное сходство между развитием одежды и развитием тела человека: одинаково медленное развитие форм, одинаковое увеличение особых черт, видоизменение частей, в развитии одежды автор видел проявление мистики.

Дж. Герд был одним из немногих ученых того времени, кто изучал проблемы моды на фактах истории китайского костюма. Особенность исследовательского подхода состояла в привлечении расовой теории. «Вдруг мы понимаем, что сталкиваемся с людьми, которые по какой-то неведомой нам причине настолько рациональны и прагматичны, что мы вряд ли когда-нибудь сможем достичь такого же уровня»,⁴⁹ – таким образом исследователь объяснял равнодушие китайцев к моде в целом, согласно расовой теории, их неспособность к развитию. Расо-

⁴⁶ Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. С. 308.

⁴⁷ См.: Heard G. Narcissus: an Anatomy of Clothes. 1924.

⁴⁸ Bell Q. On Human Finery. The Classic Study of Fashion Through the Ages. London, 1992. P. 104.

⁴⁹ Bell Q. On Human Finery. The Classic Study of Fashion Through the Ages. London, 1992. P. 104.

вую теорию Герд применял к любому платью, в чем заключается существенный недостаток его работ.

Тем не менее труды Дж. Герда содержат немало интересных наблюдений. В обуви китаянок, придающей ноге вид копыта лошади, равно как и в муфтах, и манжетах, скрывающих руки китайца, автор видит моду, определяемую тотемом Маньчжурии и отражающую миф, согласно которому непобедимый всадник может вознестись на небесный трон, стоя на хребте лошади. «Воссоздание былого национального великолепия пробуждает многовековую расовую память»,⁵⁰ – заключает ученый.

Причина эволюционного развития костюма часто усматривалась автором в сексуальных мотивах поведения людей. Например, искажение или отказ от традиционной одежды и обуви оценивались в китайской культуре как подчеркивание сексуальной привлекательности.



Китаянка у магазина
(И. Рачинский. *Китай*, Пекин. 2004)

⁵⁰ Heard G. Narcissus: an Anatomy of Clothes. N. Y., 1924. P. 74.

Если бы это соответствовало действительности, то тогда было бы справедливо утверждать, что «одежка» некоторых животных тоже имеет исключительно специальное предназначение. Например, хвост павлина, яркая окраска мандрил могли бы быть представлены как сексуальные стимулы, полезные только при ухаживании. К. Белл выражает сомнение по этому поводу: «Вряд ли яркие окраски животных эволюционируют таким же способом и с той же целью, что и красивые костюмы людей. Яркий хвост павлина, распускаемый им перед самкой, может интерпретироваться как демонстрация великолепия, сексуальной привлекательности перед спариванием с целью произвести потомство. Существует ли необходимость в этом, например, для леди и джентльменов? Если да, то чем можно объяснить определенную фригидность, встречающуюся среди высших слоев Запада? Не подтверждает ли это мысль о том, что вычурность и нагромождение деталей в костюме богатых и их слуг является результатом имеющих у них проблем деторождения? К счастью, кажется, что это не так; хотя существуют, несомненно, экономически обусловленные стандарты сексуальной привлекательности, такие как маленькие ладони и ступни, утонченная и хрупкая комплекция; есть избыточные доказательства того, что классы могут свободно “скрещиваться” и делают это без какого-либо явного богатства воображения».⁵¹

⁵¹ Bell Q. On Human Finery. The Classic Study of Fashion Through the Ages. London, 1992. P. 104.

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.