

## Новая культура и новое варварство

лы — это трехмерный объем, отсутствие барьера между ними и зрителем. Несколько драповых композиций с куклами Е. Улькиной приобрели музеи Сургута и Тюмени.

Автор нового искусства Е. Улькина соединяет образы, технологию и это ей удается. Сегодня вошли в активный лексикон слова «успех» и «успешность», они котируются для характеристики людей самых разных сфер. Успех сопоставляют с глаголом «успеть», и появляется еще одна грань современного человека. Что же касается Е. Улькиной, то она движется по своей орбите, как будто находится в другой системе координат. У нее есть удивительная способность жить здесь, среди нас, и воссоздавать в этой реальности другую, сказочную, мифическую, воссоздавать упорно, терпеливо с помощью Пушкина, Ершова, Бажова, Аксакова... Это на самом деле не отрыв от действительности, которая нас окружает, а ее преобразование, собственное благоустройство, достраивание. Это есть по своей глубинной сути дизайн. Это и выявляет в ней настоящего дизайнера.

ЕЛЕНА  
МИХАЙЛОВНА  
ЕРЕМИНА

### МОДА: СТАНДАРТ И ИНДУСТРИЯ

*В статье рассматриваются модные стандарты фигуры: социокультурная природа и психология выбора.*

Мода — это управляемая эпидемия. **Джордж Бернанд Шоу**

Мода — настолько невыносимая разновидность уродства, что приходится менять ее каждые полгода. **Оскар Уайльд**

Мода — это массовый феномен, но питается она индивидуальностями. **Сесил Битон**

Ты вправе мыслить иначе, чем твоя эпоха, но не вправе одеваться иначе. **Мария Эбнер Эшенбах**

Общество сегодняшнего дня — постиндустриальное, с развивающейся проектной культурой, утратившее архаические канонические устои. Правила, порядки, условности — все изменилось. Новое сознание стало децентрализованным и многомерным. Унифицированная массовая культура практически на глазах (общество не только зритель, но и активный участник этого процесса) превращается в культуру разнообразия, уникальности и полицентричности. На смену единой модели приходит равноценное множество. Общество стало многомерным, образ жизни и особенности поведения разных социальных групп обуславливают существование различных иерархических систем норм и оценок. Скорость изменения предметной среды, связанной с развитием научно-технических достижений опережает способности человека к адаптации (так и хочется напомнить постулат марксистской философии «Бытие определяет сознание», который в сегодняшнем контексте звучит как «Бытие опережает сознание»).

А чем же руководствуется человек в повседневности, выбирая тот или иной тип поведения? Что определяет его выбор? Как сознанием начинает руководить желание, побуждаемое рекламой и жадой «как у людей...»? Из названия данной

статьи уже понятно, что речь пойдет о моде. Но не только о ней, коварной, изменчивой, непостоянной, ставшей жизненно необходимым регулятором социальных отношений, действующим практически во всех сферах современной жизни.

Определяя моду как социальный феномен, В. И. Толстых уточняет значимость ее для общества, давая конкретную оценку, усматривает в ней главным образом социальную и идеологическую ориентацию, управляемую ценностными установками общества, которые и обуславливают динамику модного развития [Толстых 1973: 11–13]. Интересным является не только результат этих процессов, часто заполняющий сознание молодых людей, но и механизм действия моды, ее связь с культурой и человеком.

Вот несколько определений понятия «мода»:

– мода – непродолжительное господство в определенной общественной среде тех или иных вкусов, проявляющихся во внешних формах быта, особенно в costume. В отличие от стиля мода характеризуется более кратковременным и поверхностным изменением внешних форм предметов быта и художественных произведений (определение Т. В. Козловой) [Основы... 1988: 17];

– мода – это особый способ, образ, мера обработки социальной информации (определение психолога Л. Петрова) [Петров 1974: 4];

– мода – тип реагирования, свойственный значительному количеству людей. Она зачастую проявляется как периодическая смена объектов выбора, как новый образ действия или мышления (определение американского психолога Э. Богардуса) [Композиция костюма 2004: 42–43];

– мода – серия повторяющихся изменений и предпочтений социальных групп (определение американского социального психолога Э. Росса) [Композиция костюма 2004: 43];

Татьяна Вершинкина. ДЕВОЧКА-ЗИМА



## Новая культура и новое варварство

— мода наряду с обычаем и социальными институтами (правом) является формой социальной регуляции поведения. Мода — специфическая регуляция, обуславливающая периодическую смену и циклический характер развития образцов массового поведения (определение российского теоретика моды А. Гофмана) [Гофман 2000: 62].

Модными принято называть явления, вызывающие достаточно массовый интерес и положительную оценку большинства общества. Неотъемлемой особенностью модных оценок является их временной характер. Мода может распространяться на вещи, созданные в прошлом, например: антиквариат, иконы, исторические раритеты (коллекционирование), мозаика в интерьере, корсеты в женском белье и т. д. Но чаще всего мода проявляется в оформлении внешности человека — в его одежде, причёске, макияже, манере поведения, в его вещном окружении. Этим объясняется возникновение «мифов» или заблуждений относительно моды (достаточно опасных и для самих дизайнеров) — между понятиями «мода» и «одежда» часто ставится знак равенства, а создателями моды считают известных кутюрье и дизайнеров одежды, так как именно костюмом и поведением человек быстрее всего реагирует на изменения моды. В костюме человека отражаются его желания и стремления, его представления о самом себе и отношении к окружающим людям, его социальный статус (фактический или представляемый).

Модными могут быть не только одежда, обувь, макияж, но и манера поведения, профессия, учебное заведение, времяпрепровождение, страна-производитель, марка автомобиля, район проживания, место отдыха, вид спорта, курорт, методики оздоровления и т. д. А красота? Существует ли мода на красоту или тип красоты? Ответ однозначный — да!

Из вышесказанного следует, что речь идет не об одежде, не о правилах «хорошего вкуса» (которые канули в небытие вместе с ушедшей культурой). Мы говорим о психологических процессах в общественном сознании и, соответственно, их практическом преломлении в различных сферах бытия.

Согласитесь, многоуважаемый читатель, что слишком широкая тема для беглого взгляда, а статья таковым и является, рискует остаться нераскрытой. Поэтому наше внимание будет приковано к модным стандартам телосложения, фигурам манекенщиц и простых обывателей.

Какую женщину можно считать красивой? Каков он, эталон женской красоты? Долгое время (до середины XX в.) ответ на этот вопрос был достаточно прост и очевиден: та, что полна сил, свежа, румяна, пышнотела... и сможет воспроизвести здоровое потомство. Идеал — женская зрелость, способность к деторождению. Скульптуры богинь, полотна художников — на пьедестале зрелая женственность. Вспомним хотя бы сказку А. С. Пушкина «О царе Салтане, сыне его славном и могучем богатыре князе Гвидоне Салтановиче и о прекрасной царевне Лебеди». Одна из мечтательных претенденток на царскую любовь (напоминаем читателю, что их было три. Чем не три грации?) произнесла: «...Я б для батюшки царя родила богатыря». И... мужской выбор состоялся! Именно она стала царицей...

Древнеегипетские красавицы (тысячелетняя культура) были не худышками. («Их бедра, словно полноводный Нил» — цитата из неизвестного автора). Идеальный тип фигуры предполагал IV полнотную группу (это разница между обхватом груди и бедер в пользу последнего на 16 см. Нынешние стандарты, модные и нет (в среднем), — от 0 до 10 см). Осталось значительное количество свидетельств,

зафиксированных не только в двухмерных изображениях, но и в скульптуре (статуэтка жрицы Раннаи).

Основы классических канонов телосложения закладывались в Древней Греции и Риме. Скульптурные изображения той эпохи обожествляют красоту человеческого тела во всем великолепии торжествующей плоти («Дорифор» Поликлета, женская скульптура).

Полотна художников эпохи Возрождения, воспевающие человеческое тело, женскую красоту, не имеют ни одного примера с изображением худощавой красавицы. Все полны жизненных соков и сил. Явными приметам этого являлись пышная грудь (чтобы выкормить младенца), округлые, упругие бедра и тонкая талия, чтобы выносить и благополучно родить.

Сейчас мы знаем, что это признаки нормального гормонального фона женского организма. Любой современный гинеколог может популярно объяснить, что нарушения гормонального фона в женском организме имеют два направления: либо женщина полнеет (как правило, во время или после беременности и родов), либо худеет. Но если полнота не препятствует зачатию и деторождению, а, напротив, только способствует, то недостаточный вес, отсутствие подкожной жировой клетчатки не позволяют молодой женщине легко забеременеть и выносить ребенка. Насколько здоров будет малыш, рожденный женщиной с недостаточной массой тела? Какие потери, в прямом смысле этого слова, понесет женский организм, отдавая на построение зарождающейся жизни питательные вещества и ткани? Сможет ли худощавая женщина благополучно забеременеть, выносить и родить? Причем неоднократно! Нынешняя демографическая ситуация дает недвусмысленный ответ. Понятно, что подобная авторская позиция рискует вызвать множественную критику за односторонность взгляда на проблему, что существует множество коррелирующих ситуацию факторов, не менее значимых процессов в обществе и природе... Но все же, все же...

Еще в конце 50-х и начале 60-х гг. XX в. эталон женской фигуры уподоблялся гитаре: грудь, талия, бедра — все явно различимо...). Кумиры тех лет (мировые и российские, то есть советские) и в нынешней культурной жизни достаточно весомы и значимы. Их имена известны всем: Мэрилин Монро, Софи Лорен, Элизабет Тейлор, Татьяна Самойлова, Алла Ларионова, Нонна Мордюкова, Элина Быстрицкая, Ирина Скобцева... И женщины рожали неоднократно (многие помнят, мы оттуда родом...). Фотографии из семейных альбомов тех лет откровенны и просты: слегка крупноватые (в нынешнем понимании и сегодняшнем представлении) фигуры, с «полным набором». А худощавые даже как то и не смотрятся, кажутся слегка «не в теме». На ум приходят мысли о войне, тогда люди были худыми, так как им не хватало пищи. Становится кого-то жаль...

Послевоенный модный образ, предлагаемый Кристианом Диором, был женственен и изящен: пышный бюст, тонкая талия, слегка утянутая (44 см в обхвате!) и подчеркнутая пышной удлиненной юбкой. Новый взгляд («New look») был далеко не нов. (Н. В. Гоголь так описал платья дам и их талии в повести «Невский проспект»: «Здесь вы встретите такие талии, какие даже вам не снились никогда: тоненькие, узенькие талии, никак не толще бутылочной шейки, встретясь с которыми, вы почтительно отойдете к сторонке, чтобы как-нибудь... от неосторожного даже дыхания вашего не переломилось прелестнейшее произведение природы и искусства». Это вторая половина XIX в., стиль бидермайер. Вообще, история корсета — особая история). Просто всем хотелось вспомнить, как это было до войны, еще до Первой мировой... Вот и появились эти тяжелые подъюбки, утя-

## Новая культура и новое варварство

гивающие талию полукорсеты и грации. И хотя авторитетнейшая Коко Шанель критиковала Кристиана Диора, говорила, что он не одевает, а набивает женщин (в смысле создания дополнительных объемов на фигуре и использования большого количества материалов), женщины согласны были терпеть. А предлагаемый образ был тем же, каким привыкли видеть его наши предки: идеал женщины со всеми детородными признаками.

Откуда взялся нынешний модный стандарт женской фигуры: тело, руки и ноги как веревочки, коленки и локти — как узелки на этих веревочках? Благодаря чему он утвердился в общественной культуре послевоенной Европы?

К середине 60-х прошлого века подросло первое поколение детей, рожденных и выросших без войны. И помнить о военных лишениях совершенно не хотелось. Разрушилась устоявшаяся буржуазная мировая модель. Отвергалось все: семейные устои, брачные узы, нормальный (сейчас мы это называем «здоровый») образ жизни. (Заметим, то, что было нормой ранее, для обеспечения биологически полноценного существования, требует даже ныне дополнительной мотивации — здоровый. Так легко укоренился в нас протест 60-х, как трудно мы привыкаем к здравомыслию). Под колеса этого «паровоза» попал и эталон женской красоты. Поскольку главной движущей силой была молодежь, то она и выдвинула своего кумира совершенно противоположного типа: тоненькую, гладенькую (без выпуклостей спереди и сзади), с узкими бедрами и широкой талией... Стремление соответствовать своей или референтной группе особенно характерно для молодежи. Она и определила модные стандарты не только ближайшего десятилетия, но и полувека.

Замещение фигуры взрослой женщины фигурой девочки-подростка происходило в течение всего десятилетия 60-х. Влияние молодых в послевоенные годы в Европе на общественное мнение было значительно больше, чем в наше время (без умаления достоинств и значимости нынешних поколений в смысле влияния). Отринутая элегантность (красота без возраста) была поправа культом молодости, стремлением походить на субтильных и юных (молодость всегда и любой ценой). Дочери стали объектом подражания для матерей. Модельер Андре Курреж (именно он оспаривал у Мэри Куант авторство юбки мини) говорил тогда, что без скальпеля пластического хирурга отнял у женщин 20 лет.

Звездами модельного бизнеса стали девочки-подростки Твигги (Лесли Хорнби), Три (Пенелопа Три), Шримп (Джин Шримптон). Революция, да и только, сексуальная в том числе. Именно тогда появились противозачаточные пилюли, быстро взятые на вооружение молодыми: девушки стали более свободными, а мужчины могли не задумываться о последствиях, тем более об ответственности. Все крайне просто: смена половых партнеров, нарушение социальных запретов, стирание граней сословных и половых различий в костюме. Юбки стали значительно короче, поведение женщин — более раскованным. Стоять и сидеть, широко раздвинув ноги, позируя для модного журнала, размахивать руками — все нормально! Общество, активным движущим большинством которого были молодые, приняло эти формы поведения, стало их клонировать и модифицировать.

Но выбранный тип — эталон женской фигуры — не являлся детородно полноценным. Все внешние признаки свидетельствуют о проблемах гормонального фона, возможных осложнениях при беременности, угрозе при родах и во время вскармливания. «Решили завести ребенка» — так стали говорить о рождении детей (собака, попугай, рыбки, машина... — можно продолжить ряд аналоговых замен, суть выражения не меняется). Один ребенок в семье — почти норма, а два —

практически подвиг. Не рождение новой жизни стало кульминацией жизни женщины, а достижение бесконечной молодости и сохранение внешних ее признаков. («Часть американской мечты — жить долго и умереть молодым», — писал *Эдгар Фрайденберг*). Что же получило общество, создавшее нового юного кумира? Резкое снижение рождаемости, старение европейского общества, активную миграцию восточноазиатских и североафриканских народов с неиспорченным общественным сознанием (в смысле деторождения).

Этот тип фигуры активно эксплуатируется и поныне (не всё горе еще хлебнули, появилась анорексия — болезнь отвращения к пище, вызывающая потерю веса более 40% массы тела, разрушение тканей внутренних органов, смерть...). Для поддержания фигуры или создания «облегченного» силуэта многие идут на страшные жертвы — пластические операции (липосакция, иногда с тяжелыми последствиями для внешнего вида, а предугадать печальный исход крайне сложно), удаление последних ребер (операция проводится с целью утоньшения талии, в результате беззащитной становится печень), коллагеновые инъекции, ботокс (в принципе, механизм смерти, запускаемый в живом организме).

А знаменитые силиконовые бюсты. Вроде бы приближение женской фигуры к желаемым эталонам женственности в расцвете зрелости, но какой ценой: казаться, а не быть! Все, вплоть до угрозы здоровью.

Выбранный тип фигуры в массовых предпочтениях все еще не изменен. Общество продолжает экспериментировать по поводу выживания и воспроизводства человеческого рода. Происходящие изменения носят характер временно-го прояснения сознания. Понимание ущербности (в смысле изначального предназначения) выбранного типа женской фигуры легко оценить, сопоставляя его с такой же худощавой мужской фигурой. Как-то невесело... Желанные мужчины все еще остаются с бицепсами, трицепсами и прочими мышцами брюшного пресса. А худощавые субтильные мальчишки чаще попадают в гомосексуальных парах (о гомосексуализме можно говорить много и отдельно как о современном тотальном явлении, носящем массовый характер ввиду гомогенности общественной и техногенной среды. Но в данной статье этой теме мы стараемся избежать, не лукавя, а просто это совсем другое). Подобный тип мужской фигуры не особенно приветствуется женской половиной, в смысле телосложения являя собой образец нового коммерческого направления, развиваемого в Италии и Британии. Мужчины начали худеть и вытягиваться. Им бы, мужчинам, дров наколоть, дом построить, 4 сотки вспахать на даче, а они знай себе в офисах за компьютерами сидят, машинами рулят, спят вечером на любимом четвероногом друге — диване. Понятно, устают ведь от трудов непомерных... Вот и тип фигуры поменялся вместе с общественным сознанием и предпочтениями. Да и отпала необходимость быть сильным: мясо уже не на охоте добывают, а покупают в магазине.

Еще один важный аспект: какова точка зрения (в прямом смысле)? каким нам видится мир?

В древнем театре сцена располагалась ниже зрителя (зрительские места — ступени на склонах холма, сцена — у его подножия), на сценическое действие смотрели сверху вниз. Психологически зритель всегда сохранял некоторую дистанцию со сценическим действием, внимая, он мог остаться безучастным. Да и актеры выступали в масках. Реакцией, зритель на увиденное, а актер на содеянное, управляли сами. Примеры из современной жизни: способ расположения мест в университетских лекционных аудиториях, где лектор (ведущий субъ-

ект, главная роль в театре одного актера) располагается внизу, а слушатели (зрители) внимают сверху; театры, ипподромы, спортивные арены стадионов, боксерские ринги устроены по этому же принципу — захватывающее зрелище кипит страстями, а зритель остается выше этого. Сами идеи и образы, предназначаемые для зрителя при таком способе передачи визуальной информации, не могут давить на сознание тотально, не могут воздействовать, разрушая сложившийся тип реакции. Зритель остается значимым субъектом процесса, он управляет ситуацией, так как менее зависим. Кто главный в этом процессе? Зритель! Действие предназначено для того, чтобы зритель снизошел до него.

Зародившаяся модная индустрия потребовала изменения способа передачи визуальной информации и демонстрации, а сами модные образцы стали «скоропортящимся товаром».

Работа манекенщиц и манекенщиков в домах моды до и после Второй мировой войны в Европе происходила в салоне, где в небольшом зале сидели потенциальные покупатели и заказчики, а модели (манекенщики, одетые в предлагаемые образцы) ходили мимо. Точка зрения клиента была сосредоточена на линии талии. Пропорции фигуры не искажались при такой подаче, были естественными. Психологическая обстановка при такой организации процесса сводилась к тому, что предлагаемый образец уже заранее делался равным клиентам (социальная игра положений: я нахожусь рядом, значит мне позволено, внимание приковано ко мне, мы — равные). Манекенщик находился на расстоянии вытянутой руки. Зритель (он же и покупатель) только делал свой выбор модели, оставаясь при этом ведущей фигурой в процессе. Все «настраивалось» на зрителя-покупателя.



анна майтсева. ЭСКИЗ КОСТЮМА ДЛЯ ТЕАТРА

Использование приема найма манекенщиц, которым выдавались платья на прокат для посещения светских вечеринок, — вариант того же способа. Такими манекенщицами были люди с харизматической внешностью или знатного происхождения (среди них были русские дворянки, об этом писал историк моды Александр Васильев).

Резкие изменения произошли в индустриальном обществе. мода стала индустрией развлечений, воздействующей не на избранных, а на толпу. Показы моделей одежды наравне с концертами музыкальных групп происходили на сцене, располагавшейся выше уровня глаз зрителя. Молодежные движения отрицали устоявшиеся общественные нормы, собирая огромные толпы людей, они не арендовали концертные залы под свои действия, а использовали просторы улиц, площадей, природы. Импровизированная сцена возникала на ровном месте как возвышение. Зритель взирал на происходящее снизу вверх (прием «лягушачьей перспективы», известный уже в эпоху Возрождения, использовался для решения задач в творчестве живописцев, возвеличивавших человека). Все происходящее на сцене поднималось буквально на некоторую высоту. Зрителями подобных мероприятий были люди молодые. Их жизненные идеалы создавались здесь и сейчас. Поэтому то, что они видели на сцене, хотелось перенести в жизнь без изменений. Подобный способ передачи информации является инструкцией, действует на неокрепшие умы на уровне нейролингвистического программирования. Кстати, снова пример из жизни советской, теперь уже российской школы. В классах на ровной поверхности создавались кафедры, учитель говорил с учениками с возвышения, используя инструктивную модель передачи информации. А раз инструкция дана, то ее нужно выполнять не размышляя.

Именно к советскому периоду относится появление русской народной частушки относительно применения модных стандартов:

Девочки — девчоночки,  
Накрасили губеночки,  
Напудрили лобики  
И стоят как бобики.

Настолько велико было однообразие клонируемых в жизни образов, что оценка модных стандартов носила такой резкий характер.

Отработка композиционных приемов, поиск новых декоративных и конструктивных решений в костюме модельерами легче проводится на более высокой фигуре, с меньшим количеством выступающих частей тела. Поле для творчества, в смысле плоскости, в прямом и переносном смысле, гораздо больше.

Решая задачи проектирования костюма для фигуры с достаточными выпуклостями (приблизительно 48–50 размера в советской традиции, но российские стандарты используют полную цифру обхвата для обозначения размера 96–100 соответственно). Некоторые недобросовестные производители не утруждают себя изучением нормативных документов и стандартов, занимаясь «сплошным творчеством», и в установлении размеров (в частности), модельер-дизайнер попадает в зависимость от необходимости корректировки объемов визуальными приемами, часто в ущерб творческой реализации. Кроме этого, законы зрительного восприятия (снизу вверх на подмостки подиума, прием «лягушачьей перспективы») диктуют свои правила: фигуры должны быть тоньше, ноги длиннее, выпуклости упругие, иначе из зала это смотрится как очень полная, приземистая и неуклюжая фигура с «кисельными» формами. Но те, кто ходит по

## Новая культура и новое варварство

подиуму, являются для молодежи практически кумирами, объектами для вожделения и подражания. Не костюм примеряют на себя, оценивая степень эстетического соответствия, а коренным образом меняют фигуру. Этому процессу активно способствует восхождение звезд шоу-индустрии, телеэкранов, спортсменов на подиумы в качестве манекенщиков. Происходит взаимное обогащение и уравнивание (принцип сообщающихся сосудов).

Более того, в модной индустрии есть еще и издательский бизнес. У модных журналов требования еще жестче: фигура манекенщицы должна быть как можно более андрогинной, чтобы своими формами не отвлекать от авторской идеи, представленной в костюме. В этом случае костюм, как правило, не служит человеку, а человек подстраивается под него в силу определенных эргономических неудобств. В различных журнальных рубриках существуют отличные друг от друга требования: образец «тренированная женственность» (певица Мадонна), и бодифитнес как вид спорта (голливудская мегазвезда Арнольд Шварцнеггер — крайний пример бодибилдинга — и юная тюменка Юлия Ушакова — чемпионка мира по бодифитнесу среди юниоров — не чураются позировать для модных журналов), и модная индустрия (девочки-вешалки или скелетоны), и здоровое ухоженное тело известного лица в определенном ракурсе (российская актриса Елена Коренева для «Плейбоя») и т. д.

Ситуация меняется постепенно. Подиумы стали ниже, манекенщики рядами проходят по залу напротив сидящих зрителей. Выбор данной точки зрения порождает новое(?) видение фигуры и новые пропорциональные соотношения в костюме.

Необходимо заметить, что на сегодняшний день в модельном бизнесе выделяются два типа востребованных манекенщиц: субтильные и худощавые (изредка упруго подтянутые) и харизматические (пышные верхний и нижний бюст, интересная родинка на плече, крайне длинные или короткие ноги, интересная форма носа, красивые кисти рук, просто нестандартная внешность и т. д.). Назначение первых всем понятно: они на виду, на подиумах и телеэкранах, им мы подражаем, вторые — рекламируют товар, который мы покупаем. И чем оригинальнее внешность манекенщицы «из второй обоймы», тем успешнее идет рекламная кампания и прогнозируем увеличивающийся объем продаж. Чего стоит один мистер Бин на британском телевидении, а шоу Бени Хила? Бешеный успех и популярность в стране и за рубежом. Казалось бы, это мужчины, на которых в обычной жизни женщины «не западают». Как говорится в русской поговорке «Не родись красивой...». Кстати, что-то знакомое мелькало в сериалах. И героиня-то там не блистательная красавица, и насчет харизмы с первого взгляда никак не удастся определить: есть или нет. А как вся страна следила за любовью Кати Пушкиревой! Примерами подобной харизматической внешности пестрит не только современная история: это и царица Клеопатра, и Царевна-лягушка из русских народных сказок, и жена рыцаря Гавэна из преданий о короле Артуре — дама Рагнел, наконец, голливудская звезда Барбара Стрейзанд.

Можно констатировать сформировавшиеся тенденции в общественном сознании: не идеальная красота созданного архетипа в рафинированном представлении, а множество индивидуальностей, каждая из которых прекрасна по-своему. Именно с этого начинала свое шествие мода в эпоху итальянского Возрождения, когда гуманистические принципы провозглашали ценность каждой личности и право на самореализацию. Сейчас уже возникло и успешно существует множе-

ство модельных агентств, которые работают только для журналов и рекламы (и в России тоже). «Джентльменский набор» этих агентств крайне тематичен: волосы, лица (косметика, парфюмерия, парикмахерское искусство), бюст (женское белье), ноги, бедра (белье, обувь, брюки, спортивные товары) и т. д. А люди с нестандартной внешностью, попадая в их списки, всегда имеют работу и приличный заработок, не ущемляющий их достоинства.

Да, вот еще и комичные примеры: шоу толстушек (самых разных стилей и направлений), балет, стриптиз, показ модных коллекций. Не норма, просто перебор в другую сторону, абсолютное противопоставление.

Как будто насмехаясь над всем этим, модельер Джон Гальяно выводит на подиумы людей, которых соединяет в пары по принципу контраста: высокая и маленький, молодой и старушка, толстяк и модель с параметрами 90–60–90, вернее 82–58–86. Удивительное зрелище! И, несмотря на явный коммерческий характер проекта, очень доброе...

Западное общество с развитыми капиталистическими отношениями никогда не откажется от коммерчески выгодных проектов, какую бы угрозу в себе они не таили. Худышки в моде — на полную катушку: одежда, пилюли, сра-отдых (подумать только, это в век-то гиподинамии!), тренажеры, салоны — будьте любезны. Говорят об угрозе худобы, последствиях для здоровья — снова реклама с точностью до наоборот, только платите... В России все немного тормозит. Как говаривал Бисмарк: «Русские долго запрягают, зато быстро ездят». Опоздав к началу модной индустрии (советское общество имело ее модель, жалкую копию западных образцов, «не дай Бог кто догадается откуда взяли»), на сегодняшний момент российское общество в экстремально короткие сроки пережило все этапы западного послевоенного процесса от организации Домов моды под личность художника до формирования концептуальных дизайн-проектов и почти вовремя подошло к вопросу здоровьесбережения, безопасного выбора модных стандартов.

Поразительная эклектика архаики и постмодерна присутствует не

Лариса Никонова. Из коллекции «Весна-лето 2000»



## Новая культура и новое варварство

только на периферии, но и в формирующихся мегаполисах-«немиллионниках», таких как Екатеринбург, Новосибирск, Омск, Тюмень и т. д. Жители окраинных деревень и сотрудники богатейших компаний мира, выходцы из ближнего зарубежья и студенты университетов, летающие на практику в Америку и Европу, продавцы с уличных рынков («палаточные городки») и профессура, ученые с мировыми именами — все они на одних и тех же улицах, в одинаковой среде, которая всех приняла и не отторгла, не лишила колоритности, социальной групповой принадлежности. Встречаются потрясающие метаморфозы, проникновение техногенной среды в сознание и быт людей, сторонящихся достижений прогресса в смысле тотального проникновения и разрушения. Разнообразнейшие смешения можно увидеть и на улицах столицы, но она не ласкова к «неоднородным», они плохо приживаются и всегда имеют статус временный.

Российское общественное мнение, обретая полифоничность и многомерность, уже не допускает тотального поклонения сотворенным кумирам. Герой известного актера Бориса Новикова в фильме «Белые росы» с глубокой иронией говорит о молодых девушках с «худосочной» конституцией, характеризуя их внешний вид и манеру одеваться: «...Юбочка — по самый сникерс...» (Без комментариев автора). А сатирик Михаил Задорнов первым обозвал фигуры манекенщиц макаронами, которые начинают раздваиваться книзу. Появилась новая русская поговорка: «Есть мужчины, которые очень любят полных женщин, и мужчины, которые это тщательно скрывают...». Конечно, есть и будут различные типы телосложения, что обусловлено конституцией человеческого тела, но право выбора должно оставаться за всеми равное. Перефразируя стихотворение советского детского поэта: «Фигуры разные нужны, фигуры разные важны».

Можно предположить, что сохраняя модный стандарт худой фигуры, западное общество как-то пытается бороться с последствиями культуры потребления, породившей многомиллионную армию толстяков... Но коммерчески выгодный проект никогда не исчезнет по воле «здравомыслящих», скорее наоборот, общество будет платить по счетам, которые нынешнее поколение оставляет своим потомкам.

Нынешние образцы, достойные звания «модный стандарт» в смысле наличия харизмы: певица и ведущая Лолита Милявская, актриса Любовь Полищук (светлая ей память), героиня которой — мама няни Вики — очень любит покушать, незабываемая Наталья Крачковская, эстрадная звезда Лариса Долина далеко не худышки. Кстати, о молодежных кумирах: ведущая проекта «Фабрика звезд» Яна Чурикова явно не худа, и обратных тенденций не усматривается. Певица Наталья Королева — просто «пампушка» (так она говорит о себе). Но это нисколько не лишает ее очарования и женской привлекательности. Напротив, она крайне успешна именно в этом виде. Тутта Ларсен легко и часто демонстрировала располневшую в ожидании малыша талию, ничуть не комплексуя по поводу своей фигуры. Все же есть потенциал. Нация здравеет в сознании... выбора?

На вопрос: «Какой мужчина лучше?» — моя покойная бабушка всегда отвечала однозначно: «Сытый». Чем не ответ на вопрос «какими нам быть?». Автор данной статьи, являясь поклонником красоты и некоторым образом сопричастным ей, как деятель предметного мира (инженер-конструктор — это очень обязывает), никогда не совершала свой выбор, руководствуясь только морфологическими признаками. Функциональность, соответствие предназначению изделия обязывают задумываться о дальнейшем существовании в мире людей и техногенной среде. И мужчины нравятся большей частью умные и добрые, а не красивые. Хотя последнее качество трудно оценить как недостаток...

Несомненно, все будет так, как должно быть, и все будет так, как будет. Удивительный социальный феномен под названием «мода» имеет еще и ряд функций, среди которых, как одну из главенствующих, ведущие ученые выделяют функцию биостимулирования или обновления. Человек и человеческое общество живут, подчиняясь законам природы и ее ритмам: смене времени суток, лунному календарю, обращению Земли вокруг Солнца, периодам солнечной активности. Наш костюм и условия проживания привязаны к сменам сезонов. История предметного мира (и костюма в частности) построена на функции биостимулирования как основополагающем принципе. Поэтому предпочтительный тип, модный стандарт фигуры будет самым живучим, способным к воспроизводству себе подобных.

По истечении времени в употреблении у человека остаются только вещи, стандарты и принципы, прошедшие проверку на пригодность к максимальному благоприятствованию протекания биологических процессов в человеческом организме. Но это уже другая история, не менее увлекательная, уважаемый читатель...

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 2-е изд. М., 2000.
2. Композиция костюма. 2-е изд. М., 2004.
3. Основы теории проектирования костюма / Под ред. Т. В. Козловой. М., 1988.
4. Петров Л. В. Мода как общественное явление. Л., 1974.
5. Толстых В. И. Мода как социальный феномен // Мода: за и против. М., 1973.

НАТАЛЬЯ  
ПЕТРОВНА  
ДВОРЦОВА

#### ТЮМЕНЬ 2000-х гг. КАК НОВЫЙ КУЛЬТУРНЫЙ ПРОЕКТ

*В статье предпринята попытка осмысления современных тюменских градостроительных стратегий.*

Искусство открытых пространств – «public art» – становится все более значимым в современной культуре, что вполне понятно. В XX в. русский человек был заморожен идеей времени: то строил светлое будущее, то, отчаявшись, возрождал светлое прошлое. Разочаровавшись и в том и в другом, он, наконец, обратился к настоящему, к пространству собственной жизни, в том числе и городскому пространству.

Вопрос о том, как должно быть организовано пространство современного города, в последнее десятилетие стал актуальным и для Тюмени с ее более чем 400-летней историей. Как и всякий постсоветский город, Тюмень стоит перед выбором градостроительных стратегий: авторитарные стратегии тоталитарного города, неудобного для частной жизни, или опыт так называемого демократического города с его акцентированием комфорта повседневного человеческого су-