

6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2002: Стат. сб. М., 2003. 863 с.
7. Демографический ежегодник России. 2009: Стат.сб. М., 2009. 557 с.
8. Российский статистический ежегодник. 2009: Стат.сб. М., 2009. 795 с.
9. Василенко В.А. Устойчивое развитие регионов: подходы и принципы. Новосибирск, 2008. 208 с.
10. Гичев Ю. П. Состояние рекреационно-оздоровительного потенциала России в связи с современной экологической ситуацией //Влияние загрязнения окружающей среды на здоровье человека. Материалы Всероссийской научной конференции. Новосибирск, 2002. С. 5.
11. Сайт: <http://mylearn.ru>
12. Здравоохранение в России. 2007: Стат. сб. / Росстат. М., 2007. 355 с.
13. Техногенные загрязнения и их влияние на здоровье <http://www.rostmaster.ru/lib/dysbacter/dysbacteriosis-0071.shtml>

О.Н. Яхно

Мода и повседневность в провинциальном обществе на рубеже XIX-XX вв.

Конец XIX – начало XX века ознаменовался значительными переменами в повседневной жизни. Происходило как бы ее раскрепощение, ослабление власти традиций. Растущее влияние на восприятие социального и культурного опыта стали оказывать сциентизм, рационализм, мода. Одновременно распространялось убеждение о неограниченных возможностях воспитания и образования в деле формирования человека «современного» типа. Эти идеи находили все большее число сторонников в силу появления массового субъекта, готового к корректировке своей культурной идентичности. Таково было следствие интенсивного развития капиталистического уклада, сглаживания сословных барьеров.

Одним из важных регуляторов социальной жизни становится мода. Именно она заменяет во многом традиционные способы передачи информации и воспитания. Под влиянием моды менялось представление о красоте, ее значении в формировании внешности человека, бытовой среды. Устанавливаются некие общепризнанные образцы, которым стремятся следовать независимо от социального положения и материального достатка. Широкие возможности для этого открывал технический прогресс и массовое машинное производство. С одной стороны, они позволяли сочетать красоту и практичность в доступных для широкого потребителя товарах. С другой – создавали условия для быстрой смены модных образцов. Формируемый феномен моды явно противостоит базовой ценностной установ-

ке традиционного общества. Провозглашая ценность инновации, мода значительно изменяет культурную основу традиционного общества. Мода создает массового человека, ориентированного на новое. Причем маховик моды раскручивается от поколения к поколению по мере разворачивания истории. Другое направление в развитии моды связано с включением в эту сферу все более широкого круга феноменов культуры: одежда, стиль жизни, литература, философские доктрины и т.д. Постепенно мода охватывает собой всю целостность культуры. Она не только вводит новое, но и обесценивает старое, делая его неактуальным. Современники подчеркивали эту особенность городской жизни «Моды, обычаи, популярные песни, особого рода жаргонные словечки, так же как и великие интеллектуальные, общественные и индустриальные движения – все это зарождается в кипучих жизнью городских центрах» [1, Ст. 95].

Например, в очерке «Хозяйство и мода» описан подобный механизм распространения модных новинок. «В салонах, а в особенности на ипподромах бывает «весь Париж» – и тут каждый имеет возможность рассмотреть «живые рекламы», т.е. кокоток, одетых по последнему слову моды. Как только новая мода стала известной ... ей тотчас начинают подражать, и, прежде всего, настоящие «модэнки», дамы, принадлежащие к высшему аристократическому обществу» [2, Ст. 1207].

Советы, адресованные дамам, были выдержаны в духе времени. На первое место ставилась элегантность и изящество. Именно их пытались воспитать в своих читательницах авторы статей о моде. «Простота и скромность – два главных качества женского костюма, что, однако, не мешает несколько элегантности. Секрет успеха хорошего туалета заключается в гармонии, то есть в соответствии всех главных и второстепенных предметов туалета, в соответствии тканей, покроя и цвета с личностью самой женщины» [3, с. 33].

Новые занятия (профессиональные или в свободное время) привели к упрощению одежды и ее кроя. Важной чертой времени является создание современного городского костюма. Для женщин он состоял из юбки и блузки, у мужчин – из пиджака и брюк. Такой комплект был первой универсальной одеждой, которую носило городское большинство. Она встречалась в гардеробе представителей всех городских сословий и слоев: чиновников, различных служащих, учителей, врачей, вплоть до крестьян.

Распространению европейской моды способствовало появление готового платья. Благодаря относительной дешевизне такая одежда становилась доступной для многих. С другой стороны, это вело к упрощению моделей. Крой становился менее сложным, количество деталей сокращалось. Конструкция платья перестала быть громоздкой и насыщенной деталями, орнаментами, символами. Образцом перехода от сложного к простому в одежде начала XX в. была имитация сложного кроя. Вместо реальных от-

резных деталей использовались накладные или отстроченные. В обиход постепенно входила более дешевая пластмасса вместо дорогостоящего китового уса. Новые анилиновые красители делали шерстяные ткани более яркими. Российские хлопчатобумажные ткани заменили шелк и позволили шить недорогую и красочную одежду. Журнал «Парижские моды», который встречался и в Екатеринбурге, предлагал фасоны дорогих пальто и платьев. Но в то же время отмечалось, что фасон этот можно скопировать из сукна или шерстяной материи по вкусу (вместо атласа), заменить соболей более дешевым мехом.

Статьи об одежде старались дать рекомендации самого общего характера, призывая каждую женщину стать творцом своего собственного гардероба исходя из личных обстоятельств. «По-настоящему моды и нет: каждая женщина одевается по своему вкусу; вот в этом и есть настоящий прогресс» [4, с. 10]. Главное – требование элегантности во всем, избегать мещанского вида. Одежда должна была скрыть недостатки фигуры. Корсеты нередко лишь усложняли эту задачу. «Фигура требует особого покроя одежды, капризных прихотливых складок, небрежной грации в разбросанных бантах, цветах, кружевах. Артисты, одевающие современных модниц хорошо изучили эту капризную фигуру и умеют сделать ее чудом женской красоты и изящества. Современные модные платья требуют больших денег и стоят дорого. Одеться просто и изящно, не тратя на себя лишних денег – вот доказательство прирожденного ума и вкуса женщины» [5, с. 11]. Редакторы звали к разуму женщины, которая следит за своим хозяйством. Не меньшее внимание уделялось многочисленным дополнениям, которые и создавали модный образ: прическа, перчатки, зонтики, духи. Но и они должны были быть практичны и уместны. «Что касается зонтиков, то появилась модная новинка: в ручке зонтика элегантной дамы скрыто зеркальце, пуховка и пудра или часики, самых миниатюрных размеров. Это практично и остроумно» [6, с. 3].

Стоящие на более низкой социальной ступени слои городского населения имитировали одежду тех, кто занимал более высокое место. Можно предположить, что для слоев мещан и городских служащих образ аристократической дамы модерна был идеалом-целью. Думается, что на городских улицах Екатеринбурга или Перми в реальности встречался более рациональный вид одежды, в котором типичный для модерна силуэт был едва намечен, а плавная линия соответствовала естественным контурам фигуры. Такая тенденция запечатлена на студийных и любительских фотографиях, а также отдельных графических зарисовках.

Происходит смешение различных традиций. Очевидным следствием увлечения востоком было появление одежды, имитирующей турецкие халаты и шаровары или японские кимоно. «Самое модное. Новое, изящное, эффектное и практичное для дам и барышень есть блуза «Кимоно», считая

из наилучшей тонкой шерстяной набивной материи в японско-турецком вкусе» [7].

Выходцы из крестьян также пытались одеваться как представители средних городских слоев. Иногда их покрой блузы содержал детали, свойственные и городской, и деревенской одежде. В частности, это могли быть ромбовидные вставки в рукавах на крестьянский манер вместо вытачек, используемых городскими портнихами. Кроме этого в начале XX в. в крестьянской одежде чаще стало встречаться украшение из готового фабричного кружева. Существовало и различие в более предпочтительных цветах. Если коренные горожанки в основном выбирали, и даже для праздничной одежды, цвета спокойные, приглушенные, например, бежевый, песочный, голубой или черный, то крестьянская одежда отличалась яркостью. Представители крестьянского сословия одевались в красный, зеленый, сиреневый цвет. Очень часто их одежда была перегружена отделкой. Если использовали украшения вышивкой, то цвета и мотивы тоже были традиционными для крестьянской среды. Выходцев из крестьян можно безошибочно узнать среди прислуги, гувернанток не только по манере одеваться, но и по прическам. Но и у них время от времени возникали свои модные поветрия. В начале 90-х XIX в. среди покупателей из Сибири появилось поветрие обращать внимание на отделку подошв кунгурских сапог. «Черный сапог для рабочего класса. Он не будет носится в калошах. Подошву ошкуривают и разрисовывают специями, делают блестящей как зеркало. Но это блеск лишь на один день» [8].

Мода распространяется и на представления о должном уходе за собой. Врачи и гигиенисты, а затем и просвещенные круги начинают пропагандировать здоровый образ жизни. Советы, касающиеся моды, отличались не только практичностью, но и пытались отвечать новейшим требованиям гигиены. Наряду с соблюдением простых правил чистоты он включал в себя различные варианты намеренного моделирования тела: физические упражнения, массаж, диеты. «В настоящее время среди культурных народов тучность не в моде. Всем известно, что в этом вопросе главным образом заинтересованы дамы, которые при первых признаках начинающейся тучности уже готовы на какие угодно жертвы и охотно проделывают всевозможные способы лечения от ожирения, хотя, к сожалению, редко по назначению врача и под его непосредственным наблюдением. Часто, однако, такое лечение проделывается только в косметических целях, даже без требования моды. Нужно сказать правду, что и многие мужчины тоже не всегда равнодушно относятся к изменению внешних форм вследствие отложения излишнего количества в теле» [9, с. 2]. Врачи в этот период сделались влиятельной экспертной группой, облеченной общественным доверием. Они давали советы, касающиеся разнообразных сторон повседневной жизни, отводя важную роль профилактике многих заболеваний.

Производители самых разнообразных товаров своей рекламой также вносили вклад в распространение новых взглядов. «Зачем оставаться толстыми? Порошки д-р Маркони. Это единственное, разумное, верно действующее и безвредное для здоровья средство. Разрешена продажа без рецепта» [10]. Обращались ко всем и в довольно настоятельной форме «Каждая женщина может сделать красивой и надолго сохранить свою красоту. Крем Ренессанс создает, поддерживает и возвращает красоту, молодит и делает лицо юношески свежим, уничтожает угри, прыщи, веснушки, морщины, гусиные лапки, вообще очищает лицо, делает кожу гладкой и красивой» [11, Ст. 122].

Карикатуристы, наблюдая за реальной жизнью, по-своему откликались на актуальные модные тенденции и находили интересные сюжеты. В частности, один из рисунков предлагал использовать гигиенический шлейф на колесиках для прогулок по улицам. Подпись под картинкой гласила: «Даже самая пикантная дама не поднимет никакой пыли» [12, с. 8]. Некоторые предлагаемые модные изобретения были не лишены оригинальности и игривости. Например, туфли, в каблук которых вделаны часы, заставляющие дам принимать пикантные позы. Была обувь и для Золушек: с игольницей вместо брошки. Не меньшее внимание уделялось многочисленным дополнениям, которые и создавали модный образ: прическа, перчатки, зонтики, духи. Но и они должны были быть практичны и уместны.

Под влиянием моды менялось представление о красоте, ее значении в формировании внешности человека, бытовой среды. Устанавливались некие общепризнанные образцы, которым стремились следовать независимо от социального положения и материального достатка. «В настоящее время новости моды с быстротой молнии распространяются по всему цивилизованному миру, находя себе поклонников среди представителей всех сословий» [2, Ст. 1264]. Массовое производство вело к нивелировке всего образа жизни. Как отмечал наблюдатель, на рынке появился «шаблонный товар для того, кто подходит под данный размер. Массовый товар имеет и массового покупателя. Фабрика готового платья обслуживает средний и малосостоятельный класс» [13, с. 549]. Привилегированные слои более сдержанно относились к тому, что позже было названо «ширпотребом». Они ориентировались на индивидуальные заказы, позволяющие удовлетворить субъективные вкусы и выделиться из массы. Но и для них находились полезные технические новинки. Местная пресса пестрила объявлениями о технических новинках: кухонных плитах, стиральных машинах, пылесосах и т.д., рассчитанных на состоятельную клиентуру. Свою продукцию ей предлагали магазины готового платья, стараясь привлечь потенциальных покупателей, обещая удовлетворить запросы «лиц, привыкшим хорошо одеваться и желающим сберечь время и деньги. Изящный покрой» [11, с. 116]. В целом же городские жители получили возможность из готовых вещей

составлять свой гардероб и интерьер дома, которые отвечали не только духу времени, но и индивидуальным эстетическим, психологическим и материальным запросам.

Мода, рационализация повседневной жизни вытесняли игровые основы традиционной культуры. В частности, менялась функциональная природа костюма. Исчезли в связи с социальными изменениями его половозрастная и сословная функции. Не отдавая себе отчет о роли деталей и скрытого языка стиля, горожане получили возможность надевать опознавательные знаки различных социальных групп. Меняющиеся условия давали возможность примерить «чужое» платье, заставляли, словно на сцене, прожить «другую» жизнь. Городские улицы и места массовых увеселений предоставляли широкие возможности для подобного маскарада.

Прослеживались две противоположные тенденции: с одной стороны присутствовало желание выделиться, а с другой – соответствовать определенным стандартам. «В изменяющемся обществе субъективная жизнь постоянно утрачивает равновесие. Мода предоставляет возможность для выражения вкусов, определения и, следовательно, фиксации и упрочения» [14, с. 211]. Правда, во внешнем облике тиражировался скорее аристократический идеал богатства и респектабельности, нежели мещанская скромность и простота расчетливости. Все-таки, для русских более характерной чертой являлось желание праздничности, яркости и нарядности. Стало довольно трудно с определенностью сказать к какому слою общества принадлежала та или иная женщина. Жажда развлечений объединяла всех, по крайней мере, внешне. И, тем не менее, «мода позволила новым социальным группам – таким, как буржуазия и рабочий класс – создать собственную классовую идентичность, а старым группам – например дворянству и крестьянам – обновить свой облик. К началу XX века российский костюмный ландшафт стал гораздо сложнее, отражая растущую сложность самого российского общества» [15, с. 230].

Стремление следовать модным веяниям порождала «красоту для бедных». «Страсть к подражанию, стремление низших сословий тянуться вслед за высшими во всем, что касается внешнего строя жизни, никогда не имело столь широкого распространения. Понижение цены на различные товары делает доступным для масс множество таких вещей, которые в прежнее время составляли привилегию только богатых и знатных» [16, Ст. 1291]. Помимо этого начинает отходить в прошлое отношение к повседневным вещам как своего рода капиталу (заготовка одежды или домашней утвари впрок), что препятствовало их обновлению. Большое значение для начального этапа формирования феномена массового потребления вещей получил фактор их морального старения. Стремление быстро менять вещи, по замечанию авторов начала XX в., являлась характерной особенностью современного культурного человека. «Во всех более или менее зажиточных

домах принято теперь обновлять обстановку чуть ли не через каждые 8–10 лет» [17, Ст. 1234].

Мода была порождением и сама создавала массовую культуру и соответствующего ей человека, готового воспринимать новую информацию, новые реалии жизни, психологически более пластичного и гибкого. Для горожанина начала прошлого века это было очень актуально, что уже отмечали сами современники. Описывая городскую жизнь они обращали внимание на «ускоренную смену впечатлений, потребностей, настроений, интересов, которая доведена до состояния скачки, до состояния сплошного метания. Но приспособление носит поверхностный характер. Деревенский мозг упорнее. Мозг горожанина, как гончая собака, лишь нюхает факты и мало проникает в их сущность. Соединить быстроту и пластичность приспособления к фактам с глубиной проникновения в них и оценки – дело будущего человека» [1, Ст. 91].

Врачи, педагоги, общественные деятели, представители художественных кругов предлагали свои программы адаптации к новым условиям жизни. Они действовали в разных направлениях, в том числе пытались изменить потребительские практики. Период рубежа веков ставил задачу объединить красоту и пользу, удовольствие и нравственность, скромность и элегантность, изысканность и практичность. И даже в статьях о моде акцент делался не на экстравагантные новинки, а на то, как, сохраняя время и средства, выглядеть добропорядочным героем своего времени. Большинство новых черт существовало лишь как тенденция. Во многих случаях заимствование новинок было поверхностным, не меняя по сути всего жизненного уклада. Подобная ситуация свидетельствовала о сложности восприятия новых веяний, создавало предпосылки столкновения в повседневной жизни различных культурных ориентаций. Отсутствие жесткой регламентации в следовании стереотипам дало каждому человеку возможность индивидуального выбора. В том числе и внешних атрибутов желаемого для себя образа. Революционные события начала XX в. были показателем того, что большинство все-таки не смогло адаптироваться к новым условиям. Динамика и напор городской жизни с её массовым безразличием делали индивидуальный выбор слишком серьезным испытанием. Пожалуй, только вера в науку и ее возможности управлять повседневным миром была непоколебимой.

Идеи, которыми руководствуются люди в своей деятельности, меняются значительно медленнее, чем материальные условия, и, значит, вся жизнь людей будет находиться под их совместным и противоречивым воздействием.

Примечания

1. Город и горожане // Новый журнал для всех, 1910. № 20.
2. Хозяйство и мода // Хозяйка. 1902. № 45.

3. Уменье одеваться // Дамский мир. 1912. № 1..
4. Искусство одеваться // Дамский мир. 1909. № 10.
5. Весенний сезон // Последние моды. 1909. № 2-3.
6. Весенний сезон // Последние моды. 1910. № 21.
7. Уральский край, 24 февр. 1911.
8. Екатеринбургская неделя, 1895, № 5.
9. Тучность // Здравие семьи. 1905. № 2.
10. Слово Урала, 1908. 6 февр.
11. Новый журнал для всех. 1909. № 3.
12. Наши дни. 1912. № 8.
13. Гулишамбаров С.И. Предметы одеяния в главнейших странах. Известия императорского РГО. Т. 39, 1903. СПб., 1905.
14. Блумер Г. Коллективное поведение // Американская социологическая мысль: тексты. Под ред. В.И. Добренко. М., МГУ, 1994.
15. Руан К. Одежда и идентичность в имперской России // Гражданская идентичность и сфера гражданской деятельности в российской империи. Вторая половина XIX – начало XX века. М.:РОССПЭН, 2007.
16. Хозяйство и мода // Хозяйка, 1902, № 46.
17. Хозяйство и мода // Хозяйка, 1902, № 44.

В.И. Исаев

Формирование индустриально-урбанистического образа жизни рабочих Сибири в 1920-е – 1930-е гг.

В настоящее время в качестве теоретической конструкции, позволяющей исследовать трансформацию общества в советский период, российскими историками активно используется теория модернизации. В самом общем виде модернизацию можно определить как процесс становления индустриально-урбанистической цивилизации. При этом необходимо иметь в виду, что модернизация – это процесс не только количественных, но и качественных изменений. В том числе, большое значение имеют изменения в качественных характеристиках самого действующего субъекта исторического процесса – человека.

Новейшие тенденции в мировой и отечественной историографии как раз и связаны с усилением внимания историков к «человеческому фактору». Историческая социология и антропология, социокультурная история, микроистория, история повседневности – эти и другие современные направления и подходы характеризуют усиление внимания исследователей к изменениям, происходившим на уровне человеческой личности. Проблемы ментальной истории, способы восприятия и освоения людьми окружающего