О. Ю. ГУРОВА

Гурова Ольга Юрьевна
кандидат культурологии
доцент,
Ольборгский университет (Дания)
Aalborg, Kroghstraede 1
Тел. +45 9940 3285
E-mail: Gurova@cgs.aau.dk

Время и мода: продолжительность жизни вещей в советском и постсоветском обществе[1]

Аннотация. В статье рассматриваются трансформации повседневных практик использования вещей — прежде всего одежды, с точки зрения продолжительности ее жизни. В теоретической части обсуждаются концепция временны́х ритмов повседневной жизни Анри Лефевра и ее приложение к исследованию биографии вещей в различных контекстах: в одном обществе в разные исторические периоды или в разных социальных группах одного и того же общества. В эмпирической части на примере анализа интервью, посвященных одежде и моде в советской и постсоветской России, выделены четыре концепции, описывающие различные временны́е ритмы в отношениях человека и вещи: «долговременное потребление», «потребление переходного периода», «быстрое» и «медленное потребление». Эти концепции выделены в зависимости от макрохарактеристик общества на том или ином историческом этапе, а также на основании различий в повседневных практиках использования вещей и их интерпретаций информантами. В статье показано, каким образом данные концепции сменяли друг друга, становясь доминирующими в тот или иной момент, и отмечено, что они продолжают сосуществовать в различных группах российского общества сегодня.

Ключевые слова: мода, потребление одежды, временные ритмы, биография вещей, повседневные практики, советская и постсоветская Россия

Время представляет собой социальный продукт, потому у каждого общества и у каждого вида деятельности имеется своя собственная концепция времени [Lefebvre 2009: 74; Флорида 2011: 169]. В 2004 г., когда я

[1] В основе данной статьи лежит ранее опубликованная глава из книги [Gurova 2015].

© О. Ю. ГУРОВА DOI: 10.22394/2412-9410-2018-4-3-68-96

писала статью о продолжительности жизни вещей в советском обществе [Гурова 2004], в эфир вышла телепередача[2], в которой поднимался вопрос, выбрасывать или хранить старые вещи. У одного из участников — российской знаменитости — спросили, когда, по его мнению, вещь становится старой. Он ответил, что ботинки, надетые на нем сейчас, станут старыми сегодня, хотя он надел их в первый раз. Подобный ответ, казавшийся немыслимым в социалистическом обществе, воспринимался как естественный к середине первого десятилетия XXI в., когда погоня за новинками и быстротечность модных трендов стали казаться нормой, ясно свидетельствуя о том, что продолжительность жизни вещей и длительность их использования изменились в сторону скоротечности. В то же время такой ответ показался бы безрассудным сегодня — тонны мусора, в том числе текстильного, горят на свалках вокруг крупных городов, вызывая протесты жителей и демонстрируя, что быстротечность жизни вещей может принести большие социальные и экологические проблемы.

Проблему связи между быстротечностью жизни вещей и качеством жизни российским потребителям еще предстоит полностью осознать. Тем не менее быстротечность времени и временной режим повседневной жизни уже давно стали одной из основных дискуссионных тем в современных западных обществах, потому что игнорировать невероятно быстрый темп жизни и ее ускоряющийся ритм уже невозможно. Этот ритм можно рассматривать как складывающийся из ритмов отдельных наборов повседневных практик, которые и создают временной порядок общества — его «временной режим» [Shove et al. 2009: 5]. Анри Лефевр предложил категорию «концепции ритмов», позволяющую подчеркнуть многообразие ритмов и их относительный характер: «Мы знаем, что ритм является медленным или быстрым только по отношению к другим ритмам» [Lefebvre 2007: 10]. Таким образом, для понимания многообразия ритмов повседневности и их модуляций необходимо принимать во внимание интерактивную динамику различных практик. Здесь возникает вопрос, каким образом практики с различными ритмическими характеристиками способны усиливать, активизировать или заменять друг друга в разные исторические периоды [Shove et al. 2009: 10].

Согласно Лефевру [Lefebvre 2007], концепция времени не линейна, и перемены во временных режимах не означают непременную замену одного ритма другим. Элизабет Шоув, Фрэнк Трентман и Ричард Уилк пришли к выводу, что общества состоят из комбинации различных ритмов. Нетрудно заметить, что при переходе от одного временно́го режима к другому (например, от традиционного, основанного на обычаях, — к современному и чрезвычайно гибкому) некоторые страны сохраняют различие в своих повседневных ритмах, их течении и сочетаниях. Например, даже в контексте современного «быстрого» времени французы любят неторопливо пообедать, а мексиканцы делают перерывы на сиесту [Shove et al. 2009: 4].

Не забывая об относительном характере временны́х режимов, в данном тексте я сосредоточусь на идее о том, что у каждого общества есть своя концепция времени и доминирующего ритма, который вписан в повседневные практики его членов. Таким образом, предмет моего исследования —

[2] Ток-шоу «Короткое замыкание» (Телеканал «Россия», 10 февраля 2004 г.).

временны́е ритмы и их изменения в советской и постсоветской России на примере использования одежды. Что касается использования одежды, анализ временно́го режима и ритмов предполагает ответы на следующие вопросы. Какова продолжительность жизни вещей в обществе? Какой набор практик, относящийся к эксплуатации вещей, преобладает в обществе? Как быстро с момента приобретения одежда выбрасывается, если выбрасывается вообще? Что происходит с вещами, когда они утрачивают свои утилитарные функции?

Вопрос, как и почему менялись временны́е ритмы в обществе, не раз обсуждался в научной литературе. В результате было предложено несколько обоснований данного явления. Во-первых, основной причиной изменений временно́го режима видится переход к капиталистической форме производства, сопряженный с формированием общества потребления [Бодрийяр 2006; Тоффлер 2004]. При капитализме наращивание прибыли и ускорение оборота капитала ведут к увеличению темпов производства; потребление, стимулируемое рекламой и модой, также ускоряется (см.: [Harvey 1989; Verdery 1996]). Иными словами, временной ритм при социализме отличается от временного ритма при капитализме. Во-вторых, данный переход связывается с ростом общественного благосостояния, так как в относительно бедных обществах или для бедных групп использование продукта всего лишь раз или на протяжении короткого периода является немыслимым (см.: [Тоффлер 2004]). В-третьих, жителям разных стран приписываются определенные потребительские ментальности, которые становятся объясняющими факторами доминантных наборов практик. Подобные смены ментальностей также могут объясняться различиями в установках разных поколений: «Различные и, может быть, даже противоположные установки, которые представители предшествующих поколений имеют в отношении потребления, в значительной степени зависят от опыта в сфере потребления, который имели представители того или иного поколения, когда они были молодыми. Поэтому с каждым поколением происходят изменения в установках» [Merkel 1998: 297]. В-четвертых, катализатором изменений, наряду с поколениями, могут служить установки других социальных групп, таких как классы [Lefebvre 2007: 14].

Чтобы проанализировать ритм, необходимо посмотреть на него со стороны, отмечает Лефевр [Lefebvre 2009: 88]. Следовательно, для понимания произошедших перемен необходимо провести сравнение периодов с отличными друг от друга временны́ми ритмами, поэтому я постараюсь развести различные периоды на основании нюансов их временны́х режимов. Тем не менее необходимо помнить, что концепция времени не линейна, и разные концепции могут сосуществовать в одном и том же обществе среди разных социальных групп. Данную мысль я постараюсь подчеркнуть, обозначив социальные группы современного российского общества, для потребления которых характерен тот или иной ритм.

В первой части статьи представлен краткий обзор концепций временны́х режимов в социалистических и капиталистических обществах. Далее последуют описания концепций моды в контексте временны́х режимов. Затем я проанализирую нарративы потребителей — представителей современного российского среднего класса, в которых речь идет о продолжительности жизни

вещей. В целом же, с методологической точки зрения, я пытаюсь показать, что временны́е режимы могут рассматриваться как на макро- (тип общества, институциональные и экономические особенности, развитие рынка розничной торговли и т. д.), так и на микроуровне (практики приобретения, использования одежды и избавления от нее). Немаловажно, что данные макро- и микрофакторы взаимодействуют между собой, создавая определенную концепцию потребления и моды в конкретном временно́м режиме. В заключении я подвожу итог исследования, связав макро- и микрофакторы с существующими теориями моды, и для наглядности представляю полученные результаты в виде таблицы.

Время и типы обществ

Как показывает антрополог Кэтрин Вердери, время является фундаментальным измерителем человеческой деятельности и в различных обществах приобретает различные формы; несмотря на утверждение советских лидеров о динамичности социалистической системы, время оказалось не на их стороне, в особенности в сравнении с капиталистическими обществами [Verdery 1996: 35].

Социологи Екатерина Герасимова и Софья Чуйкина называют советское общество «обществом ремонта», в котором не только вещи, но и сама система в целом были в состоянии постоянного ремонта, направленного на поддержание жизнеспособности самой системы: «Плановая экономика не являлась саморегулируемой (как рынок) и поэтому была объектом постоянных улучшений, экспериментов и вынужденных антикризисных кампаний со стороны властей, то есть непрерывно ремонтировалась» [Герасимова, Чуйкина 2004: 71].

Основная причина длительного использования одежды при социализме, как известно, заключалась в неэффективности плановой экономики, в условиях которой производитель оказывался оторванным от нужд потребителя; из-за дефицита одежду было сложно купить. В связи с этими структурными условиями вещи в «обществе ремонта» функционировали в состоянии постоянного и непрерывного потребления. Сущность вещей в советском обществе заключалась в их бессрочности, незаменимости и бесконечном обновлении или преобразовании их функций — именно таковы были основные характеристики советской материальной среды [Гурова 2004]. В «обществе ремонта» потребление вещей сопровождалось постоянным возвращением предметов к жизни. Это достигалось с помощью долгой фазы использования вещи даже после того, как она отработала свой срок, а также при помощи различных креативных практик [Орлова 2004; Гурова 2004].

По наблюдениям Герасимовой и Чуйкиной, даже несмотря на то что практики ремонта в той или иной степени характерны для любого общества, экономический и социальный контексты, как и культурные значения этой деятельности, в разных обществах существенно отличаются друг от друга. Например, реставрация антиквариата для декора роскошной виллы — не то же самое, что штопка старого носка, вещи можно разделить на предметы первой необходимости и предметы роскоши; мотивация к поддержанию их жизни может быть символической или прагматической; социальные группы, участвующие в этом

процессе, — богатыми или бедными, а методы ремонта могут варьироваться от самостоятельной починки в домашних условиях до привлечения высококвалифицированных специалистов [Герасимова, Чуйкина 2004: 70].

В советской России умение шить и перешивать одежду считалось важной культурной практикой. Аргумент в подтверждение этого тезиса можно найти в статье культуролога Ольги Вайнштейн, которая называет портниху «главным культурным героем» советской эпохи и приводит воспоминания представительниц советской интеллигенции о том, что почти все их любимые платья появились на свет благодаря искусству портних. Вайнштейн подчеркивает, что шитье было сферой женского самовыражения [Вайнтшейн 2007], т. е. его популярность была связана не только с нуждой, порожденной структурными условиями — дефицитом и т. д. По тем или иным причинам манипуляции с вещами были необычайно распространены: люди шили себе одежду, чинили ее, перешивали старые вещи, создавали новое из старого или совершенствовали готовые вещи, всячески украшая их [Гурова 2004], как прибегая к услугам портных, так и с помощью собственных усилий. Эти манипуляции с одеждой вносили вклад в медленную темпоральность вещей, поскольку подогнанная под фигуру и нужды человека одежда жила долго, особенно если речь шла о любимой вещи.

Капитализм же, напротив, ассоциировался с экономикой новизны, ставшей в 1970-е годы предметом особого интереса западных исследователей. Например, Жан Бодрийяр отмечал, что продолжительность жизни вещей в современных капиталистических обществах значительно сократилась, именно поэтому он описывал их как «цивилизацию мусорной корзины». В таких обществах продукт производится не ради потребительной стоимости или возможной долговечности, но скорее с учетом быстрого прекращения его использования, и скорость, с которой он выходит из строя, равна только скорости роста цен. Этим обществам присуща культура безграничной расточительности и фантастической демонстративности, а современные герои — это прежде всего герои потребления [Бодрийяр 2006].

Футуролог Элвин Тоффлер обращал особое внимание на последствия расточительного потребления — сокращение продолжительности жизни вещей: «Великое множество созданных руками человека материальных предметов, которые окружают нас, находится в поистине безбрежном море природных предметов. Однако для человека все большее значение приобретает окружающая обстановка, сотворенная при помощи техники. ‹…› Созданные человеком вещи получают идеальное воспроизведение в его мышлении и индивидуализируют его сознание. Их количество как в абсолютном, так и [в] относительном выражении неуклонно возрастает в природной среде» [Тоффлер 2004: 61–62]. Тоффлер говорит об обществе, построенном на принципе одноразовости (throw-away society), и приводит примеры скоротечности современного потребления: «Ничто не впечатляет так, как различие между новым поколением девочек, радостно отдающих своих Барби ради новой усовершенствованной модели, и теми, кто, подобно их матерям и бабушкам, долго играл одной и той же куклой и был к ней нежно привязан, пока она не разваливалась от старости. В столь разном подходе выражается главное различие между прошлым и будущим, между обществом, базирующимся на постоянстве. и новым, бы-

стро формирующимся обществом, базирующимся на недолговечности» [Там же: 62]. Иными словами, скорость обращения вещей растет, как и количество одноразовых товаров, перестраивая временные отношения между человеком и вещью.

Однако текущие изменения в развитых капиталистических обществах направлены в противоположную сторону: консюмеризм стал объектом резкой критики, которая опирается на проблемы, ставшие актуальными вследствие растущего производства и чрезмерного потребления, наносящих серьезный вред окружающей среде. В результате развитые капиталистические общества нацелены на устойчивое развитие и контроль над ростом скорости производства и потребления в долгосрочной перспективе.

Дискурс об устойчивом потреблении стал набирать популярность в середине первого десятилетия XXI в. С этого времени в мире получили распространение практики, которые ассоциируются именно с этим видом потребления: этичное/«зеленое»/ответственное потребление. Этичное потребление подразумевает осознанное приобретение товаров и услуг, производство которых не идет в разрез с этическими принципами, т. е., например, предполагает нанесение минимального вреда человечеству и природе. Этичное потребление многообразно и может выражаться в разных практиках, среди которых «байкот» (англ. *buycott*, от *to buy* 'покупать'), когда предпочтение отдается продукции, произведенной с учетом этических норм, и «бойкот», при котором покупатели отказываются приобретать товар или услуги компании-производителя, не учитывающей этические нормы [Littler 2009: 93; Neilson 2010]. Другие практики, связанные с сокращением объемов потребления, включают, например, дауншифтинг, при котором предпочтение отдается простому и расслабленному образу жизни, нацеленному на духовное удовлетворение и отрицающее неоправданно большие расходы и бесконечные рабочие дни [Sassatelli 2007: 125].

Практики устойчивого потребления нацелены на увеличение продолжительности жизни вещей. К ним относится, например, совместное потребление (collaborative consumption), основанное на совместном использовании вещей в процессе личных взаимодействий или взаимодействий, опосредованных Интернетом. Примерами совместного потребления служат традиционное коллективное использование вещи, бартер, одалживание, сдача в аренду, дарение или обмен, которые могут принимать новые формы благодаря современным технологиям [Botsman, Rogers 2010]. Сегодня места для практик совместного потребления, такие как секонд-хенды и блошиные рынки, переживают волну популярности, особенно в обществах, пропагандирующих устойчивое потребление. Все более популярным такое потребление становится и в России [Егерева, Гурова 2014; Безман 2014]. Стартапы и новые бизнес-модели, опосредованные развитием технологий, приводят к развитию экономики совместного потребления (sharing economy) и основанных на ней сервисов, таких как аренда одежды (например, Oh my look!)[3].

[3] См.: https://ohmylook.ru.

Следует отметить, что важную роль в таком потреблении играет творчество. В 2005 г. социолог Колин Кэмпбелл ввел категорию «искусный потребитель» (craft consumer): потребитель этого типа не является пассивным искателем удовольствий, но воспринимает потребление как деятельность, в которой он сам работает над продуктом потребления, привносит собственные знания, суждения и увлечения с целью самовыражения [Campbell 1995: 24]. Таким образом, искусный потребитель принимает участие в создании продукта, который в конечном счете и будет потребляться [Beers, Burrows 2010: 4], становясь, таким образом, «просьюмером»[4] [Ritzer, Jurgenson 2010: 17]. Социологи Джордж Ритцер и Нейтан Юргенсон подчеркивают, что термин «просьюмер», как и сам феномен, стал играть заметную роль в современных обществах [Ibid.].

«Застывшая», быстрая и медленная мода

В литературе были предложены три основные теоретические концепции, описывающие моду и представляющие различные режимы темпоральности: социалистическая «застывшая» мода, быстрая и медленная мода. Потребление одежды в социалистическом обществе представлялось постоянным и неизменным. Историк моды Джурджа Бартлетт отмечает, что советская мода приобрела форму «официального советского костюма», созданного дискурсом женских журналов и журналов мод. При этом такой костюм был скорее униформой, нежели модой в прямом понимании. Барлетт подчеркивает, что советская мода жила по совершенно иным законам, чем мода в капиталистических обществах. Официальная советская мода была заложником времени, так как стабильность всегда оставалась предпочтительнее изменений в советском обществе. По этой причине советская одежда всегда казалась немного устарелой, вышедшей из моды. Именно в силу того, что советская мода была вне времени и сопротивлялась переменам, Бартлетт охарактеризовала ее как «застывшую» [Бартлетт 2011].

Без сомнения, фасоны советской одежды менялись от сезона к сезону, но в то же время сложная процедура утверждения фасонов и неповоротливость предприятий массового производства приводили к тому, что, когда платье появлялось в магазинах или в гардеробе конечного потребителя, оно уже было вышедшим из моды. Стоит заметить, что по сравнению с официальным советским костюмом повседневная одежда, которую носили люди в обыденной жизни, могла выглядеть иначе и меняться быстрее, т. е. принадлежать к другой, более быстрой темпоральности. Однако временной режим, в котором существовали советская одежда и мода, все равно оставался относительно медленным по сравнению с временны́м режимом постсоветского общества [Гурова 2004].

[4] Термин заимствован из книги Э. Тоффлера «Третья волна» (1980), в которой автор предполагает, что во времена доиндустриальных обществах и натуральных экономик домохозяйства потребляли то, что сами производили. Позднее эти функции разделились. Современные общества отходят от однозначного разделения производства и потребления, о чем, в частности, свидетельствует слияние последних, выраженное в зарождении и развитии производящего потребителя [Тоффлер 2004]. Практики, к которым прибегает современный производящий потребитель, часто связаны с интернет-технологиями и Web 2.0. Производители контента в Интернете являются одновременно его потребителями, как, например, в случае с пользователями форумов или социальных сетей [Ritzer, Jurgenson 2010: 17].

Другой феномен, получивший название «быстрой моды», получил распространение в конце XX в. в развитых капиталистических странах. Как следует из названия, быстрая мода предполагает короткий срок использования вещей, однако не ограничивается этим. Быстрая мода представляет собой глобальную систему организации индустрии моды, при которой производство и дистрибуция одежды осуществляются в так называемых странах третьего мира, в то время как маркетинг и потребление — сферы деятельности развитых стран. Появление и развитие феномена быстрой моды стало возможным благодаря возникновению транснациональных розничных сетей (таких, как испанская марка Zara, принадлежащая корпорации Inditex, или шведский бренд H&M), в основу деятельности которых положен принцип быстрого реагирования на текущие запросы потребителей. Такие компании молниеносно подхватывают тренды последних модных показов и быстро производят их, доставляя конечному потребителю, который в погоне за модными новинками постоянно меняет свои предпочтения [Crane, Bovone 2006; Tokatli 2008; Barnes, Lea-Greenwood 2006]. «Технология позволяет осуществлять производство точно в срок и увеличивать товарооборот. Дизайны, как и сами вещи, производятся с расчетом на более ограниченную продолжительность жизни» [Clark 2008: 428].

С точки зрения социологов, предпосылкой к возникновению быстрой моды послужила возросшая рациональность современных обществ. Принципы функционирования индустрии быстрой моды можно сравнить с принципами функционирования рынка фаст-фуда, описанными Джорджем Ритцером, такими как эффективность, просчитываемость, предсказуемость и контроль. Ритцер назвал феномен, при котором все эти качества приобретают гипертрофированные масштабы, распространяясь на различные сферы общества, «процессом макдональдизации» [Ritzer 2011]. По отношению к потреблению одежды эти принципы раскрываются следующим образом. Эффективность означает, например, расположение фабрик в свободных экономических зонах с дешевой рабочей силой, по возможности близких к центрам дистрибуции, и оптимизирование логистических процессов, в результате чего покупатель получает одежду максимально быстро и по относительно невысокой цене. Высокая эффективность, в свою очередь, достигается за счет просчитываемости процессов. Предсказуемость означает отсутствие неожиданностей в том смысле, что если потребитель зайдет в магазины Zara в какой-либо стране, он может быть уверен, что стиль одежды и многие фасоны не будут отличаться радикально от одежды, продающейся в этом магазине в стране его проживания (хотя некоторая часть ассортимента может варьироваться в зависимости от страны).

Контроль обеспечивается технологией, в частности различными электронными системами, которые позволяют организовать процессы максимально эффективно. Потребительская рациональность в быстрой моде состоит в том, что они ценят новизну, современность и доступную цену, и в гораздо меньшей степени их заботят качество и долговечность вещей.

С точки зрения потребления, феномен быстрой моды привел к значительному увеличению количества как произведенной, так и использованной, уже не нужной одежды. Более того, одежда и производится буквально на пару

носок — отсюда термин «одноразовая мода». Быстрая мода поощряет принцип одноразовости вещей, при котором потребитель избавляется от вещи еще до того, как она потеряет свою потребительскую ценность [Morgan, Birtwistle 2009: 190–196].

Сравнительно недавно появилась новая концепция «медленной моды», наблюдаемой преимущественно в развитых капиталистических обществах. Отправной точкой для развития данной концепции послужило движение «Медленная еда» (Slow Food), появившееся в Италии еще в 1980-е годы. Данное движение выступает за устойчивость как принцип функционирования общества, за устойчивое производство и медленное потребление [Clark 2008: 429].

В противовес быстрой моде, медленная мода предлагает решения, в основе которых лежит долгосрочное использование одежды. Медленная мода пропагандирует такие ценности, как использование местных ресурсов, прозрачная система производства, при которой количество посредников между производителем и покупателем минимально, а также качественная продукция с относительно долгим сроком службы [Ibid.: 427]. Она предполагает медленное потребление: одежду не выкидывают после одной носки, как в рамках быстрой моды. То есть покупку одежды следует рассматривать как инвестицию, она должна сохранять функциональность и долговечность и при этом быть модной. Данная концепция перекликается с концепцией «застывшей моды», доминировавшей в советское время. Так, советской «застывшей моде» были присущи схожие черты: продолжительный срок службы вещей, их практичность и долговечность. В то же время основное различие между этими двумя концепциями заключается в том, что в случае советской моды долговечность одежды объяснялась структурными особенностями, устройством экономики и рынка, тогда как в рамках медленной моды те же самые характеристики и практики являются осознанным выбором потребителя.

Хейзел Кларк признает, что медленный подход к моде появился и начал развиваться как нечто большее, чем просто противоположность быстрой моде. Термин «медленная мода» появился, чтобы пересмотреть и переориентировать стратегии дизайна, производства, потребления, использования и повторного использования, которые зарождаются и развиваются параллельно глобальной индустрии моды и ставят под вопрос правильность такой системы. Медленный подход к моде предлагает более сбалансированные и этически приемлемые способы оставаться модными, прибегая при этом к альтернативным способам, конкурируя с быстрой модой и бросая ей вызовы [Ibid.: 428].

Мода переходного периода

Для описания моды переходного периода (1990-е годы) не было предложено концепции, которая объясняла бы ее темпоральность. Михаил Горбачев, в середине 1980-х годов объявивший об «ускорении», был первым, кто признал, что темпоральность социалистического общества не выживет в капиталистическом мире. Цель ускорения состояла в том, чтобы остановить стагнацию и достигнуть западных темпов развития, — данная программа получила название перестройки. Российское общество тех времен было «заложником одновременности», а именно двух столкнувшихся ритмов — социалистического и

капиталистического. Согласно К. Вердери, социализм рухнул вследствие массивного коллапса, произошедшего в результате столкновения с капитализмом [Verdery 1996: 36].

В тот период Россия представляла собой относительно бедное и социально неоднородное общество. Либеральные реформы начала 1990-х годов позволили небольшому количеству людей заработать миллионы, тогда как большинство граждан страны скатились за черту бедности, — в результате именно этот пласт людей сформировал культуру «разрушенных иллюзий», при которой обилие товаров и желание их приобретения сталкивались с катастрофической нехваткой денег [Humphrey 1995]. В это время спектр товаров в магазинах и на рынках постепенно становился все более широким, однако средств для их приобретения у обычных граждан было недостаточно.

Российская мода 1990-х годов, будучи заложником двух темпоральностей, походила на китч. Получив доступ к потоку зарубежных товаров — яркой и броской одежде с различными оборками, орнаментами и огромными лейблами, россияне совершенно забыли о простоте, умеренности и других советских идеалах хорошего вкуса. Ольга Вайнштейн называет такой стиль наряжаться во все лучшее сразу «навороченным» [Вайнтшейн 2007]. Финский социолог Юкка Гронов отмечает, что китчем этот стиль кажется потому, что вещи вырваны из обычного контекста и помещены в новый, отсюда и чувство некоторой неестественности и искусственности [Gronow 1997: 42].

В советское время имелись достаточно четкие императивы, касающиеся моды и стиля. В 1990-е годы эти правила, как и все советское, утратили актуальность. Новые модные тренды и ранее незнакомые нормы, пришедшие им на смену, транслировались через глянцевые журналы. Сама одежда претерпела значительные изменения: вместо скромного советского костюма потребители столкнулись с экзотичными яркими товарами, заполнившими прилавки. Именно эта новая импортная одежда первым делом привлекала внимание изголодавшихся до модных вещей потребителей, которых и до этого восхищало все иностранное. Тем не менее эта одежда была довольно низкого качества, чего бывшие советские граждане как раз не ожидали от одежды иностранного производства[5]. К тому же новые модные нормы и правила, предлагаемые глянцевыми журналами, зачастую плохо сочетались со стандартными серийными вещами, приобретаемыми на рынке.

Таким образом, российский китч того времени вполне естественно вытекал из неопределенности модных схем, норм и материальных объектов: советские вещи уже вышли из моды и не соответствовали новым усовершенствованным нормам; советские правила больше не сочетались с новинками моды; новые модные правила, представленные в глянцевых журналах, не действовали применительно к ничем не примечательной одежде с рынка. В результате появлялись неожиданные ансамбли, состоявшие из плохо сочетающихся между собой вещей. Что-то похожее наблюдалось и в магазинах того времени, где, по высказыванию антрополога Кэролайн Хамфри, «декорированные ита-

[5] Возможно, именно поэтому на протяжении долгого времени существовал и поддерживался миф, согласно которому одежду плохого качества Китай и Турция производят специально для российского рынка, в то время как на Запад экспортируют товары высокого качества.

льянские свитера соседствовали со шведскими холодильниками, кружевное нижнее белье — с салями, виски или видеомагнитофонами. Идея была проста: все эти вещи — импортные…» [Humphrey 1995: 45].

В контексте «переходной» моды новые тренды возникают легко. Производство быстро реагирует на нужды потребителей; например, в 1990-е годы на рынке «Лалели» в турецком Стамбуле несколько тысяч магазинов обслуживали челночников из России. Именно турецкие производители и российские челночники во многом формировали моду в России того времени [Yükseker 2007: 63]. Новые тренды быстро приживались среди покупателей, заинтересованных в вещах «как у всех»: в 1990-е годы у многих были свитер с надписью «Boys», лосины или капор из ангорской шерсти. Вещи быстро входили в моду и так же быстро из нее выходили. Одновременно такие распространенные в советское время практики, как шитье, починка и коллективное использование вещей продолжали существовать, ведь новые вещи порой оказывались недоступны для бедных слоев населения или требовали подгонки.

Концепции потребления в нарративах информантов

Согласно концепции антрополога Игоря Копытоффа, анализирующего жизнь вещей с точки зрения их культурной биографии [Kopytoff 1986], материальные объекты относятся не только к экономической, но и к культурной реальности. Вещи, так же как и люди, являются частью социального организма, потому их жизнь может изучаться схожими методами, что и индивидуальные биографии — как упорядоченный жизненный опыт. В биографии вещей можно выделить несколько стадий: появление, функционирование и отмирание. Ранее я использовала этот подход для анализа продолжительности жизни вещей в советском обществе [Гурова 2004]. Далее я рассмотрю в рамках данной концепции четыре нарратива, различающихся между собой именно временны́ми режимами.

Эмпирические данные были получены при помощи наблюдения и 45 интервью, 30 из которых было проведено в Санкт-Петербурге и 15 — в Новосибирске. В качестве интервьюируемых выступили люди в возрасте от 18 до 66 лет. Респонденты имели разные профессии: среди них были, например, владелец мелкого бизнеса, юрист, инженер, менеджеры, музейный эксперт, бухгалтер, экономист, косметолог, учитель средней школы, студенты и др. Большинство интервьюируемых имели высшее образование либо, в случае студентов, находились в процессе его получения. Две трети информантов — женщины, поскольку изначально предполагалось, что в вопросах, связанные с одеждой и внешним видом, они будут в большей степени заинтересованы и компетентны. Основная часть интервьюируемых идентифицировала себя со средним классом (см. список информантов, интервью с которыми цитируются в тексте, в конце статьи)[6].

Нарратив 1. Долговременное потребление: «Носилась одежда долго, была очень качественная».

Данный нарратив ассоциируется с потреблением в позднюю советскую эпоху, однако не ограничивается этим периодом. Иногда его приписывают

[6] Имена интервьюируемых заменены псевдонимами.

определенным социальным группам в современной России, например бедным или пожилым людям. Предметом подобного нарратива могут быть также определенные вещи, например сувениры. Формами существования вещей в нарративе «долговременного потребления» являются бессмертность и постоянство, что и иллюстрируют следующие цитаты:

> [В 1980-е годы] носилась одежда долго, была очень качественная [Инф. 17].

> В 80-е годы ‹…› поскольку вещи были из хороших материалов и с симпатичными фасонами, то я носила очень долго. Может, лет пять… Как-то я побаиваюсь сказать — может, и больше было по времени, потому что у меня и шуба, и пальто демисезонное, а демисезонное, также куртки были такие — поэтому долго и из-за качества, и фасоны у меня были классические, поэтому особо так круто из моды не выходил, и из-за материального положения, потому что к 80-м годам у меня уже был сын, уже я работала на полставки, то есть материально ограничены [Инф. 7].

> В 80-е годы ‹…› наверное, вещи даже дольше носились из-за того, что их было меньше. То есть пальто, дубленки, которые были куплены в 80-е годы, я носил еще в 90-е, потому что они висели в шкафу, носились редко такие сезонные вещи, и папины дубленки носил еще я. В 90-е годы срок жизни вещи, наверное, уменьшился. ‹…› С одной стороны, из-за качества, с другой стороны, из-за того, что, и правда, как бы человеческие пристрастия стали меняться быстрее. Если, допустим, финская дубленка, купленная в начале 80-х, оставалась модной, что это была финская дубленка в течение 10–15 лет и одевалась по каким-то особым событиям, то в 90-е годы куртку, которую ты купил в прошлом сезоне на пике моды… на следующий год могла уже быть не актуальной. Поэтому покупалась не сверхмодная куртка в этом сезоне, а какая-нибудь классическая, которая могла спокойно служить несколько сезонов [Инф. 8].

Концепция долговременного потребления основывалась на признании и приоритете практической ценности материального объекта. Вещей было мало, но они были хорошего качества и могли использоваться подолгу. Екатерина Деготь применяет метафору «вещи-товарища», подразумевая, что в социалистических обществах практическая ценность вещи преобладала над символической, что выражалось как в особой эстетике, так и в отношении к вещам. Деготь описывает советскую вещь как предмет «теплый, дружественный, не озабоченный своим внешним обликом, честный, правдивый, скромный... Не человеческий ли идеал здесь описан?» — спрашивает она [Деготь 2000: 202]. Зачастую произведенные собственными руками в домашних условиях и подогнанные под индивидуальные нужды советские вещи не были монотонными, скучными предметами без намека на индивидуальность (как обычно воспринимается советская материальная культура), а представляли собой индивидуальное отклонение от стандарта. Вполне естественно, что расстаться с такими вещами было непросто.

В советское время домашнее производство одежды не было редкостью (см.: [Вайнштейн 2007]). Как иронично замечает один из моих информантов, половина страны носила одежду собственного производства, потому что купить швейную машинку и достать журналы по шитью было проще, чем готовую одежду [Инф. 1]. Практически каждый мог шить или вязать, а многие могли позволить себе пользоваться услугами ателье или даже иметь «собственную» портниху, услуги которой — несмотря на то что это ручной, уникальный и неповторимый труд, — были относительно дешевы и доступны [Вайнштейн 2007]:

> Раньше мы любили, именно в 80-х, журналы. Когда только в институт приехали — поступили, мы любили просто сами вязать и шить. Как-то мы до этого научились. В те времена вообще было с модной одеждой — особо не купить в магазине. Так что мы очень много вязали на себя и шили. Журналов полно покупали про вязание, для шитья — много было… кофточки мы сами вязали — надоест — распустим — перевяжем. Другое что-нибудь будет! [Инф. 17].

> Я шила на Невском платья и одежду, где сейчас «Дом Парфеновой», — было прекрасное ателье! А пальто я тоже всегда шила в ателье. Часто пользовалась услугами ателье, поэтому или журналами (немецкие — «Бурда») пользовалась, или у мастеров были свои журналы. В основном, конечно, мастера сами предлагали фасоны, им привозились журналы [Инф. 7].

Люди шили себе одежду, украшали, создавали новые вещи из старых, перешивали. 58-летняя Лидия из Новосибирска [Инф. 11] в интервью рассказывает, как она делала женские колготы из детских. Женские колготы было не достать, в то время как детские были доступны на рынке, но по какой-то причине только в голубом цвете. Лидия и ее коллега купили эти детские колготы, разрезали и удлинили их. Поскольку обе женщины работали в химической лаборатории в научном институте, они перекрасили колготы в разные цвета на своем рабочем месте с помощью анилиновых красителей.

Теоретически данные манипуляции объясняются идеей Мишеля де Серто [Certeau 1984]. Он называет такие практики «непреднамеренными социальными изобретениями» и подчеркивает, что к ним прибегают «слабые», т. е. те, у кого нет ресурсов для преобразования структурных условий. Практика переделывания вещей в советской России может рассматриваться как способ сопротивления структурным условиям — экономическим проблемам и дефициту товара. В самом деле, создавая вещи, переделывая или украшая их, советские граждане боролись с дефицитом товара или делали индивидуальными стандартные вещи, купленные в магазине. Ольга Шевченко, однако, оценивает подобную деятельность как акт самозащиты, когда индивид скорее стремится минимизировать дискомфорт в повседневной жизни, нежели борется с режимом или властью [Shevchenko 2002: 163].

Другим способом продления срока эксплуатации одежды была передача ее по наследству. Эта распространенная практика придавала обычным вещам статус чуть ли не семейной реликвии. Один из примеров такой практики — донашивание. В некоторых случаях вещи обменивались среди родственников

или передавались знакомым. Вещи также могли быть частью сетей, которые выходили за пределы близких родственников и друзей и включали соседей, коллег или просто знакомых. Детские вещи особенно часто участвовали в подобной практике: как только ребенок вырастал из какой-то вещи, ее тут же передавали тому, кому она бы подошла. Но и взрослая одежда могла менять владельца:

> Всё отдавали! Детское вообще всё раздала по всем — было очень много вещей. Тогда же всем отдавали: и родственникам, и друзьям, и знакомым во дворе. Всё, всё передавали. Тогда вещи очень долго носились, особенно наши качественные, импортные — очень долго носились. Это сейчас — выстирал один раз, и потеряла вид вещь! [Инф. 17].

В советской культуре отсутствовало понятие одноразового использования вещей; если с вещью что-то случалось, ее чинили и использовали до того момента, пока она не разваливалась окончательно:

> Раньше, ну, как у нас родители: ну, есть пальто у меня, ну и 15 лет я его и проношу, пока до дыр не сотрется, а сотрется — я и на локотки что-нибудь нашью [Инф. 9].

Наглядным доказательством подобных практик служат постоянные рубрики в различных изданиях (например, «Наука и жизнь» или женские журналы «Работница» и «Крестьянка»), содержащие советы по поддержанию жизни вещей: как модернизировать устаревшее платье, как продлить срок эксплуатации обуви или как починить капроновые чулки. В связи с этими практиками можно сказать, что граница между потребителем и производителем стиралась [Орлова 2004].

Вещи, включая пришедшие в негодность, не выбрасывались, а складировались в различных — специально для этого предназначенных или же не предназначенных — местах на случай, если они понадобятся в будущем. Такими хранилищами были, например, антресоли, балконы, гаражи и даже дачи. Когда материальные вещи теряли свою функциональность или символическую ценность, их превращали во что-то, обладающее другим набором функций, например, одежду — в половую тряпку.

Нарратив 2. Потребление переходного периода: «Покупала все подряд, лишь бы что-нибудь новое урвать...».

Данный нарратив актуален в большей степени для периода либеральных реформ 1990-х годов. Для этого периода характерны тяжелые экономические условия и наряду с этим — постоянный рост поставок в Россию импортных товаров.

Цены увеличились настолько, что у компаний не всегда была возможность расплатиться друг с другом, поэтому они прибегали к натуральному обмену. В результате вместо обмена по типу «деньги — товар» распространение получили различные типы обмена «товар — товар». Порой товар выдавался вместо денег в качестве зарплаты. Некоторые информанты вспоминали лотереи,

которые организовывались на рабочем месте с целью распределить между работниками фирмы ограниченное количество какого-то товара; например, одна из интервьюирумых во время такой лотереи выиграла отрез ткани. При этом те, кто остался недоволен выигрышем, могли обменяться с кем-то из коллег. Муж Ольги [Инф. 17] как-то выиграл в такую лотерею видеокассеты, а один из его коллег — небольшую стиральную машинку. У семейной пары не было даже видеомагнитофона, чтобы просматривать кассеты, но, учитывая, что в семье недавно появился ребенок, стиральная машинка пришлась бы им очень кстати. К счастью, мужу Ольги удалось обменять кассеты на стиральную машину. При системе такого натурального обмена вещи имели коллективную ценность: размер, цвет или даже цена выигранного предмета не принимались в расчет; главным была его практическая ценность для конкретного индивида или семьи.

Продолжительность жизни вещей значительно сократилась по сравнению с советским периодом, что объясняется убыстрившимся темпом самой моды. В советское время дубленка могла прослужить 10–15 лет, а блузка для «торжественных случаев», которую надевали всего пару раз в год, вообще не устаревала. В 1990-е годы ситуация изменилась: один из респондентов подчеркнул, что стильный пиджак мог потерять свою актуальность уже на следующий сезон. Еще одной причиной такой быстротечности было низкое качество вещей, что, несомненно, сказывалось на сроке их службы: «Вещи рассыпáлись. Мы носили их сезон, а потом покупали такого же плохого качества» [Инф. 17].

Таким образом, с точки зрения режима темпоральности моду в России 1990-х годов можно охарактеризовать как переходную. Основной особенностью данного периода было противоречие между стремлением к новому и модному (быстрая темпоральность) и желанием получить качественные вещи, способные прослужить долго (медленная темпоральность).

Предприниматели торговали вещами на открытых вещевых рынках, откуда модные тренды и распространялись на улицы городов. Описывая моду 1990-х годов, информанты часто говорят, что чувствовали себя «инкубаторскими», так как у всех были одинаковые вещи. Однако подобное отношение к моде тех времен появилось только сейчас. Раньше многих привлекала именно массовость моды, и люди следовали ей по собственному желанию:

> …Были все как инкубаторские ‹...› все хотели и выбирали что-то одно и то же: кофты там были «Boys» — такая вязаная кофта, все в них ходили. Зимой — пуховики китайские, из которых лез пух [Инф. 1].

Потребители стремились к новизне. Импортные фирменные вещи, недоступные и столь желанные в советское время, наконец-то стали реальностью. В настоящее время информанты с легкой иронией вспоминают свою помешанность на новизне и собственный «сумасшедший стиль» того времени:

> Я настолько настрадалась в 90-х! ‹...› Раньше вообще покупалась юбка, сверху свитер надевался — просто до такого безобразия доходило, просто сумасшедшего! Красное, зеленое, синее — всё подряд, лишь бы что-нибудь новое урвать [Инф. 4].

Категория, наиболее точно описывающая российскую моду 1990-х годов, — «ширпотреб» (сокращение от «товары широкого потребления»); иными словами, это массово производимые товары народного потребления невысокого качества и не отличающиеся оригинальностью, изготовленные, как правило, в Китае, Турции или Польше. Обычно их можно было приобрести на открытых вещевых рынках и у челночников. В интервью данная категория оценивается явно негативно:

> Вот тогда было, тогда, в 90-е, больше было [китайского] ширпотреба. ‹...› Негативные [впечатления]. ‹...› Купишь вещь — помню, я покупала на барахолке платье. Купила — ну что, один раз надел его, и всё — оно по швам расходится. ‹...› Разовая какая-то одежда [Инф. 5].

Ширпотреб воспринимался как одежда невысокого качества, не рассчитанная на долгую эксплуатацию. Данная категория одежды принадлежала к новой быстрой темпоральности.

Производство одежды в домашних условиях не утратило своей популярности в контексте переходного периода по нескольким причинам. Кто-то шил и перешивал одежду из-за нехватки денег:

> …Денег-то не было. А когда… Раньше очень были в моде болоньевые плащи, вот еще когда молодой был [муж]… Вот лет 20 ему было. Вот. Я вытащила болоньевый плащ, посмотрела на него и сделала из него [сыну] куртку, которая до сих пор есть, она есть у нас на даче. Да, вот это вот. Он очень ее любил, он до сих пор в ней ходит за грибами, если приезжает. Она на даче висит. Я, правда, подкладку оттуда уже сняла. Вот такое, что делаешь своими руками, оно запоминается. Да, пожалуйста, из свадебных брюк мужа я делала себе юбку, шила [Инф. 14].

Другие занимались тем же, потому что не хотели выглядеть как все, а одежда с рынка не отвечала этим стремлениям. Выкройки и фасоны вещей заимствовались из журналов «Burda Moden», а в магазинах можно было найти ткани и другие необходимые для шитья принадлежности. Услуги частных портних также пользовались спросом, причем это не стоило баснословных денег. Многие из интервьюируемых говорили, что в свое время заказывали вещи у портних, важным преимуществом которых были знание вкусов и фигуры заказчика, а также индивидуальность самой работы (см.: [Вайнштейн 2007]).

В связи с низким качеством продававшегося товара и скудным предложением в начале 1990-х людям приходилось переделывать или подгонять под себя те вещи, которые им удавалось купить. Лидия [Инф. 11] рассказала историю про пару кроссовок, приобретенных в начале 1990-х годов. У этих кроссовок, произведенных в Томске (что было большой редкостью, так как производство в России значительно сократилось, и отечественные товары было особенно трудно достать), был довольно жесткий задник, который сильно натирал пятку. Тогда Лидия взяла молоток и буквально разбила задник, чтобы сделать его мягче. Также она припомнила, что, когда ее новые кожаные туфли стали облезать, она использовала фломастер, чтобы закрасить трещины, так как подходящего крема для обуви не было в продаже.

Что касается окончания жизни вещей, одежда носилась до тех пор, пока не приходила в полную негодность. Только потом вещь выбрасывали:

> Тогда все снашивалось начисто… выкидывалось без сожаления, потому что они [вещи были] очень плохого качества уже, и они долго не носятся… что-то купил, что-то надел, и буквально через неделю-две все это сбрасывается [Инф. 11].

Таким образом, одежда 1990-х годов относилась к смешанной темпоральности: она была недолговечна с точки зрения моды и стиля; качество ширпотреба не предполагало долгой носки. Информанты часто отмечали, что у них до сих пор сохранились вещи 1980-х годов, но не 1990-х. Тем не менее существовало множество практик, направленных на продление жизни вещей.

Нарратив 3. Быстрое потребление: «Есть такие вещи, которые я могу надеть один-два раза…»

Данный нарратив относится в основном к середине первого десятилетия XXI в., когда средний доход в стране увеличился, а международные и отечественные розничные сети стали предлагать российскому среднему классу большое количество товаров по сравнительно невысокой цене:

> Появились еще свободные деньги. То есть в самом начале 2000-х представить, что люди пойдут просто так покупать ненужные им вещи, когда зарплаты были 50–100 долларов, сложно. Сейчас это не такая большая проблема, потому что у людей есть свободные деньги [Инф. 15].

Этот же нарратив часто встречается в интервью с молодыми потребителями, потому что им легче адаптироваться к принципам быстрой моды; кроме того, он описывает отдельные категории вещей, например праздничные.

Благодаря пришедшим в Россию транснациональным розничным сетям предложение одежды на рынке значительно увеличилось; в результате сезонный ритм смены одежды был отодвинут на задний план, уступив место коммерческому ритму, с которым в российский мир моды пришла новая — быстрая — темпоральность. Производители и дистрибьюторы быстрой моды обновляют коллекции одежды, как правило, каждые две недели. Это, как и растущее благосостояние россиян, увеличило частоту совершаемых ими покупок. Смена сезона перестала быть основной причиной обновления гардероба.

Информанты отмечают, что за первое десятилетие XXI в. количество одежды в их распоряжении значительно увеличилось, а ритм замены одних вещей на другие убыстрился:

> Стали чаще, может, менять сапоги, потому что, скажем, если покупали одни сапоги зимние, то они у человека могли служить 5–7, до 10 лет, а сейчас — сезон, ну два, точно так же осенние. Уже про летнюю обувь не говорю, каждый год покупают босоножки, какие-то тапочки, это уже как семечки, тут же. Точно так же, как я думаю, молодежь покупает те же джинсы и кроссовки, не говоря уже про футболки [Инф. 11].

Срок службы одежды значительно сократился. Информанты признаются, что у них есть вещи, которые надевались от силы раз-два, а то и вовсе новые, которые они не надевали ни разу. Некоторые выражают озабоченность тем, что кто-то может видеть их в одной и той же одежде слишком часто:

> Есть такие вещи, которые я могу надеть один-два раза, они так и висят. Либо это какие-то праздничные вещи, купленные специально под праздник: я надела, на следующий праздник уже что-то новое. ‹…› У нас одна компания, в которой мы постоянно проводим праздники и не можем, соответственно, все время появляться в одной и той же вещи несколько раз. Один-два раза надел — и всё [Инф. 2].

Раньше одежду чинили для того, чтобы продлить жизнь наиболее полюбившейся вещи. Теперь же, в рамках новой концепции, потребительские практики предполагают замену пришедшей в негодность вещи на идентичную новую или даже одновременную покупку нескольких одинаковых вещей:

> Сейчас срок вещи можно продлить, за счет того, что будешь покупать несколько однотипных вещей. Допустим, три пары джинсов стандартных, не ультрамодных расцветок и фасонов, которые выйдут на следующий год из моды, а могут служить три-четыре сезона [Инф. 8].

Производство одежды в домашних условиях не относится к нарративу быстрого потребления — в этом случае гораздо проще и быстрее купить вещи, нежели чем сделать самому:

> Сейчас отошло, наверное, то время, когда шапочки там вязали, шарфики вязали, всё это. То есть это всё купленное практически [Инф. 16].

Собственноручно изготовленные вещи рассматриваются как слишком затратное вложение, особенно в эпоху быстрой моды, когда время ценится особенно высоко [Флорида 2011: 168–169].

Символическая ценность вещей оказывается важнее утилитарности. Быстрая мода предполагает приобретение фирменной одежды модного дизайна по доступной цене, при этом качество не является основным критерием:

> Если ты до этого старался купить вещь надежную и наиболее это был приоритет, чтобы она подольше прослужила, то тут уже появляется возможность выбрать вещь, которая тебе больше нравится, иногда, возможно, даже в ущерб качеству [Инф. 3].

В быстрой моде новизна пользуется особым спросом. Информанты признают, что порой просто устают от какой-то вещи, поэтому выкидывают ее. Иногда вещи могут служить классовыми индикаторами, свидетельствующими о благосостоянии или статусе своего владельца. Поэтому даже при малейшем намеке на устаревание такой вещи требуется ее замена:

> …Если раньше костюм там взял один — конечно, за ним уход чтоб был. А сейчас — маленько побольше требований стало — вот он, смотришь, уже маленько подшоркался (стал потертым. — *О. Г.*) уже или цвет как-то, и это… То есть в год, ну, бывает так, что и два костюма я точно покупаю. Потому что — ну, работа в офисе, естественно, и вид он теряет, естественно. Может, по крепости еще и то и сё, и прочее, а то, что он уже выглядеть похуже стал, — уже приходится соответствовать положению [Инф. 16].

Что касается избавления от одежды, обычно вещи выкидывают сразу в мусорный бак. Потребители быстрой моды, как правило, не задумываются о переработке одежды, а отдавать кому-то старые вещи им кажется нецелесообразным:

> Мне кажется, те времена прошли у всех знакомых студенческие, когда мы так нуждались в вещах. Сейчас каждый зарабатывает, особо даже не знаю, кому отдавать [Инф. 9].

Нарратив 4. Медленное потребление: «В сэконд-хэнде покупают вещи не только потому, что это дешево…»

Данный нарратив получил распространение после 2008 г., в период экономической рецессии, став особенно популярным среди молодежи. В рамках данного подхода потребители занимают более ответственную позицию по отношению к окружающей среде, а также чаще задействуют свою креативность. Практики, обусловленные медленным потреблением, стали результатом кризиса, неудовлетворенности укоренившимся в обществе консюмеризмом и усталости от бесконечного шопинга. Медленное потребление предполагает увеличение срока службы вещей и возвращение к признанию утилитарной полезности материально осязаемого объекта, а не просто его символической ценности [Clark 2008: 440]. В рамках данного нарратива также предполагается, что потребитель получает удовольствие от манипуляций с объектом и от значительной продолжительности его жизни.

В основе идеи медленного потребления лежит возрождение домашнего производства вещей и ручного труда — различных манипуляций, связанных с креативностью, однако в данном случае такое потребление продиктовано отнюдь не нуждой. По сравнению с нарративами предыдущих эпох, домашнее производство позиционируется как индивидуальный творческий выбор, являющийся неотъемлемой частью творческого общества, члены которого стремятся к индивидуальности и аутентичности [Appadurai 1996; Флорида 2002].

По признанию информантов, шитье и вязание, утратившие за первое десятилетие XXI в. популярность в качестве хобби, сейчас снова переживает возрождение. Подобные хобби привносят новый режим темпоральности в ускорившийся быстрый темп потребления:

> Да, я люблю шить… Платья я люблю себе шить, всякие блузки. Брюки у меня выходят хуже, поэтому я хочу научиться их шить. У меня часто бывает много идей, которые хочется воплотить, потому что часто же моего возраста, моего примерно достатка девушки все примерно одинаково одеваются, хочется выделиться как-нибудь,

> показать, что ты оригинальнее других. Поэтому хочется по-другому одеться. Идей много, а воплощение не находят в магазинах, приходится делать самой [Инф. 18].

Одновременно с этим неолиберальный поворот приводит к коммерциализации сделанных вручную товаров; приписываемая им высокая ценность изменила отношение к товарам «хэнд-мейд». В отличие от 1980-х и 1990-х годов, немногие из моих информантов могут позволить себе услуги личной портнихи, отмечая, что сейчас уже цены очень «кусаются»:

> Частный пошив — это достаточно дорого. То есть проще, да, где-то по магазинам, по барахолкам, что-то такое приемлемого качества и цены найти. Здесь это достаточно накладно получается [Инф. 12].

Тем не менее некоторым из моих информантов, например Ксении [Инф. 10], продолжают шить вещи родственники, поскольку такая одежда не только индивидуальна и соответствует личному вкусу, но и позволяет небогатой студентке экономить деньги.

В интервью упоминались практики переделки вещей, связанные с продлением их жизни и индивидуализацией. Например, Марианна [Инф. 13] рассказала, как переделала длинное пальто: обрезала его ниже колена и сделала приталенным при помощи лески, на которую были нанизаны крупные черные бусины и золотистая фурнитура: сзади получился изящный ремешок из бусин, который стягивал спинку пальто, делая его идеально сидящим на фигуре.

Марианна также продавала в одной из групп в сети VKontakte самостоятельно переделанные, купленные в секонд-хенде или на блошином рынке вещи. Такая практика перемещения (redeploying) вещи, когда она переделывается, трансформируется, перекрашивается и всячески модифицируется, отличает ее от предыдущей практики тем, что в данном случае вещь перепродается — т. е. снова попадает на рынок [Thomas 2008: 434–435]. Подобные (не)денежные обмены получают распространение благодаря Интернету — виртуальным блошиным рынкам, социальным сетям, региональным сайтам для родителей, содержащим разделы, посвященные вещам (например, Littleone.ru в Санкт-Петербурге или Sibmama.ru в Новосибирске и других городах Сибири). Дигитализация заметно упрощает процесс обмена вещами, но также способствует их коммерциализации. Появляются и набирают популярность сервисы проката вещей, такие как Dress Up Bar в Москве, где можно взять платье напрокат и избежать как лишних трат на покупку, так и перегруженности собственной гардеробной.

Другим примером обмена являются различные мероприятия, посвященные обмену одежды. Устраиваются вечеринки или объявляются специальные дни, во время которых можно обменяться ненужной одеждой. Такие мероприятия могут организовываться безвозмездно — например, группой друзей — или иметь коммерческий характер. Людмила Алябьева пишет про обменные вечеринки под названием swapping: по правилам каждый участник обязан принести какую-то вещь — новую или ношенную; если событие платное, то взымается плата за вход. Такие обменные вечеринки сигнализируют о новом подходе к практике обмена одеждой — теперь это не необходимость, а развлечение или перформанс (см.: [Алябьева 2009]).

Покупки в секонд-хэнде также находят отражение в данном нарративе, однако им приписывается совсем иное значение: вещь, приобретенная таким способом, рассматривается в контексте медленного потребления как индивидуализированная, а не как купленная из соображений экономии. Некоторые из информантов жалуются, что устали от монотонной и одинаковой одежды, предлагаемой розничными сетями быстрой моды, в то время как в магазинах секонд-хэнд представлен уникальный набор модной и современной одежды:

> У меня есть несколько секонд-хэндов небольших, на [улице] Дыбенко, на Большевиках (на Проспекте Большевиков. — *О. Г.*) есть хорошие отдельчики, чуть ли не каждый день захожу [Инф. 4].

> И сейчас понимаю, в сэконд-хэнде покупают вещи не только потому, что это дешево, и покупают люди не потому, что у них низкий достаток и они не могут себе позволить, — потому что у нас в торговых центрах порой вещи бывают по таким же ценам, как и в секонде, — а потому, что это качество, не на одну стирку вещь, ты не встретишь в этой вещи второго, третьего, четвертого такого же человека. Это интересно. И заниматься этим тоже очень интересно. Потому что это как лотерея, каждый раз что-то новенькое, и каждый раз ты не знаешь, что ожидать, какие вещи [Инф. 6].

«Дешевый шик» ранее использованных вещей, хоть он и не всегда дешев, особенно привлекателен для молодых людей — тех, кто стремится к необычному стилю (см.: [Morgan, Birtwistle 2009: 190]).

В контексте данного нарратива люди предпочитают не выкидывать вещи. В то же время их не особенно прельщает идея складировать одежду у себя в квартире или на даче. Вместо этого они ищут способы продления жизни своих вещей, прибегая к таким практикам, как пожертвование вещей в церкви, дома ребенка, благотворительные магазины (например, «Спасибо» в Санкт-Петербурге или «Лавка радостей» в Москве) или благотворительные организации («Маленькая мама» в Санкт-Петербурге). Довольно распространенной стратегией является оставлять ненужную одежду возле мусорных баков, чтобы заинтересованные могли забрать ее себе:

> …Отдавала, кто нуждался. Либо просто я выносила в пакетиках чистенькую, ставила рядом с мусоркой [Инф. 4].

Для тех, кто придерживается идей устойчивой моды, безопасное избавление от одежды — повторное использование или переработка — является приоритетом. Тем не менее информанты признают, что в России для этого существует не так много возможностей.

* * *

В данной статье рассматривались изменения во временны́х режимах, связанных с продолжительностью жизни одежды, в советской и постсоветской России. Выделено несколько моделей потребления, различающихся между

собой режимами темпоральности и ритмами повседневных практик. Потребление одежды в период позднего социализма осуществлялось в рамках модели «общества ремонта». В 1990-е годы появилась новая модель, которая сочетала как черты предыдущей эпохи, так и пришедшие ей на смену практики быстрой моды. В России середины первого десятилетия XXI в. индустрия быстрой моды начала переживать небывалый взлет, однако уже после 2008 г. в обществе стал заметен более сознательный и ответственный взгляд на потребление.

Смена временны́х режимов указывает на изменения не только повседневных практик, относящихся к потреблению одежды, но и их значения. Например, вещи, сделанные своими руками, изменили свое значение — от жизненной необходимости к творчеству и самовыражению. При этом некоторые исследователи отмечают, что в советское время практика ручного производства имела существенные отличия от современного хэнд-мейда и, строго говоря, не может считаться хэнд-мейдом в сегодняшнем понимании этого слова [Зуева, Иванова 2010: 14]. Раньше покупки в магазинах секонд-хэнд делались из экономии; теперь сервисы аренды одежды позволяют не заполонять шкаф. Многие сегодняшние практики по избавлению от вещей сохранили черты практик советского общества. Во времена социализма долговечность и практичность вещей ценились более всего — теперь те же качества наиболее предпочтительны в контексте медленного или устойчивого потребления. В то же время существенные различия наблюдаются в структурных условиях, способствующих сохранению долговечности одежды: в одном случае индивид не может контролировать эти условия, в другом поддержание жизни одежды — это личный выбор потребителя. Эти структурные особенности еще более усиливают разницу в практиках и значениях, которые им приписываются.

Макро- и микрофакторы в концепциях потребления и моды

	Постоянное потребление	**Переходное потребление**	**Быстрое потребление**	**Медленное потребление**
Структурные особенности	Дефицит Государственные магазины с ограниченным набором товаров Черный рынок для модных вещей	Разрыв в доходах между классами Относительно низкие доходы основной массы людей Поток иностранных товаров Челночники	Относительный рост доходов Расцвет международных розничных сетей Рост числа крупных дистрибьюторов Торговые центры	Мелкие розничные сети Онлайн-магазины Малый бизнес в моде Малые модные марки

	Постоянное потребление	**Переходное потребление**	**Быстрое потребление**	**Медленное потребление**
Специфичные потребительские практики	Шитье Создание новых вещей их старых Переделывание Починка Донашивание	Бартер Массовая мода Потребление новинок Самодельная одежда	Распродажи Покупка нескольких идентичных вещей Покупка такой же вещи взамен износившейся старой Шопинг как символическая практика Шопинг в погоне за новизной Выкидывание вещей	Популярность ручного производства одежды (вязание, шитье, бисероплетение и т. д.) Взаимообмен Утилизация (повторное использование) Бартер одежды Покупка в магазинах секонд-хэнд
Мода и объект	Вещь-товарищ Функциональность как основная ценность вещи	Символическая ценность как главный критерий Ширпотреб	Символическая ценность как основной критерий Безразличие к качеству Приоритет новизны	Возвращение значения функциональности вещи как основной ценности с новым символическим значением
Социальные группы	Советский средний класс Бедные слои населения в период постсоциализма	Массы (относительно бедные слои населения)	Постсоциалистический средний класс	Определенные группы, входящие в постсоциалистический средний класс (например, хипстеры, но не только они)
Концепции и объяснения	«Общество ремонта» Искусное потребление	Элементы «общества ремонта» и быстрой моды	Быстрая мода	Устойчивое потребление Этичное / «зеленое» / ответственное потребление Искусный / креативный потребитель Производящий потребитель (просьюмер)

Список информантов

Инф. 1 — Александр, 29 лет, высшее образование, инженер, живет в Санкт-Петербурге, интервью 2009 г.

Инф. 2 — Анастасия, 36 лет, высшее образование, менеджер торговой фирмы, живет в Новосибирске, интервью 2012 г.

Инф. 3 — Антон, 21 год, высшее образование, IT-специалист, живет в Новосибирске, интервью 2012 г.

Инф. 4 — Вера, 28 лет, высшее образование, менеджер, живет в Санкт-Петербурге, интервью 2009 г.

Инф. 5 — Диана, 49 лет, высшее образование, инженер, живет в Новосибирске, интервью 2012 г.

Инф. 6 — Екатерина, 26 лет, высшее образование, менеджер по продажам, живет в Новосибирске, интервью 2012 г.

Инф. 7 — Елена, 64 года, высшее образование, ведущий инженер, в настоящее время на пенсии, живет в Санкт-Петербурге, интервью 2009 г.

Инф. 8 — Илья, 32 года, высшее образование, экономист, жил в Санкт-Петербурге, откуда незадолго до интервью переехал в Москву, интервью 2009 г.

Инф. 9 — Кристина, 27 лет, среднее специальное образование, банковский клерк, живет в Новосибирске, интервью 2011 г.

Инф. 10 — Ксения, 19 лет, окончила колледж, студентка университета, подрабатывает техником-архитектором, живет в Санкт-Петербурге, интервью 2009 г.

Инф. 11 — Лидия, 58 лет, высшее образование, менеджер в юридической фирме, живет в Новосибирске, интервью 2012 г.

Инф. 12 — Лилия, 40 лет, высшее образование, офис-менеджер, живет в Новосибирске, интервью 2012 г.

Инф. 13 — Марианна, 19 лет, незаконченное высшее образование, студентка, живет в Санкт-Петербурге, интервью 2011 г.

Инф. 14 — Мария, 54 года, высшее образование, методист в колледже, живет в Санкт-Петербурге, интервью 2009 г.

Инф. 15 — Милана, 34 года, высшее образование, фрилансер, живет в Санкт-Петербурге, интервью 2011 г.

Инф. 16 — Михаил, 49 лет, высшее образование, бухгалтер, живет в Новосибирске, интервью 2012 г.

Инф. 17 — Ольга, 45 лет, высшее образование, бухгалтер, живет в Санкт-Петербурге, интервью 2009 г.

Инф. 18 — Юлия, 24 года, высшее образование, офис-менеджер, живет в Новосибирске, интервью 2012 г.

Литература

Алябьева 2009 — *Алябьева Л.* Теория обмена: поносил сам — передай другому // Теория моды: одежда, тело, культура. 2009. № 13. С. 356–360.

Бартлетт 2011 — *Бартлетт Д.* FashionEast: Призрак, бродивший по Восточной Европе. М.: Нов. лит. обозрение, 2010.

Безман 2014 — *Безман И. М.* Из «Меги» в «секи»: молодежное потребление одежды секонд-хенд в Санкт-Петербурге // Лабиринт: журнал социально-гуманитарных исследований. 2014. № 2. С. 126–136. URL: https://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2014/08/Bezman.pdf.

Бодрийяр 2006 — *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция; Республика, 2006.

Вайнштейн 2007 — *Вайнштейн О. Б.* «Мое любимое платье»: портниха как культурный герой в Советской России // Теория моды: одежда, тело, культура. 2007. № 3. С. 101–126.

Герасимова, Чуйкина 2004 — *Герасимова Е., Чуйкина С.* Общество ремонта // Неприкосновенный запас. 2004. № 2. С. 70–77.

Гурова 2004 — *Гурова О.* Продолжительность жизни вещей в советском обществе: заметки по социологии нижнего белья // Неприкосновенный запас. 2004. № 2. С. 78–84.

Деготь 2000 — *Деготь Е.* От товара к товарищу. К эстетике нерыночного предмета // Логос. 2000. № 5–6. С. 201–210.

Егерева, Гурова 2014 — *Егерева Ю. В., Гурова О. Ю.* «Хантеры» и секонд-хенд потребление в Санкт-Петербурге // Лабиринт: журнал социально-гуманитарных исследований. 2014. № 2. С. 117–125. URL: https://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2014/08/Egereva.pdf.

Зуева, Иванова 2010 — *Зуева Д., Иванова М.* Handmade рынок // ЭСФорум: Бюллетень Лаборатории экономико-социологических исследований. 2010. № 4. С. 10–14.

Орлова 2004 — *Орлова Г.* Апология странной вещи: «маленькие хитрости» советского человека // Неприкосновенный запас. 2004. № 2. С. 84–90.

Тоффлер 2004 — *Тоффлер Э.* Шок будущего. М.: АСТ, 2004.

Флорида 2011 — *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Изд. дом «Классика-XXI», 2011.

Appadurai 1996 — *Appadurai A.* Modernity at large: Cultural dimensions of globalization. Minneapolis: Univ. of Minnesota Press, 1996.

Barnes, Lea-Greenwood 2006 — *Barnes L., Lea-Greenwood G.* Fast fashioning the supply chain: Shaping the research agenda // Journal of Fashion Marketing and Management. Vol. 10. No. 3. P. 259–271.

Beer, Burrows 2010 — *Beer D., Burrows R.* Consumption, prosumption and participatory web cultures: An introduction // Journal of Consumer Culture. Vol. 10. No. 1. 2010. P. 3–12.

Botsman, Rogers 2010 — *Botsman R., Rogers, R.* What's mine is yours: The rise of collaborative consumption. New York: Harper Business, 2010.

Campbell 1995 — *Campbell C.* The sociology of consumption // Acknowledging consumption: A review of new studies / Ed. by D. Miller. London: Routledge, 1995. P. 96–126.

Certeau 1984 —*Certeau M. de.* The practice of everyday life. Berkeley: Univ. of California Press, 1984.

Clark 2008 — *Clark H.* SLOW + FASHION — an oxymoron — or a promise for the future...? // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture. Vol. 12. No. 4. 2008. P. 427–446.

Crane, Bovone 2006 — *Crane D., Bovone L.* Approaches to material culture: The sociology of fashion and clothing // Poetics. Vol. 34. No. 6. 2006. P. 319–333.

Gronow 2009 — *Gronow J.* Fads, fashions and "real" innovations: Novelties and social change // Time, consumption and everyday life: Practice, materiality and culture / Ed. by E. Shove, F. Trentmann, R. Wilk. Oxford; New York: Berg, 2009. P. 129–142.

Gurova 2015 — *Gurova O.* Fashion and time: The lifespan of clothing // Gurova O. Fashion and the consumer revolution in contemporary Russia. New York: Routledge, 2015. P. 133–152.

Harvey 1989 — *Harvey D.* The condition of Postmodernity: An enquiry into the origins of social change. Oxford: Basil Blackwell, 1989.

Humphrey 1995 — *Humphrey C.* Creating a culture of disillusionment: Consumption in Moscow, a chronicle of changing times // Worlds apart: Modernity through the prism of the local / Ed. by D. Miller. London: Routledge, 1995. P. 43–68.

Kopytoff 1986 — *Kopytoff I*. The cultural biography of things: Commoditization as process // The social life of things: Commodities in cultural perspective / Ed. by A. Appadurai. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1986. P. 64–94.

Lefebvre 2007 — *Lefebvre H*. Rhythmanalysis: Space, time and everyday life. London; New York: Continuum, 2007.

Littler 2009 — *Littler J*. Radical consumption: Shopping for change in contemporary culture. Berkshire: Open Univ. Press, 2009.

Merkel 1998 — *Merkel I*. Consumer culture in the GDR, or How the struggle for antimodernity was lost on the battleground of consumer culture // Getting and spending: European and American consumer societies in the Twentieth century / Ed. by S. Strasser, Ch. McGovern, M. Judt. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1998. P. 281–300.

Morgan, Birtwistle 2009 — *Morgan L. R., Birtwistle G*. An investigation of young fashion consumers' disposal habits // International Journal of Consumer Studies. Vol. 33. No. 2. 2009. P. 190–198.

Neilson 2010 — *Neilson L. A.* Boycott or buycott? Understanding political consumerism // Journal of Consumer Behaviour. Vol. 9. No. 3. 2010. P. 214–227.

Ritzer 2011 — *Ritzer G*. The McDonaldization of society. 6th ed. Los Angeles: SAGE, 2011.

Ritzer, Jurgenson 2010 — *Ritzer G., Jurgenson N*. Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer' // Journal of Consumption Culture. Vol. 10. No. 1. 2010. P. 13–36.

Sassatelli 2007 — *Sassatelli R*. Consumer culture. History, theory and politics. London: SAGE, 2007.

Shevchenko 2002 — *Shevchenko O*. 'In case of fire emergency': Consumption, security and the meaning of durables in a transforming society // Journal of Consumer Culture. Vol. 2. No. 2. 2002. P. 147–170.

Shove et al. 2009 — *Shove E., Trentmann F., Wilk R*. Introduction // Time, consumption and everyday life: Practice, materiality and culture / Ed. by E. Shove, F. Trentmann, R. Wilk. Oxford; New York: Berg, 2009. P. 1–16.

Thomas 2008 — *Thomas S.* From "green blur" to ecofashion: Fashioning an eco-lexicon // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture. Vol. 12. No. 4. 2008. P. 525–539.

Tokatli 2008 — *Tokatli N.* Global sourcing: Insights from the global clothing industry — the case of Zara, a fast fashion retailer // Journal of Economic Geography. Vol. 8. No. 1. 2008. P. 21–38.

Verdery 1996 — *Verdery K*. What was Socialism, and what comes next? Princeton: Princeton Univ. Press, 1996.

Yükseker 2007 — *Yükseker D*. Shuttling goods, weaving consumer tastes: Informal trade between Turkey and Russia // International Journal of Urban and Regional Research. Vol. 31. No. 1. 2007. P. 60–72.

Fashion and time: The lifespan of things in Soviet and Post-Soviet Russia

Gurova Olga Yu.
PhD (Candidate of Science in Cultural Studies)
Assistant Professor
Aalborg University (Denmark)
Aalborg, Kroghstraede 1
Tel.: +45-9940-3285
E-mail: Gurova@cgs.aau.dk

Abstract. This article investigates the changes in everyday consumer practices from the point of view of the lifespan of things. Theoretically, it is based on the concept of rhythmanalysis of Henri Lefebvre [Lefebvre 2007] and its application to the "biographies of things" [Kopytoff 1986], everyday practices and macro-characteristics of societies [Baudrillard 2004; Toffler 2006]. In the empirical part, drawing on data from in-depth interviews, I distinguish four concepts describing the rhythms and longevity of humans-things relationships. These are "long-term", "transitional", "fast," and "slow" consumption. These concepts were dominant in a particular period of Russian history, but they can also be observed today in the lifestyles of various social groups.

Keywords: fashion, clothing consumption, rhythmanalysis, biography of things, everyday life, Soviet and Post-Soviet Russia

References

Aliab'eva, L. (2009). Teoriia obmena: ponosil sam — peredai drugomu [Theory of exchange: You've worn it yourself — pass it to another]. *Teoriia mody: odezhda, telo, kul'tura* [Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture]*, 2009*(13), 356–360. (In Russian).

Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: Univ. of Minnesota Press.

Barnes, L., Lea-Greenwood, G. (2006). Fast fashioning the supply chain: Shaping the research agenda. *Journal of Fashion Marketing and Management*, *10*(3), 259–271.

Bartlett, D. (2011). *FashionEast: Prizrak, brodivshii po Vostochnoi Evrope* [Trans. from Bartlett, D. (2010). *FashionEast: The spectre that haunted socialism*. Cambridge, MA: MIT Press]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie. (In Russian).

Beer, D., Burrows, R. (2010). Consumption, prosumption and participatory web cultures: An introduction. *Journal of Consumer Culture, 10*(1), 3–12.

Bezman, I. (2014). Iz "Megi" v "seki": molodezhnoe potreblenie odezhdy sekond-khend v Sankt-Peterburge [From "Mega" mall to second-hand store: Youth consumption of second-hand clothing in St. Petersburg]. *Labirint: zhurnal sotsial'no-gumanitarnykh issledovanii* [Labyrinth: Journal of Philosophy and Social Studies]*, 2014*(2), 126–136. Retrieved from https://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2014/08/Bezman.pdf. (In Russian).

Bodriiiar, Zh. (2006). *Obshchestvo potrebleniia. Ego mify i struktury* [Trans. from Baudrillard, J. (1970). *The consumer society: Myths and structures*. London: SAGE]. Moscow: Kul'turnaia revoliutsiia; Respublika. (In Russian).

Botsman, R., Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. New York: Harper Business.

Campbell, C. (1995). The sociology of consumption. In D. Miller (Ed.). *Acknowledging consumption: A review of new studies*, 96–126. London: Routledge.

Certeau, M. de. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley: Univ. of California Press.

Clark, H. (2008). Slow + fashion — an oxymoron — or a promise for the future? *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture, 12*(4), 427–446.

Crane, D., Bovone, L. (2006). Approaches to material culture: The sociology of fashion and clothing. *Poetics, 34*(6), 319–333.

Degot', E. (2000). Ot tovara k tovarishchu. K estetike nerynochnogo predmeta [From commodity to comrade. Towards an aesthetics of non-market object]. *Logos, 2000*(5–6), 201–210. (In Russian).

Egereva, Y., Gurova, O. (2014). "Khantery" i sekond-khend potreblenie v Sankt-Peterburge ["Hunters" and second-hand consumption in St. Petersburg]. *Labirint: zhurnal sotsial'no-gumanitarnykh issledovanii* [Labyrinth: Journal of Philosophy and Social Studies]*, 2014*(2), 117–125. Retrieved from https://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2014/08/Egereva.pdf. (In Russian).

Florida, R. (2011). *Kreativnyi klass: liudi, kotorye meniaiut budushchee* [Trans. from Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community, and everyday life.* New York: Basic Books]. Moscow: Izdatel'skii dom "Klassika-XXI". (In Russian).

Gerasimova, E., Chuikina, S. (2004). Obshchestvo remonta [The repair society]. *Neprikosnovennyi zapas* [NZ: Debates on Politics and Culture]*, 2004*(2), 70–77. (In Russian).

Gronow, J. (2009). Fads, fashions and "real" innovations: Novelties and social change. In E. Shove, F. Trentmann, R. Wilk (Eds.). *Time, consumption and everyday life: Practice, materiality and culture*, 129–142. Oxford; New York.

Gurova, O. (2004). Prodolzhitel'nost' zhizni veshchei v sovetskom obshchestve: zametki po sotsiologii nizhnego bel'ia [The Lifespan of things in Soviet society: Notes on sociology of underwear]. *Neprikosnovennyi zapas* [NZ: Debates on Politics and Culture]*, 2004*(2), 78–84. (In Russian).

Gurova, O. (2015). Fashion and time: The lifespan of clothing. In O. Gurova. *Fashion and the consumer revolution in contemporary Russia*, 133–152. New York: Routledge.

Harvey, D. (1989). *The condition of Postmodernity: An enquiry into the origins of social change*. Oxford: Basil Blackwell.

Humphrey, C. (1995). Creating a culture of disillusionment: Consumption in Moscow, a chronicle of changing times. In D. Miller (Ed.). *Worlds apart: Modernity through the prism of the local*, 43–68. London: Routledge.

Kopytoff, I. (1986). The cultural biography of things: Commoditization as process. In A. Appadurai (Ed.). *The social life of things: Commodities in cultural perspective*, 64–94. Cambridge: Cambridge Univ. Press.

Lefebvre, H. (2007). *Rhythmanalysis: Space, time and everyday life*. London; New York: Continuum.

Littler, J. (2009). *Radical consumption: Shopping for change in contemporary culture*. Berkshire: Open Univ. Press.

Merkel, I. (1998). Consumer culture in the GDR, or How the struggle for antimodernity was lost on the battleground of consumer culture. In S. Strasser, Ch. McGovern, M. Judt (Eds.). *Getting and spending: European and American consumer societies in the Twentieth century*, 281–300. Cambridge: Cambridge Univ. Press.

Morgan, L. R., Birtwistle, G. (2009). An investigation of young fashion consumers' disposal habits. *International Journal of Consumer Studies, 33*(2), 190–198.

Neilson, L. A. (2010). Boycott or buycott? Understanding political consumerism. *Journal of Consumer Behaviour, 9*(3), 214–227.

Orlova, G. (2004). Apologiia strannoi veshchi: malen'kie khitrosti sovetskogo cheloveka [Apologia for a strange thing. The Soviet person's "little tricks"]. *Neprikosnovennyi zapas* [NZ: Debates on Politics and Culture]*, 2004*(2), 84–90. (In Russian).

Ritzer, G. (2011). *The McDonaldization of society* (6th ed.). Los Angeles: SAGE.

Ritzer, G., Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of Consumption Culture, 10*(1), 13–36.

Sassatelli, R. (2007). *Consumer culture. history, theory and politics*. London: SAGE.

Shevchenko, O. (2002). 'In case of fire emergency': Consumption, security and the meaning of durables in a transforming society. *Journal of Consumer Culture, 2*(2), 147–170.

Shove, E., Trentmann, F., Wilk, R. (2009). Introduction. In E. Shove, F. Trentmann, R. Wilk (Eds.). *Time, consumption and everyday life: Practice, materiality and culture*, 1–16. Oxford; New York: Berg.

Thomas, S. (2008). From "green blur" to ecofashion: Fashioning an eco-lexicon. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture, 12*(4), 525–539.

Toffler, E. (2004). *Shok budushchego* [Trans. from Toffler, A. (1970). *Future shock*. London: Pan Books]. Moscow: AST. (In Russian).

Tokatli, N. (2008). Global sourcing: Insights from the global clothing industry — the case of Zara, a fast fashion retailer. *Journal of Economic Geography, 8*(1), 21–38.

Vainshtein, O. B. "Moe liubimoe plat'e": portnikha kak kul'turnyi geroi v Sovetskoi Rossii ["My favorite dress": The seamstress as cultural hero in Soviet Russia]. *Teoriia mody: odezhda, telo, kul'tura* [Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture]*, 2007*(3), 101–126. (In Russian).

Verdery, K. (1996). *What was Socialism, and what comes next?* Princeton: Princeton Univ. Press.

Yükseker, D. (2007). Shuttling goods, weaving consumer tastes: Informal trade between Turkey and Russia. *International Journal of Urban and Regional Research, 31*(1), 60–72.

Zueva, D., Ivanova, M. (2010). Handmade rynok [The market of handmade]. *ESForum. Biulleten' Laboratorii ekonomiko-sotsiologicheskikh issledovanii* [Journal of Laboratory for Studies in Economic Sociology]*, 2010*(4), 10–14. (In Russian).

To cite this article:

Gurova, O. Yu. (2018). Vremia i moda: prodolzhitel'nost' zhizni veshchei v sovetskom i postsovetskom obshchestve [Fashion and time: The lifespan of things in Soviet and Post-Soviet Russia]. *Shagi / Steps*, *4*(3), 68–96. (In Russian).

Received December 29, 2017