Дж. Певит
ORCID: 0000-0001-7689-1266
✉ *j.pavitt@kingston.ac.uk*
Кингстонский университет
(Кингстон-апон-Темс, Великобритания)
подготовка к публикации:
Л. А. Алябьева
ORCID: 0000-0001-7795-2059
✉ *liudmila.aliabieva@gmail.com*
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики» (Россия, Москва)

Мода в эпоху тревоги

Аннотация. Условия холодной войны — от разработки новых материалов до информатики — способствовали появлению продуктов и технологий, которым предстояло определить облик современного мира. Технологический утопизм послевоенных лет и представление, что наука может изменить будущее к лучшему, соседствовали с постоянным страхом перед ядерной войной. Хрупкость человеческой жизни контрастировала с огромным потенциалом расширения и развития человеческих способностей техническими средствами. Космическая гонка породила не только непрерывный поток инноваций, проникших и в повседневную жизнь, но и бесчисленные фантазии относительно того, как могут выглядеть в будущем вещи, одежда, помещения — даже человеческое тело. В этом докладе на материале моды, технологий, кино, дизайна и архитектуры показано, как холодная война и космическая гонка сформировали и изменили представления о человеческом теле — на физическом уровне и на уровне идеи.

Ключевые слова: космос, тревога, космическая мода, космическая гонка, архитектура, дизайн

Благодарности. Исследование выполнено в рамках проекта «Космос в медиакультуре: практики воображения и репрезентации» факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ в 2020–2022 гг.

Для цитирования: Мода в эпоху тревоги / Подгот. к публикации Л. А. Алябьевой; Пер. с англ. Т. А. Пирусской // Шаги/Steps. Т. 7. № 4. С. 300–309. https://doi.org/10.22394/2412-9410-2021-7-4-300-309.

Статья поступила в редакцию 13 мая 2021 г.
Принято к печати 14 июля 2021 г.

© ДЖ. ПЕВИТ
© Л. А. АЛЯБЬЕВА (подгот. к публикации)
© Т. А. ПИРУССКАЯ (пер. с англ.)

J. Pavitt
ORCID: 0000-0001-7689-1266
✉ *j.pavitt@kingston.ac.uk*
Kingston University
(Kingston upon Thames, Great Britain)
Publication prepared by:
L. A. Aliabieva
ORCID: 0000-0001-7795-2059
✉ *liudmila.aliabieva@gmail.com*
National Research University
Higher School of Economics (Russia, Moscow)

Fashion in an age of anxiety

Abstract. From new materials to computing, the conditions of the Cold War accelerated the development of products and technologies that would shape modern life. The technological utopianism of the post-war period and the idea that science could shape the future for the better went hand in hand with a persistent anxiety about nuclear confrontation. The frailty of human life was juxtaposed with the enormous potential for enhancing and extending human capacity with technology. The space race not only provided an enduring stream of innovations which made their way into everyday life, but also a host of imaginative possibilities for how products, clothing, environments — even the human body — might be redesigned for the future. This paper explores fashion, technology, film, design and architecture in order to consider how the Cold War and the space race shaped and changed ideas about the human body, both materially and conceptually.

Keywords: space, anxiety, space fashion, space race, architecture, design

Acknowledgements. The research was carried out within the project "Space in Media Culture: Practices of Imagination and Representation" of the Faculty of Communications, Media and Design, the National Research University Higher School of Economics in 2020–2022.

To cite this article: Pavitt, J. (2021). Fashion in an age of anxiety (L. A. Aliabieva, Prep. publ., & T. A. Pirusskaia, Trans.). *Shagi / Steps, 7*(4), 300–309. (In Russian). https://doi.org/10.22394/2412-9410-2021-7-4-300-309.

Received May 13, 2021
Accepted July 14, 2021

© J. PAVITT
© L. A. ALIABIEVA (Prep. Publ.)
© T. A. PIRUSSKAIA (Trans.)

Джейн Певит — профессор истории дизайна и архитектуры в Кингстонском университете, руководитель исследовательского отдела университета, куратор выставок, в том числе «Холодная война и современность: дизайн 1945–1970» (V&A, 2008, совместно с Дэвидом Кроули) и «Постмодернизм: стиль и подрывная деятельность. 1970–1990») (V&A, 2011, совместно с Гленном Адамсоном). Текущая работа Певит связана с архитектурой и дизайном высоких технологий, которые стали темой ее выставки в Центре визуальных искусств Сейнсбери в 2018 г.

Представленный текст был прочитан онлайн в качестве ключевого доклада секции «Космос и мода», работавшей 2 октября 2020 г. в рамках конференции «Медиакосм-2020». Организатором и модератором секции выступила Людмила Алябьева, шеф-редактор журнала «Теория моды: одежда, тело, культура», доцент Школы дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Добрый день! Во-первых, мне хотелось бы поблагодарить организаторов конференции. Для меня выступать перед вами — большая радость и честь, жаль только, что мы не можем собраться вживую на столь интересном и многогранном мероприятии.

Меня пригласили сделать этот доклад, потому что некоторое время назад я проводила исследование, посвященное дизайну в эпоху Холодной войны, в частности связям между модой, представлениями о теле, технологиями и космической гонкой. Занималась я этим для выставки «Холодная война и современность: дизайн 1945–1970» (Cold War Modern, Design 1945–1970), проходившей в 2008 году в Музее Виктории и Альберта в Лондоне. На выставке были представлены образцы дизайна по обе стороны железного занавеса и рассмотрены многочисленные примеры советского дизайна — от спутников до архитектуры космической эры. Собранный материал сложился в книгу — «Страх и мода в годы холодной войны»[1].

В книге я рассказываю, как мода определяется не только фантазиями и желаниями, но также страхами и тревогами. Ключевая для выставки концепция состояла в том, что холодную войну можно рассматривать в том числе как «гонку или состязание за звание ведущей цивилизации современности», в котором соперничество за передовое видение будущего подогревалось политическими амбициями и ускорением технического прогресса, в плане не только разработки ядерного оружия и покорения космоса, но и изобретения новых форм быта.

Если мы возьмем в качестве примера национальные и международные выставки (Всемирную выставку 1958 года в Брюсселе, Американскую национальную выставку 1959 года), мы увидим, что товары широкого потребления, мода и сам быт в холодной войне культур приобрели статус «оружия», аналогичного военной экипировке. И сами лидеры стран, которые вели холодную войну, порой проецировали разговоры о будущем на товары широко потребления — доказывая мощь политической системы своего государства, они ссылались на улучшение качества жизни. Так, во время Американской национальной выставки, в 1959 году устроенной в Москве в парке «Сокольники», между председателем Совета министров СССР Никитой Хрущевым и вице-

[1] См.: [Pavitt 2008].

президентом США Ричардом Никсоном произошел весьма эмоциональный спор на эту тему, известный как «кухонные дебаты». За рамками выставки в американской прессе о советском быте и моде часто писали как о безвкусных и убогих. Советских же граждан на выставке призывали увидеть в этой потребительской самоуверенности вульгарность, наглость и эксплуататорские замашки. Мода и быт как культурные феномены оставались неотъемлемым элементом пропагандистских войн того времени.

На нашей выставке мы не только рассказали историю этого соперничества, но и обратились к поиску альтернатив господствующим в каждой из стран точкам зрения, которым были заняты художники и дизайнеры. Темная сторона внушающих беспокойство интересов той эпохи нередко служила темой для авангардных произведений. Например, «Электронная поэма» Ле Корбюзье — мультимедийная инсталляция, созданная им совместно с композитором Эдгаром Варезом в 1958 году, — представляла собой нагромождение антиутопических образов и звуков, задуманное, как ни парадоксально, в качестве рекламы компании Phillips на Всемирной выставке в Брюсселе. Павильон компании располагался рядом со сверкающим футуристическим Атомиумом — оптимистичным, утопическим символом ядерной эпохи.

Образы будущего нередко порождала тревожность настоящего, причем тревога объяснялась не только угрозой ядерного уничтожения и конфликтами между Востоком и Западом, но и беспокойством, вызванным бурным расцветом культуры потребления и сознанием, насколько научные и военные достижения опасны для окружающей среды.

Художники, дизайнеры и архитекторы, реагируя на происходящее, экспериментировали: они искали новые средства, чтобы защитить тело и среду обитания человека от предполагаемой опасности, и в то же время осваивали новые технологии и материалы, стремясь с их помощью изменить привычный быт.

Теперь от предисловия я перейду собственно к основной теме доклада — к тому, как экспериментальный дизайн эпохи холодной войны реагировал на необходимость защитить тело человека от угрозы извне, рождая одновременно ироничные и пронизанные тревогой конструкции, и как в образах космической эры в 1960-е годы соединялись фантазия и страх, утопия и антиутопия.

Начну с примера, отражающего единство утопии и антиутопии и показывающего, что за самыми горделивыми и футуристическими образами стояли страхи, сопряженные с холодной войной. В 1956 году британских архитекторов Элисон и Питера Смитсон пригласили спроектировать дом космической эры для выставки «Идеальный дом» в Лондоне. Созданный ими дом, где все сделано из пластика, должен был продемонстрировать, какой будет жизнь через 25 лет — в 1981 году. В доме присутствовали все атрибуты космического будущего: электронные приборы, самоочищающаяся ванная комната, система кондиционирования воздуха, лампа солнечного света — направленная на экономию усилий футуристическая среда, где современная супружеская пара может наслаждаться освободившимся временем (возможно, и за счет работы, которую за людей будет делать техника). Посетители могли заглянуть внутрь макета сквозь окна, к которым, в отличие от остальной наружной части дома, был специально оставлен доступ, и посмотреть, как эта пара, одетая по моде космической эры, занимается повседневными делами — в будущем, на другой планете или в открытом космосе.

Тем не менее кое-что неизбежно возвращает нас в 1956 год, когда обусловленная холодной войной тревога резко возросла. Сколь футуристической ни выглядела бы обстановка, быт семейной пары воспроизводит традиционную для 1950-х годов картину: она на кухне или в спальне, укладывает волосы, а он отдыхает, читая (возможно, электронную) газету. В самом доме мы находим еще больше отсылок к атмосфере страха и напряжения того времени. И свет, и цветы здесь искусственные, потому что нет окон, а значит, и солнечного света. Воздух подвергается фильтрации, двери герметично закрыты. Еда обрабатывается специальными лучами. Даже если вне дома есть атмосфера, необходимая для жизни, она не проникает внутрь. Как отметила теоретик архитектуры Беатрис Коломина, перед нами не просто дом, а ядерное бомбоубежище, бункер[2]. Научные и технические достижения принесли не только возможность усовершенствовать жизнь, но и новые средства ее разрушить. Я хочу показать, что с аналогичной точки зрения можно посмотреть на моду и одежду той эпохи и проследить встречающиеся в ней отсылки к представлениям о защите и уязвимости.

Напоминающие пластик материалы в сочетании с космическими образами покорили парижские подиумы в начале 1960-х годов, когда подобные модели создавали Пако Рабан, Андре Курреж и Пьер Карден. Позже этот стиль по-своему интерпретировали и другие модельеры — от Мэри Куант, дизайнера эпохи «молодежного бума», до королевского кутюрье Харди Эмиса (работавшего над костюмами для фильма Стэнли Кубрика «Космическая одиссея 2001 года»). Образцы этого стиля вскоре появились в центральных модных магазинах. Четкие геометрические силуэты, эмблемы-аппликации, «мокрый» блеск, сверкающие и полупрозрачные ткани, эластичный нейлон и неопрен, характерные цвета и обилие серебряного — вот приметы моды, долгое время сохранявшейся в кино и на телевидении, когда широкая публика уже потеряла к ней интерес. Но в контексте тревоги, преследовавшей людей в годы холодной войны, интересно, что такие костюмы не только отсылают к счастливому космическому будущему, но и указывают, что тело находится в искусственной или небезопасной среде, а потому физически уязвимо.

В космических коллекциях часто встречаются такие детали, как шлемы, визоры и солнцезащитные экраны, а сама одежда нередко похожа на защитную, с пластиковыми или металлическими щитками, закрывающими тело. Безусловно, такой стиль еще и подчеркивал эротический контраст между мягкостью тела и жесткостью ткани, но в то же время одежда утрачивала типичные для нее ассоциации с комфортом и традиционно понимаемым изяществом. Тело не только представало как сексуальное оружие — оно и само было вооружено. Пако Рабан говорил о своих металлических платьях: «Одежда, которую я создаю, подобна оружию. Когда женщина застегивает платье, раздается звук, напоминающий щелчок взведенного курка».

В 1968 году в Музее современных ремесел в Нью-Йорке прошла выставка «Тело под покровом» (Body Covering), выстроившая эти идеи в один ряд. Представление о моде как зрелище и спектакле было противопоставлено функции одежды как защитного покрова или инструмента, расширяющего возможно-

[2] Подробнее см.: [Colomina 2004].

сти человеческого тела. В число экспонатов вошли скафандры астронавтов НАСА, костюмы, защищающие от химических воздействий и радиации, высокоэффективная спортивная одежда и изделия с использованием новых материалов, таких как кевлар, майлар и поливинилхлорид. Прочные, огнеупорные материалы, соединяемые при помощи сварных швов, были разработаны в рамках военно-промышленных исследований в годы холодной войны, а затем проникли в повседневную жизнь, где стали применяться для производства не только одежды, но и разных конструкций в зданиях и интерьере. Выставка иллюстрировала и идею носимых устройств — еще одну военную разработку космической эры. Хотя многие идеи применительно к быту так и остались в теории, сами по себе они тоже восходили к специальному снаряжению, рассчитанному на высотные полеты, боевые действия и освоение космоса.

Таким образом, космическая гонка рождала и новые идеи относительно того, как технологии могут расширить возможности тела. Кибернетика, активно развивавшаяся после Второй мировой войны как в Советском Союзе, так и на Западе, пыталась найти способ использовать обратную связь для усовершенствования коммуникации между машиной и человеком ради повышения производительности. Как известно, идея обратной связи просочилась и в контркультурную парадигму, в рамках которой, к примеру, возникло представление об информационной перегрузке и о том, что сознанию и телу приходится ускоряться, чтобы приспособиться к внешней среде. Дизайн и популярная культура охотно подхватывали интерпретации подобных явлений, предложенные теоретиками медиа и футурологами, такими как Маршалл Маклюэн и Элвин Тоффлер. Тоффлер назвал этот эффект «шоком будущего» и сравнил жизнь современного человека с положением солдата под обстрелом. Вот как он описывает этого солдата — а по умолчанию и современного потребителя:

> Захваченный турбулентным потоком изменений, вынужденный принимать значительные, быстро следующие друг за другом решения, он чувствует не просто интеллектуальное замешательство, а дезориентацию на уровне персональных ценностей. По мере того как скорость изменений возрастает, к этому замешательству подмешиваются самоедство, тревога и страх [Тоффлер 2003: 395].

В свете всего сказанного мы видим, что многие новаторские концепции контркультурного дизайна в конце 1960-х годов представляли собой еще и попытки смягчить эту атаку и уйти от нее. К тому же речь шла о личном и политическом выборе — освободить ум от постоянной суеты общества потребления, устранить границы, в которые заключила тело буржуазная мораль, расширить способы получения и использования информации.

Примеры такого рода не относились к моде как таковой — скорее это были мобильные вместилища для тела, роднящие одежду с архитектурой. В конце концов, скафандр — образец именно такого вместилища, облекающего тело и обеспечивающего ему условия для поддержания жизни. Следующим шагом было включение в такую «переносную среду обитания» технических устройств — те «внешние расширения человека», о которых писал Маршалл Маклюэн. Согласно концепции Маклюэна, медиа представляют собой расширения центральной нервной системы человека. Подобно инструментам, слу-

жившим человеку своего рода протезами, которые помогали выполнять различные механические операции, медийные технологии способны расширять не только тело, но и сознание.

> В одежде как внешнем расширении кожи можно видеть как механизм управления теплом, так и средство социального определения Я. В этом отношении одежда и жилье почти близнецы, хотя одежда и ближе, и старше. Если жилье выносит внутренние механизмы управления теплом нашего организма наружу, то одежда является более непосредственным расширением внешней поверхности тела [Маклюэн 2003: 135].

Художники и дизайнеры подхватывали эти идеи, вдохновляясь элементами военного и космического снаряжения. Некоторые, например, австрийский архитектурный коллектив Haus Rucker Co., использовали оснащенные медийными технологиями визоры как средство «отфильтровать» воспринимаемый мир и обострить ощущения (проект «Преобразователи окружающей среды», 1968, оснащены вращающимися цветными пластиковыми дисками и фильтрами).

Такие приспособления можно носить на улице. Кроме того, коллектив Haus Rucker разработал оснащенные медийными технологиями предметы мебели и интерьера (кресло для двоих и др.). Это не оборонные сооружения времен холодной войны, а скорее одновременно защитная оболочка и среда, обеспечивающая определенный чувственный и телесный опыт. Между тем, в интервью архитекторы рассказали мне, что охотно использовали образы, почерпнутые из каталогов военного оборудования и научных журналов.

Другие экспериментировали с усиленным медийным воздействием, как еще один австрийский художник, Вальтер Пихлер, создавший «Переносную гостиную» (1967) — изолирующую камеру, которую человек надевает на голову, чтобы смотреть телевизор, и одежду, подсоединяющую к телу электронные приборы.

Польский художник Кшиштоф Водичко, автор «Персонального инструмента» (1969), создавал носимые устройства, способные усиливать и искажать звуки окружающей среды, — своим творчеством он, в частности, намекал на вездесущие механизмы контроля и слежки, применяемые государством.

Такие эксперименты составляли часть тенденций 1960-х годов, когда наблюдался всплеск интереса к возможностям медиа и конструированию новой среды. Этот период совпал по времени с сексуальной революцией и увлечением психоделическими веществами и наркотиками, расширяющими сознание. Все эти веяния вдохновили создателей надувных пластиковых конструкций. Надувные элементы, наполненные воздухом под низким давлением, стали обязательным атрибутом утратившей материальность архитектуры, искусственной прозрачной оболочкой, которая могла выполнять роль как убежища, так и экрана, и подходила для кочевого образа жизни, требующего минимального количества вещей (и одежды). Поскольку такие конструкции отличались относительной простотой в изготовлении и не требовали особых затрат, они давали молодым архитекторам и дизайнерам возможность экспериментировать с формами.

Художник Франсуа Даллегре совместно с историком архитектуры и критиком Питером Рейнером Бэнемом разработал серию моделей, призванную проиллюстрировать теоретические работы Бэнема на эту тему. Бэнем полагал, что технологиям удастся обогнать архитектуру. В эссе «Дом — это не здание» (A Home is not a House, 1965) он утверждал, что в будущем архитектура может попросту исчезнуть, превратившись всего лишь в оболочку для защиты оборудования: «Если в вашем жилище столько приспособлений, что все оборудование может работать само по себе, без какой-либо энергии от самого здания, зачем вам эти стены?» А как показывают созданные Даллегре модели надувного дома, если в жилище поддерживать правильную температуру, вам не понадобится и одежда.

Британская архитектурная группа «Аркигрэм» рассматривала надувные конструкции как гибриды одежды и архитектуры. Их существовавшие только в виде разработок проекты, в том числе «Костюмолон» (Cushicle / Suitaloon), были задуманы как провокационные и шутливые, но при этом в теории считались подходящими для экстремальных условий или зоны бедствия. А здесь уже рукой подать до антиутопической картины будущего. Однако в начале 1970-х годов в эти воображаемые миры вторглись новые представления о грозящих миру опасностях. «Дом» кочевника, созданный из минимального количества материалов, начали воспринимать как убежище от перенаселенной и загрязненной среды. Разрушение окружающей среды стало более глобальной проблемой, чем страх ядерной войны в 1950-е годы. По иронии судьбы столь популярные в 1960-е годы надувные конструкции изготавливались из нефти и сами были продуктами вредной для экологии промышленности, вызывающей беспокойство.

Яркий пример — «Оазис 7», еще одна работа группы Haus Rucker, надувная конструкция, приглашавшая своих обитателей настроиться на одну волну и отвергнуть общество, бежать от действительности — не исключено, что авторы подразумевали и некий эротический подтекст. Но такие конструкции были одновременно оранжереями, дававшими надежду на глоток чистого воздуха посреди загрязненного города.

Мне хотелось, двигаясь от моды космической эры к скафандрам, а затем к переосмыслению представлений о теле в экспериментальном дизайне 1960-х годов, показать, что тело и среда обитания человека обрастали новыми значениями не только за счет усвоения новых форм и материалов, рожденных техническим прогрессом в годы холодной войны, но и за счет критики последствий этого прогресса. Мода и архитектура, кожа и убежище, тело и снаряжение сливались на этом пути в футуристические образы, насыщенные ощущением неопределенности и страха, присущих этой эпохе.

В заключение скажу, что, когда я готовила доклад, меня поразило сходство этих тенденций с нынешней ситуацией пандемии: критическая ситуация снова вынуждает нас пересмотреть принципы, которыми мы руководствуемся в отношении к своим городам, жилищам, телам. И одежда, как всегда, служит зеркалом этого процесса.

Спасибо за внимание!

Людмила Алябьева: Джейн, большое спасибо за доклад. Коллеги, у нас есть немного времени на вопросы и комментарии.

Екатерина Лапина-Кратасюк: Джейн, большое спасибо за вашу чудесную презентацию. Спасибо большое за этот очень впечатляющий и вдохновляющий материал. Когда вы говорили про проект «Идеальный дом», вы сравнили его с бункером. Мне показалось, что этот объект больше похож на космический корабль, чем на бункер. И как будто бы, наоборот, он скорее воплощает надежды на будущее?

Джейн Певит: Сравнение с бункером я позаимствовала у Беатрис Коломины, на которую ссылалась в докладе. Я с вами соглашусь: мне кажется, что проект отражает и то и другое: страхи и опасения, но и надежду, что на самом деле очень соотносится с той сложной гаммой чувств, которую люди испытывали относительно будущего в описанную мной «эпоху тревоги».

Пер. с англ. ***Т. А. Пирусской***

Литература

Маклюэн 2003 — *Маклюэн Г. М*. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2003.

Тоффлер 2002 —*Тоффлер Э.* Шок будущего / Пер. с англ. М.: АСТ, 2002.

Colomina 2004 — *Colomina B*. Unbreathed air 1956 // Grey Room. 2004. No. 15. P. 28–69.

Pavitt 2008 — *Pavitt J.* Fear and fashion in the Cold War. London: V&A Publishing, 2008

References

Colomina, B. (2004). Unbreathed air 1956. *Grey Room, 2004*(15), 28–59.

McLuhan, H. M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw Hill.

Pavitt, J. (2008). *Fear and fashion in the Cold War*. V&A Publishing.

Toffler, A. (1970). *Future shock*. Random House.

* * *

Информация об авторах

Джейн Певит
PhD
профессор истории дизайна и архитектуры, руководитель исследовательского отдела, Кингстонский университет
River House 53–57, High Street, Kingston upon Thames, Surrey KT1 1LQ, UK
Тел.: +44 (20) 84179000
✉ *j.pavitt@kingston.ac.uk*

Information about the authors

Jane Pavitt
PhD
Professor of Design and Architectural History, Head of Impact, Directorate of Research, Business and Innovation, Kingston University
River House 53–57, High Street, Kingston upon Thames, Surrey KT1 1LQ, UK
Tel.: +44 (20)84179000
✉ *j.pavitt@kingston.ac.uk*

Людмила Анатольевна Алябьева
кандидат филологических наук
доцент, Школа дизайна, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
академический директор, Аспирантская школа по искусству и дизайну, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Россия, 115054, Москва, ул. Малая Пионерская, д. 12
Тел.: +7 (495) 621-87-11
шеф редактор, журнал «Теория моды: одежда, тело, культура».
✉ *liudmila.aliabieva@gmail.com*

Liudmila A. Aliabieva
Cand. Sci. (Philology)
Associate Professor, Art & Design School, National Research University Higher School of Economics
Academic Director, Doctoral School in Art and Design, National Research University Higher School of Economics
Russia, 115054, Moscow, Malaya Pionerskaya Str., 12
Tel.: +7 (495) 621-87-11
Editor-in-Chief, 'Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture'
✉ *liudmila.aliabieva@gmail.com*