

Анна Тихомирова

Olga Gurova. Fashion and the Consumer Revolution in Contemporary Russia. London: Routledge, 2015. 200 p. ISBN 978-0-415-84135-1.

Анна Тихомирова. Адрес для переписки: Friedrichstraße 27/1, 72768 Reutlingen, Germany. atikhomi@yandex.ru.

Несмотря на то, что тема моды и потребления в современной России довольно активно исследуется учеными различных специальностей (Рудова 2009; Menzel 2013), рецензируемая монография является на сегодняшний день первой, долгожданной и пока что единственной обобщающей работой о современной российской культуре потребления одежды. Ее автор Ольга Гурова – социолог, кандидат культурологии, научный сотрудник факультета социальных наук Хельсинского университета; ее можно назвать одной из самых «преданных» исследовательниц (и исследователей) советской и российской моды и потребления одежды. Начав в первой половине 2000-х годов с изучения советского нижнего белья (Гурова 2008), с конца 2000-х Гурова обратилась к темам постсоветской и современной российской моды, написав множество научных статей об этом (многие из которых в переведенном и/или дополненном виде вошли в состав рецензируемой монографии).

Монография исследует, как изменилось потребление одежды в России в последние 20 лет, то есть в период роста капитализма в постсоциалистическом государстве и «революции потребления». По Гуровой, эти изменения нужно понимать и изучать на различных уровнях (и уровни эти существуют не сами по себе, а тесно взаимосвязаны) – производства, распространения, СМИ, социальной структуры и повседневной жизни (в монографии Гурова фокусируется в основном на потреблении, оставляя сферу производства для дальнейших исследований). Для кейс-стади Гурова выбрала два города – Санкт-Петербург (вторая столица, «культурная столица») и Новосибирск (столица Сибири). В качестве основных источников она использовала глубинные интервью с потребителями, анализ документов (включая опубликованную статистику), опубликованные документы о рынке моды и потребления, а также женские журналы.

Во введении Ольга Гурова, в числе прочего, дает краткий обзор подходов к постсоциализму и потреблению и предлагает интерпретировать текущую ситуацию в России как сосуществование социализма, постсоциализма и новой пост-постсоциалистической реальности (Хабек и Гурова 2014). Методологически она придерживается постсоциалистического подхода, обогащенного социологическими концепциями. С одной стороны, он «позволяет нам охватить опыт бывших социалистических государств и увидеть следы, оставленные социалистическим прошлым и то, как они влияют на сегодняшнюю жизнь» (с. 9). С другой стороны, социологические концепции позволяют нам включить полученные результаты в глобальные дискуссии о ключевых социологических вопросах, не исчерпывающиеся бывшими соцстранами. Звучит убедительно, интересно, инновативно и много-

обещающе – посмотрим, насколько Ольге Гуровой удалось действительно это сделать? Однако прежде чем перейти к критике, коротко и «безоценочно» представим основные тезисы книги.

Первая глава посвящена идеологии моды как общему контексту, в котором развиваются и изменяются практики потребления. Для примера Гурова выбрала журнал «Крестьянка», как один из самых «долгоживущих» женских журналов в России, и пришла к выводу о том, что в издании сменилось три основных интерпретационных репертуара: «идеология ремонта» (первая половина 1990-х), «гламур» (первое десятилетие 2000-х), конец эпохи гламура и антиконсюмеризм (после экономического кризиса 2008–2009 годов).

Во второй главе анализируется, во-первых, трансформация розничной торговли одеждой, которую Гурова подразделяет на четыре периода: хаотичная «челночная» торговля и открытые рынки (1992 год – середина 1990-х годов); замена их на «цивилизованные» и крупноформатные формы розницы, такие как торговые центры и первое поколение шопинг-моллов (середина 1990-х – начало 2000-х); стремительный рост второго поколения шопинг-моллов, а также важная роль люксовых брендовых бутиков, аутлетов, дискаунтов и гипермаркетов (2003–2008 годы); развитие под влиянием экономической рецессии мелкоформатной и альтернативной розничной торговли (шоурумы, дизайнерские рынки, интернет-шопинг и пр.), что способствовало локализации и формированию «маргинальных пространств потребления» (2008 год – настоящее время). Во-вторых, в этой главе Гурова, основываясь на предпочтениях торгового формата, предлагает типологию потребителей: «продвинутый» (новые шопинг-моллы, стиль «кэжуал»), «расточитель» (новые шопинг-моллы, престижное потребление), «социалистический» (привычные универмаги и небольшие магазины, выбор одежды рациональный), «альтернативный», или креативный (нестандартные вещи, например, бренды из социалистического прошлого или локальные), «предпочитающий удобство» (магазины поближе к дому и гипермаркеты, дискаунты, соотношение цены и качества как главное в одежде).

Третья глава посвящена формированию идентичности среднего класса через потребление одежды (при этом в теоретическом плане Ольга Гурова здесь опирается на социологию класса и потребления Пьера Бурдьё). С одной стороны, стиль жизни среднего класса характеризуется «гедонистическим потреблением». С другой стороны, средний класс морализирует о праве наслаждаться шопингом. Наконец, важными понятиями для артикуляции идентичности и паттернов потребления сегодняшнего российского среднего класса являются «европейскость», «культурность» (советское наследие) и «цивилизованность».

В четвертой главе Ольга Гурова исследует социальную дистинкцию через одежду внутри российского среднего класса. Одним из ключевых факторов, дифференцирующих потребление, автор считает возраст/принадлежность к определенному поколению, разделяя своих информантов на три группы: «бабушки-дедушки» (рожденные в 1940–1950-х); «родители» (рожденные в 1960–1970-х); «дети» (рожденные в 1980–1990-х). Далее, Гурова говорит о классовом потреблении, а именно о наборе практик, отделяющих средних класс от более «низких», а также

от высших классов, а также о гендерных и региональных различиях. В целом автор подчеркивает, как важно рассматривать социальные характеристики не сами по себе, независимо друг от друга, а именно как пересекающиеся между собой.

Пятая глава посвящена этнической идентичности (потреблению одежды русских мигрантов в Финляндии). С одной стороны, русские как этническая группа обладают определенным узнаваемым модным репертуаром. С другой стороны, как русское население в Финляндии, так и их стиль нельзя назвать гомогенным («русская гиперкультура», «глобальные номады», «гибридный стиль», «новые местные») – на стилевой репертуар влияют классовая принадлежность, профессиональные, гендерные и возрастные различия. Ольга Гурова доказывает тезис о том, что существует больше схожести между людьми разных национальностей – но одного класса, пола и возраста, – нежели между людьми разных классов и поколений, но одной национальности.

В шестой главе речь идет о пограничном шопинг-туризме из России в Финляндию, который служит сейчас одним из маркеров российского среднего класса; при этом основное внимание автора обращено на опыт потребителей как индивидуальных агентов, содействующих распространению потоков значений и практик (Yükseker 2007).

Седьмая глава посвящена изменениям в повседневных практиках потребления одежды сквозь призму концепта времени (какова длительность жизни вещей в обществе?). Так, советское общество было так называемым «обществом ремонта», доминирующим ритмом которого было «непрекращающееся», «постоянное» потребление вещей (постоянное возвращение вещей к жизни путем различных креативных преобразований) и «застывшая» мода (Бартлетт 2011). В 1990-е годы доминирующим было «переходное» потребление и китчевая мода: «голодный» советский потребитель жадно накинудся на ставший доступным импортный ширпотреб, и в то же самое время множество советских практик (индпошив, переделки и пр.) продолжали существовать. По сравнению с советским временем продолжительность жизни одежды сократилась, во многом благодаря сократившемуся циклу моды. Для первого десятилетия 2000-х были характерны «быстрое» потребление и «быстрая» мода с новым – быстрым – режимом темпоральности: увеличившееся благосостояние привело к росту частоты покупок одежды, срок жизни одежды уменьшился (по Жану Бодрийяру, «сообщества выбрасывания»), символическая ценность вещи (новизна, модность) стала преобладать над ее потребительской ценностью. Результатом экономического кризиса 2008–2009 годов стало распространение (в основном среди молодежи) «устойчивого», «медленного», экологически сознательного потребления и «устойчивой» моды: разочарование в консьюмеризме, возврат к жизни хендмейда как индивидуального креативного выбора и увеличение за счет этого срока носки вещей. При этом Гурова отмечает, что эти темпоральности нелинейны, и различные концепты времени могут существовать одновременно в одном и том же обществе и разделяться различными социальными группами.

В восьмой, последней, главе речь идет о том, какие следы социалистического прошлого (так называемый «семиотический багаж») до сих пор существуют и как

они влияют на сегодняшние стилевые репертуары городских жителей. Во-первых, такие императивы советской моды, как похожесть и униформированность, сменились индивидуализацией и разнообразием (один из примеров – популярность и вездесущность гламура в первой половине 2010-х); однако одновременно с этим можно говорить и о распространении «кэжуализации» (когда люди перестают заботиться о том, что носят). Гурова выделяет следующие стилевые репертуары в современной России: «кэжуал», или «европейский стиль» (популярен среди мужчин и женщин всех возрастов); «социалистический», или классический, консервативный (коренится в социалистическом прошлом, популярен среди мужчин и женщин среднего возраста); «гибридный» (эkleктичный, индивидуальный). Во-вторых, произошел видимый сдвиг от скромности как императива социалистических времен к сексуализированной женственности (и, в то же самое время, актуальный «консервативный поворот» к традиционным ценностям в российском обществе). В-третьих, произошла маркетизация молодежной моды. В-четвертых, «советское» стало предметом коммерциализированной ностальгии.

Вернемся теперь к нашему вопросу – в какой степени Ольге Гуровой удалось решить поставленные ей самой во введении задачи?

Одним из намерений Гуровой было «увидеть следы, оставленные социалистическим прошлым и то, как они влияют на сегодняшнюю жизнь» (с. 9) – реализация его в монографии оказалась, на мой взгляд, во многом проблематичной. Социологический бэкграунд автора и дает преимущества исследованию, и делает уязвимыми некоторые его положения – например, анализ «следов социалистического прошлого» недостаточно историчен. Так, интерпретация советского периода в монографии мне показалась довольно односторонней, упрощенной, стереотипной, стигматизированной и редуцированной до ряда клише: советское общество как «коллективное», похожее, «серое» и априори исключающее «индивидуализацию» (глава 1); советское общество как преимущественно «общество дефицита» (а не, скажем, своеобразная «культура потребления» – термин «революция потребления» Гурова употребляет лишь по отношению к современной российской культуре потребления одежды, ни словом не упоминая, а были ли «революции потребления» во времена государственного социализма в соцстранах), социалистическая мода как «униформированная», «неяркая» (главы 7, 8) и пр.

Далее, в большинстве примеров (за исключением главы 3 с детальным анализом хронологического развития советского среднего класса) «советское» – и «социалистическое» – имплицитно предстают без дифференциации на конкретные исторические периоды, как «единый хронологический монолит» («в социалистические времена», «социалистический потребитель» и пр.).

Под «поиском следов социалистического прошлого» Гурова подразумевает, в числе прочего, выявление преемственностей и разрывов с советским – интереснейшая постановка вопроса, но вот ответ на него оставляет множество недосказанностей на протяжении всей монографии. Например, в главе 2 Гурова пишет, что «социалистический» тип потребителя предпочитал небольшие магазинчики, продающие отечественную продукцию, известную еще с советских времен – это утверждение вызывает недоумение, если учесть, что на протяжении всего совет-

ского периода одежда массового отечественного производства занимала последнее место в системе ценностей советских потребителей. Или же присутствующие во многих главах книги тезисы о стремлении быть «европейцами» у сегодняшнего российского среднего класса и о стремлении к «Западу» у советских людей – тем не менее, в ходе чтения так и не появляется ясности, что же именно понимали под «Западом» и «Европой» советские и постсоветские потребители? Какую именно «Европу» они имели в виду, что именно было «европейским» воображаемым стандартом? В главе 6 Гурова детально анализирует особенности современного шопинг-туризма в Финляндию – но, к сожалению, практически совершенно не сравнивает этот опыт с аналогичным советским. Наконец, к сожалению, Ольга Гурова совершенно не коснулась политического аспекта потребления одежды (кроме нескольких абзацев в заключении) – при этом очень интересно было бы проследить преемственности и разрывы советского и постсоветского потребления под влиянием политической конъюнктуры («Холодная война», «Крымнаш», «Гейропа» и прочие негативные коннотации советского и постсоветского идеологических дискурсов).

Примеры, иллюстрирующие разрывы с советским прошлым, я также не считаю убедительными. Например, когда Гурова пишет про «новый хендмейд» конца 2000-х, она имплицитно подразумевает разрыв с советским и постсоветским опытом (советский индпошив как вынужденный, как маркер «общества дефицита» – современный хендмейд как добровольная «новая креативность»). Удивляет, что Гурова ни слова не говорит о том, что дискурс самоделок как способ «креативного досуга» был самым что ни на есть типичным именно советским дискурсом индпошива и перешива одежды (Tikhomirova 2015).

Наконец, еще одним обещанием Гуровой во введении было включить полученные результаты в глобальные контексты, не исчерпывающиеся бывшими соцстранами – но, несмотря на то, что время от времени мы находим эти контексты в монографии, в большинстве случаев они, к сожалению, отсутствуют, оставляя нетронутыми интереснейшие вопросы. Например, Гурова говорит о «ригидных нормах» в советских женских журналах, но не поясняет, была ли это именно советская специфика или, скажем, общеевропейский «дух времени»? Или другой пример – в главе 2, говоря о расцвете шопинг-моллов в России, Гурова не конкретизирует, по какому именно пути пошла Россия – уже упомянутому «европейскому», «американскому», «особому» российскому?

Тем не менее, отмеченные «недосказанности» монографии не снижают ее высокого уровня. Оценивая работу в целом, можно сказать, что данное во введении обещание системного, всеохватного подхода Ольге Гуровой выполнить удалось. Она убедительно продемонстрировала, что мода и потребление одежды – это не только и не столько последовательная смена ширины воротничков, но и точнейшая многоликая «линза» для понимания социальных, политических и экономических процессов в обществе.

Монография Ольги Гуровой может служить прекрасным учебным пособием как для студентов, так и для желающих более подробно исследовать советскую и российскую моду и потребление.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бартлетт, Джурджа. 2011. *FashionEast: призрак, бродивший по Восточной Европе*. М.: Новое литературное обозрение.
- Гурова, Ольга. 2008. *Советское нижнее белье: между идеологией и повседневностью*. М.: Новое литературное обозрение.
- Рудова, Лариса. 2009. «Гламур и постсоветский человек». *Неприкосновенный запас* 6(68). Просмотрено 20 августа 2016 г. (<http://magazines.russ.ru/nz/2009/6/ru17.html>).
- Хабек, Йоахим Отто и Ольга Гурова. 2014. «Все еще постсоциализм? Пространство, эстетические суждения, неравенства». *Этнографическое обозрение* 3:3–8.
- Menzel, Birgit. 2013. "Glamour Russian Style: The Putin Era." *Russian Analytical Digest* 126:6–10.
- Tikhomirova, Anna. 2015. "Upcycling auf spätsowjetisch? Umgenähte Kleidung als generationsübergreifendes weibliches Überlebens- und Distinktionsmittel in der Brezhnev-Ära." Pp. 133–154 in *Hot Stuff: Gender, Popkultur und Generationalität in West- und Osteuropa nach 1945*, edited by Lu Seegers. Göttingen, Germany: Wallstein Verlag.
- Yükseker, Deniz. 2007. "Shuttling Goods, Weaving Consumer Tastes: Informal Trade between Turkey and Russia." *International Journal of Urban and Regional Research* 31(1):60–72.