

БИБЛИОТЕКА ЖУРНАЛА «ТЕОРИЯ МОДЫ»



Новое
Литературное
Обозрение

THE END OF FASHION

Clothing and Dress in the Age of Globalization

Edited by Adam Geczy and Vicki Karaminas

**BLOOMSBURY
VISUAL ARTS**

2019

КОНЕЦ МОДЫ

Одежда и костюм в эпоху глобализации

Под редакцией Адама Гечи и Вики Караминас

НОВОЕ
ЛИТЕРАТУРНОЕ
ОБОЗРЕНИЕ
МОСКВА

2025

УДК 391:008
ББК 85.126.6
К64

Составитель серии О. Вайнштейн
Редактор серии Л. Алябьева

К64 Конец моды. Одежда и костюм в эпоху глобализации / Под ред. Адама Гечи и Вики Караминас; пер. с англ. Т. Пирусской. — 3-е изд. — М.: Новое литературное обозрение, 2025. — 288 с.: ил. (Серия «Библиотека журнала „Теория моды“»)

ISBN 978-5-4448-2602-7

«Когда провозглашают смерть какого-то явления, это еще не повод бить тревогу», — утверждают во введении авторы коллективной монографии «Конец моды». По их мнению, современный мир, несмотря на объявленный еще в конце прошлого столетия конец истории, искусства и самого человека, просто переходит в иное состояние, и мода, чутко реагирующая на любые социальные трансформации, воплощает в себе этот процесс. Такая идея получает всестороннее обоснование в работах крупнейших теоретиков и историков моды: Хейзел Кларк, Адама Гечи, Валери Стил, Вики Караминас, Аньес Рокамора, Ольги Вайнштейн, Хилари Раднер, Сэнди Блэк... В центре внимания авторов — взаимодействие моды с современными индустриями (искусством, цифровыми технологиями, экономикой), а также с важнейшими проблемами сегодняшнего дня (глобализацией, экологией, мемориальной политикой). От главы к главе читателю открывается панорама глобальных культурных сдвигов, рассмотренных сквозь призму моды как универсальной и многогранной семиотической системы.

УДК 391:008
ББК 85.126.6

Selection and editorial matter © Adam Geczy
and Vicky Karaminas, 2019
Individual chapters © their authors, 2019
Перевод книги *The End of Fashion* публикуется
по соглашению между ООО «Новое литературное
обозрение» и Bloomsbury Publishing Plc.
© Т. Пируская, перевод с английского, 2020
© ООО «Новое литературное обозрение», 2020; 2021; 2025
В оформлении обложки использована фотография
Андрея Лишакова «Четверо коричневых плечиков для
одежды». © Photo by Andrej Lišakov on Unsplash

Оглавление

<i>Благодарности</i>	6
<i>Об авторах</i>	7
<i>Введение</i>	13
1. МОДА: ВЕРСИИ БУДУЩЕГО. <i>Валери Стил</i>	18
2. ВРЕМЯ И ПАМЯТЬ. <i>Адам Гечи, Вики Караминас</i>	35
3. ПРОСТРАНСТВА МОДЫ. <i>Патриция Калефато</i>	50
4. ФОТОГРАФИЯ И ТЕЛО. <i>Ольга Вайништейн</i>	68
5. КУЛЬТ ЗНАМЕНОСТЕЙ. <i>Памела Чёрч Гибсон</i>	90
6. КИНЕМАТОГРАФ. <i>Хилари Раднер</i>	110
7. МЕДИАТИЗАЦИЯ И ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ. <i>Аньес Рокамора</i> ...	129
8. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ. <i>Сэнди Блэк</i>	146
9. ГЛОБАЛИЗАЦИЯ. <i>Дженнифер Крейк</i>	170
10. ПРОИЗВОДСТВО. <i>Вероник Пуйяр</i>	179
11. КУРАТОРСКОЕ ДЕЛО И ВЫСТАВКИ. <i>Хейзел Кларк</i>	197
<i>Примечания</i>	218
<i>Библиография</i>	253
<i>Указатель</i>	280

Благодарности

Мы хотели бы выразить благодарность Лорен Бисли за ее редакторскую помощь в работе над этим проектом. Благодарим нашего редактора Фрэнсис Арнольд и Пари Томпсон из Bloomsbury Publishing за их неизменную поддержку и энтузиазм. Выражаем признательность и благодарность Колледжу искусств Университета Мэсси за выделение авторам исследовательского гранта Университета Мэсси, давшего возможность провести международную конференцию «Конец моды» и одноименную выставку, которые состоялись 8–9 декабря 2016 года в веллингтонском кампусе при поддержке Университета Отаго. Многие главы этой книги родились из сделанных на этой конференции основных докладов, которые позже переросли в публикации. Вики Караминас хотела бы поблагодарить почетного профессора Хилари Раднер за помощь в организации конференции «Конец моды», а также Адама Гечи и Сью Прескотт — за курирование сопряженной с ней выставки. Она также хотела бы выразить благодарность профессору Клэр Робинсон, профессору Тони Паркеру и почетному профессору Салли Морган за их творческую и интеллектуальную энергию. Адам Гечи хотел бы поблагодарить Сиднейский колледж искусств Сиднейского университета. Особенно мы благодарны самим авторам, поддержавшим наш проект.

Об авторах

Сэнди Блэк — профессор моды, текстильного дизайна и технологий Центра экологичной моды при Лондонском колледже моды (Лондонский университет искусств, Соединенное Королевство). Она обладает обширным опытом как в области научных исследований, так и в модной индустрии; в прошлом — владелица компании международного уровня Sandy Black Knitwear. В настоящее время Сэнди Блэк занимается междисциплинарной исследовательской работой, изучая роль дизайнера и новых бизнес-моделей в постановке проблем устойчивого развития в сфере моды. В 2005 году она способствовала созданию сообщества «Вопросы моды» (Interrogating Fashion), чтобы сформировать базу для изучения будущего моды, и возглавила проект «Продуманный дизайн для индивидуальных модных товаров» (Considerate Design for Personalised Fashion Products). В своей недавней работе, осуществленной на средства гранта, Сэнди Блэк объединяет исследовательскую деятельность, инновации, бизнес-модели и устойчивое развитие под общим термином FIRE (Fashion, Innovation, Research, Evolution — мода, инновации, исследования, эволюция). Сэнди — автор множества книг об экологичной моде, в том числе «Экошик — парадокс моды» (Eco Chic the Fashion Paradox, 2008), «Экологичная мода: справочник» (The Sustainable Fashion Handbook, 2012), «Путеводитель по исследованиям в области моды» (The Handbook of Fashion Studies, 2013), и о вязаных изделиях, например «Вязание: мода, индустрия, мастерство» (Knitting: Fashion, Industry, Craft) совместно с музеем Виктории и Альберта. Она — основатель и один из редакторов журнала Fashion Practice: Design, Creative Process and the Fashion Industry («Практика моды: дизайн, творческий процесс и модная индустрия»), который выходит с 2009 года.

Ольга Вайнштейн — ведущий научный сотрудник Института высших гуманитарных исследований имени Е.М. Мелетинского РГГУ (Москва, Россия). Читала курсы лекций о моде в Москве, Мичиганском и Стокгольмском университетах. В настоящее время в круг ее научных интересов входят культурная история моды, европейский дендизм, мода и тело, мода и красота.

Писала для таких изданий, как *The Fashion History Reader* («Путеводитель по истории моды») и *Men's Fashion Reader* («Путеводитель по мужской моде»), *Fashion Theory Journal* («Журнал теории моды»), *Fashion, Style & Popular Culture* («Мода, стиль и популярная культура»). Автор книги «Денди: мода, литература, стиль жизни» (2006, 2012), составитель двухтомника «Ароматы и запахи в истории культуры» (2003, 2010). Член редакционной коллегии журналов *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture* («Теория моды: одежда, тело, культура»), *Critical Studies in Men's Fashion* («Критические исследования мужской моды»), *International Journal of Fashion Studies* («Международный журнал исследований в области моды») и российской версии журнала «Теория моды».

Адам Гечи — художник и писатель, преподает в Сиднейском колледже искусств при Сиднейском университете (Австралия). Обладает двадцатипятилетним творческим опытом; его видеоинсталляции и основанные на перформансе работы демонстрировались по всей Австралии, Азии и Европе и получили высокую оценку критиков. Автор множества книг, среди которых: «Мода и ориентализм» (*Fashion and Orientalism*, 2013), «Двойник моды: изображение моды в живописи, фотографии и кино» (*Fashion's Double: Representations of Fashion in Painting, Photography and Film*, 2015) в соавторстве с Вики Караминас и «Искусственные тела: модели, манекены, марионетки» (*Artificial Bodies: Models, Mannequins and Marionettes*, 2017). Редактор (совместно с Вики Караминас) изданий *Journal of Asia Pacific Pop Culture* («Поп-культура Азиатско-Тихоокеанского региона», Penn State University Press) и (совместно с Жаклин Трой и Лореной Фонтейн) *ab-Original: Journal of Indigenous Studies and First Nations' and First Peoples' Cultures* («От истоков: журнал об исследованиях аборигенной культуры первых наций и первых народов», Penn State University Press). Одна из его последних работ (в соавторстве с Вики Караминас) — «Мода и маскулинность в популярной культуре» (*Fashion and Masculinities in Popular Culture*, 2017).

Патриция Калефато преподает социологию культуры и коммуникации в Университете Альдо Моро в Бари (Италия). Область ее научных интересов — теория моды, социосемиотика и культурология. Она входит в состав редакционных коллегий международных журналов, в частности *Fashion Theory* («Теория моды»), *Journal of Asia Pacific Pop Culture* («Журнал о поп-культуре Азиатско-Тихоокеанского региона»), *Semiotica* («Семиотика») и *Jomesc Journal* («Журналистика, медиа, культура»). Среди ее недавних работ — «Ландшафты моды: тело под покровом и культурные потоки» (*Paesaggi di moda: corpo rivestito e flussi culturali*, 2016), «Куртка и шарф: культурология,

тело, общение» (Il giubbotto e il foulard: studi culturali, corpo, comunicazione, 2016), «Итальянская мода последних десятилетий: от аутентичных особенностей к „новому лексикону“» (Journal of Asia Pacific Pop Culture, 2016), «Тело и человек сегодня: протезы, машины, мода» (Il corpo e l'essere umani oggi: protesi, macchine, moda, 2015) в журнале «Социальные коммуникации» (Comunicazioni Sociali), «Модная журналистика» (Fashion Journalism, 2015), «Роскошь, стиль жизни и излишества» (Luxury, Lifestyles and Excess, 2014).

Вики Караминас — профессор в области моды и руководитель докторантских исследований в Школе дизайна при Колледже искусств (Университет Мэсси, Веллингтон, Новая Зеландия). Совместно с Адамом Гечи являлась составителем сборника «Мода и искусство» (Fashion and Art, 2012) и написала в соавторстве с ним следующие книги: «Квир-стиль» (Queer Style, 2013), «Двойник моды: изображение моды в живописи, фотографии и кино» (2015), «Анализ модных практик: от Вествуд к ван Бейрендонку» (Critical Fashion Practice from Westwood to Van Beirendonck, 2017) и «Мода и маскулинность в популярной культуре» (2017). В числе других ее книг — «Уличная мода Шанхая» (Shanghai Street Style, 2013), «Уличная мода Сиднея» (Sydney Street Style, 2014), «Мода в популярной культуре» (Fashion in Popular Culture, 2010), «Путеводитель по мужской моде» (The Men's Fashion Reader, 2009) и «Мода в художественном творчестве: текст и одежда в литературе, кино и телевидении» (Fashion in Fiction: Text and Clothing in Literature, Film and Television, 2009). Основатель и редактор The Australasian Journal of Popular Culture («Австралийского журнала массовой культуры»), а также (вместе с Адамом Гечи) — журнала Journal of Asia Pacific Pop Culture («Поп-культура Азиатско-Тихоокеанского региона»). Член редколлегий и редсоветов ряда международных изданий, в частности Fashion Theory: The Journal of Dress and the Body.

Хейзел Кларк — профессор дизайна и моды в Новой школе дизайна Парсонс (Нью-Йорк, США). Специалист по изящным искусствам, PhD в сфере теории дизайна; в своих работах она стремится прежде всего исследовать новые перспективы, культурные и географические области в моде и дизайне разных стран. Преподавала в США, Соединенном Королевстве, Европе, Австралии, Гонконге и Китае. Среди ее подготовленных в соавторстве публикаций: «Старая одежда, новый взгляд: мода секонд-хенд» (Old Clothes, New Looks: Second Hand Fashion) с Александрой Палмер, «Ткань культур: мода, идентичность и глобализация» (The Fabric of Cultures: Fashion, Identity and Globalization, Routledge, 2009) с Эудженией Пауличелли, «Наука дизайна: руководство» (Design Studies: A Reader, 2009) с Дэвидом Броди, «Мода

и повседневность: Лондон и Нью-Йорк» (Fashion and Everyday Life: London; New York, 2017) с Черил Бакли и «Мода и кураторское дело: анализ музейных и других практик» (Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond, 2017) с Аннамари Вянска. В 2017 году совместно с Илари Лааманеном выступала куратором выставки «мода после Моды» (fashion after Fashion) в Музее искусства и дизайна в Нью-Йорке.

Дженнифер Крейк — профессор моды в Квинслендском технологическом университете в Брисбене (Австралия). Автор нескольких книг о моде, искусстве и культурной политике, в том числе «Лицо моды: культурология и мода» (The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion, 1994), «Краткая история униформы (Форма на показ: от традиционализма к вызову)» (Uniforms Exposed: From Conformity to Transgression, 2005) и «Мода: ключевые понятия» (Fashion: The Key Concepts, 2009); являлась также ведущим редактором (при участии М. Анжелы Янсен) сборника «Традиции современной моды: диалог традиции и современности в моде» (Modern Fashion Traditions: Negotiating Tradition and Modernity in Fashion, 2016). В настоящее время занимается, в частности, исследовательскими проектами, посвященными моде Азиатско-Тихоокеанского региона, включая современный этнический модный дизайн и модный дизайн в современном Китае.

Вероник Пуэйяр — адъюнкт-профессор истории современной Европы кафедры археологии, хранения и истории в Университете Осло (Норвегия). Ранее занимала должности и состояла в различных сообществах в Брюссельском свободном университете и в Колумбийском университете (США), а также преподавала в Гарвардской бизнес-школе (США) в рамках проекта Newcomen Fellowship. Вероник занимается в первую очередь историей бизнеса в разных странах, особенно в связи с модой, рекламой и интеллектуальной собственностью. Вероник выступала ведущим исследователем проекта «Культурная инициатива» (Enterprise of Culture) Общества гуманитарных наук в Европейском регионе (HERA II); проект получил финансирование Европейского научного фонда. В настоящее время она является координатором в сфере гуманитарных наук в рамках исследовательского проекта «Нордический брендинг» (Nordic Branding), междисциплинарной инициативы в Университете Осло. Составитель (совместно с Р.Л. Блащик) книги «Европейская мода: создание мировой индустрии» (European Fashion: The Creation of a Global Industry, 2018).

Хилари Раднер — почетный профессор в области исследований кино и медиа в Университете Отаго (Новая Зеландия), автор трех монографий, со-

ставляющих трилогию, в которой рассматривается становление женской идентичности в конце XX — начале XXI века: «Разборчивые покупатели: культура потребления и охота за удовольствиями» (*Shopping Around: Consumer Culture and the Pursuit of Pleasure*, 1995), «Неофеминистский кинематограф: фильмы для девочек и культура потребления» (*Neo-Feminist Cinema: Girly Films, Chick Flicks and Consumer Culture*, 2011), «Кино новой женщины: феминистские фильмы для модных девчонок» (*The New Woman's Film: Femme-Centric Movies for Smart Chicks*, 2017). Среди ее недавних публикаций — специальный выпуск «Теории моды» (*Fashion Theory*, 2017), над которым она работала вместе с Вики Караминас, и «Рэмон Беллур: кинематограф и подвижный образ» (*Raymond Bellour: Cinema and the Moving Image*, 2018) в соавторстве с Алистером Фоксом.

Аньес Рокамора преподает теорию социологии и культуры в Лондонском колледже моды при Лондонском университете искусств (Соединенное Королевство). Автор книги «Одевая город: Париж, мода и медиа» (*Fashioning the City: Paris, Fashion and the Media*, 2009). Ее статьи о моде и модных медиа публиковались в различных журналах, включая *Fashion Theory*, *Journalism Practice* («Теория моды, журналистская практика»), *Sociology* («Социология»), *Sociétés* («Общество») и *Journal of Consumer Culture* («Журнал о культуре потребления»). Один из составителей сборников «Размышляя в терминах моды: теоретическое руководство» (*Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*, 2016), «Путеводитель по исследованиям в области моды» (*The Handbook of Fashion Studies*, 2013) и «Медиа о моде: прошлое и настоящее» (*Fashion Media: Past and Present*, 2013). Аньес Рокамора является, кроме того, основателем и одним из редакторов *International Journal of Fashion Studies* («Международного журнала исследований в области моды») и входит в состав редакционного совета журналов *Cultural Sociology* («Социология культуры») и *Fashion Studies* («Исследования в области моды»).

Валери Стил — директор и главный куратор Музея Института технологии моды (Нью-Йорк, США), где с 1997 года она организовала более двадцати пяти выставок. Она автор множества работ, а также основатель и главный редактор журнала *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture* («Теория моды: одежда, тело, культура») — первого рецензируемого журнала, посвященного исследованиям в области моды.

Памела Чёрч Гибсон преподает историю и культурологию в Лондонском колледже моды (Соединенное Королевство). Выпустила множество работ, посвященных кино и моде, гендеру, истории и культурному наследию.

Автор книги «Мода и культура звезд» (Fashion and Celebrity Culture, 2013) и эссе, опубликованных в различных журналах, в том числе Fashion Theory и Journal of British Film and Television Studies («Журнал о британском кино и телевидении»), а также статей для ряда антологий моды и кинематографа. Выступала в качестве одного из редакторов нескольких книг, таких как «Грязные картинки» (Dirty Looks, 1993), «Культуры моды: теории, исследования, анализ» (Fashion Cultures: Theories, Explorations, Analysis, 2000), «Еще больше грязных картинок» (More Dirty Looks, 2004) и «Возвращаясь к культурам моды» (Fashion Cultures Revisited, 2012). Памела Чёрч Гибсон — основатель и главный редактор журнала Film, Fashion and Consumption («Кино, мода и потребление»). В 2012 году стала сооснователем Европейской ассоциации популярной культуры и ее первым президентом. Член редакционного совета нескольких международных журналов и различных книжных серий, основатель и редактор новой книжной серии «Кино, мода и дизайн» (Films, Fashion and Design) издательства Edinburgh University Press.

Введение

Одно из культурных последствий постмодернизма заключается в том, что, когда провозглашают смерть какого-то явления, это еще не повод бить тревогу. Наоборот, это может вдохновлять. Речь идет не об искажении действительности, а о способности признать, что прежние парадигмы изжили себя или подверглись переосмыслению. Это может быть конец канона или конец доксологии. Среди множества заявлений, прозвучавших в конце прошлого века, — утверждения о конце истории, конце живописи, конце искусства и конце человека. В силу присущей ему историчности постмодернизм остро сознавал феномен памяти, следа, который оставляет то или иное событие, и исторической значимости, особенно в отношении того, как нарративы, стили и традиции продолжали жить или же приобретали в изменившихся условиях новую форму. Если говорить с точки зрения культуры, предать некое явление смерти означает дать ему шанс на загробную жизнь, в которой оно может превратиться в клише или оказаться открытым заново. «Конец моды» — результат действия различных сил, обусловленного перераспределением сетей коммуникации и мировых экономик. В каждой из глав книги рассмотрены причины этого конца и его многочисленные следствия, что подразумевает критический анализ, в ходе которого мода предстает как часть нашего головокружительного настоящего.

Это настоящее Славой Жижек назвал «жизнью в конце времен». Слово «времена» здесь употреблено неслучайно во множественном числе: оно указывает на радикальные изменения в потреблении и коммуникации на фоне перенаселения, истощения ресурсов и угрозы близящейся экологической катастрофы. Объявите любому средне образованному потребителю, что мы живем в эпоху конца моды, и, возможно, вы будете удивлены, почти не встретив в ответ протеста, — хотя вряд ли кто-то скажет вам почему, — что свидетельствует об атмосфере нашего времени. Это интуитивная догадка, родившаяся из теперешних неизмеримо огромных объемов потребительского рынка, из ослепительного разнообразия товаров и из множества способов — материальных и нематериальных — распространения этих товаров. «Конец времен» не только фон надвигающегося рока, это еще

и конец прежних мифов и убеждений, конец коммунизма и эпоха постдемократии, когда так называемый новый порядок — лишь еще одна шаткая попытка упорядочить глубоко укоренившийся хаос. Как говорит, подводя итоги, Жижек, сложность «конца времен» в том, что в XX веке левые, по их мнению, знали, что делать, и ждали лишь подходящего случая для этого. Однако сейчас, в нынешние времена, «мы не знаем, что должны делать». Но мы знаем, что что-то тем не менее делать надо¹. Иными словами, после конца все равно остается потребность в новой тактике и открытиях.

В аспекте моды эти новые условия проявляются по-разному в том, как создают, воспринимают, носят и изображают одежду. Больше нет универсального канона, каким стал, например, придуманный Диором стиль New Look, который после Второй мировой войны стал популярен повсюду. Наоборот, одежда все чаще становится способом самовыражения, а не указывает на статус или профессию, хотя, разумеется, есть важные исключения. Причины и следствия этой перемены еще мало изучены, но сама она оказала огромное влияние на модный дизайн и его роль в обществе, на круг научных интересов специалистов по моде и на наше отношение к одежде в целом. Дизайнеров все чаще воспринимают как художников, а их работы — как искусство, и еще чаще мода вторгается в пространство музея. Вероятно, эти изменения свидетельствуют о серьезных эволюционных процессах мирового масштаба, связанных не только с технологическими новшествами, но и с этическими модальностями, возникшими в ответ на явление, которое в XX веке канадский ученый Маршалл Маклюэн назвал «глобальной деревней» и которое изначально было обусловлено появлением телевидения, а затем усилилось с развитием интернета.

Поэтому «конец моды» следует понимать не буквально, а скорее в том смысле, что мода и система моды, какой мы знали ее в XIX и XX столетиях, кардинально изменилась. Массовое распространение средств коммуникации и цифровых технологий расширило возможности восприятия и потребления современной моды. Подобные перемены сродни тем, что затронули и другие индустрии, например музыкальную, где мы наблюдали исчезновение магазинов, торгующих пластинками и CD-дисками, и где потребление теперь происходит онлайн. Для того чтобы «пойти за покупками», теперь уже необязательно выходить из дома и отправляться в магазин, достаточно зайти на нужный сайт: совершать покупки можно между подходами в тренажерном зале или отвлекаясь от работы. То обстоятельство, что люди все больше осваивают онлайн-шопинг, оказывает огромное влияние на модную индустрию, в том числе на способы ее визуального представления. Кроме того, оно отражается на восприятии моды, от материальной витрины магазина до самих по себе тактильных ощущений.

Когда в 2002 году дизайнер Ив Сен-Лоран ушел из модной индустрии, заявив: «У меня нет ничего общего с этим новым миром моды», — эти слова не были просто прощальным заявлением — скорее они указывали на грядущие перемены. На тот момент, когда карьера Сен-Лорана завершилась, мода достигла своего расцвета — или конца, в зависимости от того, с какой точки зрения смотреть, — в плане создания, производства и потребления. Да, ценители из Парижа по-прежнему сохраняли способность влиять на ее развитие, но не они одни, потому что существовали разные группы критиков и законодателей моды, причем в самых неожиданных местах. Сформировалась влиятельная элита блогеров, преобразующая традиционные способы рассказывать о моде и существенно меняющая формы ее распространения. Коммерческие инициативы и медиа объединились, предоставляя новые возможности ознакомиться с дизайнерскими коллекциями: подиумные показы теперь соперничают с прямыми трансляциями в сети, цифровыми роликами о моде, Instagram и Pinterest. Также на смену универсам и традиционным формам розничной торговли пришли концептуальные магазины.

Имеет смысл вернуться к риторике конца, как она традиционно понималась в связи с культурой, в особенности искусством, а значит, и модой. Это важное понятие, на котором стоит остановиться подробнее, поскольку так называемый тезис о «конце искусства» сопряжен с развитием истории искусства (и моды), прежде всего с философией Г.В.Ф. Гегеля. Размышляя над книгой И.И. Винкельмана «История искусства древности» (*Geschichte der Kunst des Altertums*, 1776), Гегель рассматривал его работу в рамках системы, основанной на принципе исторического прогресса. Гегель видел в искусстве вместилище всепроникающего Духа, который с течением времени медленно обнаруживал свое присутствие, проявляясь с особенной силой и яркостью в различных формах: архитектуре, скульптуре, живописи и музыке, заключавших его в себе. Наконец, Дух должен был достичь такой степени самосознания и сложности мысли, выразить которые искусство оказалось бы не в состоянии, поэтому ему пришлось бы искать себе другое вместилище (сначала религию, затем философию). Искусство на этом этапе превращалось в пустую шелуху, бесполезную и ненужную. Вслед за Гегелем, провозгласившим конец искусства, Артур Данто заявил в связи с появлением поп-арта, что к 1960-м годам искусство обрело самосознание и «история закончилась». «Художники, сбросившие с себя бремя истории, были свободны создавать искусство так, как хотели, с любой целью, с какой хотели, или вообще безо всякой цели»². По Данто, развитие искусства происходило линейно и включало в себя три этапа: подражание реальности вплоть до конца XIX века, дробление искусства на манифесты, в которых определялись его мотивы и задачи, и, наконец, осознание искусством самого себя. Иначе

говоря, искусство уже не подражало жизни, а представляло собой изображение изображения; связь между содержанием и формой была утрачена. Утверждение Данто, как во многом и Гегеля, о «конце искусства» относилось скорее к нарративной способности искусства, чем к самому искусству. Ту же линейную модель можно применить к траектории, завершившейся «концом моды», если говорить о ее развитии с XIX столетия: аристократическая элита задавала стили и тенденции, которые потом просачивались в массы и перенимались ими. Затем процесс изготовления и производства одежды привел к упразднению социально-классовых различий, после чего благодаря расширению возможностей коммуникации и распространению цифровых технологий стерлись и географические границы между стилями. Подобно искусству, которое больше не подражает жизни, мода уже не отражает классовые различия, а изображает сам образ. Несмотря на то что мода — телесная практика, неразрывно связанная с жизнью и неотделимая от проживания этой жизни, она опирается на свое воплощение в образе. И, как конец искусства, по точному замечанию Данто, означает не конец искусства как такового, а конец его нарратива, так же мы можем говорить и о конце системы моды.

Этот краткий обзор нужен не только, чтобы напомнить нам об историческом и теоретическом фоне риторики конца, как она проявлялась в искусстве и эстетике. Он наводит на мысль о значимых моментах в истории, когда провозглашался «конец» современной моды. Мода «кончается» после диоровского New Look, который не только служил универсальным эталоном, но и был последним повсеместно распространенным стилем, физически воздействовавшим на тело (Диор умер в 1957 году). После этого подходы, основанные на принципе «сделай сам», повторное использование одежды, применение пострадавшего от внешних условий и испорченного материала, особенно такими дизайнерами, как Вивьен Вествуд и Рей Кавакубо, поколебали представление о том, что высокая мода означает качественный материал и хороший крой. На тот момент в моду вошла поношенная и ветхая одежда, что также в значительной мере сказалось на отношениях между модой и классовыми различиями. Кроме того, конец моды имеет решающее значение в период, когда современное искусство наследует явлению, известному как искусство постмодерна, то есть приблизительно в начале нового тысячелетия. Однако очередное свидетельство того, насколько широк этот подход и насколько трудно дать ему определение, можно усмотреть в особенности, отмечаемой Данто: многие модельеры считают себя художниками, мода для них — лишь средство выражения. И, подобно тому как современным художникам уже не надо рисовать в академическом смысле этого слова, представление о необходимости знакомства с традиционными техниками

кроя, если говорить о дизайнерах, продолжает меняться с развитием аутсорсинга, глобальных рынков и 3D-печати. По иронии судьбы современная мода по-прежнему относительно свободна от обвинений в претенциозности и банальности, особенно если сравнивать с тем, в какой степени нападкам подвергалось современное искусство, — не в последнюю очередь потому, что мода всегда существовала в контексте такого рода высказываний. Как бы то ни было, технологическая изобретательность и смысловая изоциренность моды достигли доселе невиданных высот. Поэтому возможно, пожалуй, и еще одно толкование «конца моды»: как отказа от прежнего противопоставления искусства и моды и стремления признать, что отождествлять моду с легкомыслием — анахронизм, который теперь требует пересмотра в совершенно новом свете.