

**Мод Басс-Крюгер**

(Maude Bass-Krueger) — ассоциированный профессор на кафедре истории искусства, музыковедения и театроведения в Гентском университете (Бельгия). Ее исследования сосредоточены на историографии французской моды, заходят также в область взаимосвязи моды и архитектуры и в историю бельгийской моды. Основательница исследовательской организации Revers, которая объединяет исследователей, студентов и музейных специалистов, изучающих моду и текстиль. [maude.basskrueger@ugent.be](mailto:maude.basskrueger@ugent.be)

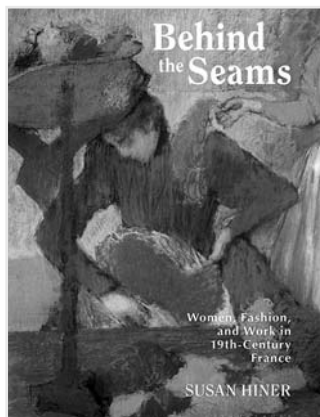
# Изнанка МОДЫ: ЖЕНЩИНЫ И ТРУД во Франции XIX века

Рецензия впервые  
опубликована  
в журнале Fashion  
Theory: The  
Journal of Dress,  
Body & Culture  
(опубл. онлайн  
14 февраля 2025)

**Hiner S. Behind  
the Seams:  
Women, Fashion,  
and Work in  
19th-Century  
France.**  
London:  
Bloomsbury  
Visual Arts, 2023

Посетители модной выставки Dior, *couturier du rêve* (Диор — кутюрье мечты), которая проходила в 2017 году в Музее декоративного искусства в Париже, примерно на середине своего путешествия по выставке попадали в *Salle des toiles*<sup>1</sup>, демонстрирующий труды швей этого дома моды, *petites mains*<sup>2</sup>. В день моего посещения в этом зале нахо-

дились несколько женщин, одетых в белые халаты, обычные для работников модной индустрии, которые усердно обматывали характерной тонкой проволокой горлышки флаконов с ароматом Dior J'adore. Сцена была абсолютно искусственной: бутылочки парфюма J'adore производятся массово, и, если в наматывании металлической нити и задействован человеческий труд, им занимаются рабочие в странах третьего мира, а не парижские швеи, которые



работают исключительно над люксовыми нарядами. Однако эта сцена обнажает что-то фундаментальное в том, как кутюр инсценирует женский труд для извлечения выгоды из гипервидимого товара. В своей выдающейся и фундаментальной работе о труде женщин в сфере моды XIX века «Изнанка моды: женщины, мода и работа во Франции XIX века» Сьюзен Хайнер утверждает — хотя мода повсеместна, труд реальных женщин остается во многом невидимым, его скрывает культурная мифологизация, в которой существует определенный тип модной работницы: на выставке Dior это пресловутые «маленькие ручки», *petites mains*, а в XIX веке — модистка. Женщины и раньше, и сейчас заняты «производством модной фантазии», в то время как их «настоящий труд часто спрятан за популярными мифами о работающей женщине и прочно укоренившимися идеалами буржуазной женственности» (с. 3).

Эта параллель между XIX веком и сегодняшним днем — пример того, что делает работу Хайнер такой значимой. Тщательно исследуя «репрезентацию и контрстратегии» трех типов работающих женщин: модисток, фэшн-писательниц и иллюстраторок — Хайнер предлагает читателю переосмыслить свои представления о вкладе этих женщин в моду с точки зрения «производственной инициативы и самостоятельности» (с. 8). Стоит отодвинуть занавес мифотворчества на тему моды, чтобы увидеть настоящий женский труд.

Хайнер задается вопросом: если работа женщин была (и остается) столь важной для индустрии моды, «почему эта работа остается скрытой» (с. 10)? Предыдущая книга Хайнер, «Аксессуары современности: мода и женственность во Франции XIX века» (2010), была посвящена модной потребительнице, в этот раз исследовательница обратила внимание на женщин с другой, производственной, стороны. Первая глава книги формулирует основную проблему: не только мода как товар скрывала женский труд, но и сами женщины зачастую осознанно скрывали свое участие в производстве — что тоже требует усилий. Хайнер рассматривает как работниц, так и представительниц среднего класса, обе группы которых не были застрахованы от «участия в товарной системе» и, таким образом, участвовали в «маскировке собственного труда», чтобы «стратегически получить доступ к зарождающемуся капиталистическому порядку через скрытую профессионализацию» (с. 12). Аргументация Хайнер опирается на марксистскую концепцию товарного фетишизма, расширяя ее определение за пределы объекта моды, в том числе на «дискурсивные товары», такие как модные колонки, и «репрезентативные товары», такие как модные иллюстрации.

Хайнер, профессор французского языка и франкоязычных исследований в Вассарском колледже, виртуозно анализирует тексты и изображения, строя свои аргументы на тщательном изучении дискурсов и визуальных репрезентаций. Изучая художественную литературу, сатиру, справочники, журналистику, карикатуры, официальные документы и модные гравюры, она показывает, как модистка должна была скрывать швы, чтобы изделие выглядело безупречно, и как это стирание труда повышало привлекательность модного предмета, который, будучи потребленным, также «стирал» и саму носящую его женщину с помощью своей «соблазнительной силы» (с. 32). Хайнер заявляет, что швеи были вынуждены прятаться за своими экстравагантными модными изделиями, поскольку идеал женской моды XIX века строился вокруг досуга и домашнего хозяйства, которые по своей сути исключают понятие работы (с. 10). Но если в первой главе рассматривается участие самих производительниц в сокрытии труда, то последующие главы показывают проявление женской субъектности внутри этой системы.

Вторая глава посвящена модисткам: в высшей степени автономной и социально влиятельной категории работающих женщин, которые, как правило, занимались изготовлением модных головных уборов, но были также искусными швеями и стилистками. Ее публичность — витрины магазинов, самостоятельные прогулки по городу с крупными коробками для шляп, сочетание модных шляп с рабочими передниками — делала ее социальной угрозой. Модистка, казалось, обладала признаками среднего класса, однако пользовалась степенью независимости, недоступной почтенным буржуазным дамам (с. 46). Хайнер справедливо подчеркивает — чем большую угрозу представляет женщина, тем скорее ее будут готовы очернять с помощью сексуализированных изображений и текстов, где она выставлена легкомысленной. Эта мифология создается, чтобы удержать ее на своем месте. Модистка стала одной из самых известных — и самых сексуализированных — фигур модной индустрии, и в то же время ее труд остается одним из наименее изученных.

Хайнер обращается к журналистике, водевилям, судебным делам и хроникам происшествий, чтобы найти альтернативные нарративы, противостоящие стереотипам. На сцене модистки изображались как предпринимательницы, стремящиеся к «честной коммерции» (с. 69). Театр подчеркивал привлекательность работающих женщин, предоставляя сцену для переосмысления устоявшихся социальных стереотипов, хотя он же эти представления зачастую только укреплял. Отчеты о сделках и банкротствах, как и сводки происшествий в прессе,

ярко и критично показывают настоящую действительность этих женщин. Многие из них выходили замуж в пределах своего социального класса, тем самым ставя под сомнение представления о классовой мобильности. Сенсационные сводки новостей укрепляли патриархальный нарратив сексуализированной модистки, одновременно акцентируя внимание на трагических событиях реальной жизни, включая попытки самоубийств, преследование и криминальную виктимизацию. Тем временем колонки на бизнес-темы дают представление о победах и поражениях модных компаний под руководством женщин.

Значимость работы Хайнер в том, что она проливает свет на частные стороны жизни работниц модной сферы, внося столь необходимые живые детали в монолитный образ, увековеченный популярными медиа. На страницах ее исследования истории женщин из архивов «тихо рассказывают о процветающей индустрии, почти полностью управляемой и обслуживаемой женщинами, часто в партнерствах и в ателье, которые формировали экономическую мощь моды Парижа в XIX веке» (с. 87).

Главы 3 и 4 обязательны к прочтению для ученых и студентов, увлеченных историей моды XIX века, медиа- и гендерными исследованиями. Хайнер фокусируется на биографиях и деятельности трех самых влиятельных модных писательниц и редакторов ведущих модных журналов своего времени: Жанны-Жюстин Фуко де Пусси (основательницы *Le Journal des demoiselles*), виконтессы де Ренневиль (псевдоним Олимпии Валле, журналистки из *La Sylphide*) и Эммелины Рэмо (главного редактора журнала *La mode illustree*). Эти женщины писали в схожий период, каждая создавала собственный голос и формировала профессиональную идентичность «культурной посредницы». Хайнер подчеркивает, что их биографии и семейное положение противоречили образу буржуазной женщины, который они продвигали (с. 92): они были разведенными, незамужними, матерями-одиночками или бездетными — и при этом не имели времени на досуг, который рекомендовали читательницам. Хотя им приходилось зарабатывать на жизнь, они скрывали усилия, чтобы сохранить иллюзию легкости и модного образа жизни. Хайнер показывает, как Фуко де Пусси, де Ренневиль и Рэмо умело балансировали между рекламой и советами, формируя свои неповторимые редакторские стили в рамках «изощренной маркетинговой стратегии» (с. 121), одновременно развивая отношения с читателями. Глубокий анализ жизненных траекторий этих женщин и их профессиональной деятельности в этой главе придает исследованию особую научную ценность. Тексты, иллюстрации и гравюры из этих важнейших модных журналов XIX века часто используются

в исследованиях без понимания биографических подробностей, редакторских обязанностей и коммерческих интересов женщин, которые их составляли и распространяли. Кропотливый анализ биографий трех издательниц, дополненный всесторонним обзором основных научных исследований о женской модной прессе, бесценен для ученых, ищущих нужный контекст для материалов из этих журналов.

В заключительной главе Хайнер переходит к достижениям двух самых выдающихся художниц — модных иллюстраторов XIX века: Элоизы Лелуар (урожденной Колен, 1819–1873) и Анаис Тудуз (урожденной Колен, 1822–1899), чьи таланты изучены недостаточно вопреки известности их творений. С помощью анализа подготовительных набросков, акварелей сестер, сохранившейся бухгалтерской книги Анаис и критических отзывов об их работах, Хайнер демонстрирует, как сестры совмещали искусство с предпринимательством. Она стремится понять, «как они взаимодействовали с мужскими мирами литографии и издательского дела для достижения своих профессиональных целей вопреки социальным нормам поведения буржуазных женщин» (с. 153). Сравнивая то, как сестры писали себя и других женщин на картинах и гравюрах, с тем, как их рисовали мужчины — особенно их отец, тоже художник и их наставник, — Хайнер показывает, как изображения, созданные женщинами, и то, как их изображают мужчины, иллюстрируют различия в ролях, возможностях, идентичностях и амбициях. Стоит отметить, что «Изнанка моды» освещает творческий процесс сестер Колен, рассматривая эскизы их акварелей как эстетические документы. Сначала сестры делали быстрые карандашные наброски на месте, а затем превращали их в аккуратные акварельные иллюстрации, изящным образом передающие нюансы и оттенки ткани. Затем иллюстрации отправлялись литографу, следом в типографию, потом колористам. Хайнер пишет, что такой метод указывает на трудоемкий и сложный художественный процесс, который скрывает серийная модная иллюстрация, и гендерные предрассудки о том, что считается искусством и кто его создает (с. 153). В этой главе Хайнер уделяет особое внимание контурам, теням и цветам. Это позволяет ей утверждать: несмотря на трудности, связанные с их коммерческой деятельностью, сестры были «мастерицами акварельной техники» и их архивы «свидетельствуют об их огромном таланте как акварелисток, так и предпринимательниц» и «проливают свет на рабочий процесс, который стоит за произведениями» (с. 175). Действительно, мастерство, проявленное в их эскизах, позволяет Хайнер предположить: «возможно, они рассматривали акварели как произведения искусства, которые могли бы служить еще и источником дохода» (с. 181).

Хайнер завершает эту главу блестяще аргументированным толкованием модных иллюстраций как «документов, демонстрирующих особенности женского сообщества и женской деятельности», призывая исследователей искать нарративные структуры в этих изображениях, а не отрицать их (с. 183).

В эпилоге Хайнер кратко переносит рассказ в XX век, завершая его стачкой мидинеток 1917 года, когда швеи высокой моды повели за собой женщин-работниц на забастовку с требованиями повышения зарплаты и сокращения рабочего дня. Успех этой акции во многом объяснялся тем, что участницы сумели использовать стереотипы о себе — как о веселых, легкомысленных, сексуальных парижанках — в счет общественной поддержки. За гламуром моды скрывался серьезный труд, благодаря которому женщины получали возможность войти в профессиональный мир, заниматься предпринимательством и завоевывать позиции в мужских сферах деятельности: издательстве, изобразительном искусстве, торговле.

Работа Хайнер наделяет этих женщин критически важной агентностью, давая им голос, добавляя художественные штрихи, конструируя личные биографии и истории коммерческого пути. На протяжении всего исследования Хайнер анализирует архивные материалы с глубоким пониманием того, как женский труд формировал и был сформирован французской индустрией моды. «Изнанка моды» будет незаменимой книгой как для студентов и ученых, изучающих историю моды, журналистику и интересующихся исследованиями по истории труда, культуры и гендера, так и для всех, кто желает погрузиться в глубины истории моды и женского труда. Обилие превосходных иллюстраций — карикатур, журнальных полос и других произведений изобразительного искусства XIX века — в «Изнанке моды» демонстрирует ее суть: за профессионализмом и совершенством конечного продукта скрывается кропотливая работа серьезной исследовательницы и писательницы.

*Перевод с английского Татьяны Бизяевой*

### Примечания

1. Зал пробных моделей с инсталляцией, демонстрирующей технические заготовки одежды, так называемые *toiles*, то есть пробные модели, созданные из недорогой ткани, которые используют для отработки формы перед тем, как шить изделие из настоящей ткани. (Прим. ред.)
2. Букв. «маленькие ручки». Невидимые работницы, выполняющие тонкие и кропотливые задачи: те, кто делает вещи в тени, чей тяжелый труд мы не видим. (Прим. ред.)