

Ася Аладжапова —

исследовательница моды,
аспирантка Аспирантской школы
по искусству и дизайну НИУ ВШЭ,
коллекционер винтажной одежды.
asia.aladjalova@gmail.com

Красная Москва: парфюм, флакон, контекст

Выставка «Красная Москва. Женщина в большом городе», посвященная истории парфюмерии эпохи первых советских пятилеток, роли женщин в этой отрасли и самой Москве, прошла в Центре «Зотов», на бывшем хлебозаводе (иллюстрации см. во вкладке 3). Пространство во многом определило структуру экспозиции и в конечном счете восприятие материала зрителем. Круглый зал хлебозавода, оформленный в темно-красной гамме, разгороженный занавесями из шелковой длинной бахромы того же цвета, уже сам по себе напоминал флакон духов и настраивал на путешествие в мир гламура «большого стиля». Однако нарратив выставки шире: в пояснительных текстах нашлось место рассказу и о запахах московских улиц времен Гражданской войны, и о «второй смене», на которую неизбежно выходили москвички дома, завершив свой официальный рабочий день, и о достижениях женщин в области химической промышленности. Хронологические рамки выставки охватывают значительный период, принесший изменения как эстетического, так и общественно-политического характера, которые так или иначе отразились на ольфакторной составляющей жизни большого города.

**«Красная
Москва.
Женщина
в большом
городе».**

Центр «Зотов»,
Москва.
11 июля —
19 октября 2025



Ольфакторный СЛОЙ

Ароматы и запахи являются неотъемлемой частью культуры, разграничивая пространство, намекая на присутствие в нем невидимых глазу предметов, их источающих. Запахи стимулируют работу памяти, вызывая, казалось бы, давно забытые моменты и ощущения (Вайнштейн 2010: 7). Их можно поделить на большие — такие, как запах снега и дождя, и на малые, локальные, связанные с конкретным местом, вроде самой первой квартиры, где провел детство (Левинсон 2010: 56). Запахи, безусловно, отражают эпоху: только в шкафу с винтажной одеждой теперь встретишь запах вышедшего из употребления нафталина, и даже ставшего именем нарицательным для обозначения чего-то скучного и давно не актуального. Попытка реконструкции московских запахов и ароматов первой половины XX века — долгожданная выставочная история. На выставке «Облаченная в роскошь. Женщина ар-деко» уже были представлены ольфакторные экспонаты — ароматы дорогой кожи, табака, аутентичных духов Chanel и Guerlain, то есть запахов, доступных немногим. Новизна экспозиции «Красная Москва» в том, что ольфакторные экспонаты здесь представляют не только ароматы духов, но и повседневные, будничные запахи города.

Выставка задумана как мультисенсорная: задействовано не только обоняние, но и слух, и осязание: звучит музыка и уличный шум; шелковая бахрома, сквозь которую посетитель то и дело вынужден пробираться, взаимодействует с телом, вызывая тактильные ощущения. Визуальный ряд дополнен цитатами из литературных произведений, которые добавляют драматизм и напряженность к переживаемому посетителем опыту, так как всегда содержат динамичные или эмоционально наполненные отрывки.

В самом первом разделе, где представлены живописные виды Москвы времен Гражданской войны и начала 1920-х годов, звучат отрывки «Интернационала» и уличного шума, предлагается послушать запахи бани, хлеба, сирени, керосина и махорки. Звуковое сопровождение дополняет живопись, органично иллюстрируя аудиальный фон оживленной Тверской и полотна «Трубы» Сергея Лучишкина. Ольфакторные экспонаты представлены чуть в стороне, прокомментированные цитатами из произведений художественной литературы, погружая посетителя в совершенно иные московские локации. Аромат цветущей сирени раскрыт через лирическую цитату о любви; аромат свежего ремесленного хлеба — через бытовую зарисовку семейного ужина; махорки — через эксцентричное описание сотрудниц

Женотдела в комнате, утопающей в дыму самокруток. Эти цитаты описывают совершенно разные социокультурные модели, прорубая окошки в разные слои общества. Сложно представить себе патриархального отца семейства, режущего хлеб, рядом с влюбленной девушкой из интеллигентной среды или с активисткой с револьвером на поясе, но это было частью московской повседневности послереволюционных лет. Все эти люди, безусловно, сосуществовавшие в Москве, как они могли взаимодействовать между собой? Вспоминается Ольга Зотова, героиня повести Алексея Толстого «Гадюка», оказавшаяся неспособной перейти от революционного разрушения старого мира к нормализации жизни в эпоху НЭПа, что стало причиной ее конфликта с окружающими (Толстой 1948). Виды Зарядья того времени (именно там по сюжету жила Зотова) дали бы еще одну проекцию Москвы: склады, мастерские, маленькие фабрики соседствовали здесь с пекарнями, банями, прачечными и густозаселенными ветхими домами с цветущей во дворах сиренью. Запах керосина сопровождал, наверное, москвича всюду: ведь прежде, чем залить керосин в примус на общей кухне, его сперва приобретали в лавке и несли по улицам.

Москва 1920-х годов — город очень разноплановый как социально, так и ольфакторно, что с успехом представлено в экспозиции. Это и скопление коммунальных кухонь с запахом копоти и керосина, но это и город с «душным жаром улиц, бензинным дымом автомобилей» и бесконечным ремонтом дорог при участии «пышущих жаром асфальтовых котлов» (цитата взята из экспозиции, принадлежит П. Романову); это и Москва ресторанных красавиц, благоухающих импортным «Коти»; торгующих контрафактными духами нэпманов и фокстрота в дешевом ночном заведении, где дурно пахнет «потом, водкой, трупом, пудрой и чем-то еще невыразимо противным» (цитата взята из экспозиции, принадлежит Н. Огневу). Запахи не только представлены в экспозиции в виде ольфакторных экспонатов, но и описаны вербально. Пространство художественного текста способно показывать физический мир через призму видения автора, что добавляет особый смысл описаниям повседневных вещей и запахов. Но постепенно бытовые и уличные запахи исчезают из экспозиции, уступая место ароматам парфюмерии, а Москва, с ее социальным и локальным разнообразием растворяется в рекламных плакатах духов и парадных видах станций метрополитена и реконструированного Садового кольца.

Соединение ольфакторного аспекта с московской географией, посвященной знаменитым культурным и досуговым институциям города, представлено в одной из финальных частей экспозиции.

В парадном полутемном зале драматично белеют реконструированные макеты флаконов, скрывающие под собой пробники знаковых ароматов эпохи, а в витринах покоятся настоящие сокровища: подарочные коробки с наборами парфюмерных средств 1930–1950-х годов. Москва здесь ужимается до нескольких локаций мечты: Кремль (представлен одноименной Сюрпризной коробкой: одеколон, духи, пудра), Парк культуры им. Горького (представлен духами «Маска»), Всесоюзная сельскохозяйственная выставка (тут специальный подарочный набор и духи «Дружба», посвященные Казахской ССР). Выставленные рядом с ольфакторными экспонатами, упаковки и аутентичные флаконы дают возможность сопоставить в памяти зрительные и обонятельные образы прошлого. И если для более молодых посетителей — это повод для дискуссии о смене мод на те или иные ароматы и дизайн упаковок, то для более старших — повод для обмена детскими воспоминаниями. Исследователю здесь можно заниматься включенным наблюдением: фиксировать реплики, отражающие незапные вспышки памяти: «Я вспомнила теперь, у моей мамы были именно эти духи!» — и посетительница тянет свою спутницу к одной из витрин. Вообще, здесь чаще всего обращаются именно к образам из детства: запаху мыла «Земляничное» и тем ароматам, которые окружали старших родственниц. Возможно, на столь глубинные изыскания вдохновляет как раз мультисенсорная составляющая экспозиции, где визуальный ряд представлен флаконами и этикетками чуть менее, чем вековой давности, в то время как ряд ароматов продолжал выпускаться в неизменном виде и в 1970-х годах.

Визуальные ряды

Помимо живописных полотен, фотоматериалов, плакатов и рекламных брошюр, кураторы собрали впечатляющую подборку материальных предметов: упаковки духов и пудры, образцы мыла и прочих товаров парфюмерной промышленности. Как дореволюционные, так и раннесоветские, они представлены одинаково роскошно: в стеклянных витринах, решенных в том же темно-красном оттенке. Блеск стекла флаконов, блики света на глянцевых поверхностях старого мыла, изящество графических линий на полиграфии — отличная иллюстрация приведенного кураторами тезиса о том, что для многих людей парфюмерная продукция, вновь ставшая доступной в период НЭПа, была не просто средством гигиены, но символом возвращения (в той или иной мере) к прежней, дореволюционной жизни. Следует отметить присутствие в экспозиции очень любопытных, знаковых

предметов, рассмотреть которые интересно как широкой публике, так и тем, кто погружен в тему истории отечественной парфюмерии. К примеру, набор парфюмерных миниатюр продукции товарищества «Брокер и Ко», выпуск которого создал настоящий ажиотаж в Москве в 1878 году, когда в один день с 9 до 15 часов было распродано порядка двух тысяч подобных коробок, при том что желающих их приобрести было еще больше (Брокер 2010: 326).

На контрасте с глубоким красным цветом оформления ярко выделяется часть экспозиции, посвященная женщинам, занятым в химической промышленности. Она представлена масштабным полотном Николая Чернышева «Будущие химики» 1937 года, размещенным на выкрасе светло-голубого оттенка, отсылающего к лабораторной стерильности. На полотне — школьницы, увлеченные работой с колбами, и их учительница, стоящая на фоне большого светлого окна, за которым расстилается заснеженная Москва. Нарратив экспозиции регулярно возвращается к проблеме женского труда: как дома, так и на производстве, в частности — на химическом производстве, к которому и относится сфера парфюмерии. В импровизированной лаборатории рассказана биография профессора Лидии Яковлевны Брюсовой, возглавлявшей в 1930-х годах научно-исследовательскую лабораторию при Экспериментальном заводе «ГЭЖЭ». Тут же приведены любопытные данные, касающиеся гендерного состава отрасли: в ней преобладали женщины. Завеса из мелких белых переливающихся бусин — единственная такая — отгораживает часть экспозиции, посвященную Полине Жемчужиной, супруге Молотова, которая в годы первых пятилеток заведовала парфюмерно-косметической отраслью страны и часто брала на себя представительские функции в общении с высокопоставленными иностранками. Здесь, помимо архивных документов и фотографий, представлены изображения, касающиеся темы торговли, изобилия, спецснабжения. Тема парфюмерии как роскоши посреди стесненных обстоятельств здесь перерастает в тему всеобщего благополучия, анонсированную в официальном дискурсе эпохи, но доступного далеко не всем. На судьбу Полины намекает масштабное полотно «Новые времена» Александра Монина, запечатлевшее отдел рыбной торговли в гастрономе: в 1939 году Жемчужину сместили с ранее занимаемой должности и отправили в наркомат рыбной промышленности, откуда тоже вскоре уволили по причине внутрипартийных разногласий. Впоследствии Жемчужина подверглась репрессиям.

Живопись, фотография, архивные документы, образцы полиграфии, различные виды парфюмерной упаковки дополнены на выставке

видеоматериалами, которые транслируются на экранах, отгороженных шелковой бахромой. Отрывки фильмов, таких как «Третья Мещанская» 1927 года, скорее не рассказывают о парфюмерии напрямую, а дают представление об эстетике московской жизни этого периода. Камера запечатлела многослойный текстильный декор дома: вышивку, тамбурное кружево, лоскутное шитье, заполнявшее как жизненное пространство, так и досуг героини. Женщине в кино 1920-х, погрязшей в домашних делах, обслуживающей мужчин и занятой личными переживаниями, противопоставлены образы из кинохроники, связанной с Жемчужиной: интерьеры представлены либо парадными залами, либо рабочими пространствами, где вещи убраны на второй план, жесты персонажей лаконичны и прямолинейны — и лишь роль женщины снова сводится к тому, чтобы оттенять главенствующих мужчин.

Разница между этими киноматериалами иллюстрирует смену эстетики, затронувшую все области жизни. Частное, мещанское, уникальное выдавливалось из публичного дискурса, его заменяли общие планы, протокольные виды, казенные интерьеры с мраморной облицовкой. Смена идеологии, переход от революционного энтузиазма и разнообразия форм жизни к застывшим образцам «большого стиля» формировал тот контекст, в котором существовала и парфюмерная, и гендерная, и градостроительная составляющая Москвы середины 1930-х годов и далее.

Контексты

Пристальное знакомство с выставкой поднимает ряд вопросов, освещенных лишь в пояснительных текстах. Так, красной нитью через все разделы проходит тема женского труда: от репринтов фотографий Бориса Игнатовича с бесконечными кастрюлями, корытами на общих кухнях со склонившимися над ними измученными женщинами и до кинохроники рабочих встреч Полины Жемчужиной. Пояснительный текст беспощадно выдает статистику, согласно которой рабочий день женщины в начале 1920-х годов составлял 15 часов, 8 из которых она трудилась на предприятии и 7 проводила за стиркой, готовкой, уборкой дома. Эта тема возникла, так как отрасль химической промышленности была в основном женской: более 40% женщин-ученых были заняты в сфере естественных наук, куда попадает и химия (9,4%). Для сравнения, в области гуманитарного знания это число составляло 21%. И среди руководства парфюмерной отрасли — на уровне директоров заводов и заведующих лабораторий — тоже лидировали

женщины. Парфюмерная продукция изготавливалась и потреблялась женщинами, однако вряд ли это было специально продуманным ходом. Дело в том, что уровень заработка в этой области был невысоким, что, видимо, стимулировало мужчин выбирать иные, более высокооплачиваемые, области науки и индустрии, оставляя здесь вакантное пространство.

Второй вопрос связан с темными сторонами этой красивой истории, а также с дореволюционными корнями советской парфюмерной промышленности, национализацией предприятий и их развитием скорее «вопреки», чем «благодаря» новым политическим обстоятельствам. Из пояснительных текстов становится ясно, как непросто было руководителям (а чаще руководительницам) парфюмерных фабрик сохранять производство в период 1920-х годов: переход на выпуск более востребованной продукции (мыла вместо духов); пятикратное сокращение рабочего контингента, насильственное переселение из обустроенных промышленных помещений в другие, худшие, требующие ремонта. Со всем этим столкнулась фабрика «Новая заря» (бывш. «Брокер и Ко»), где впоследствии был синтезирован аромат «Красная Москва». Парфюмер Август Мишель, бывший сотрудник товарищества «Брокер и Ко», после революции остался в Москве и занял видное место в правлении национализированной фабрики. Ранее он синтезировал аромат «Любимый букет императрицы» — в новых реалиях ему было предложено создать аромат «Красная Москва» и курировать эфиромасличные плантации в южных республиках. Видимо, конец жизни он провел как раз где-то на периферии и умер в неизвестности. Не менее интересна и география парфюмерного производства внутри Москвы, и скрытая за ароматным фасадом рутина. Представленная в экспозиции карта показывает точки расположения как фешенебельных магазинов в центре города, так и окраинных заводов по переработке сырья. Дело в том, что далеко не все предприятия отрасли производили душистую продукцию: большинство занимались сырьем для нее, которым служили сало животного происхождения, отбросы оливкового масла, мылонафт из нефти и олеин со стеариновых фабрик. Рассмотренная в таких подробностях, работа парфюмерной отрасли предстает тяжелым и неприятным трудом.

Третий вопрос связан с историей нейминга и подачей парфюмерной продукции конечному потребителю. Москва 1920-х годов была настоящим котлом, где кипела жизнь множества людей, недавно переехавших сюда и живших чрезвычайно кучно. Среди московских рабочих не имели привычки умываться 30% девушек и 50% юношей,

посещение бани хотя бы раз в полтора месяца было нормой, к которой приходилось стремиться. В этот период основной целью воспитательной работы среди рабочего контингента было формирование навыков гигиены, что осложнялось дефицитом мыла. Однако с налаживанием мыльного производства и появлением мыла разных сортов встал вопрос об их названиях. Самый большой трест, занимавшийся парфюмерией, носил название «Жиркость», что, безусловно, мало подходило для успешной реализации душистой продукции, потому появилось второе название — «ТЭЖЭ», которое заметно выигрывало, так как имело некий французский шик: как «драже» или «неглиже». В конце 1920-х годов вышло несколько журнальных статей с острой критикой нейминга товаров и изображений на их этикетках. Клеймились такие названия мыла, как «Каприз», «Коханочка», «Малютка», «Пиония» и «Любит... не любит»; возмущение автора статьи вызвали изображения «Эсмеральда, маркиза, Оксана, всевозможных великосветских львиц в стиле „вамп“ и „ню“», обнаруженные им на большинстве этикеток продукции «ТЭЖЭ» (Лухманов 1929). Негодование его заключалось в том, что лишь интеллигенция может опознать в этих изображениях пошлость, в то время как рабочие и крестьяне с восторгом сохраняют подобные коробочки и флаконы для дальнейшего использования, что дурно влияет на их формирующийся вкус. Подборка материалов достаточно внушительная, их электронные версии представлены в экспозиции на планшете, что, безусловно, очень ценно для тех посетителей, которые пришли за более детальным знакомством.

Выставка продемонстрировала возможности мультисенсорного подхода, совмещающего одновременную подачу материала для разных органов чувств. Это, безусловно, очень продуктивный ход — особенно в том случае, когда речь идет о темах, связанных с историей повседневности. Запахи во многом формируют пространство города, особенно такого большого, как Москва, где в первой половине XX века были сосредоточены разные производства и проживали люди из очень разных социальных и культурных слоев. Ольфакторные экспонаты, впрочем, в отличие от фотографии, создаются современными художниками из имеющихся сейчас компонентов. Поэтому, строго говоря, вряд ли возможно сейчас представить запах того хлеба, который ели москвичи сто с лишним лет назад, но тут можно возразить, что и живопись субъективна, и уж тем более — художественный текст. В конечном итоге образ прошлого раз за разом воссоздается в настоящем, в том виде, в котором мы представляем его себе.

Литература

Брокер 2010 — Золотой юбилей Товарищества Брокер и Ко. М., 1914 // Ароматы и запахи в культуре. Книга вторая. М.: Новое литературное обозрение, 2010.

Вайнштейн 2010 — Вайнштейн О. Грамматика ароматов // Ароматы и запахи в культуре. Книга первая. М.: Новое литературное обозрение, 2010.

Левинсон 2010 — Левинсон А. Пять писем о запахе // Ароматы и запахи в культуре. Книга первая. М.: Новое литературное обозрение, 2010.

Лухманов 1929 — Лухманов Н. Ливень пошлости // Искусство. 1929. № 7–8. С. 13–18.

Толстой 1948 — Толстой А. Н. Гадюка // Толстой А. Н. Полное собрание сочинений: В 15 т. Т. 6. М.: ОГИЗ, 1948.

