

“ЧУЛОК СО СТРЕЛКОЙ, КАБЛУК ВЫСОКИЙ...” (Женщина в чулках как социокультурный феномен)

© 2015

О.О. Савельева

Со школы помнится пушкинское

Люблю я бешеную младость,
И тесноту, и блеск, и радость,
И дам обдуманый наряд;
Люблю их ножки.....

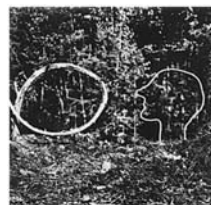
Или:

Толпа мазуркой занята;
Кругом и шум, и теснота;
Бренчат кавалергарда шпоры;
Летают ножки милых дам....

Наконец:

Ах, ножки, ножки! где вы ныне?
Где мнете вешние цветы?

Не меньше десяти раз поминает А.С. Пушкин в “Евгении Онегине” женские ножки. Для него это если и не сакральный объект, то, по крайней мере, фетишизированный. Фетиш (от латинского *factitius* — волшебный, чудодейственный) — объект, наделенный в глазах людей сверхъестественными свойствами, обладающий для них “магическим очарованием” [5]. Слово “гламур” является производным от старшоотландского *glamour* — околдовывать, наводить чары [3], так что “фетишизированный объект” — это объект, так сказать, “огламуренный”. Он предстает перед человеком не в повседневной прозаичности, а как сущность, покрытая “флером” из позитивных ценностных представлений, по своей природе самому объекту не присущих. Фетиш — факт иллюзорного или ложного сознания, но для отдельного человека и группы людей он обладает



ОТКУДА И КУДА

Савельева

Ольга

Олеговна —

доктор социологических наук, профессор факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ. Постоянный автор журнала. E-mail: ocaoca@yandex.ru.



Реклама вышитых чулок. Англия. 1906

флер” придают им человеческая культура и пропущенная через нее человеческая природа. К таким вещам, просто обреченным на фетишизацию, относятся женские чулки.

Ах, ножки, ножки... Почему именно они фетишизированы в европейской культуре? Ответ достаточно очевиден — доступность ног для взгляда постороннего долгое время считалась верным признаком женской сексуальности, а то и развращенности, в наиболее крайних трактовках — даже богоотступничества. Возможно, это связано с тем, что издревле во многих культурах нога, в особенности колени, символизировали собой... половые органы, соответственно обнажение ног могло быть интерпретировано как обнажение интимных мест [11].

Как ни странно, грудь не была столь табуированной областью человеческой плоти. В эпоху Ренессанса с глубокими декольте, открывающими ореолы груди, ходили даже в церковь. “При испанском и французском дворах часто платье дамы было сзади и спереди раскрыто почти до пояса, так что не только грудь, но и почти вся верхняя часть тела была обнажена... К тому же, корсаж так подпирал грудь вверх, что достаточно было малейшего движения женщины, чтобы грудь выходила из платья”, — писал о моде эпохи Возрождения историк нравов Э. Фукс [7]. Вполне достойная венецианка ходила по улице

значительной силой, изменяющей их чувства, мысли, поведение.

К. Маркс, разработавший в “Капитале” учение о товарном фетишизме, писал, что человек воспринимает продукт собственного труда как некоторую мистическую вещь, имеющую власть над ним вследствие способности меняться на другие продукты. Потребительское благо на рынке превращается в товарный фетиш, в идола, который люди считают достойным иррационального поклонения. Маркс разгадал этот, по его словам, “общественный иероглиф” — фетишизацию товара. Он считал, что фетишем становится любая вещь, вынесенная на рынок. Любые товары вызывают у человека некое мистическое отношение как неподвластные ему сущности. Но среди всех этих вещей можно выделить те, которые являются фетишами не в социально-экономическом, а в культурно-антропологическом смысле. “Мистический

с вырезом “до пупа”, но, правда, в маске, чтобы ее скромность не пострадала. В XVII веке “отцы города” спохватились и издали указ, по которому приходиться в церковь в оголенном виде могут только публичные женщины. Если же мужняя жена заявит так в храм, то муж обязан заплатить несколько сот дукатов штрафа в городскую казну. Впрочем, вряд ли это существенно повлияло на общую тенденцию, и в эпоху барокко и рококо декольте стали еще глубже и, главное, замысловатее.

Грудь могла быть почти обнажена, но вот появиться с неприкрытыми ногами в публичном месте было верхом неприличия. Нарочитый показ ноги чужому мужчине — прямое указание на женскую доступность. Некоторые послабления принесла эпоха романтизма: женщинам было позволено открыть носки туфель и даже шиколотки. В середине XIX века колокол кринолина заманчиво покачивался вокруг ножек в модных туфельках. Но пришедший на смену кринолину турнюр (70-е годы XIX века) лишил женщин всех послаблений — юбки буквально волочились по полу что спереди, что сзади.

Отголоском такой табуированности ног была строгость викторианских нравов в отношении даже их упоминания. Приличной даме и, тем более, девице, следовало говорить не “ноги”, а “конечности”. Дабы не смущать добропорядочных англичан, ножки роялей закрывали специальными чехлами с оборочками, на стулья также надевали чехлы, стол с ножками покрывали тяжелой скатертью до пола. Попавший в викторианский дом американец так описывал свои впечатления: “Одна из комнат была вся в драпировках, даже цветочные вазы, лампы, часы на стенах, ножки пианино и столов. Где не было обернутой ткани, там были банты. Единственная вещь в комнате, которая не постаралась одеться, — была каминная кочерга, и в контрасте со всеми остальными вещами, действительно, выглядела голой!” [1].

Когда какую-то часть тела стараются скрыть, она становится особенно привлекательной, в том числе эротически привлекательной. В XVII—XVIII веках расцветает *retroussé* — “искусство показывать ногу”. Раз нельзя демонстрировать открыто,

ADVERTISEMENTS

Lord & Taylor
Wholesale Distributors

“ONYX” HOSIERY



Look for this Trade Mark



stamped on every pair

Consistent efforts in maintaining the highest standard of excellence has landed the “ONYX” Brand at the pinnacle of perfection. Every user of “ONYX” Hosiery can place implicit confidence in all hosiery bearing this brand.

Special value **No. 106 PURE THREAD SILK HOSE** in black and all colors. Every pair guaranteed. Elastic reinforced heel, sole and toe. The best silk hose in America. Price, \$2.25 per pair.

For sale at all leading shops. If your dealer cannot supply you, write to Dept. 2 and we will mail you a pair on receipt of price.

Broadway : New York

Ad. May 1908

Hosiery - 1908

N. Y. PUBLIC LIBRARY
ASTOR LENOX TILDEN FOUNDATION

Реклама “лучших чулок Америки” марки ONIX. 1908



12-метровый манекен в нейлоновых чулках. Эта конструкция была установлена в 1939 году в павильоне фирмы Dupont на Всемирной выставке в Нью-Йорке. 1906

будем делать это как бы невзначай. Фукс пишет по этому поводу: “Эстетика женщины как класса покоится на одном только положении, признает одно только мерило: в глазах мужчины она хочет быть орудием полового наслаждения, хочет бросаться ему в глаза. Неизменный ее девиз гласит: я хочу продемонстрировать ему свою красоту и я покажу все, если это гарантирует мне наисильнейшее впечатление” [8].

Изысканнейшее *retroussé* демонстрируется на картине Жана-Оноре Фрагонара “Счастливые случайности качелей” (1767 г.). Заказчик картины — барон Сен-Жюльен — попросил художника Габриэля Франсуа Дуайена, известного своими историческими и религиозными картинами, изобразить свою любовницу на качелях и точно описать позы персонажей. Дуайен отказался и порекомендовал обратиться

к Фрагонару. Тот и создал на тему “счастливой случайности”, позволившей нарушить даме и кавалеру строгое табу, живописное полотно, заслуженно считающееся шедевром эпохи рококо. Сюжет был столь смелым, что лет пятнадцать картину не показывали широкой публике, и только в 1782 году с нее была сделана гравюра, разошедшаяся в большом количестве экземпляров. В настоящее время картина находится в частном художественном собрании Уоллесов (Wallace Collection) в Лондоне.

Раз женская ножка — табуированный эротический объект, то предметы, прямо или косвенно с ней связанные, могут быть фетишизированы, т.е. приобрести ценность поверх обыденности, получить особое значение в культуре. Например, в Венгрии жених, в знак своего поклонения, пил вино из туфельки невесты. Одним из таких “ножных” артефактов, фетишизированных в культуре, стали женские чулки. Воспетые поэтами и художниками ножки, как правило, не были обнаженными, они были одеты в чулки, как у прелестницы на картине Фрагонара.

Но эротическим символом чулки стали отнюдь не сразу.

Появился этот предмет одежды в незапамятные времена. В 1991 году в Тирольских Альпах обнаружили хорошо сохранившуюся во льду мумию мужчины, возраст которой примерно 5300 лет. Ледяной человек (его назвали Отци) был одет, помимо кожаных мокасин, в некоторый прообраз носок — обернутую вокруг ног мягкую траву. Изображение женщины

в носках сохранилось на стенах египетской гробницы (1900 г. до н.э.), соответствующие артефакты находили в Помпеях и в коптских захоронениях. Но это все же носки, т.е. “не совсем чулки”.

А вот в Средние века чулки получили широкое распространение, но... среди мужчин. Заимствованы они были у арабов в XIII веке во время войны испанцев с маврами. Первым центром чулочного производства стала Испания. Чулки шились по ноге из сукна, кожи, полотна и прикреплялись завязками к куртке или поясу. Сверху надевались короткие штаны. Но и это были “не совсем чулки”, так как считались они не особым предметом одежды, а нижней частью штанов. Никакого фетишистского значения им не приписывалось. Мужские чулки исчезли из обихода только после распространения в первой четверти XIX века длинных мужских брюк — панталон. Мужчины стали опять носить носки, а чулки уже навсегда сделались предметом женского гардероба. Впрочем, чулки носили и женщины Средневековья. Свидетельство тому — английский Орден подвязки¹.

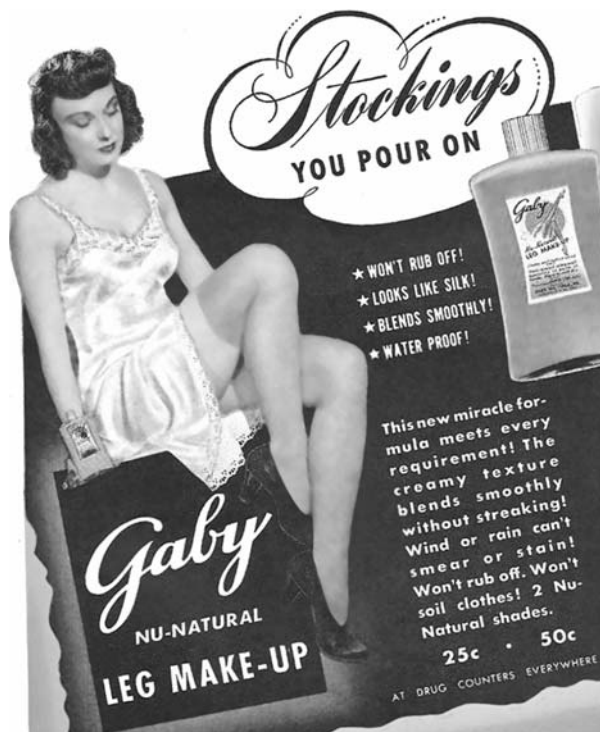
Судя по историческим источникам, чулки широко распространились в Европе в XV веке, когда были изобретены технологичные способы ручной вязки. Центром производства вязаных чулок стала Англия. Вязали их в основном из шерсти, льна, а для самых состоятельных покупателей — из шелка. Достоверно известно, что шелковые чулки носила королева Елизавета I. Еще более дорогие чулки — из тонкого вязаного кружева — ввела в моду маркиза Помпадур. Стоили они годовой доход со среднего дворянского имения. А уж как красиво... Но поскольку длинные платья скрывали столь привлекательный аксессуар, дамы поневоле совершенствовались в искусстве *retroussé*. Традиция “художественных” чулок, украшенных вставками, вышивкой и другими завлекалочками, благополучно пережила XX век и уверенно вошла в XXI.

При английской королеве Елизавете в 1589 году была изобретена и первая в мире чулочно-вязальная машина. Ее автор — Уильям Ли (William Lee) из Вулбриджа — не получил признания на родине (слишком у многих мастеров он отнимал хлеб — производительность машины была в 12 раз выше, чем у ремесленника) и был вынужден уехать во Францию, где стал основа-



Американская реклама чулок с “французской пяткой” и швом. 1922

¹ Король Эдуард III поднял подвязку от чулка, потерянную его любовницей графиней Солсбери во время бала 23 апреля 1348 года. Чтобы избавить даму от смущения, он повязал подвязку на собственную ногу со словами: “Пусть стыдится подумавший плохо об этом”. И учредил орден с таким девизом.



Реклама жидких чулок. Краска выпускалась фирмой Макс Фактор. 40-е годы. США

² Фильдекос — от фр. *fil d'Ecosse* — «шотландская нить». Тонкая хлопчатобумажная пряжа, обработанная огнем. Производилась в основном в Шотландии (откуда и название). Фильделперс — от фр. *fil de Perse* — «персидская нить» — особо шелковистый и тонкий фильдекос, гораздо более дорогой.

новых чулках писали, что у них «прочность стали и тонкость паутины». Еще один рекламный текст: «Носить чулки из шелка, а не из нейлона — это все равно, что предпочесть коня, а не автомобиль». За первый год массовых продаж нейлоновых чулок (1940 г.) в США было реализовано 64 млн пар. В 1959 году фирма DuPont году выпустила волокно эластан (торговая марка «лайкра»), которое открыло новые горизонты в чулочном деле. Особо изящными считались чулки (шелковые, потом нейлоновые) со швом и «французской пяткой» — особым образом вывязанной более темной вставкой на задней нижней части чулка.

Во время и сразу после окончания Второй мировой, когда модные аксессуары, в том числе чулки, стоили очень дорого или выдавались по карточкам (американка на карточки могла купить 6 пар чулок в год), девушки красили голые ноги коричневой краской и рисовали прямые линии на ноге. Издали казалось, что они одеты в элегантные прозрачные чулки «со швом». В американских парикмахерских оказывали новую услугу — рисовали чулки. В бедной после войны Европе девушки обходились собственными силами. Об этом речь идет в одном из эпизодов знаменитого французского фильма «Бал» (1983), рассказывающем об истории Франции с 30-х до 80-х годов XX века через танец.

В нашей стране были популярны чулочные изделия из аналога нейлона — капрона, впервые синтезированного в Герма-

телем французской трикотажной промышленности. Оттуда вязальная машина распространилась во многих европейских странах. В России чулками (от татарского «чолгау» — портянки) еще в XVI веке называли мягкую обувь. Собственно чулки пришли в нашу страну из Западной Европы.

К началу Первой мировой войны европейская и американская промышленность производила чулки из обычной хлопчатобумажной пряжи, из шелка (самые дорогие), из фильдекоса и фильделперса², из инновационного материала — вискозы («искусственный шелк»)³. Революция произошла в конце 1930-х годов, когда американская химическая фирма DuPont представила на рынок чулки из первого синтетического волокна — нейлона⁴. В рекламе тех лет о нейло-



О. Савельева
 “Чуллок
 со стрелкой...”

Париж в период оккупации. Немецкие военнoслужашчие выбирают сувениры

нии в 1938 году в компании I.G. Farben. В СССР первое производство волокна было открыто в Клину в 1948 году. Тогда же появились и первые советские капроновые чулки. Старшеклассницам запрещалось приходить в школу в столь вызывающем аксессуаре. Бесшовные капроновые чулки появились в продаже в 50-е годы, но широко доступными стали в 60-е. Элегантные дамы по-прежнему предпочитали носить чулки “со стрелкой” под “каблук высокий”. А вот старшеклассницам в середине 60-х вышло послабление — в школу в прозрачных чулках без шва уже пускали.

Итак, к середине XIX века чулки стали исключительно женским предметом одежды, более того, предметом интимным, публично не демонстрируемым, для чужого мужского взгляда недоступным, точнее, почти недоступным. Неминуемо именно этот предмет фетишизировался, приобрел отчетливую эротическую коннотацию. После Первой мировой войны женские платья укоротились, и чулки стали публичным артефактом. Тем не менее, этому предмету остался присущ весьма значимый налет интимности. Процесс эротизации чулок начался еще в XVII веке, когда приобрели популярность, особенно в Голландии, Фландрии, Германии, жанровые картины из жизни буржуазного класса, в том числе на пикантную тему “женщина за утренним туалетом”. Подобными сюжетами увлекался голландский художник Ян Стен.

К началу XX века устоялось правило — чулки должны соответствовать по цвету платью. Некоторые цветные чулки даже приобрели устойчивое символическое значение. Так, “синий чулок” — синоним женщины, погруженной в интеллек-

³ Впервые были представлены графом Луи Илером Берниго де Шардонэ на французской универсальной выставке 1889 года. Графу удалось разработать надежную промышленную технологию вытягивания нити из древесно-смоляной кашицы.

⁴ Нейлон был впервые синтезирован в 1935 году У. Карозерсом, главным химиком исследовательской лаборатории американской компании DuPont. Широкой общественности об этом было объявлено 27 октября 1938 года.



ОТКУДА И КУДА



Мулен Руж.
Фотография. 1895



туальные занятия, лишённой женского обаяния и привлекательности⁵.

Среди всех цветов использование одного наиболее противоречиво. Этот цвет трактовался неоднозначно, женщина в таких чулках могла восприниматься по-разному. Речь идет о черных чулках, коннотации которых многообразны — от предельной скромности до публичной доступности. “Цвет в системе визуальной коммуникации является абстрактным графическим языком и знаковой системой, сообщением с определенным количеством значений”, — пишет С.Н. Суздальцева [6]. У черного цвета “количество значений” особенно велико. Сами по себе они иррациональны и абстрактны, но в то же время являются культурными (т.е. установленными в культурной среде) определителями некоторых свойств и отношений. Эти свойства и отношения носитель соответствующей культуры считывает.

Черный цвет может быть и позитивен, и негативен. В мифологии многих народов — это цвет мрака, зла, гордыни. В христианстве — цвет ада, скорби и аскезы. Прилагательное “черный” сразу придает существительному негативный смысл (черный юмор, черная вдова, черная зависть, черная злоба). В то же время черный цвет использовался в древнерусских стягах, черный фон имели любимые в народе предметы русских прикладных промыслов (шкатулки, подносы и пр.). Им символизировалась “мать-сыра земля”, то есть по сути — окружающий мир. В моде черный цвет был знаком особого статуса, элитности, утонченности. Черно-белое сочетание считается самым стильным уже лет 200. В психологии значение черного цвета многозначно. В психологическом тесте Люшера выбор черного считается знаком обороны, отказа от чего-то, даже протеста, в том числе и против своего места в этом мире. Чер-

⁵ Первым прозвище “синий чулок” получил мужчина — ботаник Б. Стиллингфлит в 1760-х годах. В английский интеллектуальный салон на научные диспуты он всегда приходил в синих шерстяных чулках вместо предписанных этикетом черных шелковых. Именем нарицательным “синий чулок” стал после сатиры Дж. Г. Байрона.

ный — это всегда отрицание по отношению к некоторому утверждению.

Семантическая интерпретация черного цвета в одежде колебалась в европейской культуре от визуальной заявки аскезы (платье вдовы, монашеская ряса) до визуализации отрицания субъектом социальных норм, ценностей, сложившихся отношений (атрибутика анархистов). В эстетическом плане он мог интерпретироваться как желание не привлекать взгляда или как заявка на демонстрацию особой изысканности, светскости, привлекательности⁶. Все это нужно иметь в виду, когда мы говорим о культурных интерпретациях черных чулок. Плюс — национальные традиции, плюс привходящие, иногда случайно сложившиеся обстоятельства... Порой разгадать смысл, который вкладывал, например, художник, в цвет чулок своего персонажа, нелегко. Во многих южных странах черный цвет, в том числе и чулок, является свидетельством почтенного социального статуса женщины. Во время Второй мировой войны немецкие военнослужащие-женщины носили форменные черные чулки.

Долгое время черные чулки никаких фривольных мыслей не вызывали. Считались они в европейских странах чулками для повседневной носки, в то время как белые были праздничным, бальным атрибутом. Воспринимались чулки настолько асексуально, что один из придворных без смущения подарил английской королеве Елизавете I на Рождество две пары черных чулок, связанных из шелка [9]. Обычай устоялся и дорогие чулки по сей день считаются вполне приличным официальным подарком женщине, чем-то вроде конфет и цветов. Например, в 1989 году Британская ассоциация производителей чулок подарила пару белых чулок с королевской монограммой королеве Елизавете II. Они были с благодарностью приняты. Есть упоминания, что Вольтер подарил пару чулок Екатерине Великой, чулки были связаны им самим — этакий *art hand* от философа. А вот испанская королева отвергла чулки, поднесенные ей английским послом, сказав “У испанской королевы нет ног”.

Нейтральное положение черных чулок продержалось долго — до “Прекрасной эпохи” (*Belle Époque*) — особого периода в истории Франции последних двух десятилетий XIX — начала XX века, для которого были характерны не только многие технические изобретения, но и новый стиль жизни, свободный от многих прежних условностей и запретов⁷. Женщин и мужчин *Belle Époque* рисовал А. Тулуз-Лотрек, их описывали Э. Золя



**Удовольствие блохи.
Ноги проститутки.
Почтовая открытка.
Начало XX века.
Франция**

⁶ Вспомним черное платье Анны Карениной на балу в Москве, которое так привлекло внимание Китти. “Черный цвет — торжественный, парадный, не терпящий конкуренции”, — пишет по этому поводу исследователь [10].

⁷ Начало этого периода французской истории относят, как правило, к 1880 году, когда Франция оправилась от последствий поражения во Франко-Прусской войне (1870–1871 гг.) и начался резкий взлет ее экономики, науки, искусства. Окончанием периода считается начало Первой мировой войны.



Реклама чулок. Германия. 1909. Реклама оформлена как руководство по надеванию чулок. Самые эротические позы достаются обладательницам черных чулок

⁸ «Фоли» (folies) — свободный. В отличие от кафешантана, в таких увеселительных театрах нужно было платить за вход, а не только за блюда и напитки. Но во время представления разрешалось свободно заходить и выходить, курить, разговаривать. Бержер — имя соседней с заведением улицы. ⁹ Гризетка — молодая девушка-работница в Париже (швея, служанка), придерживающаяся не слишком строгих нравственных норм. От фр. grisette — названия серой шерстяной материи, из которой шились платья для представительниц городских низов.

и Г. де Мопассан. Именно тогда появились или обрели второе дыхание знаменитые парижские кабаре — Фоли Бержер⁸ (открыто в 1872), Ша Ноар (1881), Мулен Руж (1889) и другие. Кабаре было местом, куда приходили прежде всего посмотреть на эротичные танцы профессиональных артисток. Главным танцем был канкан (от фр. шум), популярный в рабочих кварталах Парижа еще в 30-х годах XIX века. Работницы, горничные в черных чулочках отплясывали нечто вроде кадрили и галопа с кавалерами из своего социального круга. Главный элемент канкана — энергичные махи ногой, поэтому туго натянутые чулочки были важным элементом одежды. Возможно, именно такую французскую «гризетку»⁹, танцевавшую по вечерам канкан в кафе неподалеку от своего дома, изобразил живший в Париже русский художник А.А. Харламов, прославившийся женскими образами из разных социальных слоев.

К середине XIX века танец стал исполняться профессиональными танцовщицами на подмостках и в зале, приобретая виртуозные элементы (вертикальный шпагат с поворотом, колесо, «строй» с махами, прыжки на шпагат и т.д.). Канкан рисовали Тулуз-Лотрек, Жюль Шере, Жорж Сера, Пьер Бонар, Л. Писсаро, П. Пикассо... Важный его атрибут — пышные многослойные юбки и чулки с подвязками¹⁰. В большинстве случаев чулки у танцовщиц были, как и пятьдесят лет назад у работниц, черными, что создавало яркий визуальный эффект на фоне белых нижних юбок. С этого времени черные чулки стали расцениваться не просто как эротичный женский аксессуар, а как своего рода «символ греха», что отразил в работе «Порнократия» французский художник Ф. Ропс.

Родившись во Франции, “свободные” увеселительные заведения широко распространились по миру, прежде всего в США. Но там за представлениями, в которых выступали женщины с танцевально-эротическими номерами (вплоть до стриптиза), закрепилось название “бурлеск”¹¹. Беря пример со своих французских товарок, танцовщицы бурлеска также выступали, как правило, в черных чулках, о чем свидетельствуют сохранившиеся афиши.

Еще одно явление искусства утвердило представление о черных чулках как “одежде греха”. С середины XIX века во Франции появляются и становятся популярными картины (а потом и фотографии) из жизни содержанок и проституток¹². Только А. Тулуз-Лотрек нарисовал более 50 подобных картин. Репродукции с них порой печатались в иллюстрированных журналах, что еще более укрепляло в сознании публики, во всяком случае, французской, эту связь — эротика и черные чулки. Связка стала столь привычной и легко читаемой, что соответствующей французской открытке начала XX века даже не было необходимости давать поясняющее название (ноги проститутки). Черные чулки — один из неперенных атрибутов женских персонажей на иллюстрациях английского художника Обри Бердслея к комедии Аристофана “Лисистрата”, считающихся шедевром эротической гравюры.

Традицию трагического переживания эротического образа “женщины в чулках”, заложенную А. Тулуз-Лотреком, подхватили художники XX века. Прежде всего стоит упомянуть австрийского художника-экспрессиониста Эгона Шиле (1890–1918). В 16 лет Шиле разыскал своего кумира — Густава Климта. По-

О. Савельева
“Чулочек
со стрелкой...”

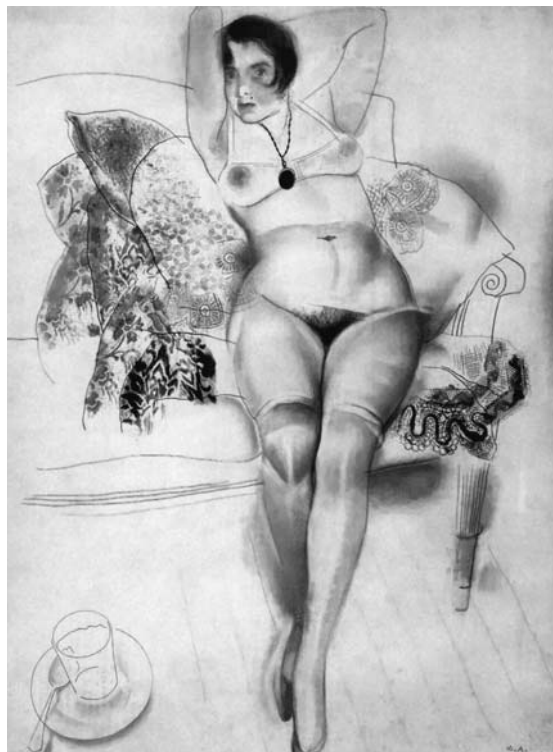
¹⁰ В современном кабаре “Мулен Руж” костюм для канкана весит примерно 10 кг.

¹¹ От итал. *burlesco* — шутка. Изначально — комическое стихотворение, пародия или пародийное представление, с комичными сценками “на ногах” и пародийными диалогами, исполняемые мужчинами. Этот жанр начал оформляться еще в эпоху Возрождения в Европе.

¹² Первые художественные произведения на эту тему создал английский график Уильям Хогарт (1697–1764). Широко известна серия его гравюр “Карьера проститутки”.



Б. Григорьев. Цирк. 1919



Ю. Анненков.
Портрет
В. Мотылевой.
1920

¹³ О жизни Э. Шиле написаны романы: Дж. Скотт "Высокомерие" (1990); Л. Крофтс "Порнограф из Вены" (2007). О нем снят художественный фильм "Эгон Шиле — жизнь как экссесс" (1981, Германия, Франция, Австрия).

¹⁴ Валентина Ивановна Мотылева — артистка МХТ, вторая жена художника, с которой Ю. Анненков эмигрировал в Париж в 1924 году. Одновременно туда же выехала и первая жена Анненкова — балерина Екатерина Гальперина.

72

казав ему свои рисунки, спросил: "У меня есть талант"? "Даже слишком много", — ответил Климт и взял юношу под свое покровительство. Нервный, странный, драматический, необычный, болезненный Такие эпитеты сопровождали и самого Шиле, и его работы. Окружающим он, как правило, не нравился, его считали самовлюбленным, эгоцентричным, безнравственным. Его картины и рисунки многие называли порнографией. Умер художник в 28 лет от испанки, пережив на три дня свою беременную жену¹³. Первый крупный успех пришел к нему буквально накануне смерти — в 1918 году на 49-й выставке Венского Сецессиона. Для этой выставки он нарисовал афишу, на которой изобразил себя в виде Христа на Тайной вечере.

Шиле был мастером обнаженной природы, но изображал ее в остро драматической, характерной только для

него манере. И почти неизменным атрибутом его "обнаженных" были чулки: оранжевые, синие, фиолетовые, зеленые, коричневые.... Одним из самых любимых художником цветов был черный. Женщина в черных чулках — навязчивый для него мотив. Как тут не вспомнить, что в Вене тогда жил и работал другой великий австриец — З. Фрейд. Он знал работы Шиле, ценил их и считал, что никто не изображал эрогенных зон с таким напряжением, как этот художник. В свою очередь, на Шиле психоанализ Фрейда произвел большое впечатление. Считается, что через свои картины он пытался преодолеть свои комплексы, страхи, в том числе и сексуального характера.

Черные чулки как эротический и одновременно трагический символ изображал на своих картинах не только Шиле. Предчувствием неминуемой гибели на потеху толпе наполнена картина Б. Григорьева "Цирк" (1919 г.). Драматически напряжена, даже агрессивна, несмотря на расслабленную позу, модель на портрете Валентины Мотылевой, созданном Юрием Анненковым в 1920 году¹⁴. Притягательная и опасная женщина исхода смотрит на зрителя. Так могла бы смотреть Маргарита на Мастера.

Самый большой вклад в "чулочную мифологию" внесла реклама. Черные чулки используются в рекламе, с одной стороны, как атрибут веселой эротики, гедонизма, развлечения. Красотки в черных чулках, особенно "в сеточку", постоянно

встречаются в рекламе зрелищ, алкоголя, товаров “для мужчин”. Одновременно чулки, особенно черные — устоявшийся в сознании символ сексуальной, даже роковой женщины. Поэтому реклама самих чулок почти всегда заявляет их как атрибут, безусловно гарантирующий женщине повышение ее сексуальной магии. Уже на рекламе столетней давности мы видим красоток в разнообразных, но прежде всего черных чулках.

На американской рекламе 1915 года плотные “уличные” черные чулки заявляются как часть одежды, которая, с одной стороны, привлечет внимание приличного мужчины, а с другой — не заставит краснеть даже в самой пикантной ситуации, поскольку ничего непристойного зритель через них не увидит. А вот прозрачные черные чулки — это уже атрибут, благодаря которому вы понравитесь “ему”, при этом оставаясь “небесным созданием”.

Черные тонкие чулки заявлялись в рекламе как непременная принадлежность “женственной женщины” достаточно долго. Вплоть до 60-х годов XX века в рекламе господствуют красавицы и красотки [4], надевающие чулки, рассматривающие чулки, разглаживающие их на ноге, принимающие в подарок от Санта-Клауса и любимого мужчины и т.д. Главный персонаж — женщина, которая станет еще желаннее, еще прекраснее, надев на себя этот невесомый кусочек нейлона/капрона. Однако красавицам и красоткам недолго оставалось господствовать на “чулочных” рекламных страницах. В 70-е годы они уступили место фетишу в чистом виде — женской ноге в чулке. Раньше такая реклама — где женщина или хотя бы ее “живая” нога была заменена ногой манекена — встречалась редко. С коммерческой точки зрения, это был сомнительный ход: потребитель хочет видеть в рекламе не саму вещь, а себя в этой вещи.

Но нашелся художник — Сальвадор Дали, для которого этот прием — замена женщины фрагментированным манекеном — постепенно стал основным. Он сам даже снимался в рекламе шоколада, разрабатывал упаковку, логотипы, неоднократно рисовал рекламные плакаты. Его, пожалуй, самый большой успех — реклама шелковых чулок Bryans Hosiery, опубликованная в нескольких американских журналах в 40-х годах. Полностью отказавшись от “образа потребителя”, Дали ставит в центр рекламы искусственные ноги, одетые в чулки.



Одна из первых реклам с одетыми в чулки ногами манекена. Париж. 1913



Ноги живут своей, не зависящей от обычного хода вещей жизнью. Они превращаются в крылья, стрелки часов, памятник ... Этим ногам не нужна женщина! Искусствовед Х.Х. Лауэрта пишет об этой серии: “Вряд ли Дали смог найти что-то еще более адекватное своему миру, чем эта отделенная от туловища нога манекена, удерживая нейлоновой сетью чулка¹⁵ будто взбунтовавшаяся в постоянном стереотипном показе масса. Эти отрезанные от тела женские ноги, иногда указывающие в небо, иногда — в землю, среди хорошо узнаваемых пейзажей Дали превращаются в крылья немислимых Пегасов, двоятся симметричными арками, собираются в гроздья и двусмысленно торчат из-за кресел” [2]. В этом мире нет целостности, красивы лишь фрагменты сами по себе. И Дали фрагментирует все, в том числе и женскую сексуальность, приравнивая ее к тому, что фетишизировано в глазах мужчин. Этот фетиш может поднять в небо или заставить застыть на земле в немом изумлении.

Современная реклама продолжает эту традицию. Правда, основным рекламируемым объектом сегодня являются не чулки, а колготки. На упаковках, рекламных страничках мы видим в основном живущие “своей жизнью” ноги. Женщины среди них мало заметны. Но в реальном мире по-прежнему трудно не обратить внимание на женщину, идущую на высоких каблуках в чулках “со стрелкой”. Только такие женщины сегодня по улицам не ходят, почти не ходят ...

¹⁵ Искусствовед ошибается: Дали рекламировал не нейлоновые, а шелковые чулки.

Литература

1. Быт и жилище викторианцев // URL: <http://dkphoto.livejournal.com/198813.html>.
2. *Лауэрта Х.Х.* Аэродинамический сюрреализм // Сальватор Дали и медиа. Каталог выставки. М., 2014. С. 27.
3. *Савельева О.О.* Искусство принадлежит народу. Какому? // Человек. 2007. № 5.
4. *Савельева О.О.* “Красавицы” и “красотки” — поиски идеала красоты в массовой изобразительной продукции // Человек. 2015. № 1.
5. *Стил В.* Фетиш: мода, секс и власть. Пер. с англ. М.: НЛЮ, 2014. С. 9.
6. *Суздальцева С.Н.* Репрезентация чувственно-интеллектуальной информации на примере черного цвета. Социология. Психология. Философия // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2008. № 6. С. 313.
7. *Фукс Э.* Иллюстрированная история нравов. Эпоха Ренессанса. Пер. с нем. М.: Республика, 1994. С. 164–166.
8. *Фукс Э.* Иллюстрированная история нравов. Галантный век. Пер. с нем. М.: Республика, 1993. С. 149.
9. *Хоторн Р.* Неглиже: Нескромный взгляд под... Пер. с англ. М.: Колибри, 2008. С. 222.
10. *Шпилевая Г.А.* “Язык бала” и “музыка жизни” в романе Л.Н. Толстого “Анна Каренина” // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2014. № 2.
11. *Этинген Л.Е.* Мифологическая анатомия. М.: ИОИ, 2009.