

Кротова Тетяна Федорівна,
кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри образотворчого мистецтва та дизайну
Київського університету ім. Бориса Грінченка

ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ АМЕРИКАНСЬКОЇ МОДИ НА МЕЖІ ХІХ – ХХ СТОЛІТЬ

У статті досліджено фактори формування американської моди на межі ХІХ- ХХ ст.; охарактеризовані види чоловічого та жіночого одягу, виділено ознаки ділового стилю.

Ключові слова: американська мода, чоловічий і жіночий костюм, діловий стиль.

In this article the factors of American fashion at the turn of the ХІХ-ХХ centuries, characterized types of men's and women's clothing, marked signs of business style.

Key words: American fashion, men's and women's suits, business style.

Значимий вплив на раціоналізацію форм європейського костюма протягом ХІХ століть здійснила Англія, але у період кінця ХІХ – початку ХХ ст. особливим був вплив Америки, оскільки саме вона у цей період зайняла лідерські позиції в економіці. Діловий практичний стиль, який активно формується в одязі, займав домінуючі позиції в гардеробі політичної та бізнес-еліти, а також розповсюджувався серед середніх верств населення переважно як готовий одяг.

Вже в середині ХІХ ст. зв'язок з прогресивною лінією європейської художньої культури слабшає. Значно відійшли американці від наслідування французької і британської традицій у розробці власного стилю в костюмі. У розвитку художніх смаків в одязі визначальну роль починає грати обмежена у своїх естетичних поглядах, але швидко зростаюча бізнес-еліта штатів Середнього Заходу. Слід, однак, констатувати, що американська мода зазначеного періоду є малодослідженим явищем в українському і російському мистецтвознавстві й костюмології.

Питання історії й практики створення костюма висвітлено у працях багатьох українських вчених: О. Лагоди, В. Радкевич, К. Стеценко, І. Удріс, О. Шевнюк, а також російських: І. Блохіної, Р. Захаржевської, Р. Кірсанової, Л. Орленко, Е. Плаксіної та ін. Однак питання американського ділового стилю майже не розглядалося науковцями. У зв'язку із зростанням комунікативних функцій моди у суспільстві детальний аналіз досвіду провідних країн світу є надзвичайно важливим для розуміння естетичних, образних і функціональних характеристики костюма. Отже, актуальність даної публікації обумовлюється визначенням впливу обставин економічного (розвиток підприємництва, бізнес-структур та корпорацій, розвиток масового виробництва), а також соціально-культурного характеру (розвиток телебачення, спорту, комерційного мистецтва та реклами) на формування стилю в одязі.

Метою даної статті є дослідження факторів ідентичності американської моди на межі ХІХ–ХХ століть, визначення основних видів жіночого і чоловічого одягу, що відповідають ознакам ділового, практичного стилю в одязі.

Базовими джерелами для написання цієї роботи послуговували, здебільшого, американські видання, які вперше аналізуються на сторінках українських мис-

тецтвознавчих видань, а також окремі живописні полотна з музейних колекцій США. Тенденції чоловічої моди на межі століть представлені в ілюстрованих виданнях Джона Дж. Мітчела Ко [5] та Лоуренса С. Катлера [6]; модний стандарт у жіночій моді визначали у цей період жіночі образи Чарльза Д. Гібсона, репрезентовані в ілюстрованій колекції «Дівчина Гібсона та її Америка: кращі роботи Чарльза Дани Гібсона» [8].

Події у світі моди перш за все пов'язані з подіями суспільно-політичного характеру, з явищами у культурному житті й мистецтві. Таму перш за все дамо стислу характеристику тому історичному підґрунтю, на тлі якого формувався новий спосіб життя і естетика модного костюма. Автори ґрунтовного видання з історії Америки Д. Тіндалл та Д. Шай констатують такі показники прогресу у цей період: «Темпи перетворення Америки на промислово-аграрного гіганта наприкінці ХІХ ст. були просто разючими: ...населення країни зросло майже втричі, фермерське виробництво – більш ніж вдвічі, вартість мануфактур – ушестеро... Сполучені Штати стали структурованим, централізованим, індустріальним суспільством міського типу, що керувалося імперативами масового виробництва та споживання і бездоганної ефективності» [4, 450]. Проаналізувавши матеріал цієї книги, можна виділити головні чинники розвитку:

- вільне підприємницьке опанування природних ресурсів (родючі землі, ліси, руди різноманітних металів, золота, запаси вугілля і нафти);
- розвиток транспорту (залізнична мережа вже в середині ХІХ ст. була найдовшою у світі, за автомобілебудуванням Сполучені Штати також були на першому місці у світі);
- розвиток нових галузей промисловості (харчова, нафтопереробна, сталеливарна, хімічна, електромеханічна і машинобудівельна);
- виникнення бізнес-підприємств нового типу і корпорацій;
- розвиток менеджменту (саме у США ефективно управління людьми та іншими ресурсами фірм стало наукою – з'явилися школи менеджерів, вийшли ряд праць засновників теорії й практики менеджменту);
- численні винаходи та відкриття (з ім'ям Т. Едісона пов'язана поява у США електростанцій, вдосконалення телефонного зв'язку, розвиток кінематографа та індустрії грамзапису; Г. Форд створив одну з найпотужніших автомобілебудівельних компаній; фотограф-любитель Дж. Істман заклав початок відомої компанії «Кодак»; продавець К. Жиллет – не менш відомої фірми безпечних бритв; аптекар Дж. Пембертон у 1886 р. приготував знаменитий рецепт кокаколи і т.д.).

З огляду на вище перелічені фактори, обсяги виробництва вимагали систем збуту, а відповідно, із збільшенням конкуренції фірм-виробників зростала потреба у прогресивній рекламі. Отже, розуміючи залежність зовнішнього образу людини, у тому числі форм костюма, від факторів соціально-економічного характеру можна стверджувати, що економічний підйом і прогрес викликає й відповідні зміни в одязі, утвердженні нового стилю.

Мистецтво цього періоду розвивається у дусі реалізму, звичайно з європейськими рисами, оскільки художники, скульптори, архітектори вчилися переважно у європейських майстрів. Тим не менш, на межі ХІХ-ХХ ст. художнє життя Америки йде своїм шляхом, «...можливо тому, що вона зрештою зрозуміла, що не має по-

вторювати чи копіювати Європу, а для того щоб завоювати авторитет, має створити щось своє, нове» [3, 113].

Щодо чоловічого стилю, то він, перш за все, мав втілювати ділові та підприємницькі якості, заявляти про свою причетність до усього, що є символом успіху і престижу. У період активного розвитку реклами художники, які пов'язували свою діяльність з комерцією, а також ілюстратори популярних і модних журналів мали на читацьку аудиторію величезний вплив. Як у наш час візуальна інформація щодо модних товарів сприймається через телебачення і рекламні носії, так у цей період споживач знаходив для себе свій стиль через перо талановитих ілюстраторів.

Ілюстроване видання Ж. Друеседова та Джона Дж. Мітчела Ко [5] представляє понад сто ілюстрацій різноманітних видів одягу, котрий носили модно вдягнені американські чоловіки на початку 1900-х рр. Костюм нараховує більше двадцяти варіантів, залежно від призначення і пори року. В останні тридцять років XIX ст. фрак із повсякденного одягу стає виключно вечірнім туалетом, аксесуарами до нього, як і раніше, є краватка-метелик, перчатки, тростина, циліндр. Фрак і брюки виконувалися з однієї тканини, переважно чорного кольору, брюки декорувалися тасьмою по зовнішніх бокових швах. Під фрак вдягали білий жилет і білу сорочку. Зовнішня сторона коміру-шальки або англійського була шовковою. Жилети носили одно- або двобортні, з гудзиками і додатковою петлицею для ланцюжка годинника; спинка виконувалася з підкладкової тканини і мала ремінець з пряжкою для підгонки за фігурою.

У повсякденному носінні у цей період остаточно місце зайняв костюм у комбінаціях – піджачна пара (піджак і брюки) і трійка (піджак, жилет, брюки). Серед піджачних костюмів можемо виділити діловий та неофіційний костюм. Одно- або двобортні піджаки і піджачні пари стали домінуючим видом ділового стилю і залишаються такими і у наш час. Спочатку піджаки мали високу застібку, шлицу на спині, розрізи з гудзиками на зап'ястях; кишені з клапанами розташовані на рівні стегон; на груді – прорізна кишеня з лісточкою. Піджаки більш вільного покрою з розширеним плечем, довшими лацканами і застібкою нижче з'явилися приблизно у 1910-х роках

Для урочистих подій слугував сюртук з якісного сукна чорного або темних кольорів, котрий носили с жилетом такого ж кольору або світліших. На спинці шви переходили у складки, над ними пришивалися гудзики. На рукавах сюртука були також розрізи з гудзиками. Брюки до сюртука могли бути як з тієї ж тканини, так і з іншої, у вузьку смужку або клітинку. Доповнювався сюртук циліндром, шкіряними печатками, тростиною.

До гардеробу ділового одягу у цей період входить візитка, яка за довжиною схожа з сюртуком, а за пластичною лінією фалд, що видовжуються до рівня колінного вигину ззаду, наслідує силует фрака. Однобортні візитки носили з брюками у смужку, з жилетом, який відрізнявся за кольором; приблизно у 1906р. візитку стали застібати на один гудзик. До нашого часу візитка не зазнала суттєвих змін у крої, мінялася ширина лацканів, скоротилася довжина.

Велику популярність завойовує костюм у клубах для паління – смокінг, котрий згодом стає одягом для урочистих подій. Від звичайного піджака його відрізняють шовкові або атласні лацкани. До нього носили брюки з шовковими

лампасами, білу сорочку – гладку або плісе, чорну краватку-метелик, чорний широкий пояс (камербанд) або короткий жилет.

Великим різноманіттям відрізняється неформальний костюм. Бачимо костюми для дальніх подорожив; для прогулянок по місту і на природі; для подорожив і відпочинку за містом; для гри в теніс, гольф; для катання на велосипеді, для верхової їзди; для мисливства. Кожен костюм має свої доповнення, аксесуари, передбачає зручність у русі. Усі ці костюми мають і жіночий варіант.

Розповсюдженим верхнім одягом були пальто «честерфільд», «ольстер», пальто-реглан, напівпальто. Існував повсякденний верхній одяг, а також для відвідування вечірніх заходів. До нього носили класичні черевики, доповнювали його тростина, циліндр, печатки. На початку ХХ ст. разом з виходом з моди фрака і сюртука відходять і циліндр з тростиною. Носили капелюхи, котелки «дербі» з плоскими або загнутими полями, капелюхи-канотье.

Наприкінці століття суттєві зміни відбуваються в крої сорочки: їх не треба було вдягати через голову, у них, як і на куртці, застібка розташовується спереду. В офіційній обстановці до кінця 20-х років ХХ ст. носили сорочки з жорстко накрохмаленими полочками. Комірці сорочки на початку століття були знімними з накрохмаленого білого полотна, висота їх була 7,5 см. Поступово їх висота зменшувалася до 2 см, а технології дозволяли досягти форми без сильного накрохмалювання. Але щодо сорочок і коміrcів, то в Америці вони мають особливу цікаву історію.

На початку ХХ ст. у моду входить рекламний чоловічий образ «Arrow collar», що поєднував у собі незворушний спокій, витонченість манер, тонкий смак поряд з владністю, силою та інтелектом. Розповсюдження нового стилю пов'язане з виходом у 1905 р. рекламних плакатів художника Джозефа Крістіана Лейендкера. Він зображував «Arrow collar man», що перекладається як «чоловік, котрий носить коміrcі фірми «Ерроу» [1, 330]. В ілюстрованому виданні Лоуренса С. Катлера [6] зібрані ілюстрації для обкладинок журналів, різноманітні рекламні плакати, у тому числі й для фірми-виробника сорочок і коміrcів «Arrow collar». Його роботи зображують не просто костюм, а й образ життя і стиль мільйонів американців на межі століть. Лейендкер розповідав про споживання як про ліричну поезію, наділяючи свій персонаж у різних життєвих ситуаціях витонченими рисами і пронизливим поглядом. Фірма «Arrow collar» існувала у Нью-Йорку з 1820 р., але найбільшого успіху вона зазнала саме завдяки вдало створеному рекламному образу Джозефа Крістіана Лейендкера.

Тепер обов'язковим елементом костюма стають знімні манжети і коміrcі. І. Блохіна так описує нововведення: «Високі білосніжні знімні коміrcі, прикріплені до сорочок у смужку, підкреслювали елегантно-зарозумілий вигляд своїх володарів. Чоловік «Arrow collar» стає символом своєї епохи, витісняючи з масової свідомості образ благородного джентльмена ХІХ ст.» [1, 330]. Комірці гармонійно поєднуються з новим костюмом – з укороченим піджаком, легким видовженим силуетом, високою лінією талії й видовженими лацканами (лацкани пристібалися до сорочок відповідними гудзиками-запонками за допомогою спеціальних гачків, а зберігалися у спеціальних коробках).

Перевага знімних коміrcів була очевидною: деталь сорочки, яка найбільшою мірою потребує догляду, тепер дозволяла підтримувати охайний вигляд та надавала різноманітність у поєднанні різних за кольором сорочок з білим

комірцем. Кольорові сорочки – однотонні й у смужку – з’явилися наприкінці століття як більш дешева і практична альтернатива білим. Ляні й бавовняні комірці пропонувалися у різних стилях – найпопулярнішим був відкладний на стійці, а також комір-стійка; для урочистих подій використовувався фракційний (стійка з відвернутими куточками). Вони стали символом становища у суспільстві зростаючого класу службовців контор і корпорацій, через що їх називали «білі комірці». У цілому образ чоловіка у новому стилі можна охарактеризувати як енергійний, впевнений, цілеспрямований, витончений, порівняно з солідними джентльменами початку і середини століття. Комірці «Angow collar» користувалися такою популярністю, що стали елементом і жіночих блуз.

Характер костюму розкритий не лише у модній ілюстрації, але й у живописних творах того часу. У 1872 р. французький живописець Едгар Дега вирішує відвідати родину брата та інших родичів в Америці, в Новому Орлеані. Через три місяці після приїзду він починає працювати над масштабним груповим портретом «Інтер’єр контори у Новому Орлеані», відомим також під назвою «Бавовняний ринок в Новому Орлеані» (1873) [2, 27].

Сам Дега так описував те, що зображував: «На ній біля п’ятнадцяти персон, які проявляють більший чи менший інтерес до столу, заваленому цінним матеріалом, а двоє чоловіків, один трохи нахилившись, а другий напівсидячи на столі, покупець і брокер, обговорюють зразок» [там само]. Художник відзначав, що в Новому Орлеані живуть задля бавовни і завдяки бавовні. Декілька фігур перевіряють якість бавовни, виставленої для продажу. Інші зайняті підрахунками або бухгалтерією, декілька з персонажів зосереджено спостерігають за тим, що відбувається у кімнаті. Е. Дега дає ненав’язливе, але глибоке тлумачення індивідуальності кожного з них, збагачене атрибутами характеру або професії. Чорні костюми контрастують з білизною пухнастої бавовни, сорочок і газети. Тут ми бачимо різноманітні його форми: брюки з жилетом і сорочкою, брюки з піджаком – так звану піджачну пару, один з персонажів вдягнений у сюртук. Кімната зображена з високої позиції, що забезпечує її повну панораму. Справа корзина для сміття, стіл з документами, на стіні – картини, далі – стійка. Створюється враження успішного підприємства.

Та обставина, що позували художнику його брати, які і є засновниками фірми з торгівлі бавовною (Дега побував там особисто), пояснює відображений на полотні реалізм і відверто сучасне зображення суспільного життя.

Риси космополітичної моди і салонного шик у яскраво відображено у полотнах живописця Джона Сингера Серджента (1856–1925), одного з найвідоміших портретистів, почесного члена Кембріджського, Йельського і Оксфордського університетів [11]. Значну частину свого життя він провів у США, також подовгу жив в Англії, подорожував іншими країнами Європи. В ефектних портретах американських магнатів та успішних ділових людей значну роль відігравав костюм.

1903 року Серджент написав портрет Теодора Рузвельта, президента Америки у період з 1901 по 1909 рр. З історії цього портрету, опублікованої на сайті Національної портретної галереї США, дізнаємось, що портрет надзвичайно сподобався президентові, який вважав цю роботу абсолютним успіхом художника [9]. Костюм першої особи країни складався з сюртука, жилета, сорочки і брюк, був виконаний на нюансах чорних та сірих кольорів (окрім со-

рочки – білого кольору). Президента зображено у неформальній позі, на сходах Білого Дому; передані його найбільш важливі, характерні риси: величезна внутрішня сила особистості, впевненість у собі.

Ще одна робота – парний портрет «Містер і місіс Фелпс Стокс» (1897) знайомить нас із повсякденним жіночим і чоловічим костюмом. Містер Стокс – американський архітектор, який брав активну участь у житлових реформах. Едіт була президентом Йоркської асоціації дитячих закладів [10]. Одяг молодих американців свідчить про те, що картина написана у теплу пору року. На чоловічкові костюм-трійка світло-оливкового кольору, доповнений краваткою-метеликом. Жіночий костюм у плечових елементах запозичує риси чоловічого: чорний жакет відрізняється лише жіночими рукавами-жигот, блуза сірого кольору створена по типу чоловічої сорочки, доповнюється також краваткою-метеликом. Спідниця, ймовірно з білого льону, з чорним поясом і складками по боках є практичною і зручною. Як бачимо, діловий практицизм стилю є притаманним і чоловічому і жіночому гардеробам.

Аналізуючи жіночий костюм, відзначимо також вплив мистецтва ілюстрації на розповсюдження модних тенденцій. Серед найбільш відомих ілюстраторів «золотої ери» в Америці виділяється ім'я Чарльза Дани Гібсона, з яким асоціюється мода на «дівчат Гібсона». Поява цих героїнь у 1890 р., після укладення контракту з журналом «Лайф», принесла художнику широку популярність. Прообразами послугували дружина – Ірен Ленгхорн, її сестра Ненсі Астор – перша жінка-парламентарій у британській палаті общин, а також натурниця Евелін Несбіт [12].

В ілюстрованій колекції робіт художника «Дівчина Гібсона й її Америка: кращі рисунки Чарльза Дани Гібсона» [8] представлено понад сто робіт пером, які демонструють дівчину у різноманітних ситуаціях: у спілкуванні, за читанням, на вечірках, ділових прийомах, спортивних заходах тощо. Дівчина Гібсона була стрункою, худорлявою, з вузькою талією; мала довгу шию, великі очі, жвавий вираз обличчя; її волосся було високо зачесаним й укладеним у зачіски «буфант», «помпадур», або «водоспад локонів». Вона була добре вихованою, врівноваженою і аристократичною. Костюм складався з англійської блузи з простої бавовняної тканини або з віскози та довгої спідниці з вільними складками, зібраною ззаду в турнюр.

Численна кількість зображень незалежних, красивих, модно вдягнених, відкритих, різнобічно розвинутих жінок, рівних за статусом чоловікам і разом з тим з яскраво вираженою жіночністю, визначали ідеал, американський стандарт жіночої краси протягом двадцяти років – до початку першої світової війни. Це видання є керівництвом стилю, в ньому немає двох однакових образів, але усі вони створюють єдину художньо-стильову репрезентацію.

Жінки намагалися бути схожими на «дівчат Гібсона»: окрім своїх обов'язкових занять, вони йшли на тенісний корт, на поле для гольфа, їздили на велосипеді й верхом, досягали незалежності у різних сферах життя. Ця популярність перейшла у так званий «Gibson style» (у стилі Гібсона друкувалися плакати, листівки, марки, реклама різноманітних товарів).

Отже, на межі XX–XIX століть Америка, як країна, що потужно розвивалася і стверджувалася, протиставляла свою могутність величі Європи. Окрім економічного світового лідерства, США стали центром комерційного мистецтва, рек-

ламної та видавничої індустрії, що визначило і стиль в костюмі у цей період. Чоловічий костюм втілював ділові та підприємницькі якості, успішність і престиж.

У зв'язку з розширенням прав і свобод жінки, залученням її до різноманітних видів праці, жіночий одяг мав свідчити про незалежність і претензію на сфери діяльності нарівні з чоловіками. Носіння спідниці й блузи стало надзвичайно модним. Цей наряд із двох деталей отримав назву «Gibson Girl» – дівчина Гібона – через популярність створених образів художником Ч.Д. Гібсоном.

Проаналізувавши стиль в одязі на межі ХХ–ХІХ століть, можна стверджувати, що формування ідентичності американської моди відбувається під впливом сукупності соціально-економічних, національних, професійних факторів.

Література

1.Блохина И.В. Всемирная история костюма, моды и стиля / И.В. Блохина. – Минск: Харвест, 2007. – 400 с.

2.Гругрой Д. Дега. Впечатления великого мастера / Д. Гругрой (пер. с англ. П. Мартинович, Н.Красюк). – Минск : Белфаксиздатгруп, 1998. – 144 с.

3.Лук'яненко О.В. Перехрестя стилів та епох: культура, побут та стиль життя населення країн Європи та Америки кінця ХІХ – початку ХХ століть: матеріали до лекц. та практ. занять / О.В. Лук'яненко. – Полтава : Друкарська майстерня, 2009. – 106 с.

4.Тіндалл Дж. Б. Історія Америки / Дж.Б. Тіндалл, Д.Е. Шай (пер. с англ. Л. Притула, Г. Сташків, О. Щур). – Львів : Літопис, 2010. – 904 с.

5.Jean L. Druesedow. Men`s fashion illustrations from the turn of the century/ Jean L. Druesedow, J. Mitchell Co. – Dover, 1990. – 103 p.

6.Laurence S. Cutler. JC Leyendecker: American Imagist/ Laurence S. Cutler. – 256 p.

7.[Susan E. Meyer](#). America's great illustrators/ [Susan E. Meyer](#). – Н. N. Abrams, 1978. – 311 p.

8.The Gibson Girl and Her America: The Best Drawings of Charles Dana Gibson. – Dover Publications, 2010. –160 p.

9.Icon the American Century. Rough Rider in the White House, 1901-1909 [Електронний ресурс]: National Portrait Gallery. Teddy Roosevelt/ Режим доступу до сайту: <http://www.npg.si.edu/exh/roosevelt/whtr.htm>

10. Mr. and Mrs. I. N. Phelps Stokes. John Singer Sargent (American, Florence 1856–1925 London) [Електронний ресурс]: The Metropolitan Museum of art. [American Paintings and Sculpture](#) / – Режим доступу до сайту: <http://www.metmuseum.org/toah/works-of-art>

11. John Singer Sargent (1856–1925) [Електронний ресурс]: The Metropolitan Museum of art. American Art. Nineteenth Century / – Режим доступу до сайту: <http://www.metmuseum.org/toah/works-of-art>

12. Charles Dana Gibson [Електронний ресурс]: The Illustrators / – Режим доступу до сайту: <http://www.illustration-art-solutions.com/charles-dana-gibson.html>