

## Владислава Москалець

### Роль косметичних практик у формуванні образу «нової жінки» в 1920-х роках у Галичині

*У статті проаналізовано поширення практики макіяжу у 1920-х роках у Галичині. Визначено основні причини та шляхи популяризації звички і з'ясовано норми вживання косметики та її ролі у модернізації жінок.*

*The spread of the makeup practice of in the 1920es Galicia is analyzed in the article. The main reasons and ways of popularization of this habit is pointed out, the norms of cosmetic use and its role in the modernization of women are identified.*

Дослідження тілесності у соціальному та історичному вимірі є важливим елементом в студіях, які стосуються повсякдення. Історія тілесності пропонує широкий вибір проблем та питань, з яких, безперечно, найцікавішими будуть ті, що характеризуються зміною поглядів на тіло, адже саме в цих ситуаціях найяскравіше проступає суспільне значення даного аспекту. Саме такою зміною стала широка популярність косметики та макіяжу в період після I Світової війни. Важливо зауважити, що основні праці на цю тему стосуються здебільшого Америки (Кеті Пайс [21]) або Західної Європи (Едіт Снук [25, с. 10–33]), в той час як поширення практик макіяжу на українських теренах практично не досліджене і становить цікавий та багатий базис для розвідок.

Межа, коли макіяж знову входить у моду, досить чітка – це початок 1920-х років, втім у Галичині процес розповсюдження нової моди трохи затримався. Перші згадки про популярність макіяжу у галицькій пресі стосуються 1926 року. Саме тоді журнал «Жіночий світ» публікує ряд статей з рекомендаціями щодо «мистецького ретушування обличчя», втім не до кінця схвалюючи нової звички [9, с. 428]. Більш ліберальний журнал «Сучасна жінка» в 1927 році публікує статтю «Косметичний екіпунок», в якій перелічує необхідний вміст косметички сучасної жінки [8, с. 3]. З тону тексту видається, що засобами макіяжу користуються уже всі, однак стаття спровокувала дискусію на сторінках журналу. Противники макіяжу наполягають на штучності звички вживання макіяжу, її залежності від найгірших західних зразків, та називають пережитком минулого, що пасує лише до корсету та перуки [7, с. 3]. Прихильники декоративної косметики натомість звинувачують критиків у лицемірстві, зазначаючи, що оскільки жінки роблять себе красивішими за допомогою зачіски та одягу, то у вживанні помади та пудри також немає нічого поганого [18, с. 6].

В 1929 році, схоже, дискусії, принаймні на сторінках часописів, припинилися, що спів-

падає з поширенням реклами засобів косметики у пресі. Саме з 1928–1929 у майже кожному номері публікують реклами пудр Маліновського чотирьох відтінків [27, с. 109]. В основному з 1929 року починають пропонувати послуги з фарбування волосся перукарні Р. Пуртцля [28, с. 13] та косметичний інститут А.Превендера [29, с. 62]. Це були достатньо респектабельні установи, які розміщувалися в центрі міста і пропозиція нових послуг свідчить про те, що фарбування волосся перестає бути маргінальною практикою. До цього часу фарбування волосся у журнальних порадах, якщо й не забороняли, то принаймні рекомендували не застосовувати, посилаючись на відсутність якісних засобів [32, с. 24]. Візуальні джерела з 1929 року також демонструють остаточну заміну ідеалу краси та поширення типажу жінки з макіяжем на обличчі. Загалом, можна припустити, що нормалізація вживання декоративної косметики та перетворення його на респектабельну звичку в Галичині відбувається ближче до кінця 1920-х років, коли навіть консервативніші журнали починають давати поради щодо макіяжу, а перукарні та косметичні салони починають пропонувати своїм клієнтам макіяж та фарбування волосся [11, с. 19].

Мода на одяг, зачіски та інші модифікації зовнішності не виникла у Галичині, а приходила ззовні [1, с.158]. Традиційним джерелом найновіших модних тенденцій був Париж, звідки у польськомовні та україномовні модні журнали потрапляють зразки одягу та зачісок. Модні журнали часто публікують статті у формі «Листів з Парижа», де рекомендують фасони, популярні в тому чи іншому сезоні. Однак у 1920-х з'являється альтернатива джерела доброго смаку та стилю життя – це США. Журнали прямо не пропонують американських зразків одягу, натомість пишуть про свободу і самодостатність американської жінки, яка працює, має власні гроші, займається спортом і ні від кого не залежить [30, с. 5].

Причини та шляхи популяризації вживання

макіяжу також краще виводити з прикладу американського суспільства, адже саме там зародилася ця звичка. Перш за все важливу роль у цьому відіграло таке глобальне явище, як I Світова війна (в якій, зазвичай, варто шукати причини змін у 1920-х роках). Саме під час і після війни зростає кількість працюючих жінок [3, с. 80]. Це призводило до двох наслідків. По-перше, у жінок з'являлися власні гроші, які можна було витратити на вдосконалення власної зовнішності. По-друге, відбувається виведення жінок за межі приватного простору, що стимулює бажання саморепрезентації. Втім, безумовно, фінансова спроможність лише уможливила купівлю засобів для макіяжу, а не була основною причиною. Тим не менше, деякі автори жіночих журналів пояснюють зростання попиту на косметику та фарбування зростанням кількості працюючих жінок, яким необхідно молодого виглядати через страх втратити роботу: *«Донедавна фарбування волосся було ознакою пороженості жінки, кокетерії, бажання подобатися. Зараз все інакше. До лікаря-косметика звертаються працюючі жінки, щиро віддані своїм обов'язкам, звертаються з метою зберегти роботу, а не кокетування»* [14, с. 3].

Джерелом, яке давало інформацію про еталони зовнішності, демонструвало зразки одягу та косметики і стало доступним для різноманітних верств населення, було кіно. Його популярність у 1920-х роках у Львові дуже зростає і саме відвідування кінотеатру перетворюється на новий вид розваг, що наздоганяє за значенням театр. У 1920-х роках у Львові діяло близько 20-ти кінотеатрів, найбільшими та найвідомішими серед яких були «Аполлон», «Лев», «Копернік», «Марисенька» [13, с. 237]. Важливим було також те, що кіно, як новий вид мистецтва, було достатньо демократичним і збирало представників різних суспільних груп. Окрім того кіно і театр впливали на формування ідеалів краси опосередковано, через публікації статей та фотографій у журналах.

Автори жіночих журналів ставилися до моди на макіяж з обережністю, і роль їх у розповсюдженні макіяжу в перший період радше стримуюча, аніж стимулююча. Важливість суспільної думки та бажання дотримуватися традиційних цінностей переважають впливи модернізації. Ядвіга Мозоловська, авторка колонки з косметичними порадами у журналі «Сучасна жінка», пише, що мода на макіяж поширилася настільки, що важко про неї не писати. Хоча вона сама є його противницею, але вважає, «якщо зло неминуче, треба хоча б застосовувати його вміло»

[17, с. 3]. Така обережність трохи суперечить твердженню Жілія Ліповецького про те, що жіночі журнали у міжвоєнний період заохочували жінок до користування макіяжем та косметикою [2, с. 228]. Очевидно, що у Галичині діяли трохи інші механізми популяризації нових практик, а журнали займали поміркованішу позицію. Однак вони все ж намагаються грати роль референтної групи, рекомендуючи певні норми використання макіяжу і претендуючи на право визначати межі та правила цієї звички.

Для того, щоб зрозуміти цей механізм, важливо глянути, хто та за яких умов міг використовувати макіяж, адже його прийнятність в тих чи інших сферах та ситуаціях дозволяє побачити глибину змін. Перш за все журнали рекомендують старшим жінкам утримуватися від надмірної кількості макіяжу і вживати його дуже обережно, а дівчатам, «які щойно закінчили пансіон», не радять використовувати взагалі [24, с. 435]. Таким чином декоративна косметика залишається привілеєм жінок середнього віку та молодих. «Нова жінка» безперечно має бути молодого, щоб мати сили для занять спортом і роботи, збереження юного вигляду перетворюється на основне завдання різних практик [23, с. 95].

Обмеження стосуються і певних професій, зокрема не радять вживати багато макіяжу жінкам, що працюють на когось, наводячи як приклад стенографісток та касирок, оскільки вони можуть стати жертвами «прикрих помилок». Неприпустимим його вживання є для вчительок, медсестер чи лікарок, оскільки їхні заняття є надто поважними [24, с. 435]. Як бачимо, дозволеність вживання макіяжу залежала від соціального статусу жінки. Дівчата непроститих професій чи не дуже багаті мали остерігатися, щоб їх не переплутали з особами легкої поведінки, натомість жінок середнього класу оберігало їх становище. З іншого боку, макіяж завдяки своїй популярності стирає класові різниці і давав можливість переплутати жінку з вищих прошарків суспільства із простою робітницею, або, з точки зору борців за суспільну мораль – порядну сімейну жінку з повією [26, с. 26].

Якщо коротко охарактеризувати місце, де доречний макіяж, то це здебільшого буде публічний простір, адже саме там тіло у повній мірі набувало своєї репрезентативної функції і ставало об'єктом соціальних відносин. Можна його вживати під час візиту, на балу, та навіть (з врахуванням вищезгаданих обмежень щодо професій) на роботі [24, с. 435]. Найбільше актуальний макіяж у місцях дозвілля, доступ куди

жінкам тепер не так строго регламентований, як у довоєнну епоху, коли останні перебували під строгим суспільним контролем [5, с. 325]. Власне, часом макіяж там просто необхідний, як видно з наступної статті: *«Уста мусять бути намальовані, очі підчорнені! Чи можна уявити собі природне обличчя при звуках джез-бенду, у вирі черлестону, серед диму тютюну та випарів алкоголю? Нині «не випадає» входити до товариства чи каварні бодай не напудрованою, коли не «підкрашеною трохи»* [4, с. 8]. Жінки з короткими зачісками і макіяжем стають важливим візуальним елементом нового урбаністичного середовища.

Якщо спробувати визначити групу, яка першою популяризувала і узаконила вживання макіяжу, то відразу виникає асоціація з «флапперами» (у польському варіанті – «гарсонками»), які в масовій свідомості часто сприймаються як квінтесенція жінки 1920-років. «Флаппери», образ яких став архетипічним, були молодими жінками, що в основному розважалися та шокували громадськість неприйнятною поведінкою (курили, танцювали чарльстон, танго та інші нові танці, вдягали короткі сукні, вживали макіяж) [20]. Цікаво, що у Центрально-Східній Європі модель американської «гарсонки» частково втрачає свій негативний відтінок, як жінка, що лише розважається та витрачає гроші і час: *«Елегантність, виплекана на столітній традиції, м'якість і химерний шарм старого світу поєдналися зі здоровою, трохи брутальною, але свіжою американською простотою. З цього шлюбу народилася дитина, повна екзотичної чарівності. Називається вона гарсонкою»* [33, с. 14].

Варто зауважити, що гарсонки були не єдиним з ідеальних типажів жінок 1920-х років. Кінематограф популяризував також модель *femme-fatale* – жінки, яка руйнує долі інших людей, що на екрані з'являється вперше в 1915 році. Найвідомішими втіленнями фатальної жінки були акторки Теда Бара та Пола Негрі. Однак *femme fatale*, не зважаючи на те, що типаж був популярним у кіно до 1950-х років, не вдалося ввести моди на специфічний стиль чи навіть популяризувати макіяж в ранніх 1920-х. Ще одним популярним у Польщі і більш схвалюваним суспільством був образ спортивної жінки. Жінка-спортсменка, яку тепер часто зображають на обкладинках з тенісною ракеткою та у спеціальному одязі, стає черговим ідеальним типажем, моделлю для імітування, хай лише й у візуальному плані.

В сучасному міфі про 20-ті роки саме гарсонки стали уособленням «нової жінки» – емансипо-

ваної, сміливої, руйнівниці суспільних норм, яка бореться за власні права, не забуваючи при цьому розважатися [12, с. 7]. Втім не для всіх емансипанток вони означали саме це. У одній зі статей, де описуються типажі дівчат-студенток, згадують «напівгарсонку», яка не займається нічим серйозним окрім кіно, танців, та кавалерів, а тому з нудьги вирішує йти вчитися [31, с. 5]. Відповідно макіяж, як один з атрибутів гарсонок, сприймався по-різному, залежно від ситуації – схвально, якщо він є передумовою для отримання та збереження роботи, але критично, якщо метою макіяжу є «прикрашання себе».

Штучність ідеалу краси поєднувалася з одночасним культом здоров'я і захопленням спортом. Це можна пояснити зростаючим культом тілесності, що призводить до виникнення двох варіантів «нової жінки» – спортсменки та гарсонки, описи яких можна знайти у текстах сучасників. Доктор Я. Мікуловський у статті католицького журналу «Віра і життя» в 1926 році пише про те, що всі сучасні звичаї зосередилися довкола культу тіла. Виразником цього є гарсонки та «чемпіони», тобто жінки, які націлені на споживання, і жінки, які займаються спортом [16, с. 139].

Якщо порівнювати з довоєнним періодом, можна помітити кардинальну зміну в уявленні про зовнішність. До війни обличчя мало виглядати природньо, з мінімумом косметики, натомість одяг був незручним, складним до носіння і вимагав багато формальностей щодо довжини та форми. У міжвоєнний період одяг спрощується, вкорочується, стає більш зручним та менш формальним, так само стає короткою зачіска. Натомість, штучність і набір формальностей переходять на тіло, що виявляється у макіяжі, гігієнічній косметичці, культурі спорту. В такому разі можна піддати сумніву неформалізацію моди, адже необхідність слідкувати за зовнішністю та тілом накладає на жінку нові обов'язки та нові обмеження. Одна з читачок у листі до журналу з розпачем пише про це: *«Ще ніколи бути жінкою не було так втомливо як зараз! Скажіть, скільки часу та зусиль повинна витратити сучасна дама, щоб вийти на вулицю молодою, худю та гарною!»* [15, с. 21]. Всі ці зусилля були спрямовані на конструювання своєї особистості через тіло, і макіяж є найяскравішим підтвердженням цієї тези. Згідно з теоріями постструктуралістів декоративна косметика не маскує внутрішнього «я», а витворює його заново [19, с. 63]. Це «я» тепер, більше, ніж будь-коли, починає асоціюватися з тілесністю і виявити його можна і потрібно було саме через зовнішність.

1. *Голик Р.* «Місто Лева» і «серце баяра»: образ міста й щоденне життя львів'ян між двома світовими війнами / Р. Голик // *Історія Львова: У 3 томах / Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України; ред. Я. Ісаєвич, М. Литвин, Ф. Стеблій.* –Т.3.– Львів: Центр Європи, 2007.– С. С. 149–162. 2. *Липовецкий Ж.* Третья женщина / Жиль Липовецкий.– Санкт–Петербург: Алетейя, 2003.– 512 с. 3. *Паке Д.* История красоты / Д. Паке. – Москва: Астрель; АСТ, 2003.– 128 с. 4. *Парфанович С.* Гієна краси / С. Парфанович // *Нова хата: Двотижневий журнал для плекання домашньої культури (Львів).* – 1928. – № 3. – С.8. 5. *Середа О.* Масові урочистості та міський публічний простір. Щоденне життя / О. Середа // *Історія Львова: У 3 томах / Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України; ред. Я. Ісаєвич, М. Литвин, Ф. Стеблій.* –Т.2.– Львів: Центр Європи, 2007.– С. 301–333. 6. *Alberti K.* Nie wolno zabijac iluzji//*Swiat Kobiety Record: czasopismo po?wi?cone modzie i sprawom kobiecym (Lwow).* – 1925. – № 2.– S.42 7. *Bielanska K.* Twarz czy maska//*Kobieta Wspolczesna. Ilustrowany tygodnik spoleczno-literacki (Warszawa).* – 1927. – № 24, dod.– S.3 8. *Dr.M.Ekwipunek* kosmetyczny//*Kobieta Wspolczesna. Ilustrowany tygodnik spoleczno-literacki.* –Warszawa, 1927.– nr 20, dod.– S.3 9. *Efeb.* Retusz artystyczny twarzy//*Swiat Kobiety Record: czasopismo poswiecone modzie i sprawom kobiecym (Lwow).* – 1926. – № 22.– S.428 10. *Huebner K.* Eroticism, identity, and cultural context: Toyen and the Prague avant-garde.– University of Pittsburgh, 2008. – 439 p. 11. *Kobieta Wspolczesna. Ilustrowany tygodnik spoleczno-literacki.* – Warszawa – 1928.– № 14.–S.19 12. *Latham A.J.* Posing a Threat: Flappers, Chorus Girls, and Other Brazen Performers of the American 1920s.– Wesleyan University Press, 2000.– 203 p. 13. *Lwowskie Kinoteatry//Almanach Lwowski «Ateneum»(Lwow), 1927/1928.– S.235–240 14. M.Jadwiga.* O farbowaniu wlosow//*Kobieta Wspolczesna. Ilustrowany tygodnik spoleczno-literacki.* –Warszawa – 1928. – № 5, dod.– S.3 15. *M.List z Paryza//Bluszcz (Warszawa).* – 1928. – № 26.– S.21 16. *Mikulowski J..* O obyczajowosci wspolczesnej// *Wiara i Zycie (Krakow).* – 1927. – S.139 17. *Mozolowska J.* Roze i szminki// *Kobieta Wspolczesna. Ilustrowany tygodnik spoleczno-literacki.* –Warszawa – 1928. – nr 10, dod.– S.3 18. *N.K.Malowac sie czy sie nie malowac //Kobieta Wspolczesna. Ilustrowany tygodnik spoleczno-literacki.* –Warszawa– 1927.– № 27, dod.– S.6 19. *Negrin L.* Appearance and Identity. Appearance and identity: fashioning the body in postmodernity. – Palgrave Macmillan, 2008.– 200 p. 20. *Oxford Dictionary* //http://oxforddictionaries.com/view/entry/m\_en\_gb0301110#m\_en\_gb0301110 21. *Peiss K.* Hope in a Jar: The Making of America's Beauty Culture.– New York: Metropolitan Books, 1998.–334 p. 22. *Prost A.* The family and the individual// *History of Private life, Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press, 1987.– Vol.5.– pp. 51–103 23. Prost A.* The family and the individual// *History of Private life, Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press, 1987.– Vol.5.– pp.51–103 24. Slawik-Lubinska J.* Czy nalezy sie malowac//*Swiat Kobiety Record: czasopismo poswiecone modzie i sprawom kobiecym (Lwow).* – 1929. – № 19, S.435 25. *Snook E.* «The Beautifying Part of Physic»: Women's Cosmetic Practices in Early Modern England// *Journal of Women's History.– Volume 20, Number 3. – 2008. – pp. 10–33* //http://muse.jhu.edu/journals/jowh/summary/v020/20.3.snook.html 26. *Soland B.* Becoming modern: young women and the reconstruction of womanhood in the 1920s.– Princeton University Press, 2000 – 249 p. 27. *Swiat Kobiety Record: czasopismo poswiecone modzie i sprawom kobiecym (Lwow).* – 1929.– № 5.– S.109 28. *Swiat Kobiety Record: czasopismo poswiecone modzie i sprawom kobiecym (Lwow).*– 1929.– № 1.– S.13 29. *Swiat Kobiety Record: czasopismo poswiecone modzie i sprawom kobiecym (Lwow).*– 1929.– № 3– S.62 30. *Szpyrkowna M.H.* Kobieta z kraju przygody//*Bluszcz (Warszawa).* – 1927. – № 15.– S.5–6 31. *Walewska C.* Zrozniczowanie sie typu kobiecego po wojnie. Studentki nasze – najstarsze i najmłodsze//*Bluszcz (Warszawa).* – 1927. – № 9.– S.4–6 32. *Z dziedziny kosmetyki//Bluszcz. (Warszawa).* – 1927. – № 8.– S.24 33. *Zahorska S.* Obrazy z historii mody//*Bluszcz (Warszawa).* – 1927. – № 33.–S.14