

Эмили Брейшоу

(Emily Brayshaw) — преподаватель и почетный научный сотрудник Сиднейского технологического университета, художник по костюмам. Область ее научных интересов — мода, текстиль, дизайн костюмов и связанные с одеждой практики в период с 1890 по 1930 год, Первая мировая война, экологичная мода и эстетика китча.
brayshaw@uts.edu.au

Когда костюм ведет себя плохо:

бедность, болезнь и отвращение в нью-йоркском водевиле начала XX века

Аннотация

Бродвейская сцена и американский водевиль начала XX века могли похвастаться множеством успешных артистов, художников по костюмам, продюсеров и режиссеров, понимавших, что роскошные костюмы важны для успеха постановки, потому что дополняют сюжет и укрепляют личный бренд артиста. Костюмы и сами были «актерами», которые играли свою роль при посредстве тела актрисы и отражали особенности породившего их социального, культурного и экономического ландшафта, рассказывая истории о скандалах, сумасбродствах и славе, столь любимые публикой. Однако порой бродвейские и водевильные костюмы не слушались создателей, вели

Статья впервые
опубликована
в журнале
Fashion Theory:
The Journal of Dress,
Body & Culture
(2022. Vol. 26.6)



себя не так, как было задумано, и рассказывали публике истории, отклоняющиеся от сюжета постановки и привлекающие внимание к социальным проблемам, о которых зрители стремились забыть в театре. В этой статье с опорой на теории, в которых рассматривается агентность костюма и семантика ткани, проанализированы свидетельства начала XX века о «плохом поведении» костюмов и показано, что костюмы, вызывавшие возмущение театральных критиков и публики своей отвратительностью, отражали классово маркированный страх перед бедностью и болезнью.

Ключевые слова

Мода, костюм, водевиль, Бродвей, агентность, отвращение

В водевилях и на бродвейской сцене начала XX века зрителей особенно привлекала роскошная демонстрация последних модных тенденций. Поэтому критики, писавшие для таких театральных изданий, как *Variety*, оказывали огромное влияние на выбор костюмов для водевильных постановок, ведь их мнение могло стать причиной успеха или провала (Schweitzer 2009). Например, Анна Марбл (1881–1946), пресс-секретарь и автор еженедельной колонки моды и сплетен в журнале *Variety*, принадлежала к «одной из старейших театральных семей в Соединенных Штатах... и будучи пресс-секретарем основанного Хаммерштейном театра „Виктория“... сделала его одним из самых популярных водевильных театров в стране», прежде чем уйти на пенсию в 1910 году (Анон. 1946). С 1909 года колонку «Женщины в варьете» стала вести преемница Марбл, Харриет (Хетти) Силверман (1875–1975), которая писала под псевдонимом Юбка (*The Skirt*) и была замужем за Саймом Силверманом (1873–1933), издателем *Variety*. Обе женщины в этой колонке «подробно описывали и критиковали одежду, в которой выходили на сцену актрисы водевиля», что помогало поддерживать стандарты сценического костюма на высоком уровне (Ibid.: 113). Марбл и Юбка щедро осыпали похвалами актрис, выступавших в красивых дорогих нарядах, другим же советовали «выбирать для своих костюмов другие цвета, тратить на гардероб больше денег или отказаться от устаревших и неуместных фасонов» (Ibid.). При этом Марбл и Юбка с насмешкой отзывались о тех, кто выступал в изношенных, старых, плохо сидевших на фигуре или засаленных платьях, а также в безвкусных костюмах, как видно из следующей рецензии: «Все девушки в „Загородном клубе“, по-видимому, новенькие, а вся их одежда старенькая. Очень грязные платья, даже неприятно смотреть» (*The Skirt* 1910a). Если критики в пух и прах разносили костюмы

артистов, публика могла решить, что идти на эту постановку не стоит, и представление убрали из репертуара.

Мелисса Тримингэм называет эмоциональную и телесную реакцию публики на облик и материальные характеристики костюмов «кинетической эмпатией» (Тримингэм 2022: 109). Костюмы повторяют движения актеров и на эмоциональном и сенсорном уровне передают впечатления, обогащающие фабулу постановки. Кинетическая эмпатия, наделяющая костюм агентностью, восходит и к существующему в культуре пониманию «семантики ткани», то есть коммуникативных качеств текстиля, включая цвет, фактуру, социальные, исторические и культурные значения, направляющие «порождение смыслов и обмен ими между тем, кто работает с тканью, и зрителем» (Andrew 2008: 1). Отчасти именно поэтому костюмы вызывают у зрителя «внутренний отклик» (Тримингэм 2022: 130). Скажем, бархат на телесном уровне вызывает у нас желание, потому что мягкая, нежная фактура приятна на ощупь, а мерцание его матовой поверхности приковывает взгляд; исторически же бархат в моде и сценических костюмах ассоциируется с шармом, роскошью и богатством. Успешные актрисы начала XX века, в том числе Анна Хелд (1872–1918) и Ева Тангуэй (1878–1947), прозванная «королевой водевиля», сознавали агентность своих костюмов. Они выбирали и покупали для сцены дорогие, роскошные костюмы и старались действовать с ними «заодно», приручая их материальные качества, кинетическую эмпатию и символизм, чтобы добиться славы (Brayshaw 2014: 2019). Благодаря публике и массмедиа влияние водевильных костюмов распространялось, подобно выюнку, со сцены на социальные, культурные и экономические ландшафты Америки начала XX века, а авторы таких колонок, как «Женщины в варьете», давали оценку хорошему или плохому «поведению» сценических костюмов, в значительной мере влияя на критерии выбора одежды для водевильных постановок.

Многие актрисы на вторых ролях и хористки не всегда могли позволить себе самостоятельно выбирать костюмы и платить за них, хотя так и было принято (Erdman 2012: 55). Им приходилось довольствоваться тем, что имелось в костюмерной театра, а поскольку из-за скромных бюджетов театральные костюмы нередко использовали по много раз или приспособляли к разным постановкам, они хранили следы тел, которые прежде облакали. Например, в 1909 году колумнистка журнала *Variety* отметила «роскошные костюмы» в постановке «Красотки Жирного вторника» (*Mardi Gras Beauties*): «Только один костюм выглядит так, будто его уже носили» (*The Skirt* 1909a). Случалось, что повторно используемые и плохо скроенные костюмы

выходили из-под контроля, вели себя непредсказуемо и транслировали совсем не те смыслы, какие вкладывали в них актеры и какие отвечали сюжету постановки. В статье я покажу, что журнал Variety так едко критиковал потрепанные, грязные платья и плохо выкрашенные костюмы не только потому, что они разочаровывали публику, рассчитывавшую увидеть на сцене последнюю моду, но и потому, что они вызывали у зрителей совершенно не те ощущения. Вместо того чтобы подстегивать воображение и доставлять наслаждение, такие костюмы, как в «Загородном клубе» (The Country Club), вызывали и у публики, и у критиков отвращение, потому что напоминали о широко распространенных социальных проблемах и предрассудках эпохи, отождествлявшей бедность с грязью и с заразными смертельными болезнями. **Продолжение и иллюстрации в печатной версии.**