

DOI: 10.31857/S013038640013377-2

© 2021 г. Р.А. КОНДРАШУК

ЧАРЫ КЛЕОПАТРЫ: ИДЕАЛ АНТИЧНОЙ КРАСОТЫ НА СТРАНИЦАХ АМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЫ РУБЕЖА XIX и XX веков

Кондрашук Руслан Андреевич — магистр исторических наук, аспирант Аспирантской школы по историческим наукам Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва, Россия).

E-mail: RuslanKondrashuk1992@gmail.com

Researcher ID: ABB-3319-2020

Аннотация. Рубеж XIX и XX вв. оказался временем значительных социально-экономических изменений в жизни американского общества. Одним из основных следствий этих процессов стало постепенное переосмысление положения женщины в обществе, что привело и к серьезному пересмотру стандартов красоты, активное участие в котором принимали теперь и сами женщины. В это же самое время рынок крупных городов активно насыщался предложением всевозможных товаров и услуг, обещавших обретение внешней привлекательности. Важной платформой, предоставившей место как для дискуссий, так и для маркетинга, стала активно развивающаяся массовая печать, пришедшая на смену прежней партийной прессе. Жившие за счет доходов с рекламы, массовые издания начали активно обращаться к женской аудитории. Авторы полемических статей и рекламных объявлений использовали множество различных доводов, чтобы повлиять на своих читательниц. В числе прочего журналисты обращались и к наследию античности. Знания о классической древности, обращение к которым было принято в старых изданиях, по-прежнему сохраняли свой высокий статус. На основании материалов американской массовой печати рубежа XIX и XX вв. в статье демонстрируется, как образы античного прошлого, особенно женщин греко-римского мира (Аспасии, Клеопатры), использовались для продвижения практик ухода за собой, а также в рекламе определенных товаров и услуг. Это позволяет понять, к каким риторическим стратегиям прибегали сторонники и противники различных черт образа жизни «новой женщины», и какое место в их аргументации играло обращение к примерам из прошлого.

Ключевые слова: история США, гендерная история, индустрия красоты, массовая печать, рецепция античности.

R.A. Kondrashuk

Cleopatra's Charms: The Ancient Beau Ideal in American Press at the Turn of the 19th and 20th centuries

Ruslan Kondrashuk, Higher School of Economics (Moscow, Russia).

E-mail: RuslanKondrashuk1992@gmail.com

Researcher ID: ABB-3319-2020

Abstract. The turn of the 19th and 20th centuries became an era of crucial socio-economic changes for the United States. One of the main consequences of these processes was a gradual rethinking of the position of women in society, which led to a serious revision of beauty standards, in which women themselves now took an active part. At the same time, the markets of large cities was actively saturated with

the offer of all kinds of goods and services that promised to gain external attractiveness. An important platform that provided space for both discussion and marketing was the rapidly developing mass media, which replaced the former party press. Living at the expense of revenues from advertising, the mass periodicals began to actively appeal to their female audience. The authors of polemic articles and advertisements used different arguments to convince the new readership. Quite often, the journalists turned to the legacy of Antiquity, which still preserved its high status. Based on the materials of mass periodicals of large American cities at the turn of the 19th and 20th centuries, this article shows how journalists used ancient history to promote self-care practices and advertise certain goods and services. It helps to appreciate rhetorical strategies employed by supporters and opponents of various features of the new woman's lifestyle and the place historical analogies occupied in their argumentation.

Keywords: American history, gender history, beauty industry, mass media, reception of classical antiquity.

Представления о женской красоте и ее идеал постоянно менялись на протяжении всей человеческой истории, однако стремление добиться привлекательности никогда не ослабевало. Долгое время секреты женских чар передавались из уст в уста и ограничивались узким кругом семей и небольших социальных групп. Масштабные социально-экономические изменения в американском обществе конца XIX в. повлекли за собой не просто пересмотр представлений о красоте, но и образование огромного рынка товаров и услуг для ее достижения. Одновременно происходило переосмысление положения самой женщины в обществе. Процесс эмансипации привел не только к освобождению от множества традиционных правил и установок, но и к необходимости создания новых. Обретая все больше самостоятельности, женщины уже не хотели слепо следовать принятым стандартам красоты и стали претендовать на то, чтобы быть равноправными участниками процесса их конструирования¹. Таким образом, началась «демократизация красоты»², которая вписалась в общую тенденцию приобщения как можно большего числа граждан к тем возможностям, которые раньше были доступны единицам³.

Среди тех ценностей, что открылись для большинства американцев, оказались и знания об античности. Долгое время они оставались маркером белого мужчины из высших слоев общества. Даже девушек из почтенных фамилий ограничивали в стремлении овладеть древнегреческим и латынью⁴. К концу XIX в. они все-таки добились права изучать классические дисциплины наравне с мужчинами. В это время распространяется убеждение о том, что новая женщина должна быть образованной⁵. Конечно, далеко не все шли учиться в колледж, но для получения общих знаний этого и не требовалось. Дамы из обеспеченных семей собирались в литературные кружки, на которых помогали друг другу просвещаться⁶, приобщаясь среди прочего к наследию Древней Греции и Рима⁷. Цель таких клубов состояла не только в приятном времяпрепровождении; обращаясь к прошлому, женщины хотели лучше разбираться в настоящем. Примеры из истории

¹ *Blanchard M.W.* Boundaries and the Victorian Body: Aesthetic Fashion in Gilded Age America // *The American Historical Review*. Vol. 100. № 1. 1995. P. 22.

² *Schweitzer M.* "The Mad Search for Beauty": Actresses' Testimonials, the Cosmetics Industry, and the "Democratization of Beauty" // *The Journal of the Gilded Age and Progressive Era*. Vol. 4. № 3. 2005. P. 255–292.

³ *Boorstin D.* *The Americans: The Democratic Experience*. New York, 1974. Passim.

⁴ *Fowler R.* "On Not Knowing Greek": The Classics and the Woman of Letters // *Classical Journal*. Vol. 78. № 4. 1983. P. 337–340; *Winterer C.* Victorian Antigone: Classicism and Women's Education in America, 1840–1900 // *American Quarterly*. Vol. 53. № 1. 2001. P. 73.

⁵ *Spring J.* *Educating the Consumer-Citizen: A History of the Marriage of Schools, Advertising, and Media*. Mahwah, 2003. P. 28–40.

⁶ *Shannon L.E.* *Monuments to the "New Woman": Public Art and Female Image-Building in America, 1876–1940*. Iowa City, 2013. P. 8–10.

⁷ См., например: *The Chautauqua Circles* // *The Seattle Post-Intelligencer*. 11.XII.1893. P. 3; *Colorado Daily Chieftain*. 1.I.1901. P. 28; *County and Vicinity* // *Wyoming County Times*. 20.II.1902. P. 8.

становились образцом для сравнений и источником аргументации в их дискуссиях о важных проблемах современности.

Интерес к античности постепенно распространился среди менее зажиточных слоев населения и был усвоен американками из нарождавшегося среднего класса вместе с другими особенностями культуры более состоятельных женщин. Важнейшую роль в этом процессе сыграла массовая печать, задача которой состояла не просто в передаче информации, но в формировании городской культуры с ее непривычным ритмом жизни и новыми социальными нормами⁸. До конца XIX в. большинство газет были партийными и содержались за счет средств политических организаций, доход периодических изданий не очень зависел от тиражей, а содержание выпусков концентрировалось на обсуждении важнейших вопросов политической повестки дня. Однако в растущих городах для прессы появился новый источник финансирования — реклама. Основным читателем газет теперь оказался не избиратель, как это было ранее, а покупатель⁹. С этого времени периодические издания начали рассматривать женщин как свою потенциальную аудиторию и менять наполнение выпусков для их привлечения. Весомую часть печатных материалов составляли дискуссии на тему образа «новой женщины» и ее положения в меняющемся обществе. Обсуждение стандартов красоты и способов ее обретения стало не просто вопросом о внешности, но о том, какой должна быть женщина и на что она имеет право. Так или иначе, к этой теме обращались и в серьезных полемических статьях, и в рекламных объявлениях всевозможных средств достижения заветной привлекательности.

В заметках, посвященных этим вопросам, встречалось множество упоминаний об античности, что объясняется как интересом самих читателей, так и доступностью информации о Древней Греции и Риме, в первую очередь широко распространенных классических текстов и литературы об античности. Кроме того, в печати часто использовали отрывки из популярных лекций и речей общественных деятелей, которые нередко прибегали к ссылкам на примеры из истории. Особенно популярные статьи многократно перепечатывались газетами всей страны. Впрочем, не обходилось и без сомнительной информации, вроде заметки о том, будто римские женщины имели моду отпускать пышные бороды, с чем якобы боролся даже сам Цицерон¹⁰.

В историографии весьма популярно изучение восприятия античного наследия в массовой культуре, но к прессе исследователи рецепции античности обращаются лишь эпизодически. Между тем интерес представляют не только особенности обращения к опыту прошлого в эпоху формирования массового общества, но и то, как он использовался в дискуссиях по поводу складывавшихся черт новой эпохи. В том числе, по вопросу о положении женщины в обществе, которое начало серьезно меняться в конце XIX в., что выражалось как в борьбе за право голоса, так и в вопросе о том, каким должен стать уклад жизни «новой женщины». В предлагаемой статье рассматривается обращение к истории античности в дискуссиях о различных способах обретения привлекательности: использовании косметики, применении лекарственных средств, ношении корсета, а также занятий спортом.

Конец XIX в. стал временем активного развития индустрии косметических средств. Стоит отметить, что в то время американцы разделяли косметику на средства, воздействующие на кожу (cosmetics), например кремы и лосьоны, и средства для макияжа, только наносимые на нее (paints, enamels). Конечно, первое было предпочтительнее второго, ведь яркий макияж считался отличительным знаком девушек легкого поведения. Однако и против ухаживающей косметики существовало предубеждение, что это

⁸ Schudson M. *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York, 1981. P. 102–106.

⁹ Baldasty G.J. *The Commercialization of News in the Nineteenth Century*. Madison, 1992. P. 129.

¹⁰ Bearded Belles of Ancient Rome // *Freeland Tribune*. 10.I.1898. P. 3; *The New Roman Woman* // *Kansas City Journal*. 23.I.1898. P. 3.

способ создания искусственной красоты¹¹. Подобные представления, а иногда и просто неосведомленность женщин о новых возможностях городской жизни служили препятствием для развития индустрии красоты. Поэтому пресса не только сообщала о последних предложениях на рынке, но и боролась со старыми предрассудками. На страницах американской печати описывался широкий спектр средств и действий, к которым прибегали женщины античности ради достижения привлекательности: можно было встретить статьи о средствах для макияжа¹², способах ухода за волосами¹³ и заботе о своем теле¹⁴.

Впрочем, простого перечисления конкретных античных практик и сопоставления их с современными веяниями мало. Нужно было еще доказать, что древние гречанки и римлянки не просто обращались к определенным процедурам, но что именно они являлись источником их прославленной неотразимости. В этом случае требовались уже не общие, а конкретные и наглядные примеры. Например, в статье «Поразительные стили» («Startling Styles») красоту Аспасии и Клеопатры связывали с обильным макияжем¹⁵. В другой популярной заметке привлекательность женщин их времени тоже приписывали косметике, но понимали ее уже в широком смысле, вплоть до украшений одежды¹⁶. Успехи египетской царицы в обольщении римских полководцев также объясняли различными косметическими средствами, к которым прибегала Клеопатра¹⁷. Имя Клеопатры использовалось и для рекламы конкретных товаров: продавцы косметики обещали своим покупателям такой же цвет лица, как у египетской царицы¹⁸ (на страницах тех же газет утверждали, что он был очень светлый¹⁹). Ну и, конечно, многие косметические средства называли в ее честь²⁰. Одна компания создала целую линейку товаров с именем Клеопатры и обещала клиентам такой же уровень очарования²¹. В честь Аспасии, в свою очередь, назвали один из салонов красоты в Сан-Франциско²².

Если древние гречанки были практически эталоном красоты, то образ римлянок чаще ассоциировался с изощренными и пороком. Конечно, такие сравнения скорее делались относительно имперского периода истории Рима. Женщин эпохи Республики чаще рассматривали в качестве хранительниц домашнего очага. Впрочем, авторы газетных заметок не так часто утруждали себя уточнением, каких именно римлянок они имели в виду.

В случае с римскими матронами большое внимание уделялось не только макияжу, но также и тому размаху, с которым он делался: указывалось число рабов, которые ухаживали за хозяйкой, описывались функции каждого из них²³. Однако особое внимание

¹¹ Peiss K. Hope in a Jar: The Making of America's Beauty Culture. Philadelphia, 2011. P. 10–12, 26–29, 39–40.

¹² Ancient Beauty Recipes // The East Hampton Star. 19.I.1894. P. 6; Cosmetics Used at Thebes // Wheeling Daily Intelligencer. 10.III.1898. P. 6; The Quest of Beauty // Madera Mercury. 6.VI.1908. P. 2.

¹³ New Decorations in Flowers // The Sun. 7.IX.1890. P. 23; Hair Dressing Among the Ancients // Wyoming County Times. 24.XII.1891. P. 6; Hair Dyeing an Ancient Art // Roanoke Times. 4.IV.1894. P. 3.

¹⁴ How to Bathe // Penn Yan Express 20.VI.1883. P. 5; Anointing the Body // The Roslyn News 12.III.1887. P. 1; Soap Evolution of Economy // The Marion Enterprise. 22.X.1909. P. 1.

¹⁵ Startling Styles // Memphis Daily Appeal. 13.VIII.1882. P. 2.

¹⁶ About Cosmetics // Sullivan County Record. 6.VII.1894. P. 6.

¹⁷ Cleopatra's Beauty // The Saint Paul Globe. 16.VIII.1900. P. 9; Cleopatra Used Cosmetics // The Sun. 11.X.1900. P. 2.

¹⁸ The San Francisco Call. 22.II.1891. P. 8.

¹⁹ Cleopatra and Her Nose // Los Angeles Herald. 8.III.1883. P. 2; A Historical Widow // On the St. Lawrence and Clayton Independent. 3.VIII.1894. P. 6.

²⁰ Omaha Daily Bee. 1.V.1895. P. 26; New York Tribune. 8.XII.1901. P. 14; Cleopatra Toilet Articles // The Semi-Weekly Leader. 26.VI.1909. P. 4.

²¹ The Watertown Herald. 21.V.1898. P. 8; The Watertown Herald. 13.VIII.1898. P. 6.

²² The San Francisco Call. 5.XII.1890. P. 4.

²³ A Roman Lady // Richmond Dispatch. 15.X.1890. P. 6; Belles of Old Rome // Amador Ledger. 20.VI.1902. P. 1; Woman's Extravagance is not a Modern Acquirement // Washington Herald. 17.IV.1910. P. 6.

американские газеты уделяли не просто общим фактам из жизни средней римлянки, а самым вопиющим примерам вычурных трат известных женщин. Например, в прессе часто упоминали, что Поппея Сабина, вторая жена Нерона, всегда путешествовала со стадом из 500 ослиц²⁴. Дело в том, что ослиное молоко считалось у римлян полезным для кожи: из него делали маски для лица, вымачивая в нем хлебный мякиш. Поппея же принимала целые ванны из ослиного молока.

В общем, интерес к таким историям вполне соответствовал повышенному вниманию новой журналистики к сенсационным материалам и экстравагантным поступкам. Однако экскурсии в прошлое преследовали и другие цели. Сейчас покупка косметики и поход в салон красоты — обычное дело, но в то время это еще было диковинным занятием, требовавшим определенных расходов, которые могли отпугнуть некоторых дам. В газетах же подчеркивали, что на фоне излишеств римлянок эти траты просто меркнут и не кажутся столь существенными²⁵.

Увеличение интереса к косметическим средствам в конце XIX в. связано также с набиравшим популярность мнением, что идеальная девушка должна быть здоровой и физически крепкой. В рекламе самых разных препаратов и микстур писали, что красота невозможна без здоровья²⁶, в других и вовсе утверждали: «Красота и есть здоровье»²⁷. В таких заметках привлекательность представлена неразрывно связанной с внутренним состоянием женщины. Любопытно, что в одном колледже, наоборот, одевая девушек в греческие платья, стремились добиться здоровья подопечных через красоту²⁸. Хотя и в этой ситуации признавалась их неразрывная взаимосвязь, идеал которой был воплощен в древних гречанках и римлянках.

Авторы рекламных объявлений лекарственных средств использовали образ античных красавиц также для продвижения своих товаров. В основном это касалось специальных препаратов для женщин, например травяной настойки Лидии Пинкхэм. При освещении достоинств микстуры говорилось, что даже Венера Милосская не смогла бы остаться красивой, если бы ее организм был истощен женскими недугами²⁹. Кстати, саму миссис Пинкхэм еще задолго до публикации упомянутой рекламы в шутку прозвали Венерой медицинской (*Venus de medicine*), по аналогии с Венерой Медичи (*Venus de Medici*)³⁰. Вряд ли это прозвище ей дали за ее внешность, ибо желая подчеркнуть, что слава Клеопатры как великой красавицы на самом деле неоправданна, профиль ее скульптурного изображения сравнили с лицом миссис Пинкхэм³¹.

Впрочем, редкие выпады в адрес египетской царицы не наносили большого вреда ее репутации. Рекламщики средства для ухода за полостью рта «Созодонт» и вовсе сделали Клеопатру в буквальном смысле лицом своей фирмы. Сначала они просто придумали слоган: «"Созодонт" — чары Клеопатры»³². Возможно, такой фразы им показалось недостаточно, ведь читатели могли не понять, в чем именно заключались ее чары. Тогда было

²⁴ The Magnificence of Nero // *The Dansville Express*. 23.III.1882. P. 1; The Extravagance of Roman Women // *Jersey City News*. 14.III.1891. P. 2; Olden Time Beauties // *The Gilboa Monitor*. 30.VI.1910. P. 2.

²⁵ The Extravagance of Roman Women // *Jersey City News*. 14.III.1891. P. 2; Woman's Extravagance is not a Modern Acquirement // *Washington Herald*. 17.IV.1910. P. 6.

²⁶ См., например: *The Pokeepsie Evening Enterprise*. 7.VI.1899. P. 7; *The Ogdensburg Journal*. 27.II.1900. P. 1; *A Woman's Great Idea* // *Cazenovia Republican*. 9.VI.1910. P. 3.

²⁷ См., например: *The Beauty of Health* // *The Daily Palladium*. 23.XII.1897. P. 4; *Catarrh Cured by P.P.P.* // *The Evening Gazette*. 16.III.1897. P. 2; *The Face and Complexion* // *Eastern State Journal*. 5.VI.1885. P. 6.

²⁸ *Way to Health through Beauty* // *New York Tribune*. 19.I.1900. P. 5.

²⁹ *Perfect Woman* // *The San Francisco Call*. 12.IV.1905. P. 7; *The Cohoes Republican*. 13.IV.1906. P. 6; *The Press Democrat*. 12.IV.1905. P. 7.

³⁰ *Gouverneur Free Press*. 20.VI.1883. P. 4.

³¹ *Portville Review*. 31.XII.1909. P. 4.

³² *Sacramento Daily Record-Union*. 18.XI.1880. P. 3.

составлено объявление, в котором отмечалось, что римские полководцы внимательно слушали Клеопатру, потому что она показывала им свои неотразимые зубы³³. Чуть позже маркетинг компании стал еще изобретательнее: они вспомнили знаменитую историю о том, как египетская царица выпила жемчужину, растворив ее в уксусе (правда, в изложении журналистов жемчужин стало несколько, а уксус чудесным образом превратился в вино). По мнению авторов объявления, место жемчужинам — во рту женщины, что станет вполне реальным, если использовать «Созодонт»³⁴.

К образам античной красоты прибегали также в рекламе медицинских услуг, например в объявлении доктора, предлагавшего помощь в борьбе с воспалением слизистой оболочки носа, которое приводит к отекам и сильному насморку. В рекламной заметке говорилось, что симптомы болезни отражаются на привлекательности женщины, становясь темным пятном на прекрасной картине. В объявлении отмечалось, что если бы Аспасия, Клеопатра или Семирамида страдали от таких же симптомов, то они не имели бы славы великих красавиц, а их самих сторонились и избегали³⁵. Подобные статьи строились по сходному шаблону: восхваление античной красоты, замечание по поводу ее связи с физическим здоровьем древних гречанок и советом заглянуть на консультацию к определенному врачу³⁶. Кроме того, авторы рекламных объявлений любили обращать внимание на то, что Купидон отворачивается от чахлах и болезненных женщин³⁷.

В конце XIX в. в Америке с новой силой разгорелись дискуссии о необходимости корсета. Многие врачи уже в середине столетия предупреждали о вреде, который он наносит женскому здоровью³⁸. К их позиции также присоединились писатели, публицисты и общественные деятели. Постепенно борьба с корсетами превратилась в движение реформы одежды (Dress Reform)³⁹. Помимо аргумента об ущербе здоровью, реформаторы обращали внимание на неудобство и эстетическую непривлекательность тугой шнуровки.

Выступая против корсета, реформаторы одежды должны были предложить достойную замену. Более удобной, безвредной для здоровья, а главное, красивой альтернативой стало греческое платье, свободный женский наряд, создатели вдохновлялись античными образцами. Среди его главных достоинств особенно выделяли простоту и естественность⁴⁰. Любопытно, что представление об искусственной красоте макияжа было препятствием для распространения косметики, но слабо влияло на популярность корсетов. Тем не менее их противники ссылались на то, что тугая шнуровка — это попытка изменить свое тело, данное Творцом. В одной статье истоки этого стремления находили в поздней Римской империи, а идею стягивать талию связывали с тягой к роскоши и излишествам и называли варварской⁴¹. Простота же греческого платья напрямую соотносилась со скромностью его носительниц⁴². В другой статье специально оговаривали,

³³ Cleopatra! // Sacramento Daily Record-Union. 20.XI.1880. P. 3; Cleopatra! // Sacramento Daily Record-Union. 26.IV.1884. P. 2.

³⁴ Cleopatra Drank Pearls // Sacramento Daily Record-Union. 15.X.1885. P. 2; Cleopatra Drank Pearls // Sacramento Daily Record-Union. 25.XI.1886. P. 2; The Indianapolis Journal. 4.VII.1889. P. 5.

³⁵ A Good Samaritan (A Blight on Beautiful Women) // Los Angeles Herald. 5.IV.1896. P. 2.

³⁶ The Statues of Venus // Evening World. 11.XI.1893. P. 2; The Statues of Venus // The Sun. 12.XI.1893. P. 19; Exercise and Grecian Beauty // Evening World. 13.II.1904. P. 4.

³⁷ См., например: The New Rochelle Pioneer. 8.IX.1894. P. 5; The Brockport Republic. 18.V.1899. P. 4; Chico Daily Record. 25.I.1900. P. 2.

³⁸ Verbrugge M.H. Able-Bodied Womanhood: Personal Health and Social Change in Nineteenth-Century Boston. New York. 1988. P. 17–18; Mattingly C. Appropriate[ing] Dress: Women's Rhetorical Style in Nineteenth-Century America. Carbondale, 2002. P. 39–40.

³⁹ Mattingly C. Op. cit. P. 14.

⁴⁰ Simplicity Adds to Woman's Beauty // Northern Tribune. 11.IV.1891. P. 3; Back to Nature and The Greek // The San Francisco Call. 5.XII.1909. P. 5; Greeks Had Perfect Figure // Los Angeles Herald. 26.XII.1909. P. 2.

⁴¹ Beauty Lies in Curves // The Record-Union. 15.XII.1892. P. 6.

⁴² Dress and Health // The Indianapolis Journal. 3.II.1895. P. 6.

что желание украсить драпировку золотой или серебристой бахромой может выглядеть фривольно, что совсем не согласуется с древнегреческим идеалом⁴³. Таким образом, и в этом случае проводилось противопоставление древних гречанок как примера для подражания и римлянок как образца безнравственного поведения.

Стоит отметить, что в то время существовала еще одна популярная альтернатива тугой шнуровке — блумер (костюм с шароварами). Однако здесь обращение к античности было не слишком уместным. То, что в Древней Греции и Риме не носили штанов, было хорошо известно, это упоминалось даже в рекламе магазина одежды⁴⁴. Собственно, в одной статье заметили, что ношение шаровар скорее подходит восточным народам — вавилонянам и индусам, но не наследникам античной цивилизации. Древние гречанки не ходили в штанах, предпочитая им хитоны. У каждой нации есть своя мода, штаны для женщин явно за пределами допустимой нормы для американок⁴⁵. Впрочем, и в этом случае нашлись те, для кого был важен сам факт оправдания историей⁴⁶.

Долгое время в Америке был распространен идеал хилой и чахлой девушки, что во многом диктовалось представлением о женщинах как о слабом поле. Она требует защиты и покровительства, а значит, и выглядеть должна соответствующе⁴⁷. Тугая шнуровка способствовала такому физическому состоянию женщины. Кроме того, многие отмечали, что даже своим строением корсет напоминает ей о подчиненном положении, словно запирая женское тело в клетку⁴⁸. Один из авторов заметил, что в сравнении с античными статуями у американок не только узкая талия, но еще и миниатюрные ноги, что также говорит о слабости и болезненности современных дам⁴⁹.

Распространение идеала здорового женского тела привело к популяризации занятий спортом⁵⁰, однако даже такая полезная практика встречала сопротивление некоторых консерваторов, которые считали, что физические нагрузки лишь истощают женский организм⁵¹, а также делают девушек менее женственными⁵². Античная цивилизация с ее гораздо более внимательным отношением к телу помогала легитимировать культуру атлетических упражнений. Красота гречанок на этот раз связывалась с их физическим состоянием и постоянными тренировками⁵³. Аспасия и Клеопатра своей привлекательностью якобы также были обязаны внимательному отношению к собственному здоровью⁵⁴. По мнению одного журналиста, эти великие женщины не повлияли бы на историю, если бы не обладали притягательными формами⁵⁵. Обращались к опыту прошлого и за конкретными советами. В некоторых газетах публиковали подробные описания гимнастических занятий для женщин по античным методикам⁵⁶.

Вопрос о здоровье и атлетических упражнениях был связан как с дискуссиями о красоте, так и с более общими и важными дебатами о положении женщины в меняющемся

⁴³ Fads and Fashion for the Ladies // *Aspen Democrat-Times*. 2.IV.1910. P. 2.

⁴⁴ Unmentionables // *The Indianapolis Journal*. 1.III.1891. P. 8.

⁴⁵ Freaks of Fashion // *The San Francisco Call*. 15.II.1893. P. 4.

⁴⁶ What Shall the New Woman Wear, Skirts or Bloomers // *Los Angeles Herald*. 15.IX.1895. P. 14.

⁴⁷ *Verbrugge M.H.* Op. cit. P. 17–18.

⁴⁸ *Davies M.* Corsets and Conception: Fashion and Demographic Trends in the Nineteenth Century // *Comparative Studies in Society and History*. Vol. 24. № 4. 1982. P. 622; *Dasler Johnson W.* Cultural Rhetorics of Women's Corsets // *Rhetoric Review*. Vol. 20. № 3–4. 2001. P. 213.

⁴⁹ Small Feet // *The Sun*. 21.XI.1890. P. 3; *The Sun*. 13.II.1891. P. 3.

⁵⁰ *Verbrugge M.H.* Op. cit. P. 42–44; 98–99.

⁵¹ A Jeremiad on Athletic Girls // *The Sun*. 26.VIII.1900. P. 6; Athletics Not Beneficial to Women // *The Whitesville News*. 15.X.1903. P. 3.

⁵² A Jeremiad on Athletic Girls // *The Sun*. 26.VIII.1900. P. 6.

⁵³ Calisthonic Dancing // *The Pokeepsie Evening Enterprise*. 23.II.1905. P. 6.

⁵⁴ Health and Beauty // *Pacific Rural Press*. 19.V.1894. P. 388.

⁵⁵ Fashion Demands Beauty Shall Have Brawn // *The Brooklyn Daily Eagle*. 25.V.1902. P. 4.

⁵⁶ More Muscle Than Cry // *Los Angeles Herald*. 5.I.1896. P. 16; Newest System of Physical Training Based on Greek Methods // *The Brooklyn Daily Eagle*. 15.VI.1902. P. 40.

обществе. Идеал чахлой девушки был близок тем, кто видел ее слабой и беззащитной, не способной обойтись без мужского покровительства. Представление о физически крепкой женщине разделялось сторонниками эмансипации, которые считали, что она может быть независимой и не нуждается в опеке⁵⁷. В таком случае привлекательность становилась не самоцелью, а одной из характерных черт новой женщины, активной и самостоятельной. Образы Аспасии и Клеопатры часто оказывались не просто эталонами красоты, но и примерами самодостаточных героинь, оставивших заметный след в истории⁵⁸.

Многочисленные перемены, произошедшие в американском обществе на рубеже XIX и XX вв., привели не только к серьезному пересмотру эталона женской красоты, но и к рождению областей бизнеса, предлагавших способы ее достижения. Возникшая в то же время массовая печать стала важной площадкой для продвижения как общих взглядов, так и конкретных товаров и услуг. Среди аргументов, к которым прибегали в газетных статьях и рекламных объявлениях, большую роль играла история античности, которая по-прежнему сохраняла свой высокий статус в американском обществе.

Можно выделить четыре основных приема ее использования.

Во-первых, конструирование преемственности: ссылка на опыт прошлого позволяла показать, что мода на какой-либо товар или способ достижения привлекательности — не увлечение последнего времени, а давняя традиция. Античность в этих примерах оказалась престижнее прочих исторических эпох. Однако если в Древней Греции или Риме не находилось ничего подходящего, то многие авторы не пренебрегали опытом других стран.

Во-вторых, возвращение к естественности: среди некоторых американцев существовало убеждение, что античность олицетворяла золотой век гармонии с природой. Образ жизни эллинов виделся как лишенный ненужных наслоений и излишеств, считавшихся проблемой современного общества. Возвращение к идеалу прошлого должно было исцелить пороки настоящего.

В-третьих, это сравнение с эталоном: античность была связана с представлением о прекрасном, что выражалось в преклонении перед красотой древних гречанок в целом и отдельных женщин, таких как Аспасия и Клеопатра, в частности. Единой позиции по поводу их привлекательности не сложилось, а значит, каждый мог связать их красоту с определенными приемами или средствами.

В-четвертых, нормализация. Идеализируя эллинок, газеты предлагали следовать их примеру, и быть скромными, не предаваясь излишествам. В то же время образ жительниц Римской империи использовался для оправдания новых расходов, необходимых для ухода за собой. На фоне утопавших в роскоши римлянок траты даже богатых американок выглядели довольно скромно.

Библиография / References

- Baldasty G.J.* The Commercialization of News in the Nineteenth Century. Madison, 1992.
Blanchard M.W. Boundaries and the Victorian Body: Aesthetic Fashion in Gilded Age America // The American Historical Review. Vol. 100. № 1. 1995. P. 21—50.
Boorstin D. The Americans: The Democratic Experience. New York, 1974.
Dasler Johnson W. Cultural Rhetorics of Women's Corsets // Rhetoric Review. Vol. 20. № 3—4. 2001. P. 203—233.
Davies M. Corsets and Conception: Fashion and Demographic Trends in the Nineteenth Century // Comparative Studies in Society and History. Vol. 24. № 4. 1982. P. 611—641.
Fowler R. "On Not Knowing Greek": The Classics and the Woman of Letters // The Classical Journal. Vol. 78. № 4. 1983. P. 337—349.

⁵⁷ *Morantz R.M.* Making Women Modern: Middle Class Women and Health Reform in 19th Century America // Journal of Social History. Vol. 10. № 4. 1977. P. 493—494.

⁵⁸ Facts about Great Women // Kansas City Journal. 2.I.1898. P. 13; Aspasia // New York Times. 1.VII.1900. P. 25.

Mattingly C. Appropriate [ing] Dress: Women's Rhetorical Style in Nineteenth-Century America. Carbondale, 2002.

Morantz R.M. Making Women Modern: Middle Class Women and Health Reform in 19th century America // Journal of Social History. Vol. 10. № 4. 1977. P. 490–507.

Peiss K. Hope in a Jar: The Making of America's Beauty Culture. Philadelphia, 2011.

Schudson M. Discovering the News: A Social History of American Newspapers. New York, 1981.

Schweitzer M. "The Mad Search for Beauty": Actresses' Testimonials, the Cosmetics Industry, and the "Democratization of Beauty" // The Journal of the Gilded Age and Progressive Era. Vol. 4. № 3. 2005. P. 255–292.

Shannon L.E. Monuments to the "New Woman": Public Art and Female Image-Building in America, 1876–1940: Academic Dissertation. Iowa City, 2013.

Spring J. Educating the Consumer-Citizen: A History of the IIIriage of Schools, Advertising, and Media. Mahwah, 2003.

Verbrugge M.H. Able-Bodied Womanhood: Personal Health and Social Change in Nineteenth-Century Boston. New York, 1988.

Winterer C. Victorian Antigone: Classicism and Women's Education in America, 1840–1900 // American Quarterly. Vol. 53. № 1. 2001. P. 70–93.