

УДК 7.011

DOI: 10.37279/2413-1695-2024-10-1-74-83

## ЭСТЕТИКА ЖЕНСКОГО ДЕЛОВОГО КОСТЮМА В МОДЕ XX – НАЧАЛА XXI вв.

Музалевская Ю. Е.

**Аннотация:** Статья посвящена одному из аспектов моды – концепции власти, нашедшей яркое выражение в женском деловом костюме 1980-х годов. Все большая востребованность женщин в деловой сфере, их стремление достичь в ней успеха, равного мужскому, привела к созданию в 1970-х годах так называемого костюма для успеха (*dress for success*), а с появлением модели женщины-руководителя к рождению стиля, создающего имидж авторитарной личности. В философской среде этих десятилетий вызревает концепция символической власти как системы отношений (М. Фуко, Ж. Лакан, П. Бурдьё), сменившая модель дисциплинарного доминирования. Посредством ее может исследоваться мода как построенная на установлении символических ценностей. Достигая квинтэссенции стиля деловой женщины, костюм для успеха получает в начале 1980-х годов название *power-dressing* – властная манера одежды. Условно, с этого времени развивается направление так называемой моды «властного стиля», подобно дисциплинарной власти формирующей поведенческие навыки, подчиняющей себе тело. Так, женщины стараются не демонстрировать свою женственность, по их справедливому убеждению ассоциирующуюся в обществе с отсутствием у них деловых качеств; они вынуждены исключать из состава делового костюма брюки, и снова облачиться в юбки. Костюм, несмотря на входящую в его состав юбку, не должен был демонстрировать женственность своей обладательницы. То есть наблюдается продолжение действия власти патриархата, прибегающего к иным формам подчинения. Женщины-политики высокого ранга пытались найти выход между феминной и маскулинной манерами одеваться. Вдохновляющим образцом костюма деловой женщины являлся костюм премьер-министра Великобритании Маргарет Тэтчер, выдержанный в эстетических канонах классики и национальных традиций. К началу XXI века отпала необходимость утверждения себя посредством знаков и символов маскулинности в женском деловом костюме, это позволило деловому костюму стать мягче, свободнее, удобнее, эстетически разнообразнее. Но, изменявая во всех отношениях, мода лишь в одном остается неизменной – всегда функционирует как элемент властного регламента, определяя стиль поведения, меняя одни элементы диктата на другие.

**Ключевые слова:** деловой костюм, мода, концепция, женственность, символическая, успех.

«Мода, постепенно становясь тираном, определяла “тональность” восприятия человеком окружающего мира, а вместе с этим и стиль поведения, таким образом отношение человека к его социальной сфере» [1, с. 144]. И стиль поведения, и отношение к социальной действительности наглядно демонстрирует костюм деловой женщины, в один из периодов XX века преобразовавшийся в костюм «властного» стиля. Мода как идентификатор общественных процессов, отразила действие еще одного принципа – механизма функционирования власти. Цель данного исследования – проанализировать эстетические изменения женского делового костюма внутри моды «властного стиля» на протяжении второй половины XX – начала XXI веков.

К теме власти в период 1960-1970-х годах были обращены интересы исследовательской среды, приведшие к фундаментальным изменениям представлений о ее природе. Теория власти получила развитие в работах Мишеля Фуко, в модели ризомы Жюльена Делеза и Феликса Гваттари, в системе социального поля Пьера Бурдьё. В ее основе – концепция символической власти, формулирующая представление о власти как системе отношений, сменившей прежнюю модель дисциплинарного доминирования. Жак Лакан определял «символическое как главный маркер различия» [2], то есть символическое является системой связей, в которой «различия позиционируются, воспринимаются и осознаются через символы» [3, с. 170]. Мода может исследоваться посредством концепции символической власти на том основании, что она построена на установлении символических ценностей.

Наиболее показателен в отношении костюм деловой женщины. Формировавшийся в начале XX века как функциональный и практичный, взявший за основу мужской костюм, он еще долгое время не использовался в комплекте брюками, символизирующими мужественность. Развиваясь в различных вариациях, к 1960-м годам он останавливается на стиле модельера Габриэль Шанель, сочетающем женственность и деловитость. Далее его развитие идет другим путем.

Массовое вовлечение женщин Европы и Северной Америки в 1970-е года в профессиональную деятельность обусловило потребность в ином костюме, не столь чопорном и строгом, как в момент первых попыток его создания. Происходит активное формирование классического костюма как необходимого атрибута деловой женщины, своеобразной рабочей униформы. Кроме функциональной необходимости, костюм становится для женщин одним из факторов карьерного роста. И здесь наблюдается проявление одного из главных положений теории Мишеля Фуко [4] – то, как «дисциплинарная власть подчиняет себе тело, направляя его движения и формируя поведенческие навыки» [5, с. 216], «концепция власти – социализированная и телесно воплощенная» в повседневности [5, с. 218]. Например, к этому времени брюки прочно заняли место в женском гардеробе. «Но, как только они (женщины. – Ю.М.) проникали на верхние уровни социальной иерархии, от них требовали соблюдать в одежде строгие правила. Если они хотели играть в мужской лиге, то должны были снять брюки и снова облачиться в юбки. Женщина, добившаяся успеха в жизни, носила костюм с юбкой, шелковую блузу с бантом вместо рубашки, чулки телесного цвета, обувь на низком каблуке и не-

броские золотые украшения» [6, с. 416]. Выбор в пользу юбки, а не брюк, обусловлен предпочтением, которое отдавалось мужчине на вершине профессиональной карьеры. В связи с этим обстоятельством женский брючный костюм в деловой сфере представлял собой вызов обществу, по-прежнему разделяющему стереотипный взгляд на место женщины. Известный теоретик моды Элизабет Уилсон, поддерживающая мнения о том, что «самопрезентация имеет отношение к потенциалу власти», замечает, что «женская мода часто создается по образу и подобию мужского прототипа именно вследствие этого» [7, с. 170]. Предприимчивые молодые женщины, стремившиеся сделать карьеру в деловом мире, обращались к костюму, символизирующему успешность карьеры. Справедливо полагая, что женственность ассоциируется с отсутствием у них деловых качеств, свойственных мужчинам, они стараются не выглядеть слишком женственными на рабочем месте.

Деловой костюм как костюм для успеха (*dress for success*) появляется с середины 1970-х годов, времени очередного экономического кризиса, свое название он получил как ассоциирующийся с предприимчивостью, стремлением к карьерному росту, чертами, ранее не свойственными женщинам. Прежде деловой костюм для женщин не имел иерархических градаций, но с рождением образа женщины-руководителя – *executive women*, необходимым для нее становится особенный стиль, создающий впечатление авторитарной личности. Таким требованиям отвечал костюм эстетически традиционный: строгий, классический, стилистически приближенный к мужскому по коннотации власти. Условно, с этого времени получает распространение направление так называемой моды «властного стиля». С одной стороны, женщины, добившиеся равноправия, вольны проявлять свою индивидуальность, но, являясь частью социума, они становятся субъектами определенного типа, внешний облик которых регламентируется. Здесь дело не в определенном дресс-коде, принятом в деловых кругах, а в продолжении действия власти патриархата, прибегающего к иным формам подчинения. Парадоксальность костюма состоит в том, что он не должен демонстрировать женственность своей обладательницы, несмотря на входящую в его состав юбку. Костюм не имеет альтернативы для женщин, занимающих посты в государственных учреждениях, работающих в экономической и других важных сферах. «Вершиной завоевания для женщины общечеловеческой позиции становятся не валькирии «прав женщин» <...>, а женщины, вытесняющие мужчин в политике и государственной деятельности (леди Тэтчер в политике)» [8, с. 98]. Маргарет Тэтчер – лидер консервативной партии и первая женщина премьер-министр европейской страны, возглавила правительство Великобритании в 1979 году. Эстетическое оформление внешности премьер-министра как важной части имиджа было тщательно продумано, весь облик отвечал сложившемуся у британцев мнению о лице, представляющем власть: традиционная для англичанки прическа, строгий английский костюм синего или голубого цвета, обязательная броская деталь в виде броши, бус или изящно повязанного шейного платка. Заметный аксессуар предусматривался имиджмейкерами как средство привлечения взгляда публики, но казался украшением совершенно аутентичным для его обладательницы, говорящем о ее безупречном вкусе. М. Тэтчер ввела

принципиально новые правила создания образа женщины-политика международного уровня. Достаточно вспомнить ее сдержанные темные костюмы с белым воротничком или с контрастной окантовкой по краю лацкана в качестве отделки, скромно дополненные небольшой брошью, больше похожей на орден (рис.1).

«Одежда для успеха – это волшебные слова Нэнси Рейган и Маргарет Тэтчер вдохновляют своим примером» [6, с. 488]. Некоторые женщины политики не столь высокого ранга в 1970-е годы позволяли себе носить на работу брюки. Все они сталкивались с требованиями заменить брюки на юбку.



*Рисунок 1. Образец английского делового стиля.  
Премьер-министр М. Тетчер (1979-1990)*

Сложность положения женщин-политиков того времени состояла в их стремлении найти выход между феминной и маскулинной манерами одеваться. В общественном мнении политическая деятельность представлялась занятием исключительно мужским, требующим серьезного образа, «говорящего» о принадлежности к властным структурам. Такой предмет костюма как юбка, отсылает к феминности, поэтому ее отвергали обладательницы высоких политических постов: им легче интегрироваться в мужскую среду, облачаясь в традиционный, более приемлемый для этого костюм. Вынужденная вестиментарная маскулинизация костюма давала возможность утвердиться в ранее не доступных для них властных структурах.

Сегодня речь идет не о выборе: женщины-политики вольны носить и то и другое. Примером служит первая женщина канцлер Германии Ангела Меркель, которая неизменно избирала брючный костюм для своей профессиональной деятельности, оставляя женские наряды для вечерних мероприятий. Тип телосложения Ангелы Меркель лучше всего сочетается именно с брючными костюмами, в них она смотрится выигрышно, а женственность подчеркивается в ее образах светлыми цветами жакетов и небольшими украшениями (рис.2).

К 1980-м годам женский деловой костюм окончательно формируется как необходимое условие самопрезентации. Это происходит в связи с тем, что моду десятилетия определяло молодое поколение предприимчивых людей, крайне озабоченных достиже-

нием высокого материального состояния. Отход от романтизма прошлых десятилетий, смену ценностей демонстрирует поколение молодых профессионалов, так называемых яппи (слово происходит от англ. «Young Urban Professional – молодой городской профессионал») [6, с. 488]. Основные направления вестиментарной моды 1980-х годах сформировала именно эта часть молодых людей, демонстрирующих свой финансовый успех своеобразными «бизнес-костюмами» престижных марок Армани, «Ральф Лорен», «Хьюго Босс» и т.п. Стилистически такой костюм максимально приближается к мужскому стандарту одежды, утрированно широкие плечи придавали ему мужественность агрессивного характера, символизирующую успешность, в то время, когда дизайнеры стремились к смягчению образа, обращаясь к мягким, струящимся тканям, цветной обuvi, узким кожаным галстукам.



Рисунок 2. Первая женщина канцлер Германии Ангела Меркель

Женщина-яппи – столь же распространенный в западном обществе типаж, как и среди представителей сильного пола. Заявляя о своем состоявшемся равноправии, они носили «костюм для успеха», выражающий уверенность в продвижении по карьерной лестнице. Костюм, демонстрирующий агрессивность бизнесвумен, сближался с мужским, расширенным, увеличенным в области плечевого пояса жакетом. Однако юбка – узкая и короткая, так называемая юбка-карандаш, сексуального характера, и приталенный жакет не умаляли присутствия женственности (рис. 3, а). Под жакетом – дорогая шелковая блузка, как вариант – функциональное боди. Расширенная линия плеч требовала равновесия, достигаемого пышной прической, той же цели служили массивные клипсы или серьги. Обилие драгоценностей или дешевой пластиковой бижутерии, как и крупные пуговицы, разнообразные декоративные детали яркого цвета, свидетельствовали о торжестве китчевого вкуса. Десятилетие 1980-х годов позднее войдет в историю моды как время процветания дурного вкуса.

Став квинтэссенцией стиля деловой женщины, он получил в начале 1980-х годов название «*power-dressing* [властная манера одежды]» [9, с. 45]. Таким термином или же его вариативной формой «властный костюм» оперируют западные исследователи, обозначая содержащуюся в нем коннотацию власти. «Человек любит знаки и любит,

чтобы они были ясными» [10, с. 390] Изменчивая во всех отношениях, мода лишь в одном остается неизменной: «всегда функционирует как элемент властного регламента. Близкая феномену нормы, она, тем не менее, устанавливает не только и не столько систему стандартов, сколько властный феномен» [10, с. 193]. Проявление власти моды обнаруживается в любых случаях ее функционирования: утверждении нового стиля, эстетических норм, идеологического влияния и т.д. Рассматривая костюм в эстетико-семиотическом аспекте, важно отметить, что «одновременно референтом Символического (и это принципиально важно для моды, которая также рассматривается как часть символической системы) является властная форма. Власть – не столько референт, сколько цель символического, ориентир, ради достижения которого создается и формируется символ» [11, с. 6].

Растущая экономическая независимость женщин, ставших равноправными партнерами мужчин в бизнесе, позволила им отстаивать свое право находиться в политической элите, что к середине 1990-х годов создало условия для изменения и женского делового костюма. Отныне он существует в нескольких вариациях, отвечающих запросам разных деловых кругов: в стиле «минимализм», унисекс, в стиле «леди-денди» [12, с. 39]. Брюки в таком костюме становятся одной из главных его составляющих. Для женщин, придерживающихся изысканности в одежде, выработан стиль «леди-денди» или «леди Лайк», отличающийся идеальным кроєм; не обойден вниманием и унисекс. Среди российских женщин, занимающихся политикой в десятилетие 1990-х, можно отметить интересные строгие образы Ирины Хакамады, умеющей выразить индивидуальность несмотря на строгость костюма (рис.3, б). Ее брючные костюмы с жакетами, напоминающими мужские пиджаки по своему крою, очки в строгой оправе, помогли создавать индивидуальный, отличительный стиль.



а

б

Рисунок 3. Женский деловой костюм в 1980-90-х годах:  
а) модель женского делового костюма (Франция, 1980-е годы),  
б) Ирина Хакамада, российский политик 1990-х годов

В XX веке вследствие эмансипации, изменения взглядов на традиционные социальные и В

XX веке вследствие эмансипации, изменения взглядов на традиционные социальные и гендерные каноны, образ женщины эволюционирует, утрачивая стереотипные черты феминности, основанные на принципах классической эстетики. Новейший этап экономического и общественного положения женщины сформировал и иной способ конструирования феминной идентичности. Новая историческая модель женской индивидуальности, ее самоопределения, продолжающая развиваться в настоящее время, справедливо обозначена Жилем Липовецким как «третья женщина» [13, с. 512]. Изменяющаяся и постоянно возобновляющаяся, она является квинтэссенцией всех культурных явлений постмодернизма. Эволюция образа феминности, начавшаяся с первых женских попыток заявления о себе как равноправной участнице общественных процессов в условиях организации государства и общества преимущественно мужчинами, до интеграции во все виды социально-экономических отношений, реализации в профессиональной деятельности, – свидетельствует о становлении совершенно неизвестной ранее модели деловой женщины.

К началу XXI века знаки и символы маскулинности в женском деловом костюме становятся не столь актуальными; женщинами уже освоена большая часть мужского гардероба. Сегодня предметы одежды, ранее считавшимися исключительно мужскими, перестали ассоциироваться только с сильным полом. Женщине, наконец, позволено быть самой собой, использовать любые средства для создания своего образа. Сложившийся деловой костюм, тяготеющий к маскулинности, уступает место элегантному, безупречному, отвечающему высоким эстетическим требованиям. В этой связи можно отметить образ председателя Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации Валентины Ивановны Матвиенко, которая всегда подчеркивает свою женственность, не стремясь затмить коллег мужчин демонстрацией мужских черт в своем образе (рис. 4).



Рисунок 4. Председатель Совета Федерации Федерального собрания РФ В. И. Матвиенко

В результате анализа развития эстетики женского делового костюма второй половины XX – начала XXI веков можно сделать вывод о том, что этот предмет гардероба прошел длинный эволюционный путь. Начав со стремления повторить мужской идеал, он достиг нового эстетического прочтения, включив черты женственности в свой арсенал. Возможно, демонстрация маскулинности была необходима в конце XX века,

когда женщины начинали завоевывать позиции в мире политики. Сегодня, напротив, женственность вновь актуальна. Светлые пастельные цвета и даже яркие оттенки, милые детали в виде аккуратных контрастных воротничков, шарфиков, платочков и симпатичных брошей приветствуются в деловой сфере, что дает возможность проявлять фантазию их дизайнерам и хозяйкам. И это стало в своем роде политическим достижением, поскольку женщина уже не должна быть внешне похожей на мужчину для того, чтобы добиваться высот в деловой сфере. Она получила право на демонстрацию своей индивидуальности. Это еще раз доказывает то, что в третье тысячелетие женщина вступает как равноправный член общества. Необходимость утверждения себя в мужском социуме имитацией типично мужского стиля одежды отпала, что позволило эстетике делового костюма, предназначенного для деятельности на самых высоких постах, стать мягче, свободнее, удобнее, эстетически разнообразнее.

### Список литературы

1. Кузнецова Т.В. Эстетика универсального и эстетика своеобразия: монография. М.: ИПО «У Никитских ворот», 2017.
2. Мазин В. Введение в Лакана. М: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2004.
3. Васильева Е. Теория моды: Миф, потребление и система ценностей. Изд. 2-е, испр. М.; СПб.: «Издательские технологии», «Пальмира», 2023.
4. Фуко, М. Надзирать и наказывать. Пер. с фр. В. Наумова; под ред. И. Борисовой. М.:Ад Маргенем,2015.
5. Осмысление моды. Обзор ключевых теорий. Под ред. А. Рокаморы и А. Смелик;пер.с англ. Е. Демидовой. М.: НЛЮ,2023.
6. Зелинг Ш. Мода Век модельеров 1900-1999. KOÓNEMANN, 2000.
7. Стил В. Фетиш: мода, секс и власть. Пер. с англ. Е. Демидовой. М.: НЛЮ, 2014.
8. Лотман Ю.М. Семиосфера. Культура взрыва. 2-е изд. СПб: Искусство, 2010.
9. Граната Ф. Экспериментальная мода. Искусство перформанса, карнавал и гротескное тело. Пер. с англ. Е. Демидовой. М.: НЛЮ, 2021.
10. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Изд. Сабашниковых, 2003.
11. Зенкин С. Жан Бодрийяр: время симулякров. Вст. ст. Жан Бодрийяр. Символический обмен и смерть. 3-е изд. М.: Добросвет «Изд.-во КДУ», 2009.
12. Найденская Н., Трубецкова И. Библия стиля. Гардероб успешной женщины. М.: Эксмо, 2010.
13. Липовецкий Ж. Третья женщина: Незыблемость и потрясение основ женственности. СПб: Алетейя, 2003.

### Сведения об авторе

Музалевская Юлия Евгеньевна – кандидат искусствоведения, доцент, доцент кафедры технологии и художественного проектирования трикотажа, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна.

E-mail: [muz-yuliya@yandex.ru](mailto:muz-yuliya@yandex.ru)

Muzalevskaya Yu. E.

### AESTHETICS OF WOMEN'S BUSINESS SUITS IN THE FASHION OF THE XX – EARLY XXI CENTURIES

**Abstract:** *The article is devoted to one of the aspects of fashion – the concept of power, which found vivid expression in the women's business suit of the 1980s. The increasing demand for women in the business sphere, their desire to achieve success in it equal to men's, led to the creation in the 1970s of the so-called dress for success, and with the advent of a female executive model, to the birth of a style that creates the image of an authoritarian personality. In the philosophical environment of these decades, the concept of symbolic power as a system of relations is maturing (M. Foucault, J. Lacan, P. Bourdieu), who replaced the model of disciplinary dominance. Through it, fashion can be studied as built on the establishment of symbolic values. Achieving the quintessence of a business woman's style, a suit for success received in the early 1980s the name power-dressing – an imperious manner of clothing. Conditionally, from this time on, the direction of the so-called «domineering style» fashion develops, similar to the disciplinary power that forms behavioral skills, subordinating the body to itself. So, women try not to demonstrate their femininity, which they rightly believe is associated in society with their lack of business qualities; they are forced to exclude trousers from the composition of a business suit, and again put on skirts. The costume, despite the skirt included in it, was not supposed to demonstrate the femininity of its owner. That is, there is a continuation of the power of the patriarchy, resorting to other forms of subordination. High-ranking female politicians tried to find a way out between feminine and masculine ways of dressing. An inspiring example of a business woman's costume was the costume of British Prime Minister Margaret Thatcher, designed in the aesthetic canons of classics and national traditions. By the beginning of the XXI century, there was no need to assert oneself through signs and symbols of masculinity in a women's business suit, this allowed the business suit to become softer, freer, more comfortable, aesthetically diverse. But changeable in all respects, fashion remains unchanged in only one way – it always functions as an element of the power regulations, determining the style of behavior, changing some elements of the dictate to others.*

**Keywords:** *business suit, fashion, concept, femininity, symbolism, success.*

### References

1. Kuznetsova T.V. Estetica universalnogo I estetika svoeobraziya: monografiya [Aesthetics of the Universal and Aesthetics of Originality]. Moscow.: IPO "U Nikitskih vorot", 2017.
2. Mazin V. Vvedenie v Lakana. [Introduction to Lacan]. Moscow.:Fond nauchnih issledovaniy "Pragmatica culture", 2004.
3. Vasileva E. A. Teoriya modi: Mif, potreblenie I Sistema tsennostey. [Fashion Theory: Myth, Consumption and Value System.] Izd.2 -e ispr. Moscow, Sant-Petersburg, T8, Izdatelskie tehnologii, Palmira, 2023
4. Fuco M. Nadzirat I nakazivat. [Supervise and punish]. Per s fr. V. Naumova, red. I.Borisovoiy. Moscow.:Ad Marginem, 2015.
5. Osmislenie mody. Obzor kucheivih teoriy. [Understanding Fashion. Overview of Key Theories].red. Anes Rokamori i AnntkeSmelic, per s eng. E.Demidovoy. Moscow: NLO, 2003,
6. Zelling Sh. Moda. Vek modelerov 1900-1999. [Fashion. Is the Age of Fashion Designers]. KOÓNEMANN, 2000.
7. Stil V. Fetish: moda, seks i vlast. [Fetish: Fashion, Sex and Power]. Per s engl. E.Demidovoy. Moscow.: NLO,2014.
8. Lotman Yu. M. Semiosfera. Cultura vzriva. [The Semiosphere. Explosion Culture]. 2 izd. Sant-Petersburg: Iscusstvo, 2010.
9. Granata F. Ecsperimentalnaya moda. Iscusstvo performansa, karnavala i grotesknoye telo. [Experimental Fashion. Performance Art, Carnival and the Grotesque Body]. Per s engl. E. Demidovoy. Moscow.: NLO, 2021.
10. Bart R. Sistema Mody. Stati po semiotike kultury. Dendizm I moda. [System of Fashion. Articles on the Semiotics of Culture. Dandyism and Fashion] Moscow, izd. im. Sabashnikovih, 2003.
11. Zenkin S. Gan Bodriyar: vremya simulyakrov. Vst. St. Gan Bodriyar. Simvolicheskiy obmen I smert. [Jean Baudrillard: the Time of Simulacra. Vst. art. Jean Baudrillard. Symbolic Exchange and Death].3 izd. Moscow.:Dobrosvet "Izd. KDU", 2009.
12. Naydenovskaya N., Trubetskaya I. Bibliya stilya. Garderob uspehnoy genchini. [The Bible of Style. Wardrobe of a Successful Woman]. Moscow.: Eksmo, 2010.
13. Lipovetskiy G. Tretya genchina: Neziblemost I potryasenie osnov genstvennosti. [The Third Woman: The Inviolability and Shock of the Foundations of Femininity]. Sant-Petersburg.: Aleteya, 2003.

Muzalevskaya Yulia Evgenievna – candidate of Art History, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Technology and Artistic Design of Knitwear, St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

*E-mail:* [muz-yuliya@yandex.ru](mailto:muz-yuliya@yandex.ru)