

А. С. Ходнев

**Изобретая велосипед: культурные практики,
репрезентации и конструирование идентичности в конце XIX в.**

В статье анализируются культурные практики, возникшие в разных странах в конце XIX – начале XX в., связанные с использованием велосипеда. Выявлены особенности конструирования идентичности и проявления репрезентаций.

Ключевые слова: история досуга, культурные практики, репрезентации, конструирование идентичности.

A. S. Khodnev

**Inventing the Bicycle: Cultural Practices, Representations
and Identity Construction in the end of 19th Century**

Cultural practices connected with the bicycle in different countries in the end of the 19th century are analyzed in the article. The peculiarities of identity construction and different representations are revealed.

Key words: leisure history, cultural practices, representations and identity construction.

Несмотря на то, что велосипед появился еще в начале XIX в., он стал популярным лишь в 1880–1990-е гг. В начале 1880-х гг. это были достаточно дорогие и тяжелые изделия, с разными по диаметру колесами, жестким седлом, вес некоторых доходил до 40 кг. Полагают, что попытку научиться кататься на таком велосипеде описал Марк Твен в знаменитом рассказе «Укрощение велосипеда». К концу 1880-х во многих странах получил распространение так называемый «безопасный велосипед», довольно легкая машина, в которой имелась цепная передача, оба колеса были одинакового размера и «обувались» в каучуковые пневматические шины, что делало езду на нем более комфортным занятием. Конструкцию дополняли достаточно надежные тормоза. Эти новшества окончательно развеяли недоверие к новому колесному безмоторному средству передвижения, и к началу 1890-х гг. в США уже насчитывалось до 4 млн велосипедистов [2, с. 195]. Продажи велосипедов выросли с 1 млн в 1993 г. до 10 млн в 1900 г. [4, с. 90].

Проблема распространения велосипеда была также связана с издержками его приобретения. В 1884 г. цена велосипеда доходила до 150–200 долларов, что составляло одну треть среднего годового заработка американца [3, с. 183]. Цены стали снижаться в начале 1890-х гг. К 1895 г. велосипед стал символом изменений жизни многих людей, не только как относительно дешевое и

удобное средство передвижения, но и как средство, открывавшее новые возможности в досуге, отдыхе и спорте. Жители США, например, могли купить новый велосипед в кредит или приобрести подержанную машину. Новый велосипед стоил все же довольно дорого – около 100 долларов. Тем не менее, это цена была намного меньше цены лошади. К концу велосипедного бума новый велосипед стоил уже 22 доллара [3, с. 183].

Велосипедная промышленность быстро росла благодаря запросам рынка. В 1895 г. велосипедная промышленность США оценивалась в 75 млн долл. [8, с. 610].

Никто не собирался в 1890-е гг. вновь «изобретать велосипед». Общества устремились к более важным целям. В нескольких странах Европы и Северной Америки проходили примерно те же процессы индустриальной революции и модернизации, которые за несколько десятилетий до этого преобразили облик Великобритании, превратив ее города в промышленные мегаполисы. И все-таки индустриальное развитие в 1890-е гг. в Европе и других районах мира проходило в новых условиях. По мнению современников, прогресс и изменения в повседневной жизни были настолько значительными и быстрыми, что обывателям приходилось с трудом приспосабливаться к этому контексту, искать резервы социально-психологической адаптации.

Новые социальные группы выковывали свои идентичности и заявляли о своих правах. Велосипед надо было изобрести, например, для женщин потому, что он стал новым средством репрезентации, конструирования идентичности и борьбы за права. В 1990-е гг. велосипед послужил причиной появления социальных процессов и культурных практик, которые описывали как «велосипедное помешательство» или «велосипедную лихорадку».

Велосипед стал часто обсуждаться на страницах газет и журналов. Большинство авторов вслед за врачами рассказывали о полезности новинки.

Французский социолог П. Бурдьё ввел в науку теоретическое понятие габитуса, объясняющее взаимоотношение культурных практик в истории: «Являясь продуктом истории, габитус производит практики как индивидуальные, так и коллективные, а следовательно, – саму историю в соответствии со схемами, порожденными историей» [1, с. 105]. Габитус, по мнению П. Бурдьё, гарантирует преемственность опыта в истории, «обеспечивает активное присутствие прошлого опыта, который, существуя в каждом организме в форме схем восприятия, мышления и действия, более верным способом, чем все формальные правила и все явным образом сформулированные нормы, дает гарантию тождества и постоянства практик во времени» [1, с. 105]. Метод изучения культурных практик, структур и системы их взаимоотношений помогает в изучении способов конструирования идентичностей в области досуга, которые стали играть важную социальную роль с конца XIX в.

В конце XIX – начале XX в. был совершен поворот от скучных и традиционных культурных практик к более активным и новым формам массовой культуры. Возможно, это было реакцией общества на большую свободу периода модернизации по сравнению с ценностями предшествующего викторианского стиля, наполненного ссылками на мораль и самоограничение. Иногда это явно выходило за разумные рамки, и многие комментаторы социальной жизни периода 1890-х гг. характеризовали новые тенденции как переход от меланхолии к состоянию «избыточной цивилизации общества» [4, с. 89].

Проявление динамизма и энергии в США вылилось в страстное, никогда ранее и никогда позднее не отмеченное в культурных практиках, увлечение велосипедом в 1990-х. Это десятилетие называли «Золотой эпохой велосипеда». Со-

временники отмечали, что в Нью-Йорке сократились наполовину продажи роялей, пустовали театры, упали продажи сигар, и меньше людей посещало церковные службы. Во всем обвиняли увлечение публики велосипедом [3, с. 183].

Велосипедисты организовывали соревнования, клубы и даже национальную ассоциацию – Лигу американских велосипедистов. Число членов Лиги выросло с 44 в 1880 г. до 141532 в 1898 г. [3, с. 183].

Книга «Колесо в колесе: как я научилась кататься на велосипеде» (1895) женщины-велосипедистки Фрэнсис Уиллард, поддавшейся новой моде и освоившей велосипед в пятидесятилетнем возрасте, стала бестселлером в Англии и Америке [4, с. 90]. Феномен Ф. Уиллард заключался еще и в том, что она была лидером «Христианского союза женщин за умеренность», умеренного суфражистского общества. Освоив велосипед, она заявила: «Мы с удовлетворением видим великое преимущество в создании атмосферы дружбы и взаимопонимания между мужчинами и женщинами, которые вместе выезжают на дорогу, деля ее трудности и радуясь поэзии движения» [3, с. 185]. Однако главным для Ф. Уиллард был не сам процесс передвижения на новом велосипеде и проповедь гармонии между полами. Она признавалась: «Я сделала это из чистой и естественной любви к приключениям, любви, которую долго подавляли и прятали, как поток, который вырывается на поверхность, и в этом достижении сверкает как нетронутая чистота и продолжает свое веселое движение» [9, с. 73]. Следовательно, Ф. Уиллард использовала велосипед как репрезентацию победы над собой и теми правилами, которые подавляли ее желания и помыслы как свободной женщины.

Противники велосипеда заняли в США широкую оборону, прежде всего, в церквях. Один из священников-моралистов сравнил катание на велосипеде с быстрым спуском без тормозов с холма «к тому месту, где на улицах нет грязи из-за высокой температуры земли [то есть, в ад]». Другой моралист писал о том, что у женщин велосипед может вызвать серьезные последствия, поскольку вредит их «деликатной конституции», а катание без сопровождающей горничной может привести к еще «большему искушению» [3, с. 185].

У борцов за права женщин велосипед вызвал совершенно иные эмоции и репрезентации. Суфражистка Сьюзан Б. Антони заявляла, что вело-

сипед «сделал больше, чем что-либо другое для эмансипации женщин... Он дает женщинам чувство свободы и опоры на себя» [3, с. 185].

Езда на велосипедах внесла перемены в облик людей той поры, особенно, женщин. Полагают, что в США женщины составляли одну треть публики, увлеченной катанием на велосипедах. Велосипед стал настолько популярным в 1880–1890-х гг., что в США в «Позолоченную эпоху» женщины почувствовали, что могут носить брюки, не боясь насмешек и обвинений в нарушении морали [7, с. 243]. Это была часть борьбы женщин за свои права, связанная с освобождением от строгих правил викторианской эпохи, требовавших от них ношения длинных платьев и юбок. Для передвижения на велосипеде эта одежда была крайне непрактична. Тем не менее, сначала женщины надевали особые юбки, подходившие по крою для прогулок на велосипедах. Затем юбки превратились в шаровары и брюки. Новый женский костюм для велосипеда, появившийся в 1890-е гг., состоял из специального жакета до пояса с втачными, широкими в плечах и узкими на запястьях, рукавами и блузки с галстуком «Эскот». Велосипедистки носили также широкие, сужавшиеся у колен брюки, напоминавшие шар. Костюм дополняли чулки и ботинки [7, с. 307–308]. У мужчин-велосипедистов в моду вошли свитеры-«водолазки», или, как их именовали, «полонеки» (Англия), «тортлнеки» (США), а также бриджи или длинные брюки. Бриджи дополнялись чулками, а на ботинки иногда надевали гетры. Велосипедные ботинки делали из кожи или ткани [7, с. 308, 363]. Появление нового женского платья свободного покроя многие историки связывают с «велосипедной эпохой» [3, с. 185].

Британия на излете викторианской эпохи переживала велосипедный бум. Иллюстрированный журнал «Куин» сообщал в марте 1896 г. о появлении трех тысяч велосипедистов на аллеях Гайд-парка [6, с. 544].

Производство и обслуживание велосипедов в Британии, как и в США, имело большие социальные и экономические последствия. К 1897 г. общий капитал велосипедной отрасли, производившей более 750 000 машин ежегодно, составил более 20 млн фунтов [6, с. 545].

Репрезентации, связанные с велосипедом, были важными как для английской аристократии, так и для рабочего класса. Велосипеды стали обычными, хотя и не дешевыми покупками лондонских и манчестерских рабочих. Один из оче-

видцев сообщал, что в 1897 г. можно было приобрести новую дорожную модель за 30 фунтов, а подержанные и старые изделия стоили несколько фунтов [6, с. 545]. Представительниц высшего общества Графиню Уорвикскую, Маргот Асквит, Джейни Черчилль рисовали и фотографировали с велосипедом [6, с. 544]. Писатели Г. Уэллс, А. Конан Дойл, Дж. Бернард Шоу, Джером К. Джером не только стали велосипедистами, но и написали тексты о велосипеде.

Велосипед оказал сильное влияние на все группы нового среднего класса Британии, выросшего в викторианскую эпоху. У представителей среднего класса имелись деньги для серьезного занятия велосипедным спортом. Врачи и священники нашли в велосипеде хорошего помощника в исполнении их обязанностей, особенно в сельской местности [6, с. 545]. Естественно, велосипед как символ свободы оказал сильное влияние на английских женщин среднего класса.

Англо-американский феминизм в целом был убедительным примером для многих стран, за исключением Франции. Французское понимание «женщины» было связано с образом «парижанки», который сталкивался с американской феминистской концепцией «женского вопроса» и образа «новой женщины». Исследователь С. Рейнолдс утверждал, что на рубеже XIX–XX вв. Франция, страна, привлекавшая путешественников в поисках, не в последнюю очередь, новинок моды и образа жизни, оказалась под сильным давлением со стороны зарубежной англо-американской культуры [5, с. 30]. Это случилось не в первый и не в последний раз. Но в каждом случае сопротивление французской культуры было сильным. В конце XIX – начале XX в., время, часто именуемое "*Belle époque*", самое сильное давление на французскую культуру последовало со стороны образа «новой женщины», сложившегося в Британии и США. Это был тип женщины, созданный культурой и литературными текстами. Источники можно обнаружить в «Кукольном доме» Ибсена, «Профессии миссис Уоррен» Дж. Бернарда Шоу, а также в рассказах А. Конан Дойла. Например, в Виви, героине пьесы Шоу дочери миссис Уоррен, все сразу узнавали черты «новой» женщины: умной, образованной, хладнокровной, спортивной. Виви катается на велосипеде, и велосипед присутствует на сцене в качестве главного символа эпохи. В рассказе А. Конан Дойла «Одинокая велосипедистка» героиня использует велосипед для репрезентаций свободы, независимости и способности

постоять за себя. Эти тексты и репрезентации оказывали воздействия на процессы, проходившие во французском обществе, и приводили к противоречивым результатам.

В первой половине эпохи Третьей республики во Франции шел процесс конструирования национальной идентичности на основе литературного понятия братства. Пик этого тренда – "*Belle époque*". Один из компонентов нового «воображаемого сообщества» – образ французской женщины, должен был, по мнению мужской половины общества, оставаться неизменным. Женщины не должны были нарушать братство полов и, таким образом, разваливать французскую идентичность. Потенциально неугомонные, они должны были быть нейтрализованы любым способом. Это предопределило более сложный характер французского феминизма и отношения женщин к велосипеду [5, с. 39].

Конец XIX – начало XX в. стал важной эпохой конструирования различных идентичностей. На первый план во многих странах, прежде всего, в Англии и США, выступает рост городов. Города становятся символами нового времени – модерна. Велосипедный бум стал возможным благодаря процессам модернизации. Отношение к велосипеду помогало выковать новую идентичность. Идентичность – центральное понятие для определения места людей в социуме, поскольку конструирование ролей человека в обществе отвечает на вопрос «кто я»/«кто люди». Чаще всего этот термин употребляли в единственном числе. Между тем, идентичности имеют тенденцию множиться, пересекаться и даже противоречить друг другу. В свою очередь, репрезентации, связанные с использованием велосипеда, не только давали информацию о жизни города, но и учили его жителей, как быть горожанами. Люди могли создавать собственные дорожные карты города, а на их основе конструировалась новая идентичность. В целом многие новые досуговые формы конструирования идентичностей в городе в своем большинстве обходили в конце XIX – начале XX в. различные ограничения в виде классовых различий, и даже расовой или гендерной дискриминации.

Библиографический список

1. Бурдые, П. Практический смысл [Текст] / пер. с фр.: А. Т. Бикбов, К. Д. Вознесенская, С. Н. Зенкин, Н. А. Шматко; отв. ред. пер. и послесл. Н. А. Шматко. – СПб. : Алетейя, 2001. – 562 с.
2. Harmond R. Progress and Flight: An Interpretation of the America Cycling Craze of the 1890 // *Journal of Social History*. – 1971. – Vol. 5. – No 2 – P. 235–257.
3. Husband J., O' loughlin J. Daily Life in the Industrial United States, 1870–1900. – Westport: The Greenwood Press, 2004. – 286 p.
4. Piott S. L. Daily Life in the Progressive Era. – Santa Barbara, Cal.: The Greenwood Press, 2011. – 321 p.
5. Reynold S. Albertine's Bicycle, or: Women and French Identity during the Belle Epoque // *Literature & History*. – 2001. – Vol. 10. – No. 1. – P. 28–41.
6. Rubinstein D. Cycling Eighty Years Ago // *History Today*. – 1978. – Vol. 28. – No. 8. – P. 544–547.
7. Stamper A., Condra J. Clothing through American History: The Civil War through the Gilded Age, 1861–1899. – Santa Barbara, Cal. : The Greenwood Press, 2011. – 424 p.
8. Strange L., Brown R. The Bicycle, Women's Rights, and Elizabeth Candy Stanton // *Women's Studies*. – 2002. – Vol. 31. – P. 609–626.
9. Willard F. E. A Wheel within a Wheel: How I Learned to Ride a Bicycle. – N. Y.: Fleming H. Revell Company, 1895. – 100 p.