



лёгкой промышленности, торговли, быта и местной промышленности. Нет, с чем-то они справлялись, уровень потребления в 1960–1970-е годы рос.

Сейчас на Западе интереса к советским реалиям стало меньше. Но мода как верхушка айсберга плановой экономики чрезвычайно интересна. Именно в ней сконцентрировались все проблемы и слабости: вернее, здесь они были особенно заметны. И важно объяснить, почему это не работало. Объяснить, чтобы не повторить печального опыта, не совершать одних и тех же ошибок.

**?** Однако и в рыночной экономике не всё благополучно. Какие сигналы здесь подаёт мода?

— Сегодня люди ищут альтернативные способы потребления. У нас в последнее время среди молодёжи очень популярен обмен вещами — самыми разными, от джинсов и кроссовок до велосипедов и гаджетов. Это не просто желание сэкономить, но именно стрем-

ление остановить вал потребления из нравственных соображений. Интересно, что участники этих обменов всегда успевают за новыми трендами, они выглядят модно, хорошо. Нам, социологам, интересно наблюдать за этим, понять, свойственно ли такое поведение именно молодёжи или эту манеру переймут зрелые люди.

## НЕ МОГУ ПРЕДСТАВИТЬ СЕБЕ МИР, ГДЕ МОДА УМЕРЛА СОВСЕМ

Сильно влияет на поведение потребителей интернет. Большие маркеты в Финляндии пустеют, как и в Америке, так как люди заказывают вещи в Сети — вы просто получаете посылку из Китая. Очень интересно, как всё это повлияет на моду в глубоком смысле, на постоянные модные циклы.

Есть тенденция к тому, что мода становится всё более социально дифференцированной — это уже не один большой тренд, как раньше. Все раз-

бились на сообщества, и одновременно могут сосуществовать несколько разных трендов. У всех, кто имеет разные хобби, какая-то своя мода. И в то же время благодаря информационным технологиям эти сообщества контактируют друг с другом по всему миру и в разных его концах умудряются поддерживать некий единый стиль.

**?** Как вы относитесь к разговорам о конце моды?

— Очень важно не сужать моду как явление, ограничиваясь лишь модой на одежду. Вот, например, мода на имена. Очевидно, что она есть и меняется каждые несколько лет. И это совершенно некоммерческие модные циклы. Я не могу представить себе мир, где мода умерла совсем. Это похоже на антиутопию, и надеюсь, мы такого не увидим. **■**