

Сергей Журавлев
Юкка Гронов

Мода

ПО ПЛАНУ

*История моды
и моделирования
одежды в СССР
1917—1991*



Российская академия наук
Институт российской истории

Сергей Журавлев
Юлка Гронов

Мода ПО ПЛАНУ

*История моды
и моделирования
одежды в СССР
1917—1991*



Москва
2013

УДК 94(47)
ББК 63.3(2)6-7
Ж91

Журавлев, С.В., Гронов, Ю.

Ж91 **Мода по плану: история моды и моделирования одежды в СССР, 1917—1991 / Сергей Журавлев, Юкка Гронов; Российская академия наук, Институт российской истории. — М.: [ИРИ РАН], 2013. — 496 с., 32 л. ил. ISBN 978-5-8055-0253-9**

Совместная работа российского историка Сергея Журавлева и финского социолога Юкки Гронова — первое систематическое исследование истории моды и моделирования одежды в Советском Союзе. Опираясь на обширную литературу и широкий круг источников, часть из которых впервые вводится в научный оборот, авторы дают оценку становлению и развитию ведомственных систем моделирования одежды в СССР и их роли в советской модной индустрии. В книге затрагиваются малоизученные и дискуссионные проблемы, связанные с отношением к моде власти и общества, с ролью моды и культуры одежды в идеологической, экономической, социально-культурной, потребительской, морально-этической сферах жизни, а также в общественных представлениях советских граждан начиная с революции и кончая «перестройкой». Закономерно, что авторы акцентируют внимание на послевоенном периоде советской истории.

Особенностью монографии является наличие в ней нескольких исследовательских «плоскостей». Благодаря сочетанию макро- и микроподходов модные процессы и тенденции показаны более выпукло и разносторонне, в широком контексте советской действительности и с учетом общемировых тенденций в области моды и потребления. Изучение феномена моды, непредсказуемый характер которой противоречил рациональным законам плановой экономики, даст возможность читателю по-новому взглянуть на многие принципиальные вопросы функционирования советской системы и повседневной жизни советских людей.

Рецензенты:

доктор исторических наук В.П. Булдаков,
доктор исторических наук Е.Ю. Зубкова

Благодарственное слово от авторов

Работа над данной книгой велась в течение более десяти лет, но наиболее активно в 2005—2010 гг. Все это время мы ощущали помощь и поддержку от многих наших коллег — историков, социологов, архивистов из России, Финляндии, Швеции, США, Германии, Франции и других стран. Кроме того, это исследование вряд ли увидело бы свет, если бы не активный отклик и участие в его создании главных действующих лиц этой книги — десятков граждан нынешних России и Эстонии, которые в 1950—1980-е годы работали в советской модной индустрии в качестве художников-модельеров, конструкторов одежды, закройщиков, искусствоведов, экономистов, манекенщиц, сотрудников специализированных научных институтов, работников швейных предприятий, ателье, парикмахерских, редакторов модных журналов и др. Имена этих людей, которым мы особенно признательны, приведены в списке источников и литературы, помещенном в приложении к данной книге. Их вклад в это исследование был поистине бесценен и уникален. Он выражался в предоставлении документальных материалов и фотографий из личных и семейных архивов (часть из них публикуются нами в виде иллюстраций), а также в подробных и предельно откровенных интервью, которые мы записали с ними в Москве и в Таллинне в 2007—2009 гг. В процессе работы над книгой мы неоднократно прибегали к их содействию, обращались к ним за перепроверкой информации и за консультациями, которые подчас выливались в дополнительные обширные интервью.

Особая благодарность профессору Эстонской Академии искусств Ану Ойави (Anu Ojavee) — прекрасному специалисту по истории эстонской моды, которая стала нашим главным гидом по архивам и людям моды в Таллинне. Из российских коллег мы бы хотели выразить признательность сотрудникам Института российской истории РАН, которые в ходе обсуждения вариантов рукописи (но также и во время частных бесед с авторами) высказали немало ценных замечаний и предложений. Известный модельер В.М. Зайцев открыл перед нами кладовые библиотеки своего авторского Дома моды и разрешил воспользоваться фотографиями.

Несколько подразделений Университета г. Хельсинки — Александровский институт, Институт мировых культур, Helsinki Collegium for Advanced Studies тоже помогли состояться данному исследованию. Они приглашали авторов книги для выступлений с докладами, виде-

ляли нам исследовательские гранты и гранты на поездки. Нельзя не упомянуть и финансовую помощь, которую мы получали в течение нескольких лет со стороны Скандинавского института административных исследований (SIAR) Эти деньги позволили нам не экономить на архивных копиях, а также сделали возможными регулярные поездки авторов для совместной работы в Москву и в Хельсинки. Наша особая признательность директору SIAR г-ну Кристиану Юннелиусу (Christian Junnelius), который с самого начала проникся значимостью нашего проекта и необходимостью его успешного завершения.

Один из авторов данной книги, Сергей Журавлев, и его коллеги по Институту российской истории РАН в ходе работы по истории потребления в СССР получали также финансовую поддержку от Программы фундаментальных исследований Отделения историко-филологических наук РАН. Наконец, издание данной книги профинансировано Институтом российской истории РАН, Ученый совет которого дал положительную оценку рукописи и рекомендовал ее к печати.

Всем большое спасибо за помощь и поддержку!

Введение

Мода как социальный феномен и комплексная научная проблема



Протестуя против традиционной моды — «служанки буржуазии», признака вещизма и мещанства, революционный поэт Владимир Маяковский в духе времени не только едко высмеивал «рыскающий по магазинам женский народ», но и со свойственным ему радикализмом призывал современников:

Забудьте моду!

К черту вздорную...

Однако, как известно, сам поэт стильно одевался, любил женщин модных и даже экстравагантных. История знает немало примеров того, как мода «расщепляет» даже самые сильные личности, вольно или невольно вовлекая людей в свою орбиту. Почти столетие прошло после призывов Маяковского, а «вздорная», иррациональная мода не только не «побеждена» и не «уничтожена», а, наоборот, в начале XXI в. во сто крат укрепила свое положение и влияние.

Принято говорить о «власти моды», но, в отличие от власти законодательной, исполнительной или судебной, источник и механизм функционирования «модной власти» до сих пор не определен. По крайней мере, по данному вопросу у специалистов нет единства мнений. Мода — это феномен, о котором ученые и обыватели (кто же не знает, что такое мода?) спорят столько же, сколько существует и она сама. Спорам не видно конца, а тем временем мода становится все более влиятельным фактором жизни. Уникальность моды в ее многозначности: отражая основные — материальные и духовные — макро-процессы, происходящие в обществе, она не только находит конкретное выражение во вкусах и пристрастиях рядовых людей, но и сама активно их формирует.

В той или иной мере так было с момента возникновения моды. В особенности сказанное относится к современному обществу конца XX — начала XXI в., когда мода из невесомого флёра превратилась в мощную, многопрофильную индустрию. Благодаря электронным СМИ и массивной информационной пропаганде, мода стала одним из главных продуктов и одновременно — источников глобализации. Она формирует культурное или, точнее сказать, межкультурное пространство современного человека. Она влияет на массовое сознание значительно сильнее, чем это было 100 или еще 50 лет назад. «Гламурная жизнь» выросла в важную составляющую современной повседневности, а связанные с ней социокультурные практики, из-

вестные уже с 1980-х годов, как бы мы к ним ни относились, вполне заслуживают научного осмысления.

Не случайно начало известной поговорки гласит: «человека по одежке встречают...». Действительно, одежда — необходимая часть нашей повседневной жизни, а для историка — важный исторический источник, свидетельствующий об эпохе в широком смысле слова, включая представления о моде, красоте и комфорте, об уровне технического прогресса, а также о конкретном обладателе платья или создавшем его модельере.

Одежда — часть «я» современного человека, важный источник публичной репрезентации и идентификации. Кроме того, многие специалисты трактуют термин «одежда» широко, относя к ней макияж, украшения, часы, аксессуары и проч. Женщины часто воспринимают модную стрижку, укладку волос и даже парфюм, которым пользуются, как своеобразную «одежду». Когда у Мэрилин Монро спросили, в чем она ложится спать, она игриво ответила, что на ней только «Шанель № 5». (Именно этот парфюм стал для советских людей символом небезычного французского шика.)

Одежда — важнейшая составляющая нормирования социальной жизни, в особенности ее публичной сферы. То, в чем пойдут в ванную, не надевают на улицу; повседневная и выходная одежда также различаются. В зависимости от разных ситуаций человек одевается по-разному, в соответствии с годами выработанными «правилами» или поведенческими «кодами». Особенно подвержены этому церемонии: свадьбы, похороны, обряды, спортивные состязания, собеседование при приеме на работу, экзамены и др. Все эти ситуации, как правило, диктуют определенный *dress-code*. Даже когда человек решается нарушить общепринятые нормы классического стиля одежды, он осознает это и морально готовится к тому, что его поведение может быть воспринято как вызов.

Вместе с тем, в современном обществе контраст между одеждой и поведением бывает шокирующим. Это хорошо показано в фильме Стэнли Кубрика «С широко закрытыми глазами» (1999 г.). Купив аристократический наряд, обязательный для посещения закрытого клуба, главный герой неожиданно оказывается в чреве разврата.

Приглашение на частную вечеринку, банкет, маскарад, официальный прием, как правило, сопровождается письменной информацией о форме одежды. Смысл в том, чтобы дать направление и стиль нарядам гостей и одновременно заранее настроить их на соответствующий формальный или неформальный лад. Форма одежды в той или иной мере определяет характер общения и поведение человека. На этой непреложной, на первый взгляд, истине основана, к примеру, традиция неформальных встреч лидеров государств — встреч «без галстуков». Но и этот «протокольный» этикет, давно принятый в политике и дипломатии, со временем трансформировался. Причем инициаторами

подобных изменений в последнее время нередко выступают женщины. Когда в 2006 г. на одном из официальных приемов Госсекретарь США Кондолиза Райс появилась в брючном костюме, столь явное нарушение правил дипломатического этикета вызвало оживленное обсуждение в прессе. То же самое повторилось и с германским лидером Ангелой Меркель. Прошло несколько лет, и в 2013 г. дамы в брючных деловых костюмах на различных протокольных мероприятиях, кажется, уже никого не удивляют.

Конечно, не только мода или официальный протокол, но и национальная культура и особенности профессии тоже влияют на характер одежды. В Париже летом на уличном солнцепеке можно увидеть джентльменов средних лет, которые пьют кофе и читают газету, сидя за выносными столиками кафе, не снимая пиджаков. Что это: «жаро-непробиваемость» нации, когда-то колонизировавшей пол-Африки, или особое отношение к костюму, выработанное бизнесменами и офисными менеджерами? Почему профессора Сорбонны могут запросто явиться на свои лекции в «храм знаний» в джинсах, но, как и в СССР, во Франции не принято приходить в публичную библиотеку в шортах (что обыденно, например, в США)?

В СССР социокультурные коды, отвечавшие за соответствие одежды месту и поведению человека, не были столь «размыты», как на Западе или в современной России. Естественно, все — от нянечек в детском саду до сотрудников аппарата ЦК КПСС — знали, по какому случаю как нужно «правильно» одеваться. Причины лежали не столько в «нормировании повседневности сверху» или в «стадной психологии», а в менее выраженной социальной стратификации советского общества, а также в его быстро разрушавшихся к концу советской эпохи, но все еще влиятельных патриархальных традициях.

Если же у граждан возникали конкретные вопросы относительно моды и культуры одежды, то всегда находились советчики, причем не из стана партаппаратчиков, а из среды творческой интеллигенции, которые через миллионные тиражи газет и журналов пропагандировали причудливую смесь рафинированных аристократических манер XIX в. и патриархальных традиций. В этих рекомендациях, что характерно, мода и одежда всегда тесно увязывались с поведением человека, а через него — с общественной моралью и этикетом.

К примеру, в 1967 г. девушки из Братска признались в одном из писем в редакцию журнала «Служба быта»: «Мы знаем, как учиться и как работать, но подчас становимся в тупик, что одеть или как себя вести». В ответ литератор Варвара Карбовская, в связи с обилием подобных писем специально приглашенная в журнал вести рубрику «Открытый вопрос», объяснила девушкам следующее¹. По ее

¹ Карбовская В. Как себя вести // Служба быта. 1967. № 5. С. 18, 22.

мнению, многие правила поведения — это мудрость, выработанная веками. К примеру, зазававшей в свой дом гостей хозяйке самой «не следует одеваться особенно нарядно, чтобы женщины, одетые попроще, не выглядели рядом с ней Золушками». Девушек интересовало, в частности, можно ли им сидеть, закинув нога на ногу (представители старшего поколения сделали им замечание, что так сидят только неприличные девушки с целью «прельстить» мужчин). Карбовская пояснила, что однозначного ответа нет: все зависит от ситуации и от позы. А вот сутулиться или сидеть с широко расставленными ногами девушкам не стоит. Что касается правильного поведения за столом, то «есть надо уметь аппетитно, красиво, аккуратно... Лучше поменьше взять на тарелку, а потом попросить добавить...». По окончании еды «тарелка должна быть пустой, а вилка и нож — положенными в одну сторону (но не крест на крест)»².

Одежда только на первый взгляд «безмолвствует». На самом деле, оказавшись в социуме, она очень даже «говорит», но не словами, а образами и символами, способствуя зрительному обмену информацией между людьми, влияя на их представления, предпочтения и эмоционально-психологические установки. Одежда к тому же сугубо исторична. Она способна поведать, скажем, о нравственности и стереотипах того или иного общества. Разные эпохи, культуры, религии и традиции диктуют различные требования к одежде. Показательный пример — степень открытости и доступности мужскому взгляду той или иной части женского тела, скрытого одеждой.

Подчиняется ли одежда и мода обычному праву и юридическому закону? Вероятно, да, поскольку они связаны с общественными представлениями о норме поведения и о нравственности. И не только в СССР или в социалистическом Китае периода Мао, где самым «правильным» платьем считалась униформа. С лета 2006 г. за появление на импровизированном пляже у Сены в центре Парижа в модных, но откровенных купальных трусиках — «стрингах» следует крупный штраф. Так мэрия французской столицы, идя навстречу общественности, заботится о нравственности парижан и гостей города. Конечно, идя наперекор моде. То есть, помимо стихийно возникающей моды, имеется и целый ряд других факторов, влияющих на то, как люди одеты в той или иной ситуации. В их числе и разного рода ограничения и регулирования, свойственные любым обществам и эпохам. Другой важный вывод из вышесказанного: моду невозможно понять и оценить лишь как эстетическое явление, вне более широкого социокультурного и исторического контекста, вне традиций и ментальных установок населения.

Можно задаться вопросом, в какой степени современная мода является подлинным или спонтанным выражением вкуса потребителя.

² Там же.

Или эти вкусы просто кем-то умело формируются? Насколько на самом деле реальны возможности выбора у потребителя там, где доминируют лишь несколько крупных производителей и торговых сетей с их собственными торговыми марками, которые они агрессивно продвигают во всем мире с помощью маркетинга и рекламы? Выбор в советских условиях был тоже ограниченным, но эта ограниченность была другого рода, чем сейчас.

При умелом подходе одежда и мода представляют собой кладезь информации для исследователя. Вещественные памятники, к которым относится и одежда (как и любые дошедшие до нас ее описания и изображения), к сожалению, редко используются специалистами в исторических исследованиях.

«Я придаю значение своей внешности. Нет, я не пустышка, — честно признавалась, одновременно будто бы и оправдываясь, в письме в редакцию журнала в 1966 г. одна из советских студенток. — Хорошо учусь, много читаю, через два года буду хирургом»³. 1960-е годы явились переломным временем, когда внимание к своей внешности из стыдливо скрываемого факта и признака «никчемности» человека в глазах окружающих превращалось в норму поведения, поддержанную властью. Пока что, однако, это относилось преимущественно к женскому полу. Подчеркнутое же внимание представителей «сильной половины» к своей внешности по-прежнему осуждалось как в традиционном общественном мнении, так и в официальном дискурсе. Как поясняла молодежи в 1966 г. упоминавшаяся выше писательница Варвара Карбовская, «чем экстравагантнее [у молодого человека] прическа, тем больше поводов у нас думать, что под вычурной шевелюрой не скрывается ума палата. Кроме того, завитый мужчина обнажает свой дурной вкус»⁴.

То же самое можно отметить и в отношении к моде. При этом водораздел, как правило, проходил по линии поколений. Молодежь тянулась к модной музыке, одежде, прическам, макияжу и проч. Среди же старшего поколения сохранялись традиционные представления о второстепенности моды: мол, молодым строителям коммунизма не стоит видеть смысл своей жизни в следовании моде. «Да разве у кого-нибудь из нас есть время всерьез заниматься модой и ей вообще серьезное значение придавать? У нас много разных важных дел и забот», — отразил распространенную в части советского общества точку зрения о второстепенности моды в начале 1970-х годов известный ученый К.М. Кантор⁵.

В то время, как на Западе молодежная мода с 1960-х годов была уже общепризнанным явлением и даже всю диктовала свои идеи

³ Цит. по: Служба быта. 1966. № 6. С. 26.

⁴ Там же.

⁵ *Кантор К.М.* Мода как стиль жизни // Мода: за и против: [сб. ст. / ред.-сост. В.И. Толстых]. М.: Искусство, 1973. С. 141.

«высокой моде», а большинство социалистических стран (особенно ГДР, Польша, Чехословакия), стремясь не отстать, принялись небезуспешно создавать индустрию молодежной моды (специализированные моделирующие структуры, сеть магазинов одежды для молодежи и др.), в СССР о выделении молодежной моды как особого направления моделирования власть задумалась слишком поздно — фактически только во второй половине 1980-х годов (в это время, к примеру, в Москве появился специализированный Дом моделей молодежной одежды и магазины одежды особого, молодежного стиля).

То, что именно современная молодежь особенно взыскательна и восприимчива к моде, и что у молодежи имеются собственные, отличные от «взрослой» моды взгляды на одежду, советская пропаганда долгое время, по большому счету, старалась «не замечать». В литературе СССР мода рассматривалась как единое целое, в контексте социалистической культуры и высоких нравственных ценностей, что сопровождалось критикой потребительского отношения к жизни и копирования западной молодежной культуры, в том числе и моды. Отсутствие адекватной реакции на существование в СССР молодежной субкультуры было крупнейшим просчетом, усугубившим недовольство молодого поколения ситуацией на потребительском рынке. На фоне вызванного дефицитом ажиотажного спроса на модные джинсы и кроссовки отдельные попытки призвать молодое поколение «не создавать себе кумира» и вместо подражательства воспитывать индивидуальный вкус вызвали неоднозначную реакцию⁶.

Трудно припомнить какую-либо другую страну, в которой мода развивалась бы в XX в. в столь аномальных условиях, нежели СССР. Идеологические кампании и стремление государства «выстроить» эту область отношений под свои приоритетные цели и задачи накладывались на перманентную «жизнь в катастрофе» населения страны в годы гражданской войны и межвоенный период — в условиях «военного коммунизма», «военной опасности», «капиталистического окружения», потребительского дефицита, нормированного снабжения (в первой половине 1930-х годов, в 1940-е, военные и послевоенные годы, а в целом ряде регионов и значительно позже, вплоть до конца «перестройки»). Все это, безусловно, привело к серьезному *«травмированию» потребительской психологии граждан, деформации объективно существовавших в СССР модных тенденций.*

Войны, разруха, голод, постоянные дефициты, длительный период перенапряжения людских сил, отсутствие возможности у общества «перевести дух», невысокий уровень доходов населения, идеологические, поведенческие стереотипы и господство традиционной морали,

⁶ См., к примеру: *Бастрыкин А.И., Ширяев Э.Б.* Мода, кумиры и собственное «я». Л.: Лениздат, 1988.

а также многие другие объективные и субъективные факторы породили наблюдавшееся в советском обществе, по крайней мере, вплоть до 1960-х годов, своеобразное явление, которое можно назвать «*сублимацией*» моды. Однако подспудно в этот же период рос интерес к этому явлению, как возрастали и *отложенные ожидания* граждан, вырвавшихся, наконец, из полосы лишений и нищеты и желавших достойно жить, красиво, модно и со вкусом одеваться.

Десятилетиями сдерживаемая «пружина» начала стремительно разжиматься в период хрущевской «оттепели», на рубеже 1950—1960-х годов, а затем в еще более благополучные в материальном плане брежневские времена, во многом определив специфику и взрывной характер последующего ажиотажного, но так и не удовлетворенного интереса к модной и качественной одежде в СССР периода «перестройки».

Вот только несколько любопытных фактов, ярко характеризующих новые тенденции 1960-х годов. Примерно в то же самое время, когда молодой модельер Вячеслав Зайцев пытался доказать, что его «веселая» (с выкрашенными в разные цвета валенками и телогрейками) коллекция одежды для тружеников села имеет право на существование, целую общественную дискуссию вызвала пришедшая с Запада мода на цветное (или даже с рисунком) постельное белье. Дело в том, что немалая часть советских граждан по-прежнему считали эти новшества признаком дурного вкуса. Много копий было сломано в это время и по поводу того, стоит ли сменить традиционные белые халаты работников советских парикмахерских на более практичную форму иного цвета⁷.

«Полноте, да была ли вообще в СССР какая-то мода, тем более — особая “советская мода”»? С такой точкой зрения часто приходилось сталкиваться авторам этой книги. Миф о вечной «серости» и «похожести» одежды советских людей, не столь выраженная, как на Западе, яркая индивидуальность в одежде и отсутствие «пестроты» стилей, кажется, стали притчей во языцех, своеобразным ярлыком советского общества. Именно на этом акцентируется внимание как в воспоминаниях иностранцев о поездках в СССР (особенно в 1920—1950-е годы), так и в обличающей «совок» отечественной публицистике 1990-х годов.

⁷ В общественном мнении сохранялось стойкое представление, что только белый цвет — залог абсолютной чистоты и гигиеничности вещи. Эти требования были заложены и в соответствующие советские санитарные нормы. Тем не менее, в середине 1960-х годов художники призывали бороться с этими предрассудками, и несколько предприятий легкой промышленности Москвы и Ленинграда, ориентируясь на мировую моду, начали экспериментальный выпуск цветного постельного белья. В 1966 г. модельеры Центральной опытно-технической швейной лаборатории Минбыта РСФСР (ЦОТШЛ) приступили к разработке нескольких моделей спецодежды разного цвета для работников парикмахерских. См., например: В поход за красотой // Служба быта. 1966. № 10. С. 19; *Баженова Н.* Розы на подушке // Там же. С. 36—37.

Полагаем, стоит более внимательно присмотреться к тому, что скрывается за внешней «похожестью» одежды советских людей. В частности, заключается ли проблема в дефектах советской системы хозяйствования как таковой или в технически отсталой по причине остаточного финансирования легкой промышленности? Возможно, в СССР не было талантливых модельеров? А, быть может, выпуская аляповатую одежду массовыми партиями, власти намеренно стремились к подавлению индивидуальности? Важно также оценить отношение к моде не только руководства страны, но и населения, особенно с учетом того, что до 1960-х годов центральной проблемой оставалось обеспечение большинства граждан самой необходимой одеждой, а это, казалось бы, объективно отодвигало вопросы моды на второй план.

Но речь, безусловно, должна вестись и о таких важных вещах, как культурная и религиозная традиция, как зависимость общества от определенного груза исторической памяти, как значение представлений о приоритетах духовного начала над материальным, а также о характерной «норме поведения», о вкусе, культуре одеваться и проч.⁸ В условиях советской системы многие из этих доставшихся в наследство с дореволюционных пор представлений активно поддерживались и пропагандировались властью, внедрялись в общественное сознание, «вплетались» в господствующие идеологические установки. Кроме того, СССР важно было позиционировать себя как продолжателя лучших традиций не только отечественной культуры, но и мировой прогрессивной общественной мысли. Подобно цитатам из Маркса или Ленина, высказывания гуманистов и просветителей, относившиеся к совершенно иным историческим эпохам, зачастую возводились в абсолют и преподносились как непреходящий пример для подражания. Среди любимых авторов советских обществоведов был, например, Жан Жак Руссо. Конечно, в Советском Союзе его читали далеко не все.

Огромное воздействие на формирование мировоззрения советских людей оказывала русская классическая литература XIX в., пропагандирующая идеи просветителей, и в особенности произведения А.С. Пушкина⁹.

Весьма показательным также представляется и долгое время бытовавшее в СССР мнение о специфике советской эстетики как «эстетики простоты», «эстетики обыденного», «эстетики будней». В этом

⁸ Любопытно, что определенные аналогии поощряемой в СССР скромности (в том числе в одежде и внешнем облике вообще) как одной из главных добродетелей можно найти в проповедующей скромность протестантской этике.

⁹ Наиболее ярким произведением в этом отношении является, безусловно, роман «Евгений Онегин», в котором «как денди лондонский» одетый главный герой противопоставляется скромнице Татьяне, для которой главное — красота душевная.

виделся новый «эталон прекрасного», рожденный революцией и требующий своего развития в том числе в моде, в одежде и принципиально противостоящий «украшательской» эстетике Запада¹⁰. Такой подход находил в СССР многочисленных явных и скрытых сторонников.

В целом поразительно, насколько догматизированными оказались советские теоретические построения в области моды и потребления, с каким трудом и каким запозданием пришлось отказаться от многих из них, и главное — насколько далеко по сравнению с догмами ушла вперед жизнь и запросы обычных людей. Возводимые в абсолют цитаты столь разительно отличались от реалий второй половины XX в., что вызывали у них лишь реакцию отторжения.

В 1960—1980-е годы ситуация в СССР существенно изменилась. Заметно выросло благосостояние, культурно-образовательный уровень, и особенно, — запросы граждан, что способствовало стремительному повышению их интереса к модной и качественной одежде¹¹. В условиях распространения достижений НТР, мощного наступления тенденций потребительской революции, доступности средств массовой коммуникации мода становится все более влиятельным фактором жизни. Перед нею не могла устоять ни идеология, ни «железный занавес». Претендовавшее когда-то на регулирование моды советское государство вынуждено было все больше «подстраиваться» под модные тенденции.

Ситуация обострялась никак не поддающимся разрешению противоречием — с одной стороны, хронический дефицит модных, красивых и качественных товаров и, с другой, почти катастрофическое затоваривание не модной, непривлекательной и потому не пользующейся спросом продукцией. Примерно со второй половины 1960-х годов в глазах покупателей модность вышла в число ведущих потребительских характеристик одежды, и не учитывать этот фактор стало просто невозможно. Наконец, мода стала крайне востребованным не только эстетическим, но и экономическим элементом: если производить преимущественно модную одежду, то можно одним махом «убить двух зайцев»: и побороть дефицит, и ликвидировать затоваривание.

При более внимательном изучении различие между западной и советской модой зачастую оказывалось незначительным. Большинство экспертов признавало, по крайней мере, косвенно, что в 1950—1980-е годы советская мода более или менее тяготела к западным модным тенденциям, включая регулярные сезонные изменения. Причем со временем в

¹⁰ Захаржевская Р.В. Мода и гуманизм // Мода: за и против. М., 1973. С. 101.

¹¹ Проведенные в 1960-е годы в СССР первые социологические исследования показали такую зависимость: чем выше материальный достаток и культурно-образовательный уровень граждан, тем больше проявляемый ими интерес и положительное отношение к моде. См., например: Трофимова Н.Т. А в моде ли суть? // Там же. С. 213—214.

экономическом планировании СССР приходилось все в большей мере учитывать тенденции моды, включая практику корректировки планов.

В отличие от западной моды, советская мода менялась медленнее (мировые модные тенденции достигали и распространялись в СССР с некоторым запозданием). Она была стилистически более «сдержанной» (например, в период господства «мини» советские модельеры с присущим им чувством меры не увлекались моделированием чрезмерно откровенных юбок). По словам советских специалистов, мода в СССР считалась более демократичной, менее экстравагантной, нацеленной на удовлетворение не прихотей богатой элиты, а потребностей большинства граждан. Советская мода также считалась более практичной и функциональной, чем капиталистическая. Наконец, модная одежда, обувь и другие потребительские товары в СССР не должны были наносить ущерб здоровью. С этой целью они в обязательном порядке соотносились с довольно строгими по мировым критериям советскими медицинскими нормами и стандартами гигиены.

* * *

Мода многолика и крайне изменчива. Говоря о «мире моды», подчеркивают ее особенность и многогранность. В высоком смысле слова это, безусловно, элитарное искусство (правда, в СССР моделирование одежды относили к области «прикладного искусства»), но одновременно и социокультурное, и этнологическое явление, а современная модная индустрия — влиятельнейшая отрасль экономики. Сама логика подводит к тому, что серьезное научное исследование истории моды должно вестись в междисциплинарном ключе, с привлечением данных и методов истории, политологии, социологии и социальной психологии, этнологии, культурологии, экономики и проч., с использованием наработанных ими методик и с учетом по возможности всех значимых аспектов этого многогранного явления. Тем не менее, в словаре русского языка Ожегова, думается, вовсе не случайно присутствует подчеркнута историчное определение моды как «совокупности привычек и вкусов (в отношении одежды, туалета), господствующих в определенной общественной среде в определенное время»¹².

Исходя из быстрой сменяемости и нестабильности моды (вероятно, по этому показателю она не знает себе равных среди других социокультурных процессов XX в.), очевидна особая значимость исторической науки в ее изучении. Говоря иначе, научное исследование модных тенденций вне определенного исторического контекста совершенно невозможно. Социологи и культурологи — специалисты по истории моды и потребления тоже всегда отмечали сугубую историч-

¹² Ожегов С.И. Словарь русского языка. Изд. 7-е. М.: Сов. энциклопедия, 1968. С. 248.

ность этих явлений. Ведь то, что воспринимается в данную историческую эпоху, в определенном обществе или социальном слое как модная, красивая и престижная вещь, даже как предмет роскоши, спустя сравнительно небольшой промежуток времени или в других обстоятельствах может потерять свою особую привлекательность или оказаться потребительской «нормой»¹³.

В недавнее время, особенно до конца 1960-х годов, как в СССР, так и на Западе широкое распространение получила преимущественно эстетическая интерпретация моды. В частности, западная наука долгое время не обращала внимания на моду, относя ее не к социальным феноменам, а к особой области искусства. По традиции XIX в., преклонявшегося перед рациональностью, искусство «одевания, украшения и декорирования тела» казалось ученым, да и западному обществу в целом, недостойным серьезного внимания, «неважным» явлением и даже «эфемерным нонсенсом». Как и в СССР, на Западе долгое время к моде относились как к фактору тривиальному, фривольному, иррациональному, бесполезному, как к пустой трате времени и денег. Даже среди немногочисленных, считающихся ныне классическими научных работ о моде были такие, где отношение к ней довольно снисходительное¹⁴.

Другая причина не вполне серьезного отношения к моде во всем мире — ее сохраняющийся в общественном мнении «женский статус», то есть, принадлежность, прежде всего, к женскому полу, «молящемуся» на моду и рыскающему по магазинам от нечего делать. Не только в СССР, но и на Западе, говоря о моде, часто употребляют эпитеты «фривольная» и «бестолковая».

Примерно до 1980-х годов характерные для Запада потребительские практики женщин, например, посещение парикмахера, хождение по магазинам в поисках модных «штучек», чтение любовных романов или просмотр «мыльных опер» по телевизору, не воспринимались как предмет научного изучения. Только в последнее время, в особенности в связи с распространением гендерных исследований и бумом работ по социологии потребления, ситуация изменилась. Это дало заметный толчок к исследованию истории моды в контексте истории повседневной жизни и истории потребления.

В современной историографии существует единство мнений в отношении того, что для понимания феномена моды нужно идти дальше анализа сферы собственно эстетики и культурологии — в про-

¹³ *Sombart W.* Liebe, Luxus und Kapitalismus: Über die Entstehung der modernen Welt aus dem Geist der Verschwendung. Berlin: Wagenbach, 1983; *Roche D.* A History of Everyday Things: The Birth of Consumption in France, 1600—1800. Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press, 2000.

¹⁴ Подробнее об этом см.: *Entwistle J.* The Fashioned Body: Fashion, Dress, and Modern Social Theory. Cambridge: Polity Press; Malden, MA: Blackwell, 2000. P. 53—54.

изводство и экономику, социальную сферу, культурные традиции, общественные представления и психологию, потребительские настроения и т.д. То есть, мода — это проблема комплексная, крайне сложная и многогранная. Некоторые авторы называют моду «культурной индустрией» или «индустрией культуры»¹⁵.

Советская пропаганда, ориентировавшая граждан на умеренность в моде, вольно или нет соответствовала стоической морали, которая гласила: нельзя бездумно предаваться инстинктам и слепо следовать причудливому диктату моды. Образцовому гражданину СССР 1960—1980-х годов (в особенности женщинам), с одной стороны, вменялось в обязанность следить за модой, использовать ее для того, чтобы стать более современным и привлекательным. Не возбранялось даже получать удовольствие от ношения модных вещей. Но, с другой стороны, нельзя было превращаться в «раба» моды. Эта грань была весьма тонкой. Потому необходимо было соблюдать умеренность и сдержанность, не предаваться массовому «модному психозу», сохраняя свой собственный индивидуальный стиль.

Нужно признать, что в этом отношении «идеология» советской моды в принципиальном плане соответствовала морально-этическим нормам, которые пропагандировались примерно в это же время на Западе. Разница заключалась в том, что там к тому времени в результате «потребительской революции» не было недостатка в качественной, модной и сравнительно доступной большинству населения одежде. В СССР же правила «сдержанности» вольно или невольно помогали узаконить недостатки плановой экономики в удовлетворении спроса на модную одежду.

Отношение к моде в СССР до определенного времени в своем скепсисе мало чем отличалось от отношения к моде на Западе. В советских научных изданиях 1960—1970-х годов можно было прочитать, что мода — это непродолжительное господство в общественной среде тех или иных эстетических вкусов, проявляющихся во внешнем облике вещей. Такие «облегченные» представления вели к тому, что к моде как к предмету научного исследования долгое время вообще не относились всерьез. Достаточно сказать, что в книге «Социальная психология и история» Б.Ф. Поршнев пояснил, что мода «принадлежит к очень простым явлениям из сферы настроений...»¹⁶. Более того, вплоть до середины 1950-х гг. отношение к моде в СССР было, скорее, негативным. И дело здесь не только и не столько в послевоенном политическом режиме.

В общественном сознании населения, густо замешанном на традициях религиозно-общинной психологии и пролеткультовских настроениях 1920-х годов, закрепились негативные стереотипы, относящие

¹⁵ Ibid. P. 220—221.

¹⁶ Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история. М.: Наука, 1966. С. 87.

моду (и связанное с ней стремление модников выделяться, обращать повышенное внимание на внешность) к *социальной аномалии*. Именно по этой причине идея о моде как одном из «пережитков» прошлого, время от времени реанимируемая официальной пропагандой, оказалась столь восприимчивой гражданами.

Важно подчеркнуть, что после смерти Сталина тональность отношения к моде в официальном дискурсе меняется в положительную сторону (характерно, что общественное сознание второй половины 1950-х годов зачастую не поспевает за сменой курса). Малоизвестно, но мода как возможность самовыражения и свободного проявления эмоций воспринималась современниками как один из символов десталинизации, подобно Всемирному фестивалю молодежи и студентов в Москве. Происходившие на рубеже 1950—1960-х годов изменения в моде и моделировании одежды крайне важно рассматривать в контексте общих процессов реформирования советской системы при Н.С. Хрущеве («оттепель», расширение международных контактов, попытки реформ в экономике и др.).

Государством ставятся задачи, во-первых, разработки концепции особой «советской моды»; во-вторых, научного изучения ее законов функционирования и возможностей регулирования; в-третьих, максимального использования естественных механизмов моды (смена силуэта и стилей платья, мода на ткани, цветовую гамму одежды и проч.) для улучшения функционирования советской системы, в частности, для регулярного обновления производимого швейными фабриками ассортимента изделий. С 1960-х годов слово «мода» в советском официальном дискурсе становится признаком динамизма, обновления, научно-технического прогресса, а также поворота государства к естественным потребностям человека.

* * *

Сравнение истории мировой моды с другими исследовательскими направлениями показывает, что она чрезвычайно субъективна, часто случайна в выборе и фиксации сюжетов, событий и героев, не говоря уже о расстановке акцентов. История советской моды тоже полна тайн, малоизвестных и совершенно неизвестных фактов. Приведем только один пример. Специалисты по истории одежды XX в. много писали о дискуссиях в разных странах мира по поводу женских брюк. Считалось, что в СССР по этому вопросу преобладала консервативная позиция, основанная на соответствующей точке зрения власти, постоянно ограничивавшей модельеров жестко заданными рамками.

Но вот документальный повод для размышлений: обнаруженная в библиотеке бывшего Общесоюзного Дома моделей одежды (ОДМО)

фотография 1953 г. — СССР привозит в Прагу, на международный конкурс швейной одежды социалистических стран с участием ГДР, Венгрии и Чехословакии (все эти страны в то время достаточно авторитетны в мире моды) свою коллекцию одежды разного назначения, которую уже выпускают либо ставят на поток швейные фабрики. Известно, что советские модели отбирались специалистами ОДМО и утверждались вышестоящими инстанциями. Неожиданно для всех в качестве перспективной повседневной одежды для женщин советская делегация — единственная из стран-участниц — предложила брючный костюм, который, судя по снимку, резко контрастировал с аналогичной одеждой других конкурсанток.

Что означал этот эпизод в условиях полного господства на Западе юбок? Был ли он случайным или нет, имел ли какие-то последствия? Все эти вопросы остаются открытыми. Известно лишь, что в тот период женские брюки не получили широкого распространения как повседневная одежда и в самом СССР.

Читая книги о моде XX в., порою кажется, что в ней все «троны» поделены раз и навсегда. Ведь в традиционной истории моды есть место только для «идолов» и «небожителей» моды, но не для тысяч талантливых модельеров, портных, закройщиков, да и рядовых потребителей. Другая проблема — «стереотипизация», закостенелость традиционных подходов, методических приемов и ракурсов, с помощью которых ныне изучается история моды. Так, до сих пор не написано ни одной серьезной научной работы о повседневной деятельности коллектива конкретного модного ателье, магазина или моделирующей организации.

Немало встречается и мифов о моде XX в., в том числе о советской моде, тиражируемых из издания в издание. На наш взгляд, наиболее эффективный способ развенчания подобных стереотипов — расширение источниковой базы за счет введения в научный оборот новых документов, а также применение в конкретно-исторических исследованиях новых методических подходов, в том числе с позиций исторической антропологии, микроистории и истории повседневности.

В чем особенности и новизна настоящей монографии? Эта книга является первым в историографии систематическим исследованием истории развития советской моды и моделирования одежды в Советском Союзе. Она дает целостную картину создания многочисленных Домов моды, ателье и институтов, которые существовали в СССР. Опираясь на широкий круг источников, авторы предлагают свое видение роли и места моды в экономической, идеологической, эстетической, социально-культурной областях советской жизни. В качестве главных объектов исследования и героев книги выступают как властные структуры, так и институции моды разного уровня, ведомственной подчиненности и региональной принадлежности, а также про-

фессиональное сообщество, связанное с разработкой советской моды, и, наконец, рядовые советские граждане — потребители модной продукции. Специальный раздел книги посвящен общественным представлениям о моде и культуре одежды. Особенностью исследования является присутствие объектов разного уровня, что позволяет авторам работать и на микроуровне, и в жанре биографической истории, и истории малых социумов.

Особое внимание уделено слабо изученному послевоенному периоду. На наш взгляд, именно в послевоенный период, и особенно в 1950—1960-е годы, в области моды, культуры одежды и потребительских настроений, а также в общественном сознании граждан произошли заметные перемены, заслуживающие тщательного анализа в контексте современных дискуссий о возможностях реформирования и причинах кризиса советской системы.

Данная книга написана как историческое исследование. Авторы не претендуют на то, чтобы дать читателю исчерпывающий анализ стилистических изменений и новаций в истории советской моды XX в. Мы полагаем, что проблемы искусствоведения и профессионального дизайна должны быть изучены отдельно. То же самое относится к необходимости специальных исследований истории советской моды как экономического явления, а также в социально-историческом разрезе, главным образом, с позиций истории повседневного потребления и общественных представлений о моде и культуре одежды. Безусловно, важно было бы изучить эстетические вкусы и потребительские приоритеты различных социальных слоев советского общества. Тем не менее, в данной книге читатель найдет немало важных наблюдений и комментариев, выходящих на проблематику экономики, культуры, потребления, социальной психологии и др.

Эта книга может рассматриваться как своего рода основа, которая позволит в будущем изучить вышеозначенные и многие иные аспекты истории советской моды. В центре нашего внимания — становление и развитие советских государственных учреждений моды *как системы* в течение всего периода советской истории. Речь идет, прежде всего, о деятельности системы моделирующих организаций (состоящей из нескольких ведомственных подсистем). В послевоенный период они стали важным, до сих пор недооцененным элементом экономических отношений и культурной жизни страны.

В книге рассматривается изменение отношения к феномену моды (включая идеологические аспекты и тесно связанные с ними вопросы советской эстетики, этикета и нравственности) как со стороны власти, так и в профессиональном сообществе и среди рядовых потребителей. Мы ставили целью также рассказать о повлиявших на моду политических кампаниях, о попытках разработки особой «советской моды», а также о широком распространении практики избиратель-

ного копирования и «адаптации» в советских условиях достижений западной модной индустрии. Этот процесс, начавшийся в сталинские времена, продолжился в эпоху Н.С. Хрущева и Л.И. Брежнева. Впрочем, в творческом использовании иностранных технологических новаций и даже конкретных моделей не было ничего принципиально нового. Ведь, к примеру, едва ли не все советские автомобили тоже имели иностранных прородителей.

В более широком плане книга — это исследование о возникновении и развитии советской культуры одежды, о больших надеждах, великих достижениях, но и о неудачах и их причинах. Немало места в данной работе уделено также различным объективным и субъективным факторам, препятствовавшим изменениям в стиле одежды и в культуре потребления в СССР в целом.

С самого начала работы над книгой нас интересовал вопрос о причинах разительного расхождения между результатами профессиональной работы талантливых советских модельеров, ежегодно создававших множество оригинальных моделей, и тем зачастую неудовлетворительным по качеству продуктом, который был «на выходе» — в виде предлагаемой людям одежды. Аналогию можно найти в советском сельском хозяйстве, когда на полях собирался урожай много больше и лучшего качества, чем овощи и фрукты, доходившие до прилавка. Дефицит, проблемы с качеством и ограниченный ассортимент на полках советских магазинов, — все это были проблемы, характерные не только для модной индустрии, но и для советского рынка потребительских товаров в целом. Тем не менее, эти проблемы, вероятно, затрагивали индустрию модной одежды в большей степени, чем другие области потребления. Хотя бы просто потому (и это был один из тезисов, который мы предполагали специально изучить), что быстрые, часто непредсказуемые сезонные изменения моды не вписывались в жесткую плановую экономическую систему, где производство всего, вплоть до ниток и пуговиц, расписывалось заранее.

Еще одна особенность книги заключается в том, что авторы пытались взглянуть на историю моды с разных сторон и с разного расстояния исторического объектива: то удаляя его на высоту макроистории и сравнительного анализа с мировыми тенденциями, то приближая повествование к уровню советской повседневной жизни и микроистории. Это позволило показать проблему одновременно «сверху» — с точки зрения власти и официального дискурса и «снизу» — глазами модельеров и рядовых потребителей. Неизменным остался сугубо исторический подход к рассмотрению явлений, а также желание дать оценку тенденциям с позиций общемировых процессов в области моды и потребления.

Понятно, что в рамках одной книги было невозможно в равной степени осветить все без исключения аспекты столь сложной и многогранной проблемы, тем более в течение всех периодов советской

истории. По этой причине авторы сконцентрировали свое внимание на ключевых этапах, слабо изученных или дискуссионных проблемах истории моды. Неудивительно, что в центре внимания оказался послевоенный период, в особенности 20-летие с середины 1950-х по середину 1970-х годов.

При том, что книга посвящена истории моды и моделирования одежды в СССР как важнейшей части истории потребления при социализме, многие ее сюжеты поднимают ключевые проблемы взаимоотношений общества и государства, а также функционирования советской системы как таковой.

* * *

При написании данной книги использован широкий круг разнообразных источников, многие из которых впервые вводятся в научный оборот. В их числе документы фондов государственных и партийных архивов бывшего СССР, ныне хранящиеся в государственных архивах России и Эстонии. Это делопроизводственные документы министерств и ведомств, Домов моделей и ателье, универмагов и их партийных организаций, — учреждений, которые принимали активное участие в разработке и производстве модной продукции.

Помимо государственных архивов, привлекались документы из ведомственных, а также личных и семейных архивов.

Кроме того, нами было изучено немало журналов, в которых регулярно обсуждалась и комментировалась проблематика моды и культуры одежды. Речь идет и о советских журналах мод, и о молодежных и популярных «женских» журналах, и о ведомственных изданиях. Мы также привлекали в ходе исследования разнообразные альбомы мод, брошюры, буклеты и рекламные издания разных лет.

Большим подспорьем при написании книги явилась советская газетная и журнальная периодика. В этом отношении мы оказались в уникальном положении, поскольку нам удалось обнаружить обширную коллекцию вырезок статей по данной проблематике из газет и журналов, которые издавались от Калининграда до Находки, от Архангельска до Крыма и Казахстана в период между серединой 1950-х и концом 1970-х годов. До распада СССР данная коллекция находилась в распоряжении Научно-технической библиотеки Общесоюзного Дома моделей одежды на Кузнецком мосту. Благодаря обилию читательских писем и дискуссионных материалов в этих вырезках, мы получили ценнейших срез общественных настроений советского общества.

Большую роль в процессе работы над книгой сыграли материалы «устной истории». В течение 2006—2009 гг. авторы встречались в Москве и в Таллинне с десятками людей, причастных в советское время к миру моды, пропаганде культуры одежды, моделированию и кон-

струированию, фабричному производству одежды и индпошиву. Некоторые из них начинали трудиться в отрасли в конце 1940-х годов. Но большинство — в 1960—1980-е годы. Среди них были директора и главные инженеры швейных фабрик, администраторы и художественные руководители Домов моделей, рядовые художники-модельеры, конструкторы одежды, парикмахеры, манекенщицы, работники системы индпошива и др.

Интервьюирование людей разных профессий и профессиональной компетенции было сознательной позицией авторов. Респонденты имели различные мнения и взгляды на проблемы, которые мы хотели с ними обсудить. Профессиональное разнообразие и разное служебное положение респондентов обеспечивало взгляд на одну и ту же тему с разных сторон и под разным ракурсом. То, что не замечали со своей «колокольни» одни, было прекрасно видно другим. То, что одни не знали, оказывалось известно другим в силу их служебного положения и характера деятельности. То, о чем по разным причинам не хотели упоминать одни, с охотой и в деталях рассказывали другие. Полученные в ходе интервью сведения проверялись нами как путем перекрестных опросов, так и с помощью сопоставления с документальными данными, в том числе — с документами парторганизаций учреждений моды. Вся эта сложная и трудоемкая «исследовательская кухня», на которую ушел не один год кропотливой работы, осталась, в основном, за рамками монографии.

Наряду с текстами, с учетом специфики темы, много внимания при формировании источниковой базы мы уделили изобразительным документам, особенно фотографиям (из частных коллекций, библиотеки бывшего ОДМО и Главархива г. Москвы). Нужно заметить, что эвристическая работа по формированию полноценной источниковой базы для данной книги могла бы стать сюжетом для увлекательного романа. Достаточно упомянуть факт обнаружения нами считавшейся безвозвратно утраченной в середине 1990-х годов ценнейшей коллекции научно-технической библиотеки бывшего Общесоюзного Дома моделей одежды на Кузнецком мосту. Она разделила судьбу многих подобных уникальных ведомственных документальных собраний советских времен, которые оказались ненужной обузой новым хозяевам во время приватизации 1990-х годов.

В историографических лабиринтах



Основные тенденции историографии

Советская мода зародилась на волне революции 1917 г. и считается одним из первых ее признанных достижений. Она впитала в себя отечественные и мировые общественно-культурные тенденции, стили и направления «высокой живописи» (*fine art*) начала XX в. и получила всемирную известность именно благодаря тому, что в 1920-х годах в области моделирования одежды для «нового общества» экспериментировали выдающиеся деятели отечественной культуры (художники, архитекторы и др.). В советские годы, прежде всего благодаря работам признанного лидера в изучении данной темы Татьяны Стриженовой, история советской довоенной моды оказалась достаточно хорошо изученной, правда, преимущественно в культурологическом ключе. Работы Стриженовой издавались многотысячными тиражами в СССР и за рубежом¹.

На Западе интерес к советской моде долгое время ограничивался искусствоведческими аспектами, связанными преимущественно с искусством русского авангарда и экспериментами конструктивистов. Поводом для публикаций нередко становились выставки. Не случайно книги И. Ясинской «Советский текстильный дизайн революционного периода» и А. Лаврентьева «Варвара Степанова» первоначально появились в форме музейных каталогов, подготовленных для вывозившихся за рубеж выставок советского искусства революционной эпохи². Некоторые работы, посвященные собственно дизайну в советской моде и промышленности, появились на английском языке. В 1989 г. вышел альбом под названием «Революционный костюм: советская одежда и текстиль 1920-х годов», а в 1991 г. — книга Татьяны Стриженовой «Советский костюм и текстиль, 1917—1945». Эти переводные издания дали западным

¹ См., например: *Strijenova T.* La mode en Union Soviétique, 1917—1945. Paris: Flammarion, 1991; *Стриженова Т.К.* Из истории советского костюма. [М.: Искусство, 1972].

Yasinskaya I. Soviet Textile Design of the Revolutionary Period. London: Thames and Hudson, 1983; *Lavrentiev A.* Varvara Stepanova: the Complete Work. Cambridge, MA: MIT Press, 1988.

читателям первую более-менее систематическую картину становления советской модной индустрии в период до 1945 г.³ После распада СССР история постреволюционной советской моды (особенно в русле авангарда и конструктивизма) продолжала вызывать интерес преимущественно западных авторов⁴. Во многом новаторский характер носит исследование Кристин Руан по истории одежды и легкой промышленности России, охватывающее период со времен Петра Великого до революции 1917 г. Эта работа важна для понимания исторического наследства в области потребления и модной индустрии, доставшегося большевикам⁵.

К сожалению, значительно хуже изучена история советской моды послевоенного времени. Важной работой, в которой предпринята попытка дать периодизацию и проследить основные тенденции в области российской и советской моды вплоть до распада СССР, является иллюстрированная книга-альбом Александра Васильева: «Русская мода: 150 лет в фотографиях»⁶. Обзорный характер работы и заложенный в самой идее книги приоритет визуального ряда над текстом не позволил автору остановиться на многих важнейших сюжетах истории советской моды послевоенного периода. Воспринимая моду преимущественно как культурное явление, Васильев обращается, главным образом, к внешней (видимой) ее стороне. Он не ставит своей задачей показать моду как развивающуюся систему, связанную с производством и с моделированием одежды; он не пытается объяснить тенденции советской моды в контексте социальных и исторических процессов. Кроме того, история советской моды в интерпретации Васильева — это почти исключительно история заимствования западных тенденций. Отсюда и сомнение автора в существовании такого оригинального явления, как «советская мода».

Необходимо отметить, что выходит все больше исследований по истории потребления в СССР, которые имеют важное значение для помещения проблематики моды (как части истории потребления) в более широкий контекст⁷.

³ См.: Aleksandr Rodchenko: Experiments for the Future: diaries, essays, letters and other writings / edited and with a preface by A.N. Lavrentiev, with an introduction by J.E. Bowlt. New York: The Museum of Modern Art, 2005; Revolutionary Costume: Soviet Clothing and Textiles of the 1920' / L. Zaletova, F. Ciofi degli Atti, F. Panzini et al. New York: Rizzoli, 1989; *Tupitsyn M. Rodchenko & Popova. Defining Constructivism*. London: Tate Publishing, 2009; и др.

⁴ См., например: *Kiaer Ch. Imagine No Possessions: The Socialist Objects of Russian Constructivism*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2005.

⁵ *Ruane Ch. The Empire's New Clothes: A History of the Russian Fashion Industry, 1700—1917*. New Haven [Conn.]; London: Yale University Press, 2009.

⁶ *Васильев А. Русская мода: 150 лет в фотографиях*. М.: Слово/Slovo, 2004. Английское издание: *Vassiliev A. Beauty in Exile: The Artists, Models, and Nobility Who Fled the Russian Revolution and Influenced the World of Fashion*. New York: Harry N. Abrams, 2000.

⁷ *Осокина Е.А. За фасадом «сталинского изобилия»: распределение и рынок в снабжении населения в годы индустриализации, 1927—1941*. М.: РОССПЭН, 1999; *Gronow J. Caviar with Champagne: The Common Luxury and the Ideals of Good*

Между тем в последнее время в США и Европе вышли исследования, в которых в повестку дня вполне определенно ставится комплексная научная проблема «мода при социализме»⁸. В этих исследованиях утверждается, что феномен социалистической моды второй половины XX в. (попытки координации развития моды в рамках СЭВ и мода в каждой из социалистических стран) — это во многом не миф, а реальность, требующая тщательного изучения. В связи с этим представляется особенно актуальным исследование, вероятно, наиболее влиятельного сегмента моды в рамках социалистического содружества — советской моды.

Единственная монографическая работа, которая по проблематике стоит ближе всех к нашей книге, это исследование британки Джурджи Бартлетт «FashionEast: призрак, бродивший по Восточной Европе»⁹. Первая часть книги Бартлетт посвящена изучению довоенной индустрии моды в СССР. Во второй части речь идет о модных тенденциях в странах СЭВ в послевоенный период. Основное внимание уделено не СССР, а моде пяти других восточноевропейских стран — Венгрии, Чехословакии, Польши, ГДР и Югославии. Что касается Советского Союза, то в книге Бартлетт можно узнать о достижениях в области моды в основном лишь двух советских организаций — ОДМО и ВИАЛегпрома. Да и то их деятельность интересует автора преимущественно в сравнительном восточноевропейском контексте. Создание единой разветвленной системы советских моделирующих организаций остается вне поля зрения автора.

Life in Stalin's Russia. London; New York: Berg, 2003; *Gronow J., Zhuravlev S.* Soviet luxuries from champagne to private cars // Pleasures in Socialism: Leisure and Luxury in the Eastern Bloc / S.E. Reid, D. Crowley (eds.). Evanston, Ill.: Northwestern University Press, 2010. P. 121—146; *Аксютин Ю.* Хрущевская «оттепель» и общественные настроения в СССР в 1953—1964 гг. М.: РОССПЭН, 2004; *Зубкова Е.Ю.* Общество и реформы, 1945—1964. М.: Россия молодая, 1993; *Zubkova E.* Russia After the War: Hopes, Illusions, and Disappointments, 1945—1957. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe, 1998; *Hessler J.* A Social History of Soviet Trade. Trade Policy, Retail Practices and Consumption, 1917—1953. Princeton: Princeton University Press, 2004. Особенно много таких работ, получивших заметный отклик в научном мире, посвящено опыту германского социализма, в том числе в плане сравнения ситуации в ФРГ и ГДР. См., например: *Style and Socialism. Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe* / S. Reid, D. Crowley, eds. New York, 2000; *Stitzel J.* Fashioning Socialism: Clothing, Politics, and Consumer Culture in East Germany. Oxford; N.Y.: Berg, 2005; *Pence C.* From Rations to Fashions: The Gendered Politics of East and West German Consumption, 1945—1961: Ph.D. Dissertation. The University of Michigan, 1999; *Landsman M.* Dictatorship and Demand: East Germany Between Productivism and Consumerism, 1948—1961: Ph.D. Dissertation. Columbia University, 2000.

⁹ *Бартлетт Дж.* FashionEast: призрак, бродивший по Восточной Европе / [пер. с англ. Е. Кардаш]. М.: Новое лит. обозрение, 2011. Англоязычный вариант: *Bartlett D.* FashionEast: The Spectre that Haunted Socialism. Cambridge, MA; London: MIT Press, 2010. См. также статью: *Бартлетт Дж.* «Давайте оденем их в беж»: мелкобуржуазный мирок официального социалистического костюма // Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2007. Вып. 3. С. 187—232.

Стоит согласиться с Бартлетт в том отношении, что можно найти много общего во всех социалистических странах Восточной Европы — и в их эстетических принципах, и в воспитании вкуса, а также в официально заявленных намерениях централизованно регулировать и планировать моду. Все эти страны в конце 1940-х — начале 1950-х годов в той или иной степени копировали действовавшую на тот момент советскую систему моделирования одежды для предприятий массового пошива (при сохранении многих национальных особенностей в своих модных системах). Тем не менее, в одном все они отличались от советской модели моделирующих организаций, которая почти полностью централизованно управлялась государством. В указанных странах-членах СЭВ в течение послевоенных лет продолжали действовать частные предприниматели, ателье и модные салоны, а в некоторых случаях даже небольшие по масштабу частные или кооперативные производства модной одежды. Они также были более открыты Западу — как через импорт платья и текстиля, так и благодаря тому, что позволяли своим гражданам регулярно путешествовать на Запад. Таким образом, западное модное влияние гораздо интенсивнее распространялось на эти страны-члены СЭВ.

Восточная Германия это особый случай. Она непосредственно столкнулась с конкуренцией со стороны Западной Германии и капиталистического Запада в целом в сфере потребительских товаров и уровня жизни. В этом отношении особенно важна монография Д. Штицеля по истории моды Восточной Германии¹⁰. Исследование Штицеля охватывает весь послевоенный период истории ГДР. Автор подробно описывает возникновение и развитие новой социалистической индустрии моды, а также анализирует дискуссии об эстетике одежды, соответствующей новому социалистическому обществу. Штицель сравнительно меньше внимания уделяет моделированию модной одежды, деятельности модельеров и других специалистов в области моды. Зато его больше интересуют экономические и политические условия, при которых действовала модная индустрия ГДР¹¹.

На этом историографическом фоне становится очевидным, что довольно сложная и многогранная государственная система моды

¹⁰ *Stitzel J.* Op. cit.

¹¹ История потребления в ГДР в послевоенный период, включая производство потребительских товаров и культуру потребления, исследована более систематически и основательно, чем вопросы потребления в других странах бывшего СЭВ. См. об этом: *Wunderwirtschaft: DDR-Konsumkultur in den 60er Jahren* / Hrsg. von Neue Gesellschaft für Bildende Kunst. Köln; Weimar; Wien: Böhlau Verlag, 1996; *Merkel I.* Utopie und Bedürfnis: Die Geschichte der Konsumkultur in der DDR. Köln; Weimar; Wien: Böhlau Verlag, 1999; *Socialist Modern. East German Everyday Culture and Politics.* K. Pence, P. Betts (eds.). Ann Arbor, MI.: The University of Michigan Press, 2008; *Rubin E.* *Synthetic Socialism: Plastics and Dictatorship in the German Democratic Republic.* Chapel Hill, N.C.: The University of North Carolina Press, 2009.

Советского Союза была совершенно уникальной даже в рамках социалистического лагеря. Потому она заслуживает самостоятельного исследования.

В последние годы историческая наука о социалистической моде получила новые интересные дополнения. Нарастающий интерес к истории китайской моды привел к публикации нескольких монографий на эту тему¹². В частности, из этих работ, видно, что в ранние годы существования КНР советская система моделирования тоже повлияла на китайскую индустрию моды. Вслед за ухудшением отношений между странами при Мао и Хрущеве наступила почти полная изоляция Китая от остальных стран социалистического лагеря. А до этого культурный обмен и торговля между СССР и КНР были весьма значительными.

Советское влияние на китайскую моду было недолгим, достигнув своего пика в 1956 г., когда показы китайских мод и выставки одежды широко демонстрировали новые достижения и эстетические идеалы китайских модельеров. Однако китайская культура одежды отличалась от советской, поскольку в КНР продолжалось противостояние между европейским платьем и более традиционным китайским народным костюмом. С наступлением культурной революции Китай реализовал в дизайне и изготовлении одежды то, о чем мечтали советские радикальные дизайнеры 1920-х годов. Следуя принципам ультра-рационализма и антимоды, китайцы организовали массовое фабричное производство одежды на базе всего лишь нескольких стандартных моделей мужской и женской одежды. Эти вещи в течение длительного времени использовались в качестве типовых образцов военной формы и гражданского платья. На практике это была единственно доступная одежда для населения, включая Мао Цзедунa и других руководителей страны, которая получила в КНР повсеместное распространение. Это позволило государству в короткие сроки одеть граждан в максимально дешевую практичную типовую одежду, лишенную признаков моды.

Тем не менее, современные историки китайской моды пришли к выводу, что строгое требование однородности и функциональности одежды не смогло полностью упразднить различий в платье. Китайцы «индивидуализировали» свой типовой костюм с помощью самодельных аксессуаров, украшений, шарфов, воротничков, иных деталей одежды. На эти вещи возникла своего рода изменчивая мода, которая при ближайшем рассмотрении — в принципиальных трендах — следовала общемировым модным тенденциям.

История западноевропейской и североамериканской моды получила гораздо большее внимание историков, социологов и искусствоведов, чем

¹² См., например: *Finnane A. Changing Clothes in China: Fashion, History, Nation.* New York: Columbia University Press, 2008, а также: *Wu J. Chinese Fashion: From Mao to Now.* Oxford; New York: Berg, 2009.

мода при социализме¹³. Это особенно верно в отношении стран-лидеров мировой моды, таких как Франция, Италия и США. Издано множество книг, посвященных высокой моде в этих странах, а также типам одежды различных субкультур и их взаимодействию с уличной модой. Многочисленные монографии освещают творения известных дизайнеров или модных домов. Чаще всего эти исследования написаны в традициях истории искусства. Их авторы обращают внимание на основные стилистические изменения и эстетические инновации в индустрии моды, анализируют творчество и оригинальность ведущих модельеров, авторов коллекций. За последние годы, правда, появились книги, которые имеют несколько иную направленность. Они сфокусированы больше на общих экономических, политических и культурных аспектах индустрии моды и дизайна, а также на социальных и культурных аспектах развития культуры одежды в целом. Тем не менее, такие работы относительно редки. Из лучших можно выделить исследование Элизабет Уилсон «Облаченные в мечты»¹⁴. Это одна из первых работ, в которой мода систематически проанализирована с гендерных позиций: женщины — производители модных вещей и женщины — основные потребители модной одежды. Институциональный анализ и разбор социальных институтов моды в работе Дайаны Крейн «Мода и ее социальная задача: класс, пол и идентичность в одежде»¹⁵ схожи с одной из задач, поставленных в нашей монографии. Изданная двадцать лет назад книга Фреда Дэвиса «Мода, культура и идентичность»¹⁶ по-прежнему остается образцом в представлении многих систематических социологических интерпретаций роли моды в обществе, а также интересных примеров важнейших стилистических изменений и нововведений с широкими культурными значениями.

О моде, как части современной культуры и социальном явлении, в современной постсоветской России много говорят и пишут, правда, как правило, в публицистическом и культурологическом ключе¹⁷. В по-

¹³ См. об этом: *Steele V.*: 1) *Paris Fashion: A Cultural History*. New York: Oxford University Press, 1988; 2) *Women of Fashion: Twentieth-Century Designers*. New York: Rizzoli International, 1991; 3) *Fifty Years of Fashion: New Look to Now*. New Haven: Yale University Press, 1997; *Mendes V., De la Haye A.* 20th Century Fashion. London: Thames & Hudson, 2005.

¹⁴ *Wilson E.* *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. London: Virago, 1985. См. также рус. перевод: *Уилсон Э.* *Облаченные в мечты: мода и современность*. М.: Новое лит. обозрение, 2012. (Б-ка журн. «Теория моды»).

¹⁵ *Crane D.* *Fashion and its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*. Chicago, London: The University of Chicago Press, 2000.

¹⁶ *Davis F.* *Fashion, Culture, and Identity*. Chicago: University of Chicago Press, 1992.

¹⁷ После распада СССР бывшие советские деятели моды (модельеры, искусствоведы, манекенщицы и др.) дали журналистам тысячи интервью, в которых зачастую жаловались на гонения и незавидную творческую судьбу при социализме. Осваивается ими и мемуарно-публицистический жанр. См., например: *Андреева И.* *Частная жизнь при социализме: отчет советского обывателя*. М.: Новое лит. обозрение, 2009; *Юшкова А.* *Александр Игманд: «Я одевал Брежнева...»*. М.: Новое лит. обозрение, 2008; *Щипакина А.* *Мода в СССР*. Советский Кузнецкий, 14.

оследнее десятилетие определился и особый интерес к феномену отечественной моды XX в. Первыми «тропинку» в данном направлении, в том числе в связи с осмыслением влияния идей российских модельеров на тенденции мировой моды, «протоптали» журналисты и культурологи. Большой общественный резонанс вызвали показанные в 2000—2005 гг. по ведущим российским телеканалам документальные фильмы на эту тему¹⁸, изданные Александром Васильевым альбомы¹⁹, прошедшие с громким успехом выставки одежды советской эпохи²⁰. Историк моды Александр Васильев, кроме того, много выступает с лекциями в стране и за рубежом; он является одним из наиболее востребованных комментаторов данной тематики на российском телевидении и в печати. Все это, несомненно, подогревает общественный интерес к истории моды. Другое дело, что многие работы отличаются сенсационностью, субъективностью, идеологической предрешенностью и слабой опорой на достоверные факты, не говоря уже об архивных изысканиях.

Первые серьезные научные работы данной тематики, появившиеся в последние годы, вызывают оптимизм. Наиболее активно и плодотворно работают в данном ключе Наталья Лебина²¹, Лариса Захарова²²,

М.: Слово/Slovo, 2009; *Зайцев В. М.* Слава Зайцев. Тайны соблазна. М.: Искусство-XX век, 2006; и др. Изданы и первые популярные творческие биографии модельеров. См.: *Есин С. Н.* Слава Зайцев: мастер и вдохновение. М.: Навона, 2013.

¹⁸ См. серию программ 2005 г. по истории моды на телеканале «Культура»: URL: www.tvkultura.ru/news/; цикл телепрограмм Александра Васильева «Дуновение века» о стиле и моде в СССР и др.

¹⁹ *Васильев А.* Красота в изгнании. 5-е издание. М.: Слово/Slovo, 2005. Первое издание вышло в середине 1990-х годов. С тех пор пользующийся большим успехом альбом (фотографии, эскизы, мемуары, очерк Васильева о моде первой послереволюционной волны русской эмиграции в Париже) неоднократно переиздавался. См.: *Его же.* Русская мода: 150 лет в фотографиях.

²⁰ Память тела: нижнее белье советской эпохи: каталог выставки / ред. Е. Деготь, Ю. Демиденко. М., 2000. Выставка была подготовлена в Санкт-Петербурге и с большим успехом прошла в Москве и других городах России в 2000—2001 гг., в Вене в 2003 г., в Хельсинки в 2004 г. Рецензии на каталог выставки появились даже в ведущих западных средствах массовой информации. По мнению организаторов выставки, озвученному в эфире «Радио Свобода» 7 ноября 2000 г., нижнее белье способно рассказать об эпохе точнее, а главное, правдивее многих других источников.

В апреле — мае 2003 г. в Москве прошла выставка «Начало авторской моды в СССР. Слава Зайцев. 1960—1980-е». Большой популярностью пользовалась также выставка «Детская мода. Сто лет назад» (Москва, Галерея «На Солянке», апрель 2003 г.) и др. В декабре 2006 г. (Москва, Зверевский центр современного искусства) с успехом прошла выставка «Последние романтики Советского Союза», рассказавшая о неформальной советской авангардной моде второй половины 1970-х — 1980-х годов. URL: (<http://www.arba.ru/afisha/1017>)

²¹ *Лебина Н. Б.* Повседневная жизнь советского города: нормы и аномалии, 1920—1930 годы. СПб.: Журн. «Нева»: Летний сад, 1999; *Лебина Н. Б., Чистиков А. Н.* Обыватель и реформы: картины повседневной жизни горожан в годы нэпа и хрущевского десятилетия. СПб.: Дмитрий Буланин, 2003.

Лариса Захарова работает по истории советской моды хрущевского периода, особенно в плане французского влияния на модные стили и тенденции в СССР. См., например: *Захарова Л. В.*: 1) «Наиболее распространенной является

Анна Тихомирова²³, которые много публикуются как в России, так и за рубежом. В частности, живущая ныне в Париже Лариса Захарова тщательно изучила советско-французские культурные связи в послевоенном мире моды. Она исследовала распространенность французского влияния в советской моде, выяснила, какую роль для советских модельеров в качестве объекта для подражания играл парижский дом моды Кристиана Диора. Можно назвать также исследования О. Вайнштейн, Т. Дашковой, Ю. Градской²⁴. В последние годы в России появились издания, вокруг которых сформировался своеобразный актив авторов, пишущих по истории моды и потребления. В первую очередь это журналы «Теория моды» и «Неприкосновенный запас».

Одной из наиболее востребованных тем в постсоветских исследованиях стало «нормирование повседневности» «сверху», влияние власти и идеологии на моду и одежду. В 2004 г. была защищена написанная в культурологическом ключе кандидатская диссертация Ольги Гуровой «Идеология в вещах: социокультурный анализ нижнего белья в России (1917—1980-е гг.)». На ее основе в 2008 г. автором была издана книга «Советское нижнее белье; между идеологией и повседневностью»²⁵. Гурова попыталась показать, «каким образом идеологические предписания и социокультурные значения трансформируются в повседневной жизни и культуре» советского обще-

форма прямого пальто с однобортной застежкой»: о советской моде эпохи «оттепели» // *Неприкосновенный запас*. 2006. № 1 (45). С. 186—201; 2) Каждой советской женщине — платье от Диора!: (французское влияние в советской моде 1950—1960-х гг.) // *Социальная история*, 2004: ежегодник. М.: РОССПЭН, 2005. С. 339—370; 3) Дефилировать по-советски // *Теория моды. Одежда. Тело. Культура*. 2006—2007. Вып. 2: (зима). С. 59—74; и др.

²³ Диссертация А. Тихомировой посвящена сравнению моды и потребления в ГДР и ФРГ, однако, будучи уроженкой Ярославля, она изучала и ситуацию в своем родном городе. См., например: *Тихомирова А.* В 280 км от Москвы: особенности моды и практик потребления одежды в советской провинции (Ярославль, 1960—1980 годы) // *Неприкосновенный запас*. 2004. № 37. С. 101—110.

²⁴ См., например: *Vainshtein O.*: 1) *Female Fashion, Soviet Style: Bodies Of Ideology* // *Russia. Women. Culture / N. Goscilo, B. Holmgren (eds.)*. Bloomington: Indiana University Press, 1996. P. 64—94; 2) *Fashioning Women: The Dressmaker As Cultural Producer in Soviet Russia* // *Para-Sites: A Casebook Against Cynical Reason* / G.E. Marcus, ed. Chicago: The University of Chicago Press, 2000. P. 195—223; *Вайнштейн О.Б.*: 1) Полные смотрят вниз: идеология женской телесности в контексте российской моды // *Художественный журнал*. 1995. № 7. С. 49—53; 2) «Банты, рюши, цветы и кокарды»: теоретические и политические аспекты моды // *Неприкосновенный запас*. 2004. № 37. С. 88—96; 3) «Мое любимое платье»: портниха как культурный герой в Советской России // *Теория моды. Одежда. Тело. Культура*. 2007. Вып. 3. С. 101—127; *Градская Ю.В.* «Обычная» советская женщина: обзор описаний идентичностей. М.: Компания Спутник+, 1999; *Дашкова Т.* «"Работницу" — в массы!»: политика социального моделирования в женских журналах 1930-х гг. // *Новое литературное обозрение*. 2001. № 50. С. 184—192; и др.

²⁵ *Гурова О.Ю.* Советское нижнее белье: между идеологией и повседневностью. М.: Новое лит. обозрение, 2008.

ства²⁶. Это исследование вызвало большой интерес среди ученых, имеющих разные точки зрения на степень и характер влияния государственной идеологии на повседневную жизнь советских людей. В качестве основного метода О. Гурова выбрала дискурсивный анализ. Показательна и источниковая база исследования. Автор не работал в архивах. Гурова использовала лишь три категории источников: всего лишь 20 случайных интервью с пожилыми людьми; сохранившиеся артефакты изучаемой эпохи (предметы нижнего белья), а также официальные советские публикации (книги, брошюры и журналы о моде, гигиене, искусству одеваться, «женские журналы» и др.).

Еще одним набирающим обороты историографическим направлением является изучение моды в контексте истории потребления в СССР. Здесь следует выделить изданную в Великобритании важную книгу Натальи Чернышевой о советской потребительской культуре брежневской эпохи, в которой есть и глава о моде²⁷. Автор пишет, что в брежневский период в СССР свершилась не замеченная властью «потребительская революция» советского типа. В 1970-е годы в плане массового потребления страна поднялась на небывалые прежде высоты, а рост доходов населения совпал с заметным увеличением производства товаров. Опираясь на статистику, архивные данные, мемуарные, социологические и иные источники, Чернышева подробно анализирует динамику производства и потребления основных видов промтоваров при Брежневе, показывает роль экономических реформ и идеологических ограничений. Она верно обращает внимание на увеличение доступности многих потребительских товаров, на расширение их ассортимента и улучшение качества (телевизоры, холодильники, мебель, модная одежда, автомобили), а также на увеличение размеров импорта в 1970-е годы.

В результате в это время, по мнению Чернышевой, уровень жизни советских граждан резко улучшился. Тем самым вряд ли уместно говорить о «застое» применительно к сфере потребления 1970-х годов. Автор также приходит к выводу, что при Брежневе в стране не было *totalного* товарного дефицита, а, напротив, определяющей тенденцией являлось затоваривание. При обилии произведенных вещей люди отказывались их покупать, так как выросли их потребительские запросы. Они уже хотели носить не просто добротную, но высококачественную и модную одежду. Тем самым, пишет автор, «развитой социализм» все же оказался успешным, по крайней мере, в одном — в создании «развитых потребителей», дав путевку в жизнь новой потребительской культуре.

²⁶ *Ее же*. Идеология в вещах: социокультурный анализ нижнего белья в России (1917—1980-е гг.): дис. на соиск. учен. степ. канд. культурол. наук / [РГГУ]. М., 2004. С. 4.

Chernysheva N. Soviet Consumer Culture in the Brezhnev Era. London; New York: Routledge, 2013.

На самом деле, на наш взгляд, особенностью ситуации в 1970-х — середине 1980-х годах было сосуществование потребительского дефицита и затоваривания. Процесс «потребительства», конечно, носил не взрывной, как полагает Чернышева, а постепенный характер, и замечен он был уже на рубеже 1950—1960-х годов.

В последние годы начали выходить и учебные пособия по истории и психологии моды²⁸, по которым учатся студенты многочисленных ныне учебных заведений данного профиля. Правда, эти учебные издания в большинстве своем являются откровенными компиляциями из западных искусствоведческих работ. Из того же источника черпается и основная информация для Интернет-сайтов. Как следствие, история мировой моды XX в. представлена для российского читателя преимущественно в виде истории западных модных домов и ведущих мировых брэндов, в которой не находится места для истории отечественной моды (за исключением, пожалуй, всемирно признанных экспериментов в области конструирования одежды 1920-х годов). Это и неудивительно, ведь даже по истории ведущих советских моделирующих организаций, таких как знаменитый Общесоюзный Дом моделей одежды на Кузнецком мосту или ВИАЛегпром, до сих пор нет ни одной специальной работы. Ничего пока что не написано и по истории многочисленных региональных и специализированных моделирующих организаций СССР второй половины XX в.: Домов моды, Домов моделей одежды, Домов моделей обуви, Домов моделей спортивной одежды, Домов моделей рабочей одежды и др.

По сути дела, в систематическом научном ключе изучение истории советской моды только начинается. Появились интересные, написанные на основе новых источников и методологических подходов работы историков, социологов и психологов, проведены международные конференции, выходят документальные публикации, затрагивающие те или иные аспекты истории советской моды и культуры потребления при социализме²⁹.

Говоря о постсоветской историографии данного вопроса, хотелось бы обратить внимание на то, что в ней можно выделить два основных

²⁸ См., например: *Килошенко М.И.* Психология моды: учеб. пособие. СПб.: [Изд-во СПГУТД], 2000; *Ермилова Д.Ю.* История домов моды: [учеб. пособие для вузов]. М.: АCADEMIA, 2003.

²⁹ *Гофман А.Б.* АСАДА и люди: новая теория моды и мод. поведения. М.: Наука, 1994; *Захарова Л.В.* Каждой советской женщине — платье от Диора!: (французское влияния в советской моде 1950—1960-х гг.). С. 339—367; *Лебина Н.Б., Чистиков А.Н.* Указ. соч.; *Советская жизнь, 1945—1953* / [составители Е.Ю. Зубкова и др.]. М.: РОССПЭН, 2003; *Зубкова Е.Ю.* Послевоенное советское общество: политика и повседневность, 1945—1953. М.: РОССПЭН, 1999; *Революция и человек: быт, нравы, поведение, мораль* / под ред. П.В. Волобуева. М., 1997; *Российская повседневность, 1921—1941 гг.: новые подходы.* СПб., 1995; *Осокина Е.А.* Указа. соч.; *Зиновьев А.* Гомо советикус. М., 1993.

периода. Водоразделом между ними стали 2003—2004 гг. В отличие от 1990-х годов, начиная с этого времени обозначился явный общественный интерес к советскому прошлому (о чем свидетельствуют, например, выставки одежды советской эпохи, социологические опросы и др.), а также стремление перейти к взвешенной оценке советского прошлого. Данная тенденция в полной мере может охватить и историю моды и потребления в СССР, которая оказалась более востребованной, чем ранее.

Однако тон здесь задают не научные исследования, а публицистика, мемуарная литература, многочисленные телепередачи. В основном их авторы придерживаются тоталитарной концепции советского прошлого. Среди борцов с коммунизмом оказался и упоминавшийся выше историк моды Александр Васильев. По его мнению, в советский период «мода вместе с обществом находилась в стагнации», а возрождение российской моды произошло только после 1991 г. Иначе и быть не могло, поскольку «мода — она всегда не для всех. Мода — удел людей богатых и счастливых. Кроме того, эти люди должны располагать временем, то есть быть свободными...». По словам Васильева, советский идеал моды — это униформа. Никакой самобытности, основанной на сохранении и развитии национальных традиций в одежде, он не видит, как не признает и сам феномен существования «советской моды». На вопрос журналиста: «Но вот эта ненавистная советская мода кого-то все же породила? Не одних же монстров, совершенствующих комбинезоны? Что, совсем не было хороших художников?» — последовал категоричный ответ: «Никого. Нашим самым главным достижением была Надежда Петровна Ламанова... До большевиков она поставляла одежду для Императорского двора и создавала костюмы для балов в Зимнем. А когда пришли к власти эти проклятые большевики (не дай Бог еще раз их упомянуть), они упразднили своими декретами все дома моды»³⁰. На самом деле домов моды в дореволюционной России не существовало, были лишь модные ателье для избранной публики.

Из вышесказанного кажется очевидным, насколько важное значение принадлежит комплексу проблем, относимых к моде и культуре одежды, для лучшего, более глубокого понимания сложных и противоречивых процессов, происходивших в СССР в XX в., особенно в послевоенный период. Мода оказалась своеобразным «посредником» между обществом и властью. По этой причине, как представляется,

³⁰ «Великий собиратель модных штучек»: интервью Александра Васильева Надежде Тюновой во время его пребывания в Уфе, Башкортостан, 26.06.2003 г. (URL: www.bashvest.ru/showinf.php?id=2813). Под дореволюционными «домами моды» Васильев подразумевает, по его подсчетам, около 25 крупных ателье индивидуального пошива одежды на всю Россию, обслуживавших состоятельных клиентов. Однако все они ориентировались на модные парижские тенденции, копируя модели из парижских журналов.

эта тема, долгое время считавшаяся не приоритетной, сегодня выходит на первый план.

Сегодня западные историки русисты все чаще ставят вопрос о том, чтобы сойти с уже относительно хорошо накатанной колеи «традиционной» исторической проблематики, во многом искусственно препарирующей прошлое на «три дорожные полосы»: экономическую, политическую и социальную. В качестве альтернативы предлагается попытаться написать «иную историю», историю под другим ракурсом или углом зрения. Объектом такого исследования может быть все то, что позволяет «зацепить» реальную ткань событий и фактов и показать их в комплексе, во всей многогранности связей и взаимозависимостей. Примером создания «иной истории» стали, к примеру, вышедшие в 2007 г. и 2008 г. книги Люиса Сигельбаума и Катрионы Келли, в которых советская история показана сквозь призму соответственно истории советского автомобиля и истории детства³¹. Данная монография, посвященная истории моды и моделирования одежды в СССР, продолжает эту линию.

Изучение историографии по данной теме наглядно демонстрирует, что существующая на сегодняшний день «книжная» история моды имеет свою специфику. Во-первых, она особенно часто создавалась «под заказ». Во-вторых, значительное число работ написано либо в популярном ключе, либо в преимущественно теоретическом плане. В третьих, если среди авторов книг по истории моды и выступали ученые, то чаще всего это были культурологи и социологи, но не историки. Это предопределило пробелы в историзме исследований, ограниченность источниковой базы и слабое использование источниковедческих приемов для критики и анализа информации. Вышесказанное имеет прямое отношение и к истории советской моды, которая, по большому счету, только начинает изучаться.

Мода и *modernity*

После распада СССР и краха социалистической системы оживились дискуссии о том, в какой мере «советская модель», характерная для СССР и стран бывшего социалистического лагеря, являлась отступлением от «столбовой дороги западной цивилизации». Ключевым вопросом здесь оказалось соответствие модернизационных процессов, происходивших в СССР, вызовам и тенденциям своего времени³².

³¹ Siegelbaum L. *Cars For Comrades: the Life of the Soviet Automobile*. Ithaca: Cornell University Press, 2008; Kelly C. *Children's World: Growing Up in Russia, 1890—1991*. New Haven [Conn.]; London: Yale University Press, 2007.

³² См.: Осокина Е.А. Указ. соч.; Gronow J. *Caviar with Champagne: The Common Luxury and the Ideals of Good Life in Stalin's Russia*.

Сторонники теории тоталитаризма давали однозначно негативную оценку советской системе и ее способностям к обновлению. В рядах «ревизионистов» тоже выявились разные точки зрения. С одной стороны выступили «*модернисты*», как, например, Стивен Коткин, который в своем вызвавшем заметный резонанс исследовании о Магнитогорске обнаружил признаки складывавшейся в 1920—1930-х годах особой «советской цивилизации». По мнению Коткина, строительство социализма в СССР соответствовало вызовам времени и должно оцениваться в рамках постулатов модернизации, включая экономический и научно-технический прогресс, урбанизацию и т.д.³³ В современной российской историографии стремление трактовать советскую историю в рамках теории модернизации является преобладающим.

«Неотрадиционалисты», как Шейла Фицпатрик, подчеркивали, однако, что, несмотря на присутствие признаков *modernity*, советское общество оставалось, скорее, традиционным, нежели современным. Это выражалось, например, в широком распространении клиентелизма (отношения по типу «патрон-клиент»), в значимости статусности — социальной, профессиональной и др. и связанных с этим привилегиях³⁴.

Дискуссия не всегда выглядела плодотворной, поскольку стороны порою по-разному трактовали содержание понятия *modernity*. Кроме того, в поле зрения пока что не попали вопросы моды и культуры одежды, которые играют важную роль. Значение данной книги, посвященной истории советской моды, видится в том, что это исследование позволяет глубже проникнуть в суть вопроса о причудливом переплетении элементов патриархальности и современности в советском обществе разных исторических периодов, а также к каким последствиям это приводило.

Из историографии нетрудно заметить, что в центре внимания «модернистов» и «неотрадиционалистов» оказался межвоенный период — время, когда закладывались основы советской системы и когда был реализован первый этап советской индустриальной модернизации. Однако СССР не был статичной системой. После того, как страна более-менее оправилась от последствий войны, на 1950—1960-е годы пришлось вторая заметная волна модернизационного рывка. Она не

³³ *Kotkin S.*: 1) *Modern Times: The Soviet Union and the Interwar Conjecture* // *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History*. 2001. Vol. 2, N 1. P. 111—164; 2) *The Magnetic Mountain: Stalinism as a Civilization*. Berkeley: University of California Press, 1995. О современных историографических дискуссиях относительно природы и особенностей «советской *modernity*» см.: *Hoffmann D.* *Stalinist Values: The Cultural Norms of Soviet Modernity (1917—1941)*. Ithaca: Cornell University Press, 2003; *Arnason J.* *The Future that Failed: Origins and Destinies of the Soviet Model*. London; New York: Routledge, 1993; и др.

³⁴ *Fitzpatrick S.*: 1) *Introduction* // *Stalinism: New Directions* / Ed. by S. Fitzpatrick. London; New York: Taylor & Francis Group, 2000; 2) *Everyday Stalinism: Ordinary Life in Extraordinary Times: Soviet Russia in the 1930s*. Oxford; New York: Oxford University Press, 1999.

случайно совпала с хрущевской десталинизацией, приоткрытием «железного занавеса» и с первым периодом правления Л.И. Брежнева, в котором еще сильны были тенденции «оттепели».

К сожалению, второму пику советской модернизации специалисты до сих пор уделяли гораздо меньше внимания, чем довоенному. Оба периода характеризовались быстрым индустриальным и технологическим прогрессом, а также заметной урбанизацией. По нашему мнению, как первая, так и вторая волны модернизации в значительно большей степени, чем принято полагать, повлияли на состояние советского общества, включая культурно-образовательные приоритеты, общественные настроения, потребительские запросы и др.

Показательно, что как в первом (1930-е годы), так и во втором (конец 1950-х — 1960-е годы) случае процесс модернизации не мог осуществляться исключительно «сверху», без заинтересованного участия общества. Власть вынуждена была учитывать общественные настроения, сформировавшиеся в основном в сталинский период: в какой-то мере опираться на них, а в какой-то — трансформировать их в соответствии с задачами десталинизации, с новыми идеологическими постулатами и с вызовами времени, связанными в том числе с противоборством двух систем в условиях начавшейся «холодной войны».

В 1950—1960-е годы значительные усилия были направлены государством на достижение качественного рывка в образовании и в просвещении населения в целях создания «нового культурного человека», соответствующего идеалам будущего коммунистического общества и требованиям современной жизни. Учреждение советских институтов моды и пропаганда хорошего вкуса среди населения, в которой они участвовали, являлись неотъемлемой частью этой политики модернизации.

Американский историк Майкл Дэвид-Фокс, комментируя спор между «модернистами» и «неотрадиционалистами», предложил обращать больше внимания на конкретные формы культурного взаимодействия между капиталистическим и социалистическим лагерями, а также на различные способы их адаптации и изменения в этих странах³⁵. В данной книге мы попытаемся рассмотреть в этом контексте важную сферу потребления в СССР — моделирование и производство модной одежды.

Если верить великому социологу современности Георгу Зиммелю, именно мода с ее быстрыми и почти постоянными изменениями является лучшим маркером *modernity*, наиболее вероятной разгадкой нашего понимания современности, чем что-либо иное. Мода всегда мимолетна, быстро меняется и почти невыразима. Она также произвольна — нет фундаментальных причин, почему что-то должно быть

³⁵ David-Fox M. Multiple modernities vs. Neo-traditionalism: On recent debates in Russian and Soviet History // *Jahrbücher für Geschichte Osteuropas*. 2006. 54, 4. S. 535—555.

в моде, кроме самого факта, что это модно, а также является результатом притяжения вкуса людей в конкретный момент времени³⁶.

Моду можно сравнить с задачей художника Шарля Бодлера (Charles Baudelaire), который хотел поймать момент в вечно меняющемся мире без устойчивой фокусировки на предмете. Мода имела честь продемонстрировать свой фундаментальный опыт двойственности, что, по мнению Зиммеля, характерно для современного общества в целом. В тот самый момент, когда мода на что-то по-настоящему овладевала вниманием массового потребителя, эта вещь уже переставала в его глазах быть новой и желанной и тем самым начинала выходить из моды, а ей на смену где-то зарождалась новая мода.

Несмотря на кажущуюся легкомысленность моды, этот чрезвычайно важный, с точки зрения Зиммеля, социальный феномен достоин серьезного научного осмысления. В интерпретации Зиммеля, он выполняет важную социальную и культурную функцию. Мода может научить людей относительно безвредным способом «проживанию» в современном мире, в котором ничто не является стабильным или само собой разумеющимся. Зиммель утверждал, что мода удовлетворяет двум основным человеческим устремлениям, которые одинаково сильны, противоречивы и действуют одновременно. Первым из них является стремление «быть как все», идентифицировать себя с другими, подражая им как можно точнее. Второе желание — выделяться, отличать себя от других, таким образом, подчеркивая собственный вкус и индивидуальность³⁷.

Как мы увидим в данной книге, двойственное отношение к моде как в обществе, так и у власти, проходит красной нитью сквозь всю советскую историю. Беспокойство вызывало как полное отсутствие интереса к моде (значит, и к культуре одежды, что не соответствовало советским стандартам «культурности»), так и слишком большое внимание к ней у части населения. Корень вопроса в том, в какой мере и как именно представление о «золотой середине» («норме» в отношении к моде) менялось в советской истории, а также всегда ли эта «норма» в представлении власти соответствовала господствующим общественным представлениям в тот или иной исторический период.

Мода уж точно не являлась основным механизмом коллективной идентификации в социалистическом обществе, где, как ожидалось, выражение человеческой индивидуальности будет направлено на другие, более общественно значимые сферы деятельности (например, достижения в труде, образовании, общественной активности, воспитании детей). В русском, как и во многих других европейских языках, слово «мода», как правило, ассоциируется именно с модой на одежду. При этом модная одежда должна соответствовать таким характери-

³⁶ Simmel G. Philosophie der Mode. Berlin: Pan, [1905].

³⁷ Ibid.

стикам, как новизна, современность стиля, оригинальность и красота. В более широком смысле слово «мода» относится к циклическим стилистическим изменениям, как и практически любой социальный или культурный феномен, особенно хорошо различимым в большинстве категорий потребительских товаров и услуг (например, существует мода на автомобили, на мобильные телефоны и другие гаджеты).

Как и любое общественное явление, мода является лишь вопросом изменчивого вкуса. Действительно, сегодня в моде одно, а завтра прямо противоположное, в том числе и то, что недавно казалось безвкусицей, если не «антимодой» (например, затертые до дыр или прорезанные в нужных местах джинсы). Мода всегда преподносится и переживается как нечто новое и этим приобретает свою особую ценность и привлекательность в глазах потребителя. Именно новизна делает модный объект столь желанным.

Изменения в моде с ее регулярными сезонными циклами довольно рано составили четкую систему, отразившись в истории европейского производства платья и торговли одеждой. Несмотря на то, что «набор» меняющихся модных стилей весьма ограничен (например, в женской моде в зависимости от длины это «мини», «макси» и «миди»), модой невозможно управлять. Ее нельзя точно предсказать и тем более спланировать. То, что будет в моде завтра или через год, — это всегда дело случая. Источником смены господствующего модного стиля (или стилей) может стать молодежная «альтернативная» мода или творчество известного дизайнера, толчком для вдохновения которого окажется его «муза», историческое событие или свежие впечатления от разработок в других областях искусства или культуры.

Мода является феноменом и характеристикой того конкретного времени, в которое она существует, а также того общества, вкусы и предпочтения которого возвели тот или иной стиль на модный олимп. Мода по определению не может существовать в той области, в которой применяются объективные стандарты и точные критерии оценки (например, мода на дроби или косинусы в математике — это абсурд). Священные (духовные) предметы и религиозные убеждения тоже не могут быть модными или нет, так как они, как правило, не могут быть представлены по-иному. Это не означает, что сегодня мода не существует в таких областях, как религия или технологии, но это одновременно объясняет, почему изменения моды в этих сферах, как правило, очень медленны. Без этих предварительных замечаний, дающих важный историографический контекст, исследование советской моды вряд ли может быть успешным.

Советская модная индустрия и западные социальные науки

При изучении иностранной литературы нас интересовали в первую очередь те сюжеты, которые вызывают аналогию с советским опытом либо помогают лучше ввести читателя в курс событий, связанных с историей советской моды. Как известно, в первые годы после революции в Советской России оказались популярны идеи отрицания старой культуры, в том числе в отношении моды и одежды. Однако критика моды, как «бесполезной» части буржуазной культуры, не была «изобретением» русских революционеров или пролеткультовцев. Они опирались на традиции прогрессивных общественных кругов Запада, где уже в XIX в. получили распространение реформистские настроения. Их сторонники, подобно В. Маяковскому, призывали покончить с «тиранией моды», отказаться от нее как нерациональной и надуманной³⁸.

В качестве альтернативы для будущего общества равенства и справедливости идеалисты-реформаторы предлагали единую для всех униформу. Логика здесь была проста. Поскольку доказано, что одежда подчеркивает и культивирует социальные и материальные различия и неравенство, а также является предметом зависти и соперничества между людьми, новое общество должно сразу же поставить всему этому заслон в виде униформы.

Очевидно, что советские реформаторы моды начала 1920-х годов черпали свои идеи и действовали в соответствии с этими прогрессивными для своего времени представлениями. Конечно, современные взгляды о моде, пережившей процесс демократизации, сильно отличаются от начала XX в. Хотя продолжают раздаваться голоса, что мода, как и раньше, расточительна, однако все чаще можно услышать, что к моде нужно относиться как к *удовольствию*, которое испытывает человек, приобретая новую одежду, как ребенок новую игрушку, и с удовлетворением нося ее.

Помимо радикальных реформаторов, мечтавших об униформе (своего рода «антимоды»), яркими критиками буржуазной моды — как формы эксплуатации женщин мужчинами — выступили феминистки. Такого рода критика особенно явно проявилась в конце XIX в. в ходе борьбы с корсетами, ношение которых воспринималось феминистками как «мужское насилие над женщиной».

Против корсетов выступили и многие медики, представители переломной западной общественности. Одновременно были предприняты попытки подыскать для женщин более разумную и практичную «аль-

³⁸ Entwistle J. *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*. Cambridge: Polity Press; Malden, MA: Blackwell, 2000. P. 109.

тернативную одежду». Уже тогда острые дебаты развернулись в образованном обществе вокруг допустимости для женщин ношения брюк в публичных местах. Такая практика из соображений практичности была распространена среди сторонников водолечения (обеспокоенные проблемами гигиены тела и здоровья, они предлагали всем раздеваться, оголяться, закаляться)³⁹, среди феминисток, и особенно — в коммунах, как символ освобождения женщин от эксплуатации. Наиболее известный пример — ношение женщинами брюк в коммуне Роберта Оуэна «Новая гармония» в Индиане, США, в 1825—1828 гг.

Тем самым в глазах западного общественного мнения женские брюки стали знаковой частью одежды, наглядно свидетельствующей о взглядах их обладательницы либо о ее принадлежности к коммуне. К этому примешивалось и то обстоятельство, что в коммунах пропагандировалось равенство полов, в том числе и свободные сексуальные отношения. По тем временам это было вызовом господствовавшему общественному мнению, разрушавшему моральные и религиозные устои, поскольку основные конфессии выступали решительно против ношения женщинами штанов⁴⁰. Строго говоря, в господствующих общественных представлениях XIX в. это допускалось лишь в двух случаях: женщинам из рабочей среды на производстве (брюки как спецодежда), а также актрисам на сцене. Для остальных граждан буржуазная респектабельность ничего подобного не позволяла⁴¹.

Накануне революции 1917 г. Россия в этом отношении была страной еще более консервативных, если не сказать, диких нравов, чем Запад. Как о чрезвычайном событии одна из российских газет сообщала в 1911 г. о появлении в центре Киева женщины в брюках. Вот как об этом писал репортер одного из дореволюционных журналов: «Вчера, в 9 часов вечера на Крещатике среди многочисленной гуляющей публики вдруг появилась женщина в необычном одеянии... “Шароварщица”, — крикнул кто-то. Послышались свистки, началась давка — всем хотелось взглянуть на бедную даму, которую прижали к стене. Толпа увеличивалась. Была вызвана полиция. Под охраной роты солдат преследуемой удалось выбраться из плена и избежать расправы»⁴². Следует обратить внимание, что подобную нетерпимость продемонстрировали не люмпены, а респектабельная киевская публика.

Не удовлетворены своим платьем были не только женщины, но и мужчины. Среди прочих общественных организаций на рубеже XIX—XX вв. на Западе растущей популярностью среди мужской части насе-

³⁹ *Newton S.M.* Health, Art and Reason: Dress Reformers of the 19th Century. London: John Murray Ltd., 1974.

⁴⁰ *Entwistle J.* Op. cit. P. 164—165.

⁴¹ *Ibid.* P. 167—168.

⁴² Цит. по: Служба быта. 1966. № 2.

ления пользовалось «Движение за реформу мужского платья» (“Men’s Dress Reform Movement”). Его сторонники полагали, что женская и мужская одежда иррациональны, что излишества в одежде делают тело ненатуральным. Что столь частая смена моды не просто архаична и век научного прогресса, но совершенно бессмысленна и не обусловлена никакой практической необходимостью⁴³.

С ними во многом были солидарны представители популярного в Великобритании «Эстетического движения» (“Aesthetic Movement”), которые протестовали против «уродства моды» и выступали за естественность в одежде. Сторонницы этого движения в знак протеста носили «эстетическую» одежду (без корсетов, украшений и проч.) и исповедовали упрощенные взгляды на моду, на тело и природу.

По мнению современных исследователей, наличие разного рода реформаторских настроений в XIX в. стало следствием одновременно и веры в прогресс науки и общества, и наличия утопических представлений, и наивного идеализма и романтизма той эпохи. Характерно, что многие ведущие социологи, а также известные модельеры тех лет отдали дань увлечению реформирования одежды.

Под влиянием реформаторства находился законодатель мировой моды начала XX в. француз Поль Пуаре (Poiret), названный современниками «королем моды». С упомянутым выше «Движением за реформу мужского платья» был связан известный социолог и культуролог Джон Карл Флюгель (Flugel). В 1930 г. в одной из своих работ он раскритиковал современную ему мужскую и женскую одежду, писал о бесполезности моды. Большим влиянием в прогрессивных кругах мировой, в том числе и русской, интеллигенции рубежа XIX—XX вв. пользовались взгляды американского экономиста и социолога Торстейна Веблена. В своей классической работе «Теория праздного класса», впервые опубликованной в 1899 г.⁴⁴, Веблен, в частности, писал, что главная роль буржуазной жены — это демонстрировать окружающим финансовую состоятельность своего мужа, гоняясь за тряпками и меняя наряды. Он критиковал буржуазное общество и его нравы, в том числе и увлечение модной одеждой. Веблен выступал за платье, основанное на рациональных и утилитарных принципах, призывал в числе прочего отказаться от женских корсетов. В этом смысле его идеи были близки взглядам реформаторов одежды конца XIX в., о которых говорилось выше.

Западная социальная наука обратила также внимание на то, что отношение к одежде и к моде в обществе претерпевает заметные изменения в связи с переходом к современному типу общества

⁴³ *Entwistle J.* Op. cit. P. 164. О моде и реформаторском движении в одежде. см. также: *Newton S.M.* Health, Art and Reason: Dress Reformers of the 19th Century; *Steele V.* Paris Fashions: A Cultural History.

⁴⁴ *Veblen T.* The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions. New York: Penguin Books, 1899.

(*modernity*), что сопровождается индустриальной модернизацией, урбанизацией, ускоренными миграционными процессами и ростом социальной мобильности населения. В Западной Европе эти явления нарастали уже в XIX в.⁴⁵ Аналогичные процессы в отечественной истории осуществлялись в запаздывающем режиме и «рывками» — сначала в России в начале XX в., затем в СССР в 1930-е годы и, наконец, на рубеже 1950—1960-х годов.

Известный социолог и один из создателей теории «постиндустриального общества» Д. Белл, а также выдающийся историк, представитель школы «Анналов» Ф. Бродель пришли к выводу о том, что мода трудноуловима при феодализме именно по той причине, что общество не являлось еще в достаточной степени мобильным и социально стратифицированным. Однако по мере развития капитализма и особенно потребительского капитализма влияние моды в обществе заметно возрастает.

Если эти рассуждения верны, то мода может служить важным индикатором скрытых либо официально не признаваемых процессов в советском обществе. В частности, на наш взгляд, предположение о существовании зависимости между распространением моды и социальной мобильностью населения, а также об увеличении интереса к моде по мере роста социальной стратификации и потребительских настроений справедливо не только для капитализма, но и для советского общества.

Что еще полезного показал европейский опыт, подробно изученный специалистами? Урбанизация принесла с собой новый, ускоренный ритм жизни. Города стали не только грязными, шумными и криминально опасными. В отличие от деревни, с господствовавшей в ней традиционной культурой и с четкими правилами жизни, где уважают старших, где все друг друга знают с рождения и где жизнь каждой семьи у всех «как на ладони», города притягивают анонимностью, иллюзией «бесконтрольности», возможностью казаться не узнаваемым в толпе. В этих условиях появляется больше возможностей выразить свою индивидуальность в поведении и в манере одеваться⁴⁶. Для СССР все вышесказанное стало особенно актуальным начиная с периода первых пятилеток.

Городская среда отличалась от деревенской более заметной разницей в частной и публичной сферах жизни. В городе в публичной сфере все большее значение имел своеобразный перформанс: в обстановке анонимности городской среды можно и важно не быть, а казаться, выглядеть, создавать определенный образ. Наружность начинает играть значительно большую роль, чем раньше. Соответственно, одежда, прическа и проч. начинают выполнять значение символов, с помощью которых

⁴⁵ *Entwistle J.* Op. cit. P. 116.

⁴⁶ Подробнее об этом см.: *Savage M., Warde A.* Urban Sociology, Capitalism and Modernity. New York: Continuum, 1993.

люди, едва взглянув на человека, «считывают» информацию о нем. Причем преимущественно именно по тому, как он одет, выглядит и держится. Одежда становится средством «маркировки идентичности», как только ее владелец попадает из деревни в «мельницу» городской среды.

Подчас это имело практический смысл: в XIX в., когда в городах было много «чужаков», часто возникали конфликты и требовалось идентифицировать «своих» и «чужих». В этих условиях ношение определенной одежды подчас становилось способом выживания. В этой связи приходят на ум аналогии с революционной эпохой в России, когда именно по одежде и внешности шло деление на «своих» и «чужих» (или чуждых). В Европе разделение городской жизни на разные сферы — публичную и частную — в первое время было столь глубоко, что человек как бы «раздваивался»: на публике он играл одну роль, а дома — другую.

Не случайно в одном из самых популярных произведений А. Конан Дойля, отразивших его эпоху, сыщик Шерлок Холмс умело раскрывает секреты, определяя привычки и склонности людей по одежде, украшениям, часам и проч. Однако начало массового производства готовой одежды и предметов потребления со второй половины XIX в. сделало бы работу Шерлока Холмса в XX в. менее успешной, поскольку удешевление одежды на Западе привело к постепенному разрушению социальных барьеров. В начале XX в. Россия в этом отношении отставала от Запада.

По мнению специалистов, огромное воздействие на современную моду и культуру одежды оказали последствия Первой мировой войны. В отношении России это так же верно, как и применительно к истории Западной Европы. У женщин, которые заменили ушедших на фронт мужчин и стали служить в армии, появились новые возможности для работы вне дома, они обрели большую экономическую самостоятельность. Эмансипация, в которой Советская Россия 1920-х годов была впереди многих других стран, тоже дала женщинам больше возможностей. Женщины стали осваивать мужские привычки (например, курение) и мужские профессии, заниматься общественной деятельностью, спортом. В повседневную жизнь входил велосипед, потребовавший особой одежды. Все это изменило наряды в сторону практичности, они стали более свободными, не связывающими движение.

Тем не менее, к огорчению радикальных реформаторов на Западе и в Советской России, повседневная культура эволюционировала не так стремительно, как идеи. Мечты о «революционной одежде» — униформе так и не удалось претворить в жизнь даже в стране победившего пролетариата. В 1920-е годы ношение брюк в общественном месте по-прежнему оставалось невозможным для респектабельной европейской женщины⁴⁷. Вообще, как в России, так и на Западе, ос-

⁴⁷ Entwistle J. Op. cit. P. 170.

новые изменения касались именно женской моды. К этому периоду относится начало творческой деятельности легендарной Габриэль (Коко) Шанель, которая с учетом тенденций начала века предложила упрощение стиля в области женского костюма.

По мнению специалистов в области социологии моды и потребления, следующим важным рубежом, когда быстрое стирание классовых и социальных различий на Западе заметно отразилось на одежде населения, стали 1950-е годы. С этого времени, как правило, определить по одежде социальный статус, род занятий и состояние доходов человека стало почти невозможно. Уровень материального благосостояния существенно выросшего здесь количественно т.н. «среднего класса» (в его составе оказались в том числе и квалифицированные рабочие) стал таков, что широкие слои населения могли себе позволить купить упавшую в престижности модную и качественную одежду.

Наконец, с 1980-х годов элитные модельные дома Запада, ориентировавшиеся ранее лишь на единичные образцы одежды для избранных, начали серийное производство более дешевого готового платья, расширяя тем самым свою клиентуру и привлекая в ряды покупателей средний класс. По данному пути пошли такие дизайнеры, как Кристиан Диор, Джорджио Армани, Калвин Кляйн и др.⁴⁸ Для нашего исследования важно иметь в виду динамику тенденций в данной области, в том числе и в плане сравнения с ситуацией с моделированием и производством одежды в СССР.

Другим следствием процессов урбанизации и угасания натурального хозяйства в условиях европейского общества XIX в., стал **количественный рост материальной культуры** — быстрое развитие мира товаров, потребления, регулярных походов в магазины и покупок. Эти процессы тоже представляют большой интерес для понимания аналогий, связанных с историей развития и особенностями советской моды. Вступление в современное общество предоставило индивидуумам новые возможности проявить себя, выразиться в качестве потребителей, «которые пришли утвердить свое собственное “я” в мире товаров». Георг Зиммель был среди тех ученых и современников, кто прекрасно видел и писал о противоречивости тенденций нового времени. С одной стороны, оно открыло дорогу для индивидуализации вкуса и потребностей, невозможную в прежнем «традиционном» деревенском обществе. Вместе с тем, оно порождает и усиливает стремление к «генерализации», к «униформизму», к сходству форм и содержания жизни⁴⁹. Но одновременно — и к дифференциации разных отдельных элементов, способствующих постоянной смене индивидуальной жизни⁵⁰.

⁴⁸ Ibid. P. 134.

⁴⁹ Simmel G. The Metropolis and Mental Life // On Individuality and Social Form / D. Levine, ed. Chicago: University of Chicago Press, 1971. P. 462.

⁵⁰ Ibid. P. 294.

Таким образом, по словам Г. Зиммеля, «генерализация» и «индивидуализация» — это два основных антагонистических принципа, которые сосуществуют в современном обществе. Мода как раз и отражает борьбу между конформизмом и дифференциацией. В ней, как в капле воды, видны противоречивые желания индивидуумов: одновременно соответствовать и общим веяниям современной моды (подстраиваться; быть, как все) и выделяться из толпы, быть замеченными⁵¹.

Посмотрим, насколько выводы Г. Зиммеля актуальны для советской истории потребления. Обратимся для этого к рубежу 1950—1960-х годов. Хотя тяжелые сороковые годы оставались «в подкорке» населения, к 1960-м годам народ в целом был одет и обут. Но преодоление порога обеспеченности населения «базовыми» потребностями в одежде и питании, а также относительный рост материального благосостояния граждан неожиданно породило новые проблемы. Их существование частично не признавалось и в должной мере не изучалось в СССР, а с другими властями так и не удалось справиться. О чем идет речь?

По мере постепенного насыщения рынка товарами и появления на прилавках советских магазинов, конечно, не такого широкого, как на Западе, но все же определенного ассортимента носильных вещей, стала меняться и потребительская психология советских граждан. На смену традиционному, преимущественно «рациональному» отношению к одежде пришло ее «эмоционально-эстетическое» восприятие и учет соображений престижности. По мере избавления от характерного для материально бедных и культурно неразвитых обществ единообразия в одежде, платье приобретало все более символический, персонифицированный характер. Говоря научным языком, не только на Западе, но и в СССР одежда превратилась в средство (само)идентификации индивидуума. В советском обществе становится более заметным и отмеченное выше противоречие между «генерализацией» и «индивидуализацией» вкуса, подмеченное Г. Зиммелем, как говорилось выше, применительно к западному обществу начала XX в.

Показательно, что в 1960-е годы в советском обществе к платью вообще, и к женскому нижнему белью в особенности, перестали относиться как преимущественно к функциональной вещи, прежде всего, дарящей тепло. Главным образом для молодежи все большее значение, наряду с эстетическими характеристиками (красота, яркость и нарядность, модность и др.), приобретала эротическая составляющая одежды: ее умение выделять из «толпы» и привлекать противоположный пол, подчеркивая наиболее выигрышные стороны внешности, фигуру, походку и т.д.

Отсюда, в частности, и совершенно верно подмеченный некоторыми авторами, но не всегда с позиций историзма интерпретируемый

⁵¹ Ibid. P. 296.

бунт советского молодого поколения против практичного, но незротичного женского нижнего белья (пantalоны), большими партиями выпускавшегося в СССР еще в конце 1950-х годов по лекалам тридцатилетней давности⁵². К удивлению многих представителей старшего поколения, в 1960—1970-е годы подростки отказывались носить или испытывали чувство стыда за купленное для них родителями нижнее белье. Оказалось, что мода может существовать и здесь, и что профессионально моделировать нижнее белье для массового фабричного производства тоже необходимо. Очевидно, что в той или иной мере отголоски западных «потребительской революции» и «сексуальной революции» проникали и на одну шестую часть суши.

Поскольку со времен получившей громкую известность выставки «Память тела. Нижнее белье советской эпохи» производимое в СССР женское белье оказалось под огнем особенно суровой критики за его «незротичность», любопытно посмотреть, что об этом говорит мировая история моды.

Сошлемся на известную среди специалистов книгу Каннингтонов по истории нижнего белья, в которой, в частности, отмечается, что к нижнему белью недопустимо относиться с позиций сегодняшнего дня. Призывая к историзму в данном вопросе, авторы предлагали подойти к этой теме с точки зрения того времени, когда и в каких условиях нижнее белье производилось и носилось⁵³. В частности, Каннингтоны полагают, что эротизация нижнего белья с позиций современных представлений — это типичная ошибка, поскольку эротизм в одежде, в том числе и в нижнем белье, нарастал постепенно и в разных обществах имел свои особенности. Вплоть до начала XIX в. даже в Западной Европе обычные люди, как правило, вообще обходились без нижнего белья (женщины носили нижние юбки). Затем его стали носить как женщины, так и мужчины для сугубо практических (защита от холода, особенно в зимнее время) либо гигиенических целей⁵⁴. При этом в XIX в. pantalоны — предмет насмешек некоторых современных авторов — носили в Европе как мужчины, так и женщины. Более того, самый «развратный» танец — канкан исполнялся именно в pantalонах, которые по понятиям начала XX в. считались особенно сексуальным предметом женского нижнего белья.

Кстати, косметика и парфюмерия для женщин появилась тоже только в XIX в., хотя респектабельные леди не должны были ими злоупотреблять, чтобы по ошибке не быть принятыми за проституток.

⁵² Более того, раскритикованные в последние годы журналистами «советские» женские pantalоны были нормой в цивилизованной Европе еще в начале XX в.

⁵³ *Cunnington C.W., Cunnington Ph. The History of Underclothes. New York: Dover Publications, 1992. P. 11, 16, 21.*

⁵⁴ *Entwistle J. Op. cit. P. 202.*

Ведь общественное мнение как на Западе, так и в России и СССР, связывало активное использование косметики и духов именно с самой древней профессией.

Современные авторы, пишущие о советском нижнем белье, слишком часто подходят к этому вопросу, абстрагируясь от исторических реалий. К примеру, мало кто обращает внимание на то, что в конце 1950-х — 1960-е годы, в условиях малой развитости культуры нижнего белья в широких слоях населения, именно государство стало инициатором пропаганды нового, позитивного отношения к нижнему белью среди населения.

Одна из проблем заключалась в том, что верхняя одежда (как «видимая» часть платья) и нижнее белье (как его «невидимая» часть) в представлениях традиционного общества существовали как бы автономно, выполняя во многом разные функции. При этом верхняя одежда во всех отношениях считалась куда важнее белья. И если уж выбирать, на что потратить деньги, то многие люди в условиях бедности предпочитали купить теплую, добротную, красивую верхнюю одежду, сэкономив на нижнем белье, большая часть которого (особенно в сельской местности) вообще изготавливалась самостоятельно. В этой ситуации важно было убедить людей в гармоничном единстве верхней одежды и нижнего белья как двух важных составляющих платья. Не случайно в газетных и журнальных статьях 1960-х годов нижнее белье рассматривалось в контексте социалистической культуры.

В начале 1969 г. журнал «Модели сезона» в статье «Условия элегантности» назвал его «важной частью одежды, которой следует уделять много внимания». Но для начала следовало окончательно преодолеть стойкую традицию, согласно которой в российском/советском обществе считалось стыдным открыто обсуждать достоинства и недостатки женского нижнего белья, которое намного дольше, чем на Западе, сохраняло ореол «интимности» и «стыдливости». Достаточно сказать, что даже в 1970—1980-е годы советские мужчины избегали показываться в отделах женского белья универмагов, а те немногие смельчаки, кто там появлялся, могли почувствовать на себе удивленно-подозрительные взгляды покупательниц.

Советские газеты и журналы 1960—1970-х годов сделали немало для того, чтобы перевести разговор о нижнем белье в публичную сферу. При этом модельеры и искусствоведы выступали от лица государства своеобразными «агентами культуры». «Отлично сшитые платье и костюм не будут хорошо сидеть на вашей фигуре, если на вас неудачное белье. Невидимое для окружающих, белье требует не меньшей заботы, чем одежда, которая видна всем. Удобное, пригнанное по фигуре белье хорошей формы — одно из условий вашей элегантности. К сожалению, не всем еще ясны эти простые истины», — поучал журнал

«Модели сезона»⁵⁵. Признавая, что в советских магазинах красивое и качественное белье все еще трудно приобрести, журнал предлагал женщинам не ждать милостей от государства, а заняться самопошивом. Для этого в журналах помещались соответствующие выкройки с подробными описаниями к ним.

К профессиональному моделированию предметов женского белья советские трикотажные фабрики приступили, по мировым меркам, сравнительно рано — в конце 1930-х годов, возобновив эту работу сразу после войны. Особенно славился своими красивыми моделями Ленинградский трикотажный швейно-производственный комбинат. Однако подобных ему предприятий в стране можно было пересчитать по пальцам. Суммарные объемы выпускаемого ими белья были крайне незначительными, а многие партии носили экспериментальный характер и покупатели почти не видели их в открытой продаже.

Главная причина запущенности этого направления вплоть до 1960—1970-х годов заключалась в том, что из-за недостатка производственных мощностей и материальных ресурсов советские плановые органы все время оказывались перед выбором приоритетов. Вероятно, попав в аналогичную ситуацию, современный хозяйственный руководитель тоже сделал бы выбор в пользу концентрации усилий на удовлетворении потребностей людей в верхней одежде, оставив расширение моделирования и фабричного производства качественного нижнего белья до лучших времен.

Кроме того, нужно иметь в виду, что, помимо массового фабричного производства и самопошива, в СССР существовала еще и система индивидуального пошива одежды, где желающие могли пошить себе нижнее белье по более-менее доступным ценам. Профессиональное моделирование нижнего белья получило распространение и в индпошиве. Уже в середине 1950-х годов в г. Ростове-на-Дону начала действовать опытно-техническая лаборатория головных уборов и корсетных изделий (в 1960-е годы она называлась лабораторией головных уборов и швейной галантереи Минбыта РСФСР)⁵⁶. Несмотря на свое скромное название, Ростовская лаборатория постепенно заняла ведущее место в СССР в моделировании предметов женского туалета (лифы, пояса, корсеты, бюстгалтеры, грации и др.). С 1963 г. она превратилась в главный моделирующий и учебно-методический центр в этой области.

На Западе, как и в СССР, долгое время о *промышленном моделировании* нижнего белья речи не шло. Но к середине XX в. ситуация изменилась. Проблема советской системы заключалась в данном случае не только в традиционном отставании фабричного производства от

⁵⁵ Волобуева Л. Условия элегантности // Модели сезона. 1969. № 1.

⁵⁶ Служба быта. 1980. № 2. С. 40.

потребностей граждан, но и в том, что эротико-эстетический аспект производимой одежды долгое время не учитывался.

С точки зрения потребительских характеристик, отраженных в строгих советских ГОСТах (эффективность защиты тела от холода, прочность, гигиеничность, натуральность тканей и проч.) советские трусы, панталоны, майки, сорочки и проч., внешне, конечно, не очень презентабельные, являлись, вероятно, одними из лучших в мире. Кто же знал, что появится особая мода на нижнее белье, а также что станет модно выставлять белье напоказ и даже носить его как обычную одежду?⁵⁷

Хотя, с другой стороны, общепризнанно, что в СССР с 1930-х годов выпускалась неожиданно смелая по западным (особенно — американским) меркам купальная и спортивная одежда. Впрочем, и здесь при оценке вещей необходимо исходить из представлений той эпохи, а не современников. Кроме того, полезно было бы сравнить советскую одежду с аналогичной иностранной. Такая возможность в принципе имеется, но данная тема ждет своего исследователя.

К примеру, с начала 1950-х годов СССР стал участвовать в ежегодных международных конкурсах одежды с участием соцстран. В коллекции бывшей библиотеки Общесоюзного Дома моделей одежды, отвечавшего за подготовку советской делегации, сохранились фотоальбомы практически всех конкурсов. Как видно из фотографий, в 1953 г. в Праге, к примеру, советское спортивное белье выглядело не хуже моделей других стран-участниц — Чехословакии, ГДР и Венгрии.

Конечно, конкурсные образцы и одежда в магазинах — разные вещи. Положительные сдвиги в массовом производстве советского женского нижнего белья произошли только в 1960—1970-е годы. И вновь не обошлось без влияния мировой моды. В то время в СССР стали популярными прозрачные женские блузки, ношение которых делало слишком заметным отсутствие выбора и низкое качество лифчиков (часто женщины вынуждены были одевать цветное белье за неимением иного). По некоторым данным, этот вопрос приобрел политическое звучание и даже обсуждался в ЦК КПСС. В начале 1960-х годов Черемушкинское производственное швейное объединение освоило выпуск более качественных и красивых кружевных лифчиков⁵⁸. Однако в масштабах страны это была «капля в море».

Как известно, слова «сексуальность» и «эротичность» если и употреблялись в СССР, то преимущественно с негативным оттенком. Однако, как показывает дискурсивный анализ советских статей о моде и культуре одежды, они без труда замещались другими терминами. К примеру, с конца 1960-х годов советские модельеры и искусство-

⁵⁷ Entwistle J. Op. cit. P. 203.

⁵⁸ URL: <http://www.s-info.ru/intim/fashion/default.asp?n=53>

веды пропагандировали среди населения не только практичное, но и эстетичное нижнее белье. «Хорошо выбранная, гармонирующая с основной тканью отделка придаст вашему белью женственность, кокетливость, нарядность», — учил своих читательниц в 1969 г. журнал мод «Модели сезона»⁵⁹. В данном контексте призыв к «кокетливости» имел явный оттенок эротичности в смысле нацеленности на внимание противоположного пола.

Нужно сказать, что в это время западная социология и психология уже всерьез приступили к изучению проблемы «одежда как сексуальный объект», а Мишель Фуко в первом томе своей вышедшей в 1976 г. «Истории сексуальности» сделал вывод о том, что «одежда и украшения должны давать сексуальные сигналы». Не только собственно предметы одежды, но и сама мода — это своего рода символическая система, связанная с выражением сексуальности. Изучение потребительского поведения современных женщин показывает, что при выборе одежды большое значение имеют как соображения модности и приближения к общепринятым стандартам эстетичности (красоты) вещи, так и ее эротичности.

Однако и к данному вопросу специалисты рекомендуют относиться исторично, исходя из конкретного периода, общественных представлений и прочих факторов. Само по себе слово «сексуальность» вошло в мировой обиход только в середине — конце XIX в. В СССР оно было почти запретным или использовалось в сексопатологии. Чрезмерная сексуальность (сексизм, нимфомания), как и гомосексуальность или бисексуальность, рассматривались в СССР как патологическое отступление от нормы. Все это сказывалось на отношении к моде и одежде в СССР.

Характерно, что в разные времена и эпохи основные причины выбора потребителем одежды менялись. В их числе были: подчеркивание социального статуса, демонстрация материального благополучия, стремление просто прикрыть тело, желание привлечь внимание и проч. Критерий сексуальности, как и модности одежды, стал важен лишь во второй половине XX в., в связи с ростом материального благополучия западного общества, а также в условиях мощной индустрии рекламы секс-символов. По мнению специалистов, одним из средств выражения сексуального значения одежды как раз и стала мода.

Но сравнение западного и советского общества показывает, что на деле все обстояло не так просто и однозначно, как порою принято полагать. Показательно, к примеру, что в то самое время, когда Запад все больше оказывался во власти моды «унисекс», в соответствии с которой миллионы молодых женщин выбросили «за ненадобностью» юбки и туфли на высоком каблуке, заменив их джинсами и кроссовками (между прочим, постепенно утратив женственность своей по-

⁵⁹ Волобуева Л. Условия элегантности.

ходки), в позднем СССР гендерные роли одежды в целом не изменились: традиционные женственность и мужественность оставались в цене.

Мало кто из исследователей, пишущих в критическом ключе о нормировании повседневности «сверху» в хрущевский и брежневский периоды, обращал внимание на то, в каком именно направлении властью посылались эти «сигналы» и к каким последствиям это привело. В отношении одежды и моды эти «сигналы сверху», даже будучи в некоторых случаях сдобренными идеологической риторикой, по большому счету, были направлены, главным образом, на преодоление патриархальных традиций и пропаганду современного образа жизни. Причем часть инициатив власти далеко не однозначно воспринималась обществом, особенно старшими поколениями советских людей, на долю которых в XX в. выпали жесточайшие испытания. Новым моментом, к примеру, стало то, что общественное мнение постепенно поворачивалось в пользу женщин и (в меньшей степени) мужчин, которые уделяют время и внимание своей внешности. Такое поведение становилось нормой, а неопрятность, неумение со вкусом одеваться и вести себя в обществе — отклонением от нее. С 1960-х годов в СССР стало даже поощряться то, что ранее относилось к «буржуазным излишествам», а теперь оказалось причислено к «культурному досугу» — регулярное посещение парикмахерских, салонов красоты, Домов моды, ателье индивидуального пошива одежды; походы в кафе, бары, рестораны и др. В журналах появились статьи, пропагандирующие культуру модной в то время бороды среди молодых людей, что явно противоречило представлениям о внешности человека в традиционном обществе.

Стремилось ли к этому руководство СССР или нет, но пропаганда моды, курс на развитие службы быта и системы общепита как важной части культурного досуга, поощрение современного поведения человека и проч. *de facto* способствовали разрушению прежних психологических и идеологических препон на пути превращения советского общества в общество потребления.

Одним из наиболее существенных недостатков советской науки являлось не только то, что многие реально происходившие в советском обществе процессы не изучались или начинали изучаться с огромным опозданием (как произошло, например, в целом ряде направлений социологии). Проблема заключалась и в том, что как в реальной жизни производство продукции было отделено от ее потребления, так и научное изучение проблем производства одежды оказалось совершенно отделено от исследования вопросов потребления этой одежды. Другой недостаток — отсутствие систематических знаний о том, как действовала связка «производство-потребление» на Западе в динамике, в разные периоды истории XX в. Ведь не только советская, но и западная экономика стремились приспособиться к непредсказу-

емости часто меняющейся моды и проч. Все это крайне важно с точки зрения наличия опыта и сравнения ситуации в СССР и на Западе.

Как видно из довольно обширной англоязычной литературы по данному вопросу, капитализм в течение долгого XX в. стремился приспособиться к минимизации рисков, связанных с непредсказуемостью особенно женской моды (т.к. мужская мода традиционно более стабильна). В противоположность СССР, где начиная с 1930-х годов шло постоянное наращивание массового фабричного производства, на Западе модная одежда производилась преимущественно малыми партиями в небольших мастерских. К примеру, в Англии, где в принципе сравнительно рано появились крупные швейные предприятия, к началу XX в. одновременно возникла и гибкая система *"sweatshop"*, где по субконтрактам одежда шилась надомницами либо в маленьких мастерских⁶⁰.

На первый взгляд, с точки зрения экономической эффективности, подобная сложная цепочка (заказывающий товар продавец — производитель — контрактор — субконтрактор — рабочий-надомник) не выдерживала никакой критики. Тем более, что на дому или в небольших мастерских невозможно установить современное высокопроизводительное оборудование. По мнению специалистов, подобная схема оказалась очень живучей и действует до сих пор по той причине, что, как и в начале XX в., все вынуждены подстраиваться под покупателя. Никакой продавец не соглашался брать на реализацию то, что он не сможет продать. Потому в индустрии производства модной одежды главное — гибкость, способность моментально менять номенклатуру изделий, в соответствии с тенденциями моды.

Что касается экономической эффективности, то она достигается за счет того, что субконтракты на пошив модной одежды размещаются в беднейших странах «третьего мира», где крайне низка стоимость рабочей силы. Здесь женщины и дети фактически используются как «машины для шитья». Подобные мелкие или надомные «потогонные» производства (именно так можно перевести термин *sweatshop*) есть, правда, и в развитых странах Запада, где трудятся нелегальные мигранты (эта работа не предполагает вложений в создание нормальных условий труда). В 1995 г. в США разразился скандал: обнаружилось, что контракторы фирмы «El Monte» нелегально ввезли в страну тайских женщин и заставили их работать на своей фабрике в Калифорнии за гроши. Быстрая смена модных стилей заставляет производителей работать быстро и одновременно задешево, чтобы снизить риск, если одежда окажется не востребованной или избежать перепроизводства при выходе ее из моды.

⁶⁰ Howard A. Labor, History, and Sweatshops in the New Global Economy // No Sweat: Fashion, Free Trade, and the Rights of Garment Workers / A. Ross, ed. New York: Verso, 1997. P. 151.

Когда в свое время Карл Маркс предположил, что необходимость использования швейной машинки отомрет вместе с развитием производительных сил, а также после разоблачения «бессмысленных капризов моды», он и подумать не мог, что даже полтора столетия спустя это предсказание не оправдываются, и что по сей день на Западе швейная машинка остается едва ли не главным средством пошива модной одежды⁶¹.

По мнению специально изучавших этот вопрос Б. Файна и Е. Леопольд, готовая женская одежда, произведенная фабричным способом, появилась на Западе лишь в начале XX в., а до этого она, как это было и в царской России, шилась надомницами. Даже в 1920-е годы, когда СССР уже приступал к реализации первых пятилетних планов, рассчитанных на создание крупной швейной промышленности, производство женского платья на Западе оставалось на примитивном уровне в силу невозможности разместить соответствующие заказы на хорошо оборудованных, крупных швейных фабриках из-за частой смены модных тенденций.

Мужское же платье, в силу большей стабильности мужской моды и других причин⁶², шивалось уже в значительной степени индустриальным путем. Тем самым «капризы женской моды» фактически способствовали появлению как бы двух разных отраслей швейной промышленности в XX в.: 1) сравнительно передового производства мужской одежды на швейных фабриках и 2) отсталого производства модной готовой женской одежды на небольших производствах или надомницами. Ничего подобного в советских условиях не было: женская одежда производилась точно в таких же фабричных условиях, что и мужская.

В своей работе по истории потребления Б. Файн и Е. Леопольд приходят к парадоксальному выводу о том, что производство готовой модной женской одежды на Западе вряд ли вообще когда-либо достигало уровня массового индустриального производства. Тем более, что во второй половине XX в. смена стилей женской моды стала еще более интенсивной и потому гибкость мелкого производства оказалась гораздо более востребованной, чем ранее⁶³. Интересно, что развитие советской швейной промышленности осуществлялось в прямо противоположном направлении — в сторону укрупнения предприятий вскоре после войны. В частности, в период хрущевских реформ

⁶¹ *Fine B., Leopold E. The World of Consumption. London; New York: Routledge, 1993. P. 100—101.*

⁶² В отличие от женской одежды, массовое фабричное производство мужской одежды сложилось исторически. На это повлияла не только большая стабильность и предсказуемость мужской моды, но и необходимость массового производства рабочей одежды, военной униформы и проч.

⁶³ *Fine B., Leopold E. Op. cit. P. 95.*

были ликвидированы тысячи небольших производств местной промышленности и потребкооперации, способных гибко реагировать на изменение модных тенденций. То есть, словесное признание важности моды и ее легитимация в СССР с 1960-х годов не подкреплялись конкретными шагами по структурной перестройке промышленности, чтобы сделать ее более гибкой и способной откликаться на вызовы моды. Разукрупнение крупных фабрик и создание мелких производств даже не обсуждалось, так как воспринималось как очевидный регресс, а западный опыт в данной области в расчет не принимался.

В 1970—1980-е годы по многим статистическим показателям советская швейная промышленность опережала развитые страны Запада. Как признаются специалисты, производство модной женской одежды на Западе по сей день остается слабо механизированным. Это ставит данную отрасль экономики формально в положение отстающего, например, по сравнению с современным производством автомобилей. Но в данном случае сравнение швейного и автомобильного производства вряд ли уместно. Технологически пошив любого предмета одежды, как известно, намного легче, чем производство современного автомобиля, напичканного электроникой. Значит, в принципе, поставить изготовление одежды на конвейер тоже легче. Все упирается в переменчивую моду на одежду и в индивидуализацию вкуса, которая требует от производителя максимальной гибкости и оперативности реакций на запросы потребителя.

Конечно, с начала XX в. технология пошива современного платья сильно изменилась. Однако, по мнению специалистов, на самом деле передовые технологии лишь ускоряют процесс изготовления и улучшают качество одежды, но не компенсируют изменчивость самой моды (во второй половине XX в. циклы смены модных тенденций только ускорились) и принципиальную неприспособленность крупной современной промышленности к ее динамике⁶⁴.

⁶⁴ Entwistle J. Op. cit. P. 212.

Становление советской модной индустрии в первой половине XX в.



Революционные истоки и период нэпа

Основные попытки создания в СССР специфической советской моды относятся к послевоенному периоду. Однако в теоретическом и практическом плане истоки этого феномена во многом лежат в сложной и богатой событиями первой трети XX в. Это время оказало столь мощное воздействие на все аспекты его становления, а также — что немаловажно — на формирование общественных представлений об одежде и моде, что без экскурса в первую треть столетия невозможно понять и оценить значение и особенности сдвигов, происходивших в этом отношении в СССР после Второй мировой войны.

К началу XX в. мода и стремление модно одеваться ассоциировались в России с городской культурой (подавляющее большинство населения дореволюционной России проживало в деревне), с материальным достатком, а также с принадлежностью к правящему сословию. Стоивший немалых денег модный костюм рассматривался современниками как «украшение» и средство социального обособления.

При этом модная одежда связывалась почти исключительно с индивидуальным пошивом, так как отечественная швейная индустрия только зарождалась, а иностранной одежды массового производства в страну завозилось очень мало. Но услугами модных ателье индпошива могла воспользоваться лишь обеспеченная часть общества. Накануне революции 1917 г. на всю страну насчитывалось всего около 25 крупных модных ателье, действовавших в столичных и губернских городах. Они занимались в основном копированием парижских модных тенденций. То же самое можно сказать и о модных изданиях. Даже издававшийся в качестве приложения к газете «Биржевые ведомости» журнал с говорящим названием «Общедоступные Моды»¹ на самом деле пропагандировал одежду французских фасонов, предназначенную для пошива в ателье, при этом далеко не самую практичную и явно не всем доступную по цене.

Впрочем, многие представители состоятельных сословий выезжали за рубеж и предпочитали заказывать одежду у парижских, итальян-

¹ *Общедоступные моды*. Приложение к газ. «Буржевые ведомости». [Второе издание]. СПб. 1902—1904. 2 раза в месяц. Ред.-изд. С.М. Пропер. 31 см, пагин. годичн., 72—184 с. Илл. 1902 № (9-1) — № 23 (11-XII). 1903 № 1 (16-1) — № 24 (11-XII). 1904 № 1 (22-1) — последний № 9 (27-V). В 1904 г. загл.: «Общедоступные моды, воспитание и хозяйство. Иллюстрированный журнал».

ских или немецких портных либо покупать ее в европейских универмагах. В российских «столицах» на рубеже XIX—XX вв. появились первые универмаги по примеру европейских, что способствовало некоторому расширению отечественного швейного рынка.

Показательный факт: когда осенью 1912 г. самый известный французский модельер тех лет Поль Пуаре, прозванный «королем моды», решился на невиданный эксперимент — европейский тур с девятью манекенщицами с целью популяризации своих моделей, то Россия значилась одним из пунктов его путешествия. Посмотреть на дефиле «революционера моды», который «упразднил» нижние юбки и корсеты, а также предсказал скорую популярность коротких женских стрижек, пришла самая рафинированная публика Москвы и затем Санкт-Петербурга. Тем не менее, судя по опубликованным в 1930 г. мемуарам кутюрье, Пуаре покидал Россию крайне разочарованным в царивших там порядках². Ситуацию не спасло даже радушное общение с его давней приятельницей и частой парижской гостьей модельером Надеждой Ламановой, которая окружила Пуаре вниманием и показала московские достопримечательности. Кроме взяточничества чиновников, на него подавляющее впечатление произвела обстановка подозрительности и меры безопасности в театрах перед демонстрациями его моделей, а также отношение публики к манекенщицам. Несмотря на протесты Пуаре, опасавшиеся терактов жандармы не оставляли француженок без присмотра ни на минуту, в том числе — что особенно пикантно — за кулисами во время переодеваний. Высоко ценивший искусство своих манекенщиц, модельер был шокирован и тем, что, в отличие от других европейских столиц, в Петербурге в их адрес сыпались непристойные предложения от представителей «золотой молодежи»³.

Классовое неравенство, нищета основной массы населения России, вековые традиции крепостного права, а также пестовавшаяся царским режимом сословная кастовость многократно усиливали ненависть к «эксплуататорам», к их «праздному» образу жизни, отражавшемуся и в одежде. Один из видных большевиков Юрий Ларин писал, что между двумя мирами — «черни» и господ — пролегла глубокая пропасть, наглядным проявлением которой стало широкое распространение ненависти простонародья к «чистым» господам⁴. Другой очевидец «красной смуты» — оказавшийся «по другую сторону баррикад» известный до революции адвокат Н.В. Майер — так характеризовал атмосферу того времени: «Озлобление низших классов населения против каждого, но-

² *Poiret Paul. En habitant l'époque. Paris: B. Grasset, 1930. См. также: Пуаре Поль. Одевая эпоху. [М.]: Этерна, 2011. 416 с. (Memoires de la mode от Александра Васильева).*

³ *Poiret Paul. Op. cit.*

⁴ *Ларин Ю. Интеллигенция и Советы. Хозяйство, буржуазия, революция, госаппарат. М., [1924]. С. 4.*

стильного внешнего признака принадлежности к классам привилегированным, вылилось до такой степени бурно, что стало невозможным, например, ездить в трамваях, не подвергаясь оскорблениям»⁵.

Неудивительно, что судившая человека по внешнему виду (одежде, наличию очков, трудовых мозолей на руках и проч.) революционная толпа подчас не видела разницы между «чисто» и красиво одетыми «белоручками» — помещиками, капиталистами, царскими чиновниками, и рядовыми представителями интеллигенции. Во время революции и Гражданской войны, сопровождавшихся многочисленными эксцессами, в представлениях современников именно одежда служила доказательством социальной принадлежности людей. В воспоминаниях С.М. Буденного описан характерный случай, когда в разгар боев с Деникиным в его штаб были доставлены «двое буржуев» в очках, «одетых в длиннополые, купеческого пошива шубы». По этой причине красноармейцы едва не пустили их «в расход». Впоследствии выяснилось, что были задержаны Председатель ВЦИК М.И. Калинин и Председатель ЦИК Украины Г.И. Петровский. По словам Калинина, все попытки переубедить солдат с помощью мандатов за подписью Ленина оказались напрасными: читать они не умели и судили об «угнетателях» прежде всего по одежде и внешнему виду⁶. Трудно сказать, насколько сильно повлиял на Калинина этот эпизод его биографии, но известно, что в 1920—1930-е годы «всероссийский староста» одевался подчеркнуто просто, особенно не выделяясь из основной массы населения страны.

В условиях, когда закон и суд были заменены так называемым «революционным правосознанием» трудящихся, внешний вид людей приобрел исключительное значение. «Обвинением против буржуазии, — откровенно пояснял член Исполкома Петроградского Совета С.С. Зорин, — должно служить его выхоленное лицо, его руки без мозолей»⁷. Появление на улице в шляпе, в богатой и модной одежде, характерной для представителей «бывших», вызывало подозрение и могло стоить жизни ее обладателям. Характерно, что ненависть вызывали не только сами бывшие «эксплуататоры», но и нередко принадлежащие им «атрибуты проклятого прошлого» — костюм-тройка, пенсне, шляпа-котелок, но также и «роскошная обстановка» жилища — изысканная мебель, домашняя библиотека, пианино⁸.

В то время трудно было даже представить, что пройдет всего несколько десятилетий, и прежде ненавистные атрибуты старого быта, являвшиеся в глазах победившего пролетариата приметам роскош-

Майер Н. Служба в комиссариате юстиции и народном суде // Архив русской революции. Берлин, 1923. Т. VIII. С. 56, 98.

⁵ *Буденный С. М.* Пройденный путь. М., 1958. [Кн.] 1. С. 294—295.

Петроградская правда. 1919. 27 сент. С. 1.

См., например: ГА РФ. Ф. Р-393. Оп. 13. Д. 219. Л. 131, 300, 305, 352; Ф. Р-1240. Оп. 1. Д. 99. Л. 40—41.

ной жизни «эксплуататоров», превратятся в поощряемые Советской властью символы социалистической культурности. Тем не менее, уходящие глубоко в прошлое и укоренившиеся в сознании населения представления о зависимости между социальным статусом гражданина и его одеждой, манерой одеваться и проч. в более позднее советское время никуда не исчезли. Все это должно быть принято во внимание как важный фактор *path dependence*⁹.

Неудивительно, что после революции мода, как часть культурного наследия прошлого, оказалась в центре острейших дискуссий. Очевидно, что, изменяя внутреннее содержание жизни, революция стремилась и к реформированию ее внешних форм. Она стимулировала, например, новые модные тенденции. Комиссарские кожанки, шлемы-буденовки, красные косынки и другая популярная большевистская атрибутика эпохи диктатуры пролетариата впоследствии была расценена специалистами как возникшая спонтанно «революционная мода». При этом даже беглый взгляд на эскизы красноармейской формы выдает желание новой власти опереться на отечественные исторические традиции в костюме.

Тогда многим идеалистам казалось, что победивший пролетариат принесет качественно новое отношение к «миру вещей», вслед за «буревестником революции» А.М. Горьким объявит войну мещанству, извечным человеческим « порокам старого общества» — жажде наживы, буржуазному «низкопоклонству» перед материальным достатком и комфортом.

В период популярности идей Пролеткульта, когда молодые радикалы предлагали выбросить «на свалку» всю старую буржуазную культуру с Пушкиным и Рафаэлем во главе, моду клеймили как типичный «пережиток» аристократизма и «буржуйского» образа жизни, недостойный новой, аскетической пролетарской морали и создаваемой «с нуля» пролетарской культуры¹⁰. Под «модой» подразумевалась, разумеется, изысканная и элитарная, тиражируемая модными журналами «высокая мода», а не босяцкая одежда рабочих окраин, где подобие моды возникало «само собой».

В практическом плане главной отличительной особенностью «высокой моды» считалась ее эксклюзивность. По понятиям того времени, в противоположность купленным в магазине «усредненным поделкам» массового производства, по-настоящему модная вещь шилась вручную, у известного своим творчеством портного или мастером в модном ателье, обязательно по индивидуальной мерке, что гарантировало ее высокое качество и делало своего рода «штучным произведением искус-

⁹ Зависимость от предшествующего развития (*англ.*).

¹⁰ Классические образчики такого подхода к культуре см. в пролетарском литературно-художественном журнале «Грядущее» (Пг.) и еженедельной газете «Искусство коммуны» (Изд. Отдела Изобразительных искусств Комиссариата Нар. Просв. Пб.) за 1918—1919 гг.

стиль». Такого рода услуги стоили крайне дорого, были недоступны либо казались неразумным излишеством большинству населения, поскольку «исканно-элитарный» стиль модной одежды *Haute Couture* делал ее совершенно непригодной для повседневной носки. По мнению сторонников Пролеткульта, рожденная в воспаленном мозгу кучки модельеров, «высокая мода» слишком «искусственна» и кичится своей близостью к «высокому искусству». Будучи недоступной для большинства населения, она неизлечимо больна снобизмом, намеренно ставит себя выше «толпы», с ее якобы «неразвитыми культурно-эстетическими запросами». Такая мода, признанная сливками «старого общества» в качестве эталона, недемократична, более того, с ее помощью правящие классы навязывают «сверху» свои извращенные вкусы остальным гражданам.

Появление на карте мира Советской России, воспринимавшейся тогда многими западными интеллектуалами как центр мирового прогресса, как реальная альтернатива загнивающему «старому миру» и прежнему дискредитировавшим себя моральным и культурным ценностям, стало важным поворотным моментом и в истории мировой моды. Пересмотр места и значения «старой» моды, предназначенной для избранных, демократизация модельного дела, его переориентация на кошелек и потребности рядового потребителя стали велением времени.

В этих условиях под крылом Пролеткульта продолжалась активная пропаганда функционального, сугубо практичного стиля, в большей степени соответствующего целям нового общества. В сфере моды этот стиль принял парадоксальную форму «антимоды» в смысле своей антиэстетичности¹¹. Он стремился к идеалу в виде исключительно функциональной одежды, униформы, которую каждый — по меньшей мере, каждый человек того же пола, возраста и занятий — сможет носить и которая не позволит обращать внимание на такие «частности», как индивидуальные различия. Некоторые феминисты выступали сторонниками одежды унисекс, которую могли бы в равной степени носить как мужчины, так и женщины. Исходя из «подлинных» человеческих потребностей, предстояло упразднить вовсе не необходимые быстрые изменения в моде и тем самым освободить людей, а женщин в особенности, от «рабства моды». Все это означало авангардистский вызов капризной и легкомысленной природе традиционной моды.

Большим влиянием в 1920-е годы пользовался конструктивизм, сторонники которого обратились к разработке функциональной ра-

¹¹ В современной литературе термин «антимода» в большей степени распространен в связи с ситуацией второй половины XX в., когда модельеры неожиданно столкнулись с конкуренцией со стороны самостоятельных художников движения протеста. Это движение объединило тенденции, развивающиеся вне руслу официальной моды или существующие наперекор ей. Характерным примером «антимоды» стало движение хиппи, одежда которых воспринималась как своеобразная «изнанка» общепризнанной моды.

бочей одежды — прозодежды. В числе получивших признание специалистов результатов экспериментов с прозодеждой — форма для продавцов Моссельпрома А. Родченко и спортивные костюмы В. Степановой. Простота конструкций стала не только данью моде на геометрические фигуры, но и должна была помочь быстрому внедрению моделей в фабричное производство.

Важно подчеркнуть, что в ходе разработки прозодежды конструктивисты впервые вышли на проблему комплектности костюма. Над этими сюжетами в Советской России уже в начале 1920-х годов успешно работали как в теории, так и на практике А. Экстер, Л. Попова и др. Экспериментальной базой для новых идей часто выступала московская Первая ситценабивная фабрика. На Западе о комплектности, как о ведущем принципе моделирования одежды в XX в., заговорили несколько позже. В частности, считается, что здесь идею комплекта первой стала реализовывать с конца 1920-х годов известный парижский модельер Эльза Скьяпарелли¹².

В целом подобные представления о создающейся в Советской России принципиально новой одежде будущего, освобожденной от «лишних» деталей, были составной частью утопических идей переустройства мира. Среди их временных сторонников оказалось немало творческих и прогрессивно мыслящих людей — деятелей культуры, художников и модельеров¹³. Подобное нигилистическое отношение к классической моде, конечно, не являлось сугубо советским изобретением. В данном отношении российские авангардисты начала 1920-х годов напоминали своих предшественников из числа сторонников популярного на рубеже XIX—XX вв. движения за «реформирование одежды», к чему призывал тогда радикальный феминизм во многих странах Западной Европы.

Одновременно в представления о моде и культуре потребления вторгались и новые прогрессивные веяния, связанные с популярной идеей научной организации труда и быта. В СССР было создано Общество научной организации быта трудящихся. Исходя из идеи организации «нового быта», в котором новому содержанию жизни должны соответствовать и иные формы, молодежь искала ответы на вопросы о своем новом внешнем облике. Сегодня кажется наивным, но о том, может ли комсомолец носить галстук или костюм, стоит ли комсомолке делать модную прическу или носить украшения и проч., в 1920-е годы всерьез велись ожесточенные дискуссии.

¹² Ермилова Д. Ю. История домов моды: [учеб. пособие для вузов]. М.: АCADEMIA, 2003. С. 61—65.

¹³ Среди них можно упомянуть всемирно известного скульптора В.И. Мухину, а также Н.П. Ламанову, А.А. Экстер, Е.И. Прибыльскую и др. См.: *Стриженова Т.К.* Из истории советского костюма. [М.: Советский художник, 1972]; *Мерцалова М.Н.* История костюма: очерки истории костюма. [М.: Искусство, 1972]; *Кирсанова Р.* «Второй Шаляпин в своем деле»: легенда русской моды // *Родина*. 2004. № 4. С. 104—107.

В середине 1920-х годов главная молодежная газета страны «Комсомольская правда», пропагандировавшая задачи общества в соответствующей рубрике, в редакционной статье с воодушевлением писала:

«Имея своей идеологической основой освобождение всех элементов современного быта от наслоившихся на нем пережитков быта капиталистического и перестройку его на основах проверенных данных точных наук и ленинизма, общество ставит себе ближайшей задачей добиться повседневной гигиенической обстановки, произвести реформу одежды, мебели, постели, установить правильную организацию рационального отдыха»¹⁴.

Если в отношении гигиены все было более-менее понятно, то как осуществить реформирование одежды на основе синтеза точных наук и ленинизма?

Забегая вперед, отметим, что, несмотря на политическую поддержку их деятельности во времена Пролеткульта, авангардисты так и не смогли воплотить свои идеи в заметном масштабе и повлиять на практику массового производства одежды. Хотя авангардистские эксперименты 1920-х годов впоследствии были почти забыты и даже осуждены в начале 1930-х годов как антисоциалистические, на самом деле они не были похоронены и оставили глубокий след в общественном сознании. Да и советская идеология в определенной степени всегда оставалась верна идее, что мода как таковая является чем-то «излишним» и даже вредным, что она противоположна законам и стандартам полезности и необходимости.

Реформирование одежды: от теории к практике

Тем временем теорию «реформирования одежды» предстояло реализовать на практике. Для начала гражданам страны «освобожденного груга», стремящимся к идеалам равенства и братства, нужен был новый «массовый костюм», созвучный революционному времени и — самое главное — чуждый социальной дифференциации, характерной для царских времен. По идее, новая одежда должна была отражать не различия в социальном и имущественном статусе граждан, а многообразие культурно-национальных особенностей населявших страну народов, природно-климатических условий, а также специфику жизни и труда (например, разная одежда для города и для деревни)¹⁵.

Но где найти специалистов и экспериментальную базу для создания такого «массового костюма» для трудящихся? За решение поставлен-

¹⁴ Комсомольская правда. 1926. 10 окт. С. 4.

¹⁵ Подробнее об этом см.: *Стриженова Т.К.* Из истории советского костюма.

ной задачи берется сразу несколько учреждений. В 1919 г. с целью объединения кустарных швейных мастерских, а также «установления новых форм одежды в отношении гигиены, удобства, красоты и изящества», организуется Центральный институт швейной промышленности. В 1922 г. в Москве был создан Центр по становлению нового советского костюма, позднее преобразованный в Ателье мод, прообраз будущего Дома моделей. Среди его основателей были известные живописцы Б. Кустодиев, И. Грабарь, К. Петров-Водкин, скульптор В. Мухина, а также Ольга Сеничева-Кашенко, первый директор Ателье мод¹⁶.

Новаторские идеи первого десятилетия Советской власти, как и отдельные эксперименты 1920-х годов в данной области, оказали большое интеллектуальное влияние на последующее развитие мировой моды (в том числе и в плане ее демократизации). Однако к жизни и к массовому костюму, который носили рядовые граждане страны, все это имело весьма отдаленное отношение.

Нужно сказать, что в дореволюционной России швейная промышленность, как самостоятельная отрасль экономики, находилась в стадии становления. Одежда для рядовых граждан в основном производилась в ремесленных мастерских, а также «домашним» способом (то есть, самостоятельно, особенно в сельской местности). Война еще более усугубила ситуацию. По данным Т. Стриженовой, к 1917 г. в России швейная продукция фабричного производства не превышала 3% от общего объема, сократившись в 1918 г. до 1%. Несколько крупных швейных фабрик располагались в Петербурге, Москве, Харькове, Одессе, Казани, Нижнем Новгороде, но они в основном выполняли заказы военного ведомства (пошив армейской формы)¹⁷.

На 1921 г. на всю страну числилось лишь 279 швейных предприятий разного калибра, в той или иной мере использовавших машинный труд, с общей численностью в 40 тыс. занятых на них работников. Для управления этими производствами новой властью были созданы территориальные швейные тресты, крупнейшим из которых стал «Москвошвей» (в традиционно более развитом в этом отношении Московском регионе). В конце 1920-х годов «Москвошвей» специализировался на пошиве одежды преимущественно из шерстяных тканей фабричным путем, а также (идя навстречу потребителю в условиях существовавшего при нэпе хозрасчета) ввел прием индивидуальных заказов на пошив одежды через собственные ателье¹⁸. Таким образом, исторически фабричное производство и индивидуальный пошив одежды начинали свой путь в советской экономической системе рука об руку, в рамках одних и тех же региональных швейных трестов. В условиях нэпа «Москвошвей», как и другие тре-

¹⁶ *Strijenova, Tatiana.* La mode en Union Soviétique, 1917—1945. Paris: Flammarion, 1991.

¹⁷ *Ibid.* P. 9—10.

¹⁸ URL: <http://www.cniishp.ru/index.php?pp=stat/Bobrova>

сты, вынужден был по ряду позиций (особенно в плане индпошива) конкурировать с частником за клиента. Такое положение вещей заставляло государственный трест задуматься о том, как не отстать от моды. Это, в свою очередь, стимулировало к обновлению ассортимента и к моделированию одежды для нужд собственных предприятий и ателье.

Нашлись и художники, решившие, что победившему пролетариату нужны совершенно иные, чем в царские времена, рисунки на тканях. Тем более что в текстильной промышленности было где развернуться: в отличие от швейной промышленности, производство тканей в России было развито значительно лучше и фабрики испытывали потребность в новых и модных тканях, расцветках и орнаментах.

Один из самых известных российских модельеров того времени, уже упоминавшаяся знакомая П. Пуаре, бывший официальный поставщик русского императорского двора Надежда Петровна Ламанова (1861—1941), прославившаяся созданием шикарных, отороченных золотым шитьем платьев для царской семьи и представителей высшего света (некоторые из этих платьев хранятся ныне в Эрмитаже), тоже всерьез увлеклась идеей революционизирования одежды. В отличие от большинства известных русских модельеров, «великая портниха» (эта характеристика Поля Пуаре пошла в анналы мировой моды) не эмигрировала из России после 1917 г.

С одобрения новых властей и благодаря поддержке А.М. Горького и особенно его супруги М.Ф. Андреевой — бывшей актрисы и благодарной клиентки модельера — Ламанова в 1919 г. организует при Главнауке Художественную мастерскую современного костюма, занимавшуюся экспериментами с моделированием одежды для трудящихся масс. В 1925 г. вместе с соратницей — будущим известным скульптором Верой Мухиной (автором знаменитого монумента конца 1930-х годов «Рабочий и колхозница», показанного на Всемирной выставке 1937 г. в Париже, затем установленного при входе на ВДНХ в Москве) она издает альбом «Искусство в быту»¹⁹. В нем предлагались результаты работы ее мастерской — проекты практичной и удобной бытовой одежды для трудящихся, созданной из простых материалов, но не лишенной эстетической привлекательности.

Одновременно Ламанова шила одежду по индивидуальным заказам для главных модниц начала 1920-х годов — Лили Брик, Айседоры Дункан, М.Ф. Андреевой и др. Вернувшаяся из Советской России будущая спутница Луи Арагона Эльза Триоле в 1925 г. произвела фурор, продемонстрировав на Всемирной выставке декоративного и индустриального искусства в Париже сшитое для нее Ламановой платье из домотканых тканей, расшитое вологодскими кружевами.

¹⁹ Искусство в быту. 36 табл. Игрушка, одежда, изба-читальня, клуб, театр: [сборник-альбом]. М.: [Изд. Известий ЦИК СССР и ВЦИК], [1925]. 36 л.: ил. Прил. к журн. «Красная нива» на 1925 г.

В середине 1920-х годов Ламанова загорелась идеей активного внедрения народных мотивов в современную одежду. Она была убеждена, что применение в современном костюме народных традиций и отделок (вышивок, кружев) знаменует рождение нового оригинального направления в моделировании и способствует его демократизации. Кустарные ткани, особенно выполненные в традициях русских народных промыслов, пользовались огромной популярностью за границей. Особенно если моделировать одежду из них бралась сама знаменитая Ламанова, основным местом работы которой в 1925—1932 гг. стал Кустоэкспорт — государственная организация, занимавшаяся экспортом кустарных изделий, в т.ч. текстильной продукции, за границу и разработкой моделей одежды из кустарных тканей для международных выставок.

Впрочем, в 1930-е годы, заведя мастерской Мехкомбината, Ламанова с не меньшим энтузиазмом переключилась на моделирование одежды из меха. В 1920—1930-е годы по приглашению ведущих театров страны она активно работала и с театральными костюмами, по существу воспитав школу советских театральных модельеров²⁰.

В 1920-е годы Н.П. Ламанова выступила как один из первых теоретиков моды в Советской России. Исходя из своего богатейшего опыта высококлассного модельера, а также, по большому счету, несуществившейся идеи создания «массового костюма» для трудящихся в первые годы Советской власти, Ламанова приходит к мысли о том, что реформа моды должна идти в совершенно ином направлении — в сторону приближения к конкретному потребителю, максимальной индивидуализации костюма. В 1923—1924 гг. она опубликовала статьи, в которых критиковала абсолютизацию популярной в то время идеи демократической моды, основанной на массовом индустриальном производстве одежды, на том основании, что та нивелирует потребителя, не считается в должной мере с особенностями его телосложения. Моду, как понятие устаревшее, она предлагала заменить идеей *гармонии* в одежде и внешнем облике, созданием индивидуального костюма в зависимости от вкусов и особенностей человека, чтобы одежда помогала выразить его вкус и индивидуальность²¹.

В послевоенный период имя Надежды Петровны Ламановой не было забыто. Многие модельеры старшего поколения, в том числе работавшие в 1950-е годы в ОДМО, являлись ее учениками. Ее новаторские для своего времени идеи и созданные ею модели вошли в советские учебники по моделированию. На них учились молодые дизайнеры и конструкторы одежды, они же были учтены впоследствии при разработке концепции «советской моды». Оригинальные в те-

²⁰ Стриженова Т.: 1) Судьба Надежды Ламановой // Журнал мод. 1989. № 4; 2) Из истории советского костюма.

²¹ [Ламанова Н.]: 1) Русская мода // Красная нива. 1923. № 30. С. 32; 2) О современном костюме // Там же. 1924. № 27.

ории, в начале 1920-х годов в голодной и разутой стране, где отсутствовала современная швейная промышленность, эксперименты с формой, цветом и отделкой оказались нереализуемы в массовом фабричном производстве. Подавляющему большинству населения просто нечего было носить.

В тех условиях задача скорейшего обеспечения граждан хотя бы минимумом необходимой одежды казалась невозможной без создания крупных швейных фабрик и освоения массового фабричного производства добротной и относительно дешевой одежды. Но пока швейная индустрия отсутствовала, нужно было как-то выживать. Неудивительно, что в 1920-е годы широкое распространение получил самопошив одежды, издавались журналы с рисунками моделей и выкройками. Правда, как и другие модные журналы, они пропагандировали не практичную и модную повседневную одежду, а преимущественно современную парижскую «буржуазную моду». В 1922 г. стал издаваться журнал «Новости моды: художественный ежемесячный журнал последних парижских мод», в 1923 г. — «Последние моды: журнал для женщин», в 1924 г. — «Моды».

* * *

Наступивший нэп только подлил масла в огонь общественных дискуссий о природе и судьбе традиционной моды, вызвав радикализацию суждений о ней, как о «чуждом классовом явлении», занимающемся лишь внешним «украшательством» тела и оторванной от жизни трудового человека. Не секрет, что у широких слоев населения сложились прочные ассоциации, связывающие «мир моды» 1920-х годов (открывавшиеся тут и там модные ателье, косметические и антикварные салоны, мода на дореволюционные наряды царской аристократии, ставшая неожиданно востребованной профессия модистки, широкое тиражирование модных журналов и проч.) не только с пороком, ресторанами, шумными кутежами и парочитым мотовством нэпманами неожиданно свалившегося богатства, но и с вновь усилившимся социальным расслоением и невозможностью большинства населения прикоснуться к этой «райской жизни».

Кроме того, в неоправившейся от ран войны нэповской России, когда не высохли еще слезы вдов о погибших и по улицам бродили беспризорные дети, «модные гримасы» нэпа походили на пир во время чумы, что бросало тень и на лик самой моды. Повседневная одежда и заботы большинства населения были далеки от изысков высокой моды. Попросту говоря, было бы чем прикрыть наготу.

В своей статье «Москва. Из быта нэпачей» Зинаида Рихтер так описывала столичную действительность начала 1923 г.:

«В золото-малиновых ложах (Большого театра), в первых рядах партера — не рабочие блузы, как было в [19]18—20 гг., а оголенные, украшенные драгоценностями дамские плечи и руки, набриолиненные мужские проборы и сюртуки. Картина довоенного и дореволюционного времени. Публика не менее “шикарная”, чем прежде, но если приглядеться, — не прежняя, не первого абонемента и премьер, а новая, иногородная, какая-то пестрая, так называемые нэпачи и нувориши. Старой именитой дворянско-купеческой и старой литературно-аристократической Москвы тут нет. Разве изредка, случайно, можно встретить какого-нибудь известного старого театрала, бывшего Московского набоба или некогда блестящую светскую львицу. Но как они изменились за эти пять лет! Постарели, выщвели, как старый занавес Большого театра с его музами и розами, и как одеты... хуже, чем их бывшие дворецкие и горничные, донашивавшие барские обноски.

— Ничего не осталось от старой барской Москвы, — говорит мне в фойе Большого театра известная московская портниха, в салоне которой одевался московский “большой свет”. — Прежние мои заказчицы или за границей, или умерли. Мало кто из московской знати остался и уцелел. Впрочем, изредка кое-кто из прежних дам еще заходит ко мне по старой памяти поболтать, повздыхать о потерянном рае... Шить у меня им не по средствам [...]

По домово́й книге нэпачи часто числятся “безработными”, некоторые как-то ухитряются устроиться на социальном обеспечении. Зарабатывает же такой “безработный” сотни миллиардов. В квартире роскошь для наших дней необычная. Атласные обои, художественные лепные украшения и росписи; в каждой комнате особый стиль. Редкие произведения искусства²².

В 1920-е годы в общую тенденцию критического отношения общества к «высокой моде», ассоциировавшейся с нечестно нажитой роскошью, неизбежно вплетались и гендерные аспекты. Традиционно «высокая мода» ориентировалась в основном на обеспеченных женщин из высших слоев общества. Между тем послереволюционная Советская Россия, провозгласив равенство полов, сделав реальные шаги в области «раскрепощения» женщины и превращения ее в полноправного, активного члена общества, неожиданно оказалась на переднем крае феминизма. Для известных своим радикализмом феминисток вычурность «высокой моды», ее отношение к женщине, как к мужской «игрушке», были абсолютно неприемлемыми.

Таким образом, к концу 1920-х годов сложилась следующая ситуация: новаторские идеи и эксперименты, связанные с попытками революционизирования быта, в том числе и одежды, в целом не прижились. Население оказалось консервативнее экспериментаторов, отдав предпочтение традиционной одежде и моде. Впрочем, степень общественного интереса к моде в период, когда многим вообще нечего было одеть и обуть, не стоит преувеличивать.

²² Известия ВЦИК. 1923. 11 марта. С. 4.

Мода, общественные настроения и задачи модернизации

Кажется, с самого начала существования СССР теория никак не соотвечала практике. Несмотря на множество бурливших в наиболее активных слоях общества 1920-х годов (как правило, интеллигенции и максималистски настроенной городской молодежи) идей и мнений относительно новой моды и радикальных экспериментов с одеждой, крестьянская в своей массе Советская Россия продолжала в основном жить по дедовским традициям. На господствовавшую традиционалистскую этику наложились тяжелые условия быта. Моде в современном смысле слова в жизни людей оставалось сравнительно мало места. Когда речь идет об удовлетворении насущных потребностей, социальная ниша моды неминуемо сужается.

Кроме того, в общественном сознании населения 1920—1930-х годов сохранялось патриархальное представление, что мода — явление почти исключительно «женское», и более конкретно — для праздного времяпрепровождения незамужних девушек. За семьей, детьми да хозяйством — женщине не до моды будет, да и недолог бабий-то век — после 30-ти и вовсе не пристало за модой гнаться. Другое дело — красота и вкус к добротной и практичной одежде. Человеческая природа тянется к прекрасному и разнообразному, не так-то просто оказалось ее победить.

Несмотря на критику «традиционной» моды, большевики никогда не отрицали ее привлекательных сторон. Более того, перед модой преклонялись и с удовольствием следовали ей многие известные деятельницы революционного движения, включая пленившую В.И. Ленина своим обаянием Инессу Арманд. Выше уже говорилось о супруге А.М. Горького М.Ф. Андреевой — покровительнице модельера Надежды Ламановой. Несмотря на то, что другую известную революционерку, Ларису Рейснер, чаще называют «комиссаром» и «женщиной революции», в воспоминаниях о ней подчеркивают ее внешнюю привлекательность и умение со вкусом одеваться. «Необычайная красота ее, необычайная потому, что в ней начисто отсутствовала какая бы то ни было анемичность, изнеженность, — это была не то античная богиня, не то валькирия древнегерманских саг...» — восторгался Рейснер ее современник писатель Юрий Либединский²³. Хороший вкус был привит воспитанием — Рейснер выросла в семье профессора Михаила Рейснера и его супруги Екатерины, происходившей из дворянского рода Хитрово. Воспетая Всеволодом Вишневским в «Оптимистической трагедии» и благодаря этому вошедшая в историю в образе мужественного «комиссара в кожанке», с револьвером в руке, на самом деле Л. Рейснер слыла особой женственной.

²³ Цит. по: *Васильева Л.* Кремлевские жены. М., 1994. С. 119.

В 1918 г., в разгар Гражданской войны, когда вместе со своим мужем Ф. Раскольниковым она участвовала в походе Волжской военной флотилии, на пути их следования попадались брошенные дворянские усадьбы. «Железного комиссара» Л. Рейснер интересовала оставленная прежними хозяйками модная одежда, которую она поочередно примеряла, устраивая прямо на палубе перед революционными матросами своеобразные дефиле и облачаясь, то в пышные наряды, то в изящные платья²⁴.

Много восторженных слов сказано и о «секс-символе» русской революции, всегда модно одетой и внешне необыкновенно привлекательной Александре Коллонтай — ушедшей в революцию дочери царского генерала, ставшей идеологом «свободной любви» и первой в истории женщиной-послом Советского государства. Однако теснее всех оказалась связана с модной одеждой, парфюмерией и вообще производством предметов потребления жена В. Молотова Полина Жемчужина. Замнаркома легкой промышленности, нарком рыбной промышленности, руководитель Главпарфюмера П. Жемчужина до своего ареста в 1947 г. по надуманному обвинению состояла членом Художественного совета при Московском Доме моделей одежды. По воспоминаниям ее внучки, даже в последние дни своей жизни, в преклонном возрасте, она требовала сделать ей маникюр²⁵.

Домашняя обстановка тех лет многих большевистских руководителей, привыкших до революции к комфорту, тоже была далека от пролетарского аскетизма. В своих воспоминаниях под названием «Белый коридор» поэт Владислав Ходасевич, вхожий в начале 1920-х годов в дома представителей советской элиты, был удивлен богатством обстановки у Каменевых и у Луначарских. «В те дни советские дамы... спешили навести на себя лоск. Они одевались у Ламановой, покровительствовали пролетарским искусствам, ссорились из-за автомобилей и обзаводились салонами...» — писал поэт²⁶, подчеркивая причудливое смешение «старого» и «нового» в повседневной жизни советской элиты, особенно — ее женской половины.

В 1930-е годы советская номенклатура еще больше отличалась от обычных граждан в плане материальной обеспеченности и доступности модной одежды, в том числе иностранной. Недавняя публикация следственных дел арестованных НКВД в конце 1930-х годов советских руководителей приоткрывает завесу над уровнем реального достатка высших должностных лиц. Так, в следственном деле арестованного замнаркома НКВД Г.Г. Ягоды имеется акт обыска за 1937 г., из которого следует, что, пользуясь служебным автомобилем, он купил себе еще личный автомобиль и мотоцикл с коляской. Ягода имел также

²⁴ Цит. по: Там же. С. 123.

²⁵ Цит. по: Там же. С. 262.

²⁶ Цит. по: Там же. С. 102—103.

собственный киноаппарат и набор фильмов. Его личный гардероб, кроме несметного количества рубашек, включал 21 пальто и 22 костюма, причем большинство из них иностранного производства. Ему принадлежала коллекция из 1230 бутылок старинных изысканных вин; коллекционировал он также монеты, оружие, курительные трубки и мундштуки, антиквариат и редкую посуду²⁷. Согласно многочисленным свидетельствам, в 1930-е годы дети кремлевских вождей, одеваясь в своей среде богато и модно, стремились не афишировать уровень достатка «на обычной публике». Особенно строго следили за соблюдением подобных правил «кремлевского этикета» их родители.

После стихших в середине 1920-х годов дискуссий о реформаторской одежде, вопрос о «массовой моде победившего пролетариата» вышел из первостепенной сферы общественного интереса. Круг потребителей модной продукции, за исключением нэпманов, оставался весьма ограниченным. Работа модельеров сосредоточилась на сотрудничестве с находившимися в то время на подъеме советским кинематографом и театрами, а также немногочисленными нуждавшимися в их услугах государственными организациями. Не секрет, что практически все ведущие специалисты в данной области — дизайнеры одежды числились среди «бывших». В конце 1920-х годов для них вновь настали тяжелые времена. Даже Надежда Ламанова, проведя, как «нетрудовой элемент», несколько месяцев в тюрьме вскоре после революции, в конце 1920-х годов за использование наемного труда в своей пошивочной мастерской вновь была поражена в гражданских правах, оказавшись в списках «лишенцев».

Ситуация изменилась в связи с начавшейся индустриализацией. С 1929 г. стал издаваться ведомственный журнал «Швейная промышленность», на страницах которого нашли отражение интереснейшие дискуссии о моде, роли массового фабричного производства и культуре одежды. В 1928—1929 гг. в Ленинграде как приложение к журналу «Красная панорама» выходил журнал «Искусство одеваться», тоже отразивший разные точки зрения на моду и значение пропаганды культуры одежды в массах. Но все сходились в том, что специалистов такого профиля в стране остро не хватает. Организованный после революции ВХУТЕМАС/ВХУТЕИН, как и немногочисленные учебные художественно-промышленные мастерские в регионах, должны были обеспечить в первую очередь потребности в специалистах для легкой промышленности, перед которой была поставлена задача — наладить массовое производство одежды и тканей для населения. Однако собственно модельеров и конструкторов одежды с полноценными вузовскими дипломами в Советской России не готовили вплоть до 1936 г., когда в Московском текстильном институте открылось единственное

²⁷ Журавлев С. В. «НКВД напрасно не сажает»... // Социальная история, 2004: ежегодник. М., 2005. С. 385.

в те годы в СССР отделение художественного моделирования и конструирования одежды. Первый выпуск студентов (июнь 1941 г.) совпал с началом Великой Отечественной войны.

В ходе первых пятилеток, при отсутствии единого моделирующего центра, крупные фабрики страны создавали собственные художественные и конструкторские мастерские, приступившие к разработке новых тканевых расцветок и моделей одежды. В это время государственные фабрики, где пробовали свои силы молодые модельеры, стали важным центром накопления опыта. Однако сугубо прикладной характер работы имел существенный недостаток — он ограничивал творческую фантазию художника, который должен был подчиняться, во-первых, потребностям массового производства и, во-вторых, реальным технико-технологическим возможностям конкретной фабрики и ее смежников. На деле художники и конструкторы одежды, как тогда называли модельеров, вынуждены были ориентироваться не на свои творческие идеи, не на перспективные тенденции в области моды и не на потребности потребителя, а в основном на возможности своей фабрики выпускать те или иные изделия. К настоящему формированию моды в масштабах страны такая ведомственная система, жестко подчиненная интересам конкретного производства, не имела никакого отношения. К тому же торговля действовала в значительной степени автономно от нее. То есть, уже в 1930-е годы отрыв производства от потребления, усугублявшийся ведомственными барьерами, был хорошо заметен.

Другой причиной «зачаточного» состояния модных тенденций в начале 1930-х годов являлся сохранявшийся в стране острый дефицит одежды и крайне низкие доходы населения. В 1930—1935 гг., в условиях нормированного распределения, производимая в стране одежда и обувь, наравне с хлебом и другими продуктами питания, в основном распределялась по карточкам. Как и в 1920-е годы, в магазинах (Торгсина, а с середины 1930-х годов и в других) одежда и обувь были сравнительно дороги. Характерно, что в 1930-е годы обувь и предметы одежды (сапоги, брюки, костюм и др.) постоянно фигурировали в качестве поощрительных подарков лучшим производственникам. При покупке в магазине большинство потребителей отдавали предпочтение добротности и носкости вещи, хотя модность и эстетические свойства тоже были важны. Одежда покупалась нечасто и, в основном, в силу практической необходимости, а не для смены вышедшего из моды гардероба. Вещи носились до износа, передавались по наследству и многократно перелицовывались.

И все равно одежды и обуви катастрофически не хватало, особенно в глубинке. Достаточно сказать, что, когда с 1930 г. в СССР стало вводиться обязательное начальное образование, главным препятствием регулярного посещения детьми школ, судя по источникам, оказалось отсутствие у них одежды и обуви, прежде всего зимней. В отличие от значительно более благополучного в материальном плане Запада, тра-

диционное, нищее в своей основе советское общество объективно не было подготовлено к восприятию модных тенденций. Тем не менее, уже к концу 1930-х годов, наметились определенные сдвиги в данном отношении, прежде всего, в городах. Происходившие перемены, что очень важно, поощрялись и поддерживались властью, и это разительно контрастировало с ситуацией рубежа 1920—1930-х годов.

Забытые модельеры 1930-х годов: Е.Л. Федотова

Начатый в конце 1920-х годов по инициативе И.В. Сталина и его окружения «великий перелом», сопровождавшийся сломом нэпа, пропагандой аскетизма и коммунального быта, форсированной коллективизацией, воинствующим атеизмом и искоренением «индивидуализма», не предвещал положительных перемен в сфере моды и потребления. Закрылись частные парикмахерские, магазинчики, рестораны, модные журналы и ателье. Их бывшие работники вынуждены были либо сменить профессию, либо устроиться во вновь созданные в начале 1930-х годов на месте старых государственные или кооперативные парикмахерские, ателье и иные моделирующие организации. Показательно, что вплоть до начала 1960-х годов едва ли не большинство советских модельеров составляли бывшие закройщики, прошедшие практическую школу индивидуального пошива в частных ателье и мастерских.

Характерный пример — трудовая биография ныне почти забытого, но в конце 1930-х — 1950-х годах известного советского модельера Елены Леонтьевны Федотовой, которая до выхода на пенсию в 1956 г. трудилась в ОДМО на Кузнецком мосту. Она родилась в 1892 г. в крестьянской семье и после окончания четырех классов Иваново-Вознесенской гимназии с 14 лет набиралась опыта в разных частных швейных мастерских Москвы. Среди документов Научно-технической библиотеки бывшего ОДМО сохранилась папка с ее личными документами, переданными туда в 1960-е годы самой Федотовой.

Из ее трудового списка (аналог трудовой книжки) видно, что к моменту зачисления Федотовой в 1936 г. модельером в Дом моделей греста «Мосбелье» НКЛегпрома, она уже имела 30-летний стаж работы портнихой. В 1923 г. она приобрела лицензию и практически весь период нэпа проработала частным образом. Однако в 1930 г. Федотова посчитала за лучшее уйти в кооперацию. В начале 1934 г., когда на моделирование одежды всерьез обратило внимание государство, она воспользовалась случаем (острой потребностью промышленности в квалифицированных кадрах данного профиля), чтобы перейти на работу к государству — в систему треста «Мосбелье». Здесь она быстро сделала карьеру: за год показав себя умелой закройщицей в ателье индпошива

треста, она была переведена модельером на столичную швейную фабрику № 1. Но и там проработала меньше года. В мае 1936 г. Федотова оказалась «закройщицей-модисткой» в организованном этим трестом еще в 1934 г. (по другим данным, в 1935 г.) Доме моделей — одной из первых моделирующих организаций в СССР, ориентированных на модели одежды для массового фабричного производства.

Вскоре находившийся на Сретенке Дом моделей «Мосбелье», а также организованный в 1934 г. Дом моделей другого треста НКЛегпрома — «Москвошвей», оставаясь фактически самостоятельными подразделениями, составили основу первого в стране Московского Дома моделей (одно время в конце 1930-х годов он даже назывался Центральным Домом моделей, что подчеркивало его особый статус²⁸). Так в конце 1930-х годов бывшая частная портниха Е.Л. Федотова оказалась в числе ведущих модельеров главной моделирующей организации СССР.

Сохранилось командировочное удостоверение Федотовой для поездки в Ленинград от января 1938 г., свидетельствующее о том, что уже в это время Дома моделей Москвы и Ленинграда, находившиеся в общей системе НКЛегпрома, установили между собой тесные деловые контакты и обменивались опытом работы в области моделирования одежды.

В международный женский праздник 8 марта 1941 г. газета «Московский большевик» опубликовала фотографию модельера Федотовой как одного из лучших специалистов своего дела. «Новые фасоны изящных платьев, костюмов, пальто выходят из Московского Дома моделей. Многие из них принадлежат художнице-модельеру Е.Л. Федотовой, — сообщала газета в качестве комментария к снимку. — Она со вкусом и вдохновением подлинного мастера создает оригинальные образцы одежды, которые мы завтра увидим на улицах, в театрах, в парках»²⁹.

Организация Московского Дома моделей (1938 г.)

Во второй половине 1930-х годов наблюдался относительный подъем жизненного уровня населения, особенно среди городских жителей, существенно выросших численно. Активно проходившие процессы индустриальной модернизации объективно способствовали расширению сферы влияния городской культуры, включая и моду. Кроме того, зна-

²⁸ К примеру, на номере американского модного журнала *Harper's Bazaar* за сентябрь 1937 г. из коллекции Научно-технической библиотеки бывшего ОДМО (правда, до Москвы он мог дойти с некоторым опозданием) уже стоит штамп «Центральный Дом моделей. Кузнецкий мост, д. 14».

²⁹ Использованные в данной работе материалы, относящиеся к творческой биографии Е.Л. Федотовой, находятся в коллекции Научно-технической библиотеки бывшего ОДМО.

менитый сталинский лозунг: «Жить стало лучше, жить стало веселее!» — предполагал, что рядовой гражданин должен в своей повседневной жизни воочию ощутить достижения первых пятилеток, научиться радоваться жизни в социалистическом отечестве, получать удовольствие не только от трудовых будней, но и от праздников. Это неминуемо вело к допущению диверсификации вкусов и потребностей граждан.

Частью нового курса государства середины 1930-х годов, названного впоследствии «неонэпом», стала реанимация моды, создание в крупных городах государственных образцовых универмагов с модными ателье при них (кроме обычной системы государственных ателье индпошива), а также продолжение издания модных журналов.

В числе таких изданий можно назвать журнал «Моды» (с 1924 г.), выходивший в 1930-е годы ежеквартально тиражом 25 тыс. экз. (издатель — журнально-газетное объединение). При минимуме текста и максимуме иллюстраций его выпуски едва ли не целиком были посвящены демонстрации новинок европейской моды. Любопытно, что в 3-м номере этого журнала за 1936 г. советскому читателю были представлены диковинные по тем временам женские юбки-брюки (тогда они назывались юбки-штаны). В целом во второй половине 1930-х годов демонстрировала явное возвращение советской моды в лоно мировых тенденций. Характерно, что и ведомственный журнал «Швейная промышленность» стал с 1936 г. помещать в своих номерах обзоры современной западной моды³⁰.

Как отмечалось выше, этапными событиями в истории советской моды стало почти одновременное открытие в 1934—1935 гг. первых в стране Домов моделей, под эгидой трестов «Мосбелье» и «Москвошвей» (на базе их экспериментальных лабораторий). В конце 1930-х годов эти столичные Дома моделей были преобразованы в Московский (Центральный) Дом моделей НКЛегпрома. Его основной задачей стало «создание советского стиля в женском и детском платье»³¹ (в 1930-е годы здесь моделировалась преимущественно женская и детская, но не мужская одежда). Символично, что художественным руководителем Дома моделей треста «Москвошвей», а затем и МДМ стала племянница и ученица Н.П. Ламановой Надежда Сергеевна Макарова (1898—1969), художник-декоратор по образованию³². Она пригласила в коллектив других учеников Н. Ламановой, в том числе ставшую в конце 1930-х — 1940-е годы ведущим модельером МДМ Ф. Гореленкову, которой особенно хорошо удавались модели по фольклорным мотивам.

Занимаясь административной работой, Макарова продолжала моделировать — производственную одежду для представителей разных

³⁰ Strijenova, Tatiana. Op. cit. P. 257—264.

³¹ Московский Дом моделей. М., 1938. Вып. 1. С. 1.

³² Стриженова Т.К. Из истории советского костюма.

профессиональных групп, а также повседневную женскую и особенно детскую одежду, и фактически стояла у истоков этого направления в советском моделировании.

Дело в том, что до середины 1930-х годов «детского моделирования» (с учетом особенностей детских фигур, особых требований к функциональности, гигиене вещей и проч.) как такового не существовало. Детская одежда фабричного производства во всем мире пошивалась по «взрослым» моделям, взятым в миниатюру.

В отличие от уже существовавших к тому времени за рубежом «авторских» Домов моды, первые советские Дома моделей выполняли не только индивидуальные заказы граждан по пошиву одежды (так же, как и модные ателье), но и одновременно занимались моделированием образцов одежды разного назначения для массового фабричного производства. По мнению историка моды Татьяны Стриженовой, открытие Московского Дома моделей было следствием курса правительства на приоритет организации массового фабричного производства одежды для населения в масштабах страны. Необходимо было создать специализированный моделирующий центр, из которого швейные фабрики регулярно получали бы сотни новых моделей одежды. К тому же требования к моделированию и конструированию платья для нужд индустриального производства существенно отличались от моделирования для индивидуального пошива, что предопределило специализацию в данной области. Дома моделей также стали контролировать обновление моделей на фабриках своих трестов³³.

«Советским изобретением» являлось и то, что качество новых моделей оценивал независимый, действовавший на общественных началах Художественный совет Московского Дома моделей в составе известных художников, скульпторов, искусствоведов, общественных деятелей. По итогам обсуждений часть моделей принималась для тиражирования, другая отсеивалась, третья отправлялась на доработку. Художественный совет собирался на просмотры 2–3 раза в год. (В частности, в 1930-е годы в его составе в качестве экспертов (членов) значились В. Мухина, В. Фаворский, Ю. Пименов и др.³⁴)

За интригующими новостями из СССР о растущем интересе к моде с внимательно следили западные модельеры, заинтересованные в «освоении» громадного советского рынка. В 1935 г. парижский модельер Эльза Скъяпарелли — главная соперница Коко Шанель тех лет за пальму первенства на модном олимпе — приехала в Москву «на разведку». Она привезла для показа не только свою новую коллекцию, но и несколько эскизов моделей одежды специально для только что созданного Дома моделей треста «Мосбелье». Скъяпарелли на-

³³ *Strijenova, Tatiana.* Op. cit. P. 6, 257—264.

³⁴ *Ермилова Д. Ю.* Указ. соч. С. 70.

деялась, что соединение ее таланта с возможностями советского массового фабричного производства поможет одеть советских людей по последней парижской моде. Однако привезенные ею эскизы черного платья, красного жакета и алого берета были отвергнуты, как не соответствующие вкусу и потребностям советской женщины. Знаменитый модельер уехала из Москвы разочарованной и непонятой³⁵. Однако, вероятно, дело было не столько в самих моделях, сколько в принципиальном нежелании властей пускать иностранных модельеров на отечественный рынок, в чем с ними были солидарны и руководители делавшего первые шаги столичного Дома моделей.

Как видно из оказавшихся в нашем распоряжении материалов Научно-технической библиотеки бывшего ОДМО, уже с середины 1930-х годов. Дом моделей треста «Мосбелье», а затем и Московский (Центральный) Дом моделей создали и стали активно пополнять свою библиотеку за счет дореволюционных и современных, отечественных и зарубежных книг о моде и модных периодических изданий (прежде всего, журналов, пропагандирующих так называемую «высокую моду»). Это говорило о стремлении руководства столичного Дома моделей не отгораживаться от тенденций «традиционной» западной моды при моделировании одежды для советских граждан. Тем самым период радикальных экспериментов 1920-х годов стал пройденным этапом.

Московский Дом моделей сразу же приступил к изданию собственного модного журнала. Уже в 1938 г. вышел его первый выпуск под названием «Московский Дом моделей» (тираж 20 тыс. экз., отв. ред. А.И. Богданова, к части моделей прилагались чертежи выкроек). «Журнал издается на базе работ Дома моделей треста «Мосбелье» и имеет целью популяризацию созданных им моделей...» — отмечалось во вводной статье, объясняющей цель издания.

Судя по рисункам и фотографиям в журнале, спектр деятельности Московского Дома моделей в конце 1930-х годов был весьма широк. Во-первых, он занимался промышленным моделированием женской и детской одежды самого разного предназначения: от повседневной и спортивной одежды, халатов и пижам до выходных и вечерних платьев, а также спецодежды и одежды для беременных и кормящих женщин, одежды для школьников.

Во-вторых, в обязанность сотрудников входила популяризация моды и пропаганда культуры одежды среди населения. С этой целью Дом моделей устраивал выездные показы своих моделей на фабриках, заводах, в госучреждениях. Вокруг Дома моделей был создан актив общественниц (как правило, неработающих жен инженерно-техни-

³⁵ Об этом малоизвестном эпизоде рассказала британский историк моды Джурджей Барлетт на открытии выставки «Мода и социализм» в Москве весной 2007 г. (URL: www.gazeta.ru/style/2007/05/a_1658961.shtml).

ческих работников). Для них модельеры устраивали консультации о тенденциях современной моды, а общественницы, в свою очередь, посещали трудовые коллективы московского региона и пропагандировали моду и культуру одежды среди работниц.

В журнале «Московский Дом моделей» имелся и специальный раздел «Мода за границей». В 1930-е годы демократизация моды в СССР шла также по пути «самодетельного моделирования» — обучения желающих рисунку и навыкам конструирования одежды. Большой популярностью пользовались курсы кройки и шитья. В клубах швейных и текстильных фабрик для работников организовывались бесплатные курсы и кружки, которые вели профессиональные художники. Тем самым к изобразительному и прикладному искусству, чувству цвета, композиции и проч. приобщались широкие слои населения разного возраста, пола и профессий (в том числе и самых что ни на есть «пролетарских» — маляры, ткачи и др.).

Первый Всесоюзный конкурс моделей одежды (1940 г.)

В 1940 г. Государственное издательство легкой промышленности (Гизлегпром) при поддержке НКЛегпрома СССР впервые организовало открытый конкурс моделей одежды, в котором мог принять участие любой желающий — как профессиональные, так и самодетельные модельеры. В статье «Выставка эскизных проектов на конкурс моделей одежды» газета «Легкая индустрия» 18 июня 1940 г. сообщала о том, что на конкурс было прислано 454 проекта из разных городов СССР. 126 лучших рисунков жюри решило выставить для всеобщего обозрения в Демонстрационном зале Мосгоруправления НКЛегпрома. Эта выставка имела целью не только популяризацию моделирования, но и учет мнения посетителей при подведении итогов конкурса. Посетители оставляли свои отзывы, заполняя специально разработанные анкеты.

По мнению автора статьи в газете «Легкая индустрия», отечественной швейной промышленности остро не хватало оригинальных моделей одежды. Она либо шла по пути конвейерно-серийного производства, облачая население в стандартную одежду, либо имело место откровенное подражание западной моде. Однако «попытки механического перенесения “последних криков” моды Запада приводили к эксцентричности, вычурности, манерности этих моделей, глубоко чуждых неиспорченному вкусу советских людей». Источники оригинальной советской моды автор статьи видел в творческом использовании традиций народного костюма, а также в привлечении к моделированию общественности, в том числе — талантливых непро-

фессионалов. «Выйдя за пределы узковедомственной, кабинетно-лабораторной работы и став общественным делом, советское моделирование поможет нашей швейной промышленности выполнить указание товарища Микояна на XVIII съезде партии о том "...чтобы не парижские и лондонские, а московские и ленинградские товары были самыми лучшими"»³⁶. Довольно критической оказалась и статья о конкурсе моделей в популярном журнале «Работница»³⁷.

Очередной номер модного журнала «Модели сезона» (1940—1941. № 4) был целиком посвящен подведению итогов этого конкурса.

В нем были опубликованы рисунки премированных и одобренных жюри моделей, а также портреты победителей. В их числе оказалась и Е.Л. Федотова, получившая 4-ю премию за модель платья для школьницы.

Было решено сделать такой конкурс ежегодным. Он подтвердил, что вопросы моды и моделирования одежды с каждым годом представляют все больший интерес для граждан. «Среди наших читателей выявился актив друзей журнала, состоящих в переписке с редакцией... помогающих повседневной работе редакции своими предложениями, советами, указаниями», — говорилось в редакционной статье журнала «Модели сезона» № 4 за 1940 г.

Начало моделирования одежды в торговле

Однако на самостоятельную разработку новых моделей одежды, в соответствии с тенденциями моды и спросом населения, претендовали не только крупные швейные фабрики и объединения НКЛегпрома, но и торговые организации. Интересы последних лоббировал влиятельный министр торговли А.И. Микоян. К февралю 1935 г. в крупнейших городах СССР было открыто 11 образцовых универмагов, тоже претендовавших на роль центров моделирования одежды. В конце 1930-х годов их количество увеличилось, а в Наркомате торговли было создано Управление образцовых универмагов. Оно приступило к созданию собственных моделирующих структур.

Показателен в этом плане пример столичного Центрального универмага (ЦУМа). В созданном при нем Ателье мод, принимавшем индивидуальные заказы на пошив и «подгонку» одежды по фигуре, в 1934 г. было сшито в общей сложности 4,5 тыс. «изделий костюмной группы». Кроме того, в ЦУМе имелась шляпная мастерская, славившаяся своими моделями. По словам руководства магазина, в условиях

³⁶ Легкая индустрия. 1940. 18 июня.

³⁷ Конкурс на лучшую модель // Работница. 1940. № 22.

возросшего интереса москвичей и приезжих к модной одежде, в Ателье мод ЦУМа ежедневно обращалось порядка 100 человек, но ввиду малочисленности персонала принять оно могло не более 12—15 заказов. Все понимали, что только за счет индпошива решить проблему модной одежды невозможно. Кроме того, выяснилось, что многие поступающие в продажу изделия швейных фабрик не модны и не пользуются спросом. Поэтому закройщики из Ателье мод приступили к разработке собственных оригинальных моделей. Более того, ЦУМ договорился с рядом фабрик, на которых уже с 1934 г. началось внедрение его моделей одежды в производство. Например, в 1935 г. он «прикрепил к себе целиком и полностью фабрику, которая готовит детские вещи. Мы от этой фабрики получаем около 50% нашей потребности по белью», — отмечало руководство ЦУМа в одном из документов³⁸.

Наряду с разработкой собственных моделей одежды и их внедрением на швейных фабриках столичного региона, ЦУМ продвигал идею организации собственного Производственного комбината. Он был создан в 1936 г. с передачей в его ведение Ателье мод. Его модельеры теперь работали сразу на три фронта: индпошив, разработку моделей для фабричного производства и для пошива одежды малыми партиями силами собственного Производственного комбината. Смоделированная ими модная одежда продавалась в ЦУМе и пользовалась большим спросом³⁹. Производственный комбинат ЦУМа действовал и после войны, став базой для подготовки модельеров в системе торговли, востребованных и другими магазинами.

Развитие данной тенденции — моделирования одежды на базе крупных торговых предприятий — в условиях советской системы имело как свои очевидные «плюсы» (например, производство одежды малыми партиями, возможность оперативно реагировать на смену модных тенденций и заинтересованность производить только хорошо покупаемый товар), так и «минусы». К последним относилось то, что таким путем нельзя было быстро наполнить всесоюзный рынок одежды, а также то, что наличие образцовых универмагов лишь в крупных городах «отсекало» сельских жителей от возможности приобретения модной одежды на местах. Логика централизованного планирования и объективная ситуация тех лет с обеспечением населения одеждой требовали специализации модельного дела с выходом прежде всего на массовое фабричное производство. После периода «прощупывания альтернатив» и своего рода «экспериментаторства» именно такой подход в дальнейшем и стал преобладающим.

³⁸ Стенограмма совещания в НКВТ от 23 февраля 1935 г. о работе показательных универмагов // РГАЭ. Ф. 7971. Оп. 1. Д. 80. Л. 32.

³⁹ ЦМАМ. Ф. 1953. Оп. 1. Д. 9. Л. 3.

Мода, как признак социалистической культурности

Разрешив гражданину реализовывать свои мечты о «красивой жизни» и даже поощряя такое поведение, государство вряд ли в полной мере осознавало, во-первых, насколько востребованной будет эта «индугенция» обществу; во-вторых, что идеал благополучия будет черпаться людьми не из туманных представлений о коммунистическом будущем и не из отвергнутых жизнью идей реформирования одежды по военно-коммунистическому образцу, а из воочию виденного ими «проклятого прошлого». «Кто был ничем» стремился как можно скорее стать «все́м».

Одеваться красиво и рационально — так, как раньше могла себе позволить в России лишь самая обеспеченная часть общества, — стало признаком «социалистической культурности». 15 сентября 1934 г. «Правда» оповестила всю страну о создании на столичном Электрозаводе «Ателье мод», что открывало для рабочих предприятия заманчивые перспективы одеваться по самым высоким модным стандартам. Статья вызвала большой общественный резонанс, с мест во власть пошли письма, в которых явственно звучали нотки зависти. Директор завода «Магнезит» (Челябинская обл.) писал В.М. Молотову, что 5 тысяч его рабочих тоже хотят иметь хороший материал на костюмы, шить модные пальто и обувь индивидуального пошива, одевать своих жен в меха⁴⁰.

В общественном сознании 1930-х годов понятие «мода» связывается не столько с развитием вкуса и культуры одежды (необходимостью регулярно следить за переменами модных стилей, следуя им с учетом индивидуальных особенностей и т.д.), сколько с приобретением «предметов роскоши». Нужно сказать, что такое «упрощенное», меркантильное понимание моды, закрепившееся на долгие годы, подпитывалось не только сохранявшийся бедностью и низким культурным уровнем значительной части населения, но в известном смысле и политикой советского государства.

Символы и образы «роскошной жизни» с 1917 г. не сильно изменились. Практически все «новое» являлось хорошо забытым старым. Наряду с расширением сети ресторанов и кафе, началом массового производства парфюмерии и косметики, шампанского, шоколада и других предметов явно не первой необходимости, но четко ассоциировавшихся в общественном представлении с роскошью и благополучием, государство содействовало созданию не только Ателье мод при заводах, образцовых универмагах и проч., но и системы обычных ателье, возродив к середине 1930-х годов и легитимировав, как «признак социалистической культурности» и «норму жизни», индивидуальный

⁴⁰ Письмо директора завода Магнезит треста Огнеупор НКТП СССР Табакова — В.М. Молотову от 1 ноября 1934 г. // РГАЭ. Ф. 7971. Оп. 1. Д. 16. Л. 54—54 об.

пошив одежды на заказ⁴¹. Это был знаменательный во многих отношениях шаг. Тем самым государство, во-первых, не на словах, а на деле поощряло индивидуализацию вкуса. Во-вторых, гражданам была предоставлена свобода выбора: купить готовую одежду промышленного производства или сшить по индивидуальным меркам в ателье. Последнее было несколько дороже, но качество того стоило.

Причины неожиданно «благосклонного» отношения советского руководства к индивидуальному пошиву не изучены. Из воспоминаний известно, что после слома нэпа и ликвидации частных ателье даже представители советской элиты испытывали определенные трудности в пошиве одежды. В начале 1930-х годов начинающая актриса Галина Кравченко — молодая сноха Л.Б. Каменева, посещала элитную мастерскую пошива одежды Наркоминдела, что на Кузнецком мосту. В том же ателье, у той же портнихи одевалась и супруга Сталина Надежда Аллилуева⁴². Судя по всему, И.В. Сталин (как известно, его отец был сапожником) прекрасно понимал разницу между одеждой и обувью, сшитой модельером на заказ по индивидуальной мерке, и купленным в магазине образцом массового фабричного производства, рассчитанным на «типичную фигуру».

Главным итогом 1920—1930-х годов стала реанимация основных символов традиционной моды, а также представлений о моде, как норме жизни советского человека, поощрение властью модных тенденций и создание под эгидой государства целого ряда институтов, так или иначе связанных с модой. Мода, красота, внутреннее и внешнее совершенство человека стали важными составными частями идеологии советской культурности. Расширению сферы влияния моды в 1930-е годы способствовали и объективные процессы, связанные с урбанизацией. Массовая миграция населения в города, заметное увеличение численности городского и сокращение сельского населения СССР стали источниками распространения городской культуры и количественного роста потребителей модной продукции.

Тем не менее, нужно прямо сказать, в 1930-е и в 1940-е годы очень немногие граждане СССР могли называться ярыми приверженцами моды (кто тщательно следил за модой и стремился одеваться по моде). Большинство людей по-прежнему не считали главным качеством одежды модность. Ведь одежды не хватало. Главным ее потребительским свойством считалась практичность и функциональность. Одежда должна была служить как можно дольше. В общественном мнении мода считалась «женским делом» (точнее, уделом молодых женщин). Ко всему прочему, мода была преимущественно городским явлением.

⁴¹ Подробнее об этом см.: *Gronow J. Caviar with Champagne: Common Luxury and the Ideals of Good Life in Stalin's Russia.* Oxford; N.Y.: Berg, 2003.

⁴² Цит. по: *Васильева Л.* Указ. соч. С. 145.

Характерной особенностью периода 1930-х годов, в отличие от предшествующих, стало то, что именно на волне индустриальной модернизации, в ходе первых пятилеток, государством были впервые в отечественной истории предприняты конкретные шаги по созданию массового фабричного производства одежды. Тем самым в 1930-е годы появилась швейная промышленность, как отрасль отечественной экономики⁴³. Характерные для этого времени тенденции модернизации проявились и в том, что преимущественно кустарное производство одежды стало вытесняться индустриальным.

За две первые пятилетки, по официальным данным, в СССР было построено 17 новых швейных фабрик и реконструирован ряд дореволюционных предприятий. В результате за вторую пятилетку выпуск фабричной одежды увеличился на 36%. Согласно изданному в 1960 г. «Справочнику швейника», в общей сложности в середине 1930-х годов в системе НКЛегпрома действовало 165 швейных фабрик, на которых трудилось 180 тыс. чел. А накануне войны число швейных фабрик НКЛП увеличилось до 210⁴⁴. Однако остаточный принцип финансирования легкой промышленности обусловил накопление целого ряда проблем отрасли, которые только усугубились в результате войны и во многом предопределили экстраординарный характер решений, принятых в послевоенный период для срочного исправления ситуации. О чем идет речь? Во-первых, довоенная численность и суммарная производственная мощность советских швейных фабрик были явно недостаточны для обеспечения всего населения страны одеждой. Во-вторых, несколько десятков новых, хорошо оснащенных фабрик не задавали тон в отрасли, где продолжало преобладать устаревшее, как правило, еще дореволюционное оборудование. В-третьих, в СССР не существовало единой системы промышленного моделирования одежды, что тоже сказывалось на качестве выпускаемого платья. Многочисленные изъяны одежды фабричного производства постоянно становились темой для фельетонов. К примеру, И. Ильф и Е. Петров высмеяли их в ставшем широко известном фельетоне «Директивный бантик»⁴⁵.

Не менее важно и то, что именно в конце 1930-х годов, в связи с поиском оригинальных идей в моделировании, в практическую плоскость был поставлен вопрос о собирании, систематизации этнографических данных и профессиональном изучении национальных костюмов народов СССР с целью использования народных силуэтов, конструкций, цветовой гаммы, материала, вышивок и проч. для конструирования современной одежды. Эта работа началась в Московском Доме моделей одежды, который в связи с этим имел основание

⁴³ *Strijenova T.* La mode en Union Soviétique, 1917—1945. Paris: Flammarion, 1991. P. 6.

⁴⁴ URL: <http://www.cniishp.ru/index.php?pp=stat/Bobrova>

⁴⁵ *Ильф И., Петров Е.* Директивный бантик: [фельетоны]. М.: изд., тип. и цинк. Журн.-газ. объединения, 1934. (Б-ка «Огонек»; № 38).

превратиться одновременно и в научно-исследовательский центр моделирования.

Мода военных лет

Характеризуя специфику становления моделирования в СССР, а также отношение общества и власти к модной и нарядной одежде, нельзя не обратить внимание на последствия многочисленных войн XX в., в которые была вовлечена страна. Понятия «мода» и «война» — во многом антиподы, поскольку мода расцветает, конечно, в периоды мира, праздника и общественного благополучия. Наоборот, в году бедствий она, как правило, «угасает». Исторический опыт XX в., в частности, показывает, что тенденции кризиса традиционной моды и наступления «анти моды» всегда усиливались в связи с военными, революционными и иными катаклизмами.

Лучший способ временно «заморозить» развитие модных тенденций в обществе — это либо выбить население из привычного ритма жизни, одеть в шинели, заставить думать только о хлебе насущном, бороться за выживание; или же переключить интересы и энергию людей, особенно молодых и наиболее активных, в область производственной и общественной деятельности, преодоления трудностей, борьбы с вражеским окружением и проч., что довольно успешно удавалось делать при Сталине, особенно — в период индустриализации и послевоенного восстановления разрушенного хозяйства.

В последнее время ученые уделяют большое внимание изучению катастрофических социально-психологических последствий мировых войн, отмечая в связи с этим наличие у населения СССР длительного и крайне болезненного психологического синдрома. Последствия его в полной мере не изучены, однако ясно, что войны и катаклизмы существенно деформировали естественные процессы развития моды и моделирования одежды в СССР, стали тормозом положительного восприятия моды в общественном сознании. Так, во время и после войны, когда смерть и боль входили едва ли не в каждый дом и почти каждая семья носила траур по погибшим, «гнаться за модой» считалось аморальным.

В СССР в условиях военного времени закрылись многие модные ателье и другие учреждения, связанные с индустрией моды и красоты. Масштабы разрушений и бедствий были таковы, что казалось — те ростки советской моды и моделирующие учреждения, которые появились по инициативе государства во второй половине 1930-х годов, быстро не возродятся.

Итак, на первый взгляд кажется, что советская мода военных лет фактически «замерла», остановившись в своем развитии на фасонах конца 1930-х годов. Новые веяния, если и были, то, как и во всем мире, они были связаны с «военизацией» одежды (стиль «милитари»), с активным использованием женщинами брюк и других более практичных в условиях сурового времени предметов мужской одежды.

В принципе все, о чем мы говорим, было известно и раньше. В меньшей мере принято было обращать внимание на то, что даже в жесточайших военных условиях человеческая природа брала свое. Вопреки всему желание привлекательно выглядеть, модно наряжаться, нравиться противоположному полу, влюбляться и любить никуда не исчезает. Мы это видим не только в тылу, но и на фронте. Служившие в армии женщины носили униформу. Но мелкими деталями в одежде, в причёске или макияже они пытались подчеркнуть свою привлекательность и индивидуальность. В женских летных полках, например, имелось больше таких возможностей. Там военный быт был лучше организован, чем, скажем, у женщин — радисток или санинструкторов, служивших в пехоте.

Военный стиль (military) пришел в гражданскую одежду, в том числе и в женскую моду в силу практичности, «утилитарности», соответствия условиям жизни, а еще потому, что униформы было много, была она сравнительно доступна, ее перешивали и носили в тылу. Любопытно, что фотографии военных лет демонстрируют рост популярности среди гражданского населения «буденовок» — головных уборов, считавшихся символом победоносной Красной армии периода Гражданской войны. С одной стороны, это модная тенденция, навеянная патриотическими настроениями, вроде современных георгиевских ленточек. Вместе с тем в период начала Второй мировой войны в советских кавалерийских частях еще носили буденовки. Как видим, тенденции военной моды подчас характеризуются причудливыми переплетениями, в которых зримо воплощаются особенности эпохи. Нужно сказать, что элементы военного стиля были весьма заметны и в 1930-е годы, что неудивительно с учетом общей милитаризации жизни в СССР. На фотографиях конца 1930-х годов в повседневном мужском и женском костюме находим немало элементов, характерных для военного мундира, в том числе периода Гражданской войны. Поэтому применительно к моде военных лет следует говорить об усилении этой тенденции.

Еще один важный момент — популярность в военное время платья свободного, не стесняющего движений кроя. Сохранялась искусственно расширенная линия плеч в женском и мужском костюме, заимствованная из моды 1930-х годов. Брюки в женской моде, в том числе брюки «галифе» и укороченные брюки «бриджи» — отличительная черта военных лет — тоже перешли из моды конца 1930-х. Нако-

нец, по-прежнему актуальны народные мотивы в одежде, которые присутствовали в довоенной советской моде.

В 1942 г. была введена нормированная система снабжения товарами. В том числе одеждой. Запасы одежды, которые были у государства, реализовывались по карточкам. Выпуск гражданской продукции в годы войны был крайне незначительным. Детскую обувь, например, самостоятельно изготовить было невозможно, поэтому советские фабрики все-таки производили в очень ограниченных количествах одежду и обувь. Эти товары реализовывались по низким фиксированным ценам среди населения. Однако удовлетворить потребности граждан, несмотря на введение карточек, государство не могло. Поэтому в военную пору господствовало «самоснабжение». Практика «самопошива» одежды, хорошо известная в России с давних пор, в военные годы получила еще более широкое распространение.

Напомним, что в 1930-е годы готовую одежду фабричного производства купить было довольно сложно. Ее не хватало, и она была дорогой. Кроме того, ее, как правило, все равно приходилось подгонять по фигуре, потому что с моделированием и конструированием одежды дело тогда обстояло неважно. Многие хозяйки, имея дома швейные машинки, шили сами — обшивая и себя, и членов своей семьи. По данным бюджетных обследований, до войны больше половины носильной одежды в СССР было не фабричного, а домашнего изготовления. Особенно — в сельской местности. Повторим, что во время войны данная тенденция значительно усилилась, и навыки «самопошива» оказались крайне востребованными.

В годы войны СССР получал одежду в незначительном количестве по ленд-лизу, а также в качестве гуманитарной помощи от Международного Красного Креста. Частично это одежда была ношенная, но вполне приличная и даже модных фасонов. Однако размеры этих поставок были настолько ограничены, что их влияние на распространение модных тенденций в СССР не стоит преувеличивать.

Если говорить о распространении модных тенденций, то стоит упомянуть о том, как сказались присоединение накануне Великой Отечественной войны Западной Украины, Западной Белоруссии и Прибалтики на распространение модных тенденций внутри Советского Союза. Львов, Рига, Вильнюс считались модными центрами Восточной Европы, здесь действовало немало модных ателье. Многие модельеры и закройщики одежды, особенно еврейской национальности, спасаясь от фашистов, после заключения пакта Риббентропа — Молотова мигрировали в крупные города Советского Союза — Москву, Ленинград и др. Заметный прилив профессиональных людей моды, безусловно, оказал в определенной мере влияние на советскую моду. В частности, на советскую мужскую моду, находившуюся тогда в зачаточном состоянии и заметно отстававшую от женской моды.

Стоит сказать и о том, что в ходе советизации указанных территорий в 1939—1941 гг. сотни тысяч местных жителей были принудительно высланы во внутренние районы Советского Союза — в Казахстан, на Урал, в Сибирь. Появление в советской глубинке тысяч людей, одетых по западной моде, не могло пройти незамеченным. Несмотря на статус поселенцев, они оказались своеобразными «агентами моды», привлекая внимание местных модниц.

Стоит упомянуть и о трансляции модных тенденций, последовавшей вследствие массовой организованной и стихийной эвакуации в период войны преимущественно городского населения западных регионов СССР, а также жителей Москвы, Ленинграда и других крупных прифронтовых городов — в сельскую местность, на Урал, в Сибирь, Поволжье, Среднюю Азию. Советская «культурная элита» — сотрудники Академии наук, университетская профессура и др. — оказалась в Алма-Ате. Кировский (Мариинский) театр из Ленинграда был эвакуирован в Пермь, куда приехали и мастера балета. Естественным образом они становились агентами столичной культуры, в том числе и моды в провинции.

Гигантские миграционные процессы в СССР, связанные с трагическими событиями Второй мировой войны, давали новый импульс и способствовали распространению модных тенденций в самых глухих уголках страны. Затем, уже в 1944 г., когда советские военнослужащие вступили на территорию Европы (Венгрия, Чехословакия, Германия, Австрия и др.), они увидели красивые, модные вещи и стали пересылать женам домой трофейную одежду. Источником трансляции тенденций моды стали, кроме того, американские и трофейные немецкие кинофильмы, которые советские люди ходили смотреть по многу раз, копируя фасоны модных вещей с экрана.

Отдельного разговора заслуживают выходявшие в годы войны советские модные журналы. С довоенных времен существовали журналы «Костюм и пальто»⁴⁶, «Моды» и «Модели сезона». По крайней мере, эти три журнала с разной степенью периодичности продолжали выходить в военное время.

«Модели сезона» — наиболее популярный в довоенные годы советский модный журнал. В 1941 г. он выходил только в черно-белом варианте, и качество бумаги и печати в целом значительно ухудшилось. Тем не менее, в годы войны журнал издавался тиражом до 100 тысяч экземпляров. В «Моделях сезона» советская мода была представлена в основном моделями конца 1930-х годов, также помещались перепечатки из западных журналов. Отпечаток войны заметен в гражданской одежде и головных уборах, в этом можно убедиться, перелистав жур-

⁴⁶ Костюм и пальто. М. (1935—1942); Моды. Л. (1937—1941); Модели сезоны. М. (1936—1942).

налы мод тех лет. Например, популярные тогда женские береты иногда напоминают форменные береты, а порою даже и каски. Вообще военная атрибутика очень широко представлена на страницах модных журналов. Кожаная одежда, пилотки, погоны, военный бинокль, противогаз, сумка сандружинницы через плечо с изображенным на ней красным крестом, повязки на рукавах. В журнале «Костюм и пальто» можно найти много примеров стиля *military* в одежде — черный цвет, элементы формы танкиста, например, как в мужской, так и в женской одежде. И как в военной форме тех лет, искусственно увеличенные плечи. Везде присутствует военная символика, пропагандистские сюжеты, получают отражение идеи помощи фронту. Военные мотивы наблюдаем и в детской моде. В частности, дети в модных журналах тех лет изображаются с игрушечными винтовками, танками.

Война наложила заметный отпечаток на внешний облик людей. Только в действующей армии служило, по меньшей мере, полмиллиона молодых советских женщин, сменивших модные платья на военную форму. Впрочем, сотни тысяч из них, попав на фронт прямо со школьной скамьи, вообще не знали, что такое модная одежда, и вынуждены были, образно говоря, после детских платьиц сразу надеть гимнастерку. Оставшимся в тылу женщинам пришлось выполнять тяжелую и грязную работу вместо ушедших на фронт мужчин. Груз ответственности сделал женщин более независимыми, они в массовом порядке овладевали «мужскими» профессиями, которые зачастую не оставили и после войны. В женскую моду вошли практичные в тех условиях брюки, телогрейки и короткие стрижки. Рабочая одежда и элементы военной формы, — с точки зрения традиционной эстетики, конечно, «антимода», — становятся настолько привычными, что воспринимаются как «норма», оказывая существенное воздействие на психологию населения и на тенденции послевоенной моды.

По мере того, как война откатывалась все дальше на Запад, жизнь людей входила в нормальное русло. Люди возвращались из эвакуации, в городах вновь открывались модные ателье, действовали музеи, театры, другие учреждения культуры. Достаточно было посмотреть на улицы Москвы 1943—1945 гг., чтобы оценить, насколько быстро преобразался внешний облик жителей. Модная яркая, красивая одежда, на которую появился особый спрос, казалось, подчеркивала долгожданную радость, праздничную эйфорию победы. Люди спешили с головой окунуться в мирную жизнь, поскорее забыть о недавнем горе, и мода стала своеобразным лекарством для ран, нанесенных войной.

Рубежом в истории советской моды стал военный 1944 г. На исходе смертельной схватки с фашизмом, демонстрируя свою заботу о народе-победителе, советское руководство подготовило ему необычный подарок. Что нужно сделать, чтобы человек, истосковавшийся за четыре года войны по празднику, воспрял духом? Необходимо,

чтобы, скинув опостылевшую шинель или телогрейку, он получил возможность красиво и модно одеться, почувствовать вкус к жизни, радость будущей Победы. Было решено форсировать возрождение моделирования одежды в стране, но с принципиально иным прицелом. Предполагалось доверить разработку новых моделей только лучшим художникам-модельерам страны, работающим в создаваемых для этого специализированных Домах моделей, а затем в директивном порядке обязать швейные фабрики производить продукцию не по своему усмотрению, а лишь по лекалам этих лучших образцов. Вряд ли нужно скрывать, что в тех условиях план носил вынужденный характер — за годы войны моделирующие структуры на швейных фабриках были распущены за ненадобностью (военная форма выпускалась по одному и тому же фасону), и квалифицированные модельеры в стране были наперечет.

Новизна такого подхода, который прорабатывался еще в конце 1930-х годов, но не успел до войны реализоваться на практике в масштабах страны, заключалась в следующем. Будучи изначально разработанными советскими модельерами в соответствии с нормами военной «высокой моды», образцы моделей одежды должны были передаваться на швейные фабрики и там тиражироваться большими партиями. Тем самым одним махом решалось сразу несколько проблем. Во-первых, скорейшим образом насыщался крайне ограниченный после войны рынок одежды (люди донашивали довоенные вещи, «трофейную» одежду либо военную форму); во-вторых, достигался невиданный уровень демократизации «высокой моды» и ее доступности любому гражданину в самых отдаленных уголках СССР.

Поскольку немодные и некрасивые вещи должны были при такой системе вскоре совершенно исчезнуть, советский человек мог быть уверен, что в любом магазине ему будет предложена лишь самая пышная одежда. При условии контроля государства за швейным производством, при наличии соответствующих тканей, высококвалифицированных кадров, современного оборудования, а также при снабжении фабрик исключительно лекалами модельных вещей, разработанных по высшим стандартам моды и эстетики, через некоторое время все население СССР должно было внешне преобразиться, олевшись «с иголки» и почувствовав себя настоящими «аристократами моды». По крайней мере, так рисовалось в идеале, оказавшемся столь же далеким от жизни, как и картины будущего коммунизма.

Кроме того, монополия на изготовление модных вещей открывала перед властью перспективу контролировать, во что одевается население, формировать через одежду его вкус, а также в известном смысле регулировать модные тенденции с перспективой разработки, в противоположность традиционной «буржуазной» моде, собственной «советской» моды — прогнозируемой, политически корректной, эстети-

чески совершенной, годной для советских граждан по медицинским, климатическим и иным рациональным соображениям.

Нужно признать, что и момент был выбран удачно. Дело в том, что перевод работавшей почти целиком на нужды армии легкой промышленности страны на мирные рельсы (с освоением новой гражданской номенклатуры изделий) был неизбежен. Следовало воспользоваться ситуацией и, не теряя времени, сходу начать выпуск швейными фабриками преимущественно модельных вещей.

Этот проект, в тяжелейших условиях голода и разрухи казавшийся почти фантастикой, был плоть от плоти своего времени. Он предполагал ужесточение «железного занавеса», чтобы оградить СССР от влияния западных модных тенденций, а также перенесение в мирные условия военно-директивных методов управления промышленностью, продемонстрировавших в экстремальных условиях войны мобилизационные преимущества советской системы.

Создание и первый этап деятельности Московского Дома моделей одежды

В повестку дня встал вопрос о создании в СССР единой централизованной системы моделирования одежды. Она создавалась постепенно и прошла в своем развитии несколько основных периодов. На первом этапе (1944—1948 гг.) функционировало лишь несколько региональных Домов моделей в крупнейших городах, среди которых ведущее место занимал Московский Дом моделей одежды (МДМ).

На август 1948 г. Дома моделей действовали только в Москве, Ленинграде, Киеве, Минске и Риге. К началу 1949 г. было организовано уже 12 республиканских и областных Домов моделей⁴⁷. В 1948—1949 гг. произошло их объединение в единую систему во главе с Общесоюзным Домом моделей одежды (ОДМО), созданным на базе МДМО⁴⁸. В 1950—1960-е годы система моделирования совершенствовалась творчески и организационно, однако всесоюзный характер она приобрела лишь к концу 1960-х годов, когда число республиканских и региональных Домов моделей приблизилось к 40.

Основные принципы и функциональные особенности советской системы моделирования одежды, просуществовавшие вплоть до конца 1980-х годов, определились уже на первом послевоенном этапе. Потому-то ему стоит уделить особое внимание.

⁴⁷ РГАЭ. Ф. 523. Оп. 1. Д. 23.

⁴⁸ Устав ОДМО был утвержден приказом Министра легкой промышленности СССР А.Н. Косыгина № 338 от 24 мая 1948 г. в соответствии с постановлением Совета министров СССР № 804 от 15 марта 1948 г. (Там же. Д. 19. Л. 2—2 об.).

Московский Дом моделей одежды был организован в конце апреля 1944 г. на основании Постановления СНК РСФСР от 23 апреля 1944 г. и приказа Московского городского управления легкой промышленности от 25 апреля 1944 г.⁴⁹ Судя по архивным документам, подготовительная работа по его созданию велась с января 1944 г. Можно полагать, что вопрос о его создании был принципиально решен на высшем уровне уже на рубеже 1943—1944 гг.

«Это старейший Дом моды не только в Москве, но и в России, — отмечала спустя полстолетия директор столичного Дома моделей Татьяна Баландина. — Он был создан по решению правительства в 1944 году. В то время шла война. Казалось бы, в такой ситуации не до моды. Но, тем не менее, наш Дом был открыт, потому что культура нации во многом определяется культурой одежды»⁵⁰.

Действительно, в начале 1944 г. не была полностью снята даже блокада Ленинграда — традиционно одного из главных отечественных центров культуры и моды. Во многом по этой причине возрождение послевоенной моды началось с Москвы⁵¹. С конца 1943 г. город быстро возвращался к мирной жизни, сюда вернулись из эвакуации основные учреждения культуры и науки.

МДМО создавался не «с нуля», а на базе существовавших в конце 1930-х годов ведущих столичных учреждений моды. Первым в его ведении оказалось художественное ателье Центрального Дома моделей на Кузнецком мосту, 14, вместе со штатом и оборудованием. Сам ЦДМ был во время войны закрыт, а его элитное ателье после эвакуации занималось пошивом одежды по индивидуальным заказам. В 1944 г. его вывели из ведения треста «Мосиндодежда» и передали в МДМО. В начале сентября 1944 г. был сделан следующий важный шаг — в распоряжении МДМО оказался бывший Дом моделей на Сретенке, 22, специализировавшийся на моделировании белья и трикотажных изделий. В начале войны он тоже закрылся, а затем на его оборудовании было организовано небольшое швейное производство, передаваемое теперь вместе со зданием в МДМО. «С этого времени МДМ и начал организационно оформляться как моделирующая организация», — говорилось в его отчетном докладе за 1944 г.⁵²

В августе 1944 г. был принят его Устав, однако организационный период занял практически весь 1944 и начало 1945 г. Достаточно сказать, что у Дома моделей не было даже собственной автомашины и

⁴⁹ Там же. Д. 3. Л. 7. См. также директивные решения Коллегии НКЛегпрома РСФСР от 18.01.1945.

⁵⁰ См.: Московский Дом моделей одежды. URL: Russian culture navigator

⁵¹ Ленинградский Дом моделей одежды был воссоздан годом позже столичного, в 1945 г.

⁵² РГАЭ. Ф. 523. Оп. 1. Д. 3. Л. 7.

ему пришлось с боем отвоевывать помещения бывшего Центрального Дома моделей на Кузнецком мосту, занятые в 1941—1942 гг. военными учреждениями⁵³.

В конце войны у государства, выступившего инициатором скорейшего возрождения моделирования одежды в стране, тем не менее, не было средств на моду. Поэтому МДМО обязан был работать на принципах самоокупаемости, целиком покрывая свои расходы, в том числе и на главный вид деятельности — разработку новых моделей для швейных предприятий. По идее, швейники должны были заказывать и оплачивать МДМО конструирование моделей одежды, внедряемых на фабриках. Однако эти надежды вскоре рухнули: предприятия предпочитали ничего не заказывать и не платить, а пускать на поток либо допотопные модели собственного изготовления, либо изделия, пошитые по старым, довоенным лекалам, тиражируя тем самым вышедшую из моды, некачественную продукцию. Ситуация усугублялась высоким спросом — любая более-менее дешевая и практичная одежда раскупалась мгновенно. В этих условиях МДМО вынужден был в инициативном порядке разрабатывать и предлагать швейникам новые модели одежды, работая себе в убыток. Предполагалось, что он будет обслуживать в основном фабрики столичного региона, однако, в связи с полным прекращением модельного дела в стране в годы войны, во второй половине 1940-х годов московским модельерам пришлось помогать предприятиям и в соседних областях, а также регионам, пострадавшим от оккупации⁵⁴.

Поскольку моделирование оказалось убыточным, основным источником существования стали заказы Главсобрторга: МДМО не только разрабатывал новые модели, но и шил их малыми партиями, которые затем успешно реализовывались через коммерческие магазины столицы. Для этой цели здесь оборудовали специальную закройную мастерскую и цех серийного пошива легкого платья⁵⁵. В 1945—1947 гг. изготовление здесь модной одежды было еще больше расширено, Дом накопил в данном отношении ценный опыт. Создание цехов пошива одежды при моделирующих организациях могло стать если не альтернативой, то удачным дополнением массового фабричного производства. Однако после ликвидации системы коммерческой торговли и перевода МДМО с 1948 г. на финансирование из госбюджета, выпуск одежды малыми партиями на продажу был здесь прекращен. Казалось,

⁵³ В годы войны ЦДМ был «потеснен» из ряда своих помещений разными организациями, включая столичный штаб ПВО (Там же. Л. 14).

⁵⁴ Так, в 1944 г. 15 моделей МДМ поступило для внедрения на предприятия Новосибирской, 16 — Челябинской, 11 — Львовской областей (Там же. Д. 7. Л. 11).

⁵⁵ Там же. Д. 3. Л. 7. Всего же в 1945 г. МДМО пошил на продажу 3100 мужских и 1100 женских пальто и костюмов, 20 600 штук легких женских платьев, 2600 легких платьев для девочек, 400 штук детской верхней одежды, по 200 комплектов белья и головных уборов, 4700 военных юбок (Там же. Д. 7. Л. 6).

онный Дом подтверждал то, что стало ясно уже в конце 1930-х годов, в частности, на основе производственной деятельности ЦУМА: малосерийное производство являлось более гибким и способным к быстрой смене ассортимента в соответствии с требованиями моды. Однако в тяжелейших послевоенных условиях задачам скорейшего насыщения потребительского рынка отвечало именно крупное фабричное производство, на налаживание которого и были брошены основные силы. Полное прекращение мелкосерийного и экспериментального производства новых моделей, признанных «бесперспективными», являлось очевидным просчетом. Это было признано в центральной партийной печати только в начале 1970-х годов⁵⁶.

Между тем МДМО вынужден был форсировать основной вид деятельности — разработку новых моделей для швейных предприятий, в массовом порядке перестраивавшихся в 1945—1947 г. на выпуск гражданской одежды. Как и в мировой практике, его модельеры с самого начала исходили из принципа сезонности (коллекции весна — лето и осень — зима), готовя новый модельный ряд дважды в год. В I кв. квартале 1944 г. на победную весну 1945 г. ими было спроектировано 22 модели мужской и 32 модели дамской верхней одежды, 108 разных моделей детской одежды, 11 моделей белья и 18 — головных уборов. Однако больше всего повезло женщинам, для которых специалисты предложили 137 новых моделей легкого платья⁵⁷. Работать приходилось в условиях неурядиц, связанных с общей разрухой и дефицитом в стране, с зависимостью от смежников, прежде всего — производителей тканей и фурнитуры. В 1944 г. подчас отсутствовало самое элементарное — электролампы для освещения модельных цехов, булавки и цветные карандаши для закройщиков. «Снабжение основными тканями на протяжении всего года происходило с перебоями. Такие же затруднения испытывались и с транспортировкой материалов. Из вспомогательных материалов были большие перебои в поступлении мехов, цветных карандашей... булавок, электроламп», — говорилось в отчете Дома за 1944 г.⁵⁸ Дело дошло до того, что в 1945 г. руководство МДМО решило организовать собственное производство манекенов, колодок, плечиков и прочего производственного инвентаря, столь необходимого в работе модельеров.

Тем не менее, уже в 1945 г. — в первый полноценный год функционирования МДМО — им было разработано и предложено промышленности для внедрения около 1 тыс. швейных образцов-эталонов⁵⁹.

⁵⁶ См.: Левашова А., Гордон И. *Мода и экономика* // Правда. 1971. 9 мая. С. 2. РГАЭ. Ф. 523. Оп. 1. Д. 3. Л. 9.

⁵⁷ Там же. Л. 10.

⁵⁸ Там же. Д. 7. Л. 9. На самом деле многие разработанные в 1945 г. модели не отличались новаторством, а возвращали в производство старые довоенные разработки с учетом новых тенденций моды. Из 963 моделей-образцов, разра-

В 1949 г. модельеры Дома разработали уже 2591 модели, а в 1950 г. — 2844⁶⁰. Таким образом, создание столь необходимых промышленно-сти и населению новых моделей модной одежды шло буквально семи-мильными шагами. Между тем штат Дома был довольно скромным: на 1 января 1946 г. в нем трудилось всего 29 художников и 17 инженеров-конструкторов одежды⁶¹. На начало 1950 г. в ОДМО работало 617 чел., в том числе 32 художника-модельера⁶².

Однако с самого начала выяснилось, что сконструировать модную и красивую вещь — еще полдела, необходимо добиться ее внедрения в производство в неизменном виде, что не только в 1945 г., но и впоследствии превратилось в труднопреодолимое препятствие. Шить красивую и модную одежду, требующую отделки и высокого качества исполнения, было сложно и хлопотно. Ссылаясь на объективные послевоенные трудности, прежде всего — устаревшее и изношенное оборудование, отсутствие квалифицированных кадров и нужных тканей, многие фабрики отказывались от изысканных разработок МДМО (за которые к тому же необходимо было платить) и предпочитали выпускать наиболее простую в изготовлении одежду. За годы войны на швейных фабриках действительно сильно сменился состав рабочих и инженерно-технических работников. Упал их общий квалификационный уровень. Характерная для производства военной формы максимальная унификация операций не способствовала выработке у швейников творческих навыков и изысканного вкуса в области производства одежды. Многие молодые работники привыкли из месяца в месяц шить одну и ту же серую шинель или военный китель. Они совершенно не имели опыта пошива значительно более сложной в изготовлении, разнообразной по фасону, требующей знания большего числа операций, да к тому же постоянно обновляемой гражданской одежды. Во время войны на многих швейных фабриках были «за ненадобностью» ликвидированы либо максимально сокращены возникшие в 1930-е годы творческие подразделения, занимавшиеся моделированием, «доводкой» моделей, изготовлением лекал и проч. для собственных нужд. Восстановить их в кратчайшие сроки не представлялось возможным ввиду дефицита квалифицированных специалистов. В этих условиях централизация модельного дела казалась неминуемой, а роль МДМО, как единого моделирующего центра, еще больше возрастала. Не имея, как правило, квалифици-

ботанных художниками МДМО в 1945 г., швейным фабрикам МГУЛПа было передано для внедрения 225 моделей, производству МДМ для пошива по заказам Главсособторга — 81 модель, для системы ателье индпошива треста «Мосиндодежда» — 209, периферийным швейным фабрикам — 408 моделей, на Мосфильм — 40 моделей (Там же).

⁶⁰ Отчет ОДМО за 1950 г. // Там же. Д. 47. Л. 7.

⁶¹ Там же. Д. 7. Л. 14—14 об.

⁶² Там же. Д. 47. Л. 27.

роанных дизайнеров, фабрики, тем не менее, брались разрабатывать модели «собственными силами», а затем и тиражировали такие полелки. Жесткие плановые задания послевоенной пятилетки, ориентированные прежде всего на выполнение количественных показателей, тоже способствовали такому поведению.

Однако засилье на полках немодных, низкокачественных и топорно сшитых вещей вызывало справедливый гнев населения. В 1947 г. терпенье руководства легкой промышленности во главе с будущим советским премьером А.Н. Косыгиным лопнуло. Ведущие сотрудники МДМ были оторваны от творческой работы и направлены на места с целью обследования продукции, выпускаемой швейными фабриками. Показательно, что основными критериями проверки стало соответствие моде и спросу населения, эстетические характеристики, а также качество пошива.

На тотальную проверку ушло два года — 1947-й и 1948-й, ее результаты оказались удручающими. Многие выпускаемые в СССР изделия были сняты с производства. Не только отдельным фабрикам, но и целым областям запрещалось самостоятельное моделирование одежды. Их потребности в новых моделях вынужден был взять на себя МДМО, масштабы деятельности которого переросли рамки столичного региона⁶³. В 1947 г. в обязанности МДМО был вменен контроль за швейными предприятиями периферии на предмет «соответствия выпускаемой ими одежды требованиям современной моды»⁶⁴.

Вслед за швейными фабриками настал черед и системы ателье индивидуального пошива одежды. В индпошиве пока что не существовало самостоятельных моделирующих организаций. В первые послевоенные годы они шили одежду заказчикам по заграничным (в том числе — трофейным) модным журналам. Однако уже в 1946 г. МДМО поставил целью добиться, чтобы ателье работали «по нашим отечественным моделям». Для этого планировалось ежеквартально выпускать специально для системы индпошива альбомы с выкройками новых моделей, разработанных на Кузнецком мосту⁶⁵.

Как уже говорилось выше, временно основное внимание пришлось сосредоточить на швейных фабриках. Поэтому то, что к 1949 г. происходило в системе ателье индпошива, особенно в глубинке, по словам Художественного руководителя ОДМО А.Ф. Бланк, было «все покрыто мраком»⁶⁶. Их работу с точки зрения моды и эстетики никто не контролировал. Первая же инспекционная поездка московских модельеров с целью проверки ателье индпошива в г. Иваново показала, что предлагаемый гражданам ассортимент «совершенно не со-

⁶³ Там же. Д. 13. Л. 8—11, 15.

⁶⁴ Там же. Л. 7.

⁶⁵ Там же. Д. 7. Л. 11 об.

⁶⁶ Там же. Д. 37. Л. 19.

ответствует современному стилю»⁶⁷. Приказом министерства с 1950 г. на ОДМО была возложена функция контроля и оказания содействия как швейным фабрикам, так и ателье индпошива в деле постоянного обновления ассортимента в соответствии с тенденциями моды. В связи с этим, в Домах моделей распространилась система курсов переподготовки модельеров с периферии, «прикрепления» модельеров и «кураторства» над конкретными предприятиями, а оценка работы художников-модельеров стала осуществляться не столько в соответствии с количеством и качеством разработанных ими оригинальных моделей, сколько по факту их внедрения в производство⁶⁸. Очевидно, что Домам моделей навязывались государством совершенно не свойственные им контрольные функции, причем не обеспеченные соответствующими властными полномочиями. Борьба с халтурой на швейных фабриках и ателье, а также внедрение модных изделий в производство осуществлялись привычными директивными методами, которые в дальнейшем продемонстрировали свою неэффективность.

Изучение материалов МДМО за 1944—1948 гг. показывает, что, продолжая во многом традиции ЦДМ конца 1930-х годов, послевоенный Кузнецкий мост, тем не менее, уже весьма существенно отличался от него. Разница заключалась не только в количестве сотрудников и объеме выполняемой работы, но, прежде всего, в значительно большем разнообразии функциональных обязанностей и приданных ему полномочий. Уже к концу 1940-х годов МДМО фактически превратился в своеобразный советский институт моды со множеством служб и подразделений, занимавшийся едва ли не всеми ее основными теоретическими, практическими и методическими аспектами. К ним относились: анализ и прогнозирование тенденций мировой моды⁶⁹, теоретическая разработка и пропаганда «советской моды» и культуры одежды вообще; дизайн новых моделей одежды «под ключ» — начинающая с возникновения идеи у модельера⁷⁰ и кончая разработкой пакета

⁶⁷ Там же.

⁶⁸ Там же. Л. 17—18.

⁶⁹ В частности, уже в 1945 г. сотрудники МДМО занимались составлением обзоров иностранных журналов мод, поступивших в его библиотеку, в том числе специально отслеживались русские мотивы в зарубежной моде, национальные традиции в зарубежной моде.

⁷⁰ Любопытно, что уже в 1945 г. МДМО начал работать в области «перспективного моделирования», которое воспринималось как важный самостоятельный вид проектирования, способствующий, как указывалось в отчете за 1945 г., творческим исканиям художника и повышению оригинальности моделей. Однако по ряду причин (невозможность учета и планирования этой работы, необходимость концентрации усилий на скорейшей разработке моделей для нужд промышленности и др.) это направление, нацеленное на перспективу, не получило в СССР своего дальнейшего развития. См.: Отчет по основной деятельности за 1945 г. // РГАЭ. Ф. 523. Оп. 1. Д. 7. Л. 6 об.

технической документации и лекал⁷¹, а также изготовление образцов новой одежды для передачи на поточное производство. Наконец, как уже говорилось выше, на МДМО были возложены совершенно, казалось бы, не свойственные для творческой организации обязанности контроля за деятельностью швейных фабрик и ателье индивидуально-пошива⁷² в части внедрения ими новых моделей одежды. С созданием в конце 1940-х годов единой системы модельных домов во главе с ОДМО в Москве, все основные функции перешли ей «по наследству» и сохранились вплоть до 1990-х годов.

Начало разработки концепции «советской моды»

Наиболее интересным аспектом деятельности МДМО и ОДМО в середине 1940-х — середине 1950-х годов являлась теоретическая разработка и начало практической реализации концепции «советской моды», под влиянием которой находилось моделирование в СССР и в последующие годы. На какой основе должна быть создана «советская мода» и каковы ее характерные черты? В чем должна была заключаться специфика работы советских моделирующих организаций? Принципиальные направления, на которые следовало обратить внимание, были определены уже в 1945 г., в частности, в Тематическом плане Главшвейпрома, в ведении которого находится Дом. Судя по документам, поиски собственного, «советского стиля» велись довольно интенсивно в 1947—1950 гг. Однако в комплексном ключе (с учетом основных элементов моды — силуэта, ткани, цвета, отделки и проч.) вопрос о практическом создании советской моды впервые присутствует в отчете ОДМО за 1950 г.⁷³

Призывая на одном из совещаний 1949 г. «не брать иностранные журналы мод и копировать, а создавать свое», консультант — искусствовед ОДМО Наумова предложила универсальную формулу «советской моды»: *нужно соединить мечту и фантазию художника с мастерством конструктора и современной техникой производства*⁷⁴. Против такого подхода трудно было что-либо возразить, однако он представлялся слишком абстрактным.

⁷¹ С конца 1940-х годов все Дома моделей страны должны были самостоятельно готовить полный комплект документации и лекала на новую модель (Там же. Д. 58. Л. 1—2).

Как правило, в систему ателье Индпошива направлялись модели, сложные для внедрения в массовое фабричное производство по причине большого числа отделок или повышенного расхода материала при шитье по сравнению с установленными для промышленности нормативами.

⁷² РГАЭ. Ф. 523. Оп. 1. Д. 47. Л. 8.

⁷³ Там же. Д. 37. Л. 69.

«Советская мода» рассматривалась тогда как синтез лучшего отечественного и мирового моделирования. Планировалось учесть в первую очередь положительный советский опыт 1920—1930-х годов. Главной особенностью и источником создаваемой новой «советской моды» называлось широкое использование народных мотивов. «Сделать народную форму достоянием нашего населения, обновить ее и сделать носимой в условиях нашей жизни», — так звучала задача, поставленная художниками МДМО⁷⁵. Они предлагали отойти от «строгости» в точном следовании тем или иным народным мотивам, творчески подходя к ним с целью адаптации к современной моде. «Внимание художников было направлено на создание таких образцов одежды, в которых с соблюдением признаков общемировой моды были бы оригинальные черты, соответствующие самобытности нашей советской женщины. Работа над творческим преобразованием народных форм явилась началом большой и ответственной задачи по созданию “советской моды”», — говорилось в отчете Дома за 1945 г.⁷⁶ Моделирование одежды по народным мотивам стало одним из основных направлений его деятельности.

«Советскую моду» должен был также отличать *демократизм*, *массовость*, *бессловность* и *общедоступность*: в отличие от Запада, где лучшие модельеры удовлетворяют вкусам верхушки общества, советские художники в равной мере ориентировались на все категории граждан⁷⁷. Впрочем, предлагалось все же выделить один «привилегированный» слой населения — детей, на моделирование одежды для которых после войны решили обратить особое внимание. Их планировалось в первую очередь одеть «дешево, красиво и элегантно, в богатом ассортименте», но с использованием «взрослых» стандартов моделирования. В итоге уже в 1945 г. силами МДМО удалось сконструировать 115 новых моделей одежды для мальчиков и 340 для девочек. Как показала жизнь, подросшие послевоенные дети оказались в отношении модной одежды весьма требовательным контингентом граждан.

Кроме того, будущая «советская мода» должна была опираться на лучший мировой опыт и учитывать передовые тенденции моделирования. В ходе ее создания предполагалось изучить с научных позиций *общие законы развития моды*, включая ее международные тенденции, деятельность ведущих модельных домов и проч. Особенно актуальным в условиях советской плановой системы была признана разработка *перспективного моделирования* одежды, что в сочетании со знанием общих законов развития моды делало ее более предсказуемой.

⁷⁵ Там же. Д. 7. Л. 7 об.

⁷⁶ Там же. Л. 7 об.—8.

⁷⁷ Там же. Д. 13. Л. 6.

В середине 1940-х годов перспективы моды связывалось советскими специалистами с *ансамблевым моделированием*, предполагавшим создание единой концепции костюма, основанной на гармоничном сочетании всех составных его частей (собственно костюма, головного убора, обуви, аксессуаров, чулок, украшений и проч.). В то время реализация концепции ансамблевого моделирования представляла во всем мире немалую сложность в силу необходимости значительных финансовых вложений, налаживания кооперации и координации деятельности специалистов и фабрик разного профиля. В этих условиях именно ансамблевый принцип моделирования одежды представлялся «коньком» будущей «советской моды», наглядно демонстрирующим преимущества централизованной социалистической экономики. В отчете Дома за 1945 г. ансамблевое моделирование было названо «новым началом в моделировании», связанным с «поиском выразительности образа и его индивидуального оформления»⁷⁸. Одновременно для продвижения концепции ансамблевого моделирования при МДМО организуются специальные группы по моделированию обуви и дамских головных уборов⁷⁹.

Работа модельеров в направлении создания «советской моды» рассматривалась как важное *средство пропаганды и воспитания у советских граждан хорошего вкуса*. В отчете Дома за 1945 г. предельно точно говорилось, что перед ним стояла «задача научить различные слои населения искусству одеваться» (выделено нами. — Авторы)⁸⁰. В столь откровенной форме данная задача, подчеркивавшая особую культурническую миссию МДМО, была поставлена едва ли не впервые. «Мы должны диктовать населению моды, мы должны воспитывать и развивать у него вкус (выделено нами. — Авторы)», — совершенно определенно говорил по этому поводу на одном из совещаний 1949 г. представитель Ленинградского Дома моделей одежды Пименов⁸¹, подчеркивая «наступательный» характер моды в СССР.

Впрочем, вопрос о реальном влиянии модельеров на формирование модных предпочтений населения был, конечно же, весьма непростым. На эту роль всерьез претендовала торговля, получившая с конца 1940-х годов право изучать покупательский спрос и формировать в соответствии с ним «заказы» для легкой промышленности на производство определенной номенклатуры изделий. Это задевало за живое швейников, которые не хотели отдавать «вопросы моды на откуп тор-

⁷⁸ Там же. Д. 7. Л. 10.

⁷⁹ Там же. Л. 10.

⁸⁰ Там же. Д. 13. Л. 5.

⁸¹ Там же. Д. 37. Л. 23. В объяснительной записке к отчету МДМО за 1947 г. также подчеркивалась роль советского модельера в формировании вкуса населения и оказании гражданам квалифицированной помощи в выборе фасонов одежды (Там же. Д. 13. Л. 1).

говле». Заявляя уже в 1949 г. о создании сети фирменных магазинов Главшвейпрома СССР, один из его руководителей Ф.Д. Муравьев все-речь утверждал, что его ведомство желает с их помощью формировать представление людей о моде, чтобы «не быть в постоянной зависимости от самых разных мод, которые существуют на земле»⁸². Упрощенное представление о возможностях «формирования» моды «сверху» было весьма характерным не только для конца 1940-х годов, но и для всего советского периода.

Московский Дом моделей одежды как институт пропаганды

МДМО с первых дней существования занимался пропагандой своей деятельности в самых разных формах, многие из которых являлись вполне традиционными. Тем не менее, в соответствии с задачами демократизации и пропаганды моды, особое значение придавалось широкому охвату мероприятий и по возможности их многофункциональности.

Так, ставшие в МДМО регулярными открытые для публики демонстрации новых моделей с привлечением манекенщиц (уже в 1945 г. состоялось 5 таких опытных показов, которые «вызвали большой интерес среди населения»⁸³) обязательно сопровождались пояснениями искусствоведа и докладами о современных тенденциях моды.

Более распространенные в то время стационарные выставки новых моделей на манекенах (в 1945 г. их посетило в общей сложности 69 тыс. чел., что при крайне ограниченном пространстве является очень высоким показателем) одновременно использовались для изучения общественного мнения. На стационарных выставках распространялись специальные анкеты, с помощью которых собирались замечания и пожелания посетителей в отношении представленных моделей. Информация затем обрабатывалась дифференцированно, с учетом социального положения, образования и профессии посетителя⁸⁴. Тем самым сотрудники, в обязанности которых входило «изучение спроса потребителей на модную одежду», уже с 1945 г. выполняли фактически работу в области социологии моды⁸⁵.

С 1951 г. любой посетитель стационарной выставки на Кузнецком мосту мог получить бесплатную консультацию дежурного художника-

⁸² Там же. Д. 37. Л. 71—73.

⁸³ Там же. Д. 7. Л. 11 об. Известно, что в 1947 г. на аналогичных показах в МДМО побывало более 12 тыс. чел. (Там же. Д. 13. Л. 19).

⁸⁴ Там же. Д. 7. Л. 10 об.

⁸⁵ Там же. Д. 37. Л. 10.

модельера в отношении своего индивидуального стиля и выбора модной одежды. Это, конечно же, увеличило поток посетителей и способствовало популяризации работы Дома⁸⁶.

В 1944—1945 гг. МДМО выступил и как центр объединения отечественных модельеров, разбросанных по стране за время военного лихолетья. Более того, с его созданием редкая и сугубо мирная профессия художника-модельера вновь приобрела актуальность и общественную значимость. Показательно, что на страницах издаваемого Домом с 1945 г. «Журнала мод» стали пропагандироваться модели, созданные модельерами из других городов. Особенно часто в послевоенные годы здесь помещались разработки Ленинградского и Киевского Домов моделей, а также отдельных модельеров из Риги, Таллина, Алма-Аты.

С 1944 г. МДМО возобновил довоенную практику Центрального Дома моделей (ЦДМ) по периодическому проведению открытых для публики просмотров новых образцов одежды, разработанных в его мастерских. Для этого создается специальный выставочно-демонстрационный зал.

В октябре 1944 г. МДМО организовал первый Всероссийский конкурс на лучшую модель мужской, женской и детской одежды. Творческое соревнование, на которое было представлено в общей сложности 228 новых моделей, неожиданно для многих вызвало живой интерес, причем не только в узкой профессиональной среде. В конкурсе приняли участие художники-модельеры из Москвы (из опытно-технической фабрики МГУЛПа, треста «Мосиндодежда» и др.), а также представители швейных фабрик Ленинграда, Свердловска, Горького, Саратова, Тулы и ряда других городов. 20 из 24 премированных и отмеченных в ходе конкурса моделей одежды были разработаны дизайнерами МДМО⁸⁷. Накануне взятия Берлина, в марте 1945 г. прошел Всесоюзный смотр швейных изделий, на котором МДМО также получил первое место.

В 1945 г. возродилась и работа по организации просмотров и показов новых моделей с устройством эстрады для выхода манекенщиц в Демонстрационном зале на Кузнецком мосту с привлечением театральных работников и смежников — художников театра, кино и архитектуры⁸⁸.

Сразу после войны постепенно налаживался и выпуск модных журналов. Уже в 1945 г. в издательстве НКЛегпрома вышло два номера «Журнала мод», в которых были помещены 123 новых модели одежды⁸⁹. Рядом со всеми без исключения моделями, помещенными

⁸⁶ Приказ по ОДМО № 84 от 18 апреля 1951 г. (Там же. Д. 61. Л. 108).

⁸⁷ Там же. Д. 3. Л. 9.

⁸⁸ Там же. Д. 7. Л. 9.

⁸⁹ Там же. Л. 11 об.

в это время в «Журнале мод», стояли фамилии их авторов — модельеров, причем, как правило, с указанием места их работы. «Журнал мод» продолжил предвоенную традицию по ознакомлению читателей с лучшими модельерами страны, для чего была введена рубрика «Мастера моды» (здесь публиковались их фотографии и краткие биографические справки). Появилась и рубрика «Что задумано. Перспективные модели», выполненная в виде коллажа на развороте журнала.

В том же 1945 г., помимо популярного «Журнала мод», МДМО приступил к изданию более оперативных изданий — альбомов с рисовками новых моделей (всего в 1945 г. вышло 4 альбома). К 1948 г. в СССР регулярно выпускался «Журнал мод» (тираж 50 тыс. экз.), а также альбомы под названием «Модели одежды» (тираж 70 тыс. экз.)⁹⁰. Таким образом, начиная с послевоенных времен МДМО, реорганизованный в 1948 г. в ОДМО, превратился не только в главную моделирующую организацию СССР, но и в «мозговой центр» советской моды.

⁹⁰ Там же. Д. 32.

**Все во благо человека:
Складывание ведомственных систем
моделирования одежды
в 1950—1980-е годы**



Советская модная индустрия как система

В общепринятом смысле слова модная индустрия — это особый сектор современной экономики, включающий в себя производство и сбыт товаров и услуг. Особенность СССР заключалась в том, что складывание модной индустрии произошло здесь сравнительно поздно. О ее функционировании можно бесспорно говорить применительно к 1960—1980-м годам. Это, в частности, означало, что данный сектор экономики с момента создания вынужден был во многом приспособливаться к ранее сложившейся экономической системе и к ее правилам. Более того, часть важных экономических игроков, а именно: возникшие в 1930-е годы и имевшие определенные претензии к ведомственной автономии советская легкая промышленность и советская торговля должны были, по идее, стать ключевыми сегментами модной индустрии.

Другая принципиальная особенность советской модной индустрии заключалась в том, что в создаваемой системе исключительно важная роль отводилась Домам моделей одежды, иным моделирующим и конструкторским организациям, а также научно-исследовательским учреждениям данного профиля. Они занимались не только разработкой новых моделей для швейной промышленности или ателье индпошива, но и должны были контролировать их внедрение на фабриках. Советские модельеры создавали «повседневные» и «элитарные» коллекции одежды, занимались разработкой теории «советской моды» и прогнозированием модных тенденций, осуществляли широкую пропагандистскую и издательскую деятельность и проч. В силу уникальности советских моделирующих организаций в истории мировой моды авторы данной книги решили уделить им особое внимание. При этом моделирующие организации рассматриваются в двух ипостасях — как часть самостоятельных ведомственных систем и как сегмент советской модной индустрии.

Государство претендовало на то, чтобы в идеале контролировать все звенья индустрии моды. Однако в действительности эта сфера не в полной мере находилась в его ведении. Речь идет, в частности, о «самоснабжении» населения модной одеждой (самопошив одежды и пошив частником, продажа иностранной одежды вне государственной системы торговли и др.), о чем подробнее речь пойдет в последующих главах.

В данной книге впервые предпринята попытка исследования ключевых аспектов складывания и функционирования модной индустрии

в СССР. Одновременно на примере этой важной отрасли экономики, связанной с удовлетворением потребительских запросов населения, мы бы хотели оценить, как именно работал этот сектор экономики и его отдельные звенья, в каком направлении он развивался, был ли способен к обновлению и др.

Для начала на примере моделирования и производства одежды для населения мы хотели понять, в какой мере при создании модной индустрии были реализованы известные базисные принципы советской планово-директивной экономики, отличавшие ее от западной модели. Или же на практике работа системы в целом, а также взаимодействие разных ее звеньев оказались под воздействием каких-то иных факторов?

При внимательном рассмотрении мы не смогли обнаружить здесь того, что ожидалось: сугубого рационализма с минимизацией госрасходов, единства принципов и подходов, жестких директивных установок, четкой координации усилий и эффективного руководства модной индустрией из единого центра. По нашим наблюдениям, в СССР так в полной мере и не было создано единой централизованной системы моделирования и конструирования одежды.

В течение 1960—1980-х годов имело место противоборство двух основных тенденций — централизаторской и ведомственной. По нашему мнению, преобладали ведомственные интересы, которые подпитывались культом специализации. Было создано сразу несколько достаточно автономных друг от друга ведомственных систем конструирования, моделирования и изготовления одежды — в Минлегпроме СССР, Минбыте РСФСР, а также в Министерстве торговли СССР и Министерстве местной промышленности РСФСР. Все они создали собственные специализированные конструкторские бюро, моделирующие организации со значительным штатом сотрудников, все опирались на разработки своих ведомственных научно-конструкторских учреждений и институтов, все лоббировали в правительстве свои интересы. Объединяло их то, что все они финансировались из госбюджета.

Сложившуюся ситуацию, конечно, можно расценить и совершенно по-другому: не как параллелизм в работе, а как своего рода негласная конкуренция ведомств на nive моделирования и производства одежды в условиях «советского рынка». Попробуем для начала разобраться, как сформировались и чем занимались эти ведомственные системы моделирования одежды в 1950—1980-х годах.

Складывание системы моделирования одежды в СССР проходило в послевоенные годы и завершилось в основном к середине 1960-х годов. В таком виде она просуществовала практически неизменно вплоть до распада СССР. Для того, чтобы лучше понять ее специфику, сильные и слабые стороны, возможные альтернативы, а также логику руководства страны, принимавшего те или иные решения, следует обратиться к условиям и обстоятельствам, в которых она зарождалась.

Наиболее существенную роль здесь сыграли два момента: условия послевоенного восстановления экономики и последствия хрущевских реформ рубежа 1950—1960-х годов.

Производство одежды в СССР в условиях послевоенного времени

Легкая промышленность СССР, возникшая как самостоятельная отрасль советской экономики в 1930-е годы, сильно пострадала во время Великой Отечественной войны. Треть швейных фабрик были разрушены, много оборудования выведено из строя. Ситуация усугублялась тем, что наиболее ощутимый урон был нанесен фабрикам в исторически сложившихся центрах швейного, тканевого и обувного производства, оказавшихся в числе оккупированных и прифронтовых территорий: Украина, Белоруссия, Северный Кавказ, Центральная полоса России.

По официальным данным, к 1950 г. швейпром по объему выпускаемой продукции достиг довоенного уровня. Объявленное завершение восстановления разрушенного войной хозяйства не означало, что производство промтоваров и качество жизни населения на деле приблизились к показателям конца 1930-х годов.

К началу 1950-х годов объем производства, а также разнообразие ассортимента производимой одежды и обуви были явно недостаточными для удовлетворения насущных потребностей населения. В официальных рапортах не сообщалось о том, что нашло отражение в архивных документах: к началу 1950-х годов качество одежды и обуви (включая качество и разнообразие материала, уровень отделки, модные фасоны и расцветки изделий и проч.) было заметно хуже довоенного. Отрасль страдала от хронического недофинансирования и считалась отстающей.

Общеизвестно, что после победы первоочередное внимание уделялось восстановлению тяжелой индустрии. Вплоть до 1950-х годов до легкой промышленности, пищевой отрасли и сферы услуг «не доходили руки». Между тем положение в них все больше напоминало критическое. Что касается носильных вещей (одежды и обуви), то наблюдалось сочетание низких объемов их производства (это порождало хронический дефицит), чрезмерно высокой стоимости, узкого ассортимента и плохого качества вещей (в том числе из-за устаревшего и изношенного оборудования, низкосортных материалов, а также недостаточной квалификации рабочей силы). К тому же большое количество изделий, производимых швейными фабриками, к началу 1950-х годов выпускалось по устаревшим фасонам и безнадежно отстало от моды.

Поскольку в период войны фабрики работали на фронт, изготавливая однотипную форму, а моделирования и производства граждан-

ской одежды не велось, после 1945 г. вернувшиеся к изготовлению гражданского ассортимента фабрики вынуждены были использовать преимущественно довоенные лекала. Моделирование и конструирование новой одежды, соответствующей тенденциям послевоенной моды, оказалось крайне востребованным.

Наконец, картина будет не полной, если не сказать, что потребительский спрос искусственно сдерживался установленными государством высокими ценами на одежду и обувь. Население вынуждено было вернуться к практикам 1920-х годов, то есть, перелицовывать довоенную одежду либо донашивать военную форму. Широкое распространение получил самопошив одежды для членов семьи из купленных в магазинах или приобретенных на толкучках тканей. Однако самостоятельное изготовление, к примеру, кожаной обуви было невозможно. Между тем в ряде регионов ситуация была такова, что из-за отсутствия обуви школьники не посещали школу. Как видно из ставших доступными в последние годы архивных документов, на рубеже 1940—1950-х годов органы власти и партийные структуры в центре и на местах, средства массовой информации были завалены жалобами граждан на безобразные результаты работы предприятий легкой промышленности и торговли. Накал недовольства ситуацией на потребительском рынке был таков, что люди не хотели больше терпеть подобное положение.

Сразу после смерти Сталина был принят ряд постановлений ЦК партии и правительства, ставивших задачу как можно быстрее переломить ситуацию с производством товаров народного потребления. Первоочередные усилия были направлены на то, чтобы как можно быстрее насытить рынок базовыми товарами, то есть, просто одеть и обуть граждан. Однако «идеология» советской системы хозяйствования начала 1950-х годов, а также успешный опыт первых пятилеток и недавней войны подсказывали пути решения вопроса в рамках показавших свою эффективность в экстремальных ситуациях административных методов. Речь шла о максимальной концентрации весьма ограниченных в тех условиях государственных ресурсов на решении главной сиюминутной задачи — форсирования количественных показателей роста продукции, с отсечением всех «менее существенных деталей».

Для того, чтобы отдача от и без того ограниченных вложений была максимальной, намечалось провести реформирование системы производства промтоваров, упростив ее и сделав тем самым более контролируемой и «управляемой» из центра. Логика экономической эффективности подсказывала, что реформирование должно идти в русле концентрации и специализации производства. Именно на крупных, специализированных предприятиях возможно использование современных технологий и техники, выше производительность труда, а каждый вложенный рубль быстрее окупается. То же самое, казалось, подсказывал и передовой зарубежный опыт довоенного времени.

В соответствии с этим, а также с учетом действительно низкой эффективности и, как тогда казалось, «бесперспективности» малых производств, при Н.С. Хрущеве началась кампания по «оптимизации» существовавших к этому времени предприятий. Катализатором процессов стала реанимация соревновательной гонки с США уже со второй половины 1950-х годов, а также объявленная общая хозяйственная реформа (1957—1965 гг.), связанная с переложением центра тяжести в экономике с отраслевых министерств на региональные совнархозы. Мы не случайно упоминаем об этом, поскольку сопровождавшая реформу Хрущева «структурная встряска» оказала весьма заметное влияние на последующее складывание системы моделирования и производства одежды.

Наряду со сравнительно крупными швейными фабриками НКЛегпрома, во время и после войны на местах явочным порядком возникло немало мелких мастерских и артелей, включая швейные и обувные. Они были сосредоточены, главным образом, в промысловой кооперации и местной промышленности (предприятия местпрома находились в двойном подчинении — республиканского Министерства местной промышленности и территориального органа власти, где они расположены).

В условиях послевоенной разрухи центральные власти неоднократно обращались с призывом развивать местную инициативу, восстанавливать довоенные артели, использовать все имеющиеся в регионах резервы и ресурсы для увеличения производства товаров. Среди нормативных актов, открывавших возможность для этого, можно выделить принятое 9 ноября 1946 г. Постановление Совета Министров СССР «О развертывании кооперативной торговли в городах и поселках продовольственными и промышленными товарами и об увеличении производства продовольствия и товаров широкого потребления кооперативными предприятиями». Однако появление этих производств объяснялось, конечно же, не столько призывами и постановлениями (хотя они давали простор инициативе и даже возможность получения госкредитов), сколько крайним дефицитом одежды и обуви, а также неспособностью крупной промышленности насытить потребительский рынок нужными населению товарами. Вместе с тем, поощрение кооперации и местпрома рассматривалась государством как временная мера — до подъема легкой индустрии.

Для оценки послевоенной ситуации нужно иметь в виду фактор «региональной замкнутости». В этих условиях уцелевшие во время боевых действий либо быстро восстановленные крупные города в традиционных центрах, специализировавшихся на производстве одежды, оказались в значительно более выигрышном положении по сравнению с «глубинкой». Документы РГАЭ показывают, что производившиеся, например, известными московскими, ленинградскими или свердловскими фабриками швейные изделия и обувь — в основном там же и реализовывались. Их продукция в очень малой степени доходила не только до других регионов, но даже до сельских жителей той же Московской, Ленинградской

или Свердловской областей. Исключение, конечно, делалось для особенно пострадавших от войны областей, куда шли централизованные поставки. Таким образом, мелкие артели и небольшие производства (как новые, так и восстановленные на месте довоенных) имели на советском послевоенном «рынке» свою определенную — и весьма важную — нишу.

Обратимся к плюсам и минусам местпрома и кооперации, отличавшим их от крупных швейных фабрик. Они ориентировались преимущественно на местное сырье и запросы местного населения, а также имели возможность оперативно реагировать на изменение спроса. Вместе с тем, многие такие предприятия были либо маломощными (с низкой эффективностью и производительностью труда, с допотопным оборудованием), либо многопрофильными. К примеру, Троицкий завод «Местпром» Челябинской области выпускал сразу и детские игрушки, и верхний трикотаж, и носки, и кожгалантерею, и мебель, а также — кирпич, сковородки и проч.¹ Специализировать и переоборудовать подобное производство было невозможно, проще было его закрыть. В документах 1950-х годов производство кооперативных артелей без стеснения называлось «кустарным», «ремесленным». Стоит ли удивляться тому, что они, как правило, не могли произвести потребительские товары высокого качества? Распылять средства на переоснащение тысяч низкорентабельных мастерских и артелей казалось в тех условиях экономически нецелесообразным. Значительно выгоднее было бросить ресурсы на модернизацию нескольких сот крупных фабрик или строительство новых с тем, чтобы форсировать массовое фабричное производство.

Послевоенная ситуация обнажила одну из ключевых проблем советской экономики — незавершенность ее модернизации в итоге первых пятилеток. Ее характерным проявлением стало углубление технико-технологической пропасти между сравнительно современным фабричным производством (в крупных городах) и отсталостью мелкой промышленности (в сельской местности). Издержки незавершенной модернизации, усугубленные войной, провоцировали противоречивость развития советской экономики и во многом предопределили меры, принятые правительством.

Время затянувшихся реформ (1957—1965 гг.)

С 1957 г. в результате поисков более эффективной системы управления экономикой в СССР началось создание совнархозов — органов руководства регионами, которые получили самостоятельность и соб-

¹ *Бондарев И.М.* Развитие легкой индустрии СССР (1959—1972 гг.). М., 1974. С. 36.

ственные финансовые ресурсы. Министерства, в том числе легкой и местной промышленности, упразднились, а расположенные в одном регионе предприятия, ранее принадлежавшие к разным ведомствам, должны были перейти в ведение совнархоза. Однако реформа разворачивалась медленно и неравномерно по территории страны. 14 января 1959 г. в газете «Московская правда» появилась статья «Швейную промышленность — совнархозу», где критиковалось затянувшееся «двоевластие» и звучал призыв к скорейшей и полной передаче совнархозам швейных фабрик бывшей местной промышленности.

В соответствии с решениями ноябрьского 1962 г. Пленума ЦК КПСС, система местной промышленности была упразднена. Ее швейные производства перешли в ведении промышленных управлений совнархозов. Когда расположенные в одном регионе предприятия оказались в одних руках, то наглядно выяснилась разница между ними, ранее скрываемая ведомственными барьерами. Бывшие предприятия местпрома долгое время были пасынками государства по сравнению с легпромом. Они финансировались по остаточному принципу, туда не попадало новое оборудование, запчасти и т.д. В рамках курса на концентрацию производства было решено часть мелких и многопрофильных мастерских закрыть, а другие предприятия близкого профиля объединить. Сокращение числа производственных единиц за счет мелких было выгодно и совнархозу, так как упрощало управление промышленностью на вверенной ему территории.

К примеру, Московский городской совнархоз в начале 1960-х годов ликвидировал 475 производств местной промышленности, а в результате объединения оставшихся 229 фабрик создал 108 более крупных предприятий. В Ленинграде на базе 400 предприятий местпрома было организовано 163 новых. В целом по СССР из более чем 5100 сравнительно больших производств местпрома, избежавших ликвидации, примерно половина оказались присоединены в качестве цехов к уже действовавшим более крупным фабрикам аналогичного профиля (как правило, бывшего легпрома)². Концентрация производства позволила увеличить производительность труда, повысить эффективность, сократить управленческий персонал, упростить планирование, получить более современные технологии.

Одной из инициированных государством форм производственных объединений (ПО) стали родившиеся в ходе реформ советские «фирмы», первые из которых возникли в 1962 г. Сенсацией стал сам факт использования этого западного термина. В «фирме» имелось головное предприятие (как правило, крупная фабрика бывшего легпрома) и несколько подчиненных ему мелких и средних производств, выполнявших подсобную работу.

² Там же. С. 38–39.

Слияние предприятий легпрома и местпрома было в самом разгаре, когда пришла весть о ликвидации еще и промысловой кооперации, также занимавшейся производством товаров народного потребления. Опубликованное 20 июля 1960 г. Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О промысловой кооперации» гласило:

«В целях обеспечения дальнейшего увеличения товаров народного потребления, улучшения их качества и снижения себестоимости, а также лучшего использования производственных мощностей, ликвидации параллелизма в работе государственных предприятий и предприятий промысловой кооперации и усиления их специализации ЦК КПСС и Совет Министров СССР постановляют: признать целесообразным упразднить промысловую кооперацию и передать ее предприятия в ведение государственных органов...»

Таким образом, в начале 1960-х годов на региональные совнархозы был «повешен груз» управления предприятиями сразу трех бывших ведомственных систем производства одежды — легпрома, местпрома и кооперации. На 1956 г. система промысловой кооперации насчитывала 54,7 тыс. предприятий (производственных артелей), в которых по разным данным трудилось от 1,2 до 1,8 млн. чел.³ В ходе реформы многие из этих артелей повторили судьбу предприятий местпрома, прекратив свое существование в результате ликвидации или слияния (укрупнения).

В период хрущевских реформ, помимо оказавшихся в ведении совнархозов бывших Домов моделей Минлегпрома, с целью моделирования и конструирования одежды стали создаваться еще и художественно-конструкторские бюро (ХКБ). В ХКБ были собраны специалисты из разных моделирующих структур не только бывшего легпрома, но и местпрома и кооперации. В регионах традиционного размещения предприятий легкой промышленности они превратились в достаточно мощные моделирующие структуры⁴. К примеру, в составе ХКБ Московского совнархоза в начале 1960-х годов числилось 148 художников-модельеров, 41 инженер-конструктор, 11 архитекторов, 5 искусствоведов⁵. Для сравнения: примерно такими же кадрами располагал в 1965 г. считавшийся одним из лучших в стране Вильнюсский Дом моделей одежды⁶. После ликвидации совнархозов и возвращения к отраслевому принципу управления в середине 1960-х годов региональные ХКБ, как правило, не были ликвидированы, а вошли в состав крупнейших швейных фабрик (производственных объединений) возрожденного легпрома, расположенных в данном регионе. Тем самым одним из результатов хрущевских реформ стало усиление моделирующих цехов и лабораторий на круп-

³ Промышленность СССР: стат. сб. М., 1964. С. 84—85.

⁴ Бондарев И. М. Указ. соч. С. 340.

⁵ Правда. 1964. 28 нояб.

⁶ Там же. 1965. 20 февр.

нейших швейных предприятиях легпрома и заметное ослабление кадрового потенциала модельеров местной промышленности.

По поводу реформ 1957—1965 гг., включая и вопрос обоснованности ликвидации систем кооперации и местной промышленности, в советской литературе не было единства. Современники обращали внимание на то, что они носили противоречивый характер. На смену характерной для отраслевой системы управления экономикой ведомственности пришло местничество, а под маркой централизации, концентрации и повышения рентабельности совнархозами были закрыты мелкие предприятия, в том числе производившие нужную населению, но очень хлопотную и невыгодную с точки зрения выполнения плана «мелочевку»⁷.

Источники свидетельствуют о преобладании «технократического» подхода при проведении реформ. Порою соображения сиюминутной выгоды становились определяющими. В частности, при оптимизации производства проводился жесткий курс на специализацию, в ходе которого швейные фабрики «избавлялись» от низкорентабельного малосерийного производства одежды. В качестве успешного примера отмечалось: до начала 1960-х годов на казанской фабрике «Восток» на пошив мужского шерстяного костюма в среднем уходило 4,8 часа, а на стерлитамакской фабрике (Башкирская АССР) в полтора раза больше — 6,3 часа. Секрет заключался в том, что на «Востоке» производили только мужские костюмы и только большими партиями, а в Стерлитамаке — широкий ассортимент мужской и женской одежды, преимущественно малыми сериями. Вскоре затраты труда удалось выровнять. Правда, для этого стерлитамакской фабрике пришлось ограничить ассортимент продукции и отказаться от пользовавшихся большим спросом покупателей малых серий. Характерно, что ничего не сообщалось о том, имелась ли изначально разница в качестве пошива, в сложности и модности моделей, производимых этими фабриками, и, наконец, самое важное — покупались ли эти костюмы⁸.

В целом реформы существенно изменили структуру швейного производства в стране и — что менее известно — в итоге способствовали сокращению выпускаемого предприятиями ассортимента одежды, особенно производимой малыми сериями. Это и неудивительно. Если говорить о структуре, то к середине 1960-х годов существенно снизилась доля небольших предприятий, расположенных в регионах, и, напротив, увеличилась доля крупных фабрик в ведущих городах СССР. Мощные фабрики работали, конечно, намного эффективнее небольших артелей. Вместе с тем, крупные фабрики были неповоротливы в плане быстрой смены номенклатуры своих изделий. Кроме того, в соответствии с мощностями и особенностями организации труда, они ориентировались на производство одежды крупными сериями.

⁷ Советская торговля. 1966. № 1. С. 4.

⁸ Кравцов Н., Кузнецов И. Фирмы — хорошо! М., 1962. С. 70.

С учетом главной задачи послевоенного периода — скорейшего заполнения полок магазинов доступной для покупателей по цене, добротной одеждой и обувью — опора на крупную машинную индустрию, исправно дававшую «вал», в условиях дефицита повседневной одежды выглядела вполне обоснованной. Однако «на опережение» такая стратегия не работала. Тем более, что на дворе был не 1945 г., а 1960-е годы. Имея в виду обозначившиеся к тому времени (к сожалению, не изучавшиеся в должной мере в СССР) мировые тенденции изменения потребительского поведения (диверсификация вкуса и проч.) и ускорения сменяемости циклов моды, «вымывание» в ходе хрущевских реформ сегмента небольших производств, готовых оперативно перестраиваться в соответствии с запросами потребителей, имеющих возможность изготавливать одежду малыми сериями и даже использовать при необходимости уникальный ручной труд (вышивальщицы и проч.), в перспективе сулило советской экономике большие проблемы.

Главной и наиболее губительной из них стало сочетание затоваривания одними вещами (вследствие их перепроизводства и низких потребительских характеристик) и хронический дефицит других — качественных, модных, престижных. Впрочем, не стоит забывать, что гармоничное сочетание крупных, средних и малых предприятий, а также разветвленной системы индивидуального пошива одежды, — это всего лишь абстрактный идеал. Повторимся, что при принятии решений о приоритетах в 1950-е годы исходили из реальности⁹.

Между тем после смещения Н.С. Хрущева в 1964 г. наступил короткий период «контрреформ», временно приведший к еще большей неразберихе. В 1965 г. вместе с ликвидацией совнархозов и возвращением к отраслевому принципу управления встал вопрос о судьбе трех бывших систем производства товаров. Постановили из трех возродить только две — легкую и местную промышленность, а решение 1960 г. о ликвидации промысловой кооперации оставить в силе. Закрытые совнархозами мелкие артели и предприятия не подлежали восстановлению. Что же касалось остальных, то при воссоздании министерств больше всех выиграл Минлегпром. Все его бывшие фабрики, а также созданные под эгидой совнархозов фирмы и иные производственные объединения передавались Минлегпрому.

Ему же достались самые «лакомые кусочки» бывшей кооперации — крупные артели (общей численностью 600 тыс. чел.), которые планировалось в короткий срок превратить в современные швейные производства. Нужно сказать, что, несмотря на общую техническую

⁹ Из литературы, изданной в советское время, известно, что накануне хрущевских реформ Госинспекция по качеству часто браковала товары местной промышленности, не допуская их к продаже. На предприятиях местной промышленности РСФСР производительность труда была в 1,5 раза и более ниже, чем на крупных фабриках легпрома. См.: Там же. С. 10.

отсталость, многие производственные артели были уникальны, особенно связанные с народными промыслами и художественными ремеслами. Проблема заключалась в том, что их новая отрасль ориентировалась на массовость и достижение максимальной эффективности, а не на производство уникальных вещей.

Часть артелей бывшей кооперации (в том числе и народных промыслов) была передана в ведение воссозданного местпрома. В 1965 г. он смог вернуть большую часть своих прежних предприятий, за исключением ликвидированных совнархозами, а также крупнейших, переданных в Минлегпром. В систему местной промышленности РСФСР, к примеру, вошло 1789 фабрик, на которых трудилось более чем 500 тыс. работников¹⁰.

Для дальнейшего повествования важно отметить, что именно в котле хрущевских реформ выплавилась еще одна ведомственная система производства одежды. Речь идет о бытовом обслуживании населения. В частности, в ведение появившихся республиканских министерств бытового обслуживания было передано значительное число мелких артелей ликвидированной промысловой кооперации (в общей сложности 200 тыс. чел. работников). Здесь же оказались сконцентрированы все учреждения сферы быта — от прачечных, химчисток, бань и парикмахерских до мастерских по ремонту автомобилей и бытовой техники.

Сюда же вошли и напрямую относящиеся к теме нашего исследования ателье индивидуального пошива и ремонта одежды. До начала 1960-х годов ателье индпошива были разбросаны по разным ведомственным и кооперативным структурам. Условия работы, нормативы, снабжение и оплата труда, подготовка кадров и качество выполнения заказов были самыми разными. И только в рамках Минбыта ателье индпошива превратились в мощную единую систему со своими учебными заведениями, моделирующими и научно-конструкторскими организациями.

«Тихая революция» моды

На рубеже 1950—1960-х годов в СССР окончательно сложилось несколько параллельных ведомственных систем моделирования одежды. Лучше всех известны моделирующие организации системы Министерства легкой промышленности и Министерства бытового обслуживания населения: Дома моделей, Дома моды, экспериментальные цеха фабрик и т.д. Однако были свои моделирующие структуры также в торговле, в местной промышленности и др.

¹⁰ См.: Успенский В.К. Для быта, для семьи: развитие местной промышленности Российской Федерации. М., 1971.

Отсутствие четкой координации между ними, а также признаки конкуренции являлись, конечно, необычным явлением для советской плановой централизованной экономики. В полной мере ведомственные системы моделирования (они сохранились вплоть до распада СССР) оформились на рубеже 1950—1960-х годов, совпав по времени с хрущевскими реформами и окончательной легитимацией самого феномена моды, долгое время считавшейся «буржуазным пережитком» и иррациональным «излишеством». Строго говоря, изменчивая мода не вписывалась в известную формулу коммунизма «от каждого по способности — каждому по потребности», поскольку, по мнению советских идеологов, модная одежда выходила за рамки разумных потребностей граждан.

Однако на рубеже 1950—1960-х годов, под влиянием целого ряда факторов, в этом вопросе в СССР произошла настоящая «тихая революция». Лишенную западной экстравагантности «советскую моду» решено было не только признать разумной потребностью человека и даже важным двигателем прогресса, но и в перспективе, вырвав инициативу в определении модных тенденций у признанных законодателей мировой моды (Париж, Милан, Нью-Йорк, Лондон и др.), превратить моду в одно из преимуществ социализма в условиях борьбы двух систем.

Необходимой составляющей подобной «культурной экспансии» являлся выход на международную арену с демонстрациями коллекций советской моды. Поскольку подобный опыт в СССР отсутствовал, решено было для начала поучиться у Запада и активизировать сотрудничество в области «социалистической моды» и культуры одежды в рамках СЭВ. За рубеж зачастили делегации советских модельеров, прежде всего, конечно, в считавшийся меккой мировой моды Париж.

С разрушением «железного занавеса» в мире наблюдался огромный интерес к советской действительности, в том числе и к «советской моде» (в первое время она воспринималась на Западе как экзотика). По мере увеличения количества международных показов и вывозимых за рубеж коллекций удельный вес «международного» направления в деятельности ведущих моделирующих организаций страны все более возрастал. В условиях сохранявшейся в стране ограниченности ресурсов это означало, что именно сюда направлялись лучшие отечественные ткани и фурнитура, были привлечены самые талантливые специалисты — модельеры, конструкторы одежды и проч. Постепенно выделялась и группа элитных манекенщиц, по внешним данным соответствовавших западным эталонам профессии, которым было доверено представлять СССР за рубежом. Неудивительно, что все более отчетливо стало проявляться «раздвоение» советской моды — на, так сказать, моделирование для «внутреннего пользования» и, с другой стороны, — на разработку «идеологически значимых» коллекций, специально предназначенных для создания благоприятного имиджа СССР за рубежом.

Легитимация советской моды и ее выход на международный уровень потребовали больших перемен, начиная с системы подготовки кадров и кончая финансированием. В соответствии с принятой в то время концепцией научно-технической революции, упор был сделан на привлечение науки и на развитие специализации в области моделирования. Госресурсы были направлены как на укрепление имеющихся, так и на создание новых моделирующих организаций и научных центров. Во второй половине 1960-х годов начал действовать назначенный головным в этой области Всесоюзный институт ассортимента изделий легкой промышленности и культуры одежды (ВИАЛегпром). Специально для него в Москве построили огромное десятиэтажное здание, что символизировало благосклонность советского руководства к моде как таковой. Штаты моделирующих организаций были существенно расширены, в них влилось многочисленное пополнение из молодых выпускников вузов и техникумов — художников-модельеров, конструкторов одежды, технологов и др.

Уже с 1970-х годов по формальным показателям: количеству моделирующих организаций, численности трудившихся в них профессиональных специалистов и количеству ежегодно разрабатываемых ими новых моделей одежды — СССР оказался «впереди планеты всей». Советские коллекции одежды стали успешно демонстрироваться за рубежом. Однако на качестве товаров, появлявшихся на прилавках советских магазинов, это отражалось очень слабо, что становилось причиной массового недовольства граждан и разочарования в действовавшей в СССР модели хозяйствования.

Промышленное моделирование одежды в Минлегпроме

Общая характеристика моделирующих структур

Министерство легкой промышленности СССР традиционно являлось самым значительным производителем товаров народного потребления, в том числе тканей, одежды, обуви и аксессуаров массового фабричного производства. Неудивительно, что моделирование новых изделий в системе Минлегпрома рассматривалось как центральное звено всей системы моделирования в СССР, а сама история моделирования теснейшим образом связана с историей отечественной легкой промышленности. Количество моделирующих организаций Минлегпрома, число трудившихся здесь специалистов, а также статистика предлагавшихся ими ежегодно предприятиям новых моделей одежды существенно превышали аналогичные показатели моделирующих структур других ведомств.

Начиная с 1960-х годов все без исключения изделия, выпускавшиеся многочисленными фабриками Минлегпрома, должны были создаваться на основе профессионально разработанных моделей, соответствующих современной моде и требованиям дизайнера¹¹. Сложившаяся здесь к этому времени *система промышленного моделирования*¹² поражает своими масштабами. Она состояла из трех основных подсистем, которые включали в себя следующие основные структуры:

- 1) разветвленную систему республиканских (в столицах союзных республик) и региональных (в крупнейших городах и столицах автономных республик) Домов моделей одежды во главе со столичным ОДМО на Кузнецком мосту. Она, в свою очередь, состояла из:
 - Домов моделей одежды (швейных изделий) и просто Домов моделей (в которых наряду с платьем и головными уборами моделировалась обувь),
 - Домов моделей обуви,
- 2) специализированных Домов моделей одежды и аксессуаров (Дома моделей трикотажных изделий, Дома моделей спортивной одежды, Дома моделей специальной и рабочей одежды, Дома моделей кожгалантерейных изделий),
- 3) моделирование на предприятиях (лаборатории и подразделения на швейных фабриках и объединениях), которые сами разрабатывали модели и занимались «адаптацией» моделей, заказанных у Домов моделей одежды, к потребностям фабричного производства.

Из всех указанных Домов моделей только три — ОДМО, ОДМ обуви и ВДМ трикотажных изделий — непосредственно подчинялись союзному Министерству легкой промышленности, что подчеркивало их особый — общесоюзный статус. Остальные Дома моделей находились в ведении республиканских министерств легкой промышленности.

В моделировании легпрома, как явствует из сказанного выше, присутствовала «смешанная» специализация, основанная на виде продукции (одежда, обувь, аксессуары), на специфике производства (швейные или трикотажные изделия) или на очевидных функциональных особенностях будущего товара (спортивная и рабочая одежда)¹³. При

¹¹ С начала 1960-х годов в СССР стали действовать организации, специально занимавшиеся разработкой художественного дизайна выпускавшихся промышленностью товаров. Ключевая роль в данном отношении отводилась созданному в 1962 г. ВНИИ технической эстетики при Государственном Комитете по науке и технике СССР (ГКНТ СССР).

¹² Список моделирующих организаций на конец 1970-х годов см. в Приложении к данной монографии.

¹³ Разделение на «швейные» и «трикотажные» моделирующие организации сохранилось с 1930-х годов. В 1960-е годы были созданы специализированные Дома моделей. Показательно, что Дом моделей молодежных изделий был организован в СССР только накануне распада СССР.

этом во всех союзных республиках, кроме РСФСР, Украины и отчасти Белоруссии (они были крупнейшими производителями одежды в стране и создали целую сеть Домов моделей, включая специализированные), имелся только один — свой республиканский Дом моделей. Как правило, он был многопрофильным, то есть, занимался разработкой не только одежды, но и трикотажа, обуви, головных уборов.

Главными в Домах моделей считались «производственные» цеха: женского платья, верхней женской или мужской одежды, головных уборов, детской одежды и др. «Производственными» они были названы потому, что работавшие в них модельеры и конструкторы разрабатывали модели исключительно для последующего их внедрения в массовое производство.

Исторически сложилось, что подавляющее большинство швейных предприятия СССР располагались на территории Европейской России и Урала, в несколько меньшей степени — Украины. Неудивительно, что и большинство Домов моделей, ориентированных на обслуживание соответствующих фабрик, было создано именно в этих регионах. Ведь основной задачей каждого Дома моделей являлось обеспечение закрепленных за ними предприятий новыми образцами, которые те должны были внедрять в массовое производство.

Особенности Российской Федерации — огромной по территории, различной по уровню экономического развития, климату, по национально-культурным традициям и антропометрическим характеристикам населения и проч. — требовали специального подхода к вопросам моделирования и производства одежды в республике. Именно в региональном разрезе и шло совершенствование данной системы в 1960—1980-е годы.

В идеале предполагалось, что производимая в каждом крупном регионе России одежда и обувь в основном здесь же будут и реализовываться¹⁴. В соответствии с этим, каждый региональный Дом моделей Минлегпрома РСФСР при моделировании и конструировании одежды для промышленных предприятий был ориентирован на учет не только общих тенденций моды, но и «местных особенностей». Последнее трактовалось довольно широко: начиная с технико-технологических возможностей местных предприятий (скажем, в Сибири швейное оборудование было хуже, чем в Москве), до специальной разработки адаптированных к современным условиям коллекций национальной одежды (например, Хабаровский ДМО прославился красивыми и практичными коллекциями по мотивом одежды народов Севера) и кончая учетом особенностей фигуры (типоросто-

¹⁴ Исключение делалось для регионов со слабо развитой исторически легкой промышленностью (сюда недостающее завозилось из более развитых регионов), а также специализированных производств (например, рабочей и спортивной одежды).

размеры) населения, проживающего в данном регионе (поскольку антропометрические характеристики, например, москвичей и жителей Урала или Кавказа различались). При этом неизменным оставалось одно: все Дома моделей легпрома были встроены в общую систему массового производства одежды в СССР.

Имея определенную творческую автономию и функции исследовательских учреждений, на деле региональные Дома моделей довольно жестко подчинялись установкам и указаниям руководства швейпрома (ведущего звена Минлегпрома) и его местных управленческих структур, думавших в первую очередь не о модных изысках, а о выполнении плана. Несколько особняком в плане «автономии» стоял только ОДМО как ведущий координирующий, исследовательский и методический центр моделирования.

На практике взаимоотношения модельеров с производством строились следующим образом. Предприятия из года в год заказывали (и затем оплачивали по фиксированному гостарифу) у «закрепленного» за ними Дома моделей разработку тех или иных новых моделей одежды (вместе с техдокументацией), которые они предполагали ставить на поток в следующем году. Спущенный предприятию план обязывал его регулярно обновлять выпускаемый ассортимент и, соответственно, приобретать определенное число новых образцов у «своего» Дома моделей¹⁵. Кроме того, небольшую часть запускаемых в производство моделей ведущим швейным фабрикам разрешалось делать самостоятельно.

Для обеих сторон это было «крепостное право» с некоторыми послаблениями. К примеру, модельер Барнаульского Дома моделей, как правило, не мог сделать так, чтобы его новая красивая модель платья была запущена не на Алтае, а на значительно лучше оборудованной московской фабрике. С другой стороны, местным фабрикам вроде бы не запрещалось сотрудничать с другими Домами моделей системы Минлегпрома. Однако на практике сделать это было крайне сложно. Такие вольности привели бы не только к неразберихе, недопустимой в условиях планового хозяйства, но и к прямой конкуренции между Домами моделей. Все прекрасно знали, что среди десятков Домов моделей есть самые сильные, середнячки и послабее. Очевидно, что, дай волю, при единых тарифах все фабрики захотят получать модели от самых лучших

¹⁵ К примеру, за Горьковским Домом моделей были закреплены швейные фабрики самого г. Горького, а также Волго-Вятского региона и Поволжья. В первой половине 1960-х годов этот Дом моделей значительно увеличил объемы моделирования. Так, если в 1962 г. он смог подготовить 850 новых моделей, то в 1963 г. — уже 1200, а план 1965 г., основанный на потребностях промышленных предприятий, предусматривал выход на уровень 2,5 тыс. новых моделей одежды в год. В начале 1960-х годов в Горьковском Доме моделей был создан экспериментальный цех для разработки перспективных коллекций. См.: Законодатель мод: [ред. ст.] // Горьковская правда. 1964. 4 янв.

модельеров. Соответственно, объективно более слабые региональные Дома моделей не будут обеспечены заказами и разорятся.

Исключениями в данном случае являлись ОДМО, ОДМ обуви и ВДМ трикотажных изделий, которые, в силу особого статуса, снабжали своими моделями не только все столичные предприятия (так как, в отличие от Ленинграда и других крупнейших городов СССР, в Москве так и не было создано своего регионального Московского Дома моделей¹⁶), но по их лекалам работали также десятки крупных фабрик в других регионах СССР. Кроме того, известны факты, когда модели, разработанные в прибалтийских Домах моделей, ставились на поток на швейных фабриках РСФСР.

Для того, чтобы представить особенности функционирования региональных и специализированных Домов моделей одежды, призванных обслуживать (обеспечивать новыми моделями одежды и технической документацией ним) закрепленные за ними швейные предприятия данного региона, посмотрим, как все это выглядело в самой большой из союзных республик — РСФСР в 1970-е годы. Первое, что бросается в глаза: существование как бы двух подсистем: *региональной и специализированной*.

Региональная включала в себя восемь крупных управленческих структур — швейных промышленно-производственных объединений (швейпромы):

- Швейпрому № 1 подчинялись все швейные предприятия европейского Северо-Востока и Поволжья. В плане обеспечения новыми моделями одежды их обслуживали сразу шесть Домов моделей — Горьковский, Ярославский, Ивановский, Куйбышевский, Пермский и Уфимский.
- Швейпром № 2 (предприятия Европейского Юга и Северного Кавказа). За ними оказались закреплены Воронежский, Волгоградский и Ростовский Дома моделей.
- Мосшвейпрому подчинялись швейные предприятия столицы и примыкающей к ней областей, их обслуживал ОДМО, а также Калининский Дом моделей одежды и Специальное художественно-конструкторское бюро (СХКБ) Минлегпрома РСФСР.
- Леншвейпром (включая швейные предприятия примыкающих к городу на Неве областей) обеспечивался в основном моделями Ленинградского Дома моделей одежды.
- Швейные производства Уралшвейпрома снабжались моделями Челябинского и Свердловского Домов моделей одежды.

¹⁶ В свое время, когда в 1948 г. на базе Московского Дома моделей одежды создавался ОДМО, вопрос о создании столичного Дома моделей активно обсуждался, но так и не был решен.

- Швейники Запсибшвейпрома имели в своем распоряжении специалистов Алтайского (Барнаул), Кемеровского и Новосибирского Домов моделей.
- Востсибшвейпром обслуживался Иркутским Домом моделей.
- Наконец, немногочисленные фабрики Дальшвейпрома обеспечивались модными разработками Хабаровского Дома моделей одежды.

В *специализированную подсистему* входили несколько крупных производственных объединений, предприятия которых были разбросаны по всей территории России: Роспромспецодежда (фабрики, специализировавшиеся на изготовлении рабочей и специальной одежды, за ними был закреплен ОДМ специальной и рабочей одежды), Рособувьпром и Роскожобувьпром (обувные фабрики, работающие по лекалам ОДМ обуви и Челябинского Дома моделей обуви), Роспромкожгалантерея (ОДМ кожгалантерейных изделий), Роспромтрикотаж (его предприятия обеспечивал моделями специализированный ДМ трикотажных изделий).

Важным этапом в истории Домов моделей одежды стала первая половина 1960-х годов. На это время приходится реформирование легкой промышленности. В отрасль направляются значительные средства, стимулируются процессы концентрации и специализации производства. Программа предусматривала не только собственно строительство новых и модернизацию старых фабрик с целью увеличения объемов выпуска продукции. Впервые предлагается реализовать в полном объеме *системный (ансамблевый) подход* к моделированию всех составляющих гардероба человека, когда разработка новых моделей одежды тесно увязывается с созданием модных тканей, модельной обуви, аксессуаров и проч. Координация этой работы возлагается на ВИАЛегпром, о котором подробнее речь пойдет ниже, но важная роль отводится и Домам моделей. Принципиально новым моментом становится выдвижение в качестве основной задачи — ускорение сменяемости ассортимента выпускаемых фабриками изделий, в соответствии с тенденциями моды и запросами потребителей. Тем самым мода не просто берется на вооружение, но объявляется важным инструментом обновления и двигателем прогресса.

Ситуацию в области моды, моделирования и конструирования одежды в те годы невозможно понять вне общих процессов и тенденций в стране. В частности, это было время эйфории от побед в космосе, успехов советской науки и научно-технической революции. Будущее виделось за профессионализмом и специализацией. В области моделирования одежды упор был сделан на расширение сети специализированных моделирующих структур (с расширением штата модельеров и конструкторов одежды) и на подготовку высококвалифицированных кадров модельеров с вузовским дипломом.

По данным журнала «Швейная промышленность», только в период 1960—1965 гг. в этой отрасли появилось около 40 новых Домов моделей и других структур по моделированию одежды, а также почти столько же организаций, занимавшихся моделированием обуви¹⁷. После ликвидации совнархозов произошла реорганизация моделирующих организаций. К началу 1970-х годов система Домов моделей Минлегпрома в основном сложилась и просуществовала вплоть до распада СССР. По состоянию на июль 1984 г. в системе Минлегпрома СССР действовало 59 Домов моделей, в то числе 38 комплексных и швейных, 16 обувных, 5 трикотажных и 3 спецодежды¹⁸. В 1960-е годы сюда пришел большой отряд талантливой молодежи — вчерашних выпускников вузов, которые в 1970—1980-е годы стали законодателями советской моды. Почти одновременно произошла смена поколений: на пенсию ушли старые кадры модельеров-практиков, многие из которых начинали свою карьеру в дореволюционных и нэповских швейных мастерских и не имели специального образования.

До середины 1960-х годов проблема квалифицированных кадров в системе Минлегпрома стояла крайне остро, особенно вне Москвы и Ленинграда. К примеру, когда в 1960 г. в Донецке был открыт Дом моделей одежды, то в течение последующих трех лет для работы в нем не удавалось подобрать конструкторов одежды. Нужно сказать, что до 1965 г. художников-конструкторов для всех отраслей промышленности России готовили только два учреждения — Московское и Ленинградское высшие художественно-промышленные училища (выпуск 20 чел. в год). А требовалось несколько тысяч высокообразованных конструкторов. Пришлось резко — до 500 чел. увеличить прием студентов этого профиля на дневные отделения, а также организовать при них курсы переподготовки инженеров-технологов по производству одежды на 1 год 8 мес. с отрывом от производства¹⁹.

На середину 1980-х годов в 59 упомянутых выше моделирующих организациях Минлегпрома трудилось 18 154 чел., в том числе 2802 художника-модельера. Только в швейных и трикотажных Домах моделей легпрома в это время работало 12 977 чел., среди которых 2306 художников-модельеров, специализировавшихся собственно на моделировании одежды. Эта «армия» дизайнеров ежегодно разрабатывала в общей сложности десятки тысяч новых образцов изделий. А ведь это была только одна (правда, важнейшая и самая многочисленная) часть советской системы моделирования одежды. Вероятно, по числу специалистов-модельеров и конструкторов, а также разрабатываемых ими моделей, уже с 1970-х годов СССР не имел себе равных в мире.

¹⁷ Швейная промышленность. 1965. № 2. С. 2.

¹⁸ Данные любезно предоставлены бывшим сотрудником ВИАЛегпрома Н.М. Агаревской.

¹⁹ Правда. 1965. 5 апр.

Одновременно, в соответствии с задачами внедрения науки в производство, с 1960-х годов в региональных Домах моделей создаются либо расширяются экспериментальные лаборатории. Они концентрировали свои усилия на вопросах *перспективного моделирования*, даже на изучении тенденций мировой моды (вторгаясь в этом отношении в прерогативы ОДМО и ВИАлегпрома, регулярно делавших обзоры перспективных направлений моды в мире для моделирующих организаций Минлегпрома) и др.

Региональные Дома моделей Минлегпрома активно лоббировали возможность издания своих модных изданий — периодических либо разовых — для популяризации собственных моделей. И если модная периодика ведущих советских Домов моделей сегодня известна довольно хорошо, то остальные издания практически выпали из поля зрения даже специалистов в данной области. Среди региональных изданий можно упомянуть, к примеру, альбом «Модели одежды» (тир. 75 тыс. экз.), подготовленный в 1960 г. Домом моделей г. Ростова-на-Дону.

Расширяется число Домов моделей одежды, привлекаемых к считавшемуся очень престижным участию в подготовке общесоюзных «направляющих» коллекций. Ранее к этой ответственной работе привлекались специалисты лишь несколько ведущих Домов моделей страны — ОДМО, Ленинградского, Киевского, Рижского. Региональные Дома моделей начинают активнее ездить с демонстрацией своих моделей по стране. Их модели чаще включаются в состав «сборных» советских коллекций для зарубежных выставок. Наконец, им все чаще поручают делать самостоятельные коллекции для зарубежных показов и представлять СССР за рубежом. В результате региональные Дома моделей постепенно набираются опыта и становятся в большей степени, чем ранее, причастными к созданию общей советской моды.

Изучение фотографий моделей, разработанных республиканскими и региональными Домами моделей Минлегпрома в 1960—1970-е годы, позволяет говорить о том, что среди созданных ими моделей попадались весьма оригинальные вещи, многие из которых, как, например, модели пляжных костюмов Киргизского Дома моделей и сегодня выглядят весьма актуально.

С 1960-х годов усиливается культурно-пропагандистская функция Домов моделей одежды. В них организуются специальные отделы, в задачи которых входит пропаганда моды и культуры одежды, воспитание вкуса среди населения. В принципе все Дома моделей стремились выпускать собственную печатную продукцию: альбомы мод, выкройки и проч. Это была не только пропаганда моды, но и работы модельеров. Дело упиралось, главным образом, в лимиты бумаги. Тем не менее, номенклатура и тиражи модных изданий с грифом Домов моделей Минлегпрома постоянно увеличивались.

Кроме того, с 1960-х годов директора Домов моделей и искусствоведы, ведущие модельеры и конструкторы стали регулярно выступать в центральной и местной печати, на радио и телевидении. Как видно из сохранившихся в библиотеке бывшего ОДМО газетных и журнальных вырезок, систематизированных по хронологии, а внутри нее — по регионам, в местных газетах от Калининграда до Биробиджана и Владивостока появились постоянные рубрики о моде и культуре одежды, которые вели местные «звезды моды» — модельеры и руководители Домов моделей. Увеличилось и число демонстраций моделей одежды, разработанных местными модельерами.

В силу вышесказанного региональные Дома моделей постепенно стали не просто моделирующими организациями, выполнявшими заказы швейных фабрик, но и важной частью культурной жизни на местах. А их руководители и ведущие модельеры являлись вполне узнаваемыми и довольно влиятельными в своем городе фигурами. К вышесказанному стоит добавить, что в региональных Домах моделей обшивалась местная властная и культурная элита. К сожалению, роль Домов моделей в культурной жизни регионов — тема, остающаяся совершенно не изученной.

С начала 1960-х годов в СССР получает импульс и становится самостоятельным направлением — *моделирование специальной и рабочей одежды*. Правительственное решение об этом определялось как практически, так и эстетическими соображениями. Дело в том, что долгое время мода и спецодежда казались понятиями несовместимыми. Специализированных моделирующих организаций такого рода не существовало. К началу 1960-х годов модели рабочей одежды разрабатывались маломощными экспериментальными лабораториями тех швейных предприятий Минлегпрома, которые специализировались на изготовлении спецодежды. О моделировании и конструировании спецодежды с учетом отрасли, специфики производства и профессии работника долгое время речь не шла. То, что выдавали советским рабочим, возможно, и было крепким, но с точки зрения удобства и эстетики не выдерживало никакой критики. Как правило, спецодежда сидела, как мешок. Между тем специалисты в области НОТ настаивали на том, что поскольку на работе человек проводит значительную часть своей жизни, в плане одежды и комфорта она не менее важна, чем свободное время. Кроме того, исследования показали, что правильным образом подобранная, эстетичная и удобная рабочая одежда одновременно влияют и на безопасность, и на настроение работника, что сказывается на результатах труда.

В начале 1960-х годов принимается решение о выделении моделирования рабочей одежды в самостоятельное направление. Ставится задача разработки и регулярного обновления ассортимента одежды для представителей разных профессиональных групп тружеников города и села. Для этого укрепляются кадрами экспериментальные цеха производств, занимающихся производством рабочей одежды. К примеру, в 1962 г. по рас-

пределению на Бабушкинскую экспериментальную швейную фабрику был направлен будущий мэтр советской моды Вячеслав Зайцев. Несколько позже на базе этих экспериментальных цехов в Москве и Киеве создаются Дома моделей специальной и рабочей одежды. Столичный Дом моделей рабочей одежды был создан как раз на базе экспериментальной лаборатории Бабушкинской швейной фабрики. Но к этому моменту В. Зайцев уже делал блестящую карьеру в ОДМО на Кузнецком мосту.

Общесоюзный Дом моделей одежды

Выше уже подробно говорилось о создании МДМО в 1944 г. и начальном периоде его деятельности. Особое значение этого Дома моделей, преобразованного в 1948 г. в Общесоюзный Дом моделей одежды, сохранялось и в дальнейшем. Он был не только самым значительным из всех по численности сотрудников (по словам его последнего директора, в 1980-е годы здесь трудилось порядка 800 чел.²⁰), но и представляя собой «симбиоз» обычного Дома моделей, обслуживавшего фабрики столичного региона, и исследовательского, выставочного, аналитического и методического центра.

Хотя с конца 1960-х годов главной исследовательской организацией отрасли стал ВИАЛегпром, но ОДМО тоже сохранил аналогичные научно-методические функции вплоть до распада СССР, став по сути «правой рукой» (если не негласным конкурентом) ВИАЛегпрома. В частности, экспериментальная лаборатория ОДМО сохраняла статус базы для разработки перспективной советской моды в виде «направляющих коллекций» одежды. Сотрудники ОДМО собирали и изучали информацию о тенденциях иностранной моды; они занимались реферированием ведущих западных модных журналов и издавали для служебного пользования бюллетени и информации по данной тематике. В числе прочей информации с 1960-х годов ОДМО наладил регулярное получение информационных бюллетеней Международной ассоциации шерсти о новейших тенденциях в мировой моде шерстяных изделий.

В ОДМО продолжалась традиция проведения стационарных выставок моделей, а также трех ежедневных (кроме понедельника) двухчасовых сеансов показов новых коллекций в Демонстрационном зале на Кузнецком мосту, которые пользовались большой популярностью москвичей и гостей столицы.

С первых лет создания сотрудники ОДМО вели большую методическую работу со специалистами региональных Домов моделей. Начиная с 1949 г. ОДМО организовывал проведение ежегодных все-

²⁰ Интервью с бывшим директором ОДМО Т.И. Баландиной 25 марта 2007 г., Москва.

союзных методических совещаний с участием представителей региональных Домов моделей и специалистов швейных предприятий.

На них вырабатывались общие подходы к моделированию и конструированию одежды в отрасли, демонстрировались лучшие работы модельеров Минлегпрома, утверждались «направляющие коллекции». Стенограммы этих совещаний затем тиражировались в ограниченном количестве экземпляров и хранились под грифом «ДСП» («Для служебного пользования»).

Кроме того, по инициативе и под общим руководством ОДМО на местах проводились различные региональные семинары, выставки, конференции и совещания специалистов Минлегпрома, имевших отношение к моделированию одежды: модельеров, конструкторов, технологов одежды.

Одновременно ОДМО продолжал заниматься промышленным моделированием для швейных фабрик Москвы, ежегодно выдавая сотни новых моделей женской, мужской и детской одежды. Как и другие моделирующие организации СССР, ОДМО периодически «ездил в народ», устраивая выездные показы своих моделей для рабочих, служащих и даже колхозников Подмоскovie. Конечно, для такого случая формировались специальные коллекции с годными для носки в повседневной жизни моделями.

В течение 1950—1970-х годов сотрудники ОДМО представляли СССР на наиболее ответственных мероприятиях за рубежом. Этапным в этом отношении стал 1953 г. В этом году СССР впервые в своей истории участвовал в Международном конкурсе одежды в Праге, куда, помимо СССР, привезли свои модели одежды разного назначения ГДР, Чехословакия и Венгрия. В дальнейшем эти конкурсы стали ежегодными, а число стран-участниц увеличилось.

Следующим важным этапом в истории ОДМО стала подготовка к прошедшему в 1957 г. в Москве VI Всемирному фестивалю молодежи и студентов, к которому ведущими столичными модельерами были подготовлены модели ярких молодежных костюмов. По поручению правительства СССР специалисты ОДМО моделировали одежду для разных советских делегаций, выезжающих за рубеж, и в дальнейшем. Среди многочисленных фотографий такого рода, которые пришлось просматривать при подготовке рукописи, трудно было пройти мимо колоритной формы для членов советской молодежной делегации, участвовавшей в 1965 г. в IX Всемирном фестивале молодежи и студентов. (Первоначально фестиваль планировалось провести в Алжире летом 1968 г.; впоследствии фестиваль был проведен в столице Болгарии Софии с 28 июля по 6 августа 1968 г.) По идее, в модели молодежного мужского костюма должны были сочетаться официальный стиль, молодежный характер мероприятия и особенности африканского климата. Но автор модели, видимо, переоригинальничал. В результате комплект состоял из совершенно немислимых для классических представлений о вкусе сочетаний:

строгий темный пиджак с белой рубашкой, светлыми брюками и узким модным галстуком; летняя кепка, темные носки с сандалиями, а также темные очки и светлая «женская» сумка через плечо.

В 1958 г. на Международном конкурсе одежды (соцстран) в рамках конкурса современных моделей по народным мотивам две первых премии получила художник-модельер ОДМО «среднего поколения» Вера Аралова за платья «Плахта» и «Суздаль» (выполненные из искусственного шелка прямого рубашечного силуэта)²¹. Вера Аралова начала свою карьеру художника в 1930-е годы. Она была также известна как вдова афроамериканца Ллойда Паттерсона, эмигрировавшего в СССР в начале 1930-х годов и погибшего во время войны. В этой семье родилось трое сыновей, один из которых снялся в роли малыша-негритенка в знаменитом советском фильме «Цирк» (1936 г.).

Среди художников-модельеров ОДМО 1960—1980-х годов было много талантливой молодежи. Их работы отличались оригинальностью и были вполне конкурентоспособны на международной арене. В силу яркого, многогранного таланта²², имиджа «самородка из народных низов», а также стремления к публичности уже во второй половине 1960-х годов у всех на слуху оказалось имя Славы Зайцева.

Но было на Кузнецком мосту немало и других самобытных талантов, не стремившихся к публичности. В 1960-е годы началось восхождение на модный олимп Татьяны Осмеркиной, которая, по словам коллег, отличалась тем, что делала ни на что не похожие, оригинальные вещи мирового уровня. Именно Т. Осмеркина стала автором знаменитого платья «Россия» — алого цвета, стилизованного под древнерусские иконы, которое покорило сердца публики во многих странах (представляла его талантливая манекенщица Мила Романовская²³ — яркий типаж русской красавицы). Платье под девизом «Россия» стало хитом Международного фестиваля мод в Москве в 1967 г., а затем неоднократно демонстрировалось в составе советских коллекций на различных международных форумах.

²¹ URL: www.afield.org.ua/mod3/mod83_1.html

²² Зайцев прославился в своей среде не только как модельер. По первому образованию в Ивановском техникуме он был художником по тканям, со студенческих лет выступал еще и демонстратором одежды (многочисленные фото с изображением Зайцева-манекенщика сохранились в советских модных журналах 1960—1970-х годов). Он часто выступал и визажистом, лично готовя манекенщиц к демонстрации своих моделей, а также серьезно увлекался художественной фотографией. Все это, безусловно, позволяло глубже освоить тайны профессии модельера, увидеть результаты своей работы с разных сторон.

²³ Ныне Людмила Романовская-Эдвардс. Карьеру манекенщицы начала в Ленинградском доме моделей, но после замужества переехала в Москву и стала работать в ОДМО. За неожиданным успехом 1967 г. последовал и разрыв с мужем и бурный роман с актером А. Мироновым. С ним ее познакомил актер Валентин Гафт — в то время муж подруги Романовской, манекенщицы Алены (Елены) Изоргиной. Оформив очередной брак с художником Юрием Купером (Куперманом), эмигрировала с ним за границу на волне выезда евреев из СССР в 1970-х годах.

Центральный научно-исследовательский институт швейной промышленности и другие научно-исследовательские организации Минлегпрома

Кроме Домов моделей, важнейшим звеном системы моделирования Минлегпрома являлись его научно-исследовательские институты и конструкторские бюро (многие из них к тому же имели солидную экспериментально-производственную базу, порою — целые экспериментальные фабрики). К 1960-м годам ведомственные НИИ Минлегпрома, некоторые из которых были созданы еще в 1930-е годы, превратились в мощную систему, в которой трудились десятки тысяч квалифицированных сотрудников. Собственными научными учреждениями были обеспечены все без исключения основные отрасли легпрома (швейная, кожгалантерейная, трикотажная, текстильная, обувная и проч.). Но и это не все. В СССР производство каждого вида ткани опиралось на свой НИИ: НИИ хлопчатобумажной промышленности, НИИ шерсти, НИИ льна и др.²⁴ Наконец, в соответствии с союзно-республиканской структурой Минлегпрома, многие его научные учреждения обзавелись структурами или филиалами в республиках и регионах СССР. Создавая всю эту огромную и весьма дорогостоящую научную базу, государство рассчитывало получить ощутимую отдачу от внедрения достижений науки в производство.

Многие НИИ и КБ Минлегпрома так или иначе занимались вопросами экспериментального моделирования и конструирования одежды, обуви и аксессуаров. Одни моделировали напрямую, другие были тесным образом связаны с научно-технологическим обеспечением этой деятельности²⁵.

К примеру, разрабатывали новые виды тканей, более экономичные технологии их раскроя при пошиве одежды, изучали вопросы научной организации труда и проч. Однако узкая специализация и многочисленность научных подразделений Минлегпрома имела и свою обратную сторону: нарастали трудности координации деятельности научных структур, особенно с учетом конечной задачи Минлегпрома — массового производства модной и качественной одежды для населения. Другой проблемой оставался недостаточный процент внедряемых научных разработок: эффективную связь легпромической науки с производством никак не удавалось отладить без использования административных рычагов. Наконец, нельзя сбрасывать со счетов то, что у каждой отрасли легпрома имелись собственные интересы, которые подчас противоречили интересам родственной отрасли, не говоря уже об интересах покупателей.

²⁴ Список основных НИИ системы легкой промышленности дан в Приложении к книге.

²⁵ Например, исследовали технико-технологическое обеспечение моделирования, разрабатывали новые материалы и ткани, а также ГОСТы и нормативы пошива одежды, изучали типоразмеры населения и проч.

Центральный научно-исследовательский институт швейной промышленности (ЦНИИШП) являлся головным научным учреждением СССР, занимавшимся едва ли не всеми основными вопросами научно-технологического обеспечения работы швейной отрасли. В их числе — совершенствование технологий моделирования, конструирования и пошива одежды, анализ материалов для ее изготовления, изучение эксплуатационных свойств одежды, нормирование, рационализация и повышение эффективности швейного производства.

Научно-исследовательский швейный институт (НИШИ, как он тогда назывался²⁶) был создан решением ВСНХ СССР от 2 октября 1930 г. для обеспечения массового фабричного производства одежды научными разработками. На территории швейной фабрики им. Клары Цеткин в Москве ему отвели первый этаж производственного корпуса. В дальнейшем все советские годы эта фабрика являлась основной опытно-экспериментальной базой Института.

Примерно сотне сотрудников института работу пришлось начинать почти с «нуля», и сразу по самым разнообразным темам. В середине 1930-х годов здесь были разработаны нормативно-технические документы и первая единая методика конструирования одежды для массового фабричного производства²⁷. Но до войны так и не удалось повсеместно внедрить эти единые стандарты, что, естественно, сказывалось на качестве продукции. Между тем моделирование и конструирование одежды — как две стороны одной медали, одно без другого не существует. Можно родить блестящую идею, но ее реализация всегда зависит от конструктора одежды и от принятых в стране методик и стандартов конструирования.

Нужно сказать, что в 1930-е годы в советских магазинах наблюдался дефицит готовой одежды. Производителю, перед которым руководством страны была поставлена главная задача — побыстрее нарастить объемы производства, пока было не до модных «излишеств». К тому же швейные фабрики с начала индустриализации находились в условиях остаточного финансирования по сравнению с предприятиями тяжелой и военной индустрии. На практике это означало, что на фабриках преобладало морально и физически устаревшее дореволюционное оборудование и технологическая оснастка, поэтому, честно говоря, трудно было ожидать изготовления одежды высокого качества. К тому же довоенные стандарты пошива были далеки от идеала. Например, в отличие от ведущих западных стран, где уже до войны готовая одежда изготавливалась не только по росторазмерам, но

²⁶ В 1937 г. преобразован в НИИШП Наркомата легкой промышленности РСФСР, с 1948 г. — ВНИИШП при Главшвейпроме Минлегпрома СССР.

²⁷ См.: Справочник швейника. М., 1960. Т. 1; URL: www.cniishp.ru/index.php?pp=stat/Lyapidus

и по полнотам, советские фабрики гнали продукцию с упрощенными (точнее сказать, с усредненными) характеристиками²⁸.

Все это больно ударило по интересам покупателей. Значительный процент граждан как до, так и после войны просто не могли подобрать себе одежду в магазинах (даже если она там была). И не потому, что фигура нестандартная, а потому, что фабрики ориентировались при пошиве на слишком уж «усредненный» человеческий стандарт. Зачастую купленную в магазине за приличные деньги одежду приходилось затем отдавать в ателье или самостоятельно подгонять по фигуре. Ситуация усугублялась тем, что вплоть до конца 1950-х годов параметры советских росторазмеров были, по большому счету, взяты «с потолка», т.к. отсутствовали антропометрические данные типов населения, на которые рассчитана одежда.

Первые систематические исследования такого рода были проведены в СССР только в 1957—1965 гг. сотрудниками ЦНИИШПа совместно с НИИ антропологии МГУ. Что же было сделано? Для определения типологии населения СССР в разных регионах были проведены массовые обмеры граждан разного пола и возраста. Из всего полученного разнообразия характеристик путем обобщения данных были выделены наиболее часто повторяющиеся типы фигур. Затем появилось несколько сот ГОСТов на размерные признаки типовых фигур мужчин и женщин (а также мальчиков и девочек) для проектирования одежды. На втором этапе в угоду швейникам эти ГОСТы были еще более «унифицированы». Осталось около 100 в женской и в мужской группах, по которым разработали стандарты типоросторазмеров, обязательные для швейных фабрик. Это позволило начиная с 1960-х годов существенно улучшить качество изготавливаемой в СССР одежды, ее посадку по фигуре, расширить ассортимент изделий²⁹. Директор одной из лучших в стране Ленинградской швейной фабрики «Большевичка» (производство женской и детской верхней одежды улучшенного и высшего качества) с гордостью сообщала о том, что уже с 1960 г. фабрика начала выпускать женские пальто и костюмы для четырех типов телосложения: «молодежного» (для девушек) и для женщин трех полнот³⁰. В 1962 г. ежедневно «Большевичка» производила 2600 пальто и костюмов, 60% которых продавались в магазинах Ленинграда. Заметно увеличилось разнообразие выпускаемых изделий. Так, если в 1960 г. фабрика делала только 100 фасонов, то в 1961 г. уже 204. Тем самым, по словам дирек-

²⁸ URL: <http://www.cniishp.ru/index.php?pp=stat/Lopandina>

²⁹ Благодаря исследованиям ВНИИШПа, с начала 1960-х годов многие Дома моделей, включая и ОДМО, переходят к разработке моделей одежды на единой конструктивной основе. Этот метод получил свое развитие в деятельности СХКБ Минлегпрома РСФСР и стал основным при разработке промышленных коллекций одежды в 1970-е гг.

³⁰ Красовская А.А. Советским женщинам — красивую добротную одежду. Л.: Лениздат, 1962. С. 75.

тора, в начале 1960-х годов выполнялся новый девиз предприятия: «Не отставать от жизни, от моды...»³¹.

Самое главное — новые советские стандарты типоросторазмеров учитывали региональную специфику параметров населения и были рассчитаны на то, что более 80% граждан смогут, наконец-то, подобрать себе готовую одежду в магазинах без необходимости ее дополнительной подгонки. Это было большим шагом вперед, особенно с учетом прежней ситуации. Для примера заметим: даже полвека спустя, в начале XXI в., когда размерная типология населения в ведущих странах пересматривается каждые 10—15 лет из-за акселерации, миграции и других процессов, ведущих к изменению размерных признаков, в ведущих странах мира считается идеальной разработка типовых фигур для 85—90% населения (то есть, 10—15% «нестандартных» по фигуре людей не могут найти на себя готовую одежду в магазинах).

По словам бывшего художественного руководителя (в 1962—1986 гг.) Алтайского Дома моделей (Барнаул) Сталины Малышевой, для местных модельеров было очень важно учитывать антропометрические особенности населения Алтайского региона. Швейные фабрики, тоже ориентированные на алтайского потребителя, предпочитали использовать именно лекала Алтайского Дома моделей. В магазины Барнаула, конечно, поступала в продажу и одежда, пошитая лучшими московскими фабриками по лекалам ОДМО (его конструкторы ориентировались на фигуры «субтильных» москвичей). Столичная одежда массового пошива была, конечно, модной и красивой, вот только слишком часто она не подходила алтайским красавицам: были узки рукава и жало в плечах³².

Но как быть с теми примерно 20% населения СССР с «нестандартными» фигурами, которые в 1960-е годы остались «за бортом»? Увы, как и в других странах, они были обречены либо покупать готовую одежду и затем подгонять ее, либо шить самостоятельно, либо обращаться в ателье индпошива. В том числе и по этой причине выкройки новых моделей, к примеру, для полных женщин, пользовались столь большой популярностью в СССР.

С 1966 г. началась работа по стандартизации швейной продукции в рамках СЭВ. Для этого в 1966—1977 гг. при участии НИИШП во второй раз в советской истории были проведены массовые антропометрические обследования взрослого и детского населения. В результате с 1971 г. появилась единая размерная типология граждан стран СЭВ, на базе которой с 1974 г. стали внедряться согласованные отраслевые стандарты для промышленного производства одежды. К примеру, в середине 1970-х годов было определено 93 типовые фигуры мужчин и

³¹ Там же. С. 19.

³² Интервью со С. Малышевой см.: URL: www.altapress.ru/12102/

105 — женщин, на которые швейная промышленность СССР должна была изготавливать одежду³³.

ЦНИИШП с первых лет своего существования занимался и научным обеспечением конструирования и моделирования бытовой, форменной и специальной одежды, производимой швейными предприятиями Минлегпрома³⁴. Непосредственно с работой моделирующих организаций отрасли ЦНИИШП также сталкивался и в связи с их экономической деятельностью. С 1957 г. в ЦНИИШП работала научная лаборатория экономических исследований, которая изучала вопросы совершенствования хозяйственной деятельности организаций отрасли. В числе прочих она курировала Дома моделей и экспериментальные лаборатории крупных швейных фабрик (производственных швейных объединений).

Подробно изучив в конце 1970-х годов финансово-экономические показатели деятельности Домов моделей Минлегпрома, сотрудники Института пришли к выводу об их убыточности (что, конечно, было очевидно и без специального анализа). Особенно любопытно, что с целью повышения рентабельности ученые рекомендовали организовать при всех Домах моделей небольшие производства для изготовления по их моделям одежды малыми сериями. Однако Минлегпром отнесся к этой идее с большой осторожностью, поскольку все это требовало немалых вложений. К тому же имелись опасения, что заманчивое в материальном плане малосерийное производство одежды отвлечет модельеров от основной работы — моделирования для крупных швейных предприятий отрасли.

В результате обследования Домов моделей конца 1970-х годов ЦНИИШП также представил рекомендации по совершенствованию организации их деятельности, новые нормативы (в том числе на изготовление моделей и разработку техдокументации к ним), а также новые прейскуранты. Так, только лишь разработка Домом моделей полного пакета техдокументации на модель мужской верхней одежды (пальто, плащи, костюмы) должна была обойтись заказавшей ее швейной фабрике в круглую по тем временам сумму 546 руб. (оптовая цена). По мнению ученых, после этого Дома моделей стали работать рентабельнее и даже пополнять за счет своей прибыли фонды материального стимулирования³⁵. И хотя вроде бы швейным фабрикам деваться было некуда: в соответствии с планом, они ежегодно должны были заказывать (с последующей оплатой) закрепленному за ними Дому моделей определенное количество новых моделей, но практика показывала, что удорожание услуг Домов моделей вело к тому, что фабрики увеличивали самостоятельное моделирование. При этом До-

³³ URL: <http://www.cniishp.ru/index.php?pp=stat/Lopandina>

³⁴ URL: http://www.cniishp.ru/index.php?pp=stat/Shv_pr_parigina

³⁵ URL: <http://www.cniishp.ru/index.php?pp=stat/Babadjanov>

мам моделей поступали от них самые дешевые заказы «для плана», которые фабрики и не собирались внедрять, пряча их «под сукно».

Сотрудники ЦНИИШП изучали, с помощью каких экономических рычагов можно стимулировать предприятия швейной промышленности выпускать качественную и модную продукцию. Уже на рубеже 1950—1960-х годов в швейной промышленности отказались как от «вала», так и от стоимостных показателей в выполнении плана. С 1960—1961 г. план производства швейных изделий стал устанавливаться фабрикам исходя из нормативной стоимости обработки (НСО).

Однако на практике система НСО оказалась не вполне удачной, поскольку она не учитывала сложность изготовления и внедрения новых изделий. К примеру, трудоемкость изготовления нового, модного или более красивого платья (например, с отделкой или вышивкой) всегда выше средней, в особенности на первых порах, когда технология не отлажена. А система НСО не только не стимулировала фабрику на освоение нового, более красивого ассортимента, наоборот, наказывала рублем. В итоге происходило «вымывание» модного и «сложного» для пошива ассортимента. Поскольку фабрики одновременно стали заставлять в директивном порядке регулярно обновлять свой ассортимент, оказавшись как бы «между двух огней», они вынуждены были «выкручиваться», упрощая модели и нередко лишь имитируя качественное обновление ассортимента³⁶.

В 1963 г. усилиями сотрудников ЦНИИШПа была разработана более совершенная система НСО с балльной оценкой трудоемкости. Вместо единого норматива изделия, НСО 1963 г. предполагала по каждому виду изделия до 36 (!) номеров сложности обработки. Это сглаживало указанные выше недостатки. В дальнейшем работа по «усовершенствованию» системы НСО продолжилась. Минлегпром СССР дважды — в 1973 г., а затем и в 1987 г. — утверждал новые НСО, которые становились все более сложными и запутанными, увязываясь теперь и с характеристикой производственных фондов предприятия, и с данными о производительности труда, и с характеристиками ткани, из которой изделие шилось, и проч. и проч. В результате отчетность по НСО превратилась для фабрик в постоянную головную боль³⁷.

В течение длительного времени на работе швейных фабрик сказывались нормативы, утвержденные еще в 1930-х годах, в условиях полувоенного режима экономии. К примеру, только в середине 1970-х (!) были, наконец, пересмотрены чрезмерно жесткие «сталинские» нормы расхода тканей в массовом пошиве одежды. До этого фабрики вынуждены были отказываться от красивых и модных моделей только по той причине, что их изготовление было связано с перерасходом тканей.

³⁶ Там же.

³⁷ Там же.

В начале 1970-х годов ученым ЦНИИШПа было поручено подготовить и рекомендации по совершенствованию порядка утверждения цен на новые виды швейных изделий. Пока цены не утверждены, готовые изделия направлять в продажу было нельзя. До 1972 г. в СССР действовал долгий, бюрократический порядок утверждения цен на новую продукцию через комитеты цен союзных республик. То есть, швейные фабрики со всей России должны были предоставлять свои модели одежды и техдокументацию к ним в Москву, в Комитет по ценам РСФСР. При этом часто бывало так, что пока бумаги утверждались в инстанциях, сами модели уже выходили из моды³⁸. Выход мог быть в том, чтобы швейная промышленность самостоятельно определяла цены на новые изделия.

В 1972 г. ЦНИИШП выступил инициатором изменения системы формирования новых цен на мужскую и женскую верхнюю одежду (нормативно-параметрический прейскурант розничных цен). Новшество заключалось в том, что снимались строгие «сталинские» нормы расхода ткани на производимую швейниками верхнюю одежду и одновременно учитывалась сложность обработки изделия при его изготовлении (в соответствии с НСО). То есть, чем сложнее изготовить изделие, чем больше при его пошиве используется операций, строчек и проч., тем оно должно быть в принципе дороже. Предложения ЦНИИШПа были приняты, и с 1974 г. новый прейскурант был введен в действие. Это стимулировало фабрики внедрять модели, соответствующие моде и спросу. Однако обратим внимание, что это касалось только верхней мужской и женской одежды. Новые прейскуранты на всю детскую одежду и другие виды женских и мужских изделий были приняты только в 1979—1981 гг.³⁹

Одновременно в 1974 г. швейная промышленность получила полномочия самостоятельно утверждать цены на новые изделия, без обращения в Госкомцен. Это существенно сэкономило время, снимало бюрократические проволочки, способствовало ускорению производства модного ассортимента и его появления в магазинах.

Еще одним важным направлением деятельности ЦНИИШПа стало изучение ассортимента тканей, используемых для производства одежды, и оценка их качества. Этим занималась созданная в 1946 г. Лаборатория материаловедения. Особенно большое внимание она уделила изучению эксплуатационных характеристик и свойств тканей⁴⁰. Здесь, в частности, проводились специальные исследования (включая опытную носку) в области истирания, многократного изгиба, сминаемости текстильных материалов; изучались особенности использования одежды из новых тканей (например, из лавсана и искусственного

³⁸ Там же.

³⁹ Там же.

⁴⁰ URL: <http://www.cniishp.ru/index.php?pp=stat/Kirillova>

меха). При этом в комплексе учитывались показатели по эксплуатационным свойствам, технологическим и физиолого-гигиеническим нормам. К примеру, специалисты ЦНИИШП обосновали нормативы предельно допустимого вложения химических волокон в материалы, предназначенные для изготовления детской одежды⁴¹.

Начиная с 1970 г. отбор и закупка советскими внешнеторговыми организациями импортных тканей для отечественной швейной промышленности производилась исключительно в соответствии со стандартами, разработанными ЦНИИШПом. Показательно, что эти достаточно жесткие требования включали технико-технологические нормативы ткани, которые характеризовали в первую очередь ее «носкость» и «добротность». К примеру, для ввозимой в СССР «кожи искусственной, дублированной искусственным мехом» перечень проверяемых свойств включал: сопротивление расслаиванию, жесткость при изгибе, воздухопроницаемость, сопротивление многократному изгибу, масса слабозакрепленных волокон. В отношении «ткани для брюк типа “джинс”» проверялось соответствие стандартам ЦНИИШПа по разрывному удлинению, жесткости при изгибе, прочности при раздире, стойкости к истиранию. Качество четко ассоциировалось с прочностью. Никто даже не задумывался над тем, что именно одежда из стойкой к истиранию джинсовой ткани могла быть особенно модной среди молодежи. В целом эстетические соображения или модность импортируемой в СССР ткани даже не рассматривались. Такой однобокий «технократический» подход был весьма характерен для того времени⁴².

Всесоюзный институт ассортимента изделий легкой промышленности и культуры одежды

Неудивительно, что постепенно среди научных организаций отрасли своей особой значимостью стал выделяться Всесоюзный институт ассортимента изделий легкой промышленности и культуры одежды (ВИАЛегпром)⁴³, а также его российский и украинский республиканские аналоги — авторитетное в среде модельеров Специальное художественное конструкторское бюро (СХКБ) Минлегпрома РСФСР и Украинский ИАЛегпром Минлегпрома УССР. Особая роль СХКБ и УИАЛегпрома подчеркивалась и тем, что, как уже говорилось выше, большинство предприятий швейпрома и его Домов моделей находились именно на территории России и Украины. Однако и при министерствах

⁴¹ Там же.

⁴² Там же.

⁴³ Архивные материалы ВИАЛегпрома отложились в: РГАЭ. Ф. 400. Оп. 2. 521. Дело за 1944—1972 г. (филиал в Самаре). За более поздний период документы не обнаружены. ВИАЛегпром прекратил свое существование после распада СССР.

легкой промышленности других республик возникли аналогичные научно-исследовательские и технолого-конструкторские структуры.

ВИАЛегпром был утвержден головной организацией в области моделирования одежды и пропаганды моды в СССР. ВИАЛегпром должен был координировать и методически руководить деятельностью всех ведомственных моделирующих структур СССР (НИИ, Домов моделей, экспериментальных цехов предприятий и др.), направленной на: 1) практическую реализацию задач ансамблевого моделирования; 2) разработку перспективной советской моды. Главным козырем ВИАЛегпрома был комплексный подход к моделированию. Его реализация стала возможной во многом благодаря многопрофильности самого Минлегпрома.

Другой важной задачей, поставленной перед ним, было налаживание связи между моделированием и массовым производством одежды. Последнее действительно являлось «ахиллесовой пятой» советской системы, поскольку эти два звена существовали во многом «автономно» друг от друга.

Однако деятельность ВИАЛегпрома и его республиканских звеньев не ограничивалась собственно координацией. Здесь были созданы и собственные моделирующие подразделения, в которых к моде подходили как к результату взаимодействия науки с искусством. Поскольку, в отличие от Домов моделей, ВИАЛегпром непосредственно не занимался повседневным обслуживанием моделями фабрик массового пошива, у работавших здесь специалистов имелась большая свобода и возможности для творчества. Именно в недрах ВИАЛегпрома — в результате анализа мировых тенденций моды, а также изучения разработок ведущих Домов моделей страны, — рождалась советская «высокая мода» и «мода будущего» в виде «направляющих коллекций» одежды.

ВИАЛегпром, «детище» хрущевских реформ и развернувшегося в 1950-е годы сотрудничества социалистических стран в области моделирования одежды в рамках СЭВ⁴⁴, был образован в 1958 г. на базе существовавшего с 1944 г. Центрального ассортиментного кабинета НКЛегпрома. Вплоть до 1965 г., в условиях отсутствия министерской вертикали, он находился в системе Госплана, а затем был передан в воссозданный Минлегпром СССР.

С конца 1950-х годов ВИАЛегпром Минлегпрома СССР пытался наладить комплексный («ансамблевый») подход к моделированию одежды. Поскольку основные производители тканей и предметов гардероба (швейных и трикотажных изделий, обуви, головных убо-

⁴⁴ В соответствии с договоренностью в рамках СЭВ о координации работы в области моделирования одежды и определения перспективной моды, аналогичные ВИАЛегпрому структуры возникли и в других социалистических странах. В 1959 г. состоялось первое заседание Постоянной рабочей группы по вопросам культуры одежды Постоянной комиссии СЭВ по легкой промышленности.

ров и галантереи), а также их НИИ находились в том же ведомстве, ВИАЛегпром пытался согласовать модные тенденции для всех этих видов изделий. По мнению специалистов, в недрах ВИАЛегпрома постепенно рождалось новое «видение» и, соответственно, характерное «направление» моды, основанное на принципах ансамблевого моделирования. До ВИАЛегпрома, в частности, никто настолько тщательно не занимался в комплексе проработкой вопросов цветовой гаммы, силуэта, сюжета, технологических особенностей и проч. при подготовке ансамблей одежды и отдельных коллекций⁴⁵. В теории все эти новации действительно производили большое впечатление и выводили Институт в число ведущих научно-исследовательских организаций такого профиля в мире. Другое дело — вопрос о практической реализации этих наработок в условиях советской системы.

На рубеже 1960—1970-х годов начался новый этап деятельности этого Института. ВИАЛегпром не только расширил штат, но и переехал в специально построенное для него в Москве, на проспекте Вернадского, огромное десятиэтажное здание. С этого времени существенно возросли его возможности. В частности, для проведения разнообразных методических совещаний, семинаров, выставок, для демонстрации коллекций, подготовленных региональными Домами моделей и проч. Среди новых структурных подразделений Института появились занимавшиеся изучением и формированием спроса, пропагандой моды и культуры одежды, рекламой модной продукции.

Не стояла на месте издательская деятельность. ВИАЛегпром стал выпускать собственные рекламные фильмы. В 1980-е годы к каждому заседанию Эстетической комиссии готовился специальный фильм, который рассылался по моделирующим организациям Минлегпрома. ВИАЛегпром продолжал выпуск трех главных модных журналов СССР — «Журнал мод», «Модели сезона» (первый номер вышел весной 1959 г.) и «Мода стран социализма»⁴⁶.

Ведущим подразделением ВИАЛегпрома считался Отдел теории моды, который занимался прогнозированием советской моды на перспективу, для чего в числе прочего изучались тенденции развития моды за рубежом. Здесь же на основе реферирования иностранных журналов мод и иной информации регулярно составлялись многочисленные обзоры тенденций иностранной моды, которые размножались малым тиражом и рассылались для сведения в региональные Дома моделей.

Руководство Минлегпрома не скрывало, что считает Институт своей «правой рукой», что имеет с ним особые отношения и прислушивается к рекомендациям его специалистов, которые имели возможность

⁴⁵ Интервью с Д.Ф. Доминовым 28 мая 2007 г., Москва.

⁴⁶ Подробную характеристику советских модных журналов см.: *Васильев А.* Русская мода: 150 лет в фотографиях. М.: Слово/Slovo, 2004. С. 293 и др.

оперативного выхода на соответствующих руководителей министерства. Работать в ВИАЛегпроме стало интересно и престижно. Его сотрудники постоянно ездили в командировки по стране и за рубежом. Ценилось знание иностранных языков и творческий подход к работе. Но были, конечно, и блат, и «подсидживание». Устроиться сюда было непросто. В Москве шутили, что в Институте трудятся «ЛОРы, ДОРЫ, ЖОРы и СУКИ». Для непосвященных расшифровывали: «любовницы ответственных работников», «дочери ответственных работников», «жены ответственных работников» и «случайно уцелевшие квалифицированные инженеры». В шутке была доля истины.

С переездом в 1970-е годы в новое, специально отстроенное для Института современное здание неподалеку от м. Профсоюзная в распоряжении ВИАЛегпрома оказался первый в Москве и по тем временам один из самых больших в мире специализированный Демонстрационный зал с большим подиумом для показов моделей одежды. Зал не пустовал: дважды в месяц тот или иной региональный или специализированный Дом моделей приезжал в ВИАЛегпром для демонстрации своих коллекций. Показы были доступны не только для профессионалов, но и для рядовых граждан. До строительства этого демонстрационного зала показы моделей одежды в Москве (даже в ходе работы Эстетической комиссии ВИАЛегпрома) проходили во временно приспособленных для этого помещениях (как правило, во Дворцах спорта, на площадках ВДНХ или в парках культуры). Демонстрационные залы ОДМО и ГУМа тоже относились к «приспособленным» помещениям, однако они были небольшими.

В специальном ассортиментном зале ВИАЛегпрома стали выставляться лучшие образцы одежды, обуви, тканей, одобренные Эстетической комиссией. В новое здание перевезли уникальную коллекцию образцов тканей, выпускавшихся в России и СССР с дореволюционных времен, которая была собрана бывшим Ассортиментным кабинетом (напомним, именно на его базе и был создан ВИАЛегпром). Здесь же расположилась его научная библиотека, которая стала второй после ОДМО созданной в СССР специализированной библиотекой, где была собрана богатейшая коллекция отечественных и зарубежных модных изданий⁴⁷. В ней регулярно занимались специалисты, приезжавшие в столицы из регионов, что также способствовало превращению ВИАЛегпрома с 1970-х годов в ведущий научно-методический центр страны (модельеры между собой называли ВИАЛегпром «гнездом методистов»).

ОДМО, как научно-методический центр, был постепенно оттеснен на вторые позиции в советской иерархии моды. В 1970—1980-е годы многие виды деятельности ОДМО и ВИАЛегпрома пересекались —

⁴⁷ См.: Интервью с Н.А. Нестеровой 20 октября 2007 г., Москва.

разработка «направляющих коллекций» одежды, методическая работа в регионах, а также реферирование иностранных модных изданий.

На основе последних искусствоведами довольно оперативно делались обзоры перспективных тенденций моды на Западе, которые затем распространялись в системе Минлегпрома. Как правило, обзоры носили специализированный характер по видам платья (женская или мужская одежда, верхнее или легкое платье), по обуви и др., сопровождалась рисунками или копиями фотографий и основывались на сравнительном изучении публикаций сразу нескольких иностранных изданий. К примеру, подписанный к печати в апреле 1969 г. аналитический обзор «Мода за рубежом (женская одежда)» был подготовлен специалистами ВИАЛегпрома на основании изучения подшивок трех разных французских журналов за вторую половину 1968 г.⁴⁸ То есть, перевод и составление текста занимало 3—4 месяца. В отличие от массовых советских модных и «женских» журналов, где рубрики «новинки зарубежной моды» присутствовали, как правило, в виде обильных картинок, предназначенные для узкого круга профессионалов обзоры были строго персонифицированы, в них обязательно упоминались имена западных модельеров, тенденции и особенности их творчества. Благодаря систематическому чтению подобных обзоров (они издавались регулярно), советские модельеры были сравнительно хорошо информированы не только о направлениях моды за рубежом, но и о творческом почерке ведущих иностранных коллег и появлении на олимпе высокой моды новых имен. Большинство таких изданий являлись малотиражными (200—300 экз.), иногда они носили гриф «ДСП». В силу этого они остаются неизвестными даже специалистам. Обширная малотиражная аналитическая литература ОДМО и ВИАЛегпрома о тенденциях зарубежной моды ждет своего исследователя.

ВИАЛегпром и имидж советской моды за рубежом

В конечном итоге именно ВИАЛегпром отвечал и за имидж советской моды на международной арене. В этом Институте специально для зарубежных показов создавались экспериментальные модели одежды, а также отбирались лучшие модели, созданные ОДМО и региональными Домами моделей. ВИАЛегпром формировал делегации и го-

⁴⁸ Мода за рубежом (женская одежда) / сост. А. Филатов. Москва: Изд-во ЦНИИ-ТЭИлегпрома, 1969. 45 с. Тираж 300 экз. Подготовлено ВИАЛегпромом по материалам французских журналов «L'Art et la Mode», «L'Officiel», «Femme Chic». Структура обзора: пальто (с. 6), костюмы (с. 17), повседневные платья (с. 28), нарядные платья (с. 32), головные уборы (с. 36), обувь (с. 38), сумки, пояса, украшения (с. 40—45).

говил коллекции одежды СССР для ежегодных форумов соцстран и для наиболее ответственных показов на Западе. Здесь трудились «элитные» советские модельеры, конструкторы одежды, а также манекенщицы, являвшиеся «лицом» советской моды. Для покорения зарубежных подиумов они должны были и соответствовать западным стандартам манекенщиц, и представлять национальный колорит своей страны. Имена манекенщиц ВИАЛегпрома конца 1950-х — 1970-х годов Тамары Владимирцевой, Галины Миловской, Галины Мейлуковой, Лилианы Баскаковой и др. стали известны за рубежом. Одновременно их фотографии не сходили и со страниц советских модных изданий.

Среди модельеров ВИАЛегпрома своим самобытным талантом выделялась Ирина Крутикова. Выпускница Берлинского института изобразительного и прикладного искусства (1962 г.), она увлекалась и «русским стилем», и «ориентализмом». Особенно прославилась Крутикова моделированием одежды из меха, за что уже в конце 1960-х годов получила несколько престижных международных премий.

Имя И. Крутиковой вписано в историю советской моды как минимум по двум причинам. Во-первых, она является модельером, которому впервые в СССР было позволено сделать и показать свою авторскую коллекцию одежды, как это принято на Западе (а не сборную коллекцию моделей под вывеской моделирующей организации, как было принято в СССР). Это событие стало одной из сенсаций Всемирного фестиваля мод в Москве 1967 г. Во-вторых, Крутикова считается одной из родоначальниц моделирования русских дубленок. Многие специалисты полагают, что взрыв популярности этой одежды на Западе связан в том числе и с громким успехом коллекции дубленок Крутиковой 1967 г. Эта коллекция, подготовленная к упомянутому Всемирному фестивалю мод, в 1968 г. попала на Неделю высокой моды в Париже, где была показана в рамках общей коллекции Луи Ферро.

Эстетическая комиссия ВИАЛегпрома

При ВИАЛегпроме действовала единственная в СССР общесоюзная Эстетическая комиссия по вопросам моды и культуры одежды, которая являлась своего рода «высшим органом» советского моделирования⁴⁹. ВИАЛегпром готовил, а его Эстетическая комиссия сначала

⁴⁹ Эстетические комиссии были созданы по решению СЭВ во всех социалистических странах, в том числе и СССР. В отличие от худсоветов, утверждавших к производству новые модели отдельных элементов одежды, задачей Эстетической комиссии было как раз рассмотрение одежды в ансамбле, в комплексе, в комбинации с аксессуарами. По идее, такой подход должен был поднять моде-

ежегодно, а в 1980-е годы дважды в год⁵⁰ собиралась, рассматривала и утверждала «направляющие коллекции» моделей и разрабатывала рекомендации в отношении перспективных направлений развития отечественной моды. По результатам работы методических совещаний и Эстетической комиссии ежегодно издавался новый «Каталог моделей одежды», который рассылался на места.

Рассмотрим на типичном примере, как на практике действовал ВИ-АЛегпром, и какую роль в процессе создания моды играла его Эстетическая комиссия. Основное направление советской моды на 1970 г. утверждалось эстетической комиссией при ВИАЛегпроме 25—27 ноября 1968 г.⁵¹ То есть, мода в СССР всегда прогнозировалась более чем на год вперед. Заседание готовилось рабочей частью Эстетической комиссии. В республиканские и региональные Дома моделей, а с конца 1970-х годов также и на базовые предприятия⁵² заранее рассылались документы по составу предполагаемой «направляющей» коллекции одежды, материалы по теоретическому обоснованию направления моды на 1970 г. (эти вопросы в дальнейшем выносились на обсуждение на ежегодных заседаниях Эстетической комиссии в Москве). Кроме того, Домам моделей давались тематические задания по разработке тех или иных групп и отдельных видов ассортимента одежды, которые они должны были представить к очередному заседанию эстетической комиссии.

Накануне заседания Эстетической комиссии в течение трех дней, 22—24 ноября 1968 г., ее рабочей частью было просмотрено 403 новых модели женской и мужской одежды, 50 моделей трикотажных изделий, 43 модели обуви, 33 — сумок, портфелей и чемоданов. Их авторами являлись модельеры из самых разных Домов моделей страны. Одобренные модели сразу были разделены на две коллекции или группы: «промышленную» и «направляющую». Модели, отнесенные к первой группе, рекомендовались к срочному (уже во второй половине 1969 г.) внедрению в массовое производство на фабриках Минлегпрома⁵³.

лирование на новый качественный уровень и способствовать созданию «новой социалистической эстетики».

⁵⁰ Интервью с Н.М. Агаревской 10 мая 2007 г., Москва.

⁵¹ См.: Решение эстетической комиссии при МЛП СССР по вопросу направления моды в ансамбле одежды на 1970 г. М.: ВИАЛегпром, 1968. 250 экз. Тем самым достигалась как бы оперативная «корректировка» номенклатуры выпускаемых изделий в соответствии с тенденциями моды.

⁵² Под «базовыми предприятиями» имелись в виду крупнейшие специализированные производственные объединения отраслей легкой промышленности, которые имели собственные солидные моделирующие структуры. Например, у швейников среди «базовых» традиционно числилось Московское производственное объединение «Женская мода». По всей видимости, приглашение «базовых предприятий», наряду с Домами моделей, к участию в разработке направляющих коллекций относится к середине—концу 1970-х годов.

⁵³ В связи с этим Эстетическая комиссия дала задание соответствующим Домам моделей, которые разработали эти модели, подготовить пакеты технической документации к ним к 1 апреля 1969 г.

«Направляющая» же коллекция была составлена из перспективных моделей, которые должны были составить основу будущей «промышленной» коллекции 1970 г. То есть, по идее, каждая «направляющая» коллекция превращалась в основу «промышленной» коллекции. К примеру, модели из «направляющей» коллекции 1970 г. должны были внедряться в массовое производство с первого квартала 1970 г., для чего техдокументация к ним должна была быть готова к 1 июля 1969 г. Тем самым достигалась систематичность и преемственность.

В результате просмотра рабочей группой Эстетической комиссии в «промышленную» коллекцию в общей сложности оказалось отобрано 88 моделей женской и мужской одежды, а также 12 моделей трикотажных изделий. При этом весь трикотаж был смоделирован во Всесоюзном Доме моделей трикотажных изделий (ВДМТИ). Что касается попавших в «промышленную» коллекцию швейных образцов, то их разработкой по заданию ВИАЛегпрома занимались Дома моделей почти всей страны. В частности, из 88 моделей больше всего моделей (14) было создано модельерами Уфимского Дома моделей одежды, 12 — разработано в СХКБ, 8 — Харьковским, по 7 моделей — ОДМО, Вильнюсским и Свердловским Домами моделей, 4 — Ташкентским, по 3 — Ленинградским, Горьковским и Хабаровским, по 2 — Киевским и Новосибирским Домами моделей, по 1 модели — Грузинским, Алма-Атинским, Донецким Домами моделей, а также специалистами самого ВИАЛегпрома⁵⁴.

Большинство представленных на рассмотрение рабочей группы Эстетической комиссии моделей было признано подходящими для перспективной, «направляющей» коллекции 1970 г. Сюда вошла 151 модель женской и мужской одежды, 24 модели трикотажных изделий, 33 модели обуви, 22 модели кожгалантерейных изделий⁵⁵. Все 24 трикотажные модели вышли из стен признанного лидера в данной области — Всесоюзного Дома моделей трикотажных изделий. Образцы обуви разработал ОДМ обуви, а кожгалантерейных изделия — Всесоюзный научно-исследовательский институт кожгалантерейной промышленности (ВНИИКГП). Что касается швейных моделей, вошедших в «направляющую коллекцию» на 1970 г., то 40 образцов были разработаны модельерами ОДМО, 24 — ВИАЛегпрома, 16 — Ленинградским, 14 — Рижским, 12 — Киевским, 11 — Таллинским, 8 — Вильнюсским, 6 — Челябинским, 5 — Свердловским, 4 — СХКБ и Фрунзенским ДМ, 3 — Уфимским, 2 — Новосибирским и по 1 модели — Горьковским и Грузинским Домами моделей.

Мы намеренно подробно остановились на данном вопросе, поскольку заседание Эстетической комиссии ВИАЛегпрома 1968 г. было

⁵⁴ Решение заседания Эстетической комиссии при ВИАЛегпроме МЛП СССР по вопросу направления моды в ансамбле на 1970 г. С. 26—31.

⁵⁵ Там же. С. 2.

типичным в своем роде. В частности, из представленных выше данных хорошо видны наиболее сильные в творческом отношении моделирующие организации Минлегпрома СССР. Показательно, в частности, что, несмотря на различные объективные возможности и условия работы (Дома моделей в разных городах, конечно, отличались по объему финансирования, по количеству модельеров и конструкторов, по доступности специализированной литературы и проч.) региональные Дома моделей вносили немалый вклад в создание общесоюзной моды в виде формирования «перспективных коллекций» одежды.

Рабочая группа Эстетической комиссии проделала в ноябре 1968 г. еще одну важную работу: поскольку СССР, наряду с другими социалистическими странами, ежегодно демонстрировал свои новые модные разработки на заседаниях Постоянной рабочей группы по вопросам культуры одежды Постоянной комиссии СЭВ по легкой промышленности⁵⁶, для этих целей из указанной выше общей «направляющей коллекции» было специально отобрано 36 лучших моделей женской и мужской одежды и 13 трикотажных изделий. Они составили основу «узкой направляющей коллекции» СССР для СЭВ. В нее вошли разработки лишь трех ведущих моделирующих структур страны — ОДМО (21 модель), Ленинградского Дома моделей (15 моделей) и Всесоюзного Дома моделей трикотажных изделий (13 моделей)⁵⁷.

Начавшая свою работу 25 ноября 1968 г. Эстетическая комиссия ВИАЛегпрома рассмотрела и утвердила сразу четыре «направляющих коллекции» на 1970 г.: отдельно по тканям и трикотажным изделиям, по обуви, по кожгалантерейным изделиям и, наконец, по ансамблям одежды. Таким образом, самостоятельной «направляющей коллекции» швейных изделий не существовало, они рассматривались исключительно в ансамбле, в комплексе. Но поскольку перспективное моделирование одежды и обуви сильно зависело от наличия определенных материалов, ВИАЛегпром всегда первым делом рассматривал и утверждал особую «направляющую» коллекцию по перспективным и модным тканям, материалам и фурнитуре.

Так было и на сей раз: сначала рассматривались и утверждались модные ткани, а затем уже одежда из них. На основании решения Эстетической комиссии ВИАЛегпром ежегодно выпускал специальную брошюру «Основные направления моды на ... год по структурам и художественному оформлению тканей и трикотажа». Уже в 1960-е годы существование особой моды на ткани не вызывало никаких сомнений в СССР, как и важность научного изучения этого во-

⁵⁶ В 1969 г. должно было состояться 11-е заседание Постоянной рабочей группы по вопросам культуры одежды Постоянной комиссии СЭВ по легкой промышленности.

⁵⁷ Решение заседания Эстетической комиссии при ВИАЛегпроме МЛП СССР по вопросу направления моды в ансамбле на 1970 г. С. 44—47.

проса. Моделирование тканей также велось в плановом порядке, на перспективу. ВИАЛегпром отвечал за это направление моделирования. Однако через год-полтора мода на ткани могла измениться подобно моде на одежду.

Художник-модельер легпрома, задумывая новую модель для фабричного производства, должен был ориентироваться на те ткани, которые реально выпускались в СССР. Для удобства ВИАЛегпром регулярно систематизировал и издавал, к примеру, карту-каталог цветов отдельно по видам тканей (шерстяных, хлопчатобумажных, шелковых и др.), производившихся советскими фабриками в определенном году.

Нужно сказать, что на строгий суд рабочей группы, а тем более на собственно Эстетическую комиссию ВИАЛегпрома попадала мизерная часть новых моделей одежды из тех нескольких десятков тысяч, что в 1960—1980-е годы разрабатывались ежегодно разными моделирующими структурами легпрома (прежде всего региональными Домами моделей). Предполагалось, что на Эстетическую комиссию направляются лучшие образцы со всей страны, воплощавшие перспективные новаторские идеи. Общесоюзная Эстетическая комиссия собиралась в Москве на слишком короткий срок и по своему составу была слишком многочисленна, чтобы по-настоящему эффективно работать. В ВИАЛегпром съезжалось по 500 и более человек, со всех концов СССР. Это был своего рода общесоюзный «съезд» специалистов моделирующих организаций Минлегпрома. Приезжали руководители и ведущие специалисты (модельеры, конструкторы, искусствоведы, технологи, инженеры) моделирующих организаций (Домов моделей, экспериментальных цехов предприятий и др.), научно-исследовательских и конструкторских учреждений, сотрудники министерских структур и проч. Судя по интервью с бывшими членами Эстетической комиссии ВИАЛегпрома, для них это была прекрасная возможность приехать в столицу, встретиться с коллегами из других регионов, пообщаться в профессиональной среде, посетить столичные библиотеки, музеи и магазины. В кулуарах обсуждались многие важные вопросы заседаний Эстетической комиссии. Руководители региональных Домов моделей пытались решить вопросы кадров, финансирования, оборудования и проч.

Насыщенные заседания Эстетической комиссии проходили, как правило, довольно критично и чередовались с показами моделей одежды, подготовленными разными Домами моделей. В частности, после просмотра моделей на упомянутом заседании в ноябре 1968 г. был сделан общий вывод: несмотря на повышения уровня моделирования в стране, сохраняются диспропорции в моделировании разных видов одежды. В частности, мало моделируется одежды для спорта и отдыха, летних повседневных ансамблей, женского легкого шерстяного платья, плащей, а также нарядной женской и мужской одежды. Критика способствовала корректировке заданий региональ-

ным Домам моделей на 1969 г. Поскольку решение данной проблемы во многом упиралось в отсутствие качественных тканей, в решении Эстетической комиссии появился следующий пункт: «ВИАЛегпрому подготовить задание текстильным предприятиям по разработке недостающих тканей для плащей, спортивной летней и зимней одежды, летней повседневной одежды, женского легкого шерстяного платья, нарядной мужской и женской одежды»⁵⁸. Однако принять решение легче, чем добиться его выполнения. По воспоминаниям сотрудников ВИАЛегпрома, присутствовавшие на заседаниях Эстетической комиссии представители предприятий постоянно жаловались, что имеющаяся в их распоряжении техника и технологии не всегда позволяют делать ткани и одежду в соответствии с модными тенденциями⁵⁹.

Показательно, что при обсуждении модных тенденций в ансамбле одежды на 1970 г. Эстетическая комиссия сначала по отдельности внимательно изучала (затем это фиксировалось в Решении в качестве рекомендаций), как будет выглядеть: 1) женская и 2) мужская одежда; что будет нового: 3) в обуви, 4) в трикотаже, 5) в головных уборах, 6) в кожаных галантерейных изделиях и сумках, а также 6) в перчатках. Для женщин, кроме того, особо выделялась «чулочная мода». Именно из этих основных элементов, по мнению специалистов ВИАЛегпрома, создавался ансамбль одежды, и каждый из элементов в идеале требовал согласования друг с другом. С 1960-х годов женская модная одежда (раздел 1), к примеру, ежегодно характеризовалась по следующей типовой схеме: модные силуэты предстоящего сезона, типы модных воротников, рукавов, манжет, застежек, модная длина, особенности молодежной моды. Все это свидетельствует, с какой подробностью и тщательностью прорабатывался каждый элемент одежды с точки зрения модных тенденций.

Итоговый раздел Решения Эстетической комиссии назывался «Ансамбль». В нем следующим образом прогнозировалась перспективные направления советской моды: «Ансамбль женской одежды 1970 года отличается особой изысканностью линий, гармоничностью пропорций, элегантностью форм... Ансамбль мужской одежды 1970 года отличается четким силуэтом изделий с тщательно проработанными деталями одежды и дополнений...»⁶⁰ При более подробной характеристике ансамбля мужской и женской одежды на каждый год центральными позициями традиционно становились вопросы: а) модный силуэт, б) соотношение основных предметов одежды и дополнений к ним (к примеру, в моде 1960-х годов акцент делался на обуви и сумках), в) модная цветовая композиция ансамбля с возможным выделением г) особенностей молодежной моды.

⁵⁸ Там же. С. 3.

⁵⁹ Интервью с Н.М. Агаревской 10 мая 2007 г., Москва.

⁶⁰ Там же. С. 11.

Наконец, ансамбль одежды будет не полон без модных украшений. Фактически украшения можно поместить под № 7 в приведенном выше списке основных элементов ансамбля, по крайней мере, как ансамбль понимался специалистами ВИАЛегпрома. В отличие от женщин, комплект украшений для мужчин был весьма ограничен. Кроме того, мужские украшения предусматривались исключительно для вечерних (не повседневных) ансамблей. В частности, в 1970 г. мужчинам рекомендовалось «использовать ювелирные запонки и броши вместо галстуков»⁶¹. Что касается женских ансамблей, то специалисты предсказывали, что в 1970 г. будут в моде «длинные бусы, цепи, а также сложные композиции из них, клипсы, короткие серьги, браслеты, запонки и пуговицы ювелирного характера, металлические пояса в виде цепей и комбинированные из различных материалов»⁶².

В итоговой части было записано: Эстетическая комиссия решила: «принять направления моды на 1970 г. и рекомендовать моделирующим организациям и предприятиям легкой промышленности руководствоваться его основными положениями». ВИАЛегпрому предстояло до 15 июля 1969 г. издать и разослать в моделирующие организации отрасли брошюру под названием «Направление моды в ансамбле одежды на 1970 год». Аналогичные брошюры издавались ежегодно. Но возникает закономерный вопрос: какое практическое значение имели подобные ежегодные решения Эстетической комиссии ВИАЛегпрома? носили ли они исключительно рекомендательный характер?

ВИАЛегпром, как научный институт, не имел, конечно, никаких официальных властных полномочий. Тем не менее, его неформальный вес был не мал. Все знали, что Институт — «правая рука» руководства Минлегпрома и что имеет выход на Отдел легкой промышленности ЦК КПСС. Было известно, что ВИАЛегпром постоянно составляет в Министерство докладные записки по вопросам совершенствования работы отрасли, которые там внимательно изучаются. Кроме того, на основании решения Эстетической комиссии ежегодно издавался специальный приказ министра легкой промышленности СССР. Он предусматривал конкретные меры по реализации рекомендаций ВИАЛегпрома, в частности, при перспективном планировании и определении номенклатуры выпускаемых изделий (тканей, одежды, кожгалантереи и проч.). Для Домов моделей и других моделирующих организаций рекомендации становились своего рода «маяком» при разработке перспективных модных коллекций одежды и иных предметов гардероба.

Тем не менее, далеко не все решения Эстетической комиссии удавалось провести в жизнь. Это объяснялось как минимум тремя главными причинами:

⁶¹ Там же.

⁶² Там же.

1. Часть вопросов, поставленных ВИАЛегпромом, находились вне компетенции собственно Минлегпрома. Взаимная зависимость была весьма высока. К примеру, если по причине низкосортного сырья или отсутствия качественных красителей не удавалось обеспечить нужное качество тканей и кожи, то автоматически «летело» и все перспективное моделирование одежды и обуви. Для выпуска модных изделий часто требовалось новое оборудование или приобретение зарубежных лицензий. Путь же согласований всегда был долг и полон бюрократической волокиты. В результате мода уходила далеко вперед, и даже после положительного решения вопрос мог терять свою актуальность.

2. В СССР основой хозяйствования являлся пятилетний план. ВИАЛегпром брался ежегодно прогнозировать моду — только на один год с небольшим вперед, тогда как для перестройки предприятий легкой промышленности в соответствии с модой требовалось значительно больше времени. Ежегодная смена ассортимента продукции массового фабричного производства в соответствии с рекомендациями ВИАЛегпрома оказывалась не только невыгодной, но практически неразрешимой задачей. Отдельные же попытки такого рода приводили только к неразберихе: едва приступив к освоению новой продукции, предприятия уже получали новые указания — перестраиваться в соответствии с модными тенденциями следующего года и т.д. В итоге следование моде носило рекомендательный характер. На практике это выражалось в том, что предприятия сначала обязывались в директивном порядке, а позже материально стимулировались просто регулярно обновлять часть своего ассортимента.

3. Крупные швейные фабрики, в отличие от ВИАЛегпрома, который долгое время специально не занимался изучением потребительского спроса⁶³, поддерживали регулярные контакты с предприятиями торговли (в том числе через так называемые «расписания» и ярмарки). Торговля охотно напрямую заказывала предприятиям «ходовые модели». Но поскольку заявки торговли по определенной номенклатуре изделий, основанные на текущем спросе, нередко не соответствовали прогнозам ВИАЛегпрома, швейные фабрики оказывались «между двух огней». Конечно, ВИАЛегпром не мог гарантировать 100%-ную точность своего прогноза развития моды или «обеспечить» соответствующее покупательское поведение. В случае, если прогноз не оправдывался (а такие случаи, по признанию работников Института, имели место⁶⁴), ВИАЛегпром не нес за свою ошибку никакой ответственности. Зато в условиях вводившегося с середины 1960-х годов хозрасчета «затоваривание» продукцией означало отсутствие прибыли, что било по материальным интересам производителя и продавца.

⁶³ В 1980-е годы в его структуре появился Отдел изучения спроса.

⁶⁴ Интервью с Н.М. Агаревской 10 мая 2007 г., Москва.

По воспоминаниям сотрудников ВИАЛегпрома⁶⁵, Институт и Минторг регулярно дискутировали не только по фасонам, но даже по перспективной цветовой гамме одежды. В частности, уже в 1980-е годы ВИАЛегпром настаивал на включении в ассортимент швейных изделий, выпускаемых в СССР, большего количества изделий более светлых, нарядных тонов. Торговля возражала, ссылаясь на непрактичность светлой одежды, которую якобы не будут покупать. Каждое ведомство преследовало свои цели. В частности, ВИАЛегпром, формируя рекомендации для промышленности, пытался не только быть в русле модных тенденций, но и через ассортимент одежды промышленного уровня воспитывать у населения «культуру одеваться». Интерес торговли был сугубо практический: продать как можно больше товаров и получить выручку. Как говорили по этому поводу специалисты ВИАЛегпрома, торговля, вместо того, чтобы «повышать планку», идет на поводу у (не всегда высокого вкуса) населения. Тем не менее, понимая необходимость налаживания связей легкой промышленности с торговлей, в 1970-е годы ВИАЛегпром выступил инициатором организации выставок-ярмарок, проводившихся в его здании дважды в год. Здесь фабрики выставляли свою продукцию и обсуждали возможности сотрудничества с представителями торговли.

Моделирующие структуры швейных предприятий

Исторически так сложилось, что все крупные швейные и трикотажные фабрики советского Минлегпрома имели свои моделирующие подразделения — экспериментальные лаборатории и цеха. Они возникли на заре индустриализации, когда в отрасли еще не существовало специализированных моделирующих структур в виде Домов моделей. Экспериментальные цеха и лаборатории занимались моделированием одежды массового производства, выпускаемой затем данной фабрикой. Более того, именно моделирующие подразделения швейных, трикотажных и обувных фабрик легпрома стали в свое время родоначальниками практически всех региональных Домов моделей, созданных именно на их базе.

Логично было предположить, что после создания к 1960-м годам в Минлегпроме разветвленной системы специализированных Домов моделей, предприятия перестанут заниматься самостоятельным моделированием. Однако этого не произошло. Напротив, после создания стройной системы Домов моделей, о которой говорилось выше, фабричные лаборатории не только продолжали действовать, но даже значительно укрепились после хрущевских реформ, особенно в

⁶⁵ Там же.

ходе гиперконцентрации швейного производства в связи с созданием гигантских производственных швейных объединений (ПШО) в 1970-х годах. К примеру, в огромной Москве после слияний образовались специализированные ПШО, которые можно было пересчитать по пальцам: «Салют» и «Сокол» (производство верхней одежды), «Радуга» (производство плащей), «Большевичка» (производство мужских костюмов), «Вымпел» (производство военной формы), «Смена» (производство детского ассортимента) и «Женская мода» (производство женского платья и костюмов).

На ПШО «Женская мода» ежегодно производилось 600—700 тыс. изделий, причем размер партий колебался от 200 штук (свадебные платья) до 20 тыс. штук при среднем размере серий одежды в 2—3 тыс.⁶⁶

Во всех ПШО были организованы довольно мощные моделирующие подразделения, готовые взять на себя инициативу в моделировании одежды и составить конкуренцию даже специализированным Домам моделей легпрома. На некоторых ПШО появились даже свои худсоветы, которые обсуждали и принимали новые модели, разработанные фабричными специалистами. Сам факт создания предприятиями худсоветов означал приобретение определенной автономии в вопросах моделирования.

В числе прочих предприятий собственная экспериментальная лаборатория действовала на крупнейшем столичном ПШО «Женская мода», возникшем в начале 1970-х годов в результате объединения трех крупных швейных фабрик — «Москвичка» (до 1966 г. фабрика № 11), «Чайка» (бывшая фабрика № 43) и Истринская швейная фабрика. «Женская мода» считалась одним из самых передовых ПШО в отрасли. Об уровне моделирования на «Женской моде» хорошо говорит хотя бы такой факт: в начале 1970-х годов сразу четыре разработанные здесь модели одежды попали в общую «направляющую» коллекцию СССР на 1973—1974 гг., которая была показана на ежегодном конкурсе одежды социалистических стран в Румынии⁶⁷.

В 1970—1980-е годы на ПШО «Женская мода» ежегодно выпускалось массовыми партиями около 300 моделей одежды, причем только одна фабрика «Москвичка» (его головное предприятие) пошивала порядка 150 моделей. Практически ежегодно происходила смена ассортимента, так что в последующем году разрешалось продолжать пошив только тех моделей, которые пользовались устойчивым спросом потребителей, и это должно было быть подтверждено соответствующими заявками торговых организаций.

На объединении был создан свой Худсовет. Новые модели для «Женской моды» в основном поступали из ОДМО, и только незначительная

⁶⁶ Интервью с бывшим директором ПШО «Женская мода» Т.Н. Баркановой 5 ноября 2007 г., Москва.

⁶⁷ Интервью с В.И. 8 октября 2007 г., Москва.

часть моделей (10—15%) ежегодно делалась самостоятельно фабричными модельерами в экспериментальной лаборатории ПШО. Если на все стадии выполнения заказа Домом моделей (от составления эскиза, прохождения различных согласований и до разработки технической документации) уходило до года, то на фабрике все это занимало всего несколько месяцев, а подчас по заданию руководства модели делались за 2—3 дня.

Оперативность стала особенно важным преимуществом в условиях ускорения циклов смены модных тенденций в мире. Именно по этой причине экспериментальные лаборатории предприятий не исчезли, а оказались востребованными, наряду с Домами моделей. К сожалению, приходится признать, что в основном фабричным модельерам отводилась не очень престижная роль «службы спасения». Обозначим основные случаи, когда руководство предприятия обращалось к услугам своих модельеров (помимо постоянной работы по «адаптации» новых моделей к условиям фабричного производства):

1. Когда выяснялось, что заказанная год назад и только что полученная из Дома моделей новая модель на самом деле уже вышла из моды и ее срочно требовалось заменить другой, более современной. Альтернативой в данном случае являлась покупка у «своего» или у другого Дома моделей уже готовой модели, однако к этому моменту в бюджете предприятия мог быть исчерпан лимит средств, предназначенных для этих целей.

2. Когда, с учетом запросов покупателей, торговые организации проявляли большую заинтересованность в производстве данной фабрикой швейных изделий определенных моделей и фасонов, отсутствующих на конвейере. Оперативная корректировка выпускаемого фасонного ряда могла быть произведена в основном силами фабричных модельеров.

Наряду с сильными сторонами, у моделирующих подразделений фабрик имелись и свои недостатки. Во-первых, они в очень большой степени зависели от руководства фабрикой, которое в первую очередь ориентировалось не на вопросы эстетики и моды, а на выполнение плановых показателей. Во-вторых, по сравнению с Домами моделей, большинство экспериментальных лабораторий были все же слабее как профессионально, так и по численности модельеров. К примеру, по словам бывшей сотрудницы ПШО «Женская мода» Валентины Ивановны Румянцевой, в экспериментальной лаборатории фабрики «Москвичка» (входила в ПШО «Женская мода») в 1970-е годы одно время трудилось всего три модельера⁶⁸. Руководство отраслью принимало определенные усилия, направленные на сглаживание противоречий и укрепление творческих связей между фабричными модельерами и специалистами Домов моделей. В частности, на базе

⁶⁸ Интервью с В.И. Румянцевой 18 января 2007 г., Москва.

региональных Домов моделей для первых устраивались методические совещания, семинары по обмену опытом, лекции и проч.

Но главное оставалось неизменным в течение всего послевоенного периода: Дома моделей рассматривались в качестве основных поставщиков новых моделей для массового фабричного производства, а экспериментальные лаборатории предприятий выполняли в этой системе дополнительную, «корректирующую» роль. Могло ли быть иначе? Судя по всему, альтернативы имелись. Дело в том, что руководители фабрик постоянно занимались лоббированием самостоятельного моделирования, и по мере укрупнения производства с соответствующим увеличением веса ПШО в отрасли возможности для такого рода лоббирования увеличивались. К этому подталкивали и экономические соображения, в связи с расширением экономической самостоятельности предприятий. В условиях реформирования экономики в середине 1960-х годов, когда предприятиям стали предоставляться дополнительные полномочия, они настаивали на самостоятельности в выборе номенклатуры производимых изделий.

Возьмем для примера знаменитую ленинградскую швейную фабрику «Большевичка», созданную в 1928 г. и специализировавшуюся на выпуске женской и детской верхней одежды высшего качества. Для разработки новых фасонов уже в 1930-е годы здесь возникла фабричная лаборатория и модельная мастерская⁶⁹. Еще в 1950-е годы «Большевичка» значительные партии одежды выпускала малыми сериями. Однако после начала технического перевооружения фабрики в конце 1950-х годов и установки здесь высокопроизводительного швейного оборудования делать малосерийную продукцию стало невыгодно. «Практически к сегодняшнему дню не конвейеризированными остались только потоки, на которых производится пошив изделий высшего качества малосерийным выпуском», — отмечала в 1962 г. директор фабрики А.А. Красовская⁷⁰.

К началу 1960-х годов большинство новых моделей для постановки на поток эта фабрика получала из считавшегося одним из лучших в стране Ленинградского Дома моделей, но некоторое количество моделировала и самостоятельно. К примеру, в 1961 г. соотношение было таково: из 200 моделей, внедренных в производство, 165 были заказаны у Дома моделей и только 35 (то есть, менее 20% моделей, что, однако, значительно больше, чем в среднем по стране) созданы фабричными художниками. Директор «Большевички» А.А. Красовская была явно недовольна таким положением вещей и тяготилась зависимостью от Дома моделей. Рассказывая в 1962 г. в разошедшейся большим тиражом книге о работе своей передовой фабрики, она в довольно категоричной форме предложила усилить роль фабричных специалистов в моделировании одежды. В качестве примера для подражания Красовская сосла-

⁶⁹ Красовская А.А. Указ. соч. С. 4.

⁷⁰ Там же. С. 9.

на опыт Венгрии, где новые модели в основном создавались именно на предприятиях. Так, родственная «Большевичке» по номенклатуре изделий будапештская швейная фабрика имени 1 Мая, на которой в порядке обмена опытом побывала Красовская, в начале 1960-х годов своими силами разрабатывала и внедряла в год до 500 новых моделей, а местный Дом моделей лишь консультировал ее относительно общего направления моды. Такое распределение обязанностей представлялось Красовской оптимальным и для швейной промышленности СССР⁷¹.

Тем не менее, Минлегпром не пошел на уступки в данном вопросе. В результате в 1960—1980-е годы в среднем 85—90% новых моделей, ежегодно запускаемых в СССР в массовое производство, разрабатывались Домами моделей, и только 10—15% делались фабричными специалистами⁷². В действительности практически все поступающие из Домов моделей образцы, как и прежде, в той или иной мере «дорабатывались» на фабрике в соответствии с ее технико-технологическими возможностями и нормативами массового производства. Зачастую богатые, нарядные модели на фабриках откровенно «упрощались», пошивались в иной по фактуре и цвету ткани, так что оригинальный образец трудно было узнать. В некоторых же случаях, судя по воспоминаниям модельеров, на фабриках даже не разворачивали комплекты чертежей и лекал, приобретенных в Доме моделей просто «для плана»⁷³.

Как и другие швейные предприятия столичного региона, ПШО «Женская мода» имело в ОДМО своего куратора, через которого шло оформление заказов на моделирование тех или иных изделий. Подготовленные в ОДМО эскизы обсуждались, корректировались, затем пошивались образцы одежды и к моделям изготавливалась техдокументация с лекалами. За все это фабрика производила оплату по фиксированному (утвержденному государством) прейскуранту.

Кроме того, часть новых моделей, потенциально предназначенных для фабричного производства, каждый Дом моделей делал вне систе-

⁷¹ Там же. С. 77—78.

⁷² Каждая новая модель заранее «заказывалась» фабрикой Дому моделей и затем выкупалась у него по госрасценкам. Дом моделей передавал образец модели в комплекте с лекалами и полным комплектом технической документации для ее запуска в массовое производство. Пропорции числа моделей, разработанных на фабрике самостоятельно и Домом моделей, заранее фиксировались в спускаемом «сверху» плане. Аналогичный план внедрения своих моделей в массовое производство, а также получения прибыли от продажи фабрикам новых образцов, имел и Дом моделей. Таким образом, эти структуры оказывались «в одной связке». Срыв плана грозил лишением премий для обеих сторон. В результате, даже если модель оказывалась неудачной, «слишком сложной», недоработанной, уже вышла из моды или по каким-то иным причинам не устраивала заказчика, он предпочитал брать и не поднимать шума. Все знали, что «доводка» модели еще впереди. Точно так же действовала и другая сторона, «закрывая глаза» на то, что, как правило, перед началом массового пошива даже самую блестящую и модную модель швейники существенного «дорабатывали».

⁷³ Интервью с Доминовым 20 июля 2007 г., Москва.

мы заказов от предприятий, на свой страх и риск, исходя из собственных представлений о перспективных тенденциях моды. Их предприятие тоже могло приобрести для себя. Отбирать готовые модели, как правило, ездили главный инженер и художники-модельеры объединения «Женская мода».

Тем самым, советские швейные фабрики, вынужденные регулярно обновлять производимый ими ассортимент, в принципе имели возможность пойти четырьмя путями:

1) приобрести у закрепленного за ними Дома моделей уже готовую понравившуюся модель;

2) заранее заказать своему Дому моделей моделирование конкретной вещи (делать это надо было загодя, поскольку на разработку новой модели уходил год и более);

3) приобрести готовую модель у другого Дома (например, объединение «Женская мода» периодически приобретало новые модели у Ленинградского Дома моделей, а некоторые предприятия из российских регионов — у Таллиннского Дома моделей);

4) сделать новую модель силами собственной экспериментальной лаборатории⁷⁴.

Однако на практике вариант № 2 получил наибольшее распространение, а вариант № 4 встречался довольно редко. Это было связано, во-первых, с довольно жестким «закреплением» предприятий за «их» региональными Домами моделей; во-вторых, с недостатком информации у фабрик о моделях «чужих» Домов; в третьих, с ограничениями на самостоятельное моделирование на фабриках. В частности, в ежегодных плановых показателях предусматривалось, сколько именно моделей фабрика должна приобрести у закрепленного за ней Дома моделей (на это ей выделялся соответствующий бюджет). Руководители отрасли опасались пустить дело на «самотек», поскольку в этом случае молодые и только набравшиеся опыта региональные Дома моделей (проводилась политика их укрепления и «поднятия» до уровня столичных) могли не выдержать конкуренции с ведущими Домами моделей страны, где работали лучшие модельеры. То есть, фабрики либо предпочли бы заказывать новые модели у самых известных модельеров в Москве, Ленинграде, Таллинне или Риге (поскольку стоимость работы везде была одинакова), либо, экономя средства, сделали бы упор на моделирование своими силами. Последнее тоже не устраивало руководство отрасли, поскольку качество моделирования в Домах моделей было все же выше. К тому же фабричные модельеры находились в сильной зависимости от руководства предприятий.

Проблема заключалась также в том, что даже после приобретения у Дома новой модели и техдокументации к ней фабричные специалисты

⁷⁴ Интервью с В.И. Румянцевой 18 января 2007 г., Москва.

все равно «дорабатывали» ее. По мнению В.И. Румянцевой, многие готовые модели ОДМО представляли собой образцы советской «высокой моды», которые были оторваны от повседневной жизни. По этой причине на фабрике оригинальные модели подвергались конструктивным изменениям. По словам Румянцевой, «мы все же были ближе, чем ОДМО, к торговле и к реальным запросам покупателей. Модельеры же ОДМО подчас реализовывали свою творческую фантазию»⁷⁵.

Моделирование одежды в службе быта

Индпошив в контексте потребительских тенденций второй половины XX в.

В 1960-е годы в СССР возникла по-настоящему уникальная отрасль экономики, история которой в научном плане пока что не изучена⁷⁶. Более того, ее название невозможно перевести ни на один иностранный язык, чтобы было понятно, о чем на самом деле идет речь. Имеется в виду система бытового обслуживания населения, руководимая специально созданными для этого республиканскими министерствами. Здесь было сконцентрировано все, что имело отношение к повседневному быту человека: ателье индивидуального пошива и ремонта одежды, парикмахерские и банно-прачечные комбинаты, химчистки, пункты проката, разнообразные сервисные центры и мастерские по ремонту и гарантийному обслуживанию часов, металлоизделий, электроприборов, автомобилей и т.д. С самого начала индивидуальный пошив и ремонт одежды стал важнейшим направлением деятельности службы быта.

Советское руководство понимало, что массовое производство не может полностью удовлетворить индивидуальные потребности и вкусы граждан. Тем более, что ученые прогнозировали: по мере повышения уровня материального благосостояния и роста духовной культуры стремление людей красиво, по моде одеваться только усилится. По словам бывшего главного художника Управления по индпошиву одежды Мосгорисполкома Н.А. Нестеровой, одной из причин того, что советское руководство в начале 1960-х годов сделало ставку именно на индпошив одежды, согласившись вложить немалые средства в создание по существу новой отрасли экономики, стало недовольство результатами работы отечественной легкой промышленности. Как отмечала Нестерова, она «шила добротную массовку, но людям, задумывавшимся не только о практичности вещи, но и о красоте и моде,

⁷⁵ Там же.

⁷⁶ Отдельные советские издания данной тематики не носят исторического характера. См., например: *Горанин А.И.* Бытовые услуги при социализме (вопросы теории, практика развития). Минск: Наука и техника, 1977.

одеть было нечего»⁷⁷. Тем самым ателье и фабрики индпошива были призваны стать своеобразным дополнением массовому швейному производству, а именно: обслуживать ту часть советских потребителей, которые наиболее взыскательны с точки зрения моды и качества пошива одежды. Кроме того, в свете общемировых тенденций второй половины XX в. нетрудно заметить, что курс на индпошив объективно стал советским ответом на вызов времени, девизом которого стала индивидуализация вкуса.

Не только на Западе, но и в странах-членах СЭВ значительная часть таких предприятий, включая и ателье пошива одежды, находились в частных руках либо в ведении кооперативов. И только СССР решил создать службу быта как индустриальную отрасль народного хозяйства, полностью управляемую государством. В числе прочего ставка была сделана на то, чтобы не только расширить сеть ателье индпошива и улучшить качество их работы (в этом смысле особое внимание предполагалось обратить на моделирование одежды в этой отрасли), но и сделать ранее довольно дорогой по стоимости индпошив доступным обычным советским гражданам.

Важно отметить, что эти советские новшества 1960-х годов совершенно не совпадали с некоторыми западными тенденциями тех лет. В связи с быстрым развитием производства качественной готовой (и сравнительно дешевой) одежды на любой вкус с наступлением потребительской революции распространенность индивидуального пошива в западном обществе неуклонно падала. Ателье закрывались, не выдерживая конкуренции с крупными универмагами и бутиками. Конечно, и на Западе индпошив по-прежнему считался лучше одежды массового производства. Однако он перестал быть доступным видом сервиса даже для выросшего численно среднего класса. По мнению специалистов в области потребления, уже с 1970-х годов на Западе пошив одежды по индивидуальной мерке превратился в признак роскоши, которую могли себе позволить лишь состоятельные люди.

Простой советский человек, приходя в те годы в ателье, вряд ли осознавал, что по иноземным стандартам он просто «роскошествует». В отличие от Запада, СССР регулировал ценообразование и имел возможность не только дотировать детскую одежду в магазинной торговле (что общеизвестно), но и (что малоизвестно) искусственно «выравнивать» розничную цену фабричной одежды и заведомо более дорогих по себестоимости вещей, производимых в индпошиве. Такое регулирование цен рассматривалось как важная часть социально-экономической политики государства. Советское массовое фабричное производство было высокорентабельным, в том числе и за счет того, что розничные цены на готовую одежду в магазинах искусственно завышались государством.

⁷⁷ Интервью с Н.А. Нестеровой 26 октября 2006 г., г. Москва.

Иной была ситуация с индпошивом, который с экономической точки зрения был малоприбылен для государства, если не убыточен вообще. Индивидуальный характер работы определял высокую себестоимость услуг. Основная проблема здесь заключалась в принципиальной установке власти: стоимость индпошива должна быть сопоставима с магазинной ценой готовой одежды. Это означало, что в магазине советский человек сильно «переплачивал» государству за готовую одежду, зато в ателье индпошива порою «недоплачивал» ему же.

При создании сети ателье принимались во внимание интересы тех 15–20% населения с «нестандартными» фигурами, которые не могли подобрать себе готовую одежду в магазинах и, как предполагалось, вынуждены будут обращаться в ателье. В индпошив шли также люди с «нестандартным вкусом». В частности, известно, что советские швейные фабрики не выпускали, к примеру, розовые свитера или мужские пальто белого цвета по экономическим причинам (вряд ли найдется много желающих купить такие вещи) и дабы не воспитывать у людей дурной вкус. Зато любую «голубую мечту» клиента брались реализовать в ателье. Для потребителя курс государства на развитие индпошива, как важного широка на советском рынке услуг, было, безусловно, выгодным во всех отношениях. Расширялась возможность выбора, и в перспективе включались механизмы конкуренции между швейниками и индпошивом.

Еще одним конкурентом индпошива был назван частник. Перед Минбытом была поставлена задача — вытеснить частника и «взять» у него те деньги, которые, минуя копилку государства, потребитель отдаст теневой экономике. При формировании ценовой политики на свои услуги в регионах Минбыт вынужден был учитывать наличие частного рынка и сложившихся в нем негласных тарифов. В 1960-е годы ЦСУ СССР в ходе бюджетных обследований, а также только что созданные научные организации Минбыта приступили к мониторингу ситуации. Оказалось, что в сумме «негосударственный» (частный + самопошив) сектор швейных услуг вполне может составить конкуренцию «государственному» (массовое фабричное производство + индпошив).

Так, согласно официальным данным, в I-м квартале 1966 г. доля частника в объеме услуг по пошиву наиболее сложной в изготовлении женской верхней одежды (пальто, плащи и костюмы) составила по СССР 19% в городе и 32% на селе. Можно предположить, что легких летних платьев у государства приобреталось «слабым полом» еще меньше. К этому следует прибавить, что в семьях рабочих самостоятельно (т.е. в домашних условиях) пошивалось в это время более 60% считавшейся менее притязательной в плане модных фасонов детской одежды, а у колхозников — более 90%. Ремонт детской одежды тоже по традиции делался самими хозяйками (более 90% как в городе, так и в деревне).

Более того. Данные обследований показали, что пошить как мужскую, так и женскую и детскую одежду у частных лиц (как в городе,

так и в деревне) стоило дешевле, чем в государственных ателье индпошива. К примеру, в ателье Витебска (Белоруссия) в начале 1966 г. за пошив женского шерстяного платья требовалось выложить 9—15 руб., а у частного — 7—9 руб. В ателье Московской области сшить хлопчатобумажное платье стоило от 7 руб., а у частного не дороже 5 руб. При этом частник работал намного быстрее, а средний срок выполнения заказа в индпошиве в начале 1966 г. составлял 20 дней⁷⁸ (позднее он сократился).

Начальный период деятельности службы быта показал, что индпошив может конкурировать с частником при условии снижения гостарифов и сокращения сроков выполнения заказов. Но наиболее привлекательной для потребителя стороной индпошива, который «перетянет» его от частного, мог стать профессионализм, разнообразие модных моделей и более высокое, чем на дому, качество пошива. В связи с этим в повестку дня был поставлен вопрос о техническом перевооружении ателье индпошива и о создании в отрасли собственных моделирующих организаций.

Тема низкой рентабельности индпошива и путей ее повышения в 1960—1980-е годы не сходилась со страниц ведомственных изданий. Однако полностью решить эту проблему, как и обеспечить молодую отрасль передовой техникой, так и не удалось. Достаточно сказать, что, согласно статистике, в 1980 г. производительность труда одного работника Минбыта в среднем была в 7 раз ниже (!), чем в советской легкой промышленности⁷⁹. Однако и внутри самой многопрофильной бытовой отрасли индпошив относился к числу наиболее затратных направлений, а его рентабельность в 1960-е годы по России была (в зависимости от региона) в 2—4 раза ниже, чем, например, в металлоремонте.

Стремясь минимизировать издержки и добиться максимальной эффективности, правительство пошло по пути индустриализации индпошива. Периодически, правда, повышался и прейскурант цен. Но это вызывало недовольство части населения, уже привыкшего более-менее регулярно пользоваться услугами ателье: жителей городов из числа сравнительно хорошо обеспеченных материально партгосслужащих, военной и научно-преподавательской элиты, творческой (в особенности художественной и артистической) интеллигенции, а также имевших теневые доходы работников торговли и общепита. После повышения цен на услуги индпошива при Л.И. Брежнев в 1970-е годы по стране стала ходить крайне неприятная для власти частушка, демонстрирующая реакцию потребителей на ширпотреб, предлагаемый советскими магазинами:

В ателье мы шить не будем — это нам не по плечу,
Все мы голые поедим к Леониду Ильичу!

⁷⁸ Косяченко С. Отступи, «массовка» // Служба быта. 1967. № 5. С. 6.

⁷⁹ Служба быта. 1980. № 6. С. 34.

Однако периодическое повышение стоимости работы не вело к заметному оттоку клиентов из ставших еще более дорогими и престижными ателье. Это означало одно: в стране появилось немало людей, готовых платить за качественные эксклюзивные услуги.

Если в магазинах цены на одежду фабричного производства оставались более-менее стабильными, то в службе быта в 1970—1980-е годы государство вынуждено было пойти на дифференциацию стоимости пошива в зависимости от трех основных составляющих: во-первых, от разрядности ателье (то есть, от качества услуг); во-вторых, от характера пошиваемой одежды (например, фраки и смокинги были выделены в особую ценовую категорию) и от стоимости материала (изготовление одежды из наиболее качественных и дорогих материалов обходилось существенно дороже, чем из обычных); в-третьих, от возраста клиента: согласно государственному приоритету поддержки семьи и рождаемости, пошив одежды для детей и подростков до 17,5 лет обходился на 20—40% дешевле, чем аналогичных вещей для взрослых⁸⁰. С точки зрения социальной справедливости дифференциацию стоимости услуг индпошива можно признать верным шагом, поскольку ранее за счет искусственного выравнивания цен шло фактическое дотирование государством более обеспеченных категорий советских граждан, предпочитавших одеваться в лучших ателье.

Сравнение цен в магазинах и в ателье показывает, что в 1970—1980-е годы государство вынуждено было отказаться от идеи достижения сопоставимости цен в них. Точнее, сопоставимыми с магазинными розничными ценами можно в той или иной мере признать цены на изготовление одежды для взрослых в мастерских и ателье 2-го разряда из «обычных» тканей, а также теоретическую возможность заказа для себя подростками до 17,5 лет (конечно, из средств родителей) в ателье более высокой классности модной одежды по «взрослым» фасонам. Тем не менее, от желающих пошить одежду именно в хорошем ателье не было отбоя. Закройщица Наталья Рылькевич, работавшая с середины 1970-х годов в одном из минских ателье высшего разряда, вспоминала: «Мы в 7 часов открывались, а очередь клиенты еще с 5—6 часов занимали. А перед выпускными вечерами что творилось! Вообще под дверями ателье ночевали. Запись велась на полгода вперед»⁸¹.

⁸⁰ Если принять во внимание вышесказанное, то окажется понятным, например, почему в СССР довольно широкое распространение получил индпошив выпускниками средних школ нарядных костюмов к школьному балу, считавшемуся первым важным событием взрослой жизни. Поскольку школьникам не было еще 17,5 лет, то они имели 20%-ную скидку при пошиве в ателье модной молодежной одежды, которую трудно было приобрести в магазинах.

⁸¹ Советская Белоруссия. 2003. 23 апр. (№ 76); URL: <http://www.sb.by/print.php?articleID=27326>

Взглянем на Прейскуранты на изготовление и ремонт одежды, утвержденные Госкомцен соответственно в 1984 и 1978 гг.⁸² Судя по этим источникам, в зависимости от разрядности, в СССР существовало четыре типа предприятий индпошива: ателье высшего и первого разряда (часть из них для «солидности» стали называться Домами моды, то есть, в СССР были Дома моды высшего и первого разряда), ателье второго разряда и просто швейные мастерские.

Стоимость пошива той же самой одежды в ателье высшего разряда и в обыкновенной мастерской к середине 1980-х годов отличалась, судя по Прейскуранту, более чем в 2 раза. Существенной для клиента была и разница цен (в среднем около 35%) даже между самыми лучшими ателье высшего разряда и ателье следующего по классу первого разряда. Это означало желание государства поставить ателье высшего разряда в особое положение по сравнению с остальными.

Между тем предприятия высшего и первого разряда отличались от классом ниже тем, что в их штате имелись художники-модельеры, консультировавшие клиентов. Согласно вводной части к Прейскуранту 1984 г., в обязанность художников-модельеров входило помогать клиенту в выборе материалов, а также фасона изделия. По желанию заказчика художник-модельер был также обязан сделать эскиз или зарисовку будущей модели. При этом в случае оформления заказа его работа являлась бесплатной (она входила в стоимость пошива). Однако при отказе от услуг ателье клиент должен был все же заплатить за консультацию модельера, правда, символическую сумму, равную стоимости обеда в столовой, — 1 руб. Никакой предоплаты за пошив не предусматривалось, так что недовольный качеством работы клиент мог в любой момент отказаться забирать свой заказ и, соответственно, платить за него. В случае «исчезновения», правда, он терял стоимость материала. По этой причине чаще заказчики требовали от ателье переделки испорченной вещи.

Советские ателье шили по индивидуальным заказам практически любую одежду: для новорожденных и подростков, для мужчин и женщин, гражданскую одежду и униформу для военных. В принципе не было проблем заказать себе шикарный парчовый фрак или смокинг (правда, цены на их пошив были сопоставимы с месячной зарплатой многих категорий работников, да и шить их, судя по Прейскуранту, полагалось исключительно в ателье высшего и первого разряда, которые имелись только в крупных городах). Чаще всего люди со стандартной фигурой обращались в ателье для пошива одежды длительного пользования — пальто, костюма, платья и т.д., одежды для торжественных

⁸² Прейскурант № Б 02-01 на ремонт и обновление швейных изделий. М.: Прейскурантиздат, 1978 (утвержден Постановлением ГКцен РСФСР № 165 от 2 марта 1978 г., введен в действие с 1 июля 1978 г.); Прейскурант № Б 01 (01-15) на изготовление швейных изделий по индивидуальным заказам населения. М.: Прейскурантиздат, 1984 (введен в действие с 1 июля 1984 г.).

случаев и просто модных вещей, которые трудно найти в магазинах. Можно было при желании пошить себе (и даже отдать в ремонт!), к примеру, любое нижнее белье, вплоть до трусов и кальсон. Правила предусматривали также возможность приема заказов на дому с выездом на место закройщика и художника-модельера (такая услуга, в зависимости от заказываемой вещи, обходилась всего-навсего в 5—10 руб.).

К середине 1980-х годов официальные сроки выполнения индзаказов были сокращены директивным порядком до 10 суток для верхней одежды и 5 суток для пошива легкой одежды и нижнего белья (однако на практике они зачастую не выдерживались). Можно было, конечно, получить вещь и побыстрее, но за срочность изготовления требовалось доплатить от 30% до 40% к стоимости заказа.

Те, у кого не было времени ходить на примерки или ждать очереди к хорошему мастеру, могли воспользоваться все шире предлагаемыми ателье полуфабрикатами, выпускавшимися малыми сериями швейными фабриками индпошива по лучшим моделям художников-модельеров службы быта. В случае приобретения полуфабриката подгонка вещи по фигуре клиента могла быть произведена сразу же, на месте.

Реализация полуфабрикатов была для ателье во всех отношениях (в том числе и в экономическом, и в смысле выполнения плана) более простым и выгодным делом, чем крайне обременительная, а порою и убыточная работа с клиентом «с нуля». В 1980-е годы периодически достоянием гласности становились случаи, когда некоторые ателье под разными предлогами отказывались принимать заказы на индпошив, побуждая клиентов брать полуфабрикаты или идти на поклон к частным портнихам. В 1960—1980-е годы среди специалистов отрасли не стихали дискуссии относительно того, соответствует ли курс на развитие производства полуфабрикатов самой идее индивидуального пошива одежды, или же это приведет к фактической подмене полноценного индпошива обычным малосерийным производством одежды на швейных фабриках «бытовки» (с элементами индивидуального подхода к клиенту во время окончательной подгонки полуфабриката по фигуре покупателя, — услуга, присутствующая и во многих универмагах). Среди точек зрения была и такая: тенденция «обезличивания» индпошива одежды в условиях внедрения более рациональных методов (полуфабрикаты, бригадный метод пошива, попытки сведения к минимуму или вообще отказа от примерок и проч.) хороши для отрасли, но не для потребителя, который предпочитал индивидуальный подход.

Таким образом, курс на централизацию, специализацию и расширение «индустриализации» индпошива в госсекторе оказался «палкой о двух концах». С одной стороны, он позволил сделать отрасль более рентабельной, быстро усовершенствовать методики конструирования одежды, более гибко и оперативно, чем в легкой промышленности, внедрять новые модели, причем, такие, которые для условий мас-

сового фабричного производства были «непроходными» по причине «усложненности» фасонов, наличия модных вышивок, отделок и проч. С другой стороны, «индустриализация» и ее неминуемых спутник — «обезличка» толкали многих людей в объятия частных портных, которыми порою оказывались те же мастера государственных ателье, работавшие еще и «налево».

Служба быта: создание и начало работы отрасли

После Великой Отечественной войны основные силы и средства государства были брошены на налаживание массового фабричного производства одежды по образцам, разработанным модельерами Домов моделей. Созданная в середине 1930-х годов система государственных ателье индпошива возрождалась медленно. Так, в тресте «Ленинград-одежда» в 1954 г. насчитывалось всего лишь 24 пошивочных ателье по сравнению с 26 ателье в 1941 г.⁸³ То есть, на примере Ленинграда можно сказать, что даже в середине 1950-х годов не был достигнут довоенный уровень в плане обеспеченности населения индпошивом.

Новая система бытового обслуживания населения стала одновременно детищем хрущевских управленческих реформ и задач по реализации принятой в 1961 г. третьей Программы КПСС. Что касается первой составляющей, то концентрация в совнархозах, то есть, в единых руках, мелких, разрозненных, слабо оснащенных, принадлежавших к разным ведомствам и кооперации, трудно управляемых бытовых учреждений показала, на первый взгляд, свою эффективность и перспективность. Кроме того, это полностью соответствовало принципам концентрации и специализации, которые в то время считались приоритетными.

Создание единой отрасли и коренное техническое перевооружение предприятий службы быта как нельзя лучше вписывалось и в планы построения коммунизма. Дело в том, что предприятия службы быта к началу 1960-х годов действительно были технически и технологически отсталыми, уровень обслуживания в них вызывал массу нареканий граждан, а общая их численность была явно недостаточна. Реформа службы быта стала делом политическим, поскольку Программа КПСС уже пообещала: по мере приближения к коммунизму государственные ателье и мастерские возьмут на себя значительную часть бытовых проблем населения, высвободив тем самым дополнительное время для самореализации, культурного досуга, развития талантов и способностей людей.

⁸³ Лебина Н.Б., Чистиков А.Н. Обыватель и реформы: картины повседневной жизни горожан в годы нэпа и хрущевского десятилетия. СПб.: Дмитрий Буланин, 2003. С. 205.

Начало реформы было положено постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О мерах по улучшению бытового обслуживания населения» от 6 марта 1959 г. В нем была поставлена задача в ближайшие 2—3 года обеспечить население основными видами бытовых услуг. Предусматривалось увеличение финансирования и расширение сети ателье по пошиву и ремонту одежды и обуви. Планы по созданию отрасли были конкретизированы постановлениями ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 10 августа 1962 г. и от августа 1967 г. «О мерах по дальнейшему развитию бытового обслуживания населения». В них была представлена программа модернизации бытового обслуживания населения, прямо названного самым отстающим участком. С 1962 г. началась повсеместная организация региональных управлений бытового обслуживания населения. В их ведение передавались предприятия бытового обслуживания ликвидированной потребительской кооперации, а также разных министерств и ведомств. Основными структурными звеньями на местах стали комбинаты бытового обслуживания, оказавшиеся в двойном подчинении: Минбыта (в лице региональных Управлений бытового обслуживания) и местных органов власти — Советов⁸⁴. Одновременно началось создание сети учебных, научно-исследовательских и проектно-конструкторских организаций Минбыта, а также моделирующих организаций. Ключевую роль играл НИТХИБ — Научно-исследовательский технoхимический институт бытового обслуживания РСФСР, получивший статус головного в целом по стране. Главной кузницей кадров для отрасли стал Московский технологический институт Минбыта, который в том числе готовил художников-модельеров.

Начиная в 1960-е годы реформу службы быта, правительство вряд ли в полной мере представляло, с какими трудностями ему придется столкнуться. В том числе, какие гигантские объемы финансовых вложений потребуются направить в модернизацию и строительство предприятий службы быта по всей стране. При этом все проблемы приходилось решать одновременно. К сожалению, с первых дней недофинансирование объектов и программ приобрело хроническую форму. В связи с тем, что для оснащения новой отрасли требовалась особая техника, переоборудование «бытовки» было поручено новому министерству — Министерству машиностроения для легкой, пищевой промышленности и по производству бытовых машин. Но чтобы по-настоящему развернуться, ему требовался не один год.

Одновременно в «бытовке» началась срочная разработка норм потребления по видам услуг, совершенствование ценообразования и планирования. Вплоть до распада СССР здесь шел постоянный поиск

⁸⁴ История социалистической экономики СССР: в 7 т. М.: Наука, 1980. Т. 7: 1960—1970-е гг. С. 552—553.

оптимальной системы оплаты труда и нормирования⁸⁵, совершенствования структуры управления и самой формы предприятий службы быта в крупных городах и в сельской местности.

Острой оказалась и кадровая проблема. Потребности в специалистах обусловили создание сети ведомственных вузов, техникумов, ПТУ и других учебных заведений. В числе прочих Минбыт стал готовить для себя художников-модельеров, конструкторов одежды и технологов. В конце 1967 г. было принято решение о создании в СССР, помимо Московского технологического института еще двух аналогичных ведомственных вузов — на Украине (г. Хмельницкий) и на Дальнем Востоке (Владивосток), а также целого ряда курсов повышения квалификации модельеров⁸⁶. Однако новые учебные заведения начали давать реальную отдачу только к середине 1970-х годов.

Однако мало было подготовить специалистов. Важно было их еще и удержать. Техническое перевооружение происходило на практике лишь «локально». Выпускники ведомственных учебных заведений, получившие подготовку на современном учебном оборудовании, приходя на производство, испытывали настоящий шок, поскольку их знания не находили применения: в отрасли преобладал ручной труд. Даже в индпошиве одежды, где руководство активно старалось внедрять индустриальные методы производства, в ряде регионов не все обстояло так гладко, как на бумаге. К примеру, в 1970-е годы в Минбыте Молдавской ССР доля ручного (не механизированного) труда в общих трудовых затратах по индпошиву и ремонту одежды составляла от 60,4% до 87,1%⁸⁷. Неудивительно, что, например, швеи убегали на значительно лучше оснащенные фабрики легпрома, расположенные в том же городе. Поскольку условия труда были тяжелее, оборудование хуже, а тарифные коэффициенты в «бытовке» ниже, чем в родственных отраслях (например, в легкой промышленности, которая, кроме того, имела и значительно более привлекательную для работника систему соцкультбыта), то разница в мотивации труда вызывала «утеч-

⁸⁵ Принятые в других отраслях, например, в легкой промышленности единые принципы планирования и оплаты труда здесь негодились, поскольку бытовое обслуживание включало в себя фактически комплекс самых разных отраслей. К примеру, в середине 1960-х годов, когда предприятиям предоставили больше экономической самостоятельности, выработка на одного работника в химчистке или металлоремонте была в 2—4 раза выше, чем в более трудоемком индпошиве одежды. Директорам комбинатов службы быта оказалось выгодно развивать одни виды услуг и искусственно «морозить» другие. На первом месте в числе «невыгодных» оказался индивидуальный пошив одежды. Кроме того, основным критерием работы ателье индивидуального пошива долгое время являлось выполнение плана выпуска товарной продукции. На практике это означало, что ателье было выгодно шить одежду из своего, причем как можно более дорогого материала, и невыгодно брать недорогие заказы из материала заказчика.

⁸⁶ Служба быта. 1967. № 12. С. 5.

⁸⁷ История социалистической экономики СССР. Т. 7. С. 561.

ку» кадров не только в 1960-е, но и в 1980-е годы. Все это отражалось на результатах работы отрасли.

К началу 1966 г. в системе Министерства бытового обслуживания РСФСР в общей сложности трудилось 700 тыс. чел. Она включала в себя 90 тыс. предприятий и мастерских, в которых оказывались населению 300 видов услуг⁸⁸. Что касается собственно индивидуального пошива одежды, то на весну 1966 г. на всю огромную Россию (РСФСР) числилось около 12 тыс. швейных ателье индпошива, в которых трудилось 35 тыс. закройщиков. Однако первые же проверки их работы показали, что сравнительно немногие закройщики на местах (от 15% до 30%) регулярно следят за модой, знают и пропагандируют ее тенденции среди населения, а также имеют уровень подготовки, позволяющий пошить любой модный костюм. Подавляющее большинство закройщиков продолжали шить заказы для населения по старым фасонам и силуэтам, освоенным когда-то давно в процессе учебы. Типичной была ситуация в ателье далекого г. Верхнеуральска, куда, как писал один из журналистов в 1966 г., «современные направления моды... даже и не заглядывали»⁸⁹. Журналы мод попадали сюда редко, а местные закройщики зачастую не обладали такой квалификацией, чтобы просто по изображению или устному описанию сшить одежду, интересующую заказчика. Им для пошива нужны были подробные чертежи, а еще лучше — готовые лекала. В связи с этим остро встали вопросы переподготовки закройщиков и подготовки новых модельеров и конструкторов, а также распространения по всем ателье новинок моделирования и конструирования — модных журналов и альбомов, а также подробных описаний, чертежей и лекал моделей. Именно этим и стал заниматься главный моделирующий, конструирующий и научно-методический центр службы быта — Центральная опытно-техническая швейная лаборатория (ЦОТШЛ), о которой речь пойдет ниже.

Ситуация на местах

Между тем реформа отрасли затянулась фактически вплоть до конца 1960-х годов. В том числе и потому, что министерства и ведомства под разными предлогами препятствовали передаче своих ателье и других учреждений быта в ведение Минбыта РСФСР. По словам министра А.Н. Гандурина, к началу 1966 г. в Министерстве все еще не закончился организационный период, а его главк по индпошиву и ремонту

⁸⁸ Служба быта. 1966. № 1. С. 4. Общая численность предприятий службы быта выросла по СССР со 135,8 тыс. в 1960 г. до 239,4 тыс. в 1970 г. и 267,9 тыс. в 1979 г. По РСФСР соответственно рост составил 66,2 тыс. в 1960 г., 113,0 тыс. в 1970 г. и 119,1 тыс. в 1979 г. (История социалистической экономики СССР. Т. 7. С. 559).

⁸⁹ Аркадьев А. Тернист путь моды // Служба быта. 1966. № 4.

одежды, обуви и трикотажных изделий только приступал к работе⁹⁰. Аналогичное положение сложилось и в Белоруссии, где республиканское Министерство бытового обслуживания появилось только в середине 1960-х годов. К июлю 1967 г. в ведении Минбыта Белоруссии числилось 11 фабрик индпошива и ремонта одежды (ателье и мастерские входили в их состав), а также два производственных объединения (ПО) — «Прогресс» в Минске и «Рассвет» в Витебске⁹¹. К середине 1980-х годов в Белоруссии насчитывалось уже более 2,5 тыс. швейных и трикотажных ателье индпошива одежды⁹².

Основой для будущего Ташкентского ПО индпошива одежды стала местная кооперативная артель, существовавшая с 1929 г. и к 1960-м годам объединявшая всего 150 бывших надомников. В 1980 г. в Ташкентском ПО индпошива трудилось уже 4 тыс. чел. с 68 ателье⁹³. Особенностью среднеазиатских республик стало то, что здесь были организованы пользовавшиеся большой популярностью фабрики индпошива женского национального платья.

Производственные объединения были признаны наиболее прогрессивными формами организации бытового обслуживания населения. Господствовал принцип: «чем крупнее объединение, тем лучше», основанный на экономических расчетах. Крупные производства были действительно более производительными и менее затратными. Вопрос в том, можно ли в полной мере такой сугубо «индустриальный», обезличенный подход совместить с индивидуальным характером заказа? По этому поводу в газетах и журналах шли острые дискуссии⁹⁴.

В Ярославле в результате объединения местных предприятий индпошива одежды в 1964 г. была создана фирма «Волга», которую в 1966 г. преобразовали в ПО «Волга». По сравнению с фирмой она стала крупнее за счет объединения предприятий индпошива не только Ярославля, но и Рыбинска. При ПО «Волга» действовал экспериментальный цех со штатом модельеров. В 1967 г. в Ярославле началось

⁹⁰ Служба быта. № 1. С. 4.

⁹¹ Там же. 1967. № 7. С. 1.

⁹² Советская Белоруссия. 2003. 23 апр. (№ 76).

⁹³ Служба быта. 1980. № 4. С. 24.

⁹⁴ Дискуссия вспыхнула в 1970 г. после появления в «Неделе» (популярном еженедельном приложении к газете «Известия») статьи «Куда исчезают мастера?». В ней индустриальный (бригадный) метод индпошива был подвергнут критике за то, что он ведет к исчезновению индивидуального почерка мастера и его ответственности за конечный результат. В журнале «Служба быта» представители этого ведомства назвали такую точку зрения ретроградной. Помимо экономических соображений, они ссылались в том числе на использование аналогичного советскому бригадного метода пошива модной одежды на ведущих парижских фирмах Кристиана Диора и Коко Шанель. По этому поводу см., например, статью начальника управления «Ленинградодежда» Н. Селезневой «Будущее за ними» (Там же. 1970. № 10. С. 23—24).

строительство Дома моды, что позволило в перспективе сконцентрировать работу в одном месте и перевести индпошив на поток⁹⁵.

Впрочем, некоторые фабрики индпошива по размерам и качеству работы ничем не уступали производственным объединениям. Весь СССР ездил знакомиться с опытом таллиннской фабрики индпошива «Лембиту», где одним из первых был организован цех полуфабрикатов, и заказы по ним исполнялись в тот же день. В Перми осенью 1966 г. были объединены сразу четыре комбината бытового обслуживания, которые специализировались на пошиве и ремонте одежды. На их базе возникла Пермская швейная фабрика № 1 индпошива. В ее составе оказалось 33 ателье во всех районах города, а в штате в общей сложности 2250 чел. работающих⁹⁶. На фабрике имелся экспериментальный цех с модельерами, был организован Худсовет. Демонстрации моделей, созданных модельерами этой фабрики и утвержденных Худсоветом, в конце 1960-х годов устраивались дважды в неделю на двух городских площадках — в местном Доме быта «Алмаз», а также в небольшом демонстрационном зале крупнейшего городского ателье «Элегант». В 1968 г. экспериментальный цех швейной фабрики № 1 еще не имел в штате манекенщиц. Поэтому для демонстрации своих моделей на договорных началах приглашались манекенщицы из Пермского Дома моделей одежды системы Минлегпрома. Худсовет этой фабрики заседал каждую среду. В 1968 г. он состоял из 13 человек, все — сотрудники данной фабрики: художники-модельеры, главный инженер, конструкторы, лучшие закройщики и др. Отобранные Худсоветом образцы передавались в экспериментальный цех для «доводки». После чего они предлагались клиентам через сеть фабричных ателье индпошива. Только за первый год (1967-й) своей работы Пермская фабрика № 1 внедрила более 100 своих моделей, приглянувшихся жителям города⁹⁷.

В зависимости от региона СССР уровень распространенности индивидуального пошива одежды и обуви существенно отличался. В 1970—1980-е годы в городах он был заметно выше, чем в сельской местности. Так, в 1966 г. объем услуг службы быта в сельской местности не превышал 22% от услуг, полученных в среднем горожанином. К 1975 г. эта доля несколько сократилась. Тем не менее, и в конце 1970-х годов в среднем житель села продолжал получать вдвое меньше бытовых услуг, чем среднестатистический житель города⁹⁸. Однако средние цифры не давали реальной картины. На деле получалось, что в 1980 г. в масштабах территории СССР разница в объеме предоставляемых бытовых услуг составляла: для городского населения — в 3 раза, а для сельского — в 6 раз. Это означало, что жители Москвы и Ленинграда находились в значительно

⁹⁵ Там же. 1967. № 7. С. 19.

⁹⁶ Михайлов Ал. Очень напряженный год // Служба быта. 1968. № 4. С. 13.

⁹⁷ Там же.

⁹⁸ Служба быта. 1980. № 4. С. 3.

более выгодном положении, чем жители небольших городов Сибири. А доступность бытовых услуг для населения лучших сел Европейской части России была в 6 раз выше, чем для жителей дальних деревень Урала или Сибири. Этот огромный контраст в доступности благ цивилизации подчеркивал неравномерность развития регионов Советского Союза.

Между тем в стране уже с 1960-х годов официально существовали научно обоснованные нормативы по количеству предприятий службы быта, в том числе и ателье индпошива, на определенное число жителей региона или микрорайона. К примеру, в конце 1970-х годов ориентир был таков: одно комплексное предприятие службы быта обслуживает 1 тыс. местных жителей⁹⁹. Однако на практике эти нормативы удалось соблюдать преимущественно в крупных городах, где, по крайней мере, вопрос численности и шаговой доступности ателье индпошива удалось в основном решить уже в 1970-е годы. К примеру, в 1980-е годы было установлено, что для комфортной жизни рядового москвича на 1 тыс. жителей столицы должно приходиться как минимум 1,83 рабочего места в ателье по пошиву и ремонту одежды. Согласно этим нормам, к моменту распада СССР Москве требовалось порядка 800 ателье службы быта. Приблизительно столько их и было в то время¹⁰⁰. Но если к этому числу добавить еще почти такое же количество разного рода ведомственных ателье (начиная с ЦК КПСС, Совмина, КГБ, МИД, Академии Наук и кончая знаменитым ателье столичного ГУМа, не входивших в «бытовку»), бравших на себя немало потенциальных клиентов, то становится понятным, что возможности для индпошива одежды в столице СССР были в целом очень неплохие. Даже с учетом того, что часть заказчиков были жителями Подмосковья и гостями столицы.

Иная ситуация сложилась в малонаселенных регионах страны. С одной стороны, правительство понимало, что не сможет в ближайшем будущем из-за недостатка материальных ресурсов построить на каждой колхозной усадьбе Дом быта с ателье индпошива. Поэтому строить в первую очередь начинали там, где, как ожидалось, предприятия будут более-менее рентабельными и вложенные средства побыстрее окупятся. Но для этого как минимум требовались клиенты. Экономические расчеты показывали, что в малонаселенных регионах такое строительство убыточно. Открытие каждого нового Дома быта в сельской местности становилось настоящим событием, к которому приковывалось внимание общественности. К примеру, главная газета страны «Правда» в номере от 9 октября 1971 г. рассказала читателям об открытии Дома быта в с. Знаменке Тамбовской обл.

С другой стороны, ситуация, когда ближайшее учреждение бытовых услуг располагалось в среднем за 50 км от места жительства граж-

⁹⁹ История социалистической экономики СССР. Т. 7. С. 558.

¹⁰⁰ URL: www.supernew.ej.ru/064/life/11/

данина, становилась тоже нетерпимой. К началу 1970-х годов при начаточном состоянии автомобилизации значительная часть негородского населения тем самым отсекалось от благ цивилизации. Вопрос все больше приобретал политический оттенок, поскольку условия жизни в городе и в деревне по ряду позиций никак не хотели «сближаться», в соответствии с Программой КПСС. Как сделать, чтобы мода все же проникала в самые отдаленные селения?

Оригинальной попыткой выхода из ситуации стали автопередвижные приемные пункты, которые начали оборудоваться в середине 1960-х годов Орджоникидзевским металлокомбинатом Минбыта на базе грузовика ГАЗ-63. Наличие обеих ведущих осей превращало скромную передвижку в настоящий вездеход, способный колесить по бездорожью. Эта гордость советской конструкторской мысли с системами обогрева и охлаждения кузова стала одним из «хитов» советской экспозиции на Всемирной выставке моды 1967 г. в Москве.

Сообщалось, что к тому времени по советским дорогам уже ездили 250 таких машин. Внутри кузова размещалось нечто вроде мини-ателье: стол для раскроя и ящики для хранения тканей, вешалки с полуфабрикатами одежды, зеркало, мягкие кресла и столик с журналами мод для клиентов. После того, как передвижка въезжала в очередное село, для жителей через громкоговоритель транслировалась заранее записанная на пленку информация: какие вещи люди могут заказать, сроки исполнения и стоимость заказов по индпошиву. Последующее культурное обслуживание клиентов (консультации, ознакомление с журналами мод, обмер и проч.) шло с музыкальным сопровождением. При этом сельчане сбегались не только воспользоваться случаем и сделать заказ, но и посмотреть на диковинный для глухой деревни середины 1960-х годов магнитофон «Орбита», которым были оборудованы все передвижки¹⁰¹.

В конце 1960-х — начале 1970-х годов автопередвижки стали очень популярными. В некоторых регионах они получили привлекательное название «ателье мод» на колесах. В 1971 г. газета «Правда» в одном из номеров в рубрике «Новь наших сел» сообщала, что работники Наманганской фабрики индпошива направили в хлопководческие хозяйства района свое передвижное «ателье мод». В кузове грузовика лежали заранее сшитые на фабрике индпошива полуфабрикаты одежды. Сопровождавшие «ателье мод» закройщики предлагали удивленным хлопкоробам прямо в поле, в перерыве между уборкой хлопка, подогнать по фигуре понравившееся платье или пиджак. «Правда» подала этот факт как важный почин, подтвердив тем самым наличие в стране серьезной проблемы: слабой доступности «модных услуг» вдали от крупных городов¹⁰².

¹⁰¹ Владимиров И. Участвуем на первой международной выставке «Одежда» // Служба быта. 1967. № 11. С. 18—22.

¹⁰² Правда. 1971. 9 окт.

Конечно, возможности горожан пошить себе модную одежду были несравненно лучше. Самым благоприятным можно признать положение в Москве, Ленинграде и столицах союзных республик. К примеру, в Москве Управление пошива и ремонта одежды по индивидуальным заказам населения Мосгорисполкома было создано в 1967 г. в результате слияния упраздненного треста «Мосиндодежда» (в его составе находились лучшие ателье) и «обычных» городских учреждений бытового обслуживания¹⁰³. К концу 1970-х годов в распоряжении Управления находилось огромное хозяйство в виде порядка 530 швейных ателье индпошива, объединенных в фабрики индпошива по районам Москвы, а также десятка межрайонных специализированных производственных объединений по изготовлению по индзаказам граждан: меховой одежды («Зима», 42 ателье и экспериментальный цех), женского нижнего белья («Грация», 26 ателье), одежды больших размеров («Элегант», 9 ателье), изготовление на заказ детской и подростковой одежды («Юность», 31 ателье), «Головные уборы» (21 ателье), а также фабрики «Трикотажница» (13 ателье) и 36 специализированных ателье по ремонту (обновлению) старой одежды¹⁰⁴.

Одной из передовых в столице считалась швейная фабрика индпошива одежды № 6, в составе которой имелось 31 ателье (1,5 тыс. чел. работников), расположенных в одном из районов Москвы. В 1979 г. фабрикой было выполнено рекордное для нее количество — 230 тыс. заказов населения¹⁰⁵. Всего же, по словам бывшего главного художника Управления пошива и ремонта одежды по индивидуальным заказам населения Мосгорисполкома, в Москве в 1970-е годы ежегодно выполнялось порядка 5 млн. (!) индзаказов на пошив одежды только через ателье Минбыта (исключая ателье иных ведомств)¹⁰⁶. Это было практически равнозначно численности жителей столицы. При этом Москва располагала самой высокой разрядностью ателье в стране, то есть, качество пошива здесь было более высоким. Большие очереди в столичных ателье свидетельствовали о том, что, несмотря на всем известные недостатки отрасли, индпошив сохранял популярность среди населения и был сравнительно доступен.

Выделялась в масштабах страны и Прибалтика. Так, в 1980 г. Рижское объединение индпошива «Ригас модес» (3,5 тыс. чел. работаю-

¹⁰³ Решение Мосгорисполкома от 28 октября 1967 г. 14 марта 1987 г. решением Совета Министров СССР Управление индпошива Мосгорисполкома было объединено с управлениями бытового и коммунального обслуживания населения, в результате слияния которых возникло единое Главное управление бытового обслуживания населения Мосгорисполкома (Главмосбыт).

¹⁰⁴ Благодарим бывших сотрудников МДМ за предоставление справочника учреждений и организаций Управления пошива и ремонта одежды по индивидуальным заказам населения Мосгорисполкома.

¹⁰⁵ Заказчик всегда прав // Служба быта. 1980. № 6. С. 18.

¹⁰⁶ Интервью с Н.А. Нестеровой 26 октября 2006 г., Москва.

щих) имело 4 производства с 10 цехами (швейное, трикотажное, меховое и головных уборов), 85 ателье и мастерских пошива одежды. Если сравнить количество заказов, выполняемых этим единственным в Риге объединением индпошива с численностью рижан, то окажется, что в 1979 г. каждый третий житель Риги сшил себе одежду в швейном ателье индпошива и каждый шестой — в трикотажном. В «Ригас модес» имелся большой экспериментальный цех, где модельеры ежегодно разрабатывали для своих клиентов сотни новых моделей модной одежды¹⁰⁷. Аналогичная работа проводилась в рижском обувном объединении индпошива «Ригас апави», тоже славившемся своими модельерами¹⁰⁸.

Еще более впечатляющую статистику можно привести по г. Каунасу (Литва). На рубеже 1970—1980-х годов здешняя фабрика индпошива одежды «Мада» (1,4 тыс. работников) имела в своем распоряжении 30 ателье и мастерских, а также экспериментальный цех. В нем модельеры к каждому сезону разрабатывали по 25—30 новых моделей одежды, которые затем предлагались клиентам. В общей сложности в 1979 г. «Мада» выполнила более 600 тыс. заказов по индпошиву одежды. При сравнении с общей численностью населения Каунаса выходит, что в 1979 г. каждый житель города справил в индпошиве почти по 2 обнвы¹⁰⁹.

Показательно, что тенденции моды влияли даже на изменения в организации индпошива. Скажем, то же самое объединение «Ригас модес» появилось в начале 1979 г. при следующих обстоятельствах. До этого в Риге изготовлением одежды по индзаказам занималось два объединения — швейное «Лига» и трикотажное «Силуэт». Проблемы начались, когда в моду вошли комбинированные изделия из ткани и трикотажа. К огорчению жителей, оказалось, что ни в «Лиге», ни в «Силуэте» их не делают, и начался спад заказов. В начале 1979 г. было решено создать единую «Ригас модес», чтобы в будущем избежать подобных проблем¹¹⁰.

Ситуация в Риге была типичной, поскольку и в других регионах страны в системе индпошива одежды к концу 1970-х годов сформировалось две автономные подсистемы: швейная и трикотажная. У каждой были свои модельеры, которые создавали «свою» моду. В конце 1970-х годов, опираясь на опыт Риги, началось их объединение и в других регионах СССР.

Задача поставить индпошив, как и всю отрасль в целом, на индустриальные рельсы и добиться рентабельности отрасли решалась путем концентрации, специализации и укрупнения производства. На региональном уровне сеть ателье индпошива постоянно увеличивалась, но сами ателье все больше превращались в пункты по приему

¹⁰⁷ Служба быта. 1980. № 2. С. 9.

¹⁰⁸ Там же. С. 15.

¹⁰⁹ Там же. № 9. С. 20.

¹¹⁰ Там же. № 6. С. 20.

заказов от населения и осуществления мелкого ремонта и «подгонки» одежды по фигуре. Собственно для пошива заказы направлялись из ателье на местную фабрику индпошива или ПО, производственный процесс на котором мало чем отличался от обычной швейной фабрики легпрома: конвейерное производство и работа бригадным методом, когда каждый работник отвечает только за свою операцию. Разница заключалась в том, что в первом случае на потоке находилось множество постоянно меняющихся фасонов, моделей и параметров платья (в соответствии с обмером фигуры клиента). На фабриках же легпрома шились массовые серии одежды, что делало их заведомо более рентабельными.

Тем не менее, активное внедрение индустриальных методов поставило в повестку дня вопрос о срочной разработке единого метода конструирования одежды по индпошиву наподобие тому, что уже существовал в системе легпрома применительно к массовому производству. Эта задача была успешно решена силами ЦОТШЛ, и, к примеру, Пермская фабрика уже с 1968 г. начала внедрять у себя единый метод конструирования¹¹¹. Он предполагал пошив одежды по заранее определенным «стандартным типовым фигурам».

Журнал «Служба быта»

С 1963 г. стал выходить ежемесячный ведомственный журнал «Служба быта» — орган Министерства бытового обслуживания населения РСФСР и ЦК профсоюза рабочих коммунально-бытовых предприятий РСФСР. Его огромный тираж (уже в 1966 г. — 1,55 млн. экз.), популярный характер статей и обилие изобразительного материала превращали «Службу быта» в массовое издание, имевшее влияние на формирование общественного мнения. Этот журнал вплоть до середины — конца 1970-х годов давал довольно объективную картину положения дел в отрасли. Заметное место на его страницах отводилось вопросам моды и культуры одежды. Он играл заметную роль в обсуждении насущных проблем бытового обслуживания, в пропаганде передового опыта и ознакомлении читателей с лучшими работниками и предприятиями отрасли. «Публикуя модели одежды, обуви, головных уборов, аксессуаров, мы не только знакомим миллионы читателей с тем, что красиво, практично, модно, но и даем конкретные рекомендации работникам бытового обслуживания страны», — говорилось в № 7 за 1967 г. от имени редакции в новой постоянной рубрике журнала под названием «Слово лучшим модельерам»¹¹².

¹¹¹ Там же. 1968. № 4. С. 13.

¹¹² Там же. 1967. № 7. С. 32.

О лучших работниках и наиболее важных профессиях службы быта (в том числе о модельерах и закройщиках) рассказывалось чуть ли не в каждом номере журнала. На обложке 4-го номера за 1966 г. был помещен портрет лучшего московского закройщика системы индпошива К.Н. Петуховой, а на обложке № 11 за тот же год — фото закройщика-модельера ателье № 4 г. Якутска М.Н. Максимова. В 1967 г. в первом номере журнала был опубликован очерк о ленинградском закройщике одежды в третьем поколении Д.А. Маргулисе, а в № 4 — фоторепортаж о талантливом 33-летнем модельере Владимире Несмияне — художественном руководителе крупнейшей в Киеве фабрики индпошива одежды¹¹³.

Уже в следующем — пятом номере журнала за 1967 г. была опубликована статья Ю. Хоботова «Ее орден» о только что ставшей кавалером ордена Трудового Красного Знамени талантливой пермской закройщице и модельере-самоучке Анне Васильевой, которую называли «пермской Ламановой» (с ее фотографией). Васильева с 16 лет работала портнихой в ателье, училась у мастера Израиля Друкера, затем окончила курсы закройщиков в Ростове-на-Дону. Успешно выступала со своими моделями одежды на областных выставках мод индпошива, проводившихся под эгидой Минбыта РСФСР¹¹⁴.

В № 2 журнала за 1980 г. была помещена статья (с фото) об одном из лучших художников-модельеров СССР Лидии Александровне Данилиной. К тому времени она трудилась художественным руководителем московского ателье № 30 «люкс» (в составе швейной фабрики № 10), что в самом центре на ул. Герцена. Данилина была потомственной портнихой, а модельером начала работать с 1937 г. (к 1980 г. ей было уже за 70 лет). В послевоенные годы ее авторские модели одежды получили признание на многих международных выставках, в том числе на выставке одежды в Париже в середине 1970-х годов. Ездил она со своими моделями платьев и на Всемирную выставку одежды в США¹¹⁵.

С середины 1960-х годов в регионах страны под эгидой республиканских Министерств бытового обслуживания населения стали регулярно проводиться конкурсы на лучшего закройщика-модельера индпошива, которые популяризировались в СМИ и с большой заинтересованностью воспринимались местным населением (после посещения конкурсов в качестве зрителей потенциальные заказчики стремились попасть именно к лучшим мастерам). Такие конкурсы и сопровождавшие их публикации делали закройщиков еще более узнаваемыми и уважаемыми людьми.

В одном из номеров журнала «Служба быта» за 1966 г. подробно, с фотографиями рассказывалось о победителях конкурса, проводивше-

¹¹³ Там же. № 4. С. 16—17; № 1. С. 26—27.

¹¹⁴ Там же. № 5. С. 7.

¹¹⁵ Кириллова И. Художник «Люкса» // Служба быта. 1980. № 2. С. 31.

гося в 1965 г. в Москве: о А.И. Бергере, В.Ф. Богомолоче, А.И. Блиндере, К.Н. Петуховой и Б.А. Штеренберге. Эти пятеро были отобраны жюри из 21 закройщика столичных ателье, пробившихся во второй тур, а всего в конкурсе участвовало 1211 (!) человек из столичного региона. Все они представляли на конкурс свои авторские модели одежды, лучшие из которых демонстрировались затем на выставке (отзывы 36 тыс. ее посетителей, наряду с мнением жюри, тоже учитывались при подведении итогов). Четверо из пяти победителей представляли разные ателье двух лучших столичных фабрик индпошива — № 20 Фрунзенского района и № 19 Свердловского района, которые стали основной кузницей кадров для столичных Домов моды Минбыта¹¹⁶.

В 1966 г. Минбытом РСФСР было утверждено положение о конкурсе на звание «Лучший закройщик года», целью которого являлось «совершенствование моделирования и конструирования, а также улучшение качества швейных изделий, изготавливаемых по индивидуальным заказам». К новому республиканскому конкурсу допускались победители региональных конкурсов, которые должны были представить свои авторские модели одежды. Среди критериев значилось соответствие моделей модным тенденциям как по конструкции и фасону, так и материалу изделия¹¹⁷. Все это имело, конечно, мало общего с утверждениями об анонимности советской моды и о сознательной политике государства, якобы незаслуженно «скрывавшего» от внимания общественности лучших модельеров.

Государственные ателье индпошива стали важным каналом распространения модных тенденций в СССР, притом, что результат их работы (за исключением финансовой стороны вопроса) не поддавался государственному контролю и регулированию. По крайней мере, из источников и литературы не известны факты, чтобы мастер отказывал клиенту на том основании, что шить костюм данного фасона или длины ему запрещено.

В журнале «Служба быта» много писалось и о проблемах и недостатках советской службы быта, в том числе и индпошива, публиковались письма негодующих клиентов и др. Впрочем, в советское время все это не было секретом. Чего стоили только сатирические миниатюры Аркадия Райкина («кто мне вместо воротника гюльфик пришпандорил?»). Часть проблем носила системный характер (несовершенство мотивации и нормирования труда, плохое оборудование, недостаточное финансирование и проч.), другие лежали в низкой общей культуре работников.

¹¹⁶ *Щичилин К.* Они стали первыми // Там же. 1966. № 4. С. 14—15. Среди членов жюри столичного конкурса 1965 г. оказались представители ведущих научных и моделирующих организаций страны из системы Минбыта и Минлегпрома: ОДМО, Дома моделей треста «Мосиндодежда», ВИАЛегпрома, ЦНИИШПа.

¹¹⁷ Служба быта. № 8. С. 8.

Публикуемые в журнале материалы не оставляли сомнения в том, что борьба за то, чтобы сделать экономически выгодной, а не убыточной для ателье работу с индивидуальным заказчиком оказалась, по большому счету, проигранной. В одной из статей в красках описывалось, как жительница Иркутска обратилась в местное ателье, чтобы сшить костюм, но получила отказ. Только после ее жалобы костюм был сшит. Другой жительнице Иркутска платье шили четыре (!) года, но в результате испортили его. Наряду с прекрасными ателье и талантливыми, добросовестными мастерами индпошива, в отрасли работало немало халтурщиков и просто людей с низкой квалификацией. Проверки выявляли постоянный перенос сроков исполнения заказов, бюрократические отписки на жалобы клиентов и проч. В некоторых случаях расследованиями даже занималась прокуратура¹¹⁸.

Первый номер журнала «Служба быта» за 1980 г. поместил опубликованный ранее в газете «Правда» (от 4 октября 1979 г.) стихотворный фельетон В. Ларина «Шитье-бытье», критикующий низкое качество индпошива в ателье:

Один товарищ заказал пиджак,
И в ателье, перворазрядном вроде,
За 30 дней пиджак пошили так,
Что хоть пугай ворон на огороде...¹¹⁹

Неудивительно, что многие граждане после неудачного опыта посещения государственных ателье предпочитали обращаться к частным портным, которых так и не удалось «изжить». Показателен в этом смысле фельетон Е. Фурмана «Коллеги», опубликованный в 1980 г. в журнале «Служба быта». Сюжет таков: когда клиенту испортили брюки, то мастер, узнав, что он тоже работает в ателье, но только по пошиву обуви, «проникся» к коллеге по цеху и посоветовал ему сюда больше не приходить, а исправить брюки у хорошего частного портного, напоследок даже дав ему нужный адрес¹²⁰.

Мало того, что ателье принимало ежедневно ограниченное число официальных заказов, но к лучшим портным попасть было еще труднее. Люди вынуждены были записываться к ним загодя. Возникали очереди, стремление попасть к хорошему мастеру «по блату» или доплатив ему поверх официальных госрасценок. Негласная, но всем хорошо известная система доплат за услуги мастера из собственного кармана получила в СССР широкое распространение, что делало шитье одежды по индивидуальному заказу фактически более дорогим удовольствием.

¹¹⁸ Никонов В. Почему родилась жалоба? // Служба быта. 1980. № 7. С. 35.

¹¹⁹ Ларин В. Шитье-бытье // Там же. 1980. № 1. С. 47.

¹²⁰ Там же. № 7. С. 47.

Кроме того, обеспеченные граждане стремились обзавестись «своим» портным, у которых складывался постоянный круг клиентов. Это приводило к тому, что к лучшим мастерам почти невозможно было попасть «со стороны». Опытный закройщик был человеком весьма уважаемым и со связями: «Заказчик с улицы — это вал для выполнения плана, а стоящий клиент — для заработка и “своих” отношений»¹²¹.

Материалы «Службы быта» постоянно перекликались с публикациями в других газетах и журналах. 24 января 1984 г. газета «Советская культура» опубликовала открытое письмо народной артистки РСФСР М. Булгаковой с красноречивым названием «Зачем я иду к портнихе». В нем Булгакова, поделившись личным опытом, раскритиковала неповоротливую и не всегда качественную работу ателье индпошива, что в итоге и побудило ее предпочесть частную портниху советской службе быта. Спустя несколько дней в дискуссию вступил министр бытового обслуживания Белорусской ССР А. Гриб¹²², а затем в редакцию потоком хлынули письма от рядовых граждан и работников службы быта. Оказалось, что Булгакова затронула животрепещущую тему, по которой многим захотелось высказаться.

Нужно сказать, что реорганизация бытовой отрасли совпала с заметным ростом интереса населения к моде и к модной одежде. При этом самым массовым видом услуг оказался индпошив. В середине 1960-х годов он занимал 40% в их общем объеме. Журнал «Служба быта» сообщал, что только за 1965 г. швейные и трикотажные ателье Минбыта России (без обувных ателье) выполнили более 30 млн. заказов населения на пошив и ремонт швейных и трикотажных изделий¹²³. В 1966 г. было пошито и отремонтировано одежды на 74% больше, чем в 1959 г., а обуви — на 203% больше. В 1965—1966 гг. число заказов от населения в РСФСР на индпошив одежды увеличилось на 45%, а обуви — в 2,2 раза¹²⁴. С 1966 по 1969 г. тенденция высокого спроса на индпошив одежды и обуви сохранилась. За этот период рост объемов выполненных услуг составил по России 1,7 раза как по пошиву и ремонту одежды, так и обуви¹²⁵. В 1979 г. в РСФСР по индзаказам было изготовлено около 113 млн. швейных и обувных изделий¹²⁶.

Статистика заказов в советских ателье способна рассказать об изменении потребительского поведения граждан. К примеру, известно, что в 1960-е годы значительный процент заказов в регионах, где доходы населения были невысокими, приходился на ремонт одежды. Со временем многие семьи перестали, как раньше, многократно ремон-

¹²¹ URL: <http://www.sb.by/print.php?articleID=27326>

¹²² Советская культура. 1984. 28 янв.

¹²³ Служба быта. 1966. № 9. С. 2.

¹²⁴ Там же. 1967. № 10. С. 1, 14.

¹²⁵ Там же. 1970. № 4. С. 20—21.

¹²⁶ Там же. 1980. № 1. С. 2; № 11. С. 18.

гировать и перелицовывать одежду. В начале 1980-х годов пошив новой одежды в среднем давал 70% оборота ателье индпошива, а ремонт и подгонка по фигуре (включая полуфабрикаты) — только 30%¹²⁷.

Несколько иная ситуация сложилась с обувью, которую советские граждане носили практически до износа, перевозя ее из города к себе на дачу. Почаще подновлять ее в мастерских и тем самым увеличивать срок эксплуатации было экономически выгодно, поскольку в те времена стоимость ремонта по сравнению со стоимостью новой обуви в магазине была мизерной. Выгодно это было и государству, которое таким способом экономило ресурсы. Вот цифры. Известно, что предприятия одного только Минбыта РСФСР ремонтировали в конце 1970-х — начале 1980-х годов порядка 62 млн. пар обуви в год. По расчетам экономистов, это было эквивалентно ежегодному выпуску 32,5 млн. пар новой обуви. Тем самым Минбыт снимал существенную нагрузку на обувную промышленность, а также экономил для семейных бюджетов порядка 500 млн. руб. в год¹²⁸.

Так же, как и в случае с изготовлением платья по индивидуальным заказам, в системе Минбыта были созданы моделирующие организации, занимавшиеся разработкой новых моделей обуви и головных уборов. Не секрет, что моделирование головных уборов в легкой промышленности считалось отстающим направлением, и магазины предлагали покупателям весьма ограниченный выбор новых моделей. Но носить одинаковые шляпки и береты люди не желали. Эту «нишу» на потребительском рынке решил восполнить индпошив. В 1970-е годы в системе Минбыта были созданы специализированные региональные ПО головных уборов (они имели свои швейные фабрики и ателье индпошива), в составе которых действовали экспериментальные цеха со штатом модельеров. В Москве, к примеру, такое ПО так и называлось — «Головные уборы»¹²⁹.

Это направление индпошива быстро стало популярным среди населения. Вот характерный пример. В 1960-е годы журнал «Служба быта» занимался активной популяризацией лучших предприятий своей отрасли. В № 11 журнала за 1965 г. было опубликовано интервью с заведующей шляпного ателье № 7 г. Москвы, в котором она сообщила о новых модных фасонах меховых шляп и упомянула, что ателье выполняет заказы москвичей и иногородних клиентов. В результате за 1 месяц после этой публикации в адрес ателье пришли тысячи писем-заявок на изготовление шляп со всех концов страны. После того, как ателье выполнило 50 тыс. заявок и исчерпало все лимиты пошивочного материала, а поток заявок все увеличивался, руководство ателье обратилось за помощью к журналу, благодаря которому прославилось.

¹²⁷ URL: www.supernew.ej.ru/064/life/11/

¹²⁸ Служба быта. 1980. № 8. С. 12.

¹²⁹ Там же. № 7. С. 41.

В № 2 за 1966 г. в нем появилась новая заметка «Нравится — закажите», в которой редакция просила читателей прекратить атаку на ателье № 7 и обращаться в другие ателье по месту жительства¹³⁰.

Журнал «Служба быта» активно пропагандировал такое необычное направление индпошива, как создание и деятельность специализированных детских ателье. Проблема действительно существовала, поскольку в общественном мнении продолжали сохраняться устойчивые представления о том, что одежда для детей покупается на вырост, она должна быть более ноской и практичной, чем платье для взрослых, наконец, что детские вещи менее притязательны с точки зрения моды. С учетом того, что моделирование детской одежды в стране существенно отставало, и что одежда для детей (особенно вне крупных городов) по старинке продолжала изготавливаться в домашних условиях (соответственно и ее качество было не высоким), служба быта решила обратить на этот вопрос особое внимание.

В 1966 г. в Ленинграде появилось первое в СССР специализированное детское ателье индпошива, что стало важным событием в истории советской моды. А осенью 1966 г. второе детское ателье «Буратино» было открыто в г. Орджоникидзе (Северная Осетия). «Буратино», в котором на 1967 г. трудилось 30 портных, выполняло 500 заказов ежемесячно. При этом закройщика можно было вызвать на дом по телефону (!). «Буратино» числилось филиалом Дома моды, организованного при Орджоникидзевской фабрике индпошива одежды¹³¹. Коллеги из Ленинграда поделились своим опытом и подарили «Буратино» специальный журнал детской моды с разработанными ленинградцами оригинальными моделями и фасонами одежды. В дальнейшем детские ателье Минбыта получили широкое распространение, они имелись в большинстве крупных городов СССР и даже в районных центрах. К примеру, в Управлении бытового обслуживания населения Ивановской области в 1980 г. работали целых 4 специализированных ателье пошива одежды для детей, которые занимались моделированием детской одежды и даже периодически устраивали их демонстрации¹³².

В Москве специализированное ПО «Юность» объединяло к 1980 г. 30 детских ателье. Они ежегодно выполняли 200 тыс. заказов на индпошив одежды для детей и подростков. В «Юности» имелась экспериментальная лаборатория со штатом модельеров, которые ежегодно разрабатывали 80—90 новых моделей детской одежды¹³³.

Целью создания детских ателье было не только оказание собственно услуг, но и пропаганда среди населения советской «детской моды» и воспитание с ранних лет вкуса. «Умение хорошо одеваться нужно

¹³⁰ Там же. 1966. № 2. С. 13.

¹³¹ Григорян А. Идет «Буратино» // Служба быта. 1967. № 7. С. 12—13.

¹³² Там же. 1980. № 6. С. 36.

¹³³ Там же. № 11. С. 38.

прививать ребятам так же, как и другие добропорядочные качества и манеры, без которых немислим гармонично развитый человек», — утверждал в 1967 г. журнал «Служба быта»¹³⁴.

Моделирование одежды в производствах службы быта

Моделирование и конструирование одежды для массового фабричного производства и для нужд индпошива — это разные вещи. Моделирование в индпошиве намного «либеральнее», а для индустриального производства оно довольно жестко подчинено фабричным условиям и нормативам. Как отмечалось выше, на заре советской моды Московский Дом моделей одежды НКЛегпрома занимался моделированием как для фабрик, так и ателье столичного региона (куда именно передать образец новой модели для «доводки» — решал его Художественный совет). Но в век специализации было решено, что для новой отрасли потребуется собственная система моделирования.

Конечно, за основу был взят опыт Минлегпрома, за тем исключением, что в разбитой по республикам «бытовке» не было общесоюзных структур. Однако на практике система моделирования одежды, обуви и головных уборов в индпошиве оказалась в определенной степени еще более сложной и запутанной, чем в легпроме. Начать с того, что в индпошиве моделированием одежды занимались не только специализированные подразделения, но и обычные опытные закройщики в ателье. Как видно из документов, с середины 1960-х годов, когда специализированные моделирующие структуры новой отрасли только создавались и ощущался «голод» на новые оригинальные модели, которые можно было предложить клиентам, такая инициатива закройщиков стала поощряться и премироваться руководством. Результаты не заставили себя ждать. К примеру, если в 1964 г. во всех ателье треста «Ленинградодежда» моделированием занимались всего около 150 закройщиков, то уже в следующем 1965 г. на Худсовет треста представили свои модели в 3 раза больше — 450 мастеров¹³⁵. Формально все авторские работы, прежде чем попасть к заказчику, должны были попасть на обсуждение и получить одобрение Худсовета. Однако на практике внедрение новых идей шло, конечно, зачастую явочным порядком — в ходе обслуживания клиентов, а проконтролировать этот творческий процесс было невозможно.

На следующем после закройщиков «нижнем этаже» индпошива моделирование одежды оказалось сосредоточено непосредственно на производстве — в экспериментальных цехах и лабораториях фабрик и

¹³⁴ Там же. 1967. № 7. С. 12.

¹³⁵ *Эитингин Е.* Стимул и результаты // Служба быта. 1966. № 8. С. 8.

производственных объединениях индпошива. В 1966 г. по РСФСР таких моделирующих лабораторий насчитывалось всего-навсего около 40, причем все они располагались в крупных городах. Но в дальнейшем численность моделирующих структур на производствах заметно увеличилась, так что в 1970-е годы моделированием для нужд своих ателье занимались все крупные фабрики индпошива одежды. Республиканские министерства бытового обслуживания поддерживали усилия своих модельеров, в том числе помогая им издавать авторские работы массовым тиражом. Благодаря этому до нас дошли модели не только ведущих моделирующих организаций страны, но даже обычных фабрик индпошива. Один из наглядных примеров такого рода — журнал «Моды 1967» (тираж 75 тыс. экз.), составленный из работ модельеров киевской фабрики № 2 индпошива. Вместе с подробным описанием каждой модели указана фамилия модельера.

В 1970-е годы появились также межрайонные фабрики индпошива со своими экспериментальными цехами и штатом модельеров. К примеру, Коломенская межрайонная фабрика индпошива Московской области (1,2 тыс. чел.) объединяла к началу 1980-х годов 18 ателье индпошива и ремонта одежды в преимущественно сельских Коломенском, Луховицком, Зарайском и Озерском районах Юго-Восточной части Подмосковья. Естественно, при моделировании учитывался состав жителей и запросы потенциальных клиентов ателье. Примечательно, что, как и в случае с моделирующими структурами Минлегпрома, модельеры индпошива, кроме своих прямых обязанностей, были призваны выступать проводниками культуры одежды среди населения. К примеру, модельеры и конструкторы Коломенской межрайонной фабрики много ездили по селам и деревням, отвечая на вопросы о направлениях современной моды, поскольку, как говорилось в одной из статей, многие деревенские жители «не имеют возможности следить за журналами мод»¹³⁶.

Следующим звеном моделирования стали специализированные Дома моды в крупных городах, а несколько позднее и на областном уровне. Уже в 1966 г., то есть, когда отрасль находилась в стадии организации, Министр бытового обслуживания РСФСР Гандурин сформулировал задачу достаточно категорично: «Крупным городам пора иметь свои Дома моды, — это своеобразные центры конструирования и моделирования одежды»¹³⁷. В № 11 журнала «Служба быта» за 1966 г. заместитель Гандурина Т. Ипатьева выступила с программной статьей, в которой поставила задачу пошивать не просто добротные и качественные, но и модные вещи. Для этого она предложила создать в отрасли целую систему моделирующих организаций. Во-первых, организовать на всех без исключения фабриках и производственных

¹³⁶ Там же. 1980. № 4. С. 22.

¹³⁷ Там же. 1966. № 9. С. 2.

объединениях индпошива «группы модельеров, конструкторов и хуложников, которые бы разрабатывали и внедряли современные модели...» (то есть, экспериментальные лаборатории и цеха, о которых говорилось выше). Во-вторых, «в областных городах следует организовывать “Дома моды” с производственными цехами, залами для демонстрации новых образцов швейных, трикотажных изделий и обуви. Там же будут приниматься и заказы. Неплохо иметь здесь и салон модной прически... “Дома моды” должны стать центрами пропаганды культуры одежды, обуви и причесок среди населения». Наконец, по мнению министра бытового обслуживания РСФСР, «в небольших городах целесообразно открыть салоны модной одежды, трикотажа и обуви»¹³⁸.

Любопытно, что первый в стране Дом моды Минбыта открылся в 1966 г. не в Москве и не в Ленинграде, а г. Орджоникидзе (Северная Осетия). Тенденция открытия в регионах Домов моды получила развитие. Название «Дом моды» приобрело популярность, его сотрудники могли рассчитывать на повышение окладов, а местные власти активно поощряли создание этих новых очагов социалистической культурности. С конца 1970-х годов в Москве и других крупных городах собственные Дома моды (как правило, на базе лучших ателье и в их же прежних помещениях) стали возникать даже при отдельных крупных фабриках индпошива одежды. Например, при столичных фабриках № 15 и № 19.

Создание сети Домов моды по всей стране, имея в виду строительство новых и реконструкцию старых зданий, а также содержание значительного штата специалистов, было довольно дорогим удовольствием для государства. К сожалению, планы ввода новых объектов постоянно срывались из-за недофинансирования. По этой причине появление каждого нового Дома моды становилось значимым событием для отрасли.

О том, что представлял собой советский Дом моды в конце 1960-х годов и какое значение ему отводилось, как центру культурного досуга граждан, можно судить по Ленинградскому Дому моды треста «Ленинградодежда», строительство которого велось в 1966—1967 гг. Он был построен в самом центре города на Неве, на Кировском проспекте, причем вход в здание для удобства посетителей был оборудован прямо из метро. На первом этаже шестизэтажки размещалось бюро обслуживания, стол справок и кафе. На этажах со второго по четвертый располагалось ателье, а также залы готовой одежды, полуфабрикатов, выставочные залы и демонстрационный зал на 350 мест с «языком» для выхода манекенщиц. Пятый этаж был отдан производственным цехам (индпошив и подгонки одежды), а на шестом поместилась администрация¹³⁹. То есть, клиент мог в одном и том же месте получить

¹³⁸ *Ипатьева Т.* Индустрия быта // Служба быта. 1966. № 11. С. 8.

¹³⁹ Там же. 1966. № 10. С. 7.

представление о модных тенденциях, заказать костюм в ателье или выбрать полуфабрикат, а возможное время ожидания скрасить за столиком кафе или на дефиле в демонстрационном зале. Кроме того, и изготовление заказов производилась здесь же. Подобные принципы обслуживания легли в основу всех советских Домов моды.

В Москве было создано сразу несколько Домов моды — на Арбате и на проспекте Мира (впоследствии — Дом моды Вячеслава Зайцева)¹⁴⁰. История создания последнего весьма примечательна. Московский Дом моды на проспекте Мира (так он в советские годы официально назывался) был типичным долгостроем. С момента решения о строительстве в начале 1970-х годов до принятия здания в эксплуатацию прошло почти 10 лет. Пока здание строилось, сменилось несколько директоров будущего Дома моды. На 19 июня 1982 г., когда строительные работы завершались, он был «приписан» к столичной фабрике № 19 ПО «Грация» (в составе Управления пошива и ремонта одежды по индзаказам населения Мосгорисполкома). На базе этой фабрики и стал формироваться костяк коллектива МДМ. По словам бывших сотрудниц МДМ И.В. Нартиковой и Г.И. Титковой, директор 19-й фабрики В.П. Выставкина стала первым директором МДМ, а главным художником-модельером назначили ушедшего к тому времени из ОДМО В.М. Зайцева¹⁴¹. При создании МДМ был внимательно изучен опыт других ведущих Домов моды, действовавших к тому времени в Минске, Риге и Таллинне.

Московский Дом моды расположился в построенном для него по спецпроекту в центре столицы девятиэтажном здании на проспекте Мира. Уже в начале 1980-х годов это было огромное предприятие с 1,5 тыс. работников, объединявшее, как и все Дома моды Минбыта, функции: а) моделирующей организации, б) ателье индпошива и в) швейной фабрики. Особенность Дома моды на проспекте Мира заключалась в том, что ему первому официально разрешили самостоятельно продавать свои изделия.

¹⁴⁰ С 18 января 1983 г. решением Исполкома Моссовета № 134 от 18.1.1983 г. и приказом по Управлению Дом моды выведен из подчинения фабрики № 19, подчинен непосредственно Управлению и стал называться Экспериментально-показательное предприятие «Дом моды». С 18 января 1989 г. решением Исполкома Моссовета № 134 от 19.1.1989 г. ЭПП «Дом моды» переименовано в «Московский дом моды» МГТПО «Мосбыт». С февраля 1993 г. официальное название ОАО «Московский Дом моды Вячеслава Зайцева».

¹⁴¹ Интервью с Г.И. Титковой 15 июля 2007 г. Москва; Интервью с И.В. Нартиковой 16 июля 2007 г., Москва. К началу 1980-х годов ПО «Грация» имело большой опыт пошива на заказ не только женского белья (в том числе и для полных женщин), в соответствии с основной специализацией, но и — в меньшей степени — мужских сорочек, легкого женского платья и пижам. Мужские сорочки под заказ здесь шили без примерок, а вот женское белье (корсеты, комбинации, лифы, ночные сорочки и проч.) — с индивидуальными примерками. Московская фирма «Грация» получала лекала из Ростовской опытно-технической лаборатории (Интервью с И.В. Нартиковой 16 июля 2007 г., Москва).

На первом этаже находился салон-магазин (постоянно действующая выставка-продажа готовых мужских и женских вещей, производимых в цехах МДМ малыми сериями). Второй этаж отвели для административных помещений и Демонстрационного зала, в котором манекенщицы МДМ дважды в неделю устраивали 1,5-часовые театрализованные дефиле, на которые необходимо было купить билет. Периодически устраивались и выездные демонстрации коллекций МДМ, в том числе и за рубежом. На третьем этаже разместился салон легкого женского платья; на четвертом — салон верхней женской и мужской одежды. На этажах с пятого по восьмой разместились производства (закройные и швейные цеха по видам одежды). Но самым важным считался экспериментальный цех, обосновавшийся на последнем девятом этаже. Здесь шли таинства моделирования. Новые модели пропускались через Худсовет МДМ, который после их одобрения решал судьбу каждой модели. Было три пути: 1) шить малыми сериями и продавать через салон-магазин на первом этаже; 2) пошивать в виде полуфабрикатов (с последующей быстрой подгонкой по фигуре клиента); либо 3) предлагать клиентам на индпошив.

После открытия в 1982 г. МДМ оказался подчинен непосредственно Управлению бытового обслуживания населения Мосгорисполкома. Однако с головной моделирующей организацией столичной «бытовки» — Московским Домом моделей (подробнее о нем речь пойдет ниже), от которого он был формально зависим в творческом и методическом плане, у Дома моды на проспекте Мира сложились непростые взаимоотношения. Амбициозный художник Дома моды В. Зайцев с первых дней взял курс на полную творческую автономию. Став главным художником-модельером Дома моды, он сделал ставку на молодежь. В его экспериментальном цехе трудилась группа начинающих талантливых модельеров и конструкторов одежды, большинство из которых были благодарными учениками Зайцева. Его авторитет здесь был непреклонен. Как главный художник, он и только он определял стиль и направление коллекций. Неудивительно, что Зайцев хотел иметь свой Худсовет и не желал, как было положено в этой системе, заказывать для последующего пошива у себя модели, разработанные модельерами Московского Дома моделей.

Еще более комплексный характер обслуживания был реализован в 1960—1980-е годы в работе Домов бытовых услуг (Домов быта)¹⁴².

¹⁴² Дома быта стали основой для появившихся в 1970-е годы комбинатов бытового обслуживания. Новая система была призвана централизовать сферу обслуживания населения и поднять ее на качественно новый уровень. В специально построенных под Дома быта типовых двухэтажках, как правило, размещали парикмахерскую, фотоателье, сапожную и часовую мастерские, мастерские по ремонту электроприборов и бытовой техники, а также ателье с цехом по пошиву и ремонту одежды. К середине 1980-х годов на Ошском комбинате бытового обслуживания насчитывалось 1,5 тыс. работников. Они трудились в Доме быта, а также в 15 ателье индпошива и в иных бытовых подразделениях Комбината (URL: <http://www.echoosha.narod.ru/July04/symbat.htm>).

По идее, их планировалось строить в каждом районе и городе. Здесь должен был быть сконцентрирован весь спектр услуг — от ателье индпошива и химчистки до парикмахерской и обувной мастерской, от производственных цехов до выставочных и демонстрационных залов. Такой сервис предусматривал гигантские размеры зданий Домов быта. К примеру, введенный в строй в 1980 г. в г. Саранске (столица Мордовской АССР) одиннадцатизэтажный Дом бытовых услуг имел производственный корпус, модный салон и парикмахерскую, ателье индпошива и демонстрационный зал на 250 чел. для показа моделей одежды, обуви и причесок¹⁴³.

Большинство Домов быта строилось по более скромным двухэтажным типовым проектам, но тоже с расчетом на перспективу и, к сожалению, со значительным запаздыванием со сроками окончания работ. Хотя по статистике за 20 лет (с 1960 по 1979 г.) численность предприятий бытового обслуживания в СССР, как и в России, увеличилась почти в 2 раза, но их количество все еще существенно отставало от потребностей¹⁴⁴. Так, на начало 1979 г. в РСФСР насчитывалось в общей сложности только 5062 Дома бытовых услуг, из них 3218 в сельской местности (на центральных усадьбах колхозов и совхозов)¹⁴⁵.

Советские экономисты открыто заявляли, что Дома быта слишком дороги и нерентабельны, поскольку во многих регионах их мощности невозможно в полной мере загрузить. Однако руководство Минбыта настояло на принятии программы их возведения в каждом областном и краевом центре, а также в столицах союзных и автономных республик. Аргументы были таковы. Во-первых, Дома быта проектируются на перспективу, с учетом увеличения численности населения и роста его потребностей в бытовых услугах. Во-вторых, с учетом того, что Дома быта станут важными центрами воспитания культуры одежды и быта, а также образцом культурного обслуживания населения.

Дома моделей Минбыта

Уже с начала 1960-х годов, помимо Домов моды, в крупных городах стали появляться специализированные Дома моделей одежды при региональных управлениях Минбыта. Они являлись самыми крупными моделирующими структурами в отрасли. Функции Домов моделей Минбыта были схожими с функциями Домов моделей одежды Минлегпрома. Так же, как последние, они обслуживали ведомственные фабрики данного региона: разрабатывали новые модели одеж-

¹⁴³ Служба быта. 1980. № 6. С. 10.

¹⁴⁴ История социалистической экономики СССР. Т. 7. С. 558.

¹⁴⁵ Там же. С. 555.

лы и головных уборов с полным пакетом технической документации и лекалами для системы столичных ателье и предприятий (фабрик и ИО). По уже известной из опыта легпрома схеме, эти предприятия, в соответствии с планом (кроме того, что, как уже говорилось выше, они часть моделей делали самостоятельно), были обязаны закупать большинство моделей в региональном Доме моделей Минбыта. Эти модели затем предлагались клиентам через сеть ателье, а также по их лекалам фабрики индпошива шили полуфабрикаты. Подобно Домам моделей легпрома, Дома моделей индпошива тоже имели свои художественные, которые утверждали новые модели, предназначенные к внедрению. В их состав включались в основном представители самого Дома моделей. Они имели собственный штат манекенщиц, делали полноценные коллекции моделей одежды и устраивали модные дефиле, а также занимались издательской деятельностью. В частности, выпускали альбомы и буклеты моделей одежды, предлагаемых клиентам. Лучшие Дома моды стали вывозить свои коллекции за рубеж, прежде всего, в соцстраны. Таким образом, по целому ряду направлений Дома моды и Дома моделей Минбыта действовали параллельно (если не сказать, конкурировали) с расположенными в тех же городах Домами моделей одежды Минлегпрома.

Одним из первых в конце 1962 — начале 1963 г. открылся Московский Дом моделей (МДМ). Он находился сначала в ведении треста «Мосиндодежда», а с 1967 г. — Управления пошива и ремонта одежды по индивидуальным заказам Мосгорисполкома¹⁴⁶. Структура типичного Дома моделей Минбыта состояла из художественного (художники-модельеры) и конструкторского (конструкторы одежды) отделов, производственного отдела, исследовательской и научно-технической лаборатории (там занимались разработкой и совершенствованием технологий индпошива). Имелось также фото- и издательское производство (издание и распространение буклетов с новыми моделями по ателье и швейным фабрикам), лекальный цех, пошивочный цех (изготавливали образцы моделей). Чтобы не оторваться от непосредственного общения с потребителями, Московский Дом моделей сохранил собственное экспериментальное ателье на Полянке, которое в обычном порядке принимало заказы от населения. Дома моделей имели демонстрационный зал.

К середине 1980-х годов в Московском Доме моделей работало около 350 чел., в том числе около 20 модельеров и примерно столько же конструкторов одежды. Долгое время его директором была Мария Павловна Молчанова, а главным художником-модельером — Геннадий Камильевич Зейналов. Штат демонстраторов одежды состоял из 2—3 муж-

¹⁴⁶ См.: решение Мосгорисполкома о создании МДМ № 3046 от 5.12.1962 и приказ Треста Мосиндодежда от 10.12.1962 г.

чин и порядка 15 манекенщиц разного возраста и комплекции¹⁴⁷. Подобно другим региональным Домам моделей, Московский издавал альбомы и буклеты со своими моделями одежды (с выкройками и без). Их тиражи в 1970—1980-е годы колебались в районе 50—100 тыс. экз.

Показателен пример г. Барнаула. К середине 1970-х годов в столице Алтая работало 26 ателье индпошива одежды, а также Дом моды. Созданием новых моделей и их информационно-методическим обеспечением (ознакомление закройщиков с модными тенденциями, современными методами конструирования одежды и проч.) занималась экспериментальная лаборатория Алтайкрайшвейбыта (региональный орган Минбыта РСФСР), которая в середине 1980-х годов была преобразована в Краевой дом моделей (КДМ). Специалисты КДМ регулярно ездили на республиканские и региональные совещания системы Минбыта, перенимали опыт у других моделирующих организаций отрасли.

В 1970—1980-е годы на Алтае, как и в других регионах, наблюдался бум индпошива. «Ни КДМ, ни ателье не знали недостатка в клиентах. Скорее, наоборот, желающих сшить себе одежду было слишком много... Люди приходили за час до открытия..., выстраивались очереди. Прием заказов (в ателье. — *Авторы*) был ограничен — всего 20—30 в день, поэтому многие вынуждены были приходить не один раз», — вспоминала бывший художник-консультант КДМ Ольга Попова¹⁴⁸.

Желание сшить одежду по моде зачастую упиралось в дефицит хороших тканей в открытой продаже, который сохранялся и в 1980-е годы. Точно так же, как и в других регионах страны, в барнаульских магазинах трудно было купить пользовавшиеся повышенным спросом модные и импортные ткани. Это еще больше подогревало интерес населения к местным ателье индпошива, которые получали хорошие ткани централизованно.

В г. Барнауле уже действовал образованный в начале 1960-х годов Алтайский Дом моделей Минлегпрома СССР (АДМ). Он не только обеспечивал швейные фабрики региона новыми моделями, но и активно занимался популяризацией моды среди населения путем показов коллекций своих моделей, выставок, выступлений сотрудников в местной прессе по вопросам моды и др. Создание КДМ означало, что у АДМ появился серьезный конкурент, поскольку формы работы и задачи обоих домов моделей оказались во многом схожи. КДМ Минбыта тоже проводил выездные показы своих моделей на предприятиях и даже в местных ресторанах. При этом КДМ имел ряд преимуществ, поскольку делал модели для нужд индпошива и не был связан жесткими нормативами массового швейного производства. По этой при-

¹⁴⁷ Интервью с бывшим руководителем отдела кадров МДМ Г.В. 25 июля 2007 г., Москва.

¹⁴⁸ URL: www.altapress.ru/12102/

чные модельеры индпошива, как считали специалисты, создавали коллекции более смелые и творческие по сравнению с теми, что предназначались для массового фабричного производства. В частности, они могли себе позволить «излишества» в виде красивых дополнений, ручной вышивки и проч.

В этом плане модельеры КДМ сотрудничали с модельерами экспериментальной лаборатории барнаульского объединения «Трикотажница» (в объединение входили местные трикотажные ателье системы Минбыта). Модельеры «Трикотажницы», в частности, занимались разработкой эскизов декоративной вышивки для эксклюзивной одежды, которую с середины 1980-х годов можно было пошить еще и в ателье индпошива при этом объединении¹⁴⁹.

По словам бывшего художественного руководителя экспериментальной лаборатории КДМ Галины Моторинской, в 1980-е годы ее сотрудники стремились создавать красивые и модные вещи, которые хорошо смотрелись бы на подиуме, чтобы тем самым привлечь в ателье побольше потенциальных клиентов. Публика была всегда довольна представлениями. Однако Моторинская признавалась, что в работе КДМ имела определенная доля лукавства: большинство моделей изначально были выходными (то есть, не годились для повседневной носки) или смотрелись хорошо только на стройных молодых девушках. Поэтому когда клиент с не самой идеальной фигурой приходил в ателье, чтобы сшить понравившуюся ему модель, то нередко он уходил разочарованным. Моторинская вспоминала, что руководство требовало от КДМ делать модные модели, которые годились бы также для полных, не высоких, для пожилых людей. Однако на подиуме эти вещи, как правило, «не смотрелись»¹⁵⁰.

Центральная опытно-техническая швейная лаборатория Минбыта РСФСР

Помимо Домов моделей, в системе Минбыта РСФСР, как и других республик, были организованы специализированные и региональные опытно-технические швейные лаборатории. Они занимались моделированием и конструированием моделей одежды, обуви, головных уборов для индпошива. Важную роль играла, например, Ростовская опытно-техническая лаборатория головных уборов и корсетных изделий Минбыта РСФСР (в 1960-е годы называлась лабораторией головных уборов и швейной галантереи). Лаборатория занималась активной пропагандой своей деятельности через средства массовой информации, переподготовкой кадров, организацией семинаров для

¹⁴⁹ Там же.

¹⁵⁰ Там же.

специалистов, издавала иллюстрированные альбомы и каталоги своих моделей, затем модели вместе с техдокументацией приобретались предприятиями индпошива¹⁵¹. «Давно известно, что на скроенном по фигуре и ладно сшитом белье красиво сидит любая одежда. Поэтому форма предметов туалета тоже должна соответствовать модным линиям и силуэтам платья. Однако, если одежду ныне шьют повсюду в основном модную, то вот изделия швейной галантереи в каждом ателье делают по-своему. И, надо сказать, не везде хорошо. Это происходит потому, что на такую важную отрасль индивидуального пошива мало обращается внимания», — сетовала в 1966 г. директор Ростовской лаборатории Т. Плужникова¹⁵², представляя читателям журнала «Служба быта» свои новые модели предметов женского туалета.

В 1980 г. ростовские модельеры ежегодно создавали примерно 250 моделей головных уборов и столько же моделей женского нижнего белья (вместе с технической документацией к ним), которые направлялись в организации индпошива всех регионов РСФСР¹⁵³. Ростовская лаборатория издавала даже иллюстрированный журнал мод и альбомы своих моделей (к примеру, в 1966 г. вышел альбом моделей женского нижнего белья¹⁵⁴). Они регулярно публиковались и в журнале «Служба быта».

Как видно из публикаций второй половины 1960-х годов, в СССР к вопросам модности нижнего белья добавлялись довольно жесткие требования врачебной гигиены — чтобы вещи не нарушали кровообращение, не вредили здоровью и были удобны в носке. Специалисты Ростовской лаборатории предложили специальные модели бюстгалтеров для кормящих матерей (с застежками впереди), для спортсменов и др.¹⁵⁵

Во главе всей системы моделирующих организаций индпошива, насчитывавшей уже в момент создания в 1967 г. более 70 моделирующих структур только в РСФСР¹⁵⁶, стояла Центральная опытно-техническая швейная лаборатория Минбыта РСФСР (ЦОТШЛ), расположившаяся в центре Москвы. Она была образована на базе возникшей в конце 1950-х годов Опытно-технической швейной лаборатории (ОТШЛ) Управления швейной промышленности Мосгорисполкома. ОТШЛ имела богатый практический опыт моделиро-

¹⁵¹ См., например: Грация: альбом моделей Ростовской опытно-технической лаборатории головных уборов и швейной галантереи Минбыта РСФСР. Ростов н/Д, 1966.

¹⁵² Служба быта. 1966. № 9. С. 29.

¹⁵³ Там же. 1980. № 2. С. 40.

¹⁵⁴ Грация: альбом моделей Ростовской опытно-технической лаборатории головных уборов и швейной галантереи Минбыта РСФСР.

¹⁵⁵ Грации здоровья и красоты // Служба быта. 1967. № 12. С. 31.

¹⁵⁶ В это число включены Дома моды, Дома моделей, швейные лаборатории, экспериментальные цеха предприятий службы быта РСФСР. См.: Матузова Е. Модельер республики // Там же. № 10.

вания разных видов одежды для столичных ателье индпошива — от парадной до повседневной и спортивной, предназначенной для мужчин, женщин и детей. По крайней мере, с 1957 г. она издавала массовым тиражом альбомы и буклеты своих моделей.

ЦОТШЛ переняла эту традицию, получив и иные функции. В системе индпошива она стала выполнять задачи, сходные с теми, которые были возложены на ВИАЛегпром в массовом швейном производстве. То есть, она являлась не только главным моделирующим и конструирующим, но и научно-методическим центром индпошива. Сходство подчеркивалось еще и тем обстоятельством, что, подобно ВИАЛегпрому, ЦОТШЛ пыталась предсказать перспективную моду в индпошиве и, не ограничиваясь отдельными моделями, ежегодно делала собственную полноценную «направляющую коллекцию» моделей одежды. Поместив в 10-м номере за 1967 г. интервью с начальником отдела моделирования ЦОТШЛ Е. Матузовой, которая назвала ЦОТШЛ «своего рода законодателем мод», журнал «Служба быта» громко озглавил этот материал о лаборатории «Модельер республики».

По словам Матузовой, в середине 1960-х годов сотрудники ЦОТШЛ разработали и внедряли на местах единую методику конструирования одежды в индпошиве, которая позволила поднять уровень работы в отрасли на качественно новый уровень. Подобно единой методике конструирования в массовом фабричном производстве, созданной ВИАЛегпромом, единая методика конструирования в индпошиве тоже основывалась на антропометрических данных о населении СССР, полученных ЦНИИШП и Антропологическим институтом МГУ на рубеже 1950—1960-х годов, о чем речь шла выше. Причем единая методика конструирования ЦОТШЛ оказалась столь удачной, что пережила распад СССР и используется в современных российских ателье.

Как и другие моделирующие организации СССР, ЦОТШЛ готовил свои модели одежды ко Всемирному фестивалю мод в Москве в 1967 г. Одновременно этот форум стал для его специалистов прекрасной школой.

В 1960-е годы сотрудники ЦОТШЛ наладили контакты с моделирующими организациями Минлегпрома (прежде всего, с ВИАЛегпромом и ОДМО). Они регулярно участвовали во Всесоюзных методических совещаниях модельеров, на которых вырабатывались основные направления перспективной советской моды. Более того, модели ЦОТШЛ (наряду с моделями ведущих Домов моделей Минлегпрома) стали включаться в общую направляющую коллекцию СССР, с которой страна выступала на ежегодных форумах по культуре одежды стран-членов СЭВ. С середины 1960-х годов лучшие модели ЦОТШЛ появились в каталогах моделей одежды, рекомендованных ежегодными методическими совещаниями ВИАЛегпрома для предприятий легкой промышленности. К примеру, в каталоге «Модная одежда»

(М.: ВИАЛегпром, 1965), ориентированном на фабричное производство одежды в 1966 г., было представлено около 10 моделей ЦОТШЛ. При этом работы ЦОТШЛ неплохо смотрелись, даже оказавшись в каталоге рядом с моделями ведущих моделирующих организаций СССР — Таллиннского, Рижского, Ленинградского, Киевского и др. Домов моделей одежды.

Начиная с 1967 г. ЦОТШЛ начала ежегодно созывать и собственные ведомственные методические совещания специалистов системы Минбыта России. На них подводились итоги работы за год, шел обмен опытом, обсуждались проблемы моделирования в индпошиве. Наряду с итоговыми, по инициативе ЦОТШЛ проводились также региональные методические совещания, выставки и проч. Лаборатория стала выпускать собственные модные издания, издавать иллюстрированные брошюры о перспективных направлениях моды в индпошиве. Среди печатных изданий особое место отводилось журналу-каталогу «Модели сезона» (3—4 выпуска в год), который рассылался швейным предприятиям на места. С 1968 г. в нем, наряду с новыми моделями ЦОТШЛ, стали помещаться и лучшие разработки региональных моделирующих организаций службы быта — Домов моды, экспериментальных цехов предприятий и др.

Сотрудники ЦОТШЛ проводили большую пропагандистскую работу, выступали со статьями о моде и культуре одежды в популярных советских газетах и журналах. Их кредо в целом соответствовало общепринятой в СССР точке зрения о том, что в моде главное — умеренность. Как подчеркивала в своей статье 1967 г. художественный руководитель ЦОТШЛ Л. Архангельская, «одинаково плохо как предубеждение против всего нового... так и увлечение новым сверх меры»¹⁵⁷.

Главным событием стали созываемые ЦОТШЛ ежегодные отраслевые методические совещания по моде и моделированию одежды в индпошиве с участием лучших модельеров, конструкторов, закройщиков, портных, технологов со всей России. На них предпринимались попытки выработать в рамках республики единую «политику» в отношении тенденций моды и единые подходы к моделированию одежды в отрасли. Показательно, что совещания проводились поочередно в разных регионах, кроме считавшихся более благополучными столичных городов. После первого совещания в Воронеже (1967 г.) последовали Нижний Тагил, Новосибирск, Калинин и др.¹⁵⁸ К примеру, в 1970 г. на четырехдневном совещании в Калининне присутствовало около 2 тыс. чел. Журнал «Служба быта» поместил подробный

¹⁵⁷ Служба быта. 1967. № 10. С. 28. В составе ЦОТШЛ были швейная и трикотажная группа, она моделировала в том числе и рабочую одежду для тружеников села (см.: Там же. 1980. № 3. С. 32—33).

¹⁵⁸ Архангельская Л. Российский стиль // Служба быта. 1970. № 12. С. 20—21.

отчет о нем, в том числе фотографии моделей новой направляющей коллекции на 1971 г.¹⁵⁹

Совещания проходили примерно по одному плану, во многом сходному со сценариями методических совещаний, проводившихся под эгидой ВИАЛегпрома. Сначала заслушивались доклады руководителей ЦОТШЛ о тенденциях современной моды, о состоянии и передовых методах индпошива в республике, о проблемах отрасли. Затем в общем зале перед высокопрофессиональной аудиторией выступали представители моделирующих организаций из регионов, которые рассказывали коллегам о работе и демонстрировали свои лучшие модели и даже целые коллекции с участием манекенщиц. Такие показы преследовали сразу несколько целей: отчет, обмен опытом и повод для дискуссии; наконец, предполагалось, что лучшие из моделей войдут в итоговую направляющую коллекцию, основу для которой заранее готовили модельеры самой ЦОТШЛ. Как правило, после теоретических докладов зал живо реагировал на эту часть методического совещания. Тем более, что включение модели в направляющую коллекцию было очень престижным и сулило неплохие премии. Однако итоговое решение было за заседавшим тут же, в зале, Художественным советом Министерства бытового обслуживания РСФСР. Ставя оценку, он учитывал три основных критерия: соответствие модели современной моде, грамотность конструкции и посадку костюма на фигуру манекенщицы.

В течение второго и третьего дня совещания его участники разбивались на секции по профессиональному признаку, в рамках которых проходили семинары по вопросам моделирования, технологии изготовления одежды и др. Кроме того, принимающий совещание город (точнее, городское или областное Управление бытового обслуживания) по традиции устраивал экскурсии по местным ателье индпошива и экспериментальным цехам своих фабрик. Естественно, местные власти не хотели «ударить в грязь лицом». Тем самым начинавшаяся заранее подготовка к совещанию стимулировала к наведению порядка, а также становилась основанием для «выбивания» средств для строительства и технического переоснащения Домов моды, ателье и фабрик в данном регионе.

Завершающий четвертый день был посвящен подведению итогов и демонстрации моделей — как «базовой» направляющей коллекции, заранее подготовленной модельерами ЦОТШЛ, так и лучших моделей из регионов, отобранных Худсоветом в дополнение к ней по итогам первого дня совещания. В 1970 г. в Калининe, кроме того, были показаны (с учетом актуальности для потребителей): специальная коллекция моделей ЦОТШЛ для полных женщин, а также бо-

¹⁵⁹ Там же. С. 20—25.

лее 100 лучших моделей головных уборов и женского нижнего белья, созданных в Ростовской лаборатории головных уборов и корсетных изделий. Было решено включить их в состав общей направляющей коллекции ЦОТШЛ на 1971 г. Показы моделей из «базовой» направляющей коллекции сопровождалась комментариями специалистов ЦОТШЛ о современных тенденциях моды и рекомендациями в адрес практических работников индпошива. Особое значение направляющей коллекции (в ней присутствовали все виды одежды для разных сезонов) заключалось в том, что именно на эти модели (фасоны, длину изделий, цветовую гамму и проч.) рекомендовалось ориентироваться работникам системы индпошива по всей стране. В итоговый день совещания, кроме того, назывались лучшие модельеры, закройщики и портные системы индпошива, а также самые передовые в плане моделирования одежды предприятия и регионы¹⁶⁰.

На методических совещаниях нередко вспыхивали дискуссии относительно отношения к современным модным тенденциям, причем, как правило, специалисты индпошива из регионов прислушивались к мнению сотрудников ЦОТШЛ. В частности, в 1970 г. в Калининском районе возник вопрос об отношении к женским брючным костюмам, вокруг которых в СССР не стихали общественные дискуссии, выплескивавшиеся на страницы газет. Руководители ЦОТШЛ рекомендовали смело моделировать и шить брючные костюмы, а также модные комплекты — женские пальто в сочетании с брюками. Здесь же присутствовавшим было торжественно объявлено, что долгое время господствовавшая в мировой моде мини-юбка наконец-то «сдает свои позиции» и вытесняется более спокойной модой «миди»¹⁶¹.

«Направляющие коллекции» являлись лишь наиболее «видимым» итогом той большой работы, которую проводила ЦОТШЛ по разработке и внедрению новых моделей одежды в системе индпошива. Значительно хуже известна повседневная деятельность ЦОТШЛ по обслуживанию предприятий. Дело в том, что специалисты ЦОТШЛ ежегодно разрабатывали сотни новых моделей и техническую документацию к ним (включая лекала). Региональные предприятия отрасли обязаны были, в соответствии с планом, ежегодно заказать у нее (и оплатить) определенное количество моделей для внедрения на своих ателье и фабриках индпошива. Таким образом, часть моделей, предлагаемых клиентам на местах, была создана специалистами ЦОТШЛ, а другая часть — местными модельерами из разных региональных организаций: Домов моделей, Домов мод, экспериментальных лабораторий фабрик и др. Считалось, что такая система дает клиенту возможность для выбора, а присутствие считавшихся лучшими моделей

¹⁶⁰ Там же. С. 25.

¹⁶¹ Там же. С. 23.

ЦОТШЛ задает своего рода ориентир для местных модельеров, заставляя их поддерживать высокий уровень моделирования. Судя по всему, такая система может быть названа конкурентной.

Теперь обратимся к тому, что происходило на практике. Самой большой проблемой, которую в СССР так и не удалось решить, стала неспособность «угнаться за модой» даже в рамках индпошива. Точно так же, как и в массовом швейном производстве, предприятия «бытовки», хотя и в меньшей степени, но все равно запаздывали с внедрением перспективных моделей. Основная вина лежала на неповоротливой бюрократической системе, требующей массы согласований. Достаточно посмотреть на большинство советских журналов мод, выходивших под эгидой ОДМО, ВИАЛегпрома, ЦОТШЛ или ГУМа, чтобы понять, что они в основном тиражируют уже минувшую моду. Неоперативность модных изданий (в том числе по причине дефицита бумаги и длительности издательского цикла) не была секретом для современников. Как правило, с момента утверждения новой модели Худсоветом до поступления иллюстрированного журнала или альбома мод потребителю проходил как минимум год-полтора, а то и более.

Понимая важность оперативной информации, ЦОТШЛ стал срочно делать зарисовки своих новых моделей (после их утверждения Худсоветом), которые в виде распечатанных на ротаторе каталогов-прейскурантов регулярно рассылались на места — по управлениям и фабрикам индпошива РСФСР. Те, в свою очередь, должны были распространить их по своим ателье. По таким зарисовкам моделей опытный закройщик в принципе мог уже конструировать одежду по заказу клиента. Но сделать это было не так просто, поскольку требовало дополнительного времени и усилий. Ателье же должны были в первую очередь «давать план» и не хотели работать себе в убыток. Поэтому зарисовки «клялись под сукно» в ожидании получения полного пакета техдокументации на новые модели.

Вот как выглядели основные этапы, через которые должна была пройти модель по пути к потребителю. Итак, сначала по эскизу модельера в любом случае шьется образец, который манекенщица ЦОТШЛ демонстрирует на Худсовете. После его утверждения требуется еще не менее двух месяцев для печати и отправки информационных каталогов-прейскурантов на места. В региональных управлениях, производственных объединениях и на фабриках индпошива их изучают, отбирают понравившиеся образцы (причем, без участия ателье или потребителей), а затем заказывают ЦОТШЛ изготовить техдокументацию на отобранные модели (с соответствующей оплатой заказа). Проходит еще полгода, прежде чем разработанная техдокументация (в том числе и лекала) дойдет из Ольховского переулка в Москве (адрес ЦОТШЛ) до региональных бытуправлений. Далее они должны размножить техдокументацию и разослать ее по своим ателье, сделав,

наконец, эту модель доступной заказчику¹⁶². Даже в идеале на все про все выходило не менее девяти месяцев, а на практике — около года. Можно ли в этом случае говорить об оперативности распространения модных силуэтов? Вопрос спорный. Однако по сравнению с системой индустриального моделирования гибкость и оперативность моделирования в индпошиве была, конечно, более высокой.

Кроме того, ЦОТШЛ рассылал на места и перспективную информацию о направлениях моды в виде информационных писем с зарисовками наиболее сложных модных силуэтов, которые, по его прикидкам, должны быть популярны в последующем году (к примеру, в 1970 г. рассылались материалы на 1971 г. и т.д.). На эти модели ЦОТШЛ готов был по заказам фабрик индпошива заранее изготовить лекала. Однако, как правило, реакция с мест на такие предложения была минимальной¹⁶³.

Моделирование и конструирование одежды в организациях торговли и местной промышленности

Моделирование в торговле

В середине 1930-х годов в крупных городах СССР появились образцовые универмаги, в том числе в Москве наиболее известный из них Центральный универмаг — ЦУМ. При НК торговли было создано Управление образцовыми универмагами, что фактически превращало их в особую привилегированную подсистему в рамках общей системы торговли. Они были призваны олицетворять новую культуру советской торговли и курс государства на заботу о повышении уровня жизни граждан. Образцовые универмаги снабжались лучшими отечественными и импортными товарами, что в условиях дефицита ставило их в особые условия по сравнению с обычными магазинами. Однако и здесь выбор предложенной населению одежды и обуви оказался недостаточен. Особенно трудно было купить качественную и модную одежду и обувь, которые, несмотря на довольно высокую цену, ментально сметались с магазинных полок.

Острый дефицит одежды в стране, к сожалению, не стимулировал швейные фабрики совершенствовать ассортимент выпускаемых ими изделий в соответствии с тенденциями моды. Большим достижением по тем временам стала наметившаяся в середине 1930-х годов централизация моделирования в масштабе швейных трестов НКЛегпрома, таких, как Мосбелье, Москвошвей и др. Речь шла о начале

¹⁶² Аркадьев А. Тернист путь моды.

¹⁶³ Там же.

реализации государством в рамках директивных методов управления и известного принципа по отношению к швейным предприятиям: «не можешь (сам моделировать хорошую одежду) — научим (или дадим готовые модели), а не хочешь (обновлять номенклатуру выпускаемых изделий) — заставим». Стоит также отметить понимание государством важности профессионального подхода к моделированию.

Все это, однако, не решало другой проблемы: моделирование одежды для массового фабричного производства никак не было связано с запросами потребителей. Здесь выход мог быть найден в привлечении торговли как своеобразного посредника между производителем и покупателем. Однако у руководства НКТорга имелись в этом отношении и собственные планы. Влиятельный нарком, а затем министр Анастас Иванович Микоян уже с 1930-х годов лоббировал создание собственных моделирующих структур при крупных универмагах. Предполагалось, что они станут разрабатывать модели одежды и обуви в соответствии с запросами покупателей, а затем по прямым договорам заказывать фабрикам местной промышленности и потребительской кооперации партии этих изделий в количестве, определяемом спросом, чтобы затем реализовывать эти изделия в своей торговой сети. Как уже говорилось выше, во второй половине 1930-х годов такая система действительно стала складываться, угрожая в перспективе монополии НКЛегпрома.

В военные годы с распределением товаров по карточкам традиция моделирования в системе торговли была прервана, но вскоре после 1945 г. постепенно стала возрождаться (в частности, в рамках действовавших при крупных универсамах промкомбинатов). Так, в послевоенные годы на всю страну славились модельеры шляпного ателье ЦУМа. Однако решительный прорыв в данной области связывался руководством Минторга во главе с А.И. Микояном с открытием в конце 1953 г. столичного ГУМа. В нем было создано сразу две структуры, имеющие отношение к моделированию и конструированию одежды — Отдел мод и Ателье мод. При Отделе мод ГУМа открылся Демонстрационный зал. Тем самым ГУМ стал вторым местом после Московского (затем Общесоюзного) Дома моделей на Кузнецком мосту, где в середине 1950-х годов москвичи и гости столицы могли воочию приобщиться к новым тенденциям моды. В это время в Москве только ГУМ и Дом моделей имели собственный штат манекенщиц. Заочную конкуренцию усиливало и то, что подобно Дому моделей, Отдел мод ГУМа приступил к самостоятельной издательской деятельности с целью пропаганды своих моделей среди населения. Наконец, ГУМу — единственному из предприятий торговли страны удалось сравнительно рано проторить дорогу для своих коллекций за рубеж, главным образом, в социалистические страны.

Однако реальной конкуренции с ОДМО у ГУМа не было, да и быть не могло. Изначально отличались и задачи, и материальная база этих

структур. ГУМовским модельерам начальство не переставало напоминать, что они не могут себе позволить следовать «полету фантазии». Модели ГУМа обязаны были помогать торговле успешно выполнять план и формировать у потребителей хороший вкус. Художники ГУМа были ориентировались на то, чтобы их разработки были одновременно и модны, и удобны, функциональны, и соответствовали текущему спросу.

В 1970-е годы моделирующие структуры, ателье, экспериментальные подразделения, демонстрационные залы существовали в Москве не только при ГУМе и ЦУМе, но и при некоторых других наиболее крупных магазинах. В частности, в «Детском мире», а также при «Доме тканей», магазине «Москвичка» на Новом Арбате. Моделирование одежды, в частности, получило распространение при магазинах, имевших собственные производственные комбинаты, как, например, универмаг «Москва». Здесь в целях рекламы для покупателей периодически устраивались демонстрации новых моделей. В качестве манекенщиц, как правило, выступали молодые продавщицы.

В «Детском мире» имелся Демонстрационный зал на 350 чел., в котором для покупателей периодически устраивались показы перспективных моделей детской одежды ведущих моделирующих организаций страны. Особенно часто приглашались соседи с Кузнецкого моста. К примеру, 12 октября 1970 г. специалисты ОДМО представили здесь 60 своих моделей.

На «Москвичке» славилась своими удачными моделями художник-модельер Вязникова¹⁶⁴. В ГУМе был самый крупный отдел моделирования среди всех предприятий Минторга, и этим он по-прежнему заметно выделялся. Модельеры ГУМа передавали разработанные ими модели в ателье индпошива при торговых организациях: в самом ГУМе, а также при «Детском мире» и «Доме тканей» в Москве. Однако в ателье мод при магазинах пробиться было очень сложно — намного сложнее, чем в обычные ателье системы Министерства бытового обслуживания. Причина их популярности среди населения состояла не только в том, что там работали хорошие мастера, но и в том, что Минторг, «сидевший» на тканях, старался не обижать «свои» ателье индпошива.

Всесоюзный научно-исследовательский институт конъюнктуры и спроса

Уникальной организацией в советской хозяйственной системе был Всесоюзный научно-исследовательский институт конъюнктуры и спроса (ВНИИКС)¹⁶⁵. Его создание, инициированное в ходе косыгин-

¹⁶⁴ Интервью с Д.Ф. Доминовым 15 сентября 2007 г., Москва.

¹⁶⁵ РГАЭ. Ф. 375. (Документы за 1965—1972 гг.; более поздние материалы, по всей видимости, не сохранились.)

ских реформ середины 1960-х годов, само по себе было сенсацией. С его помощью предполагалось поставить работу по изучению потребительского спроса на научную основу по всей стране, одновременно придав этой деятельности особый статус. ВНИИКС был организован в Москве в соответствии с Постановлением Совета Министров СССР № 157 от 13 марта 1965 г., и почти сразу же — в сентябре 1965 г. — Институт был передан Минторгу¹⁶⁶. Тем самым торговле, а не промышленности было доверено возглавить изучение спроса на потребительские товары в условиях «советского рынка».

К концу 1966 г. возникло уже 15 филиалов ВНИИКСа в столицах союзных республик и в крупных городах СССР (например, в Ленинграде). В начале 1972 г. ВНИИКС был официально утвержден ЦК партии и Советом Министров СССР головной организацией, координирующей работу по изучению спроса населения на товары народного потребления в масштабах всей страны¹⁶⁷. В 1973 г. для контроля над ситуацией, помимо филиалов, он создал разветвленную сеть из более чем 2 тыс. региональных пунктов изучения спроса населения на товары народного потребления, прежде всего — одежду¹⁶⁸. В функции ВНИИКС входил не только мониторинг текущего спроса и предложения товаров на советском рынке, но и — по советской традиции — пропаганда культуры одежды среди населения, а также разработка перспективных норм потребления одежды, обуви, тканей и проч. для советских людей. Наконец, он же координировал научные исследования и осуществлял методическое руководство другими научными учреждениями иных ведомств, тоже занимавшихся изучением спроса населения.

С научно-исторической точки зрения деятельность ВНИИКСа остается не изученной. Поэтому из разных источников мы обладаем довольно скромной информацией о результатах его работы. Известно, в частности, что ВНИИКС разработал единую методику обоснования торговыми организациями заказов на производство предметов ширпотреба. С целью изучения спроса он сравнительно рано начал использовать электронно-вычислительную технику и передовые методики. В частности, вместо прежних анкет, заполняемых вручную, в конце 1960-х годов в крупных универсамах появились автоматы — регистраторы спроса. При нажатии кнопки неудовлетворенным покупателем прибор регистрировал размер, рост, цвет, структуру желаемого материала или одежды, которой он не смог приобрести в данном

¹⁶⁶ Постановления Совета Министров СССР и ВСНХ СССР: сб. док. Март 1965. С. 74; см. также Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР № 728 от 30 сентября 1965 г. Устав и функции ВНИИКСа см.: РГАЭ. Ф. 375. Оп. 1. Д. 3. Л. 1—4.

¹⁶⁷ См.: Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР № 30 от 7 января 1972 г.

¹⁶⁸ Коммерческий вестник. 1973. № 4. С. 20.

магазине. Обобщив полученные таким путем данные, магазин присылал заявки на фабрики¹⁶⁹.

Также спрос изучался по товарным чекам, что нередко приводило к неожиданным результатам. Так, в 1966 г. «Правда» сообщала о таком случае: одной из торговых организаций был отправлен на фабрику заказ на изготовление тканей 34 артикулов. Одновременно пришли первые данные обработки товарных чеков, которые показали, что спросом потребителей пользуются ткани только четырех артикулов, а получение остальных приведет к затовариванию неходовой продукцией¹⁷⁰.

Однако ВНИИКС был научным учреждением, а не директивным органом. Результаты его работы шли в качестве рекомендаций к руководству всего лишь Министерства торговли, которое, в свою очередь, не имело реальных рычагов влияния на Минлегпром, Минбыт и иные министерства, занимавшиеся производством товаров народного потребления и следовавшие собственным ведомственным интересам.

В итоге уже в 1970-е годы в СССР возникла парадоксальная ситуация: в стране осуществлялся постоянный профессиональный мониторинг потребительских настроений и приоритетов, а также их прогнозирование. То есть, что именно (сколько и какого качества товары) требуется производить, было хорошо известно не только в целом по стране, но и в региональном разрезе. Естественно, при прогнозировании спроса ВНИИКС так или иначе вынужден был учитывать и тенденции моды (здесь он использовал рекомендации ВИАЛегпрома, а также собственные наработки). Однако в действительности для этого слишком мало делалось. Тем самым ВНИИКС во многом работал вхолостую.

Подробнее особенности моделирования в торговле будут рассмотрены на примере ГУМа в Главе 4 данной монографии.

Местная промышленность и ее моделирующие организации

Вплоть до конца 1950-х годов республиканские министерства местной промышленности имели в своем подчинении довольно много небольших швейных предприятий, однако о моделировании одежды в этой отрасли имеются только разрозненные сведения. В частности, А. Васильев упоминает о сборнике зарисовок «Моды 1948—1949», выпущенном Министерством местной промышленности Эстонской ССР (Таллин, 1948). По мнению А. Васильева, несмотря на выдержанную в советском духе риторику текста, на деле здесь пропагандировалась «буржуазная» эстонская мода 1940-х годов¹⁷¹.

¹⁶⁹ Экономическая газета. 1969. № 23. С. 9.

¹⁷⁰ Правда. 1966. 2 февр.

¹⁷¹ Васильев А. Мода военных 1930—1940-х годов XX в. // URL: www.fashionwar.sela.ru

Воссозданные после хрущевских экспериментов министерства местной промышленности (ММП) действовали во всех союзных республиках СССР. Предприятия местпрома, специализировавшиеся на производстве одежды, обуви, кожгалантереи, были объединены под началом Главного управления легкой промышленности Минместпрома. К примеру, к 1970 г. только в РСФСР насчитывалось 800 таких производств¹⁷².

В отличие от гигантов Минлегпрома — производственных объединений, предприятия ММП были не столь крупными по размеру и располагались, как правило, в малых городах и в сельской местности, где по объективным причинам невозможно создание крупных производств. Соответственно, и продукцию они выпускали сравнительно небольшими партиями, в расчете на потребности местного населения (предполагалось, что и реализовываться они будут именно на месте, в данном регионе). Здесь трудилось немало надомников и пенсионеров. При централизованном планировании имелось в виду, что предприятия ММП будут «дополнять» Минлегпром в области производства товаров народного потребления. Их задачей было, во-первых, организация производства сравнительно несложных по технологии изготовления товаров народного потребления с использованием местных ресурсов и отходов массового фабричного производства; во-вторых, они производили сложные и трудоемкие товары, требующие квалифицированного ручного труда (вышивальщицы и др.), производство которых на больших фабриках либо невозможно в принципе, либо невыгодно экономически.

В итоге предприятия ММП специализировались на производстве разного рода сувениров, «неосновных» швейных и галантерейных изделий (например, галстуки, ремни, банты, ленты, пуговицы, броши, заколки, шарфы, некоторые головные уборы), а также на художественной ручной вышивке и изделиях народных промыслов. Очевидно, что деление швейных и галантерейных изделий на «основные» и «дополнительные» является относительным, поскольку при ансамблевом моделировании одежды каждая деталь имеет существенное значение. Кроме того, украшения народных промыслов в форме, например, вышивки золотой и серебряной нитью или воротников платьев из ценящихся во всем мире вологодских кружев придают швейному изделию совершенно иной, более изысканный вид. По этой причине можно с полным основанием полагать, что предприятия ММП имели непосредственное отношение к производству модной одежды. Соответственно, успехи и недостатки этой отрасли так или иначе влияли на общую ситуацию с качественной одеждой.

Между тем в течение всех советских лет местпром, в отличие от легпрома, торговли и бытового обслуживания, считался «второсте-

¹⁷² Бондарев И. М. Указ. соч. С. 44.

пенной» отраслью экономики и страдал из-за отсутствия должного технико-технологического обеспечения и полноценного финансирования. Работники ММП продолжали трудиться на оборудовании, на котором при всем желании невозможно было пошить качественные вещи. В отличие от Запада, где морально устаревшая техника уничтожалась, при перевооружении советских крупных фабрик старое оборудование часто передавалось для использования в ММП.

В начале 1970-х годов, когда стала видна неповоротливость фабрикогигантов, правительство обратило внимание и на небольшие предприятия местной промышленности. На словах к ним перестали относиться как к «неперспективным». В прессе появились статьи о том, что их преимущество — оперативность смены ассортимента и знание потребностей местного населения. В силу этого работа предприятий ММП быстро окупается, и многие из них показывают достаточно высокую рентабельность. Вместе с тем, их традиционно призывали наращивать мощности и переходить на большие объемы производства, ведь в этом случае рентабельность будет еще выше. Никто даже не ставил вопрос о том, будут ли востребованы эти большие объемы одежды местными жителями, или они сгниют на складе. Отсутствие увязки производства и потребления оставалось ахиллесовой пятой советской системы хозяйствования. Пятилетний план 1971—1975 гг. предусматривал осуществление рывка в местной промышленности, которая должна была за 5 лет увеличить объемы производства в 1,7 раза. На реконструкцию отрасли государство ассигновывало 1,35 млрд. руб.¹⁷³ Но нужно было знать реальную ситуацию и реальные потребности ММП, чтобы сделать вывод о том, что этих вложений явно недостаточно.

Зато существенные успехи были достигнуты в научно-конструкторском обеспечении отрасли. Правда, новые идеи, модели и образцы, конструкторские и технологические разработки на практике внедрялись слабо. Впрочем, это была общая хроническая проблема советской системы.

Научно-исследовательский конструкторско-технологический институт местной промышленности

В конце 1966 — начале 1967 г. по решению правительства в г. Горьком (в наши дни Нижний Новгород) был создан союзный Научно-исследовательский конструкторско-технологический институт местной промышленности (НИКТИМП)¹⁷⁴. В числе прочего на него были

¹⁷³ Там же. С. 46.

¹⁷⁴ Юридическими основаниями для его создания стали Постановление Совета Министров СССР от 30 сентября 1966 г. № 794, Совета Министров РСФСР от 18 ноября 1966 г. № 921, а также приказ Министра Местной промышленности

возложены задачи расширения ассортимента и улучшения качества швейных и галантерейных изделий, производимых предприятиями ММП. Естественно, этого было невозможно добиться без соответствующей работы по моделированию, конструированию и внедрению в производство новых образцов изделий, их более быстрой сменяемости в соответствии с тенденциями моды и запросами потребителей. В итоге с самого начала своего существования НИКТИМП стал заниматься моделированием и конструированием изделий швейно-галантерейной группы, а также пошивом и пропагандой опытных партий и образцов новых моделей. В 1977 г. НИКТИМП со своей научно-производственной базой (Пензенский филиал и Останкинский опытный завод в Горьковской обл.) был передан в ведение Минместпрома РСФСР и получил новое название — РосНИИМестпром.

На рубеже 1960—1970-х годов все республиканские министерства местной промышленности по примеру союзного НИКТИМП организовали свои НИИ (например, Украинский конструкторско-технологический институт местной промышленности), а в краях и автономных республиках появилось 76 проектно-конструкторских бюро местной промышленности. Во всех этих организациях имелись подразделения, занимавшиеся моделированием и конструированием изделий, в том числе и одежды. Фактически в 1970-е годы здесь стала складываться ведомственная система моделирования. Это позволило несколько улучшить качество производимых изделий и снизить сроки обновления ассортимента.

В 1980-е годы в одной только системе Местпрома РСФСР насчитывалось 1380 производственных объединений и предприятий, а также 112 научных организаций с общим количеством работников около 600 тыс. чел.¹⁷⁵ Создание производственных объединений означало лишь попытки реформирования управления системой местпрома, а также приведения ее в единообразие с другими отраслями производства. На деле же многие производственные объединения Местпрома, включавшие в себя мелкие и разбросанные по значительной территории производства, зачастую оставались громоздкими и трудно управляемыми образованиями.

Научно-исследовательский институт художественной промышленности

В послевоенный период в системе Минместпрома России оказался и знаменитый, уникальный в своем роде Научно-исследовательский

РСФСР от 3 мая 1967 г. № 310. В этих документах подробно обосновывалось необходимость создания НИКТИМП и возложенные на него задачи.

¹⁷⁵ Подробнее см.: URL: <http://www.niimestprom.ru>

институт художественной промышленности (НИИХП). Институт считался головным в Союзе в проведении научно-исследовательских, экспериментально-творческих и конструкторско-технологических работ по художественным и сувенирно-подарочным изделиям. Одним из ведущих направлений его деятельности стало изучение и моделирование национального костюма. С 1950-х годов Институт издавал серию трудов «Художественные промыслы РСФСР»; здесь велась научная работа по изучению региональных особенностей русской вышивки с изданием соответствующих иллюстрированных книг.

НИИХП был создан еще в начале 1930-х годов. Тогда же в его составе появилась Лаборатория вышивки и кружева. К 1969 г. в ней работало 26 специалистов, включая художников-модельеров и конструкторов одежды. Лаборатория занималась моделированием кружев, совершенствованием технологии вышивки и проч., сотрудничая в этом направлении с 60-ю промышленными предприятиями СССР, которые реализовывали разработки Лаборатории в массовом производстве. В этом же Институте действовала Лаборатория художественного ткачества и росписи тканей, которая также занималась технологическо-конструкторскими работами и моделированием в данной области.

Среди прочих тем НИИХП можно выделить изучение и внедрение в производство батика — художественной росписи по шелку, которая ранее выполнялась вручную на предприятиях народных промыслов. НИИХП стал центром развития батика в СССР. Хотя уже в 1930-е годы правительством были сделаны первые шаги по сохранению и развитию искусства батика, всерьез к этой теме вернулись только в 1950-е годы, после выхода Постановления ЦК КПСС «О всеобщем повышении качества и художественного уровня изделий текстильной, легкой и местной промышленности». Ставилась задача активнее внедрять машинную вышивку одежды, чтобы добиться тем самым ее более высоких эстетических характеристик и сделать красивой, привлекательной в глазах покупателей.

Нужно сказать, что в 1960-е годы в советских моделирующих организациях вопросы отделки моделей (в том числе и художественной вышивки), считавшиеся ранее «второстепенными», начинают рассматриваться как самостоятельные и важные. Появляется четкое понимание того, что мода существует не только применительно к одежде, но и к ее отделке, а также к тканям (цвет, фактура и др.), из которых она делается. Показательно, что в Домах моделей появляются даже специальные художники-модельеры по вышивке и по тканям. Что касается батика, то наиболее широкое применение эта роспись нашла в женских платках. Его распространению способствовала популярность фольклорного стиля в моде в 1960—1980-е годы. Искусство батика широко использовалось при создании советских коллекций, предна-

значенных для показов за рубежом. Внутри страны потребность в такого рода предприятиях и специалистах была неизменно высокой, однако перевести художественный промысел на индустриальные рельсы было не просто. Создание нескольких специализированных галантерейных фабрик в Москве и Ленинграде, где были сконцентрированы лучшие кадры художников по батик и шла подготовка учеников, кардинально не решало проблему¹⁷⁶.

До 1960-х годов НИИХП преимущественно занимался моделированием и изготовлением уникальных, штучных образцов одежды (для музеев, фольклорных коллективов и др.). С начала 1960-х перед ним была поставлена задача более тесной увязки научных планов с потребностями массового производства. Важным шагом в данном направлении стало создание в 1962 г. на базе ранее существовавшего здесь небольшого Отдела моделирования одежды — Лаборатории художественного оформления одежды. Ее организатором и руководителем стала Нелли Георгиевна Белецкая¹⁷⁷. К 1969 г. в этой Лаборатории трудилось 15 художников-модельеров и конструкторов, — в основном, талантливых молодых людей, вчерашних выпускников московских художественных вузов. Для сравнения: примерно такое же количество специалистов данного профиля работало и в большинстве региональных Домов моделей легпрома. Опираясь на собственные исследования, а также наработки других подразделений НИИХП, эта Лаборатория сконцентрировала свое внимание на «возрождении уникальных национальных костюмов в вещах современного покроя».

Как упоминалось выше, вслед за опытом Н.П. Ламановой второй половины 1920-х годов, во второй половине 1940-х годов в Московском Доме моделей возвращаются к идее использования традиций народного костюма для моделирования современной одежды. Затем аналогичной работой занимались специалисты региональных Домов моделей одежды. Однако более глубоко и систематически, как в НИИХП, этим никто не занимался. Его специалисты ездили в этнографические экспедиции по стране, привозили откуда зарисовки местных костюмов, а также образцы исчезающей народной одежды, уникальных вышивок и проч.

Принципиальной новизной отличался комплексный подход Лаборатории к делу: речь шла не только о собирании и сохранении, но и о последующем исследовании как конструктивных особенностей пошива и фасонов разных видов народной одежды, так и их цветовой гаммы, ткани, рисунка, отделок и вышивок. Конечным результатом становилась разработка новых моделей современной одежды по национальным

¹⁷⁶ URL: www.art-mozaika.ru/batik.php?page=3. См.: также работы С. Темерина по этой теме.

¹⁷⁷ Кикнадзе Н. Такое далекое и такое близкое // Служба быта. 1969. № 9. С. 19.

мотивам России и других республик с пошивом экспериментальных образцов, которые затем предлагались Домам моделей, ателье индпошива и экспериментальным цехам швейных предприятий.

С 1960-х годов от моделирования отдельных образцов НИИХП перешел к созданию целых коллекций одежды по единой теме или идее. Он организовывал и демонстрации моделей, проходившие с неизменным успехом. Здесь был образован Художественный совет, в состав которого вошли представители швейных предприятий, искусствоведы, специалисты по истории костюма¹⁷⁸.

К сожалению, в практике советского массового фабричного производства разработки НИИХП находили весьма ограниченное применение. Однако небольшие партии «осовремененной», «адаптированной», более функциональной национальной одежды охотно раскупались как внутри страны, так и за рубежом (особенно во Франции, Японии и Великобритании). Нужно иметь в виду, в частности, и то, что в густонаселенных республиках СССР (особенно в Средней Азии и Закавказье) в 1970—1980-е годы «европейское платье» все еще имело ограниченное хождение. Здесь сохранялись стойкие традиции ношения национальной одежды в повседневной жизни, что делало разработку новых моделей современной национальной одежды весьма актуальной и перспективной.

¹⁷⁸ Там же.

Модельеры за работой: Создание моды на микроуровне



Индивидуальный пошив и моделирование одежды в ГУМе (1950—1970-е годы)

«Смотри, какие джинсы мне подарили», — хвастался Л.И. Брежнев, поворачиваясь и с явным удовольствием демонстрируя ладно сидящий на его дородной фигуре «символ американского образа жизни», перетянутый шикарным ремнем с огромной фирменной пряжкой “Perciso”. Такую необычную сцену застал в начале 1970-х годов в кабинете директора ГУМа А.М. Кочурова случайно заглянувший туда по делам художественный руководитель Отдела мод ГУМа Д.Б. Шимилис¹. Было видно, что «вражеские» джинсы советскому руководителю не просто нравятся, но что именно в таком виде он и явился в ГУМ, нисколько не смущаясь очевидного идеологического подтекста. Шимилис не удивился проявлению доверительных отношений высшего партийного руководителя и директора «главного советского магазина»: кремлевское руководство вместе с членами своих семей частенько отоваривалось в закрытой 200-й секции ГУМа², а при необходимости прибегало и к услугам его модельеров и работников Ателье. Шимилис не мог понять другого — почему при столь одобрительном отношении Брежнева к джинсам сохраняется «идеологическое предубеждение» к этой удобной и практичной одежде, а джинсовая ткань и вовсе не выпускается в СССР. В силу этих обстоятельств, пока сам Брежнев щеголял в импортных джинсах, Отдел мод ГУМа, специализировавшийся на моделировании повседневной одежды для советских граждан, был лишен возможности обеспечить их красивыми отечественными моделями из джинсовой ткани.

Этот эпизод — лишь страничка в богатой, изобилующей важными событиями истории ГУМа, которая, как ни странно, до сих пор не написана. Несколько брошюр, на обложках которых стоят фамилии бывших директоров универсама³, как и статьи журналистов в га-

¹ Интервью с Д.Б. Шимилисом, 6 мая 2008 г., Москва.

² Закрытая для «обычных покупателей» 200-я секция ГУМа была организована в середине 1950-х годов для снабжения руководителей страны и членов их семей лучшими, как правило, импортными промтоварами.

³ *Камнев В.Г.* ГУМ. М.: Госторгиздат, 1956; *Кочуров А.М.*: 1) Экономика и организация крупных универсальных магазинов (на примере ГУМа): автореф. ... дис. канд. экон. наук. М., 1969; 2) Универсальные магазины (экономика и организация). М.: Экономика, 1972; 3) ГУМ — вчера, сегодня, завтра. М.: Знание, 1974.

зетах и журналах советских времен, носят общеэкономический либо рекламно-публицистический характер⁴.

Основная задача данного раздела монографии заключается в том, чтобы на основе документальной реконструкции работы Ателье и Отдела мод ГУМа показать особенности деятельности моделирующих организаций в СССР. Микроисторический подход позволяет реконструировать события прошлого в деталях, обратив особое внимание на проблематику социальной истории и истории повседневности,

В основе исследования лежат два основных вида источников, которые сравнительно редко используются профессиональными историками, — материалы первичных парторганизаций (протокольные записи партсобраний, заседаний партбюро, собраний партхозактива, тексты выступлений и др.), а также записи интервью с бывшими сотрудниками Отдела мод ГУМа.

Рождение советского «супермагазина» и новые тенденции на потребительском рынке

Название «Государственный универмаг» (сокращенно — ГУМ) появилось в период нэпа, когда в дореволюционных Верхних торговых рядах на некоторое время была возобновлена коммерческая торговля. Однако в 1930—1940-е годы помещение, выходявшее на историческую Красную площадь, использовалось под склады, госучреждения и квартиры.

ГУМ был возрожден вскоре после смерти Сталина — в декабре 1953 г. Именно в это время новые руководители страны обратили, наконец, внимание на заметное отставание сферы торговли и обслуживания. Нужны были меры, символизирующие смену курса в сторону заботы о человеке. Воссоздание ГУМа прекрасно вписывалось в данный контекст. Идея заключалась в том, чтобы создать гигантский образцовый универмаг, который использовал бы лучшие кадры и прогрессивные формы обслуживания, а также был бы свободен от негативного наследия советской торговли. «Главный магазин в СССР» должен был стать важной достопримечательностью Красной площади, наряду с Мавзолеем и Храмом Василия Блаженного. В появлении соответствующего решения правительства большую роль сыграла личная инициатива упоминавшегося выше Анастаса Микояна, связывавшего с ГУМом большие надежды в повышении культуры обслуживания советских людей.

Тем не менее, образцово-показательный характер ГУМа оказался под вопросом уже в начальный период его деятельности. Универмаг

⁴ Год работы ГУМа // Советская торговля. 1955. № 1; Покупатель пришел в ГУМ // Вечерняя Москва. 1955. 3 окт. С. 2; *Строгов Н.* На прилавках магазина // Московская правда. 1955. 7 окт.; *Николаева З.* Как изучать спрос? // Труд. 1966. 4 янв.; *Полонский В.* Все о ГУМе // Московская правда. 1967. 27 мая; и др.

был пущен в эксплуатацию в «пожарном» порядке — за 2,5 месяца, а кадры работников и вовсе «мобилизовывались» за 1,5 месяца. Специальное решение МГК партии обязывало торговые предприятия Москвы направить на работу в ГУМ непременно свои лучшие силы. Однако на практике выяснилось, что многие магазины воспользовались моментом, чтобы избавиться от неугодных, недисциплинированных, неопытных или малоквалифицированных работников. В результате, как видно из материалов парторганизации ГУМа, кадровый вопрос оказался здесь одним из самых острых. К моменту открытия магазина в конце 1953 г. коллектив насчитывал 3,6 тыс. чел., причем в их числе было всего 255 членов партии⁵. Здесь трудилось много неопытной молодежи, а из числа более зрелых работников высоким оказался процент малообразованных кадров. Так, в марте 1955 г. из 4,5 тыс. чел., трудившихся в ГУМе, 1,8 тыс. чел. имели низшее образование и 2,6 тыс. — опыт работы в торговле менее трех лет⁶. Ситуация усугублялась сравнительно высокой текучестью кадров в 1960—1970-е годы. Свою специфику вносил и преимущественно «женский контингент» работников ГУМа. Спустя 20 лет после открытия, в 1973 г., здесь трудилось уже 7 тыс. чел., образовательный и профессиональный уровень которых существенно вырос⁷.

По мере выселения из здания жильцов и контор ГУМ все больше превращался в «государство в государстве» — с огромными торговыми площадями, гастрономом на первом этаже, ведомственным общепитом, своей системой складских помещений, пожарной охраны, радиоузлом, многотиражной газетой, библиотекой, типографией и др. Универмаг подчинялся Управлению торговли Мосгорисполкома, но на практике директор ГУМа имел немалый вес и в кабинетах Министерства торговли.

В 1954 г. в ГУМе насчитывалось 11 товарных отделов по видам продукции. В продаже был представлен практически весь ассортимент выпускавшихся в СССР промышленных товаров более 30 тыс. наименований: текстиль, готовое платье, обувь, трикотажно-бельевые и посудо-хозяйственные изделия, мебель, ковры, меха, головные уборы, сувениры, игрушки и др. Это был самый крупный универмаг в СССР и один из крупнейших в Европе⁸. Сюда ехали со всех концов страны за тем, что почти не доходило до регионов: за новинками одежды, за модными и качественными отечественными и импортными изделиями. Поскольку довольно быстро обнаружился дефицит торговых площадей в главном здании, ГУМ стал прирастать филиалами в Москве⁹.

⁵ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 1. Л. 1.

⁶ Там же. Д. 12. Л. 54 (Протокол заседания парткома ГУМа от 29 марта 1955 г.).

⁷ Там же. Д. 165. Л. 49.

⁸ В 1970-е годы ГУМ и его гастроном ежедневно посещали 200—300 тыс. чел., которые совершали 220—230 тыс. покупок. После распада СССР в августе 1992 г. ГУМ был приватизирован и стал акционерным обществом «Торговый дом ГУМ».

⁹ В соответствии с решением Президиума ЦК КПСС, в середине 1950-х годов в ГУМе была расширена торговля сувенирно-подарочными изделиями, в том

Кроме всего прочего, магазин приобрел «показательный» характер: будучи расположенным в самом центре столицы, он стал частью культурной программы для все активнее посещавших Москву иностранцев.

При создании ГУМа его примерный товарооборот планировался в 8 млн. руб. в сутки, но уже в конце 1955 г. он достиг 10 млн. руб. В это время здесь была сосредоточена одна восьмая часть всех промтоварных запасов Москвы. К концу 1955 г. магазин давал 19% товарооборота столицы. В день здесь совершалось 150 тыс. покупок. Однако реальное значение этого универмага можно оценить, только приняв во внимание, что именно сюда направлялся на реализацию самый дефицитный товар. В ГУМе продавалось 70—85% фондов Москвы по так называемым товарам повышенного спроса¹⁰. Именно по этой причине практически с первых дней работы ГУМ стал известен на всю страну огромными толпами покупателей и километровыми очередями, перераставшими в драку конфликтами и снующими по торговым рядам спекулянтами и перекупщиками. Не все оказалось благополучно и с «образцовой торговлей». За 1955 г. и 1-й квартал 1956 г. в разные инстанции поступило 1236 (!) письменных жалоб от покупателей на плохое обслуживание в ГУМе¹¹.

По откровенному признанию директора ГУМа В.Г. Каменева, в магазине стало невозможно не только покупать товары, но затруднительно даже заходить в его здание. Поскольку неприглядная картина столпотворения портила имидж образцового предприятия торговли, в ноябре 1955 г. руководство ГУМа обратилось в Минторг с просьбой разгрузить ГУМ от дефицита, частично передав его в другие магазины. В первую очередь — освободить ГУМ от торговли громоздкими и специализированными товарами (пианино, мебель, ковры, посуда, обои и проч.), что и было постепенно сделано.

Тем не менее, в 1956 г. товарная нагрузка на ГУМ по сравнению с 1955 г. не только не снизилась, но даже возросла. Теперь на его долю приходилась реализация 1/6 части всех промтоваров Москвы (!). В 1956 г. более 38 млн. чел. совершили здесь покупки на сумму 2 млрд. 678 млн. руб. Эта цифра равнялась всему товарообороту Брянской, Калужской и Костромской областей вместе взятых (включая и сельскую торговлю в них)¹².

числе для продажи иностранцам. В числе первых появился магазин «Подарки» на ул. Горького (открыт в 1956 г.), а также гумовский киоск в гостинице «Метрополь». Другие филиалы ГУМа в Москве: «Русский сувенир» (1962 г.), «Лейпциг» (1965 г.), магазин «Хрусталь» (1968 г.), «Балатон» (1972 г.), магазин «Прага» (1981 г.) и др. В 1987 г. в состав ГУМа вошли все «национальные» магазины Москвы («Прага», «Ядран», «Власта», «Балатон», «Будапешт» и др.).

¹⁰ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 12. С. 228 (Протокол заседания парткома ГУМа от 27 декабря 1955 г.).

¹¹ Там же. Д. 17. Л. 26.

¹² Там же. Д. 23. Л. 31 (Из отчетного доклада директора ГУМа о работе за 1956 г. на партсобрании ГУМа 19 февраля 1957 г.).

Кроме торговых отделов, в ГУМе было открыто Ателье индивидуального пошива одежды и обуви, а также Отдел мод с демонстрационным залом. Другим необычным по тем временам новшеством оказался Отдел конъюнктуры, спроса и предложений, в задачи которого входило изучение потребительского спроса и рекламирование товаров. Однако в середине 1950-х годов, в условиях острейшего дефицита практически любых товаров, эти цели оказались малоактуальными. «Вся работа по изучению спроса носит фантастический характер, т.к. не секрет: мы не имеем достаточной экономической базы для удовлетворения всех потребностей покупателя», — откровенно говорилось об этом на одном из партсобраний Управления ГУМа летом 1954 г.¹³

Для удобства посетителей в магазине был организован Отдел обслуживания. Он располагал системой упаковки и доставки товара по Москве. В ГУМе появились здравпункты, а также комната матери и ребенка (с игрушками, возможностью отдохнуть и перепеленать малыша), в которой постоянно дежурили два сотрудника. Но, судя по всему, спешащим отовариться посетителям было не до отдыха с детьми: согласно статистике, за 1955 г. в комнате матери и ребенка побывало 7200 детей, а в 1956 г. и того меньше — 5727 (то есть, с учетом рабочего времени — примерно 1 ребенок в час)¹⁴.

Новые тенденции: от эпохи тотального дефицита к сочетанию дефицита и затоваривания

Уже в июле 1955 г. директор ГУМа В.Г. Каменев, выступая на заседании парткома универмага, посвященном деятельности Отдела мод, неожиданно заговорил об общих тенденциях в области потребления, о которых лучше, чем кто бы то ни было, знали торговые работники. По мнению Каменева, в СССР параллельно шли несколько взаимосвязанных процессов, требовавших осмысления и реагирования, в том числе в плане отношения к моде и ее роли в обществе.

Во-первых, Каменев отметил тенденцию *диверсификации одежды в зависимости от ее функций*: заканчивалось время массовой послевоенной бедности и тотального дефицита, когда большинство граждан могло позволить себе иметь только один костюм на все случаи жизни, а часть населения донашивало военную форму. Во-вторых, по его мнению, ускоренными темпами шло *стирание граней между одеждой представителей различных социально-профессиональных групп советского общества*. В-третьих, в связи с некоторой либерализацией режима после смерти

¹³ См.: Там же. Д. 7. Л. 29 (Протокол открытого партсобрании парторганизации Управления ГУМа от 23 августа 1954 г.).

¹⁴ Там же. Д. 23. Л. 48.

Сталина, а также с ростом доходов и культурного уровня населения наблюдалась *диверсификация вкуса*. По словам Каменева, уже сейчас (1955 г.) «каждый одевается, как хочет, как ему нравится и как он может себе это позволить»¹⁵. Директор ГУМа прогнозировал нарастание указанных тенденций и обусловленный взрывной характер потребительского интереса к модной, разнообразной и качественной одежде в ближайшем будущем.

К мнению В.Г. Каменева стоит прислушаться. Торговля в таком «супермагазине», как ГУМ, являлась прекрасным барометром потребительского поведения населения. К тому же здесь было неплохо налажено изучение динамики спроса и предложения с разбивкой по группам товаров. Наконец, ГУМ оказался на «передовой» всевозможных экспериментов, новых форм торговли и обслуживания покупателей, которые проходили здесь апробацию. Отчеты и докладные записки данной тематики регулярно посылались из универмага в вышестоящие инстанции, а новые тенденции обсуждались на производственных и партийных собраниях ГУМа.

Как видно из документов, в конце 1950-х годов отмеченные Каменевым тенденции в сфере потребления нарастали. В это время завершалась *эпоха тотального дефицита промтоваров*, сопровождавшая весь предшествовавший советский период (1917—1950-е годы). В контексте истории потребления зафиксированные торговлей изменения, несомненно, означали вступление советского общества в качественно новый этап своего развития. Эти изменения имели далеко идущие, но, к сожалению, в должной мере еще не изученные последствия (социокультурные, экономические, политические и др.).

На смену эпохе тотального дефицита пришло новое явление — причудливое сочетание дефицита одних товаров и катастрофического затоваривания другими. Главная причина такого положения вещей заключалась в том, что советская система производства промтоваров (как называли в то время, «ширпотреба» или «товаров народного потребления»), несмотря на все попытки ее реформирования «сверху», продолжала оставаться «самодостаточной» и, по большому счету, не восприимчивой (или недостаточно восприимчивой) к меняющимся потребностям и запросам потребителей. Говоря иначе, как и вся планово-директивная советская система хозяйствования, она сохранила свой «становой хребет», заложенный в основном еще в 1930-е годы, и на практике «отторгала» чуждые ее природе механизмы.

Между тем жизнь шла вперед почти с космической скоростью. Мощными «ускорителями» процессов в советском обществе конца 1950-х — начала 1960-х годов стали совпавшие по времени успехи в освоении космоса, «приоткрытие» железного занавеса, «оттепель» и критика культа личности, заметный рост культурно-образовательно-

¹⁵ Там же. Д. 12. Л. 149.

го уровня населения, разрушение норм традиционного патриархального уклада и др. Люди хотели жить по-другому. Именно в контексте этих перемен, направленных на обновление жизни и ломавших привычные представления, становится понятным особое место происшедших изменений в сфере потребления. «Кончилось время, когда все товары были в дефиците, и покупатель готов был не считаться с их качеством. Теперь этого нет, люди более разборчивы и все подряд не покупают», — заявил на заседании партхозактива ГУМа 25 февраля 1959 г. заведующий отделом готового платья А.М. Кочуров, в скором времени ставший новым директором ГУМа¹⁶. Его коллега — завотделом трикотажных товаров Мацковский обращал внимание на то, что в последнее время покупатели предъявляют совершенно новые, повышенные требования к товарам, причем сразу по трем позициям: качеству, ассортименту и расцветке¹⁷.

Парторганизация ГУМа была тревогу по поводу того, что промышленность не считается с новой ситуацией и продолжает «гнать» продукцию, не пользующуюся спросом¹⁸. В результате количество «залежалых» отечественных товаров стало увеличиваться, оседая мертвым грузом на складах ГУМа. Страдала не только выручка (и, соответственно, зарплата работников), но и престиж «первого магазина страны». Напомним, в ГУМ поступала, как правило, лучшая отечественная продукция массового производства. В документах его парторганизации конца 1950-х годов все чаще говорится о наступлении «эпохи затоваривания». Руководство ГУМа пыталось отказаться от получения на реализацию не пользующейся спросом продукции, низкосортных тканей и других товаров, однако, как видно из документов, их заставляли брать в принудительном порядке. Только в начале 1959 г., после того как «образцовым магазином» с треском был провален план 1958 г. и по этому поводу разразился грандиозный скандал, с него частично сняли заведомо «неходовые» отечественные товары (они были переданы на реализацию в другие магазины).

В качестве «компенсации» упущенной прибыли Минторг стал поставлять ГУМу больше импортных товаров, неизменно пользовавшихся повышенным спросом у населения. Уже в конце 1950-х годов импорт составлял, к примеру, более 30% в общем объеме продаваемых в ГУМе швейных изделий¹⁹. В дальнейшем доля импортной продукции в торговле ГУМа увеличилась. В 1960 г. было принято очередное Постановление ЦК КПСС и Совета министров СССР «О мерах по дальнейшему улучшению торговли...», в соответствии с которым

¹⁶ Там же. Д. 41. Л. 171.

¹⁷ Там же. Л. 174.

¹⁸ Работники ГУМа на партсобраниях из года в год жаловались на то, что фабрики производят в основном ту продукцию, которую им выгодно или легко производить, не считаясь с мнением как торговли, так и самих потребителей.

¹⁹ Там же. Д. 51. Л. 46.

торговые организации теоретически получили, наконец, право влиять на промышленность, чтобы она выпускала ассортимент товаров в соответствии с покупательским спросом. Однако на практике по ряду причин такое влияние оказалось весьма ограниченным²⁰.

Ситуация с затовариванием усугублялась отсутствием в СССР принципа сезонности производства одежды. Работники ГУМа жаловались, что к ним, в соответствии с известной русской пословицей: «готовь сани летом, а телегу зимой», к морозцу завозится больше летних товаров, чем зимних, и наоборот. Раньше, когда в условиях тотального дефицита быстро раскупалось все подряд, это не имело особого значения. Но теперь, когда появился минимальный выбор, а контролируемая государством разница в ценах на промтовары была сравнительно невелика, покупатель ГУМа год от года становился все более «привередлив». Он делает себе обновки преимущественно к сезону, ориентируясь на тенденции моды, и, соответственно, отказывается брать пусть и практичную, но залежалую, блеклую по расцветке или вышедшую из моды одежду²¹. Как видим, по мере насыщения рынка следование моде становится все более важным фактором потребительского поведения советских людей.

Судя по всему, другой неожиданностью для власти стало довольно быстрое распространение новых тенденций потребительского спроса — из столицы и крупных культурных центров — в российскую «глубинку». Так, начальник Управления промтоваров Мосгорисполкома Кирсанов, выступая перед партхозактивом ГУМа 25 февраля 1959 г., сетовал на то, что теперь уже не только «избалованные» спецснабжением москвичи²², но и жители соседних регионов отказываются покупать товары низкого качества и вышедшие из моды. По его словам, если раньше залежалый товар ГУМа успешно продавался в Костромской или Владимирской области, то примерно со второй половины 1958 г. и там «все подряд брать перестали»²³.

Воспитание коллектива и распространение неформальных практик

В основу данной главы легли документы парторганизации ГУМа, в которых хорошо отражены характерные для советского общества 1950—1970-х годов морально-этические нормы и представления, а также конкретные факты, связанные с негласными практиками в сфере потребления. Источники рисуют и картину воспитательной

²⁰ Можно отметить три основных причины: 1) частая смена ассортимента изделий была экономически невыгодна промышленности; 2) гигантские фабрики, составлявшие основу легкой промышленности СССР, были крайне неповоротливыми и негибкими в плане смены ассортимента; 3) заявки торговли, основанные на покупательском спросе, оказывались слабо обеспечены материальными ресурсами.

²¹ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 41. Л. 172.

²² Москва и другие крупные города СССР всегда снабжались в особом порядке.

²³ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 41. Л. 184—185.

работы с коллективом. Парторганизация в первую очередь отвечала за расстановку кадров, за работу с молодежью, за здоровый идейный и моральный климат в магазине в целом, а также в его структурных подразделениях (в них действовали свои первичные партийные и комсомольские организации). Под особым контролем находился разбор жалоб и заявлений граждан, касавшихся нарушений правил торговли. Сравнительно частым явлением в ГУМе, как и в других «сидящих на дефиците» учреждениях торговли и бытового обслуживания, были персональные дела не выдержавших искушения коммунистов. Несмотря на общие партийные установки, многое, конечно, зависело от конкретных людей, которые воплощали их в жизнь, а также от сложившихся традиций, бороться с которыми было очень трудно.

С первых дней работы в коллективе универсама стала складываться своеобразная «корпоративная солидарность», связанная с практикой «самоснабжения» работников — начиная с руководителей и кончая уборщицами. Как правило, мелкие нарушения такого рода не предавались огласке, если не выходили за рамки «дозволенного». Обычно провинившихся привлекали к ответственности только после ставших достоянием гласности скандалов, периодически вспыхивавших²⁴. Учитывая распространенность «самоснабжения», Анастас Микоян вынужден был еще в 1954 г. издать специальный приказ, запрещавший работникам ГУМа покупать дефицитные товары в своем магазине. Однако на практике выполнить это распоряжение было невозможно, разве что воздействовать на коммунистов по партийной линии. По закону преследовалась только спекуляция, однако определить, покупаются товары для себя, друзей и членов семьи либо изначально с целью их перепродажи, было затруднительно²⁵. Неудивительно, что на работу в ГУМ стремились устроиться не столько из-за зарплаты, сколько из-за близости к дефициту.

²⁴ К примеру, 25 августа 1959 г. газета «Советская торговля» опубликовала критическую статью под заглавием «Из сборника записок т. Плахотина». В статье речь шла о распространенной практике, когда по запискам коммерческого директора ГУМа Плахотина проживающим в Москве иностранцам и «советской элите», которой якобы некогда стоять в общих очередях (писатели, ученые, артисты, генералы, депутаты, госчиновники), производился отпуск дефицитных товаров вне очереди. Статья вызвала большой резонанс, однако, как видно из ее обсуждения на парткоме ГУМа, руководители магазина — члены КПСС настолько привыкли к «распределению дефицита», что так и не поняли, в чем именно они провинились (Там же. Д. 44. Л. 10—13).

²⁵ Широкое распространение приобрели случаи, когда работники ГУМа договаривались между собой и ставили в известность друзей о том, где и когда (точное время и номер секции) «выкинут» конкретный дефицит. Кроме того, пользуясь служебным положением, они входили в здание и занимали очередь за покупкой до открытия магазина. Затем они либо передавали очередь вошедшим в магазин знакомым, либо, первыми купив дефицитный товар, бежали на свое рабочее место. На партсобраниях массовое распространение таких потребительских практик признавалось, они считались свидетельством «отсталых настроений» среди работников (Там же. Л. 42).

Достаточно изучить материалы первичной парторганизации любого подразделения ГУМа, чтобы прийти к выводу о том, насколько большим искушением оказывался дефицит в любой форме и возможность использования служебного положения в личных целях. Конечно, в подразделениях имела и своя специфика. К примеру, даже для директора ГУМа не было секретом, что в 1950—1960-е годы некоторые работники Ателье, пользуясь большими очередями потенциальных клиентов, прямо в ГУМе «активно искали заказчиков для выполнения заказов у себя на дому». Распространенным явлением стало и «выполнение частных заказов в стенах Ателье» в рабочее время, особенно если для пошива вещи требовалось специальное оборудование²⁶. Наиболее часто этим грешили сотрудники обувного цеха, о чем в 1964 г. упоминал директор Ателье Пасечников²⁷. Проведенная 13 сентября 1957 г. проверка показала, что сотрудники цеха мужской одежды Ателье на своем рабочем месте выполняют «левые» заказы, а руководители цеха не обращают на это внимания, как на «будничное дело»²⁸. 4 сентября 1957 г. на партсобрании Ателье слушалось персональное дело закройщика С.М. Буравлева, который особо не скрывал, что одновременно с работой в Ателье в 1954—1956 гг. исполнял частные заказы на дому²⁹. Таким образом, работа не только в торговых отделах, но и в Ателье ГУМа могла стать источником дополнительных заработков.

Все прекрасно знали, что в условиях превышения спроса над предложением, на частных портных, выполнявших заказы на дому, государство смотрело «сквозь пальцы», несмотря на то, что они не платили налогов с дополнительных доходов. В принципе и в деятельности «на два фронта» криминала не было (если, конечно, при этом на работе не подворовывались материалы и побочные заработки не влияли на выполнение плана), однако с точки зрения партийной этики такое поведение считалось недопустимым. В том числе и по той причине, что все знали: шла негласная конкуренция между государственными ателье индпошива и частниками.

В материалах парторганизации ГУМа содержится немало интересных сведений, характеризующих общественные представления о моде, о культуре одежды и поведения. Как правило, критикуемой стороной выступала молодежь, которая, по мнению старших по возрасту партийцев, ведет себя недостойно, притом не делалось различий для поведения на работе и в быту.

Показательно, что в конце 1950-х годов в списке дискредитирующих поступков оказалось посещение государственных ресторанов. В докладе секретаря парткома ГУМа на общем партсобрании магазина 21 мая 1959 г., в частности, отмечалось: «Часть молодежи проводит свой

²⁶ Там же.

²⁷ Там же. Д. 96. Л. 77.

²⁸ Там же. Д. 30. Л. 143.

²⁹ Там же. Л. 105.

досуг в ресторанах, среди отдельных девушек имеют место факты аморального поведения. В галантерейном отделе комсомолка Шешелевич совершает прогулы, не ночует дома, заводит случайные знакомства в рабочее время... В Отделе мод молодая девушка носит на шее крестик. Среди остальной части имеют место неправильные взгляды на жизнь, на поведение в быту»³⁰. В ходе обсуждения доклада перечень «прегрешений» молодежи был расширен. По мнению агитатора из Отдела головных уборов Кузьминой, молодые работницы «любят перенимать моды Запада, одеваются экстравагантно, уродуют себя прическами, посещают рестораны». Это противоречит советской морали, советующей одеваться просто, красиво и со вкусом. Секретарь комсомольской организации ГУМа Романов рассказал, что знакомые ему комсомолки — продавцы-консультанты Трикотажного отдела, открыто говорят на занятиях в системе политечебы, что отечественные рубашки покупателям не нравятся, зато большим спросом пользуются заграничные вещи³¹.

В 1950-е годы, в связи с «приоткрытием» железного занавеса, предметом особого внимания парторганизации стали контакты с иностранцами. По-видимому, впервые со всей очевидностью злободневность этого вопроса осознали во время проведения в 1957 г. в Москве Международного фестиваля молодежи и студентов. Молодые, привлекательные продавщицы ГУМа тоже были не прочь познакомиться с иностранцами. Однако когда весной 1959 г. две работницы 18—19 лет были задержаны ночью в гостинице «Ленинградская» в номере, где проживали арабы, это было воспринято в коллективе как чрезвычайное происшествие³².

Ателье мод ГУМа в 1950—1960-е годы

Первые шаги

Когда открывался ГУМ, среди его ведущих подразделений решено было создать Ателье индивидуального пошива одежды, обуви и головных уборов. Предполагалось, что в Ателье придут те покупатели ГУМа, которые не смогут подобрать себе готовую одежду на прилавках этого универмага из-за нестандартной фигуры, взыскательного вкуса или стремления к индивидуальному стилю. После соответствующей подготовки, в апреле 1954 г. Ателье начало функционировать и вскоре стало самым крупным и самым известным в Москве.

³⁰ Там же. Д. 41. Л. 4—7.

³¹ Там же. Л. 7.

³² Там же. Л. 32.

Как и сам универмаг, Ателье задумывалось как образцово-показательное. Ему был сразу же присвоен высший разряд («внеразрядное», или класса «люкс»). Заказы принимались ежедневно в порядке общей очереди через специально оборудованные женский и мужской салоны³³. После чего наряды с данными обмера фигуры и детального описания фасона вещи передавались в соответствующие цеха для пошива. В штате Ателье были предусмотрены консультанты, советовавшие посетителям, какие фасоны и модели им больше подойдут. Такое обслуживание предполагало повышение государственных расценок на 70% по сравнению с обычным ателье индпошива. Тем не менее, попасть в Ателье ГУМа было непросто. С первых дней сюда выстроились длинные очереди страждущих. В начале 1960-х годов для пошива здесь обуви и некоторых видов одежды необходимо было ежедневно отмечаться в очереди в течение нескольких недель и более.

В марте 1954 г. Ателье посетили заместители министра торговли СССР, чтобы лично убедиться в его готовности к открытию³⁴. В Минторге СССР, руководимым А. Микояном, это Ателье рассматривалось как своего рода «пилотный проект»: вслед за ним в середине 1950-х годов предполагалось открыть еще 17 аналогичных ателье индпошива в крупнейших универмагах страны³⁵. По этой причине к Ателье ГУМа было приковано столь пристальное внимание. С конца 1950-х годов Ателье ГУМа стало еще и своеобразным методическим центром индпошива в системе торговли: сюда стали приезжать специалисты из разных городов СССР с целью обмена опытом³⁶.

Первым директором Ателье ГУМа была назначена А.П. Козлова, — фигура, в то время известная и влиятельная в магазине и слишком колоритная, чтобы не быть упомянутой. Козлова была членом парткома ГУМа, в Ателье же ее называли не иначе, как «хозяйка». Она и вела себя полноправной хозяйкой, не позволяя никому себе перечить. В сложный организационный период и в начале деятельности Ателье в коллективе это терпели, но после XX съезда КПСС взбунтовалась парторганизация. На партсобраниях авторитарные методы работы Козловой были подвергнуты критике, а сложившаяся в коллективе ситуация охарактеризована как «второй культ личности». В этих условиях руководство ГУМа вынуждено было прислушаться к мнению коллектива.

³³ Любопытный факт: в 1955 г. руководители салонов были подвергнуты критике за то, что подбирают кадры приемщиц заказов преимущественно по внешним данным (молодые, симпатичные девушки), а не по деловым качествам. Для советского сервиса середины 1950-х годов это было весьма необычным явлением (Там же. Д. 16. Л. 150 (Протокол партсобрания Ателье ГУМа от 4 февраля 1955 г.)).

³⁴ Там же. Д. 9. Л. 142 (Протокол заседания партбюро ГУМа от 15 марта 1954 г.).

³⁵ Там же. Л. 124 (Протокол партсобрания Ателье ГУМа от 21 января 1954 г.).

³⁶ Там же. Д. 44. Л. 40 (Протокол партсобрания Ателье ГУМа от 14 сентября 1959 г.).

В апреле 1957 г. у Ателье появился (и долгое время возглавлял его) новый директор с миролюбивой фамилией Пасечников.

Ателье с самого начала создавалось как самостоятельное подразделение ГУМа со своим отделом снабжения, отделом кадров, бухгалтерией и др. В структуре Ателье появились салоны по приему заказов, экспериментальная мастерская (для моделирования и «адаптации» моделей одежды к возможностям индпошива), а также пошивочные цеха и мастерские (закройный, мужского и женского платья, детский, обуви, головных уборов)³⁷. Если в 1954 г. в Ателье работало в общей сложности 400 чел., то в 1955—1960 гг. численность коллектива стабилизировалась на отметке порядка 500 чел. Фактически это было не ателье, а целый комбинат индпошива.

С первых дней главной проблемой оказалась нехватка квалифицированных работников. Особенно плохо было с закройщиками, ключевой фигурой в любом ателье. Впрочем, в 1950-е годы художник-модельер и закройщик числились среди самых дефицитных профессий в стране. Как и в случае с коллективом ГУМа в целом, для работы в Ателье кадры подбирались по всей Москве. Но столичные ателье индпошива не хотели отдавать своих лучших специалистов. Поэтому часть работников оказались молодыми и неквалифицированными, другие же вообще пришли со швейных фабрик и не имели опыта индивидуального пошива одежды. Достаточно сказать, что из 500 чел., трудившихся в Ателье ГУМа в 1958 г., высшее образование имели только 3 (!) чел., еще 13 окончили средние специальные учебные заведения, кроме того, 5 чел. училось в институтах и 7 — в техникумах³⁸. Из сказанного можно заключить, что большинство закройщиков, трудившихся в то время в Ателье, были специалистами-практиками, не получившими систематического образования. Невысокий профессиональный и образовательный уровень коллектива не мог не сказаться на результатах работы в начальный период. В дальнейшем руководством ГУМа были предприняты специальные усилия для повышения квалификации молодых работников, что довольно быстро привело к положительным результатам.

Оборудование для образцового Ателье ГУМа, впрочем, тоже собиралось в конце 1953 г., что называется, «с миру по нитке». В первое время здесь действовали преимущественно старые машины, часть из которых поступила с фабрик и вообще не была приспособлена для индпошива (к примеру, от частой перенастройки такие машины выходили из строя). Впрочем, в 1950-е годы в Ателье не хватало и таких элементарных вещей, как стулья, иголки, булавки, электролампы. Притчей во языцех стали производственные помещения. Пошивочные цеха Ателье располагались в основном здании ГУМа, в неприспо-

³⁷ Там же. Д. 1. Л. 14.

³⁸ Там же. Д. 31. Л. 11.

собленных помещениях. Работники часто жаловались на тесноту и на духоту вследствие плохой вентиляции. Для улучшения условий труда не хватало средств. Дело сдвинулось с мертвой точки только после обсуждения на парткоме ГУМа случая, когда вследствие плохой вентиляции одна из работниц Ателье упала в обморок на рабочем месте³⁹.

Снабжение всему голова

В основе довольно успешного старта Ателье ГУМа, сделавшего ему с первых дней хорошую рекламу, лежала важная тайна. Дело в том, что Минторг обещал, что Ателье будет снимать сливки, то есть, дать эксклюзивную возможность отбора на своих складах лучших — самых качественных и модных отечественных и импортных тканей, которые только поступают в систему советской торговли. По этой причине, в отличие от других ателье индпошива страны, первоначально в Ателье ГУМа был даже запрещен пошив изделий из материала заказчика. Однако в последующем, под давлением обстоятельств, этот пункт правил вынуждены были отменить. В результате, к примеру, в 1964 г. половина заказов пошивалась из материала заказчика. Что же случилось?

Лучшие ткани действительно поступали в Ателье, но только в течение первых нескольких лет его работы. Однако уже в конце 1950-х годов обещания Министерства торговли о приоритетном снабжении оказались забыты. Вместо снабжения со складов Минторга Ателье стало в основном снабжаться тем, что поступало на склады ГУМа. То есть, в распоряжение Ателье, как минимум, должны были поступать те же самые ткани, что продавались на прилавках магазина. На практике торговые секции, заинтересованные в выполнении плана реализации, забирали себе наиболее «ходовые» и дефицитные ткани. На этой почве у них периодически вспыхивали конфликты с Ателье.

В 1958—1959 гг. руководство Ателье жаловалось на то, что имеет в основном материал не самого высокого качества, который к тому же не отличается разнообразием расцветок. В поставках иногда преобладал шелк, иногда — преимущественно шерсть. С первых дней работы Ателье отсутствовали то необходимая фурнитура, то подкладочные материалы. Дело доходило до того, что его сотрудники вынуждены были самостоятельно красить нитки, чтобы те по тону соответствовали ткани пошиваемого ими платья или костюма (!)⁴⁰. «Некоторых цветов ниток в природе не найдешь. Нужно ставить вопрос о сочетании выпуска ниток и текстиля. Нет хороших пуговиц ни на нашем складе, ни на складе

³⁹ Там же. Л. 17. Л. 81 (Прения по докладу о работе парторганизации ГУМа в 1956 г.).

⁴⁰ Там же. Д. 41. Л. 179.

ГУМа. Для (новых) моделей закройщикам приходится покупать пуговицы с рук у ГУМа, у стоящих там спекулянтов», — отметила сотрудница Ателье Моисеева на одном из партсобраний в 1954 г.⁴¹

Жалобы на плохое снабжение из года в год звучали на отчетно-выборных партсобраниях коллектива Ателье. В 1964 г., к примеру, обсуждалось, за счет чего можно удержать его высокую марку, если оно ширезрядное только формально, а на практике снабжение осуществляется наравне с разрядными ателье⁴². Неизменно звучала и острая критика в отношении легкой промышленности. «Наша промышленность выпускает одни и те же ассортименты тканей, и они уже надоели заказчикам», — утверждала в начале 1964 г. товаровед Холодова⁴³. Ее поддержал директор Ателье Пасечников. Он сетовал: несмотря на то, что фабрики СССР выпускают в общей сложности 12 (!) расцветок тканей, на прилавках ГУМа (а значит, и в распоряжении Ателье) широкий ассортимент увидишь не каждый день⁴⁴.

Недостаточное снабжение (как по типу тканей, так и по фактуре и расцветкам) напрямую влияло на качество пошива. Происходили и почти анекдотичные случаи. Об одном рассказал закройщик Ателье на партсобрании в марте 1963 г.: «Я сдавал костюм серый, а карманы на брюках (из-за отсутствия материала) вынужден был делать черные. Заказчик возмутился и до сих пор не взял костюм»⁴⁵. Претензии заказчика, несомненно, были обоснованными. Ателье в таких случаях терпело убытки, но его руководство ничего поделаться не могло, за исключением обращений в вышестоящие инстанции. После жалоб снабжение временно улучшалось, но ситуация с ассортиментом тканей изменилась к лучшему и стала более-менее стабильной только с 1970-х годов.

Секреты производства

Основным видом деятельности Ателье ГУМа, бесспорно, являлся подпошив одежды. Однако с первых дней оно занималось также производством в небольших количествах конфекции⁴⁶ (кроме мужской одежды, которая не шилась по конфекции), а с 1958 г. — в ограни-

⁴¹ Там же. Д. 9. Л. 121 (Протокол партсобрании Ателье ГУМа от 5 апреля 1954 г.).

⁴² Объективно говоря, снабжение материалами Ателье ГУМа, как и качество пошива здесь, были все равно лучше, чем в обычных ателье индпошива, не входящих в систему Минторга.

⁴³ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 96. Л. 77 (Протокол партсобрании Ателье ГУМа от 13 января 1964 г.).

⁴⁴ Там же. Л. 84.

⁴⁵ Там же. Д. 81. Л. 77.

⁴⁶ Конфекция (лат. confectio — изготовление) — *здесь* готовое платье всех видов, изготовленное не на индивидуального заказчика, а малыми сериями на обезличенного массового потребителя.

ченных количествах производством полуфабрикатов женской одежды для продажи в торговых секциях универмага. При этом пошив конфекции и полуфабрикатов экономически оказался выгоднее, чем индпошив. Иными словами, поскольку индпошив одежды даже по госрасценкам не давал высокой рентабельности, то в случае возникновения проблем с выполнением плана Ателье давали «добро» на производство конфекции и полуфабрикатов. Еще одним «побочным» продуктом деятельности Ателье стало моделирование одежды.

«Внеразрядный» статус Ателье ГУМа давал ему ряд ощутимых преимуществ по сравнению с действовавшими в СССР ателье индпошива высшего — I-го разряда: у последних норма пошива закройщиков была 60 вещей в месяц, а в ГУМе — 32, в ателье зарплата закройщиков составляла 900 руб. в месяц, а в ГУМе — от 1400 (на апрель 1958 г.)⁴⁷. Предполагалось, что в таких благоприятных условиях у сотрудников Ателье ГУМа появится больше возможностей для тщательной индивидуальной работы с клиентом (вплоть до разработки модели «под конкретного заказчика») и для пошива современных, модных и качественных вещей.

Предусматривалось, кроме того, что салоны Ателье будут заниматься не только приемом и выдачей заказов, но и пропагандой советской моды и воспитанием хорошего вкуса. С этой целью в салонах были установлены периодически обновляемые витрины с новыми моделями одежды, разработанными закройщиками Ателье. Посетителям салонов также должны были предлагаться на просмотр журналы мод, в которых они также могли бы выбрать подходящую модель. Однако клиенты часто жаловались на формализм в обслуживании, на то, что в салонах пылятся старые журналы с давно устаревшими моделями.

В середине 1950-х годов производительность Ателье была невелика: салоны принимали ежедневно по 30 заказов на пошив пальто, костюмов и платья, а также 10 заказов головных уборов и 5 обуви⁴⁸. В дальнейшем число закройщиков и принимаемых ими заказов увеличилось⁴⁹. Как видно из представленной ниже таблицы, с 1956 г. до 1963 г. количество ежегодно выполненных в Ателье заказов увеличилось с 45 тыс. до 61 тыс.

Однако желающих пошить здесь одежду было значительно больше. Наличие дефицита подпитывало спекуляцию и распространение «блата». С первых лет работы стал «размываться» и принцип общей очереди. Кроме того, что место в очереди на индпошив превратилось в предмет спекуляции (его можно было купить с рук у граждан, постоянно де-

⁴⁷ Там же. Д. 40. Л. 70. В действительности некоторые закройщики не выполняли и эти сравнительно невысокие нормы. Так, в 1963 г. некоторые закройщики изготавливали по 15—17 вещей в месяц вместо положенных 32 (см.: Там же. Д. 81. Л. 60).

⁴⁸ Там же. Д. 1. Л. 59.

⁴⁹ К примеру, в 1963 г. в Ателье работало по 10 закройщиков верхнего женского и мужского платья.

Таблица № 1

Итоги деятельности Ателье мод ГУМа за 1956-1963 гг.*

Год	Изготовлено изделий по индпошиву	Разработано новых моделей
1955 первая половина	—	199**
1956	45 300***	480****
1958	53 000*****	—
1962	—	419*****
1963	61 320	—

* Подсчитано по: ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 11. Л. 47 (Протокол общего партсоборания ГУМа от 29 июля 1955 г.); Д. 23. Л. 13, 37 (Протокол общего партсоборания ГУМа от 19 февраля 1957 г.); Д. 41. Л. 218; Д. 96. Л. 80.

** Из них — 122 швейных моделей, 60 — головных уборов, 17 — обуви.

*** Количество изделий по индзаказам на 24 млн. руб.

**** Для сравнения: Отдел мод ГУМа — 800 моделей.

***** Заказы на одежду и обувь.

***** Из них — 215 моделей одежды, 50 — обуви и 154 — головных уборов.

журивших около Ателье), Ателье вынуждали исполнять внеочередные заказы на индпошив для «нужных людей» — по указанию администрации ГУМа, Мосгорисполкома и Министерства торговли. К примеру, со слов бывших руководителей Ателье, в 1956—1957 гг. только по мужской одежде оно выполняло до 500 «блатных» заказов в год вне общей очереди⁵⁰. Между тем выполнение внеочередных заказов задерживало сроки исполнения основных, вызывая недовольство у клиентов.

Парадоксально, но факт — работники Ателье не имели льгот для пошива одежды на себя, что, как явствует из документов, заставляло их прибегать к всевозможным «хитростям», вплоть до записи в общую очередь под вымышленными именами⁵¹. С целью борьбы с коррупцией и повышения доступности услуг Ателье ГУМа для массового потребителя в 1970—1980-е годы квоты на индпошив одежды в знаменитом Ателье ГУМа стали также распределяться по московским предприятиям и организациям, которые таким путем стимулировали своих передовиков производства.

⁵⁰ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 30. Л. 99—101.

⁵¹ Показательно, к примеру, рассмотрение персональных дел в 1958 и в 1959 гг. члена КПСС М.М. Антокольской — заведующей Женским салоном Ателье ГУМа. 25 марта 1958 г. партбюро Ателье вынесло ей взыскание за оформление по знакомству «лишнего» заказа на пошив платья. В 1959 г. были выявлены случаи, когда коммунисты — сотрудники салона во главе с Антокольской шили для себя платья в Ателье, оформляя заказы под вымышленными фамилиями. Сотрудники швейных цехов Ателье прекрасно знали об обмане, тем не менее, «покрывали» коллег и выполнили эти заказы. Случай с Антокольской получил широкую огласку, со строгим партийным взысканием она была со скандалом уволена из ГУМа (Там же. Д. 40. Л. 116—117; Д. 50. Л. 32).

Материалы парторганизации Ателье рисуют крайне противоречивую картину его производственной деятельности в 1950—1970-е годы. В большом коллективе работали обычные, с разным опытом работы, имевшие разное образование люди, у каждого из которых были свои положительные качества и недостатки. Среди закройщиков, к примеру, были работники талантливые и не очень, пунктуальные и не слишком дисциплинированные. Все это надо иметь в виду, изучая особенности времени, в которое они жили, отрасли, в которой работали, а также объективные трудности, связанные с материальным обеспечением деятельности Ателье.

Остается добавить, что ежегодно в адрес Ателье поступало несколько сот письменных благодарностей от клиентов, одновременно фиксировались и десятки жалоб. Протоколы партсобраний свидетельствуют о наличии в его деятельности в 1950—1960-е годы нескольких «неизлечимых» проблем: нарушение по разным причинам сроков исполнения заказов, значительное число переделок, невыполнение плана пошива отдельными мастерами⁵².

Первоначально сроком исполнения заказа в Ателье был установлен один месяц, в 1960-е годы он был сокращен до трех недель. По признанию самих сотрудников, несмотря на высокий формальный статус Ателье ГУМа, в первое время качество индпошива в нем оказалось ниже, чем даже в разрядных ателье Мосиндодежды⁵³. Главная причина, как уже отмечалось, заключалась в недостаточной квалификации и опыте персонала. Уже к 20 августа 1954 г. в открытое в апреле Ателье поступило 7 жалоб от клиентов (3 — на грубое обращение, 2 — на нарушение сроков исполнения заказов и 2 — на недостаточное количество моделей, предлагаемых на пошив)⁵⁴.

Поскольку жалобы в обязательном порядке разбирались и, как правило, становились основанием для лишения премий, с ними в Ателье вели настоящую войну. Дело дошло до того, что на партсобрании Ателье 29 ноября 1957 г. всерьез обсуждался вопрос о том, чтобы выдачу готовых вещей клиентам и прием новых заказов производить в разных помещениях салонов. Почему? «Когда мастер сдает готовый заказ, то сидящая (ждушая своей очереди на примерку. — *Авторы*) посторонняя публика начинает комментировать работу и указывать на недостатки...», в результате чего убежденный слишком взыскательным мнением очереди заказчик начинал предъявлять претензии⁵⁵.

⁵² К примеру, в 1955 г. переделки составляли 4—7% заказов по швейным изделиям и 10—15% по обуви. См.: Там же. Д. 11. Л. 46 (Протокол общего партсобрании коллектива ГУМа от 29 июля 1955 г.).

⁵³ Там же. Д. 9. Л. 129 (Протокол общего партсобрании коллектива ГУМа от 9 июля 1954 г.).

⁵⁴ Там же. Л. 137 (Решение партсобрании коллектива ГУМа от 20 августа 1954 г.).

⁵⁵ Там же. Д. 30. Л. 119.

Ателье как моделирующая организация

Выше уже говорилось о том, что Ателье ГУМа отличалось от обычных ателье индпошива тем, что в ходе работы с клиентами занималось также разработкой собственных моделей одежды. Это позволяет отнести его к числу моделирующих организаций. Правда, моделировать доверялось не всем, а лишь наиболее опытным закройщикам. Моделированием в Ателье ведал также небольшой экспериментальный цех (мастерская), в задачи которого входила «доводка» собственных моделей, предложенных закройщиками Ателье, а также адаптация «сторонних» моделей к возможностям индпошива⁵⁶.

Стоит отметить, что по неясным причинам руководители Ателье с первых дней стремились к максимальной автономии в данном вопросе. В течение ряда лет, рапортуя дирекции ГУМа о своих успехах, они акцентировали внимание на том, что Ателье использует в основном именно собственные разработки⁵⁷, невзирая на многочисленные жалобы клиентов на предлагаемые им устаревшие модели.

Неудовлетворенность заказчиков признавали и руководители салонов Ателье. К примеру, управлявшая Женским салоном и хорошо знавшая ситуацию Антокольская отмечала на одном из партсобраний в 1957 г.: новые модели появляются нерегулярно, «заказы принимаются почти все по одному фасону. Закройщики совершенно не думают о новых моделях»⁵⁸. Летом 1958 г. при обсуждении отчета парторганизации коммунист Воронина вторила Антокольской: «Культура обслуживания в салонах находится не на должной высоте: нет новых журналов мод, многие модели не пользуются спросом»⁵⁹. Между тем в ГУМе существовал специальный Отдел мод с большим штатом специалистов — профессиональных модельеров и конструкторов одежды. Модели одежды, обуви и головных уборов, разработанные модельерами Отдела мод, могли бы быть с успехом использованы в практике индпошива.

Однако вместо того, чтобы налаживать сотрудничество с Отделом мод ГУМа, Ателье решило активизировать работу по моделированию и одновременно заняться популяризацией собственных моделей. С этой целью, явно в пику Отделу мод, в марте 1957 г. руководством Ателье было принято решение об организации специальной выставки своих моделей с показом одежды, в котором участвовали бы манекенщицы⁶⁰. Однако эта идея с треском провалилась. В сентябре 1959 г. директор ГУМа В.Г. Каме-

⁵⁶ Там же. Д. 44. Л. 40 (Протокол партсобраний Ателье мод ГУМа от 14 сентября 1959 г.).

⁵⁷ См. выступление директора Ателье А.П. Козловой на заседании парткома ГУМа 19 июля 1955 г. (Там же. Д. 12. Л. 142).

⁵⁸ Там же. Д. 30. Л. 19.

⁵⁹ Там же. Д. 40. Л. 88.

⁶⁰ Там же. Д. 30. Л. 127 (Решение партбюро Ателье мод от 4 марта 1957 г.).

нев выступил на заседании партбюро Ателье с резкой критикой работы этого подразделения: «Модели мы показываем отставшие от жизни. То, что выпускает промышленность, нам уже не к лицу. Сейчас уже нужен зимний ассортимент, а у вас в салоне демонстрируются летние платья и весенние пальто. У Ателье нет ведущей роли в смысле новых фасонов одежды, головных уборов. Поэтому у частных модисток на дому больше заказчиков, чем у нас. Зачем ходить далеко за обменом опытом, когда можно поучиться в самом ГУМе, в нашем Отделе мод?» — указывал Каменев⁶¹. Упоминание директором универмага Отдела мод в качестве примера для подражания было равносильно красной тряпке для быка.

С первых дней работы магазина между двумя этими подразделениями универмага будто пробежала «черная кошка». По воспоминаниям бывших модельеров Отдела мод, в 1960—1970-е годы сотрудничество между этими двумя подразделениями ГУМа оказалось сведено к минимуму⁶². В начале 1963 г. руководство Отдела мод, оказавшееся без собственного модельера по головным уборам, обратилось в Ателье за содействием в изготовлении необходимых для показов в Демонстрационном зале шляп и других головных уборов, но получило отказ⁶³. Трудно объяснить, по какой причине директор универмага и партком не вмешались в ситуацию. Как заявила заведующая пошивочным цехом Отдела мод Швец на одном из партсобраний 1968 г., «во взаимоотношениях с Ателье у нас существует антагонизм»⁶⁴.

Тем не менее, сотрудники Отдела мод продолжали предлагать коллегам из Ателье свои модели для внедрения. Те, за некоторым исключением, отказывались. К примеру, в 1962 г. 62% заказов Ателье шилось по моделям собственных закройщиков, остальные 38% — по моделям иных организаций, в том числе Отдела мод⁶⁵. В отчете Отдела мод за 1964 г. также говорилось, что его работа строится в том числе с учетом потребностей в моделях Ателье ГУМа⁶⁶.

Единственным положительным исключением, по-видимому, являлось моделирование обуви для нужд индпошива. Большое количество новых моделей обуви, предлагавшихся заказчикам в Ателье ГУМа, являлось разработками Отдела мод. Например, в 1973 г. Отдел мод специально для Ателье подготовил направляющую коллекцию женской обуви на 1974 г. на модной в то время платформе в количестве 50 пар⁶⁷.

По словам сотрудников Отдела мод, они и готовы были бы регулярно помогать Ателье своими разработками, но закройщики Ателье «гнушают-

⁶¹ Там же. Д. 44. Л. 42.

⁶² Интервью с Д.Б. Шимилисом, А. Вавиловой и Л.Ф. Авсрянновой 29—30 апреля 2008 г., Москва.

⁶³ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 84. Л. 183.

⁶⁴ Там же. Д. 147. Л. 12.

⁶⁵ Там же. Д. 81. Л. 79.

⁶⁶ Там же. Д. 94. Л. 124.

⁶⁷ Там же. Д. 175. Л. 5.

ся их моделями»⁶⁸. Однако это была не вся правда. Когда речь заходила о приобретении модных вещей для себя, то тогда от желающих приобрести и изделия Отдела мод не было отбоя. Дело в том, что коллекционные платья, пошитые Отделом мод, после их демонстрации поступали с уценкой на реализацию не только в торговые секции ГУМа, но и в салон Ателье. До рядовых посетителей салона они, как правило, не доходили, а быстро раскупались работниками Ателье, которые тут же подгоняли их по фигуре. В 1958 г. именно так и поступила главный бухгалтер Ателье Чижова⁶⁹.

Главной фигурой в Ателье являлся закройщик. С момента открытия Ателье помимо их непосредственной работы закройщикам было вменено в обязанность создание новых моделей. Но закройщики не были профессиональными модельерами, да и получалось делать это хорошо далеко не у всех. По этой, видимо, причине в 1960-е годы было решено укрепить моделирование только за самыми опытными и квалифицированными из них. К примеру, в 1964 г. в цехе верхнего женского платья из десяти закройщиков моделированием занимались только двое. Хотя в Ателье периодически устраивались конкурсные просмотры новых моделей, а лучшие модели даже поощрялись премиями, моделирование все же рассматривалось как «побочный» продукт основной работы — выполнения заказов по индпошиву. Наконец, при действовавшей системе хозяйствования моделирование в Ателье было обречено оставаться «бедной Золушкой». Дело в том, что оно было слабо «привязано» к выполнению плана. Работнику оказалось невыгодно самому разрабатывать новую, более модную модель, а затем переходить на ее пошив. Ведь освоение новой модели связано с большими временными затратами, при которых о перевыполнении плана и премиях можно забыть. Да и зачем всерьез думать о новых моделях, если и так от заказчиков нет отбоя? Как видно из протоколов заседаний парторганизации, в Ателье прекрасно понимали наличие указанных выше проблем. К примеру, в 1955 г. на одном из совместных партсобраний двух подразделений магазина сотрудница Смородинова говорила: «Закройщики Ателье не заинтересованы делать более сложные модели. Не заинтересованы они и предлагать заказчикам новые модели Отдела мод ГУМа. Они хотят делать что-нибудь попроще...»⁷⁰. Ситуация принципиально не изменилась и спустя 10 лет: в 1964 г. на партсобраниях Ателье продолжали критико-

⁶⁸ Там же. Д. 9. Л. 131 об. (Протокол партсобраний Ателье мод ГУМа от 9 июля 1954 г.).

⁶⁹ «Самоснабжение» коммуниста Чижовой с использованием своего служебного положения побудило рассмотреть на заседании партбюро Ателье ее персональное дело. Кроме платья, поступившего из Отдела мод, Чижова за короткий срок приобрела также несколько платьев, пошитых Ателье по конфекции. В открытую торговлю ГУМа они ушли только на бумаге, а на деле заранее подгонялись в Ателье для нее (Там же. Д. 40. Л. 148 (Протокол заседания партбюро Ателье мод от 28 ноября 1958 г.)).

⁷⁰ Там же. Д. 16. Л. 153 (Протокол совместного партсобраний Ателье и Отдела мод ГУМа от 19 июля 1955 г.).

вать работу закройщиков за то, что с целью скорейшего перевыполнения плана они искусственно упрощают модели и фасоны⁷¹. «Мы живем старыми моделями, а новых совсем мало поступает», — говорила в январе 1964 г. старший конфекционер Ателье Смородинова⁷².

Любопытно, что в материалах парторганизации Ателье нашли подтверждение важные изменения в потребительских настроениях граждан, происшедшие на рубеже 1950—1960-х годов. Еще летом 1958 г., в связи с обсуждением направлений моделирования, каждодневно общавшиеся с клиентами сотрудники Ателье ГУМа отмечали: «заказчики у нас не любят ультрамодные модели»⁷³. Безусловно, за этим могло скрываться и желание оправдать отмеченное выше упрощение фасонов. Однако и 5 лет спустя, в конце 1963 г. закройщики всерьез жаловались на то, что в последнее время им стало сложно работать, так как «заказчик иногда требует невозможного»: «нам надо делать простые, скромные модели», а заказчики хотят эксклюзивных моделей⁷⁴.

Деятельность Отдела мод ГУМа

Под патронажем Анастаса Ивановича Микояна

Отдел мод был организован в ГУМе в 1954 г. по инициативе Анастаса Ивановича Микояна, связывавшего с ним большие надежды⁷⁵. Многолетний руководитель советской торговли, Микоян с 1930-х годов был известен не только как опытный политик и активный лоб-

⁷¹ Там же. Д. 96. Л. 79.

⁷² Там же. Л. 78 (Протокол партсобрания Ателье ГУМа от 13 января 1964 г.).

⁷³ Там же. Д. 40. Л. 88.

⁷⁴ Там же. Д. 81. Л. 101.

⁷⁵ Причастность А.И. Микояна к созданию Отдела мод подтверждается независимыми друг от друга источниками. См., например: Интервью с Д.Б. Шимилисом от 27 апреля 2008 г., Москва, и с Л.Ф. Аверьяновой от 30 апреля 2008 г., Москва; Протокол заседания парткома ГУМа от 19 июля 1955 г. (ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 12. Л. 147). Первый директор Ателье ГУМа Козлова сообщила на одном из партсобраний, что когда магазин организовывался, то на одном из заседаний у Микояна услышала, что Отдел мод ГУМа «должен быть первым в Союзе, а со временем, может быть, даже лучше, чем в других странах» (Протокол заседания парткома ГУМа от 19 июля 1955 г. // Там же. Л. 141). Из выступления худрука Отдела мод Д.Б. Шимилиса на одном из партсобраний в 1973 г. следует, что Отдел мод был открыт правительственным решением, и что открывал его сам Микоян (Там же. Д. 165. Л. 65). Создание Отдела мод ГУМа в 1954 г. воспринималось в контексте других важных сигналов к обновлению и изменению курса, подаваемых властью после смерти Сталина. Уже в середине 1950-х годов общественная значимость и престижность профессии художника-модельера были очевидны для современников. Примечательно, что в том же 1954 г. будущий «красный Диор» Вячеслав Зайцев приехал из родного г. Иваново в Москву, чтобы поступать в Текстильный институт по специальности «моделирование одежды».

онист интересов своего ведомства, но и как сторонник перенесения передового зарубежного опыта и перспективных мировых тенденций в области потребления на советскую почву⁷⁶. Кроме того, среди представителей советской элиты сам Микоян слыл модником, любившим хорошо одеваться и пользовавшимся услугами лучших московских портных. По его инициативе некоторые из них были приглашены на работу в открывшийся Отдел мод ГУМа⁷⁷. Его сотрудники любили на партийных собраниях цитировать своего влиятельного министра, в особенности слова Микояна о том, что одежда человека — это его постоянный спутник, и необходимо, чтобы она его украшала.

Знаменательным представляется ключевое слово в названии нового Отдела ГУМа — «мода», которое явно шире термина «моделирование» и, как бы мы сейчас сказали, делало заявку на комплексный подход к вопросам моды, культуры и моделирования одежды. Действительно, перед Отделом мод ГУМа изначально были поставлены задачи, необычные для советской торговой организации и, прямо скажем, не связанные непосредственно с задачами продажи товаров вообще. Более того, они слишком напоминали функции главной моделирующей организации страны тех лет — Общесоюзного Дома моделей одежды Минлегпрома СССР (ОДМО)⁷⁸, что наводило на мысль о предстоящей конкуренции. Среди главных задач значились: моделирование одежды, пропаганда моды и хорошего вкуса среди населения (в том числе путем издания альбомов мод и буклетов, а также регулярного проведения модных показов в Демонстрационном зале ГУМа), установление связей со швейными фабриками для производства одежды малыми сериями по моделям Отдела мод.

⁷⁶ А.И. Микоян был, бесспорно, самым влиятельным руководителем торговли за всю историю страны. В послевоенные годы он совмещал сразу несколько важнейших постов в руководстве партией и в правительстве. Микоян являлся Министром торговли СССР (с 1953 г.), 1-м заместителем Председателя Совета Министров СССР (с 1949 г.), членом Президиума ЦК КПСС (с 1952 г.).

О деятельности Микояна в 1930-е годы в контексте советской истории потребления см. подробнее: *Gronow J. Caviar with Champagne: Common Luxury and the Ideals of the Good Life in Stalin's Russia*. Oxford: Berg, 2003. По шутливому замечанию автора этой книги, после визита Микояна в США в августе—сентябре 1936 г. для изучения передового американского опыта в сфере торговли и общепита, советский аналог гамбургера имел шансы появиться в СССР под названием «МакМикоян» даже ранее, чем был изобретен знаменитый «МакДоналдс».

⁷⁷ Об этом, в частности, неоднократно вспоминал модельер Алик Зингер (Alik Singer) — сын известного закройщика послевоенной Москвы Рубина Зингера, ныне проживает в США. Р. Зингер был приглашен Микояном в начале 1950-х годов на работу в Отдел мод ГУМа. См.: URL: <http://www.kp.ru/daily/23779/57821>; <http://kp.ua/daily/160307/2162>; <http://www.bdm.ru/arhiv/2006/09/84.htm>

⁷⁸ ОДМО был преобразован в 1949 г. из Московского Дома моделей на Кузнецком мосту, существовавшего с 1944 г. Подробнее см.: *Журавлев С., Гронов Ю.*: 1) *Власть моды и Советская власть: история противостояния* // Историк и художник. 2006. № 1 (7). С. 133—147; № 3 (9). С. 100—113; 2007. № 1. С. 133—147; 2) *Красота под контролем государства: особенности и этапы становления советской моды* // *The Soviet and Post-Soviet Review*. 2005. Vol. 32, N 1. P. 1—92.

Отдел мод ГУМа с первых дней претендовал на комплексный подход к моделированию. Его сотрудникам было поручено заниматься дизайном женской и мужской одежды, обуви и головных уборов, а также разработкой моделей детской одежды⁷⁹. Этим не мог похвастаться даже ОДМО, который, к примеру, вообще не моделировал обувь. Однако моделирование именно женской одежды довольно быстро выделилось в центральное направление работы Отдела мод ГУМа. Он регулярно создавал и демонстрировал сезонные коллекции женской одежды (100—150 моделей), а все остальные направления моделирования постепенно превратились в подчиненные⁸⁰.

Микоян не оставлял без внимания коллектив Отдела мод ГУМа и после начала его работы. По воспоминаниям сотрудников, в середине 1950-х и 1960-е годы он продолжал интересоваться его деятельностью, часто приезжал в ГУМ на закрытые презентации новых коллекций одежды, а порою привозил с собой на просмотры влиятельных советских руководителей, включая А.Н. Косыгина⁸¹. Завсегдаем модных показов в Демонстрационном зале ГУМа стал и один из сыновей А.И. Микояна — Ваню Микоян, впоследствии ставший известным советским авиаконструктором и одним из руководителей Опытно-конструкторского бюро Микояна (самолеты марки МиГ). Наконец, по некоторым данным, сам Анастас Иванович Микоян, имевший, конечно, доступ и в элитные кремлевские ателье, тем не менее, пользовался и услугами специалистов Отдела мод ГУМа, которые шили ему одежду⁸². Такой патронаж министра, кроме прочего, обеспечивал этому Отделу хорошую рекламу.

Нужно сказать, что Микоян был в числе тех советских руководителей, кто понимал, что мода, как и культура в целом, — явление интер-

⁷⁹ Модели ГУМа для детей школьного возраста не пошивались и не демонстрировались на подиуме, но периодически публиковались в альбомах, выпускавшихся Отделом мод.

⁸⁰ В частности, манекенщицы демонстрировали одежду в обуви и головных уборах, смоделированных и изготовленных специалистами Отдела мод.

⁸¹ Каждый раз после завершения работы над новой сезонной коллекцией одежды, прежде чем демонстрировать ее публике, Отдел мод устраивал своеобразный творческий отчет перед начальством — закрытый показ. На него приглашались руководители ГУМа и некоторых его подразделений (Ателье, Текстильного отдела, Отдела готового платья и др.), а также Министерства торговли РСФСР, Отдела торговли Мосгорисполкома и др. Кроме того, внеплановые закрытые показы периодически устраивались для находившихся в столице СССР иностранных делегаций. Модные показы в ГУМе постепенно становились важной частью культурной программы для иностранцев, наряду с посещением Кремля, Большого театра и ВДНХ.

⁸² По словам модельера Алика Зингера, в цеховских спецателье для партийных лидеров и членов их семей всегда шили вещи очень качественно, из прекрасного материала, но преимущественно в деловом, «классическом», стиле, без творческой «изюминки» и особой оглядки на веяния моды (см.: URL: <http://kp.ua/daily/160307/2162>).

национальное и выступал за развитие международного сотрудничества в данной области. Неожиданно для себя уже в конце 1950-х годов сотрудники Отдела мод ГУМа оказались «на передовой», когда открылся «железный занавес». Отправной точкой оказался во многих отношениях знаменательный для СССР 1956 г., когда советский лидер Н.С. Хрущев выступил с разоблачением культа личности Сталина и критикой массовых репрессий, положив начало периоду «оттепели».

На фоне этих событий прошло незамеченным, что в том же 1956 г. по инициативе Микояна ведущий модельер Отдела мод ГУМа Л.Ф. Аверьянова была включена в состав небольшой делегации Министерства торговли СССР и направлена в Париж для изучения опыта работы его ведущих модных домов⁸³. И сейчас, спустя полвека, Аверьянова с удовольствием делится воспоминаниями о той неожиданной командировке. По ее словам, 20 дней в Париже во многом перевернули ее представления о жизни⁸⁴.

Это была первая, своего рода историческая поездка советских специалистов в области моды и моделирования в Париж, еще не вошедшая в анналы истории отечественной моды. До сих пор остается загадкой, каким образом Микояну удалось тогда опередить своего основного конкурента — Минлегпром, ведь даже сотрудники главной моделирующей организации СССР — Общесоюзного Дома моделей на Кузнецком мосту впервые посетили мехку мировую моды только год спустя⁸⁵.

Во второй половине 1950-х годов Отдел мод ГУМа считался одним из сильнейших в стране. Более того, в течение некоторого времени между ним и ОДМО наблюдалось даже подобие негласной конкуренции, о чем вспоминают ветераны Отдела мод, подтверждая данные архивных документов. Показателен такой факт: когда в 1957 г. советская делегация впервые участвовала в международной Лейпцигской ярмарке, в рамках которой проводился конкурс моделей одежды, то для столь важного события

⁸³ В состав делегации были включены, помимо Аверьяновой (ГУМ), по одному представителю ЦУМа (здесь работало известное в столице ателье), а также занимавшего индпошивом одежды объединения Ленодежда и Торговой палаты. По воспоминаниям ветерана войны, беспартийной Аверьяновой, откровением для нее была не только сама неожиданная поездка и посещение всемирно известных модельных домов, но и то, что в Париже советскую делегацию заботливо опекали представители первой волны русской эмиграции, оказавшиеся милыми радушными людьми (Интервью с Л.Ф. Аверьяновой 30 апреля 2008 г., Москва).

⁸⁴ Интервью с Л.Ф. Аверьяновой 30 апреля 2008 г., Москва.

⁸⁵ Первая поездка в Париж художественного руководителя ОДМО А.Ф. Куличева и старшего художника-модельера экспериментального цеха Л.К. Ефремовой в ноябре—декабре 1957 г. на выставку «Салон готового платья», по их собственным словам, «прошла очень скромно и незаметно». Настоящее знакомство сотрудников ОДМО с парижскими модными домами состоялось в ходе второй поездки в начале 1958 г. См.: Доклад о поездке делегации ОДМО в Париж с 26 января по 6 февраля 1958 г. Л. 1. (Коллекция Научно-технической библиотеки бывшего ОДМО. Машинопись под грифом «ДСП», из личного архива авторов данной книги).

оказались отобраны модели только двух моделирующих организаций СССР — Общесоюзного Дома моделей одежды и Отдела мод ГУМа⁸⁶.

Формирование коллектива

Отдел мод располагался в нескольких помещениях основного здания ГУМа, по соседству с бурлящими жизнью его торговыми залами. «Мозговой» центр Отдела размещался в двух рабочих комнатах № 47 и № 79, где трудились художники-модельеры и конструкторы одежды. В силу очевидной специфики отдельное помещение имела и «обувная группа». Для пошива моделируемых образцов одежды действовала пошивочная мастерская. Лучшие модели Отдела мод регулярно помещались в издававшихся многотысячными тиражами альбомах мод ГУМа, подготовкой которых занималась специальная издательская группа.

«Витриной» Отдела мод и одним из его самых крупных по численности работников подразделением стал Демонстрационный зал, который начал функционировать с сентября 1954 г.⁸⁷ В нем в наибольшей степени воплотилась профессиональная многоликость, присущая коллективу Отдела мод в целом. К Демонстрационному залу были приписаны манекенщицы, музыканты оркестра, дикторы, администратор, искусствовед и др. По состоянию на 1972 г. из 90 сотрудников Отдела мод (между прочим, среди них было 75 женщин) в пошивочной мастерской трудилось 50 чел. (портные, закройщики, художники-модельеры, конструкторы), в Демонстрационном зале — 26 чел. и в издательской группе еще 9 чел.

Коллектив Отдела мод ГУМа был сравнительно невелик — 70 чел. в 1954—1955 гг., 80 чел. летом 1958 г. (в том числе 7 модельеров и 15 манекенщиц) и порядка 90 сотрудников в 1960—1970-е годы⁸⁸. С профессиональной точки зрения ключевую роль, конечно же, играли творческие работники — модельеры, конструкторы одежды и искусствоведы. Однако в начале 1950-х годов специалисты такого профиля были в Москве наперечет. Возможно, в силу того, что среди модельеров послевоенного поколения преобладали закройщики-практики, не имевшие

⁸⁶ Созданные в Отделе мод ГУМа модели демонстрировала в Лейпциге манекенщица А. Вавилова. По ее словам, эти модели пользовались не меньшим успехом, чем преобладавшие численно в советской коллекции модели одежды ОДМО (Интервью с А. Вавиловой 30 апреля 2008 г., Москва).

⁸⁷ Показательно, насколько быстро Демонстрационный зал ГУМа стал знаменит. Так, уже за первые 10 месяцев работы его посетило в общей сложности 29 тыс. чел., причем среди них только треть посетителей 10 тыс. чел. — обычные покупатели. Две трети посетителей составляли члены отечественных и зарубежных делегаций, проходившие на невиданные доселе дефиле бесплатно (ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 16. Л. 156).

⁸⁸ Там же. Д. 34. Л. 137. В общую численность включались как основные работники, так и совместители и надомники.

специального художественного образования, термин «художник-модельер» в полной мере закрепился в лексиконе советской моды только с 1960-х годов. В начале 1950-х годов непросто оказалось найти и профессионально подготовленных конструкторов одежды. Принятая на эту должность Мокшина окончила обычные курсы кройки и шитья, другой конструктор одежды Отдела мод — А. Лапидус вообще оказалась по основной специальности конструктором авиапромышленности (!), закончив краткосрочные курсы конструирования одежды⁸⁹.

В 1955 г. в Отделе мод ГУМа работало только шесть специалистов с высшим образованием разного профиля, почти все они занимали административные должности и собственно к моделированию одежды отношения не имели. Только со второй половины 1960-х годов профессиональный состав Отдела усилился за счет принятых на работу молодых выпускников Текстильного института⁹⁰. Возросла и общая численность модельеров. К примеру, в 1967 г. в Отделе мод трудилось уже 12, а в 1973 г. — 15 художников-модельеров: 3 чел. — по верхнему женскому платью, 8 чел. — по легкому женскому платью, по одному — по мужской одежде, головным уборам, обуви и вышивке⁹¹.

Подобно коллективу ГУМа в целом, сотрудники открывшегося в 1954 г. Отдела мод тоже собирались по московским организациям. Одной из первых была зачислена в штат модельеров тогда еще формирующегося Отдела упоминавшаяся выше Лидия Федоровна Аверьянова, переведенная в ГУМ из располагавшегося на Колхозной (ныне Сухаревской) площади Шербаковского универмага — одного из крупнейших магазинов послевоенной Москвы⁹². Она получила из рук директора ГУМа

⁸⁹ Там же. Д. 12. Л. 143.

⁹⁰ На начало 1966 г. из 86 сотрудников Отдела мод 18 человек имели высшее образование, 20 сотрудников (почти каждый четвертый) являлись членами КПСС (Там же. Д. 105. Л. 91). По словам Д.Б. Шимилиса, назначенного в конце 1960 г. художественным руководителем Отдела мод, поскольку в 1960—1970-е годы он привлекался для работы в Государственной экзаменационной комиссии Текстильного института, во время экзаменов и защиты студенческих дипломов он старался присмотреть себе новых сотрудников (Интервью с Д.Б. Шимилисом 27 апреля 2008 г., Москва).

⁹¹ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 165. Л. 72; Д. 110. Л. 125. По состоянию на сентябрь 1967 г. в Отделе мод работало 93 чел. (из них 22 члена КПСС), включая 22 чел. с высшим образованием, 12 — со средним техническим (конструкторы, портные), 32 — со средним (портные, манекенщицы, музыканты), остальные имели неполное среднее образование (Там же. Д. 110. Л. 152). Как видим, в 1970-е годы из 15 модельеров только один разрабатывал мужскую одежду, зато 11 дизайнеров непосредственно специализировались на женской одежде.

⁹² Открытый в середине 1930-х годов Шербаковский универмаг (назван после войны по имени одного из советских руководителей А.С. Шербакова, умершего в 1945 г.) попал в историю в связи с Всемирным фестивалем молодежи и студентов 1957 г. в Москве. Для того, чтобы лучше увидеть одно из мероприятий фестиваля, толпа молодых москвичей залезла на крышу располагавшегося поблизости Шербаковского универмага, которая в результате оказалась повреждена настолько, что городскими властями было принято решение снести само здание универмага.

ключ от будущего Демонстрационного зала, а вместе с ним и первое задание — приступить к его ремонту и обустройству⁹³. Уже во второй половине 1950-х годов Аверьянова стала ведущим модельером по женскому платью, и вплоть до 1980-х годов ее моделями были олицетворением ведущего стиля ГУМа, который можно охарактеризовать как «строгая эlegantность».

Моделирование одежды привлекало Л.Ф. Аверьянову (1916 г.р.) еще до войны, но мечту пришлось отложить до лучших времен. После возвращения с фронта она окончила курсы кройки и шитья (ни высшего, ни специального образования модельера она так и не получила) и увлеклась моделированием детской одежды — направлением, которое в послевоенные годы только приобретало актуальность. Поступив на работу в Щербаковский универмаг, Аверьянова стала одним из инициаторов организации цеха по пошиву одежды при его промышленном комбинате. В то время продукция промкомбинатов являлась важным подспорьем для насыщения рынка качественными промтоварами. Здесь по моделям Московского Дома моделей (в будущем ОДМО на Кузнецком мосту), а также собственных модельеров магазин пошивал малыми партиями одежду, поступавшую затем в его торговые секции на реализацию. Продукция детского цеха, организованного в одном из подвалов на ул. Сретенка, пользовалась большим успехом у потребителей. Именно здесь раскрылся талант Аверьяновой, как модельера, и одновременно проявились ее организаторские способности. С такими задатками можно было рассчитывать на хорошую карьеру и в Отделе мод ГУМа, если бы не одно «но»: Аверьянова была верующим человеком, и потому не вступала в партию, никогда не занимала административных постов. Беспартийность, тем не менее, не помешала ей объездить с моделями ГУМа много стран⁹⁴. Аверьянова, кроме того, долгое время являлась почти «штатным» модельером закрытой для обычной публики 200-й секции ГУМа, где высшее советское руководство и члены их семей могло без очереди и за небольшие деньги приобрести готовую одежду известных международных фирм. Но в случае, если высокопоставленный клиент затруднялся с выбором или хотел перед покупкой платья или костюма получить консультацию специалиста, заведующая 200-й секции по установившейся в ГУМе традиции вызывала сотрудника из Отдела мод. В зависимости от ситуации, это был либо художественный руководитель Отдела (в 1960—1976 гг. — Д.Б. Шимилис), либо ведущие модельеры: по женскому платью — Л.Ф. Аверьянова, по мужской одежде — Р.А. Зингер.

Подобные консультации нередко заканчивались решением клиента вместо покупки готового платья получить индивидуальную модель, сшитую по его фигуре. Тогда модельер превращался в закройщика и тут же обмерял своего клиента. Именно так смоделированные Аверья-

⁹³ Интервью с Л.Ф. Аверьяновой 30 апреля 2008 г., Москва.

⁹⁴ Там же.

яновой вещи оказались в гардеробе министра культуры Е.А. Фурцевой, а также дочерей председателя Совета Министров СССР А.Н. Косыгина и секретаря ЦК КПСС Б.Н. Пономарева⁹⁵.

В 1954 г. из только что начавшего функционировать Ателье ГУМа на должность модельера в Отдел мод взяли Евгению Николаевну Истоминову. Не ошиблись и с Еленой Александровной Томашевич, «коньком» которой впоследствии стали экстравагантные вечерние платья. Обе они не имели специального образования модельера, но приобрели к тому времени солидный опыт индивидуального пошива одежды. Собственно же профессиональному моделированию всем пришлось учиться «на ходу». Аверьянову, Томашевич и Истоминову в шутку называли в коллективе «три кита», на которых держится Отдел мод ГУМа. В шутке этой была немалая доля истины, поскольку основу первых модных коллекций ГУМа, принесших ему громкий успех за рубежом в конце 1950-х годов, составили именно созданные ими модели.

Из Щербаковского универмага в Отдел моды по рекомендации Аверьяновой в ГУМ перешла также В.И. Гуртовья, впоследствии многолетняя заведующая его Демонстрационным залом. Среди сотрудников Отдела мод «первого призыва» оказалось несколько выходцев из ЦУМа, известного своими традициями моделирования одежды еще с конца 1930-х годов. Среди них — назначенный в 1954 г. первым руководителем Отдела мод Наум Яковлевич Кац, который остался в памяти хорошо знавших его людей, как человек интеллигентный, умевший ладить с начальством, но весьма строгий с подчиненными. Примечательно, что в середине 1950-х годов Кац был единственным беспартийным начальником в ГУМе. Здесь стоит заметить, что на ответственные должности в ГУМе подбирались исключительно члены партии, с которых можно было спросить вдвойне — по всей строгости не только закона, но и партийной дисциплины.

Н.Я. Кац возглавлял Отдел мод в течение 10 лет. Он многое сделал для того, чтобы его подразделение получило заслуженное признание в магазине. Нужно сказать, что добиться этого оказалось непросто. Из документов видно, что в первое время отношение к Отделу мод в коллективе ГУМа было, мягко говоря, неоднозначным. Торговые работники, труд которых был крайне тяжелым физически, особенно в условиях гумовского столпотворения, нередко не понимали значения моделирования в универмаге, сложности работы по пропаганде моды и проч. Поэтому с их стороны раздавались пренебрежительные суждения о работе модельеров и манекенщиц, намеки на расплодившихся бездельников. Работа в Демонстрационном зале вообще воспринималась многими как легкомысленное развлечение. Дело дошло до того, что летом 1955 г. (к тому времени Демонстрационный зал работал менее одного

⁹⁵ Там же.

года) руководство Отдела мод вынуждено было просить партком универмага разъяснить коллективу ГУМа, что «то, что мы делаем в Демонстрационном зале, это не очень легко и это очень серьезное дело»⁹⁶.

В 1964 г. Н.Я. Каца, который заболел и вскоре умер, сменила Анна Георгиевна Горшкова. В отличие от предшественника, ее путь к руководству Отделом мод не был связан с модой и пошивом одежды. Анна Георгиевна закончила партийную школу и трудилась в Отделе кадров ГУМа — подразделении, тесно связанном с КГБ и в силу этого традиционно имевшем не по статусу большое влияние в магазине⁹⁷.

Назначение А.Г. Горшковой означало, что на пост руководителя Отдела мод, сотрудники которого то сами выезжали с показами за рубеж, то принимали у себя иностранцев, требовалось поставить надежного, проверенного администратора. По воспоминаниям работников Отдела мод, Горшкова, сторонница консервативных взглядов, в том числе и в вопросах одежды, с трудом прижилась в коллективе⁹⁸.

В 1960—1970-е годы начальником Отдела кадров ГУМа был назначен Д.П. Федоров, который проявлял повышенный интерес к деятельности Отдела мод⁹⁹. Он не только периодически устраивал драконовские проверки соблюдения трудовой дисциплины, когда сотрудники карались за опоздание на несколько минут, но и пытался вмешиваться в вопросы формирования делегаций для зарубежных поездок, а также в творческие вопросы. К примеру, по его настоянию, некоторые модели снимались с показов накануне или в ходе выступлений¹⁰⁰. Кроме того, нередко Федоров лично «приглядывал» за сотрудниками Отдела мод, выезжавшими с показами за границу (для этого он добивался включения своей кандидатуры в состав делегаций ГУМа). Бесцеремонное вмешательство Федорова в работу магазина портило микроклимат в коллективе и привело, в частности, к затяжному конфликту с директором ГУМа А.М. Кочуровым, который, несмотря на личное знакомство с Л.И. Брежневым, так и не смог найти управу на своего ретивого кадровика¹⁰¹.

⁹⁶ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 12. Л. 138, 140 (Протокол заседания парткома ГУМа от 5 июля 1955 г.).

⁹⁷ Интервью с А. Вавиловой и Д.Б. Шимилисом 27 апреля 2008 г., Москва.

⁹⁸ Особенно «сложным» было отношение Горшковой к обнаженному женскому телу. В частности, во время одной из поездок в ГДР, оказавшись вместе со своими сотрудниками в Дрезденской картинной галерее, она смутила окружающих, когда после просмотра очередного всемирно известного живописного шедевра в сердцах воскликнула: «похабщина!» (Интервью с А. Вавиловой 27 апреля 2008 г., Москва).

⁹⁹ По словам бывших работников Отдела мод, Федоров был в курсе того, что происходит в Демонстрационном зале и в Отделе мод, прежде всего, через зависимость от него в плане выезда за рубеж манекенщиц.

¹⁰⁰ Информация из упомянутых выше интервью с А. Вавиловой, Л.Ф. Аверьяновой, Л.М. Лобачевой (Андреевой), взятых в течение 2008 г., Москва.

¹⁰¹ А.М. Кочуров умер от сердечного приступа, не выдержав очередной «спущенной» на него проверки по партийной линии.

Поиск художественного руководителя Отдела мод, который обеспечил бы единство стиля в моделировании, позволив соперничать с другими моделирующими организациями страны¹⁰², стал серьезной проблемой и затянулся на целых пять лет. Первоначально на должность худрука рассматривалась кандидатура ведущего модельера Отдела мод Рубина Ароновича Зингера. Однако, по мнению руководства ГУМа, для художественного руководства коллективом Отдела мод у Зингера не хватало специального образования¹⁰³.

Польский еврей Зингер прославился как один из самых востребованных закройщиков мужского костюма послевоенной Москвы¹⁰⁴. Это был, что называется, портной от Бога. По воспоминаниям его сына, Зингер с детства набирался опыта в швейном ателье г. Лодзь, и к концу 1930-х годов, будучи молодым еще человеком, имел клиентуру не только в Польше, но даже во Франции. Когда началась Вторая мировая война, он оказался в СССР, где стал трудиться как закройщик по костюмам в московских театрах и на киностудии им. Горького¹⁰⁵. Зингер быстро выделился и как мастер индивидуального пошива. Среди его клиентов были представители советской элиты, в том числе и А.И. Микоян¹⁰⁶. В ГУМа Зингер специализировался на мужской одежде, но с удовольствием моделировал и женское платье, а также театральные и маскарадные костюмы. Гостеприимный и щедрый на выдумки Зингер нередко устраивал у себя на даче целые театрализованные представления с участием коллег из Отдела мод¹⁰⁷.

С Зингером было интересно работать. Он не сторонился «чернового» труда, вплоть до того, что шил новые модели «на себя», чтобы затем самостоятельно демонстрировать костюмы и фраки в Демонстрационном зале¹⁰⁸. Тем более, что найти мужчину-манекенщика в 1950-е годы было непросто в силу «сомнительного» отношения в обществе к этой профессии (нет ничего удивительного в том, что в Отделе мод были периоды, когда един-

¹⁰² При отсутствии художественного руководителя невозможно было обеспечить единство художественной линии и стиля в моделировании. Модели разрабатывались «самотеком», поскольку каждый модельер по-своему понимал, что и как он должен делать.

¹⁰³ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 12. Л. 150.

¹⁰⁴ Интервью с Д.Б. Шимилисом 27 апреля 2008 г., Москва.

¹⁰⁵ В московских театрах он подрабатывал и в дальнейшем, уже будучи модельером в ГУМе.

¹⁰⁶ Сын Рубина Зингера Алик утверждает, что на исходе кампании по борьбе с космополитизмом в СССР его отец ожидал ареста, но в 1953 г. был спасен Микояном, которому шил одежду, поскольку Микоян «не захотел лишаться единственного модельера, умеющего шить пиджаки» (см.: URL: <http://kr.ua/daily/160307/2162>). Хотя это утверждение не подтверждено документально и относится, скорее, к разряду семейных преданий, возможность знакомства Зингера с Микояном еще до создания Отдела мод ГУМа не исключается.

¹⁰⁷ Интервью с Л.Ф. Аверьяновой и Л.М. Лобачевой (Андреевой) 30 апреля 2008 г., Москва.

¹⁰⁸ Там же.

ственная ставка манекенщика оставалась вакантной). Слывший франтом Зингер носил свои модели и в повседневной жизни. «Помню, в конце 1950-х отец придумал себе роскошное белое пальто с черным бобровым воротником — он вообще любил белый цвет. Однажды предстал в чудесном белом пиджаке в черную диагональ. А от его пиджака из каракульчи просто дух захватывало...» — рассказывал впоследствии его сын¹⁰⁹.

Как и до работы в ГУМе, у Зингера не было недостатка и в «частных» заказах. Среди его клиентов значились советские руководители, известные деятели культуры (например, литератор и автор стихов к гимну СССР Сергей Владимирович Михалков). К нему стремились попасть и желавшие стильно одеваться «теневики»¹¹⁰. Как можно заключить из слов его сына, уже в 1960-е годы, параллельно с работой в Отделе мод ГУМа, пользуясь обширными связями и «охранной грамотой» в виде знакомства с советскими аппаратными работниками, предприимчивый Р.А. Зингер завел в Москве фактически свое дело под вывеской государственного ателье индпошива¹¹¹. Р.А. Зингер проработал в Отделе мод вплоть до конфликта с руководством, закончившегося его увольнением в начале 1970-х годов¹¹².

Только в конце 1960 г. дирекции ГУМа удалось найти Давида Борисовича Шимилиса — по образованию художника-графика, трудивше-

¹⁰⁹ Рассказ Алика Зингера см.: URL: <http://www.bdm.ru/arhiv/2006/09/84.htm>. Каракульча — мех, выделяемый из шкурок ягнят каракульских овец, а также изделия из этого меха.

¹¹⁰ Интервью с Л.М. Лобачевой (Андреевой) 30 апреля 2008 г., Москва. Ее слова о том, что Зингер был вхож в семью С.В. Михалкова, подтверждаются рассказом Алика Зингера о том, что, эмигрировав, он получил работу в Париже по протекции известного актера и кинорежиссера Никиты Михалкова — сына С.В. Михалкова. В своих интервью А. Зингер утверждает, что среди клиентов его отца, кроме представителей советской культурной и артистической элиты (в их числе известные певцы М. Магомаев, В. Ободзинский, актер В. Этуш и др.), были и первые лица государства: Н.С. Хрущев, Л.И. Брежнев, а также военачальники С.М. Буденный и К.Е. Ворошилов; А.И. Микоян, министр культуры Е.А. Фурцева и др. (URL: www.teatr.newizv.ru/news/?IDNews=1251&date). Однако эти данные не подтверждены другими источниками. С учетом явной склонности А. Зингера к преувеличениям, к его высказываниям необходимо относиться с осторожностью.

¹¹¹ URL: <http://www.bdm.ru/arhiv/2006/09/84.htm>; www.teatr.newizv.ru/news/?IDNews=1251&date

¹¹² Сегодня трудно проследить детали конфликта, который к тому же разгорался постепенно. Как вспоминал в интервью с нами бывший художественный руководитель Отдела мод ГУМа Д.Б. Шимилис, в его основе лежали творческие вопросы и необходимость работать на коллектив в ходе создания единой коллекции. По его словам, Зингер и в начале 1970-х годов продолжал работать «по старинке». Вне зависимости от веяний моды и общей концепции деятельности Отдела он делал свои излюбленные приталенные силуэты, которые когда-то принесли ему славу, и не очень прислушивался к мнению других специалистов. После ухода из ГУМа Р. Зингер некоторое время трудился в одном из столичных ателье, а в середине 1970-х вместе с семьей эмигрировал из СССР. Спустя полгода после отъезда он погиб в Италии в автокатастрофе; его сын Алик создал на Западе свой бренд «Alik Singer» и сделал довольно успешную карьеру модельера.

гося после окончания Московского текстильного института в Свердловском Доме моделей Минлегпрома, который согласился вернуться в столицу на пост художественного руководителя Отдела мод ГУМа. Шимилис проработал в ГУМе до 1976 г., фактически занимаясь при слабо разбирающейся в моделировании А.Г. Горшковой руководством текущей работой Отдела мод.

Колоритными фигурами в Отделе мод ГУМа были опытные искусствоведы и художники Елена Владимировна Семенова, Наталья Михайловна Поливода и В.Н. Кропоткина (родственница знаменитого революционера). Все трое еще в 1952 г. значились сотрудниками творческого кабинета ОДМО, откуда они были переведены «на усиление» в формируемый Отдел мод ГУМа (позднее, в 1954 г. коллектив творческого кабинета ОДМО перешел сюда почти в полном составе). Е.В. Семенова — представитель поколения 1917 года: в молодости она окончила знаменитый ВХУТЕМАС и в 1920-е годы была заражена идеями революционного переустройства быта. Прекрасная рассказчица, не чуравшаяся и ядерных словечек, она поражала молодых сотрудников Отдела мод своими «не книжными» историями о Владимире Маяковском и других кумирах 1920-х годов, с которыми когда-то была хорошо знакома¹¹³. Семенова хорошо рисовала. Ее привлекали к иллюстрированию изданий сначала в ОДМО, а затем и в ГУМе, одновременно она отвечала за составление текстов-комментариев к моделям, помещаемым в альбомах мод ГУМа.

В служебные обязанности искусствоведа Е.В. Семеновой входила также пропаганда моды и культуры одежды среди населения. Нам удалось выявить несколько ее статей и интервью, опубликованных в 1959—1960 гг. в популярном журнале «Крестьянка» и в столичной газете «Сельское хозяйство»¹¹⁴. В период ее работы художником-консультантом в послевоенном Московском Доме моделей статьи Семеновой о культуре одежды публиковались и в журнале «Работница»¹¹⁵. Очень пригодилось Отделу мод ГУМа хорошее знание Семеновой иностранных языков. В качестве переводчицы она использовалась и ранее, в период ее работы на Кузнецком мосту. К примеру, в научно-технической библиотеке ОДМО сохранился в виде машинописной копии сделанный ею сразу после войны по заданию руководства Дома моделей «для

¹¹³ Интервью с бывшей манекенщицей, в 1970—1980-е годы — диктором Демонстрационного зала Отдела мод ГУМа А. Вавиловой 27 апреля 2008 г., Москва; Интервью с бывшим художником Отдела мод ГУМа Д.Б. Шимилисом 29 апреля 2008 г., Москва.

¹¹⁴ Семенова Е.: 1) Умейте красиво одеваться // Сельское хозяйство. 1959. 5 сент.; 2) Поговорим о современной моде: (интервью с Е.В. Семеновой) // Крестьянка. 1960. № 9. С. 31—32. Обе статьи любопытны как документы своего времени. Они явно предназначены для не особо искушенных в моде сельских жителей и содержат практические советы о том, как со вкусом одеваться, как сочетать цвета и скрывать с помощью одежды недостатки фигуры.

¹¹⁵ См., например: Работница. 1950. № 9. С. 27.

служебного пользования» перевод мемуаров французского модельера Поля Пуаре (Париж, 1930, издательство Грассе)¹¹⁶. В конце 1950-х годов по просьбе модельеров Отдела мод ГУМа Семенова стала переводить статьи из поступавших сюда иностранных журналов, периодически делая обзоры наиболее интересных статей.

Единственным модельером обуви в Отделе мод стал Оганесов, «выписанный» Микояном в начале 1950-х годов из экспериментальной лаборатории Ленинградской фабрики модельной обуви. Молодой талантливый модельер (иногда его фамилия писалась как Аганесов) приобрел признание специалистов уже во второй половине 1940-х годов: его модели довольно часто публиковались в первых послевоенных журналах мод.

Переехав в Москву, Оганесов проработал в ГУМе не один десяток лет. В 1950—1970-е годы в основном именно в смоделированной им обуви дефилировали по подиуму манекенщицы универмага. Его модели предлагались для индпошива клиентам Ателье ГУМа, их с удовольствием брали для массового производства ведущие предприятия страны, выпускавшие модельную обувь.

Что касается первого состава манекенщиц Отдела мод ГУМа (7—9 чел.), то здесь оказались женщины самого разного возраста и комплекции, многие из которых не имели опыта работы в данной экзотической по тем временам профессии.

Одну из «возрастных» манекенщиц молодежь уважительно звала по имени-отчеству — Ирина Николаевна, а за манеру держаться на подиуме ее прозвали в Отделе «аристократкой».

Авторитетом среди сотрудников Отдела мод пользовалась самая «политически подкованная» манекенщица универмага Нина (Антонина) Вавилова, которой в середине 1950-х годов было около 30 лет. До поступления в Отдел мод она успела окончить два курса Литературного института и поработать учителем в школе.

По общему признанию, «примой» Отдела мод считалась манекенщица Тамара Мингашудинова. Высокая и худощавая брюнетка, татарка по национальности, она смотрелась особенно эффектно из-за яркой восточной внешности и особого природного дара себя преподнести. Среди других манекенщиц ГУМа второй половины 1950-х годов своим профессионализмом выделялась Лидия Дрожалова. Не многие знали о том, что у этой молодой еще женщины необычная и во многом трагическая судьба. После войны Дрожалова была ведущей манекенщицей в Московском Доме моделей на Кузнецком мосту (с 1949 г. — ОДМО). Но якобы за дружбу с иностранным дипломатом она была арестована ведомством Берии, который был известен равнодушным отноше-

¹¹⁶ Копия данного перевода из Научно-технической библиотеки бывшего ОДМО находится в распоряжении авторов книги.

нием к красивым женщинам, и провела несколько лет в заключении. После разоблачения Берии в 1953 г. ее выпустили, однако Дрожалова решила не возвращаться на Кузнецкий мост, с которым было связано немало тяжелых воспоминаний, и устроилась в Отдел мод ГУМа.

В 1960—1970-е годы число манекенщиц в ГУМе увеличилось до пятнадцати, среди них наблюдалась довольно высокая текучесть кадров. Профессия казалась легкой только внешне, и выдерживали здесь далеко не все. В отличие от ОДМО, где была принята четкая специализация, манекенщица ГУМа должна была уметь все: ходить на подиуме, позировать перед фотообъективом, терпеть длившиеся часами примерки, после которых от неподвижного стояния затекали ноги, а тело ныло, так как было истыкано булавками.

В штате Отдела также находились работавшие в Демонстрационном зале дикторы (иногда ими становились закончившие свою карьеру манекенщицы, как, например, в 1970—1980-е годы А. Вавилова) и профессиональные музыканты.

Музыканты из оркестра ГУМа одновременно подрабатывали по вечерам в московских ресторанах. Они были довольно известными в своем кругу людьми, хорошо осведомленными по поводу того, какие музыкальные композиции популярны среди столичной публики. Выбор музыкального сопровождения показов был в основном делом вкуса многолетнего руководителя ансамбля, которого все уважительно называли Сергеем Ивановичем. В Отделе мод не было секретом, что он и его жена находятся в приятельских отношениях с дочерью советского лидера — Галиной Брежневой, которая любила делать покупки в ГУМе. Перед посещением 200-й секции она порою заглядывала в Отдел мод «на огонек». Бывало, что Галина по-свойски спрашивала сотрудников, не нужно ли и для них что-либо купить.

В поисках фирменного стиля

Особый интерес вызывает история разработки фирменного гумовского стиля моделирования в формате советской моды. Показательно то, что даже в середине 1950-х годов такой важный вопрос решался в форме открытых дискуссий в коллективе и на партсобраниях. Сотрудники не боялись высказывать свое мнение, порою отличное от позиции начальства.

Руководство Министерства торговли во главе с А.И. Микояном с самого начала хотело видеть Отдел мод в качестве законодателя советской моды, который способен разработать собственный, «фирменный» стиль в моделировании одежды. Немалую роль играли и ведомственные амбиции: Минторг не желал отставать в этом вопросе от Минлегпрома. Примечательно, к примеру, что в 1955 г. руководитель Отдела мод Н.Я. Кац упоминал, что перед ним в связи с необходимо-

стью определения особенностей «моды ГУМа» была даже поставлена задача создания «нового облика одежды, а следовательно — новых моделей и новых видов одежды»¹¹⁷.

При поиске своей ниши в моделировании в середине 1950-х годов учитывались не только особенности ГУМа, как торговой организации, ориентированной на запросы потребителей, но и сильные и слабые стороны других моделирующих организаций страны. В частности, активно развивавшийся в этот период ОДМО на Кузнецком мосту тяготел к эстетическим поискам в сфере советской «высокой моды». Его критиковали за «элитарность», за создание эксклюзивных образцов одежды, многие из которых, конечно, имели художественную ценность, но годились лишь для подиумов, но не для улицы. К тому же они шились зачастую из дефицитных тканей, редко появлявшихся в открытой продаже, что еще более увеличивало расстояние между ними и рядовым гражданином.

Забегая вперед, скажем: то, что Отдел мод ГУМа не сможет составить серьезной конкуренции с системой Минлегпрома, стало ясно уже в начале 1960-х годов. Именно в это время в годовых отчетах Отдела мод ГУМа появились ссылки на то, что Отдел придерживается единого направления в моделировании, выработанного общесоюзным методическим совещанием при ОДМО и ВИАЛегпроме¹¹⁸. Тем самым с приходом в конце 1960 г. Д.Б. Шимилиса в качестве худрука Отдел моды ГУМа стал постепенно избавляться от характерного для первого периода его деятельности известного «сепаратизма» и претензий на особое место в системе советской моды. Но, судя по всему, только в начале 1970-х годов Отдел мод окончательно отказался от прежних амбиций. «Мы не направляем моду, мы просто должны быть в курсе моды, используя методические материалы ОДМО, ВИАЛегпрома», — заявил в 1973 г. Д.Б. Шимилис¹¹⁹.

Между тем в середине 1950-х годов вокруг того, какой быть зарождающейся «моды ГУМа», разгорелись дискуссии. Директору Ателье ГУМа А.П. Козловой, к примеру, ее основа виделась в развитии моделирования народных и национальных костюмов. Секретарь парткома ГУМа М.И. Сулименко призывал модельеров «быть на земле», то есть, ориентироваться не на полет фантазии художника, а прежде всего на покупательский спрос. Исходя из этого, он видел гумовский стиль как синтез на практике трудно сочетаемых характеристик: удобство в носке, простота форм, красота и дешевизна моделей¹²⁰.

¹¹⁷ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 12. Л. 137 (Стенограмма заседания парткома ГУМа от 19 июля 1955 г.).

¹¹⁸ Там же. Д. 75. Л. 156.

¹¹⁹ Выступление Д.Б. Шимилиса на партсобрании Отдела мод ГУМа 24 августа 1973 г. (Там же. Д. 165. Л. 59).

¹²⁰ Там же. Д. 12. Л. 151—152.

Однако некоторые модельеры полагали, что наличие прекрасного Демонстрационного зала (напомним, что в это время зал для модных показов имелся в Москве только в ОДМО на Кузнецком мосту) дает Отделу мод ГУМа уникальную возможность создавать преимущественно нарядные, красивые модели одежды, которые, конечно, более выигрышно будут смотреться на подиуме по сравнению с повседневной одеждой. Одно время в эйфории от первых успехов было много разговоров о конкуренции Отдела мод ГУМа с ОДМО и даже с западными модными брэндами. Сторонники такого подхода группировались вокруг пользовавшегося авторитетом в Отделе и имевшего опыт работы на Западе до войны Р.А. Зингера.

«На этой почве у нас были острые споры. Так, тов. Зингер считал, что наши вещи должны конкурировать с западными вещами, должны быть ультрамодными», — отмечал в 1955 г. на заседании парткома ГУМа руководитель Отдела мод Н.Я. Кац¹²¹. По его словам, «сначала мы считали необходимым базироваться на особо нарядных вещах, которые должны отличаться от обычных вещей, но в конце концов пришли к выводу, что мы должны обеспечить создание новых вещей, новых моделей, удобных по конструкции и, главным образом, ориентироваться на отечественный материал» для их пошива¹²².

В первый период своей деятельности (1954—1955 гг.), наряду с нарядными вещами, Отдел мод стал моделировать также и «вещи простые, изящные, элегантные и удобные по конструкции». Сам Кац, как руководитель Отдела мод, склонялся к тому, чтобы формировавшийся фирменный стиль «моды ГУМа» сочетал простоту конструкции, утилитарность (функциональность) и элегантность¹²³.

19 июля 1955 г. в повестку дня заседания парткома ГУМа был поставлен отчет о работе Отдела мод за первый год своего существования. Накануне состоялся просмотр его моделей, на котором присутствовали руководители подразделений универмага.

В центре внимания был вопрос: все ли модели могут быть использованы для повседневной носки и впоследствии куплены гражданами, или часть моделей имеют сугубо художественную ценность? И если так, то стоит ли продолжать делать непрактичные вещи? Среди моделей, критически отмечали присутствующие, есть, например, платья с бантами, которые «советская женщина вряд ли с удовольствием оденет»¹²⁴. Это заседание парткома стало важным этапом в разработке концепции «моды ГУМа».

В ходе дискуссии на заседании парткома директор ГУМа В.Г. Каменев довольно скептически отнесся к отмеченным выше амбициозным планам модельеров¹²⁵. Вероятно, он лучше знал расстановку сил

¹²¹ Там же. Л. 137 (Протокол заседания парткома ГУМа от 19 июля 1955 г.).

¹²² Там же.

¹²³ Там же. Л. 138.

¹²⁴ Там же. Л. 141.

¹²⁵ Там же. Л. 138.

и оценивал ограниченные материальные ресурсы Отдела мод. По его словам, нужно быть реалистами: ни влиять на формирование международной моды, ни конкурировать со специализированными Домами моделей одежды Минлегпрома Отдел мод ГУМа, конечно, не в состоянии в силу своей маломощности. «Мы можем диктовать свои модели только местной промышленности и промкооперации, и то только в порядке промышленной переработки», — отмечал Каменев¹²⁶.

Речь шла о том, что, несмотря на лоббирование Минторга, Госплан СССР отказался выделять материал для пошива одежды малыми сериями по моделям Отдела мод ГУМа. Дефицитные по тем временам ткани шли в первую очередь на подчиненные Минлегпрому крупные швейные фабрики. ГУМу же была оставлена «лазейка» в виде промпереработки бракованных и испорченных предметов одежды и тканей, периодически скапливавшихся в магазине. После соответствующей утилизации и переработки вторсырья универмаг, договорившись с предприятиями местной промышленности или кооперации, мог направить им эти ткани для выпуска одежды по моделям Отдела мод.

В начале 1960-х годов на партийных собраниях Отдела мод получила дальнейшее развитие идея о том, что сугубая «утилитарность» должна стать важнейшей особенностью «моды ГУМа». Нужно сказать, что это соответствовало общим «технократически-прагматическим» настроениям в стране, где быстрыми темпами развивалась прикладная наука, а в философских дискуссиях физиков и лириков первые неизменно побеждали. В 1961 г. искусствовед Отдела мод Е.В. Семенова, в частности, предлагала коллегам посмотреть внимательнее по сторонам и сделать надлежащие выводы: «Искусство ради искусства отвергается. Наука ради науки — тоже. Значит, не надо строить того, без чего мы можем обойтись»¹²⁷. Без «высокой моды» и излишеств в одежде можно обойтись наверняка. На другом партсобрании в декабре 1962 г. она развивала свою мысль: «Сейчас идет борьба против всего нарочитого, надуманного, дорогого. Платье, которое нельзя одеть в наших условиях, можно назвать абстрактным»¹²⁸. В 1962 г. ей оппонировала модельер Е.А. Томашевич, считавшая, что Отдел мод должен, тем не менее, делать разные, в том числе и остромодные вещи, иначе «куда же пойдет актриса смотреть для себя платье?»¹²⁹.

К началу 1960-х годов специфика «моды ГУМа», кажется, окончательно определилась. Она основывалась на *концепции «утилитарной моды»*, в которой можно выделить следующие принципы: идти в ногу с современной модой, но придерживаться умеренности в использовании ультрамод-

¹²⁶ Там же. Л. 148—149. Каменев оказался прав: уже в начале 1960-х годов. Отделу мод ГУМа оказалось не под силу тягаться с такими набравшими силу специализированными моделирующими организациями, как ОДМО и ВИАЛегпром.

¹²⁷ Там же. Д. 63. Л. 54.

¹²⁸ Там же. Д. 75. Л. 166.

¹²⁹ Там же. Л. 169.

ных течений; сочетать простоту, удобность в носке и дешевизну модели с модностью стиля и красотой; при моделировании ориентироваться не на «модников», а на обычного советского покупателя; включать в коллекции по возможности все виды одежды, отдавая при этом предпочтение моделированию практичных вещей, годных для повседневной носки на работе и дома, в театре, во время отдыха и занятия спортом.

В отчете парторганизации за 1966 г. основная задача деятельности Отдела мод была сформулирована таким образом: «моделирование, направленное на создание конструктивно удобных, жизненных моделей одежды из массовых тканей, имеющихся в продаже»¹³⁰. В отчете за 1968 г. отмечалось, что главная цель — «изготовление и широкая популяризация новых моделей одежды и тканей путем показа практичных, удобных, доступных по цене моделей одежды, отвечающих требованиям современной моды, а также выпуска по этим моделям альбомов мод»¹³¹. В 1973 г. акцент тоже делался на том, что модели Отдела мод должны были быть «не только модными, но и практичными, утилитарными, доступными широким массам народа»¹³².

Фирменная мода ГУМа стала реализовываться в стиле «casual» — одежды, предназначенной для повседневной носки обычными, «среднестатистическими» советскими людьми, у которых самые разные фигуры и которые не имели особого материального достатка, не претендовали на исключительные эстетические изыски. Более того, простота конструкции и доступность ткани были явно рассчитаны на возможность самостоятельного пошива полюбившейся модели гражданином. Этому способствовало и издание массовым тиражом выкроек лучших моделей ГУМа. Такое позиционирование «моды ГУМа» на рубеже 1950—1960-х годов, безусловно, имело свою логику и соответствовало запросам массового потребителя. Большинство людей, с одной стороны, по-прежнему продолжали обращать большое внимание на добротность и практичность вещи, но одновременно они уже не желали покупать и одежду некрасивую или вышедшую из моды. Зарождавшаяся «мода ГУМа» в полной мере отразила на себе особенности и противоречия этого переходного периода.

Кризис концепции утилитарной моды

В послесталинский период вопросы «идеологии одежды» стали все теснее увязываться с нормами эстетики и морали. При этом последние понимались не только в общем контексте социалистической культуры,

¹³⁰ Там же. Д. 105. Л. 160.

¹³¹ Там же. Д. 126. Л. 15.

¹³² Там же. Д. 165. Л. 62.

но и претендовали на то, чтобы поддерживать принятые в цивилизованном мире нормы хорошего вкуса, подвергавшиеся на Западе коррозии, как считалось в СССР. Важно отметить, что главными «оценщиками» не только предполагавшихся к публичному показу коллекций одежды, но и новых художественных фильмов, театральных постановок, выставок картин и т.д. выступали не специальные цензоры (хотя в издательском деле государственная цензура продолжала существовать) или партийные структуры, а специальные Художественные советы, созданные в СССР на общественных началах при всех ведущих учреждениях культуры. На практике это означало, что если у членов Худсовета Отдела мод ГУМа и возникали вопросы по поводу допустимости той иной новой модели, то ее критика могла вестись, как правило, лишь с позиций соответствия высоким эстетическим стандартам¹³³.

В этой ситуации неминуемо повышалась роль художественного руководителя Отдела мод ГУМа, поскольку фактически он отвечал не только за общее направление моделирования в коллективе, но и за художественно-эстетический уровень коллекций, показов мод ГУМа и публикаций моделей (следовательно, и за их идеологический уровень). Судя по всему, большую роль при этом играла «самоцензура»: модельеры понимали, какие модели «проходные», а какие нет. Кроме того, эти вопросы отслеживались Д.Б. Шимилисом уже на начальном этапе, когда им давалось конкретное задание на моделирование определенной вещи, а затем обсуждался представленный автором эскиз будущей модели. Показательно, что сам Д.Б. Шимилис в первые годы своей работы в Отделе мод довольно критично оценивал профессиональный уровень моделирования. В частности, на одном из партсобраний 1965 г. он посоветовал в духе времени, что «у нас много вещей мешанского вкуса»¹³⁴.

Несмотря на то, что ведущее направление моделирования в ГУМе было определено как «утилитарная мода», по этому вопросу в 1960—1970-е годы в коллективе периодически вспыхивали острые дискуссии. В сезонных коллекциях ГУМа была представлена одежда на все случаи жизни, в том числе и нарядные вечерние туалеты.

Однако пропорции «повседневной» и «нарядной» одежды должны были строго выдерживаться, чтобы не дать повода для критики. Тем не менее, практически одновременно с определением концепции «утилитарной моды» берет начало ее кризис. Модельеры куда охотнее брались за моделирование «нарядного» ассортимента, а практических

¹³³ Показательно, что упомянутые выше отдельные попытки начальника Отдела кадров ГУМа снять с показов «волевым порядком» некоторые не понравившиеся ему модели вызывали неприятие всего коллектива Отдела мод.

¹³⁴ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 100. Л. 119. О борьбе с мешанством см.: *Вихавайнен Т.* Внутренний враг: борьба с мешанством как моральная миссия русской интеллигенции / пер. с англ. Е. Герасимовой, С. Чуйкиной. СПб.: Коло, 2004; и др. работы данного автора.

«повседневных» моделей все время не доставало. Худрук Д.Б. Шимилис периодически сетовал, что его Отдел моделирует слишком много дорогих, нарядных вещей, а нужно больше «дешевых и хороших моделей» для рядового потребителя¹³⁵.

В 1974 г. руководитель Отдела мод А.Г. Горшкова в очередной раз выступила с критикой модельеров за то, что ими «не уделяется должного внимания созданию моделей практического назначения, жизненным моделям, которые должны быть доступны большинству нашего народа. Издательская группа бывает в большом затруднении из-за недостатка практических моделей, а спрос на них большой...»¹³⁶.

С высоты сегодняшнего дня видно, что «корень зла» заключался не только в субъективном факторе, но и в наличии объективных противоречий, которые подтачивали концепцию «утилитарной моды». Можно выделить, как минимум, три проблемы.

Первая проблема была связана с расширением международного сотрудничества. При создании зарубежных коллекций принцип «утилитарности» отменялся, ведь ставилась задача удивить и покорить иностранного зрителя. С этой целью приветствовались остромодные и «непрактичные» модели, яркие цвета и дорогостоящие меховые отделки.

Вторая проблема заключалась в том, что с 1960-х годов руководство ГУМа все активнее требовало от Отдела мод моделировать одежду из тканей, пользующихся в магазине ограниченным спросом (попросту залежалых). Сделать это можно было только одним путем: компенсировав недостатки материала супермодным фасоном платья или яркой, оригинальной отделкой. Объективно это противоречило концепции «утилитарности».

Наконец, постоянная ревизия «утилитарности» была неизбежна с развитием общих тенденций в сфере потребления в СССР в 1960—1970-е годы. Жизнь быстро шла вперед. В связи с тем, что у людей появилась возможность и желание одеваться лучше, разнообразнее и наряднее, менялось представление о «повседневной моде». Размывалось связанное с бедностью четкое разделение костюма на «выходной» и «повседневный». В связи с диверсификацией вкусов, а также с социально-культурной дифференциацией общества, становилось все более проблематичным решение задачи, поставленной перед Отделом мод ГУМа в середине 1950-х годов: постараться удовлетворить потребности и угодить вкусам «массового покупателя»¹³⁷. Тем более, что никто не мог пояснить, каков на самом-то деле он, «массовый покупатель».

В 1960-е годы модельеры ГУМа все чаще задумывались о своей целевой аудитории. Они видели, в частности, что возможности и запросы мо-

¹³⁵ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 110. Л. 102. Высказывание относится к 1967 г.

¹³⁶ Там же. Д. 175. Л. 31.

¹³⁷ Там же. Д. 126. Л. 12.

сквичей все больше отличаются от жителей сельской глубинки. Возникал вопрос: если Отдел мод ГУМа ориентируется в первую очередь на столичных жителей, то ему необходимо постоянно повышать планку моделирования. Тема приобрела особую актуальность в связи с резким сокращением посещаемости Демонстрационного зала ГУМа с 1960-х годов. Причины кризиса многие видели не только в утрате ГУМом былой монополии на экзотику в виде ставших более привычными модных дефиле (легитимация моды в СССР в 1960-е годы сопровождалась увеличением числа моделирующих организаций и модных журналов¹³⁸, расширением объема информации о тенденциях моды в целом; привычными стали показы мод по телевидению). Отдел мод ГУМа оказался, по большому счету, не готов к конкуренции с другими моделирующими организациями. Да и сами советские граждане превращались во все более взыскательных потребителей, сверявших модели ГУМа с мировой модой. Купившие билет в Демонстрационный зал теперь нередко уходили разочарованными, так как не находили для себя на демонстрациях ничего нового.

Нужно сказать, что руководство Отдела мод с целью привлечения посетителей пыталось усовершенствовать показы, вводя в коллекции больше оригинальных и модных моделей, в том числе женских брючных комплектов для работы и отдыха.

Но как только это происходило, настигал огонь критики с другой стороны. В 4-м номере журнала «Работница» за 1969 г. была опубликована статья с характерным названием «Всплески фантазии, или 45 мнений о моде». Посетив показ моделей одежды в Демонстрационном зале ГУМа, автор статьи пришел к выводу, что они слишком отражают полет фантазии модельеров и чрезмерно копируют современные тенденции западной «высокой моды». По его мнению, такие модели «нежизненны», «непрактичны» и потому не интересны аудитории.

Эта статья, что называется, задела за живое. Поэтому ее обсуждение на собрании партийно-хозяйственного актива Отдела мод 23 мая 1969 г. вылилось в оживленную дискуссию. Многие модельеры не только не поддержали статью в «Работнице», но и выступили по существу за пересмотр концепции «утилитарной моды». «В Москве многие женщины носят модную одежду.. Народ сейчас хорошо одет, а мы боимся создавать броские перспективные модели... Не показывать дорогие меха нельзя, их уже все носят», — отмечала модельер и партийный активист Клара Побединская¹³⁹. Другие выступавшие

¹³⁸ Кроме отечественных журналов и альбомов мод, с конца 1950-х годов в магазинах крупных городов СССР можно было приобрести модные журналы социалистических стран, многие из которых воспроизводили новейшие тенденции западной моды (особенно славились этим польские журналы). К примеру, в Москве они были доступны в магазине «Дружба», расположенном в самом центре столицы, на ул. Горького (ныне — Тверская).

¹³⁹ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 126. Л. 11.

подчеркивали, что люди на улицах Москвы одеваются с каждым годом все лучше, больше внимания уделяют моде. Дело доходит до того, что по сравнению с тем, что носят молодые москвички, гуляющие в центре столицы, некоторые новые модели ГУМа выглядят едва ли не устаревшими. Искусствовед Бессмертная выразила опасение, что если последовать рекомендациям сторонников «утилитарной моды», то «модели ГУМа будут ниже уровня одежды, которую носит население Москвы»¹⁴⁰. По ее мнению, задача модельеров — не опускаться до уровня «среднего» покупателя ГУМа, а все время поднимать эстетическую планку, прививая тем самым и гражданам высокий вкус.

К тому же, поясняли выступавшие, Отдел мод не может игнорировать и потребности заметно выросшей в последние годы численно советской научной и творческой интеллигенции. Поэтому в ответ на критику в «Работнице» вечерних платьев весенне-летней коллекции 1969 г. Отдела мод, сшитые из модных, дорогих и «нескромно» блестящих тканей с люрексом, искусствовед Бессмертная сказала в оправдание: «они могут быть доступны для женщин в особо торжественных случаях. Мы их предлагаем, в основном, для эстрадных актрис»¹⁴¹.

Сотрудникам Отдела мод ГУМа не стоило оправдываться, ведь люрекс давно пропагандировался в СССР. К примеру, первый номер информационного бюллетеня «Новые товары», вышедший в 1957 г. (то есть, более чем за 10 лет до появления критической статьи в «Работнице»), содержал позитивную информацию об этой «металлической нити» и модной одежде, пошитой из тканей с люрексом.

Кроме того, Отдел мод продолжал позиционировать себя как один из ведущих центров моделирования в СССР, на который во многом равняются и берут пример в регионах. В ГУМе действительно проводились разнообразные конкурсы модельеров и закройщиков, семинары и совещания по обмену опытом. «К нам (в Демонстрационный зал. — *Авторы*) приходят специалисты швейной промышленности со всего Советского Союза. Если им показывать модели на уровне вещей населения Москвы, им нечего будет почерпнуть... Во всех городах, куда бы ни приезжали мы с показами моделей, имеются отзывы о том, что именно [самые модные] перспективные модели ГУМа дают почву для творчества местным закройщикам и модельерам», — стояла на своем Бессмертная¹⁴².

Что касается западного влияния, то модельер Е.Н. Истомина в своем выступлении в 1969 г. не скрывала, что в Отделе мод идет «творческая переработка» западных модных тенденций: «Мы в основу берем журналы капиталистических стран, это в какой-то степени отражается на создаваемых нами моделях»¹⁴³.

¹⁴⁰ Там же. Л. 12.

¹⁴¹ Там же.

¹⁴² Там же.

¹⁴³ Там же. Л. 14.

Об использовании ведущих иностранных модных журналов в 1960—1970-е годы рассказал в своем интервью и присутствовавший в 1969 г. на этом собрании бывший худрук Отдела мод ГУМа Д.Б. Шимилис. По его словам, Отдел мод регулярно получал ведущие модные журналы социалистических стран, а также Франции, Великобритании, Италии, США. Постепенно образовалась подборка журналов, хранившихся в шкафах на сцене Демонстрационного зала, но за сохранностью никто не следил и многое расходилось «по рукам». Доступ к шкафам имели все творческие работники Отдела мод. Хотя он и большинство других модельеров и конструкторов старшего поколения не знали в достаточной степени иностранные языки, чтобы подробно изучить эти публикации, а переводы Е.В. Семеновой не были регулярными, Шимилис утверждал, что «специалисту достаточно было взглянуть на картинку из модного журнала, чтобы понять ведущие тенденции мировой моды»¹⁴⁴. Спустя годы Шимилис, проработавший в Отделе мод с 1960 по 1976 г., не делал секрета из того, что он, как худрук, с которым модельерами согласовывались все без исключения эскизы новых моделей ГУМа, оценивал их качество, исходя, прежде всего, из тенденций, отмеченных им по фотографиям из западных модных журналов¹⁴⁵.

К концу 1960-х годов в коллективе Отдела мод ГУМа возникла идея расширить его профиль, а именно: наряду с традиционными «утилитарными» коллекциями для «простого советского человека», с учетом опыта разработки «зарубежных» коллекций, приступить к созданию так называемых «перспективных» коллекций. Реализация этой идеи в творческом плане была, конечно, привлекательной. Но, откровенно говоря, ничего нового в данном предложении не было: к тому времени ВИАЛегпром, ОДМО и как минимум несколько десятков региональных Домов моделей Минлегпрома уже участвовали в разработке так называемых «направляющих» (перспективных) коллекций. К середине 1970-х эта идея в ГУМе так и не была реализована.

Попытки внедрения моделей в производство

С точки зрения экономической Отдел мод был одним из «проблемных» подразделений ГУМа. В отличие от торговых отделов, дававших магазину хорошую выручку, Отдел мод был либо убыточен, либо балансировал на грани рентабельности. Как видно из документов, он неплохо зарабатывал лишь за счет издательской деятельности (продажа альбомов и выкровок), а в некоторые годы — и от реализации вход-

¹⁴⁴ Интервью с Д.Б. Шимилисом 30 апреля 2008 г., Москва.

¹⁴⁵ Там же.

ных билетов в Демонстрационный зал. Но бюджет Отдела «летел», как только ужимались ежегодно выделяемые государством бумажные шмиты (для производства альбомов мод) или начинался ремонт в Демонстрационном зале. Возникает вопрос, почему же не приносила никакой прибыли основная деятельность Отдела — собственно моделирование одежды?

Первоначально надежда возлагалась на то, что швейные фабрики станут приобретать новые модели ГУМа для внедрения. Поскольку своих мощностей в Минторге не было, а у швейных производств Минлегпрома уже имелись собственные моделирующие организации (Дома моделей одежды во главе с ОДМО и экспериментальные цеха предприятий), Отдел мод ГУМа изначально был ориентирован на внедрение своих моделей в *местной промышленности* и *потребительской кооперации* в порядке промышленной переработки. Промышленная переработка предусматривала, что ГУМ дает предприятиям свое сырье и одновременно заказывает сделать из него определенное количество изделий по моделям и фасонам Отдела мод, пользующихся спросом у покупателей. Руководство ГУМа поручило Отделу мод вести от своего имени всю работу по промпереработке, но, как явствует из годовых отчетов универмага, ее результаты к концу 1950-х оказались ничтожны: кроме пижам и отдельных мелочей магазин от местпрома и промкооперации почти ничего не получил.

1957 г. оказался едва ли не единственным годом, когда Отдел мод перевыполнил план по промпереработке, да и то в основном за счет успешного внедрения своих моделей обуви¹⁴⁶. По лекалам гумовского модельера Оганесова обувные фабрики освоили производство ряда новых моделей, в результате чего в 1958 г. ГУМ получил от них и продал с выгодой для себя более 50 тыс. пар изящной обуви¹⁴⁷. Модели обуви ГУМа пользовались спросом и в начале 1960-х годов. Так, только в 1962 г. на реализацию в универмаг поступило с обувных фабрик 320 тыс. пар обуви, пошитой по моделям Оганесова (образцы и документация к ним были закуплены фабриками у Отдела мод в 1961 г.).

Мало что изменилось в условиях временного разрушения ведомственных барьеров и объединения торговли, легкой промышленности и моделирующих структур в рамках единого столичного совнархоза (хрущевские реформы конца 1950-х — начала 1960-х годов). Отделу мод ГУМа, получившему формально равные права с ОДМО по «окучиванию» фабрик, оказалось, тем не менее, трудно конкурировать с ним на почве внедрения своих моделей. Дело было как в уже налаженных связях и высоком профессиональном уровне модельеров с Кузнецкого моста, так и в том, что промышленности иметь с ними дело

¹⁴⁶ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 39. Л. 183.

¹⁴⁷ Там же. Д. 41. Л. 219.

было выгоднее: в отличие от Отдела мод ГУМа, ОДМО предоставлял швейным фабрикам в придачу к модели полный комплект технической документации и лекала. Неудивительно, что как большая удача рассматривались случаи, когда время от времени новыми моделями ГУМа удавалось заинтересовать крупные швейные фабрики. К примеру, в 1962 г. несколько моделей женской одежды, разработанных Отделом мод ГУМа, было приобретено для пошива московскими фабриками «Большевичка» и № 9, а также Тульской швейной фабрикой № 1¹⁴⁸.

В целом же в результате хрущевских реформ ГУМ потерял многих своих прежних партнеров-швейников: система потребкооперации была ликвидирована, а лучшие фабрики местной промышленности передали еще больше усилившемуся Минлегпрому СССР. В результате Местпром РСФСР стал в основном специализироваться на производстве аксессуаров и мелких предметов одежды. Но даже если бы хозяйственная реформа рубежа 1950—1960-х годов не состоялась, имеются веские основания сомневаться в удачном сотрудничестве модельеров ГУМа со швейниками. Дело в том, что между ними начались трения. Первые же модели ГУМа, разработанные для внедрения в производство в середине 1950-х годов, фабрики отказались принять на том основании, что они показались им слишком сложными и трудоемкими, то есть, невыгодными с точки зрения выполнения плана. Хотя модельеры ГУМа предлагали им пошить повседневные модели из обычной ткани.

Аналогичная ситуация складывалась в то время в отношении между Домами моделей одежды и фабриками Минлегпрома, настаивавшими при внедрении новых моделей на их «доработке» в сторону упрощения. Разница, правда, заключалась в том, у фабрик Минместпрома имелось значительно больше оснований ссылаться на объективные трудности: они хуже снабжались материалами и имели более изношенное оборудование, чем предприятия Минлегпрома.

Вопрос осложнялся еще двумя моментами. Во-первых, привыкшие к импортному дефициту торговые отделы ГУМа не хотели связываться с «упрощенными» моделями, пошитыми на допотопном оборудовании. Во-вторых, фабрики не хотели брать на внедрение собственно образец модели («вещи хороши, но сделаны на вашу манекенщицу»), без лекал и полного пакета техдокументации. Однако подобная «доводка» модели была очень затратной и требовала приема на работу дополнительных специалистов. Так возникал «заколдованный круг». Процент внедрения был очень низкий. ГУМ нес убытки, а образцы новых моделей Отдела мод пылились на складе. По состоянию на июль 1955 г., как отмечалось на заседании парткома ГУМа, здесь скопилось на 1 млн. руб. невостребованных образцов моделей¹⁴⁹.

¹⁴⁸ Там же. Д. 75. Л. 155.

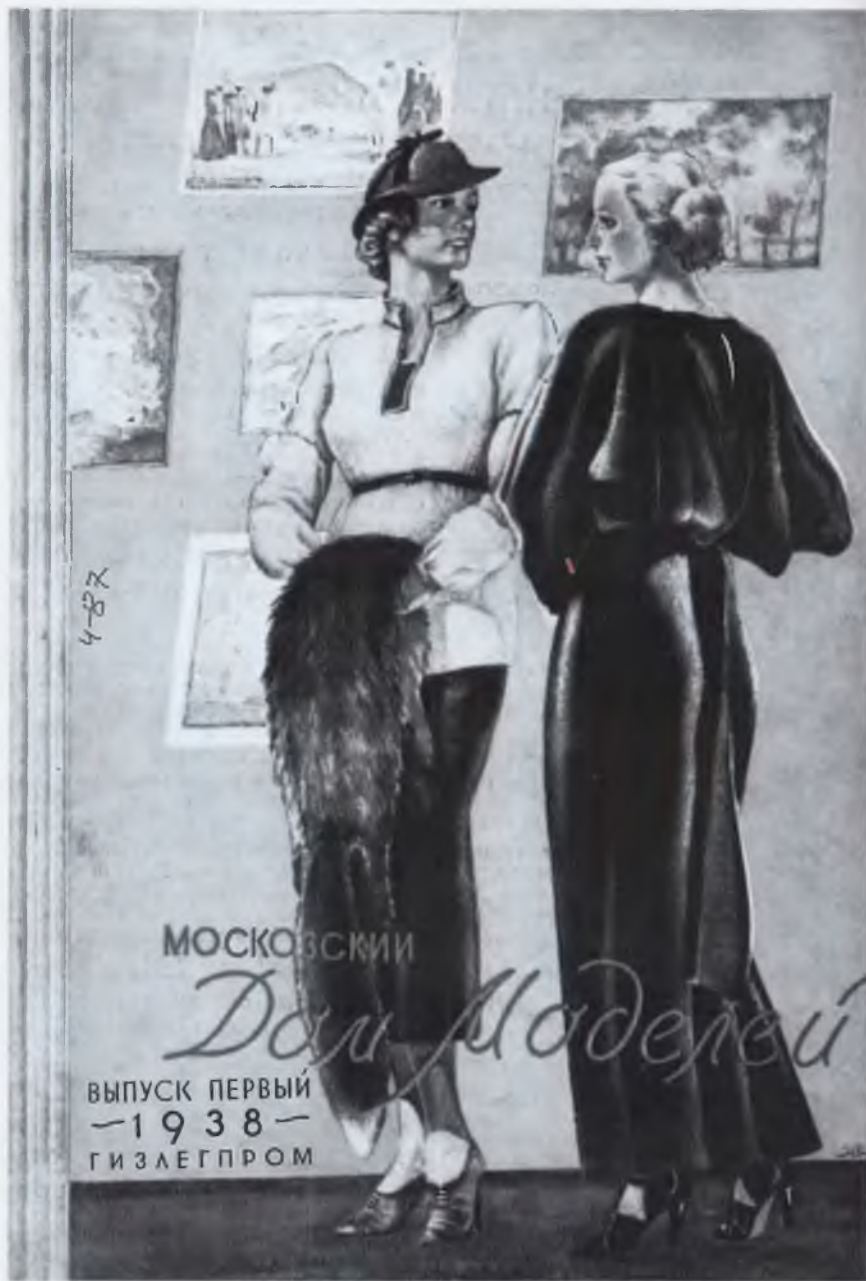
¹⁴⁹ Там же. Д. 12. Л. 144.

Последние Моды



103 Модный воротник и мантия из собачьей шкуры.
105 Легкое пальто из меха на бежевой подкладке. Тут же можно носить пальто из суслика.
106 Модное вечернее пальто из меха с раскладной отделкой собором.
104 Модный воротник для пальто и мантии из собором.

Модели зимнего времени из журнала «Последние моды». 1927 г.



Обложка первого выпуска журнала «Московский Дом моделей». 1938 г.



Костюм
и пальто

1942
гизлегпром

Мода военных лет. Обложка журнала «Костюм и пальто» 1942 г.

Журнал МОД

1945
год



Обложка первого номера «Журнала мод». 1945 г.



30

31

№ 30 — Нарядная летний туллет. Свободный кап из мягкой белой шерсти и пальто на голубого врез-жоржета, вышитое белой шерстью. (Ателье № 34 „Мосиндодель“) Автор Гореленкова.

№ 31 — Пальто б-ч-ч из шелка. Рукав-вставка выкройки из одного куска с выемкой и бантом. Перед юбки драпировки в свободную сборку. Пояс переплетен из двух тканей: основной и ткани в горошек (Ателье № 34 „Мосиндодель“) Автор Гореленкова.



Модели МДМО 1947 г. для ателье индпошива



Посетители выставочного зала новых моделей ОДМО. 1954 г.



Ежедневный показ новых коллекций ОДМО в Демонстрационном зале. 1954 г.

**Моду – в массы. Пропаганда моды
и повседневная одежда советских людей**



*Семья рабочих фотографируется в выходной одежде. Московская обл.,
начало 1930-х годов*



Танцы в рабочем клубе. Москва, середина 1930-х годов



Студентки МГУ на Ленинских горах. Москва, 1951 г.



Клиенты модного ателье. Москва, 1955 г.



Н.С. Хрущев с представителями коммунистических и рабочих партий стран-членов СЭВ на выставке новых советских товаров. Москва, июнь 1962 г.



Советская пляжная мода. Сочи, лето 1962 г.



Одежда женщин из рабочей среды. Московская область, середина 1960-х годов



Виктория Брежнева и Патрисия Никсон во время посещения ОДМО. 1972 г.

Мода ОДМО и коллекции СССР



Модельеры ОДМО разрабатывают модель платья для невесты. 1959 г.



*Модель зимнего пальто.
ОДМО, 1967 г.*



*Модель Т. Осмеркиной (ОДМО)
из Каталога общесоюзной коллекции
новых моделей 1966 г.*



*Советские модели из меха
на Международном конгрессе мод.
Москва, 1967 г.*



Всесоюзное совещание модельеров. 1959 г.



Модельеры ОДМО обсуждают модель мини-юбки. Вторая слева — главный художественный руководитель ОДМО Л.Ф. Турчановская. Начало 1970-х годов



Космонавт П. Попович в коллективе ОДМО. Начало 1970-х годов



Модельер ОДМО Слава Зайцев представляет перспективные разработки Худсовету. 1974 г.

Советская мода за рубежом



Главные сенсации Торгово-промышленной выставки СССР в Хельсинки 1959 г.: советская мода и первый в мире атомный ледокол «Ленин». А. Вавилова демонстрирует модель ГУМа



Демонстраторы ГУМа после успешного выступления за рубежом. ГДР, 1965 г. (Слева направо — Мингашудинова, Вавилова, Миронова, Кокорева, Коршунов, Осецимская)



Модель ОДМО во время показа на Торгово-промышленной выставке СССР в Лондоне. 1968 г.



Советские манекенщицы осматривают достопримечательности Монреаля во время ЭКСПО-67



Платье из коллекции, показанной на Торгово-промышленной выставке СССР в Лондоне. Август 1968 г.



Манекенщица Людмила Романовская демонстрирует платье «Золотой колос», разработанное в ОДМО по заказу американской фирмы «Celanese». 1968 г.

Модели ВИА Легпрома, ЦОТШЛ, Дома моделей Минбыта РСФСР и других центральных моделирующих организаций



Манекенщица ВИА Легпрома Галина Миловская делает макияж в своей машине перед очередной фотосессией. 1960-е годы



Модели одежды, разработанные в ЦОТШЛ по мотивам красноармейской формы к 50-летней годовщине Октябрьской революции. 1967 г.





Образцы рабочей одежды Дома моделей одежды Минбыта РСФСР. 1970-е годы

Модельеры швейных фабрик и торговли



Модельеры московской швейной фабрики обсуждают внедрение в производство новой модели. 1953 г.



Швейный конвейер столичной фабрики «Большевичка». 1965 г.



Заседание Худсовета московской швейной фабрики «Большевичка». 1966 г.



Показ моделей посетителям торгового зала магазина «Светлана». Москва, 1963 г.



Продавицы перед показом новых моделей, разработанных модельерами универмага «Москва». 1965 г.



Показ платья из синтетической ткани «Космос» в зале магазина «Синтетика». Москва, 1965 г.

Мода ГУМа



Коллектив сотрудников Отдела мод ГУМа 1950-х годов. Слева направо: Томашевич, Истомина, Гуртовая, неизвестно, Аверьянова, Зингер, неизвестно



Демонстрационный зал ГУМа: представление новой коллекции. Начало 1960-х годов



*Модели ГУМа 1960-х годов, основанные на фольклорных мотивах
(манекенщицы Кокорева и Вавилова)*



*Повседневные модели Отдела мод ГУМа начала 1960-х годов
(манекенщицы Миронова и Вавилова)*



Манекенщицы демонстрируют модели пальто Отдела мод ГУМа на Красной площади. 1960-е годы



Модели ГУМа по фольклорным мотивам. Начало 1970-х годов

Модели региональных Домов моделей

Baltijas Modes atelje БАЛТИЯС МОДЕС АТЕЛЬЕ



1. Baltijas modes atelje. Baltijas Demokrātiskās tautas republikas republikāņu atelje. Baltijas modes atelje. Atelje J. Krieviņa.
2. Baltijas modes atelje. Baltijas Demokrātiskās tautas republikas republikāņu atelje. Baltijas modes atelje. Atelje J. Krieviņa.
3. Baltijas modes atelje. Baltijas Demokrātiskās tautas republikas republikāņu atelje. Baltijas modes atelje. Atelje J. Krieviņa.
4. Baltijas modes atelje. Baltijas Demokrātiskās tautas republikas republikāņu atelje. Baltijas modes atelje. Atelje J. Krieviņa.
5. Baltijas modes atelje. Baltijas Demokrātiskās tautas republikas republikāņu atelje. Baltijas modes atelje. Atelje J. Krieviņa.
6. Baltijas modes atelje. Baltijas Demokrātiskās tautas republikas republikāņu atelje. Baltijas modes atelje. Atelje J. Krieviņa.

Модели из латвийского журнала мод «Rigas modes». 1952 г.



Демонстрация вечернего платья из коллекции Рижского Дома моделей на Всесоюзном совещании модельеров. Москва, 1954 г.



Демонстрация модели мужского костюма швейной фабрики «Балтика». Таллинн, 1963 г.



Модели Киевского (слева) и Свердловского Домов моделей. 1966 г.



Модели Львовского (справа) и Ташкентского Домов моделей. 1966 г.



Модели Киргизского Дома моделей одежды. 1967 г.

Вопрос о внедрении моделей ГУМа в производство вновь встал в повестку дня после Сентябрьского 1965 г. Пленума ЦК КПСС, посвященного повышению рентабельности в работе предприятий. На волне начавшейся экономической реформы в 1966 г. у руководства ГУМа забрезжила надежда на то, что материальная заинтересованность разрушит ведомственные барьеры и заставит швейные фабрики пристальнее присмотреться к предложениям модельеров ГУМа.

В декабре 1966 г. с целью налаживания сотрудничества с промышленностью в структуре Отдела мод ГУМа была создана техническая группа внедрения из 5 чел. (в основном конструкторы одежды) во главе с З.Т. Мельниковой. Группа создавалась на началах самоокупаемости. Ее задача состояла в разработке техдокументации и повторных образцов моделей, необходимых для запуска в производство на предприятиях. Предполагалось, что ГУМ будет выступать сразу в двух ипостасях: не только заказывать швейным фабрикам пошив приглашенных покупателям моделей одежды малыми сериями, но и реализовывать их через свои торговые секции¹⁵⁰. По всем экономическим расчетам, такое сотрудничество должно было стать взаимовыгодным.

По словам бывшего художественного руководителя Отдела мод Д.Б. Шимилиса, другим важным побудительным мотивом к поиску партнеров-швейников стала эйфория от успешного турне делегации ГУМа по городам Германии в 1965 г. Немецкая сторона предложила не только целиком купить показанную ГУМом коллекцию одежды для ее тиражирования в ГДР малыми сериями, но и рассмотреть вопрос о перспективном сотрудничестве, включая регулярные закупки новых моделей Отдела мод и даже открытие сети фирменных магазинов «Мода ГУМа» за рубежом¹⁵¹. Неудивительно, что руководство универмага затронулось идеей выпуска своего бренда если не за границей, то в СССР.

Нужно сказать, что именно в это время идеологически чуждое слово «фирма» неожиданно становится модным в СССР и входит в официальный лексикон как символ реформирования экономики, повышения самостоятельности предприятий. В Советском Союзе появляются первые организации под названием «фирма», а крупнейшие магазины столицы, имеющие собственные моделирующие структуры, — «ГУМ», «ЦУМ», «Детский мир», «Москва» и др. пытались добиться у вышестоящих структур разрешения на разработку и выпуск своей «фирменной» одежды¹⁵².

В теории все выглядело, вроде бы, неплохо. Роль основного заказчика от имени универмага должен был сыграть Отдел готового платья ГУМа (он руководил соответствующими торговыми секциями мага-

¹⁵⁰ Там же. Д. 105. Л. 160.

¹⁵¹ Интервью с Д.Б. Шимилисом 28 апреля 2008 г., Москва.

¹⁵² ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 219. Л. 144.

зина). Хорошо зная через товароведов текущий покупательский спрос и будучи заинтересованным в расширении ассортимента модных вещей на своих прилавках, он выступал заказчиком одновременно и перед Отделом мод ГУМа, и перед швейными фабриками. Отделу мод он заказывал разработку новых моделей одежды с пакетом необходимой для их внедрения техдокументации, а швейным фабрикам — их производство малыми сериями. После изготовления модных изделий основная партия возвращалась в ГУМ на реализацию. Но швейники могли (в случае заинтересованности других магазинов) пошить и реализовать с выгодой также дополнительную партию модного товара. Таким образом, речь шла о прямых договоренностях магазина с фабрикой при сокращении бюрократической цепочки обычных согласований. Благодаря этому востребованная покупателем модная одежда должна была значительно быстрее поступать в секции ГУМа и становиться доступной потребителю.

Для раскрутки бренда «Мода ГУМа» было использовано очевидное преимущество универмага перед другими моделирующими организациями СССР — его расположение на Красной площади. В середине 1960-х годов у стен Кремля было организовано несколько фотосессий с демонстрацией моделей зимней, демисезонной и летней одежды, разработанных модельерами Отдела мод ГУМа. Другим приемом создания привлекательного образа «моды ГУМа» стало фотографирование манекенщиц в рекламных целях рядом с автомобилями, долгое время остававшимися в СССР предметом роскоши. Такое соседство было призвано подчеркнуть современность и изящество линий моделей одежды ГУМа.

Однако на практике все оказалось не так просто, как в теории. В начале 1967 г. Отдел моды ознакомился с возможностями и потребностями столичных фабрик — основных поставщиков одежды для ГУМа, с которыми у магазина имелись налаженные связи. Выяснилось, что они не испытывают особого дефицита в предложениях новых моделей для внедрения. Мало того, что их регулярно обеспечивали своими разработками Общесоюзный Дом моделей одежды Минлегпрома, Отделу мод ГУМа предстояло вступить в конкуренцию еще и с фабричными модельерами, так как на каждой крупной фабрике имелся собственный экспериментальный цех.

В этой ситуации швейники отказывались брать уже готовые модели ГУМа, пошитые «на манекенщиц», а требовали разработки специальных моделей, конструктивно отвечающих условиям фабричного производства, с приложением пакета техдокументации к ним. «Чтобы внедрить наши модели в промышленность, мы вынуждены идти на то, чтобы частично изменять их», — отмечала руководитель Отдела мод ГУМа Горшкова на заседании партбюро 10 апреля 1967 г.¹⁵³ В

¹⁵³ Там же. Д. 110. Л. 192.

дальнейшем, наряду с изменением конструкции ранее разработанных наиболее удачных моделей, Отделу мод пришлось заняться и специальным моделированием для производства.

Но у Отдела готового платья ГУМа, куда пошитые фабриками изделия должны были поступать в продажу, оказались иные запросы. Торговля была заинтересована в получении малосерийной одежды, созданной по моделям «нестандартных» фасонов, которые не повторяли бы уже приевшиеся покупателям фабричные изделия массового пошива. При несовпадении интересов производства и торговли, подстраиваться под требования фабрик пришлось в первую очередь ГУМу.

С весны 1967 г., дважды в год (весной и осенью), по мере разработки новых моделей, предназначенных для внедрения, Отдел мод начал устраивать в своем Демонстрационном зале специальные просмотры (расписания) предлагаемых образцов для представителей фабрик; они быстро вошли в роль взыскательных покупателей. Как правило, за полгода Отделу мод ГУМа удавалось создать несколько десятков моделей, но продать швейникам могли лишь меньшую часть. К примеру, на просмотре 20 октября 1967 г. было выставлено 50 моделей, из которых представители четырех ведущих фабрик столицы отобрали только 15, а внедрили еще меньше¹⁵⁴.

Другой серьезной проблемой оказалось то, что моделирование «на манекенщицу» (по стандартам индпошива) и моделирование для фабричного производства требовали совершенно разных подходов, навыков и знаний. В итоге Отделу мод пришлось в значительной мере перестраивать свою работу. Был расширен штат конструкторов одежды, взят на ставку технолог. Модельеры и конструкторы, которые ранее работали автономно друг от друга (они даже располагались в разных помещениях Отдела мод), теперь вынуждены были с самого начала, с составления эскиза, трудиться сообща, согласуя при этом свою работу еще и с технологом. Но ведь и обычное моделирование «на манекенщицу» в Отделе мод никто не отменял.

Отдел мод оказался как бы «между двух огней» — между торговлей и промышленностью. Как видно из документов, Отдел готового платья ГУМа воспринял новшество без особого энтузиазма. «Они хотят спокойно жить, а мы им мешаем», — так охарактеризовал ситуацию в начале 1968 г. худрук Отдела мод Шимилис¹⁵⁵. Между тем у Отдела готового платья была, что называется, «своя правда». Та роль, которую ему предназначало руководство ГУМа, сулила не только дополнительную «головную боль», но и к тому же немалый риск. Действительно, сначала необходимо не «для галочки», как раньше, а всерьез заняться изучением потребительского спроса. Потом согласовать перспектив-

¹⁵⁴ Там же. Л. 169.

¹⁵⁵ Там же. Д. 219. Л. 144.

ные модели, модные конструкции, ткани и цветовую гамму со специалистами из Отдела мод ГУМа, определить размер пошиваемых партий и, наконец, убедить швейные фабрики внедрить эти модели в неизменном виде. А что, если к моменту пошива эти модели уже выйдут из моды? Раньше такие «проколы» можно было списать на других, а теперь за них придется отвечать самим, причем отвечать не на словах, а рублем. По итогам первого года эксперимента выяснилось: Отдел готового платья ГУМа не хочет заказывать Отделу мод разработку более чем 30 новых моделей в год. Для такого универмага, как ГУМ, это была «капля в море». Ситуация невольно наводила на размышление о том, стоило ли из-за этого «заваривать кашу». К тому же при такой нагрузке техгруппа внедрения не окупала затрат на содержание.

Не менее сложными оказались взаимоотношения Отдела мод и швейных фабрик, у которых в данном вопросе имелся собственный интерес и свой план производства. Начать с того, что работа техгруппы внедрения изначально была ориентирована на то, чтобы подстроиться под технические условия фабрик¹⁵⁶. Но и тогда промышленность никак не соглашалась пошить в неизменном виде красивые и модные модели, разработанные Отделом мод по заказу Отдела готового платья ГУМа. Обычно ссылались на чрезмерную сложность и трудоемкость их конструкций и отделок (производство таких вещей малыми сериями на крупных фабриках действительно малорентабельно), а также на отсутствие необходимых материалов (ткани, фурнитуры) либо на ограниченные технико-технологические возможности производства. После споров и согласований фабрики, как правило, продавливали пошив «упрощенных» моделей, которые Отдел готового платья ГУМа несколько раз пытался отказаться принимать на реализацию.

В качестве партнеров ГУМа выступили его основные поставщики — передовые московские швейные фабрики «Чайка», «Москвичка» и др. Они обладали лучшим в стране оборудованием, но специализировались на массовом пошиве одежды. Поскольку объемы заказов ГУМа оказались ничтожными, такое сотрудничество вряд ли было для них выгодным. Достаточно сказать, что за весь 1967 г. удалось внедрить только 13 моделей одежды и 11 моделей обуви ГУМа¹⁵⁷. К примеру, фабрики «Чайка» и «Москвичка» должны были в 1967 г. пошить по моделям ГУМа в общей сложности 6356 единиц женской одежды, из которых Отдел готового платья ГУМа заказал для себя только шестую часть — 1100 из-

¹⁵⁶ Отдел мод ГУМа пытался подстроиться под требования производства. Ему предлагалось «приступить к такому моделированию, которое было бы удобно для фабрик». Но следование техническим условиям фабрик означало, в частности, моделирование с учетом более строгих требований к нормам выработки и к расходу тканей (Там же. Д. 110. Л. 101, 113). Красивые и модные модели, не отвечавшие требованиям массового производства, даже не рассматривались.

¹⁵⁷ Там же. Д. 119. Л. 16.

делий (остальное предполагалось продать в других магазинах столицы), но получил для продажи лишь 596. Заказ Отдела готового платья фирме «Москвичка» на 1-е полугодие 1968 г. (по пяти разным моделям ГУМа) составил в общей сложности только 710 экземпляров (!)¹⁵⁸. Для швейных гигантов, да и для самого магазина это была «мелочевка».

В следующие несколько лет окончательно выяснилось, что швейники категорически отказываются брать модели мужской и верхней женской одежды. Сотрудничество продолжалось лишь по моделям легкого женского платья и обуви. Так, в 1968—1969 гг. на швейной фабрике «Москвичка» по 15 моделям Отдела мод было выпущено в общей сложности 10,5 тыс. изделий (то есть, каждая партия состояла в среднем из 700 экземпляров одежды). Причем по некоторым своим моделям ГУМ согласился взять на реализацию лишь несколько сотен вещей. Остальные реализовывались в других магазинах Москвы¹⁵⁹. В 1971 г. с фабрикой «Москвичка» был согласован выпуск всего лишь 6 моделей женского платья, разработанных модельерами ГУМа¹⁶⁰.

Более благоприятная ситуация сложилась с внедрением моделей обуви ГУМа. В отличие от одежды, моделирование обуви было развито в СССР слабее. На общем фоне модели ГУМа не просто выглядели прилично, но и включались в состав советских выставок обуви, экспонировавшихся за рубежом¹⁶¹. Поэтому ведущие обувные фабрики Москвы и Еревана продемонстрировали заинтересованность в получении новых моделей обуви, разработанных в ГУМе. Уже в первом полугодии 1967 г. они приняли на внедрение 11 моделей обуви и 7 колодок¹⁶². Затем темп несколько снизился. В 1970 г. столичная фабрика «Заря» и ереванская «Наири» взяли на освоение по 5 моделей обуви, а в 1971 г. — соответственно 5 и 4 модели. Кроме того, Отдел мод продолжал снабжать своими разработками Ателье ГУМа, которое только в 1970 г. получило 70 новых моделей обуви¹⁶³. После первых успехов в адрес экспериментальной обувной мастерской Отдела мод стали поступать предложения заняться внедрением в промышленность *модельной обуви*, названной в 1967 г. «новым направлением» в производстве обуви в СССР¹⁶⁴. Однако все это не соответствовало профилю ГУМа, и к тому же в Отделе мод по-прежнему работал единственный модельер-обувщик А. Оганесов. С 1966 г. его имя становится известным за пределами столицы. Этому способствовала публикация статьи Оганесова в журнале «Служба быта», рассказавшего читательницам о тенденциях современной моды

¹⁵⁸ Там же. Л. 146.

¹⁵⁹ Там же. Д. 126. Л. 13.

¹⁶⁰ Там же. Д. 155. Л. 16.

¹⁶¹ Там же. Д. 126. Л. 14.

¹⁶² Там же. Д. 110. Л. 135.

¹⁶³ Там же. Д. 145. Л. 44; Д. 155. Л. 16, 23.

¹⁶⁴ Там же. Д. 110. Л. 194.

на женскую обувь, с фото его новых моделей. Многие из них, по крайней мере, на фотографии выглядят вполне современно.

Призрачность перспектив сотрудничества с промышленностью, очевидная нерентабельность деятельности техгруппы внедрения — все это неоднократно становилось предметом обсуждения на партийных собраниях Отдела мод. Однако худрук Отдела Шимилис убеждал присутствующих, что внедрение лучших моделей ГУМа в серийное производство — это вопрос политический, согласованный с руководством магазина. По его словам, оно поставило задачу: люди должны узнавать на улицах одежду ГУМа, его фирменный стиль. Количество же внедренных моделей и рентабельность работы техгруппы значения не имеют. «Эта группа создана для того, чтобы мы могли внедрить по 5 моделей, но таких, которые не делаются по моделям даже Домов моделей. Нам нужна фирма ГУМа, освоение таких моделей, которые нигде не найдешь», — заявил Шимилис на собрании партхозактива Отдела мод 1 ноября 1967 г.¹⁶⁵

Дискуссия вспыхнула с новой силой на открытом партсобрании Отдела мод 24 января 1968 г.¹⁶⁶ В своем выступлении руководитель техгруппы Мельникова почти умоляла модельеров разработать хотя бы небольшое число моделей, специально предназначенных для внедрения в промышленность. К этому моменту стало уже окончательно ясно, что лучшие модели ГУМа, получившие восторженные отзывы посетителей Демонстрационного зала, отвергаются швейными фабриками на том основании, что они слишком трудоемки в производстве, не учитывают поставки тканей, технико-технологические возможности фабричного производства и др.

В ходе обсуждения ситуации мнения сотрудников Отдела мод разделились. Модельер Глухова предложила не идти на поводу у фабрик: «мы должны им тоже диктовать направление и не отставать от моды». Ее поддержал и худрук Отдела Шимилис. Он напомнил, что при организации техгруппы руководство ГУМа обещало: внедряться в мало-серийное производство будут в неизменном виде именно лучшие готовые модели ГУМа. Теперь же фабрики вынуждают либо специально делать для них более простые модели, либо искусственно упрощать уже имеющиеся. И тот, и другой путь неприемлем. Советские люди приходят в Демонстрационный зал ГУМа, чтобы узнать о новых направлениях в моделировании, рассуждал Шимилис. Что же будет, если пропагандировать на подиуме будем одну моду, а швейная промышленность станет выпускать ее «упрощенный вариант»?¹⁶⁷

В ходе обсуждения высказывались и другие мнения. По словам модельера Л.Ф. Аверьяновой, супермодные «летающие» платья, смодели-

¹⁶⁵ Там же. Л. 170.

¹⁶⁶ Там же. Д. 119. Л. 3—11.

¹⁶⁷ Там же. Л. 7—8.

рованнные в Отделе мод ГУМа, швейные фабрики для массового внедрения не возьмут. Это ясно с самого начала. И дело тут не только в том, что к ним не поступает в нужном количестве подходящей ткани. Отдел мод ГУМа все же делает модели с расчетом на модниц, готовых пошить понравившуюся вещь самостоятельно или в ателье, а фабрики ориентируются на вкусы «средней женщины». «Все средние женщины одеваются скромно, и мы должны идти в ногу с жизнью», — заключала Аверьянова¹⁶⁸. Аналогичной точки зрения придерживалась и модельер Г. Н. Истомина, предложившая пойти навстречу фабрикам и отдельной строкой запланировать каждому модельеру ГУМа создание моделей, специально предназначенных для внедрения в массовое производство.

В начале 1970-х годов в силу полной бесперспективности и убыточности сотрудничество Отдела мод ГУМа с фабриками постепенно сошло на нет, а техгруппа внедрения была ликвидирована. Эта история, тем не менее, прекрасно высветила принципиальные особенности взаимоотношений торговли, промышленности и моделирующих организаций, которые оказались не в силах изменить ни хрущевские совнархозы, ни косыгинская экономическая реформа середины 1960-х годов.

Публикаторская деятельность Отдела мод

Первые модели ГУМа стали появляться уже в 1954 г. в «женских» журналах, в том числе в журнале «Советская женщина» (издавался на семи языках и распространялся за рубежом). Тогда же Отдел мод приступил к распространению выкроек своих моделей для самостоятельного пошива одежды населением. В 1954 г. серия выкроек ГУМа была помещена в качестве приложения к популярному журналу «Работница». С конца 1955 г. Отдел мод приступает к изданию уже собственных альбомов мод — «Новинки ГУМа» и «Моды ГУМа». Затем публикаторская деятельность стремительно расширяется, а число предлагаемых покупателям альбомов мод ГУМа увеличивается до 4—6 в год. Помимо отдельных буклетов, выкройки публиковались и в специальных изданиях ГУМа под заглавием «Модели с чертежами кроя» (обычный тираж 50—75 тыс. экз.). К началу 1960-х годов Отдел мод выпускал альбомы моделей с чертежами кроя отдельно для взрослых и для детей¹⁶⁹.

Поскольку популярность самопошива среди населения была велика, в 1963 г. удалось в 2,5 раза по сравнению с 1962 г. (со 150 тыс. до 381 тыс. экз.) увеличить общий тираж альбомов ГУМа с чертежа-

¹⁶⁸ Там же. Л. 9.

¹⁶⁹ К примеру, в 1961 г. их тираж составил соответственно 60 тыс. и 25 тыс. экз. (Там же. Д. 63. Л. 34).

ми кроя, а число печатных зарисовок в цвете для посетителей Демонстрационного зала тоже увеличилось в 1963 г. в 2 раза¹⁷⁰.

В условиях плановой экономики эта деятельность требовало соответствующих согласований и материально-технического обеспечения. Издательская работа считалась важнейшим, наиболее наглядным и доступным средством пропаганды советского образа жизни, воспитания вкуса и культуры одежды у советских людей. Не последняя роль в решении этих задач стала отводиться моде. Необходимо добавить, что влиятельное в коридорах Министерства торговли руководство ГУМа активно поддерживало издательскую деятельность Отдела мод, поскольку одновременно видело в ней эффективный способ всесоюзной рекламы собственного бренда.

Важно отметить, что модные издания, подготовленные Отделом мод, стали продаваться не только в ГУМе и не только в Москве, но и распространялись практически во всех регионах страны. На них можно было оформить подписку на почте, они продавались через торговую сеть магазинов «Москнига», в том числе и через сеть «Книга — почтой». Распространением гумовских альбомов, выкроек и зарисовок занимался также «Главунивермаг» Министерства торговли СССР, реализовывавший их через свою сеть универмагов. В целом альбомы и выкройки отражали основное направление моделирования ГУМа — они пропагандировали элегантную, модную и одновременно практичную и удобную в носке одежду «на каждый день», предназначенную преимущественно для женщин разного возраста и комплекции.

Из представленной ниже таблицы № 2 видно, что в середине 1950-х — середине 1970-х годов Отдел моды ГУМа ежегодно публиковал несколько сот новых моделей, как правило, женской и детской одежды (альбомы мужской моды ГУМом не издавались). Часть альбомов были «универсальными», приуроченными к наступающему сезону («Модели ГУМа», «50 моделей ГУМа», «Модели 1967 г.», «На каждый день»). Другие предназначались для определенной аудитории по возрасту («Детское платье (для школьников)», «Для молодых»). Особым успехом пользовались регулярно издававшиеся большими тиражами альбомы с моделями для полных женщин («Для полных женщин»). К примеру, в 1974 г. такой альбом был выпущен тиражом 100 тыс. экз. Специальные альбомы ГУМа пропагандировали спортивную одежду («Спортивная одежда»), изготовление трикотажных изделий по моделям ГУМа («Спицами и крючком»), отражали участие моделей ГУМа в выставках (к примеру, в 1961 г. тиражом 20 тыс. экз. был издан альбом «Модели ГУМа» на основе коллекции, которая была показана на Всесоюзной выставке текстильных товаров¹⁷¹) или были посвящены юби-

¹⁷⁰ Там же. Д. 94. Л. 124.

¹⁷¹ Там же. Д. 63. Л. 34.

пейным коллекциям одежды (альбом «Юбилейный» 1967 г. по коллекции Отдела мод, приуроченной к 50-летию Октябрьской революции).

Таблица № 2

Издание альбомов мод ГУМа в 1950—1970-е годы¹⁷²

Год	Альбомы мод (выпуски)	Суммарный тираж (в тыс. экз.)
1956	5	230
1966	Нет данных	171
1967	5	254
1968	4	328
1969	Нет данных	335
1970	4	330
1971	6	650
1974	4	375

Общие объемы тиражей альбомов были весьма значительными уже с середины 1950-х годов, но колебались по годам. Тираж находился в прямой зависимости от выделяемых «сверху» лимитов бумаги, а своевременность выхода альбомов зависела от загруженности типографии, где они печатались. Дефицит бумаги был постоянным, и ее все время приходилось «выбивать». Тем не менее, иногда сроки выхода альбомов переносились, что для данного вида полиграфической продукции было недопустимым, так как предлагаемые модели одежды быстро устаревали.

По сравнению с другими моделирующими организациями СССР, Отдел моды ГУМа с первых дней своей работы выделялся особой активностью по распространению выкроек своих моделей. «Мы знаем, что в стране имеются миллионы швейных машин. Это значит, что каждая женщина, которая умеет шить, при помощи нашей выкройки может своими силами пошивать красивую и модную одежду. Это способствует тому, что населению прививается хороший вкус и внедряется хорошая одежда», — отмечали руководители Отдела мод в 1958 г.¹⁷³ Инициатива была поддержана Министерством торговли, которое поставило задачу распространять 1 млн. выкроек лучших моделей ГУМа ежегодно. Этот план, как правило, удавалось перевыполнить. Однако, по словам руководителей Отдела мод, даже миллионный тираж выкроек не приводил к насыщению рынка.

В конце 1950-х и 1960-е годы со всех концов СССР в ГУМ продолжали поступать запросы, свидетельствовавшие о том, что потребность населения в модных выкройках не удовлетворена. Отдел мод ГУМа

¹⁷² Составлено на основе сведений, представляемых руководством Отдела мод в парткомитет ГУМа перед годовым общим собранием парторганизации.

¹⁷³ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 32. Л. 17.

готов был давать и 10 млн. выкроек в год. Вопрос упирался в типографские мощности и в лимиты бумаги.

Издание гигантскими тиражами зарисовок моделей, а также выкроек в виде специальных буклетов (см. таблицу № 3) не только упрощало самостоятельный пошив приглянувшихся моделей, но и способствовало тому, что «моду ГУМа» можно было увидеть в городах и селах СССР и она довольно быстро приобрела популярность. В адрес модельеров приходили письма с благодарностями. Многие авторы сообщали, что живут далеко от Москвы, но хотят одеваться не хуже столичных жителей. По моделям ГУМа, писали они, «мы обшиваем всю семью»¹⁷⁴.

Таблица № 3

**Тиражи выкроек и зарисовок моделей ГУМа,
изданных в 1956—1970 гг., в тыс. экз.¹⁷⁵**

Год	Буклеты выкроек	Комплекты зарисовок
1956	1148	—
1958	1200	—
1959	708*	—
1966	1960	120
1970	—	453

* Буклеты выкроек по 169 моделям.

Альбомы и выкройки мод пользовались неизменным успехом у населения и приносили хорошую прибыль. К примеру, в 1971 г. за счет издательской деятельности Отделом мод было получено 428 тыс. руб.¹⁷⁶ Собственно говоря, в условиях, когда моделирование одежды являлось убыточным, а работа Демонстрационного зала балансировала на грани рентабельности, это был единственный по-настоящему экономически выгодный вид деятельности Отдела мод ГУМа.

Демонстрационный зал — всему голова

Главным местом встречи модельера с потребителем, вне всякого сомнения, являлся Демонстрационный зал. «Наша задача — довести разрабатываемые нами модели до населения, в первую очередь, путем демонстрации этих моделей в Демонстрационном зале», — с предельной ясностью говорил об этом в 1955 г. руководитель Отдела мод Н.Я. Кац¹⁷⁷. От желающих попасть на показ мод в первое время не

¹⁷⁴ Там же. Д. 119. Л. 1.

¹⁷⁵ Составлено на основании сведений, представляемых руководством Отдела мод в парткомитет ГУМа перед годовым общим собранием парторганизации.

¹⁷⁶ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 155. Л. 24.

¹⁷⁷ Там же. Д. 12. Л. 138.

было отбоя. На лестнице перед входом в Демонстрационный зал выстраивались очереди. Со временем образовалась группа постоянных посетителей, ходивших сюда регулярно, а некоторые стали приходить семьями. «Впервые сюда я попала лет в пять-шесть, когда мама поехала меня на показ мод. Она была большой модницей, шила прекрасные вещи для себя и для меня. Она обязательно посещала все показы в ГУМе, чтобы быть в курсе новых веяний моды», — вспоминает директор Московского дома фотографии Ольга Свиблова¹⁷⁸.

Демонстрационный зал ГУМа отличался изысканностью архитектуры и богатством интерьеров. Он располагался на третьем этаже 1-й линии универмага. Окна Демонстрационного зала выходили на трибуну Мавзолея В.И. Ленина. Неудивительно, что по соображениям безопасности во время демонстраций и парадов, когда на трибуне Мавзолея находились руководители страны, в зале всегда дежурили сотрудники в штатском.

В обычные дни часть времени зал был закрыт для публики. Здесь проходили примерки новых моделей, совещания, заседания созданного в конце 1960-х годов Художественного совета Отдела мод, закрытые показы и т.д.

Потом зал оживал. Ежедневно в нем проводились открытые сезонные показы новых коллекций одежды, разработанной модельерами Отдела мод. Сначала они шли один раз в день. Но зал вмещал максимум 350 чел. Поэтому с конца 1950-х годов число сеансов было увеличено до двух или трех ежедневно, в зависимости от дня недели, включая и воскресенья. Это давало возможность ознакомиться с современными тенденциями моды до 1 тыс. чел. в день¹⁷⁹.

Объявления о предстоящем показе время от времени передавались по радиотранслятору ГУМа, зазывая толпящуюся в торговых залах публику. Зайти сюда мог любой случайный покупатель. Билеты продавались при входе за сравнительно небольшую плату — 50 копеек. За эти деньги посетитель получал сразу несколько удовольствий. Во-первых, в 1950—1960-е годы Демонстрационный зал ГУМа был единственным местом в стране, где можно было насладиться экзотическим театрализованным представлением с участием настоящих манекенщиц, сопровождавшемся к тому же живой музыкой и комментариями специалистов. Даже в главном советском «храме моды» — ОДМО на Кузнецком мосту показы не были столь демократичными и при этом не сопровождались игрой музыкантов.

При появлении на сцене новой модели диктор объявлял фамилию ее автора (модельера), а также давал краткие пояснения относительно конструкции, фасона и предназначения вещи, а также используемой для пошива ткани и проч. Считалось, что в процессе просмотра посетители

¹⁷⁸ URL: <http://www.kommersant.ru/doc/aspх?>

¹⁷⁹ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 32. Л. 17.

приобретают знания о культуре одежды и перспективных тенденциях моды, учатся хорошему вкусу. Не случайно вступительные тексты к показам, а также озвученные диктором комментарии к каждой модели доверялось составлять только профессиональным искусствоведам. На базе каждой новой коллекции Отдел мод ГУМа издавал небольшой альбом фотографий (без текста комментариев) под названием «Модели сезона».

Зарисовки и выкройки приглянувшихся во время дефиле моделей, как и альбомы мод ГУМа, можно было приобрести тут же, в магазине (в киоске при входе в зал или в отделе культтоваров), и затем пошить эту вещь в каком-либо ателье либо собственными силами. С 1963 г. для посетителей Демонстрационного зала стали издавать проспекты каждой новой коллекции сезона. Кроме того, они снабжались зарисовками моделей (продавались комплектом и поштучно). Одно время в фойе практиковалась и продажа за незначительную сумму фотографий с изображением манекенщиц, демонстрирующих на подиуме ту или иную модель. Но в начале 1970-х годов от этой практики было решено отказаться¹⁸⁰.

На рубеже 1960—1970-х годов Демонстрационный зал ГУМа, который в это время стабильно давал порядка 620 открытых показов в год, вступил в пору кризиса. Его коллектив долго почивал на лаврах первых лет работы, когда в течение 1955—1960 гг. посещаемость Демонстрационного зала, согласно отчетам, росла лавинообразно: в 1957 г. она оказалась в два раза больше, чем в 1956 г., в 1958 г. на 40% больше, чем в 1957, а в 1959 г. на 44% больше 1958 г.¹⁸¹ В 1959 и в 1960 гг. Отдел мод отрапортовал, что в ГУМе и во время выездных показов по СССР и за рубежом его коллекции посмотрело соответственно 500 тыс. и 600 тыс. чел. (!). Такой массовостью посещений своих дефиле в это время не мог похвастаться ни один Дом моделей СССР, а, возможно, и мира. Модели ГУМа становились популярными.

В 1960 г. демонстрация моды ГУМа впервые была заснята на киноплёнку для показа на советском телевидении¹⁸². Все настолько привыкли к постоянному наплыву публики и очередям за билетами в Демонстрационный зал, что не могли и предположить, что всё это когда-нибудь закончится. Не совершенствовалось качество показов, не учитывались в должной мере растущие запросы становящейся все более взыскательной публики. А появившиеся в начале 1960-х годов критические отзывы посетителей о качестве показов были восприняты, скорее, как досадное недоразумение.

Между тем, как видно из архивных документов, для сотрудников Отдела мод недоработки не были секретом и раньше. Многим, на-

¹⁸⁰ Причина носила как экономический (низкая рентабельность продаж), так и морально-этический характер: манекенщицы возражали против тиражирования и сбыта собственных изображений.

¹⁸¹ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 23. Л. 37; Д. 39. Л. 183; Д. 41. Л. 219.

¹⁸² Там же. Д. 63. Л. 33, 128.

пример, запомнилось яркое выступление модельера Р.А. Зингера на партийно-хозяйственном активе Отдела мод 15 января 1963 г. По его мнению, очень многое в работе Демонстрационного зала зависит от модельера, и не только потому, что там демонстрируются его модели. По словам Зингера, «в начале нашей работы мы все как-то были кровно заинтересованы в работе по демонстрированию наших моделей, а теперь никому нет до этого дела»¹⁸³.

В первые 5—7 лет работы Отдела мод многое держалось на эмоциональном подъеме и энтузиазме сотрудников. Модельеры постоянно интересовались, как принимаются их модели публикой, регулярно посещали демонстрации. В начале 1960-х годов энтузиазм начал иссякать, заедала «текучка». Вместо творческого процесса моделирование оказалось поставлено на поток и жестко увязано с выполнением плана. Многие модельеры ГУМа стали меньше интересоваться судьбой своих моделей после их принятия, что, по мнению Зингера, вело к отрыву от аудитории. Дело дошло до того, что в 1960-е годы руководство Отдела мод обязывало художников-модельеров присутствовать на показах их моделей в Демонстрационном зале¹⁸⁴. Подобное равнодушие, как считал Зингер, резко контрастировало с тем, что советская «молодежь очень интересуется модой, устраивает диспуты, просмотры», поэтому «нам нужно говорить с народом о моделях, устраивать конференции, обсуждения». «Мы были инициаторами в демонстрации моделей, теперь это другие делают лучше нас. Индпошив¹⁸⁵ выступает регулярно по телевидению, участвует в дискуссиях, мы же замкнулись в себе», — подчеркнул Зингер¹⁸⁶, имея в виду, что в начале 1960-х годов Отдел мод ГУМа явно отставал не только от ОДМ, но и от других своих конкурентов.

Между тем на собраниях Отдела мод его сотрудники также были встревожены по поводу требовавшего ремонта Демонстрационного зала, а также отмечали общее снижение уровня демонстраций. Объективные причины нараставших проблем лежали на поверхности. Зарубежные поездки коллектива, а также ставшие все более популярными выездные демонстрации моделей ГУМа по крупным городам СССР¹⁸⁷ привели к тому, что Демонстрационный зал оказался «обескровлен».

¹⁸³ Там же. Д. 84. Л. 180.

¹⁸⁴ Там же. Д. 126. Л. 26.

¹⁸⁵ В начале 1960-х годов в системе Министерства бытового обслуживания РСФСР населения была создана единая система индивидуального пошива одежды, включавшая сеть ателье и мастерских индпошива, а также специализированные моделирующие и научно-конструкторские организации (в их числе — знаменитая Центральная опытно-техническая швейная лаборатория — ЦОТШЛ и Дома моды в крупных городах СССР).

¹⁸⁶ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 84. Л. 180.

¹⁸⁷ Выездные демонстрации моделей ГУМа начались с 1956 г., когда его коллекция впервые была показана в Минске, а также на 12 крупных предприятиях Москвы и области. В 1960—1970-е годы Отдел мод регулярно вывозил свои новые коллекции в НИИ, военные академии, министерства, на крупные заводы сто-

В нем перестали, как раньше, показывать лучшие модели ГУМа (их чаще включали в выездные коллекции и берегли для заграничных показов). На поддержание престижа моды ГУМа за рубежом были мобилизованы лучшие кадры модельеров и манекенщиц, туда шли лучшие ткани. Первая полноценная «зарубежная» коллекция одежды была подготовлена Отделом мод в конце 1958 — начале 1959 г., а уже в течение 1966 г. модельеры разработали целых три «зарубежных» коллекции¹⁸⁸.

Длительное отсутствие части коллектива ежегодно дестабилизировало работу Отдела мод. Модельеры вынуждены были откладывать плановые примерки. Для ежедневных показов в Демонстрационном зале порой не хватало новых моделей, а также манекенщиц для их демонстрации. Неудивительно, что оставшиеся в Москве манекенщицы вынуждены были трудиться «за двоих» и, будучи заняты на примерках, они порою даже не успевали перегримироваться к показам¹⁸⁹. Между тем Отдел мод получал от руководства все новые задания по разработке внеплановых коллекций. «Коллекция для Демонстрационного зала, для поездки, для конгресса, для юбилейной коллекции. Такой большой накал не может обойтись без отсева. Очень плохо с манекенщицами. Это нервирует работу, создает неритмичность. Эта спешка отражается на творческой работе...» — сетовал в сердцах на одном из партсобраний художник Д.Б. Шимилис¹⁹⁰.

Вот какую неприглядную картину работы Демонстрационного зала обрисовала его руководительница В.И. Гуртовая в своем критическом выступлении на партсобрании Отдела мод 27 декабря 1972 г.: «Демонстрационный зал давно не ремонтировался, имеет неряшливый, грязный вид¹⁹¹. Много пыли, “язык” расшатался. Узенькая [ковровая] дорожка не закрывает весь “язык”... После звонка, когда посетители уже

личного региона. В меньшей степени их видели жители других регионов, в том числе городов Урала и Сибири. Выездные показы были важны для пропаганды моделей ГУМа, а также как средство пополнения бюджета. Но сотрудники Отдела мод постоянно жаловались на тяжелые бытовые условия в командировках. Имели место трудности с размещением в гостиницах. Показы заканчивались поздно. В это время столовые не работали, а рестораны очень дороги. Командировочных денег не хватало. «В номерах нигде помыться, вот и ходят все грязные и голодные» (из выступления Котляренко на собрании партхозактива Отдела мод 15 января 1963 г.: Там же). Руководство Отдела мод шло даже на финансовые нарушения, разрешая своим сотрудникам использовать во время командировок гостиничные «люксы», «в которых имелись ванны и была возможность мыться» (Там же. Л. 185).

¹⁸⁸ Там же. Д. 63. Л. 128; Д. 110. Л. 167.

¹⁸⁹ Там же. Д. 155. Л. 90.

¹⁹⁰ Там же. Д. 110. Л. 132. Кроме указанных Шимилисом коллекций, Отдел мод ГУМа периодически получал задания по моделированию специальной формы одежды: для продавцов ГУМа, для продавцов валютных магазинов «Березка», для официантов ресторанов аэропортов, для московской Универсиады (1973 г.) и др.

¹⁹¹ Частичный ремонт Демонстрационного зала начался только в 1974 г.

входят в зал, свет еще в зале не зажигается (в целях экономии электроэнергии. — *Авторы*), и посетители некоторое время сидят в полутьме... Народ опаздывает, продолжает входить в зал в течение почти всего первого отделения. <...> В начале показа во время чтения вступительного дикторского текста музыканты с шумом входят в зал и начинают, переговариваясь, настраивать инструменты... Манекенщицы ходят “на языке” иногда не согласованно с дикторским текстом»¹⁹².

Все это привело к тому, что престиж «моды ГУМа» в глазах советских потребителей стал падать. Чувствуя неуважение к себе, люди перестали ходить на показы. Уже во второй половине 1960-х годов зал нередко был заполнен менее чем наполовину. Случались и скандалы, когда раздосадованные низким качеством выступлений зрители покидали зал прямо во время демонстраций и требовали возврата денег и билеты¹⁹³. Согласно отчету за 1967 г., на 789 демонстрациях (в Демонстрационном зале ГУМа и на выездах) побывало в общей сложности 250 тыс. чел. (вдвое меньше, чем в отчете за 1959 г.), а в 1968 г. 832 сеансов посетило еще меньше — 203,5 тыс. чел.¹⁹⁴

В 1970-е годы при условии ежедневного аншлага за год Демонстрационный зал ГУМа могли посетить 217 тыс. чел.¹⁹⁵ Но, к примеру, в 1972 г. здесь побывало вдвое меньше — 100,5 тыс. посетителей, а в 1973 г. их число сократилось до 83,1 тыс. чел. Неудивительно, что следствием стало снижение фактической выручки от продажи билетов, которая только за первую половину 1970-х годов уменьшилась в полтора-два раза. Так, в 1971 г. выручка от работы Демонстрационного зала составила 55,6 тыс. руб., в 1973 г. — 40,3 тыс., а в 1974 г. — только 34,2 тыс. руб.¹⁹⁶

Зато, когда в ГУМ приезжали со своими коллекциями модельеры и внешнеторговые фирмы из соцстран, от желающих попасть сюда на демонстрации не было отбоя. К примеру, если в 1971 г. вся годовая выручка Демонстрационного зала от ежедневных показов моделей ГУМа составила 55,6 тыс. руб., то лишь несколько десятков дефиле коллекций одежды от фирм из ГДР и ЧССР дали 10,7 тыс. руб. прибыли¹⁹⁷.

В 1960—1970-е годы Демонстрационный зал ГУМа стал выполнять необычную функцию — здесь на публике периодически «обкатывались» иностранные модели одежды, предполагавшейся к экспорту в СССР. Так, 23 июня 1967 г. в многотиражке ГУМа «За образцовую торговлю» была помещена заметка старшего художника Отдела мод Н.М. Поливоды о демонстрации моделей одежды ГДР, организованной немецкой

¹⁹² ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 155. Л. 88—89.

¹⁹³ См., например, протокол партсобрания Отдела мод ГУМа от 18 сентября 1968 г. (Там же. Д. 219. Л. 117).

¹⁹⁴ Там же. Д. 119. Л. 16; Д. 126. Л. 15.

¹⁹⁵ Это число — результат умножения числа мест в зале (350) на количество показов за год (620).

¹⁹⁶ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 175. Л. 6; Д. 185. Л. 8.

¹⁹⁷ Там же. Д. 155. Л. 23.

внешнеторговой фирмой «Виратекс». На сей раз в коллекции, показанной в Демонстрационном зале (всего около 70 моделей), оказались представлены вечерние платья, спортивные и пляжные костюмы, нижнее белье и др. «Большой интерес вызвали пляжные костюмы, — сообщала Поливода. — Все очень точно подогнано по фигуре, нет ни складок, ни отвисаний... Вечерние летние туалеты выполнены со знанием всех канонов современной моды. Очень понравились платья из всем известных плауенских кружев — мечта любой модницы...»¹⁹⁸

В 1970-е годы внешнеторговые фирмы социалистических стран ежегодно привозили и показывали при полных залах (в том числе и в ГУМе) свои модели, предлагаемые для продажи в СССР. К примеру, в 1972 г. выполнение финансового плана универмага вновь было спасено демонстрацией моделей ГДР и Польши, выручка от показа, как говорилось в отчете Отдела мод, «превзошла все ожидания» и составила 11,8 тыс. руб.¹⁹⁹ В 1973 г. из-за плохой посещаемости Демонстрационного зала ГУМа план вновь «горел», но в итоге он оказался выполнен, и вновь благодаря иностранцам: от них были получены деньги за показы в Демзале импортного белья и конфекции фирм ГДР «Текстилькоммерц» и «Виратекс». В рекордной посещаемости этих показов не было ничего удивительного. Ведь полуобнаженные красотки «Виратекса» выходили на подиум в нижнем белье и купальниках (Отдел мод ГУМа не моделировал и не демонстрировал на сцене нижнее белье).

Посетителей привлекло и то, что при демонстрации одежды из трикотажа немцы устроили в Демонстрационном зале ГУМа настоящее театрализованное представление, когда вместо традиционных выходов манекенщиц с номерками в руках одежда демонстрировалась в виде хореографических сенок. Наконец, оказалось, что с учетом спроса в СССР «Виратекс» предложил специальные модели для полных женщин, многие из которых шокировали публику: они не только не скрывали особенностей фигуры, но по моде тех лет имели прилегающий силуэт и были достаточно открытые.

Другим источником дохода Демонстрационного зала в 1973 г. стала аренда сцены и проведение «заказных» показов моделей для съемок советско-итальянского фильма «Невероятные приключения итальянцев в России»²⁰⁰. К слову, в ГУМе проходили съемки и других культовых советских фильмов, таких, как «Я шагаю по Москве» (в главной роли Никита Михалков) и «Бриллиантовая рука» с Андреем Мироновым в одной из

¹⁹⁸ За образцовую торговлю. 1967. 23 июня (№ 25 (668)). С. 2.

¹⁹⁹ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 165. Л. 19.

²⁰⁰ Там же. Д. 175. Л. 7. Премьера этого советско-итальянского фильма (режиссеры Эльдар Рязанов и Франко Проспери), снятого в жанре приключенческой комедии, в котором были заняты известные советские и итальянские актеры, состоялась 31 января 1974 г. Фильм стал лидером советского проката середины 1970-х годов, собрав 49,2 млн. зрителей, посмотревших его в кинотеатрах.

главных ролей (в ГУМе проходили съемки эпизода, когда его герой, демонстратор одежды, элегантно дефилирует по подиуму Демзала).

С середины 1960-х годов руководством Отдела мод предпринимались меры по выправлению ситуации с посещаемостью дефиле. В частности, с целью привлечения публики было решено сделать показы в Демонстрационном зале более разнообразными и современными. Вместо двух традиционных сезонных коллекций стало демонстрироваться сначала четыре, а в начале 1970-х годов — шесть различных программ²⁰¹. Правда, на эти показы еще нужно было набрать достаточное количество оригинальных моделей одежды разного назначения, да так, чтобы они более-менее соотносились с сезоном и составляли единое целое. С 1968 г. к каждому сезону Отделом мод готовилась отдельная полноценная женская коллекция, включающая одежду для дома, службы, спорта и отдыха, походов в театр и др. — для женщин разного возраста и комплекции²⁰².

В действительности соответствовать таким требованиям удавалось не всегда. В одной коллекции недостаточно была представлена спортивная одежда, а в другой явно выделялись строгие костюмы. Сотрудница Отдела мод Л.Н. Сазанская признавалась в 1974 г.: «Разгар лета, пляж, а в Демзале показывают только две вещи, подходящие к сезону»²⁰³. В 1974 г. Отдел мод порадовал своих посетителей, сделав целых семь тематических программ, в которых было задействовано в общей сложности 540 новых моделей²⁰⁴.

Больше внимания решено было обратить и на изучение общественного мнения. Уже в 1960-е годы посетителям Демзала дважды в год раздавались анкеты с целью получения их отзывов о демонстрируемых моделях. Обработка анкет была «повешена» в качестве дополнительной нагрузки на искусствоведов Демзала. Среди вопросов были, в частности, такие: какие модели одежды и работа каких манекенщиц вам больше всего понравились; какая музыка, сопровождающая показы моделей, в большей степени отражает содержание, стиль и образ модели²⁰⁵. Предполагалось, что полученные данные позволят усовершенствовать деятельность Отдела мод в целом. Однако, по мнению Д.Б. Шимилиса, эти опросы носили, скорее, формальный характер (для «галочки»). По крайней мере, он не смог припомнить ни одного случая, когда результаты опросов привели бы к существенным изменениям в работе Демонстрационного зала, ни до начала 1970-х годов, ни впоследствии²⁰⁶.

²⁰¹ Задача создавать специальные коллекции на каждый из четырех сезонов года (зима, весна, лето, осень) была поставлена перед Отделом мод уже в 1964 г., но долгое время в полной мере добиться этого не удавалось.

²⁰² ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 126. Л. 15.

²⁰³ Там же. Д. 175. Л. 23.

²⁰⁴ Там же. Д. 185. Л. 1—2, 4.

²⁰⁵ Там же. Д. 145. Л. 7.

²⁰⁶ Интервью с Д.Б. Шимилисом 29 апреля 2008 г., Москва.

Из документов Отдела мод ситуация выглядит не столь однозначной. Действительно, в 1970 г. было проведено всего два таких опроса²⁰⁷. В 1971—1973 гг. посетителям ежегодно предлагалось заполнить по 300 анкет (на трех разных сеансах по 100 анкет), что вряд ли позволяет говорить о репрезентативности исследования. Кроме того, реакция публики была очевидна и без анкет — по тому, как зрители воспринимали ту или иную модель одежды. По крайней мере, об этом свидетельствуют интервью с бывшими манекенщицами и модельерами Отдела мод.

Как видно из документов, вопросы эстетики не всегда сходились с ображениями практичности. К примеру, зрители с особым удовольствием принимали богатые, нарядные платья, прекрасно смотревшиеся на подиуме на худеньких молодых манекенщицах. Необходимо сказать, что модели, пошитые на некоторых манекенщиц Отдела мод, были 42—44 размера. Конечно, это мало соответствовало возрасту и габаритам «среднестатистической» советской женщины. Поэтому самыми востребованными, судя по анкетам, неизменно оказывались «повседневные», «практичные» модели для женщин «бальзаковского» возраста. Неизменно большим успехом пользовались модели ГУМа, предназначенные для полных женщин. Одежда массового производства, продававшаяся в советских магазинах и рассчитанная на «стандартную фигуру», не удовлетворяла требованиям этих покупательниц. Они хотели выглядеть не хуже молодых и стройных, но не могли подобрать себе модную одежду. Острый дефицит хороших моделей на полную фигуру испытывали и ателье индпошива, куда граждане вынуждены были обращаться.

При беседах с посетителями Демзала и в ходе опросов часто высказывались пожелания, чтобы среди манекенщиц ГУМа были не только девушки худощавого телосложения и средней комплекции, но и женщины 56—60 размеров. Докладывая руководству Отдела мод о подобных настроениях посетителей, сотрудники Демзала делали вывод о том, что «нашим манекенщицам не надо терять форму, худеть, как это у нас практикуется», а вполне можно «доводить манекенщиц до 56 размера»²⁰⁸. С учетом этих настроений руководство Отдела мод даже выразило готовность подыскать и принять на работу «очень полную манекенщицу (до 58 размера)»²⁰⁹. Но это обещание, кажется, так и осталось не выполненным.

Вплоть до середины—конца 1960-х годов основной задачей Отдела мод ГУМа была разработка моделей, «которые может одеть женщина любого возраста и с любой фигурой»²¹⁰. На практике такая установка вела к столь же неудовлетворительному результату, что и массовое фабричное производство. Жизнь настоятельно требовала все более ди-

²⁰⁷ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 145. Л. 18. В 1972 г. было решено провести четыре анкетирования вместо трех в 1971 г. и двух в предшествующие годы.

²⁰⁸ Там же. Д. 165. Л. 10.

²⁰⁹ Там же.

²¹⁰ Там же.

персифицированного подхода к моделированию, с учетом возраста, комплекции, рода занятий и проч. В частности, ни для кого не было секретом, что моделирование на полную фигуру должно вестись по специальным законам, имея в виду особые фасоны, пропорции и цвета²¹¹. Именно эту важную нишу предстояло заполнить модельерам ГУМа.

С учетом анкетных опросов Отдел мод в 1960—1970-е годы не только стал регулярно выпускать специальные альбомы мод ГУМа «Для полных женщин» с чертежами кроя (тиражом 75 тыс. экз.), но его руководством были приняты решения об увеличении числа таких моделей. К примеру, в 1968 г. модели одежды для считавшихся полными женщин 50—54 размеров составили 23% от общего числа всех разработанных Отделом мод²¹². Тем не менее, проблема разработки моделей для полных женщин и в начале 1970-х годов решалась по остаточному принципу. По словам руководителя Отдела мод А.Г. Горшковой, «до сих пор художники полную фигуру одевают в последнюю очередь. Заканчивается план, времени остается мало, начинается спешка и в результате получается то, что гардероб для манекенщиц, демонстрирующих полную фигуру, имеет недостаточно моделей, которые по качеству хуже остальных»²¹³.

Модельер в сетях противоречий

Специфика повседневной жизни Отдела мод ГУМа в 1950—1970-е годы складывалась из множества внутренних и внешних факторов и обстоятельств, формальных и неформальных практик, причудливо переплетавшихся между собой. Большую роль в столь сложном, творческом по характеру деятельности коллективе играли отношения между людьми, личные симпатии и антипатии. На «низовом уровне» идеология, как правило, не выступала в качестве решающего фактора. Ее присутствие ощущалось как фон либо очередная спущенная сверху политическая кампания, отношение к которым даже среди сотрудников Отдела, особенно в 1970-е годы, становилось все в большей степени ритуальным. Впрочем, некоторые из инициатив руководства страны нашли поддержку на местах, в том числе и в Отделе мод.

В их числе — курс на получение гражданами обязательного среднего образования и связанное с этим стимулирование всех форм повышения образовательного и квалификационного уровня работников. В 1960-е годы в ГУМе поощрялись любые формы учебы — от завершения среднего образования в вечерних школах до поступления в вузы, от курсов повышения квалификации до различных кружков. В 1960 г. при

²¹¹ Там же. Д. 145. Л. 10.

²¹² Там же. Д. 126. Л. 15.

²¹³ Там же. Д. 165. Л. 55.

Отделе мод был организован кружок по эстетике, который посещали модельеры, конструкторы и искусствоведы. В 1966 г. в кружке был прочитан цикл лекций о воспитании эстетического вкуса, об искусстве и морали, о реализме и модернизме, о соцреализме, об эстетике поведения и проч.²¹⁴ Для манекенщиц, кроме того, действовал специальный кружок основ политграмоты, а модельеры и конструкторы одежды (как члены партии, так и беспартийные) проходили обучение еще и в существовавшем в системе партийного просвещения Университете искусств при Центральном Доме работников искусств. Впрочем, уже в 1960-е годы в ГУМе заработал и собственный Университет марксизма-ленинизма, для работы в котором на общественных началах привлекались лучшие обществоведы Москвы²¹⁵. Конечно, одни виды обучения действовали «для проформы», многие же давали реальные знания.

С первых лет работы ГУМа издавалась многотиражная газета с говорящим названием «За образцовую торговлю», на страницах которой нашла отражение повседневная жизнь коллектива, проблемы универмага и его подразделений. В Отделе мод, кроме того, выпускалась стенгазета «За отличную модель», авторами публикаций в которой выступали сами сотрудники. В повестку дня партсобраний и заседаний партийно-хозяйственного актива Отдела мод с участием беспартийных, как правило, выносились вопросы, относившиеся к каждодневным будням коллектива. При этом парторганизация пользовалась авторитетом среди работников и не выглядела простым статистом при руководстве. Степень ее влияния в Отделе, конечно, в значительной степени зависела от личности парторга. На партсобраниях звучало немало критики, в том числе и в адрес администрации.

Важным представляется вопрос о реальном значении идеологической цензуры в области моды и культуры одежды в СССР в 1960—1970-е годы. Материалы парторганизации Отдела мод свидетельствуют о том, что идеологическая работа в коллективе велась, как правило, в контексте задач по коммунистическому воспитанию молодежи. К примеру, в своем докладе на партсобрании 24 июля 1974 г. секретарь парторганизации Л. Н. Красноперова отмечала, что среди молодежи нередки «проявления... потребительского отношения к жизни... ориентация на ложные ценности жизни и культуры. Это находит свое выражение в культе вещей, слепом подражании западной моде, в антиобщественном поведении. Отдельные молодые люди отращивают длинные волосы, одеваются нарочито неряшливо. Они нигде не работают, ведут аморальный образ жизни»²¹⁶. Собрании с аналогичной повесткой дня, спущенной «сверху», одновременно прошли и в других подразделени-

²¹⁴ Там же. Д. 105. Л. 120.

²¹⁵ Там же. Д. 56. Л. 114, 116; Д. 63. Л. 23.

²¹⁶ Там же. Д. 175. Л. 48—49.

их ГУМа. Везде в докладах партторгов присутствовали примерно одни и те же «нужные» слова, но обсуждения проходили вяло. В решениях партсобраний присутствовали общие фразы, которые, как видно из последующих документов, не имели никаких практических последствий.

В отличие от манекенщиц, ставших основным объектом для порою весьма пристрастной идейно-воспитательной работы и контроля, модельеры, конструкторы одежды и искусствоведы Отдела мод оказались в этом смысле в значительно более благоприятном положении. Судя по архивным источникам и интервью с бывшими сотрудниками Отдела мод ГУМа, над ними не довели цензурные запреты. Модельерам не навало и каких-то специальных инструкций о том, «что можно, а что нельзя»²¹⁷. По словам бывшего художественного руководителя Отдела мод Д.Б. Шимилиса, он тоже не получал каких-либо особых указаний от вышестоящих партийных и иных инстанций. Единственным исключением являлось переданное ему однажды пожелание учитывать при создании «зарубежных» коллекций цвета (или сочетания цветов) национального флага тех стран, где их предстояло демонстрировать. Со временем это «секретное пожелание» превратилось в своеобразную «изюминку» коллекций ГУМа, что всегда доброжелательно воспринималось зарубежной публикой²¹⁸. Отдельные попытки начальника Отдела кадров ГУМа Д.П. Федорова вмешаться на этапе демонстрации моделей не достигали своего результата, поскольку, как видно из документов, они принимались «в штыки» самой парторганизацией и рассматривались коллективом, главным образом, как желание некомпетентного в вопросах моды кадровика выслужиться и продемонстрировать свою власть.

Наши респонденты не смогли припомнить случая, чтобы на заседаниях Художественного совета в адрес модельеров высказывались претензии с идеологическим «душком». Модельеры обладали достаточной творческой самостоятельностью, но, конечно, в рамках заданий по созданию общих коллекций. В соответствии с представлениями о современной моде и вкусе они сами определяли, к примеру, длину юбок и глубину декольте, разрабатывали оригинальные модели женских брючных костюмов и комплектов для отдыха. Другое дело, что в том или ином виде существовала еще и самоцензура. В целом же, основываясь на истории Отдела мод ГУМа середины 1950-х — 1970-х годов, можно констатировать, что случаи получения указаний «сверху» по вопросам моделирования одежды были крайне редкими²¹⁹.

²¹⁷ В плане отсутствия гласных и негласных цензурных запретов Отдел мод ГУМа не был исключением. Общеизвестно, что единственным законодательным ограничением при моделировании и репрезентации одежды в СССР было использование религиозной символики, что определялось светским характером государства.

²¹⁸ Интервью с Д.Б. Шимилисом 15 мая 2008 г., Москва.

²¹⁹ Едва ли не единственный, но весьма характерный зафиксированный в документах эпизод относился к 1955 г. На совещании торговых работников и на пленуме

Если советские идеологические догмы со временем все больше воспринимались как своего рода ритуал, то зависимость работы Отдела мод от господствовавшей в СССР системы хозяйственно-экономических отношений носила весьма конкретный, практический характер. Слабое материально-техническое снабжение Отдела мод ГУМа стало его «ахиллесовой пятой». Ключевой проблемой являлся дефицит тканей и фурнитуры, из которых предстояло создавать новые модели. Причем связано это было не только с общим состоянием производства тканей в СССР, когда, вопреки пропаганде, в безудержной погоне за метражом часто упускались качественные характеристики материала, отсутствовала полноценная цветовая гамма, не в должной мере учитывалась смена моды на ту или иную ткань, рисунок или расцветку²²⁰. Все эти трудности испытали на себе и другие моделирующие организации СССР. Но по сравнению с ними Отдел моды ГУМа оказался в еще более сложном положении.

Поскольку Отдел мод был ориентирован на создание повседневной одежды для массового потребителя, перед ним поставили следующие принципиальные условия. Модельеры ГУМа могли использовать ткани лишь: а) отечественные, б) доступные обычному покупателю (не дефицитные), в) массового фабричного производства, г) постоянно находящиеся в открытой продаже в ГУМе (то есть, имевшиеся на торговых прилавках и на складах магазина). «Мы не можем народу показывать модели из нереальных тканей», которые он не сможет купить, объяснял в апреле 1958 г. руководитель Отдела мод Н.Я. Кац²²¹. Принцип был такой: присмотрев себе платье на показе в Демонстрационном зале и приобретя его выкройку, покупатель должен был иметь возможность купить в ГУМе ту же самую ткань и сшить себе понравившуюся вещь. Но в условиях дефицита гарантировать наличие приличной по качеству ткани в продаже было невозможно: сегодня она есть, а завтра уже распродана. Такие случаи были не редкостью и становились основанием для жалоб разгневанных покупателей. Вот типичная история: на де-

ЦК партии Н.С. Хрушев резко критиковал имевшийся в магазинах ассортимент головных уборов. Врунувшийся с совещания директор ГУМа В.Г. Каменев тут же выступил с яркой речью, предложив Отделу мод впредь обращать больше внимания на моделирование головных уборов (ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 12. Л. 148—149). Однако, как видно из документов Отдела мод, вскоре об этом было благополучно забыто. По крайней мере, в 1960—1970-е годы, как и в 1955 г., моделированием головных уборов здесь занимался единственный модельер.

²²⁰ По официальным данным, к 1980 г. по уровню производства тканей в целом и на душу населения СССР занимал второе место в мире после США. Но по производству шерстяных тканей СССР превзошел США уже в 1960 г., выйдя на первое место в мире. С середины 1970-х годов СССР переиграл США и в производстве хлопчатобумажных тканей. Значительно хуже, правда, дело обстояло с модной в те годы синтетикой и полусинтетикой (см.: История социалистической экономики СССР: в 7 т. М.: Наука, 1980. Т. 7: 1960—1970-е гг. С. 19—20, 220).

²²¹ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 39. Л. 182.

монстрации объявили, что ткань есть, но в торговой секции сказали, что только что закончилась, не оказалось ее и в Ателье ГУМа.

Указанные выше ограничения ставили модельеров ГУМа в заведомо худшие условия по сравнению, например, с Общесоюзным Домом моделей на Кузнецком мосту. Ведь последнему разрешалось работать с любыми импортными и отечественными материалами, в том числе с пробными и экспериментальными, которые не выпускались массовыми сериями и не поступали в продажу. Было также известно, что специалисты с Кузнецкого моста тесно сотрудничают с производителями, еженедельно объезжают ведущие ткацкие фабрики столичного региона в поисках новинок.

Модельеры ГУМа формально всего этого делать не могли. На самом деле, как видно из документов, явочным порядком уже с конца 1950-х годов начался обход ограничений. Руководство Отдела мод негласно разрешало модельерам самостоятельно (то есть, в качестве частных лиц) искать и покупать в магазинах Москвы необходимые им для моделирования ткани и фурнитуру с последующей оплатой чеков через ГУМ. Кроме того, Отдел мод стал в порядке исключения использовать ткани иностранного производства, поступавшие для продажи в универмаг. С начала 1960-х годов по примеру ОДМО руководители Отдела мод ГУМа наладили контакты с фабриками, куда они периодически выезжали для отбора нового ассортимента. А в некоторых случаях фабрикам даже заказывалось изготовление небольших партий тканей определенных расцветок и рисунков по эскизам модельеров ГУМа²²². Делалось это, как правило, при подготовке зарубежных коллекций.

Нужно сказать, что развитие международных контактов и поступивший от государства в связи с этим «заказ» — произвести своими моделями как можно более благоприятное впечатление на иностранную публику, стали основанием для фактического снятия упомянутых выше ограничений при подготовке «иностраннных» коллекций ГУМа. Их создание рассматривалось как важное правительственное задание. Сюда шли лучшие материалы, привлекались лучшие силы модельеров, конструкторов и манекенщиц ГУМа. Под «иностраннные» коллекции можно было получить почти любой дефицит и привлечь любого стороннего специалиста. К примеру, Отделу мод выделялись литные меха, каракульча и проч. Но поскольку красить меха в ГУМе не умели, то специально для этого по договоренности ездили в цирковую мастерскую²²³. В ряде случаев своими запасами материалов делился даже ОДМО, куда руководство Отдела мод обращалось за помощью в поиске нужной ткани.

²²² Там же. Д. 84. Л. 184; Д. 94. Л. 105; Интервью с Д.Б. Шимилисом 28 апреля 2008 г. и с Л.Ф. Аверьяновой 29 апреля 2008 г., Москва.

²²³ Интервью с А.Вавиловой 30 апреля 2008 г., Москва.

Зная, что предстоит создание коллекций для показа за рубежом, руководство Отдела мод ГУМа заранее, с начала года, накапливало лучшие ткани. А для работы с «обычными» коллекциями модельеры вынуждены были, как и раньше, «выпрашивать каждый кусок». Но дело было не только в лучшем снабжении. Участие в подготовке зарубежных коллекций с энтузиазмом воспринималось модельерами еще и потому, что они в меньшей степени были связаны условностями «утилитарной моды», а это давало простор для реализации творческой фантазии художника. По-видимому, именно в этом кроется главный секрет успеха «иностранных» коллекций ГУМа.

Кроме зарубежных коллекций, в привилегированных условиях разрабатывались и «особо ответственные» отечественные коллекции ГУМа. Например, юбилейная коллекция 1967 г., посвященная 50-летию Октябрьской революции (порядка 150 моделей). Здесь не было ограничений ни по материалам, ни по полету творческой фантазии художника. Перед модельерами стояла главная задача — увязать современную моду с революционными традициями. Наиболее удачными, как всегда, оказались образцы, основанные на народных мотивах²²⁴. С этой коллекцией Отдел мод ГУМа успешно участвовал в Международном фестивале мод в Москве осенью 1967 г., получив дипломы Оргкомитета международной выставки одежды и Всесоюзной Торговой палаты, а также медаль Международного фестиваля мод²²⁵.

То же относится и к юбилейной коллекции 1972 г., посвященной 50-летию образования СССР, которую провезли по союзным республикам, а также показали в Польше, ГДР и ЧССР. Структурно эта коллекция ГУМа состояла из двух отделений — «осень» (5 тем) и «зима» (5 тем). Манекенщицы разного возраста и комплекции демонстрировали функционально различные виды одежды. Само перечисление «тем» указывает на то, что по-прежнему «коньком» модельеров ГУМа было творческое использование богатства и самобытности национального колорита. Вот эти 10 «тем» коллекции, в рамках которых было показано 150 моделей одежды: «дружба народов», «кашемир», «московская осень», «праздник Севера» (фольклор), «мягкое золото России» (меха), костюмы и ансамбли, отдых и спорт, «русские узоры» (фольклор), длинные вечерние туалеты²²⁶.

Читая документы тех лет, трудно отрешиться от мысли, что разные условия при разработке одними и теми же модельерами платьев для «обычных» и для «особых» и зарубежных коллекций давали сотрудникам Отдела мод пищу к размышлениям о двойных стандартах.

²²⁴ Самыми удачными были признаны модели И.В. Глуховой (народный костюм), Волошиной (тема «кашемир», модели из павлово-посадских тканей), К.И. Побединской (серия спортивных костюмов по мотивам одежды народов Севера).

²²⁵ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 110. Л. 155.

²²⁶ Там же. Д. 155. Л. 60—61.

К сожалению, вольно или невольно, но «внутренние» коллекции постепенно превращались во «второсортные». Созданные в тепличных условиях модели для «иностранных» коллекций выдавались за рубежом за «повседневные», якобы предназначенные для обычных советских людей. Однако сами сотрудники Отдела мод прекрасно понимали, что «пускают пыль в глаза» иностранцам²²⁷.

В 1960—1970-е годы на партийных собраниях Отдела мод признавалось, что качество «внутренних» коллекций падает, что показы в Демонстрационном зале ГУМа порой становятся малоинтересными для публики, а это, в свою очередь, сказывается на падении его посещаемости. Тем временем руководство Отдела мод продолжало сообщать в отчетах, что моделирование обычных («внутренних») коллекций ведется в основном из доступных отечественных тканей, продающихся в торговых отделах ГУМа. На практике это означало, что в 1960—1970-е годы модельеров заставляли пошивать модели из немодных, тяжелых штапельных тканей, с лихвой производимых советскими фабриками²²⁸.

В творческом плане, вероятно, самым мучительным было постоянное противоречие между идеей, рождающейся у модельера, с одной стороны, и ограниченными возможностями для ее реализации, с другой. Как предельно точно говорилось в одном из документов, «модельер вынужден был делать не ту модель, которую задумал, а придумывать что-то из той ткани, которую просто требуется “утилизировать”»²²⁹. Такое положение вещей не менялось годами и оказывало разрушительное воздействие на творчество. По словам модельера К. Побединской, даже в середине 1970-х годов зависимость от снабжения была столь велика, что порою модельеры вынуждены были изначально подстраиваться под наличие тех или иных тканей на складе ГУМа²³⁰.

В этих условиях многое зависело от личности модельера. В принципе он мог пойти и по формальному пути, ограничившись скромным предложением тканей ГУМа (в известной степени это было даже выгоднее, так как позволяло оправдать возможные недостатки вещи). Однако некоторые сотрудники, не найдя ничего подходящего на складах универмага, предпочитали обратиться к описанной выше практике «самоснабжения» и покупать нужный материал в качестве частных лиц, на что руководство Отдела «закрывало глаза». По словам Клары Побединской, «модельер вынужден все доставать сам», порою рабо-

²²⁷ Интервью с Д.Б. Шимилисом 10 мая 2008 г., Москва.

²²⁸ Производившиеся в СССР ткани — по структуре плотные, «жесткие» и тяжелые — хорошо подходили для российского климата, но создавали дополнительные трудности при моделировании. Специалисты Домов моделей предпочитали работать с более легким иностранным материалом, изделия из которого хорошо «ложились» по фигуре.

²²⁹ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 63. Л. 125.

²³⁰ Там же. Д. 185. Л. 2.

тая одновременно и художником, и снабженцем²³¹. Но все ли творческие работники способны к такому «совместительству», отнимающему массу времени и сил? Тем более, что придумать новую модель, найти подходящую ткань и проконтролировать пошив платья — это только полдела. При подготовке показов от модельера требовалось создание *образа*, что предполагало подбор к каждому платью соответствующей обуви, головного убора и аксессуаров (сумочки, пояса, шарфики, украшения, и проч.). По словам Побединской, в начале 1970-х годов в Отделе мод дефицитными считались едва ли не все «дополнения» — от подходящей обуви и головных уборов до шиньонов для манекенщиц.

Отдел мод ГУМа испытывал серьезные трудности и с ремонтом помещений и обновлением оборудования. Многие помещения Отдела мод не имели естественного освещения и хорошей вентиляции, и, по словам парторга Отдел мод Н.А. Лившиц, во время примерок в кабинках, из-за отсутствия свежего воздуха, «систематически случаются обморочные состояния»²³². К началу 1970-х годов сотрудники в основном продолжали трудиться на той же самой технике, что была собрана «с миру по нитке» в начале 1950-х годов и, по большому счету, уже тогда морально и физически устарела. Об условиях работы можно судить по отсутствию самых элементарных вещей, вплоть до того, что, по словам модельера Л.А. Волошиной, не было «манекенов на все размеры. Существует один манекен на весь отдел, все художники им пользуются»²³³. Удивительно, каким образом в подобных условиях специалисты продолжали делать неплохие модели.

Тем не менее, к началу 1970-х годов вопрос о коренном переоборудовании и ремонте Демонстрационного зала назрел. Поскольку ни Отдел мод, ни даже ГУМ не обладали необходимым объемом денежных средств, средства с огромным трудом пришлось «выбивать» в вышестоящих инстанциях. Для этого потребовалось несколько лет бумажной волокиты и согласований. Эта история началась в 1971 г., когда Отдел мод обратился к руководству ГУМа, а оно — по соподчиненности к Управлению торговли Мосгорисполкома. Но вопрос «завис». Миновал 1972 г., наступил 1973-й. «Мы работаем на старом оборудовании. Почему у нас нет манекенов в нужном количестве, нет даже уютного стола. Нет складского помещения. Мало того, что мы работаем в таких условиях, в Демонстрационный зал наш стыдно народ пускать», — горячился на одном из партсобраний бессильный что-либо изменить худрук Шимилис²³⁴. Только после того, как в марте 1973 г. Отдел мод направил «наверх» еще одну докладную записку — обоснование с расчетом затрат на 1974 г., дело, наконец, сдвинулось с мертвой точки.

²³¹ Там же. Д. 146. Л. 132.

²³² Там же. Д. 34. Л. 140.

²³³ Там же. Д. 165. Л. 61.

²³⁴ Там же. Л. 65—66, 107.

Но и в 1970-е годы творческие, организационные и материальные условия работы модельеров ГУМа продолжали существенно отставать от их коллег с Кузнецкого моста, с которым, тем не менее, продолжалось заочное сравнение. «О нас мало заботятся. Нам необходимо все: просмотры, направления коллекций в других моделирующих организациях и проч., но билетов на просмотры мы часто не имеем. Мы ходим в библиотеки, делаем там копии... (Творческие. — Авторы) дни у нас целиком загружены. В ОДМО художники работают с конструкторами, мы же все делаем сами. Приходится самим отбирать ткани, искать пуговицы, пряжки», — жаловалась в августе 1973 г. художник-модельер Л.А. Волошина²³⁵.

В условиях нарастающей специализации в моделировании и все более высоких требований со стороны потребителя от модельера ГУМа по-прежнему требовали универсализма: он должен был быть «и жрец, и жнец, и на дуде игрец». В отличие от ОДМО, в штате Отдела мод, к примеру, не было специального художника-конфекциониста, который разбирался бы в тенденциях моды на ткани и помогал модельеру подбирать нужный ассортимент²³⁶. Но все успеть и за всем проследить модельеру, призванному заниматься в первую очередь творчеством, было невозможно. Ставшее особенно заметным с рубежа 1960—1970-х годов отставание «моды ГУМа» было обусловлено, в первую очередь, объективными условиями, в которые был поставлен модельер: остаточный характер финансирования, хронический дефицит материалов, отсутствие условий для полноценной творческой деятельности.

К этому стоит прибавить явную недооценку уникального труда модельера в СССР, а также усилившееся с началом экономических реформ середины 1960-х годов стремление руководства ГУМа добиться от Отдела мод если не рентабельности, то хотя бы максимальной пользы для поддержания престижа универмага. Прежде чем рассказать о том, к каким результатам привел этот «прагматический подход», обратимся к некоторым экономическим характеристикам работы модельеров ГУМа.

²³⁵ Там же. Л. 61.

²³⁶ В принципе в штате Отдела мод ГУМа состояли два товароведа, которые должны были по заданиям модельеров подбирать необходимые им ткани и фурнитуру. Но в 1960-е годы товароведы постоянно жаловались, что на фабриках к ним относятся невнимательно, не дают понравившиеся ткани из числа новинок и настаивают на необходимости следовать номенклатуре тканей, ранее утвержденной для продажи в ГУМе. «Художникам-модельерам эти ткани не нравятся и происходит борьба между товароведами Отдела мод и фабрикой», — рассказывала, к примеру, в 1969 г. товаровед Резникова (Там же. Д. 126. Л. 11). То же положение складывалось с фурнитурой (пуговицы, пряжки, молнии и проч.). Ситуация изменилась к лучшему в 1970-е годы, когда руководству Отдела мод удалось наладить личные контакты с директорами ряда фабрик. Но многие модельеры ГУМа предпочитали не передоверяться товароведам, а присматривать нужные материалы самостоятельно.

Нужно сказать, что в силу сравнительно невысокой зарплаты и ограниченных затрат государства на оборудование и технико-технологическое обеспечение моделирования, в СССР сложилась уникальная ситуация. Творчество модельеров обходилось крайне дешево, причем в себестоимости эксклюзивных образцов основная часть расходов приходилась на стоимость тканей и других материалов. Поскольку уровень зарплат и цены на материалы устанавливало государство, следует признать это осознанной политикой.

В 1968 г. в Отделе мод ГУМа были проведены специальные экономические расчеты с целью определить, по какой цене рентабельно продавать в торговых отделах ГУМа снятые с демонстрации модели. Оказалось, что средняя себестоимость разработанного и пошитого в Отделе мод эксклюзивного легкого женского платья составляет всего 54,4 руб., а женского пальто — только 108,5 руб. (включая стоимость материала). Если бы покупатель решил прицениться к ассортименту женской одежды массового фабричного производства, продававшейся в это самое время в торговых секциях ГУМа, то был бы крайне удивлен, ведь себестоимость коллекционных моделей была сопоставима с установленной государством розничной ценой на обычные изделия массового фабричного производства (!). К примеру, в 1968 г. за обычное женское пальто фабричного производства покупатель ГУМа должен был заплатить в среднем 112 руб., что было дороже модельной вещи²³⁷.

В действительности даже после уценки продать коллекционную модель было не так-то просто по двум основным причинам. Во-первых, модельная вещь была пошита не по стандартному размеру, а «подогнана» по фигуре конкретной манекенщицы²³⁸, а во-вторых, изначально не ставилась задача выгодно продать модель. Чтобы вещь более эффектно смотрелась на подиуме, модельер зачастую вынужден был «компенсировать» сравнительную простоту и дешевизну ткани модным фасоном и красивыми дорогими отделками, включая ручную вышивку и меха. Однако такие отделки существенно удорожали стоимость изделий, покупатели обходили их стороной, а наученные горьким опытом торговые секции ГУМа вообще отказывались брать их на реализацию.

²³⁷ Там же. Л. 15. В данном случае мы не вляемся в дискуссию о разнице между себестоимостью изделия и розничной ценой. Понятно, что установленная государством розничная цена на одежду фабричного производства была значительно выше себестоимости в расчете на получение прибыли. Модельные же вещи руководство ГУМа готово было продавать даже ниже себестоимости (с учетом уценки), пытаясь хоть частично компенсировать свои затраты на Отдел мод. Но рядовому покупателю было все равно: он сравнивал только потребительские свойства и ценники.

²³⁸ Среди манекенщиц Отдела мод были девушки 42-го размера, который по советской ростовке относился к подростковым. Поскольку ГУМ имел право торговать только взрослым ассортиментом (с 44-го размера и выше), то реализация модельных вещей 42-го размера была сопряжена с большими трудностями.

С точки зрения экономической целесообразности, пылившиеся на складе и не приносившие магазину никакой прибыли коллекционные вещи были, конечно, балластом. Пока они окончательно не вышли из моды, их предлагалось продать. Дирекция ГУМа периодически вызывала руководство Отдела мод «на ковер» и требовала пересмотреть подходы к моделированию, а именно: сделать его более «рациональным», чтобы изначально предусмотреть возможность реализации каждой новой модели. Однако такое требование встретило сопротивление модельеров, которые справедливо полагали, что эта установка пагубным образом скажется на работе Отдела мод. Действительно, поскольку решающее значение имела стоимость используемых материалов, то для гарантированной продажи платья требовалось исключить применение при его пошиве не только дорогой ткани, но и отделки. Иными словами, буквальное следование принципам экономической целесообразности вело к упрощению изделий. Такой подход еще больше сужал и без того ограниченные возможности модельеров, которые, тем не менее, вынуждены были идти на компромисс. Однако некоторые продолжали упорствовать. Дело дошло до того, что в 1973 г. художник Д.Б. Шимилис на партсобрании в пылу спора пригрозил, что заставит модельеров, которые делают «непродающиеся» вещи, самих встать за торговую стойку.

Одновременно решалась и другая задача — теснее «привязать» Отдел мод к выполнению текущих задач торговли. Еще в мае 1955 г. в универмаге был издан приказ «Об улучшении работы Отдела мод», в котором руководство ГУМа предложило модельерам активнее сотрудничать с торговыми секциями²³⁹. Ежедневные показы в Демонстрационном зале моделей, пошитых из продававшихся в ГУМе тканей, являлись, конечно, прекрасной рекламой и способствовали увеличению выручки. Впрочем, реальную экономическую эффективность от демонстраций в то время никто не просчитывал.

Проблема заключалась в том, что модельеры по понятным причинам стремились работать с лучшими, наиболее качественными и красивыми тканями, поступавшими в продажу в ГУМ. Но они, как правило, и без того неплохо раскупались. Практические же интересы торговли заключались в том, чтобы Отдел мод «раскручивал» именно «залежалый» товар. Логика здесь была проста: потребительские характеристики даже самой невзрачной ткани будут выглядеть по-иному в глазах покупателей, если талантливый модельер сделает из нее модную, привлекательную вещь и затем эта модель будет эффектно продемонстрирована на подиуме. Речь шла о том, чтобы использовать возрастающий интерес советских граждан к моде как инструмент, позволяющий в известном смысле нивелировать огрехи массового производства и способствовать выполнению магазином плана продаж.

²³⁹ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 12. Л. 144.

В принципе «компенсаторный» путь не был для Отдела мод чем-то новым: с первых дней своего существования, встав перед необходимостью моделировать из довольно ограниченного в 1950-е годы ассортимента тканей (впоследствии ассортимент расширился), модельеры ГУМа вынуждены были полагаться на модный силуэт. По выражению модельера Е.А. Томашевич, в тех условиях не было иного выбора, как «выезжать» на модных фасончиках»²⁴⁰. Для этого объективно необходимо было держать руку на пульсе модных тенденций.

В 1960—1970-е годы Отдел мод стал регулярно получать дополнительные задания по моделированию одежды из «неходовых» материалов, особенно — тканей, не пользующихся спросом у покупателей. Отказаться помогать было трудно еще и по той причине, что в плане снабжения Отдел мод находился в зависимости от Текстильного отдела ГУМа, поскольку именно с его склада он в основном получал материалы для моделирования. Из документов следует, что Текстильный отдел имел право напрямую заказывать Отделу мод модели под определенные виды тканей, по которым начиналось затоваривание. К примеру, в 1968 г. по таким спецзаказам Отделом мод было создано только женского легкого платья 47 моделей, а в 1971 г. — 30²⁴¹. Эти модели, как правило, демонстрировались на выставках-продажах в ГУМе. Среди «залежалых» материалов периодически оказывались качественные, но дорогостоящие либо немодные ткани. Например, в 1963 г. Отделу мод были заказаны модели из штапельного и кружевного полотна²⁴².

Использовались и другие формы рекламы продукции. В 1961 г. с целью пропаганды штапельных тканей Отдел мод помог с организацией задуманного ГУМом и прошедшего в его здании конкурса по пошиву платьев из штапеля среди столичных кружков кройки и шитья²⁴³. Кроме того, модельеры нередко выступали в качестве «консультантов-пропагандистов» Текстильного отдела (там для них организовывались дежурства). Созданные ими образцы изделий модных силуэтов выставлялись на манекенах в торговых залах магазина. Новые модели демонстрировались на выставках-продажах и, будучи снабжены доступными выкройками, действительно способствовали реализации даже не самых ходовых тканей. Для охвата категории потребителей, не посещавших Демонстрационный зал, все чаще стали практиковать «хождение в народ», когда демонстрации моделей с участием манекенщиц устраивались посреди вечно многолюдных торговых залов ГУМа, к изумлению покупателей. К примеру, только в 1973 г. прошли 63 такие демонстрации²⁴⁴. В

²⁴⁰ Там же. Д. 75. Л. 169 (1962 г.).

²⁴¹ Там же. Д. 126. Л. 16; Д. 155. Л. 22.

²⁴² Там же. Д. 94. Л. 128.

²⁴³ Там же. Д. 63. Л. 21.

²⁴⁴ Там же. Д. 175. Л. 6. Согласно годовому отчету, в 1973 г. их увидело 12 тыс. покупателей.

ном отношении ГУМ, конечно, не был исключением: подобным образом поступали в то время и в других советских универмагах.

Между тем, далеко не все специалисты Отдела мод соглашались с ролью «придатка торговли». Некоторые открыто выражали свой протест. «Помогая ГУМу в реализации залежалых тканей, мы совершаем преступление, поскольку прививаем населению плохой вкус. Вместо того магазину нужно бороться с промышленностью, чтобы эти ткани не выпускались вообще», — отмечала на одном из партсобраний художник-модельер И.В. Глухова²⁴⁵.

В начале 1970-х годов грянула новая беда — кампания по экономии и рациональному использованию материалов. Вопрос нормирования и без того был в коллективе весьма болезненным, поскольку художники-модельеры обязаны были уложиться в нормы расхода тканей. Нормы, конечно, были не столь строгими, как на швейных фабриках. Тем не менее, они все время учитывались и влияли на работу. В случае перерасхода тканей положено было составлять акт о списании материала, что было связано с разбирательством для выяснения причин перерасхода. Много бумажной волокиты и нареканий возникало и в случае возврата неизрасходованных тканей. Но имелись и исключения: модельеры могли игнорировать нормативы при создании зарубежных коллекций.

В документах за 1973 г. требование экономии и рационального использования материалов вдруг оказалось чуть ли не главной задачей Отдела²⁴⁶. Что же произошло? В разгар очередной спущенной сверху кампании в Отделе мод была проведена проверка, ее итоги повергли в шок. В феврале 1973 г. на складе ГУМа кроме материалов, находившихся в работе в Отделе, было обнаружено огромное количество тканей, заказанных модельерами, на сумму 45 тыс. руб. Этого лежавшего мертвым грузом запаса хватило бы на работу всего коллектива в течение целого года (!)²⁴⁷.

Ларчик, между тем, открывался просто: в условиях хронического дефицита модельеры хитрили, стремясь впрок запастись материалом. Они отбирали для себя поступавшие на склад ГУМа приличные ткани «с запасом», еще даже не зная, какие именно модели им будут в ближайшее время поручены. В результате скапливался солидный остаток тканей, которые по фактуре, цветовой гамме или другим причинам не подходили для реализации полученного модельером задания. Однако отказаться от них, чтобы можно было пустить эти ткани на распродажу в Текстильный отдел, модельеры не торопились. Таким образом, дефицит подталкивал к нерациональному использованию материалов, которые, залеживаясь на складе, со временем портились или выходили из моды.

²⁴⁵ Там же. Д. 126. Л. 13.

²⁴⁶ Там же. Д. 165. Л. 10.

²⁴⁷ Там же. Л. 11.

Активные поездки Отдела мод за рубеж в 1957—1958 гг. с демонстрациями своих моделей в значительной степени стимулировали интерес к новинкам иностранной моды. Документы зафиксировали посещение модельерами ГУМа первых иностранных дефиле, прошедших в конце 1950-х — начале 1960-х в рамках привезенных в Москву зарубежных выставок. Стремясь идти в ногу со временем, руководство Отдела мод ГУМа добилось через Минторг выписки иностранных модных журналов. Но на одном из партсобраний в апреле 1958 г. модельер-обувщик Оганесов посетовал на то, что большинство его коллег не знает иностранных языков, и попросил руководство Отдела организовать переводы. Идея получила поддержку. В протоколе партсобраний записали, что хорошо владевшей языками сотруднице Е.В. Семеновой поручается систематический перевод статей из зарубежных журналов мод и составление обзоров перспективных тенденций в этой области. На их основе даже предлагалось издавать в ГУМе собственный бюллетень об основных направлениях моделирования одежды за рубежом периодичностью два раза в год²⁴⁸. Аналогичная работа в это время уже велась в ОДМО на Кузнецком мосту, однако его обзоры и бюллетени под грифом «Для служебного пользования» рассылались только в рамках своего ведомства (Минлегпром), и в ГУМ они не поступали. Данный пример — прекрасное доказательство характерной для конца 1950-х годов ведомственной разобщенности советских моделирующих структур.

Тем временем художник Е.В. Семенова приступила к переводу статей из иностранных журналов. Когда в конце 1960 г. она временно прекратила эту работу, в силу важности вопрос тут же был поставлен на партсобрании. Присутствовавшие заявили, что не могут работать, так как «не знают, что нового появилось на Западе в конструировании и моделировании»²⁴⁹. Предполагалось, что со временем в Отделе мод ГУМа будет создана своя библиотека по моделированию, однако это так и не осуществилось. Более того, в начале 1970-х годов под угрозой оказалась подписка специализированных журналов. Выступая в 1973 г. на партсобрании, худрук Шимилис сетовал на то, что в Отделе мод до сих пор «нет специальной библиотеки. Нам регламентируют какие-то рубли на журналы... В Общесоюзном Доме моделей прекрасная библиотека по всем вопросам моделирования и вообще по вопросам искусства»²⁵⁰.

Актуальным стал и вопрос об изучении и использовании передового опыта других моделирующих организаций СССР, прежде всего, считавшегося главным центром моды страны Общесоюзного Дома моделей (ОДМО). Сотрудники Отдела мод ГУМа жаловались на свою

²⁴⁸ Там же. Д. 39. Л. 180. Мы не располагаем сведениями о том, удалось ли выпустить хотя бы один бюллетень.

²⁴⁹ См.: Протокол партсобраний Отдела мод ГУМа от 29 декабря 1960 г. (Там же. Д. 63. Л. 119).

²⁵⁰ Там же. Д. 165. Л. 65—66.

и изолированность и отсутствие полноценной информации, что, по их мнению, негативно сказывается на результатах их работы. Они неоднократно просили свое руководство наладить официальные отношения с ОДМО. «В Доме моделей намечается проведение методического совещания, но мы в нем принимать участия не будем. Дом моделей участвует в конкурсах, конгрессах мод — все это дает направление в работе по моделированию, но мы этого лишены. Это очень серьезный и большой вопрос...» — отмечала в 1960 г. сотрудница Отдела мод Шипова²⁵¹. В конце 1962 г. тот же вопрос подняла на партсобрании и модельер Колетаева: «У нас совершенно нет связи с [Общесоюзным] Домом моделей. Мы нигде не участвуем, ничего не видим, работаем вслепую»²⁵².

Конечно, неофициальные контакты между модельерами, да и манекенщицами ГУМа и ОДМО в той или иной мере существовали с середины 1950-х годов. Сотрудники ГУМа заходили в ОДМО в «частном порядке» во время своих творческих дней²⁵³: посещали демонстрации одежды и библиотеку, общались с модельерами. Однако на официальные мероприятия на Кузнецкий мост (включая всесоюзные методические совещания, обсуждавшие перспективные направления советской моды) приглашений не получали, по крайней мере, по середине 1960-х годов включительно. На рубеже 1950—1960-х годов на партсобраниях Отдела мод говорилось о том, что хорошо бы по примеру ОДМО создать специальную методическую группу для изучения перспективных направлений моды. Эта идея так и не была реализована, в частности и по той причине, что подобные амбиции выходили далеко за рамки практических задач Отдела мод²⁵⁴.

С 1960 г. ситуация стала постепенно меняться к лучшему, в том числе и благодаря усилиям только что пришедшего в ГУМ художника Отдела мод Л.Б. Шимилиса. Над ним не довлел груз заочного соперничества с ОДМО. Кроме того, для людей с Кузнецкого моста Шимилис был почти «своим», поскольку ранее работал в Свердловском Доме моделей Минлегпрома, в методическом плане подчинявшемся Общесоюзному Дому моделей. Попав в ГУМ и имея возможность сравнивать работу Отдела мод с деятельностью Свердловского Дома моделей, Шимилис взял курс на сотрудничество с модельерами легкой промышленности. Худрук Отдела мод стал

²⁵¹ Протокол партсобрания Отдела мод ГУМа от 29 декабря 1960 г. (Там же. Д. 63. Л. 119).

²⁵² Там же. Д. 75. Л. 170.

²⁵³ Там же. Д. 63. Л. 72. По воспоминаниям ведущей манекенщицы Отдела мод ГУМа Янины Кокоревой, в 1960—1970-е годы она подрабатывала в нескольких моделирующих организациях столицы, в том числе в ОДМО, где познакомилась с трудившимся там Вячеславом Зайцевым. «Я работала в Отделе мод ГУМа, и мы часто встречались на показах. Больше всего мне нравилось демонстрировать его шикарные вечерние туалеты», — рассказывала много лет спустя бывшая манекенщица (URL: www.trud.ru/issue/article.php?id=200203020370301)

²⁵⁴ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 63. Л. 118.

частым гостем в ОДМО, он посещал просмотры новых коллекций и завел там нужные связи. В конце 1960 г. руководитель Демонстрационного зала ГУМа Гуртовая получила задание изучить опыт демонстрации одежды в Домах моделей с прицелом на совершенствование работы своего Демзала. В 1963 г. руководство Отдела мод ГУМа по договоренности направило трех своих специалистов на стажировку в ОДМО для получения навыков конструирования одежды. Шимилис поддержал требования художников-модельеров о регулярном посещении ими демонстрации направляющих коллекций в ОДМО, а затем и в ВИАЛегпроме.

С середины 1960-х годов представителей ГУМа не только стали приглашать на всесоюзные методические совещания и другие мероприятия, но они получили возможность демонстрировать свои модели на подиуме ведущего центра моды страны²⁵⁵.

Трудовые будни Отдела мод

Главным показателем деятельности Отдела мод считалось количество разработанных новых моделей. Как видно из представленной ниже таблицы № 4, основанной на сведениях о производственной деятельности, которые предоставляла администрация Отдела мод к годовому общему собранию партийной организации ГУМа, в 1950—1970-е годы здесь ежегодно создавалось и пошивалось на манекенщиц в общей сложности от 800 до 1300 образцов моделей. В это число входили новые и, значительно меньше, повторные (созданные ранее, но считавшиеся актуальными исходя из тенденций моды) модели²⁵⁶; модели платья, а также обуви и головных уборов. Если же учитывать исключительно моделирование новой одежды (без обуви и головных уборов), то эта цифра снизится до 500—780 моделей, пошитых на манекенщицу.

Поскольку нам известна общая численность модельеров, трудившихся в Отделе мод в тот или иной период времени, то бросается в глаза следующее обстоятельство: заложенная в плановые показатели нагрузка на творческих работников неуклонно снижалась. Это наблюдение подтверждается и документально. К примеру, в 1955 г. ежемесячные нормативы моделирования в ГУМе были в несколько раз выше, чем, например, в ОДМО на Кузнецком мосту²⁵⁷. Модельерам ГУМа приходилось «приспосабливаться» к этой ситуации, в резуль-

²⁵⁵ Там же. Д. 165. Л. 45.

²⁵⁶ Отдел мод ГУМа пошивал свои повторные модели по распоряжению Дирекции ГУМа в небольшом количестве, в основном, в рекламных целях (для торгового зала, для Ателье), а также в исключительных случаях для высокопоставленных клиентов и по спецзаказам (например, для театральных постановок).

²⁵⁷ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 12. Л. 144.

Таблица № 4

Моделирование и пошив образцов в Отделе мод ГУМа в 1956—1974 гг.*

Год	Модели				Повторные образцы
	одежда (экз.)	головные уборы (экз.)	обувь (пара)	всего	
1956	—	—	—	800	—
1957	586	—	242	828	—
1959	1068	—	304	1372	—
1963	—	—	—	Более 1000	—
1965	821	—	87	1205**	—
1966	892	106	78	1295**	—
1969	—	—	—	1019	—
1970	—	—	—	1001	—
1971	803	73	86	962	96
1972	764	66	78	908	90
1973	783	59	73	924**	157

Источник: ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 23. Л. 37; Д. 39. Л. 183; Д. 41. Л. 219; Д. 56. Л. 87; Д. 63. Л. 128; Д. 105. Л. 159 и др.

* Трудность точного сопоставления связана с тем, что за некоторые годы сведения о моделируемых изделиях (например, платья и головных уборов) суммировались.

** Так в документе.

рате из-за спешки страдало качество работы. Несмотря на то, что руководство Отдела мод било тревогу по поводу сложившегося неблагоприятного положения, в сторону снижения нормативы для штатных сотрудников были пересмотрены только в 1960-е годы, практически сравнившись с нормами моделирования в ОДМО. В 1964 г. план составлял восемь моделей в месяц на модельера, а с 1966 г. средняя норма была сокращена до семи²⁵⁸. Тем не менее, и в это время творческий характер работы зачастую вступал в противоречие с требованиями к выполнению плана, ситуация осложнялась отсутствием необходимых для пошива материалов и фурнитуры. Вследствие этого, как явствует из документов, сотрудники Отдела мод с молчаливого согласия руководства периодически вынуждены были прибегать к «хитрости»: сдавали «сырые» модели, чтобы формально отчитаться, а затем те возвращались к ним для окончательной доработки²⁵⁹.

Вопрос о процедуре одобрения новых моделей заслуживает отдельного разговора. При основных моделирующих организациях СССР существовали Художественные советы — общественные структуры, призванные следить за художественно-эстетическим уровнем моделирования и отсеивать брак. Однако эстетические предпочтения у чле-

²⁵⁸ Там же. Д. 105. Л. 79.

²⁵⁹ Там же. Д. 84. Л. 183.

нов Худсовета, как правило, были разными. На практике многое зависело от руководства организации, которое могло подмять под себя Худсовет, сделав его заседания формальными, и могло превратить его заседания в творческие дискуссии, ставящие заслон безвкусице.

Несмотря на неоднократные обращения в вышестоящие инстанции, в ГУМе Художественный совет был создан только в 1967 г., но фактически начал работу с 1969 г. До этого в течение 1954—1968 гг. большая часть моделей *женской одежды* принималась в ходе так называемых «рабочих просмотров» специальными комиссиями, состоявшими из ведущих модельеров и искусствоведов Отдела мод ГУМа с привлечением руководства магазина и представителей его торговых отделов. Впоследствии члены этих комиссий составили основу Худсовета ГУМа. С приходом в конце 1960-х годов на должность художественного руководителя Отдела мод Д.Б. Шимилиса его слово стало решающим в ходе просмотров и обсуждений моделей. Войдя в курс дел и возглавив с 1962 г. парторганизацию Отдела мод, он сетовал на одном из партсобраний на то, что «на внутренних просмотрах моделей модельеры не высказывают своего действительного мнения из ложного чувства товарищества, не хотят портить отношения друг с другом»²⁶⁰. В середине 1960-х годов этот вопрос получил продолжение, с той лишь разницей, что теперь на партсобраниях обсуждалось, как убедить модельеров, боявшихся испортить отношения с вошедшим в силу Шимилисом, не отмалчиваться, а открыто высказывать свою точку зрения, которая может быть отличной от точки зрения худрука²⁶¹.

На периодически созывавшиеся заседания комиссий, а затем и Худсовета попадали не все новые модели. К примеру, в течение длительного времени образцы *мужской одежды* и *головных уборов*, разработанные модельерами ГУМа, пошивались вообще без какого-либо обсуждения. Поскольку специальные коллекции мужской одежды для Демонстрационного зала и зарубежных показов здесь не создавались, мужские модели включались в состав основных — «женских» — коллекций исключительно как *дополнительные*. То же относилось и к моделированию женских головных уборов. Напомним, что единственным модельером мужской одежды Отдела мод ГУМа долгое время являлся Р.А. Зингер, профессиональный авторитет которого был очень высок. Но поскольку до начала 1960-х годов при моделировании не было четкой взаимной увязки женских и мужских моделей, многие из новых образцов так и не предстали на суд публики, а попали прямым ходом на склад Отдела мод, чтобы затем поступить со скидкой на реализацию в торговые секции ГУМа.

Назначенный худруком Отдела мод Д.Б. Шимилис отметил как недостаток, что значительную часть вещей каждый модельер делает

²⁶⁰ Там же. Д. 75. Л. 146.

²⁶¹ Там же. Д. 219. Л. 56.

«на свое усмотрение», то есть, ни с кем заранее не обсуждая идею, не согласовывая фасон новой модели, силуэт, ткань, расцветку и проч. «Многие модельеры, особенно старые, что хотят, то и делают», — поддержала его на одном из партсобраний коммунист Петросян²⁶². Попытки худрука изменить ситуацию и скоординировать работу модельеров в соответствии с единой концепцией формируемой коллекции встречали явное и скрытое сопротивление старшего поколения модельеров, воспринимавших это как покушение на их творческую индивидуальность и собственное видение моды. В числе прочих, эта причина также послужила истоком последующего конфликта «художника-теоретика» Шимилиса с не желавшим ни под кого подстраиваться «практиком индпошива» Зингером.

Судя по архивным документам, в первое время Д.Б. Шимилису действительно пришлось несладко. На партсобрании 20 сентября 1962 г. он жаловался на то, что в таком коллективе, где у каждого специалиста — фонтан амбиций, «иногда совершенно невозможно работать». Худрук стал добиваться, чтобы разработка каждой модели начиналась с составления автором эскиза, который модельер должен обсудить и согласовать с ним. Внедрить моделирование «по правилам» оказалось делом не простым хотя бы потому, что модельеры старшего поколения, как правило, не имели художественного образования и попросту не умели сделать профессиональный чертеж²⁶³. Только начиная с 1963 г. сотрудники Отдела мод стали обсуждать направления моды на каждый предстоящий сезон.

Нужно отметить, что проблема формирования новых коллекций и неизбежного при этом отсева даже одобренных Худсоветом моделей была очень болезненной для коллектива. Включение или не включение моделей в общую коллекцию зависело в конечном счете от худрука, которому по этому поводу приходилось выслушивать в свой адрес немало обидных слов. Включение авторской модели в общую коллекцию для демонстрации на подиуме считалось более престижным, чем публикация в альбоме мод ГУМа. А что делать, если талантливая вещь слишком выбивалась из общей линии?

Здесь самое время рассказать о том, как решался острый для Отдела мод вопрос повышения качества моделирования. Достаточно сказать, что за полгода, с ноября 1962 г. по апрель 1963 г., отсев составил 30% моделей²⁶⁴. В 1964—1966 гг. ситуация ухудшилась: примерно половина новых моделей, рассмотренных приемочными комиссиями, были либо забракованы, либо требовали переделки²⁶⁵. Начало работы Худсовета было отмечено скандалом: в 1969 г. он забраковал 14,6% представлен-

²⁶² Там же. Д. 75. Л. 146.

²⁶³ Там же.

²⁶⁴ Там же. Д. 75. Л. 155.

²⁶⁵ Там же. Д. 94. Л. 112; Д. 105. Л. 111.

ных на просмотр моделей, а еще 25,9% моделей получили замечания и были отправлены на переделку. В целом доля отклоненных в 1969 г. моделей составила более 40%²⁶⁶. В начале 1970-х годов доля «отбраковки» снизилась до 6—8% в год, однако проблема переделки не теряла актуальность. К примеру, в 1971 г. Худсовет отклонил 46 моделей (около 6% от всех просмотренных), еще 22,4% пришлось переделывать после полученных замечаний. На одном из заседаний Худсовета в 1973 г. из 54 просмотренных моделей почти половина (26 моделей) получили серьезные замечания и были отправлены на доработку²⁶⁷.

В чем причина столь большого числа переделок? В плохой работе модельеров или в слишком строгом подходе Худсовета? Значительный процент отклоняемых моделей свидетельствовал о достаточно взыскательном подходе к качеству моделирования. С другой стороны, с браком нужно было бороться, к тому же переделки удорожали работу и портили благополучные отчетные показатели ГУМа. Узнав о том, что ситуация не улучшается, руководство универмага пригрозило крайними мерами. В 1973 г. был поставлен вопрос о лишении сотрудников Отдела мод творческих дней. Тогда же по инициативе парткома ГУМа низкая эффективность использования творческих дней в коллективе стала предметом обсуждения на партсобрании Отдела мод.

Оплачиваемые творческие дни (один день в неделю), когда модельер или искусствовед Отдела мод мог не являться на службу, были введены приказом директора ГУМа в 1956 г. В общей сложности модельер имел 50 творческих дней в году. Предполагалось, что это время сотрудники Отдела мод будут использовать для повышения квалификации, изучения зарубежного и отечественного опыта моделирования, а также для поиска новых идей в библиотеках, музеях, на выставках и проч.²⁶⁸ В отношении наличия творческих дней модельеры ГУМа оказались приравнены к коллегам из Домов моделей Минлегпрома. Официальное наличие творческих дней давало возможность работы по совместительству. Но, вводя эту систему, руководство ГУМа ожидало от своих модельеров высокой отдачи. Не было секретом и то, что столь необычный для торговой организации «либеральный» рабочий режим, позволявший многим иметь побочные приработки, не у всех в ГУМе встречал понимание. Именно этими настроениями его руководство воспользовалось в 1973 г. Творческие дни для сотрудников Отдела мод в итоге все же были сохранены, а объем переделки моделей в 1974 г. заметно сократился — 14% по моделям одежды²⁶⁹.

²⁶⁶ Там же. Д. 135. Л. 5.

²⁶⁷ Там же. Д. 165. Л. 13, 17; Д. 155. Л. 16, 22.

²⁶⁸ Руководство ГУМа требовало строгого контроля за использованием творческих дней сотрудников. Их обязали заранее сообщать о своих планах и вести дневники творческой работы. В действительности проконтролировать использование творческих дней было весьма затруднительно.

²⁶⁹ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 185. Л. 6—7.

Сейчас трудно сказать, действительно ли в 1974 г. повысилось качество работы модельеров или же руководство ГУМа «повлияло» на Худсовет, заставив его выдать более благополучную цифирь. Неудачные модели случались, конечно, у всех специалистов. Но документы показывают, что в коллективе Отдела мод оказались и модельеры, работы которых, как правило, не нуждались в переделке, и те, у кого процент брака был стабильно высок. Однако уволить последних и влить вместо них более талантливых специалистов было крайне сложно, так как советские законы эффективно защищали работника.

В такой специфической области, как моделирование одежды, трудно было соблюсти и некоторые другие формальные нормы. К примеру, темп работы у всех был разный: некоторые модельеры с трудом выполняли норму по количеству моделей, зато каждая их вещь отличалась высоким качеством и изяществом. Случались у специалистов и творческие кризисы. По словам Д.Б. Шимилиса, жесткие рамки советской планово-директивной системы, изменить которые руководство Отдела мод или ГУМа было не в силах, являлись препятствием для раскрытия творческого потенциала модельеров. Тем более, что многие нормы были нацелены на достижение лишь формального результата²⁷⁰.

Возвращаясь к вопросу о качестве моделирования в Отделе мод ГУМа, хотелось бы обратить внимание на то, что как до, так и после начала работы Худсовета важную роль в дополнительной «отбраковке» моделей выполнял Демонстрационный зал. Во-первых, исходя из принципа комплектности и с целью создания единства образа, его сотрудники подбирали для показов наиболее удачные модели мужской одежды и головных уборов, которые, как говорилось выше, не проходили через Худсовет. Во-вторых, по согласованию с художественным руководителем Отдела мод Демонстрационный зал (в лице его руководителя и искусствоведов) имел право не включать в сезонную коллекцию даже ранее одобренные новые модели, которые он, тем не менее, считал неудачными, неинтересными для публики или не соответствующими концепции коллекции. К примеру, на партсобрании Отдела мод в мае 1963 г. говорилось о том, что Демонстрационный зал бракует одобренные приемочными комиссиями модели на том основании, что они «сырые», плохо сидят на фигурах, имеют конструктивные недостатки, неудачны по форме, цвету и тканям, однообразны и повторяют ранее разработанные модели²⁷¹.

Непросто складывалась ситуация с мотивацией труда. В теории система оплаты должна была стимулировать качественную работу. Но только в 1966 г. в Отделе мод ввели премиальную систему, а до этого

²⁷⁰ Интервью с Д.Б. Шимилисом 29 апреля 2008 г., Москва.

²⁷¹ См. решение закрытого партсобрания Отдела мод ГУМа от 23 мая 1963 г. (ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 75. Л. 155).

работники были в основном на окладах²⁷². Между тем многие ведущие специалисты перешли в Отдел мод из системы индивидуального пошива одежды, где заработки были существенно выше. Так, в 1955 г. ставка главного художника-модельера Отдела Р.А. Зингера составляла всего 1400 руб., а ранее в Ателье он получал 3000 руб. Неудивительно, что сотрудники Отдела мод искали дополнительные приработки — как официальное совмещение, так и «левые» заработки²⁷³. Не отказывались от подработок и манекенщицы²⁷⁴. В результате в 1950—1970-е годы многие модельеры Отдела мод ГУМа выполняли частные заказы по индивидуальному пошиву одежды. У каждого сложился круг постоянных клиентов, как правило, людей, по советским меркам, весьма обеспеченных и влиятельных. Благодаря высокому статусу модельера Отдела мод ГУМа, доходы от такой деятельности были подчас выше официальных зарплат в универмаге.

Пошив одежды на дому в свободное от основной работы время в СССР, как правило, не преследовался. Хотя как в юридическом, так и в моральном плане все это было небезупречно: налогов государству с «левых» доходов модельеры, конечно, не платили, внося свой вклад в теневую экономику. В сложном положении оказались члены КПСС, которые обязаны были, в соответствии с Программой и Уставом партии, не только показывать пример остальным, но и выплачивать партийные взносы со всех своих доходов²⁷⁵. Однако официально признать нелегальные заработки тоже было невозможно. По этой причине многие модельеры не спешили вступать в партию, остальным же оставалось уповать на молчание коллег и клиентов. Неминуемая кара ожидала лишь в том случае, если при пошиве одежды использовался наемный труд или если обнаруживалось выполнение «левых» заказов прямо на рабочем месте, с использованием принадлежащего государству оборудования и материалов. В 1961 г. модельер по головным

²⁷² Там же. Д. 105. Л. 111. До середины 1960-х годов премии выплачивались от случая к случаю. Менялись и критерии премирования. К примеру, одно время небольшая премия выплачивалась модельеру за каждую принятую комиссией модель.

²⁷³ Среди тех, кто подрабатывал официально, были Д.Б. Шимелис (в издательстве в качестве художника-графика), Р.А. Зингер (сотрудничал с театрами, но и имел и «левые» заработки).

²⁷⁴ Регулярные подработки были, например, на швейных фабриках, где действовали свои экспериментальные цеха, но в штате не было манекенщиц. Их также приглашали на выставки (парк «Сокольники», ВДНХ, Парк культуры и отдыха им. М. Горького и др.), для демонстрации изделий иностранных фирм (одежды, парфюмерной продукции), которые предполагалось продавать в СССР.

²⁷⁵ Член КПСС, уличенный в недоплате партвзносов, строго карался. Замять это нарушение было сложно. В таком положении оказался, например, художник Отдела мод Д.Б. Шимелис, получивший взыскание за недоплату взносов из заработка в издательстве и переживший много неприятных минут во время разбора своего персонального дела на партсобрании. Нарушение было типичным: по незнанию Шимелис платил взносы не из начисленной ему суммы, а из получаемой на руки после вычета налогов.

вборам Отдела мод Богачева была уличена в том, что «устроила себе в ГУМе ателье, к ней приходят заказчики со стороны, она имеет побочные заработки»²⁷⁶. Столь явная демонстрация не прошла — Богачева была со скандалом уволена из Отдела мод.

Манекенщицы: «самый трудный участок работы»

Одной из центральных задач Отдела мод ГУМа считалась пропаганда культуры одежды и хорошего вкуса среди советских граждан, главным образом, через публикации лучших моделей и показы модных коллекций в Демонстрационном зале универмага. Как любила повторять в середине 1950-х годов секретарь парторганизации Отдела мод Нора Арнольдовна Лившиц, «наш советский человек должен хорошо одеваться, и мы должны прививать ему хороший вкус»²⁷⁷. Цель действительно важная и актуальная в период 1950—1960-х годов, когда одновременно с урбанизацией и отходом городского населения от традиций и норм поведения, свойственных традиционному обществу, в СССР активно шли процессы индивидуализации вкуса и складывания новых потребительских приоритетов. Нужно сказать, что высокая «*культурническая миссия*» Отдела мод с пониманием воспринималась в универмаге, ежедневно заполнявшимся толпами покупателей, приехавших со всех концов необъятной страны и своим внешним видом и поведением олицетворявших сложность и противоречивость социокультурных процессов, проходивших в СССР.

Из важности «культурнической миссии» модельеров следовал и вывод о том, что те, кто выступает создателями и распространителями социалистической культуры, и сами должны соответствовать высокому образцу. Между тем в специфике деятельности Отдела мод оказалось заложено трудно разрешимое противоречие: конечный результат работы всего коллектива на публике представлял не интеллектуал-искусствовед, не идейно подкованный художник-модельер, а простая девушка-манекенщица или, как тогда называли, демонстратор одежды. Во время дефиле она не произносила ни слова, но походка, жест, мимика, даже принятая поза прекрасно «говорили» за нее перед любой аудиторией.

Более того, порой этот «язык» был более выразителен, чем язык словесной пропаганды, и, кроме того, его было *трудно контролировать*. Манекенщица, если хотела, могла «зарубить» модель или, напротив, представить ее во всем блеске. Своим поведением, манерами, внешним видом она несла в аудиторию воспитательный заряд, порою ничуть не меньший, чем демонстрируемые ею модели.

²⁷⁶ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 63. Л. 14.

²⁷⁷ Там же. Д. 32. Л. 17.

Довольно быстро к ведущим манекенщицам Отдела мод (в первое время в штате всего-то было 6—9 демонстраторов одежды) пришла известность. Они стали, как бы мы сейчас сказали, «лицом» моды ГУМа. Их фотографии, наряду с изображениями манекенщиц с Кузнецкого моста, регулярно публиковались в популярных советских журналах и в вышедших огромными тиражами альбомах мод ГУМа.

Появились цветы, подарки и поклонники, зачистившие на показы в Демонстрационный зал универмага. Все это было очень необычно для традиционного в своей основе советского общества рубежа 1950—1960-х годов, когда внешние данные человека рассматривались как второстепенное по отношению к его внутренним достоинствам, а чрезмерное внимание к своей внешности (особенно у мужчин) откровенно осуждалось. В те годы в обществе одной из главных женских добродетелей считалась не красота, но *скромность*, а кумирами традиционно являлись лишь люди, *заслужившие* почести *общественно полезным трудом*: выдающиеся актеры, ученые, спортсмены, ударники производства. ореол, так сказать, «*незаслуженной*» известности и явно *сомнительной*, «*нескромной*» профессии стал постоянным спутником манекенщиц ГУМа в глазах, по крайней мере, части сограждан.

С 1958—1959 гг. начались регулярные выезды сотрудников Отдела мод с показами моделей за рубеж, а также прием в ГУМе иностранных делегаций, прибывших с ответными визитами. Более половины состава выезжавших за границу составляли манекенщицы — без них обойтись было невозможно. Зарубежные командировки и любые контакты с иностранцами по тем временам считались делом особо ответственным. По понятным причинам вопросы идейного, эстетического воспитания коллектива Отдела мод, а также укрепления трудовой дисциплины оказались в центре внимания партийной организации.

Ситуация осложнялась тем, что на открытые показы в Демонстрационный зал ГУМа зачастили иностранные туристы, наводнившие богатый историческими достопримечательностями центр столицы. После прошедшего в Москве в 1957 г. Всемирного фестиваля молодежи и студентов СССР как бы заново открывался для западного мира. Многие туристы, журналисты, бизнесмены были заинтригованы возможностью увидеть настоящее советское дефиле, воспринимавшееся на рубеже 1950—1960-х годов как экзотика, а тем более познакомиться с людьми из мира советской моды. В те годы о существовании советской моды на Западе никто ничего не знал.

По воспоминаниям сотрудников Отдела мод, были среди иностранцев и такие, кто стал приезжать каждый год. Они покупали обычный билет в Демонстрационный зал ГУМа, по-хозяйски ставили треногу фотоаппарата в проходе и снимали все происходящее на подиуме во время показа. Никакого специального разрешения для этого не требовалось, да и о защите авторских прав тогда речи не было. Одного из таких

«напараци» звали мистер Джонсон, он был американцем, знал русский язык и удивлял всех рассказами о своем знакомстве с популярным в те годы президентом США Джоном Кеннеди и его модницей женой²⁷⁸.

30 июля 1958 г. партком ГУМа специально рассмотрел вопрос о состоянии политико-воспитательной работы в Отделе мод. Кроме традиционных пунктов о бдительности и совершенствовании воспитательной работы, в решении указывалось, что работники Отдела обязаны повышать идейный и общеобразовательный уровень, а также расширять свой кругозор, включая и изучение иностранных языков²⁷⁹. Самым ответственным и наиболее «запущенным» участком была названа работа с манекенщицами. Для такого вывода имелись некоторые основания. Уже первые собеседования с манекенщицами в парткоме, в связи с оформлением выездных документов, привели руководство ГУМа в замешательство, а их ответы на вопросы о внутренней и внешней политике СССР быстро превратились в ходившие по ГУМу анекдоты²⁸⁰. Членов партии среди манекенщиц не было, и только некоторые были комсомолками. А ведь за рубежом манекенщицам предстояло не только работать на подиуме, но и участвовать в приемах, общаться с иностранцами в неофициальной обстановке.

Тут требовалась не только привлекательная внешность, но и «идейная выдержанность», соответствующий культурный уровень, знание основ этикета. Считалось, что именно от поведения советских людей за рубежом во многом зависит и представление за границей об СССР в целом.

«Если мы не будем работать с манекенщицами, они могут нас опорочить. Нужно проводить с ними беседы, вплоть до индивидуальных бесед, с учетом их уровня и подготовки, чтобы наши советские манекенщицы могли ответить на все вопросы, а то некоторые этого сделать не могут. К манекенщицам нужно прикрепить членов партии, наиболее подготовленных политически, чтобы проводить с ними беседы», — ставил задачи в своем выступлении 30 июля 1958 г. секретарь парткома ГУМа Беляков²⁸¹.

В связи с этим заведующей Демонстрационным залом, коммунисту В.И. Гуртовой было дано важное поручение — «опекать» манекенщиц, следить за их поведением и моральным обликом. В качестве агитатора она в течение конца 1950-х и 1960-х годов регулярно, по, судя по ее выступлениям на партсобраниях, без особого энтузиазма «поднимала» культурно-политический уровень манекенщиц путем читки газет по понедельникам и пятницам, а также проведения с

²⁷⁸ Интервью с А. Вавиловой 28 апреля 2008 г., Москва.

²⁷⁹ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 34. Л. 140.

²⁸⁰ Как говорилось в одном из документов, во время собеседований манекенщицы показали «слабую политическую подготовку» (Там же. Д. 56. Л. 103).

²⁸¹ Там же. Д. 34. Л. 143.

ними политбесед²⁸². Политзанятия в коллективе манекенщиц проводила и манекенщица Нина (Антонина) Вавилова, которая была на хорошем счету у руководства Отдела мод.

Несомненно, зарубежные поездки оказывали очень сильное воздействие на манекенщиц, как и на других сотрудников Отдела мод. Речь идет не только о замеченном ими более высоком материальном достатке или о заполненных товарами магазинах. Но и о том, что за рубежом, даже в социалистических странах, отношение к представителям этой профессии, как и к женской красоте и привлекательности в целом, было не таким, как в СССР. За границей манекенщицы ГУМа ощущали себя почти королевами, так как на приемах, зачастую проходивших в бывших аристократических апартаментах, они неизменно оказывались в центре внимания. Показательно, что на большинстве зарубежных фотографий они буквально светятся от улыбок. Правда, потом от этого праздника жизни трудно было быстро отойти. Психологически понятно, почему в документах факты «заснайства» и «капризности» со стороны манекенщиц фиксировались особенно часто именно после их возвращения из заграницы.

1 июля 1960 г. коммунисты Отдела мод собрались для обсуждения закрытого письма ЦК КПСС «О повышении политической бдительности»²⁸³. В центре внимания оказались сотрудники, часто выезжавшие за рубеж, в первую очередь манекенщицы. По мнению членов партии Отдела, манекенщицы обязаны быть не только политически грамотны, но и морально устойчивы, так как за границей об СССР судят, в том числе, и по их поведению и внешнему облику. Как повторяла парторг Отдела Н.А. Лившиц, «необходимо манекенщиц воспитывать и политически, и морально»²⁸⁴.

В связи с этим резкую критику вызвал внешний вид манекенщиц и несколько свободная манера поведения. В частности, говорилось о том, что порою они ходят во время примерок полуобнаженными, шокируя случайных посетителей Демонстрационного зала из числа работников ГУМа. «Пора призвать их к порядку, запретить ... во время работы на сцене ходить в полуобнаженном виде», — предлагала коммунист В. Карташова, не делая скидку на особенности труда манекенщиц²⁸⁵.

Члены партии, особенно женщины в возрасте, полагали, что и после работы манекенщицы ГУМа должны вести себя более скромно, чтобы «не выделяться». «Манекенщицы вне рабочего времени не должны так [сильно] гримироваться, — отмечала Петросян. — Своим внеш-

²⁸² Там же. Д. 63. Л. 6.

²⁸³ К этому времени среди 96 сотрудников Отдела мод насчитывалось 11 членов партии.

²⁸⁴ См.: Протокол партсобрания Отдела мод № 10 от 26 мая 1961 г. (ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 63. Л. 23).

²⁸⁵ Там же. Д. 56. С. 104.

ним видом они напоминают шансонеток, обращают на себя внимание, и любой иностранец может использовать их в своих целях. Мы должны брать у Европы все лучшее и применять у себя все в меру. А у наших манекенщиц дешевый шик и даже внешне у них очень легкомысленный вид»²⁸⁶. Тему поддержала заведующая швейной мастерской Отдела мод Г.Д. Швец: «Наши манекенщицы действительно ведут себя неприлично. Все европейские делегации, которые приезжают к нам, вели себя очень скромно. Нашей парторганизации и местному следует поднять вопрос о внешнем облике манекенщиц»²⁸⁷. По ее мнению, тяга к «дешевому шику» являлась наглядным свидетельством низкого культурного уровня и недостатков в эстетическом воспитании манекенщиц.

В начале 1962 г. вопрос о неподобающем внешнем виде манекенщиц Отдела мод был вынесен на страницы многотиражной газеты ГУМа «За образцовую торговлю», где по этому поводу появилась критическая статья. Специальное обсуждение этой темы состоялось на заседании профкома ГУМа, а 24 мая 1962 г. — вновь на партсобрании Отдела мод²⁸⁸. Претензии к манекенщицам были прежними: вульгарный внешний вид, причем как во время показов (чрезмерно ярко гримируются), так и после работы. «В наше время в нашей стране нельзя так показывать моды. Облик нашей женщины не должен быть таким. Даже наши актеры не гримируются так», — с пафосом отмечала сотрудница Петросян²⁸⁹.

Когда спустя почти 50 лет один из авторов настоящей книги зачитывал эти строки из архивных документов бывшим сотрудникам Отдела мод ГУМа, то воспринимались они, скорее, с удивлением. Вспомнив, что, к примеру, «прима» тех лет манекенщица Тамара Мингашудинова, как правило, вообще не красилась вне сцены, хотя кто-то, конечно, любил поярче подвести помадой губы, а кто-то выразительнее обозначить глаза, интервьюируемые так и не смогли припомнить ни одной манекенщицы в Отделе мод конца 1950-х — начала 1960-х годов, которую можно было бы действительно назвать вульгарной. Зато со смехом рассказывали, как трудно было в 1950-е годы достать в Москве косметику (без грима не выйдешь на сцену) и что нередко они вынуждены были «химичить» — варить тушь и помаду сами²⁹⁰.

В смете Отдела мод подобные расходы не были предусмотрены. Правда, одно время в Демонстрационный зал была взята по совместительству гримерша, имевшая опыт работы в московских театрах. Но она одна все равно не успевала сделать макияж всем манекенщицам накануне и корректировать его во время показа, поскольку во

²⁸⁶ Там же. Л. 103.

²⁸⁷ Там же.

²⁸⁸ Там же. Д. 75. Л. 138.

²⁸⁹ Там же. Л. 140.

²⁹⁰ Интервью с Д.Б. Шимилисом и с А. Вавиловой 30 апреля 2008 г., Москва.

время каждого сеанса манекенщица демонстрировала 6—7 разноплановых моделей. В начале 1960-х годов руководство Отдела мод сочло ее присутствие излишним и уволило²⁹¹. Как правило, макияж и прически, соответствовавшие образу демонстрируемой модели, манекенщицы делали себе сами, помогая в этом друг другу. Как сетовала в 1962 г. на одном из партсобраний модельер Е. Томашевич, «они не знают, как класть грим, и никто их не учит этому»²⁹². Манекенщиц ГУМа долгое время никто не учил и тому, как нужно «правильно» ходить по подиуму²⁹³. Только в начале 1967 г. с вновь принятыми на работу были организованы специальные занятия «по хореографии и ритмике и по созданию образности в показе»²⁹⁴. Неудивительно, что все первые советские манекенщицы были талантливыми самоучками.

Трудно поверить, но, в отличие от платьев или пальто, которые всегда подгонялись по фигуре конкретной манекенщицы и были тем самым как бы «закреплены» за нею, головные уборы, перчатки, пояса, иные аксессуары и даже украшения (коллекции бижутерии часто привозили в подарок коллеги из социалистических стран), а также использовавшаяся на показах обувь были в Отделе мод в «общем пользовании». Подобно театру, все это считалось реквизитом. Особенно большие страдания вызывала переходившая от одной манекенщицы к другой разношенная обувь. Бывали случаи, когда перед выходом приходилось одевать туфли на размер больше или меньше своего — нужного размера не было. Как правило, в общий фонд поступала обувь, смоделированная и пошитая в самом Отделе мод. Изготовленная по моделям А.К. Оганесова, она была яркой и красивой, но колодка неудобная и ноги к концу дня сильно уставали²⁹⁵. В 1960-е и 1970-е годы руководством Отдела неоднократно ставился вопрос о закреплении предназначенной для показов модельной обуви за конкретными манекенщицами, но изготовление такого количества пар обуви считалось слишком накладным делом. Некоторые манекенщицы предпочитали выходить на сцену в собственной обуви (это в принципе не запрещалось), но подобрать, чтобы она подходила по цвету и фасону к демонстрируемой модели, тоже было не просто.

Зачастую манекенщицы для пользы дела — чаще всего, во время ответственных показов — по собственной инициативе приносили для выхода на подиум свои личные, более качественные и модные вещи (пояса, перчатки, сумочки и др.) в качестве дополнения к моделям. В конце 1950-х годов присутствовавший на одном из таких закрытых

²⁹¹ Там же.

²⁹² ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 75. Л. 169.

²⁹³ Как правило, манекенщицы учились профессиональному мастерству самостоятельно — по модным журналам и фильмам, у старших коллег, у иностранных манекенщиц, приехавших в СССР, а также во время выездов за рубеж.

²⁹⁴ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 110. Л. 194.

²⁹⁵ Интервью с А. Вавиловой 29 апреля 2008 г., Москва; Интервью с Л. Лобачевой (Андреевой) 30 апреля 2008 г., Москва.

показов в Демонстрационном зале А.И. Микоян обратил внимание на шикарную сумочку, с которой вышла на подиум манекенщица Людмила Андреева. После демонстрации она вынуждена была признаться, что это ее личная вещь заграничного производства (в СССР такие фасоны сумок тогда не выпускались). Микоян похвалил молодую манекенщицу за инициативу²⁹⁶.

В некоторых случаях просило выручить и руководство Отдела. К примеру, когда в начале 1963 г. для показов в Демонстрационном зале срочно потребовались зонты, которых «нигде в ГУМе достать не могли», руководители Отдела мод попросили манекенщиц по возможности приносить свои зонтики из дома²⁹⁷. Любопытно, что в порядке обязательств в соцсоревновании манекенщицы также самостоятельно делали мелкий ремонт моделей, которые они демонстрировали (подшивка оторвавшихся пуговиц и проч.)²⁹⁸.

Конечно, зарубежные поездки использовались манекенщицами ГУМа для приобретения необходимых им для работы качественных вещей, в особенности дефицитных в СССР белья, парфюмерии и косметики. Из этого никто не делал секрета. Нижнее белье, к примеру, манекенщицам полагалось приобретать за свой счет. О хорошем белье разговор особый, поскольку без него модели зачастую просто «не смотрелись». Модельеры нередко жаловались, что манекенщицы не надевают на примерки лифов и белья, подходящих по фасону и другим особенностям разрабатываемой модели²⁹⁹. Но в СССР качественное нижнее женское белье долгое время вообще не производилось.

Между тем повседневная жизнь в Отделе мод существенно отличалась от прописанных правил. К примеру, каждый модельер накануне демонстрации своей новой модели перед Худсоветом должен был вывести манекенщицу на «язык» и окончательно устранить возможные мелкие недостатки в изделии (по длине, ширине платья и проч.). На деле все это, как правило, передоверялось манекенщицам. Более того, зачастую модельеры сами не занимались подбором обуви, головного убора, шарфа, бижутерии, соответствующих новой модели, отдавая, как свидетельствуют документы, эту свою обязанность «на откуп» манекенщицам, которые и подбирали аксессуары к моделям по собственному вкусу и разумению³⁰⁰. Такая практика, безусловно, усиливала значимость неформальных отношений между модельером и манекенщицей, фактически делая манекенщицу соавтором образа, в основе которого лежала новая модель.

²⁹⁶ Интервью с Л.М. Лобачевой (Андреевой) 30 апреля 2008 г., Москва.

²⁹⁷ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 84. Л. 184.

²⁹⁸ Там же. Д. 110. Л. 169.

²⁹⁹ Об этом говорила, в частности, на партсобрании Отдела мод ГУМа в январе 1963 г. модельер Е.Н. Истомина (Там же. Д. 84. Л. 179).

³⁰⁰ Там же. Д. 165. Л. 54.

Считалось нормой, что «в обмен» манекенщицы могли негласно воспользоваться некоторыми поблажками и привилегиями. К примеру, приобрести для себя со скидкой снятые с показов модели. Иногда перед поездкой, чтобы выглядеть достойно за рубежом не только на подиуме, манекенщицам разрешалось приобретать по символической цене шикарные импортные вещи из закрытой 200-й секции ГУМа.

Хотели ли они выделяться и производить впечатление всегда и везде? Конечно. Тем более, что в Демонстрационном зале не было отбоя от поклонников, среди которых значились и люди весьма приметные. К примеру, в течение многих лет «прима» Отдела мод Т. Мингашудинова была музой сердца Ваню Микояна — сына министра торговли Анастаса Микояна и племянника знаменитого авиаконструктора советских МиГов Артема Микояна. Следует учесть и то обстоятельство, что круг общения молодых незамужних манекенщиц ГУМа вне работы составляли преимущественно знакомые из считавшейся «элитарной» московской артистической и дипломатической среды. Многие мечтали выйти замуж за дипломата или за иностранца. Но скромная зарплата манекенщицы не всегда позволяла соответствовать уровню компании. Поэтому на праздники, вечеринки, походы в театр манекенщицы ГУМа, словно золушки из знаменитой сказки, могли вопреки всем правилам «взять напрокат» свои вечерние модели из коллекции Отдела мод, чтобы поразить нарядами молодых людей и совершенно затмить своих соперниц³⁰¹.

Сегодня в критике в свой адрес по поводу недостаточной скромности бывшие манекенщицы видят, главным образом, проявление характерного для советского общества в целом, а не только для ГУМа конфликта поколений и элементы перестраховки, связанной с политическими кампаниями тех лет. В чем-то, конечно, манекенщицы оказались заложницами времени и своей необычной, уж слишком «несоветской» профессии. Не секрет, что многие люди старшего поколения не только к манекенщицам, но и к самой, разрушавшей патриархальные устои, приверженности моде продолжали относиться негативно. Характерный эпизод: когда в середине 1950-х годов начинающая модель ОДМО Валентина Яшина решила прогуляться в брюках по улицам Москвы, ее встретило негодование прохожих, некоторые даже пытались пристыдить. Домой девушка вернулась в слезах³⁰². Женщинам, по мнению консерваторов тех лет, прилично носить брюки только во время отдыха и занятий спортом. В этом смысле модельеры ГУМа во второй половине 1950-х годов выступали

³⁰¹ Интервью с Л.М. Лобачевой (Андреевой) 30 апреля 2008 г., Москва. Сама Людмила Андреева (по мужу Лобачева) трудилась манекенщицей в ГУМе с 1954 до 1961 г., после чего уехала с мужем-дипломатом за границу. По возвращении в 1969—1982 гг. работала художником-модельером по головным уборам в экспериментальном цехе одного из столичных швейных объединений.

³⁰² URL: <http://www.artantique.ru/article-item.phtml?id=7>

почти «революционерами моды», поскольку уже тогда моделировали и пропагандировали женские брючные костюмы и ансамбли. Этими настроениями заражались, конечно, и манекенщицы ГУМа.

Между тем осенью 1962 г. политическая волна, связанная с принятием в 1961 г. новой, третьей Программы КПСС, докатилась до первичных парторганизаций ГУМа. В сентябре и октябре 1962 г., в связи с обсуждением задач воспитания нового человека, партийцы Отдела мод на своих собраниях вновь и вновь обращались к своему «слабому звену» — недостаткам в воспитательной работе с манекенщицами. В выступлениях звучали нотки недоверия и подозрительности по отношению к ним. «Нужно не только улучшить их производственную работу, но и знать, *чем они дышат в быту*», — призывала в сентябре 1962 г. секретарь парторганизации Отдела Н.А. Лившиц (выделено нами. — Авторы)³⁰³. Спустя месяц примерно те же слова прозвучали из уст худрука Отдела мод Д.Б. Шимилиса. По его мнению, общение с иностранцами «накладывает на них особую ответственность в отношении политического и культурного уровня развития, в отношении морального облика. Между тем мы не всегда знаем, чем дышат манекенщицы в быту, да и поведение их зачастую желает быть лучшим...»³⁰⁴. Озабоченность Шимилиса поддержала коммунист Петросян: «Когда наша молодежь сталкивается с иностранцами, она должна быть хорошо подготовлена... Большая воспитательная работа должна повседневно проводиться среди нашей молодежи, особенно манекенщиц. Интуристы, которые приезжают к нам из-за границы... ищут людей слабых, склонных к сотрудничеству с ними»³⁰⁵.

Еще более откровенно высказалась по этому поводу на партсобрании Г.Д. Швец: «Культурный обмен с зарубежными странами имеет хорошие и плохие стороны»³⁰⁶. Имелось в виду, что открытие «железного занавеса» ведет к проникновению в СССР западных ценностей. В подтверждение этих слов коммунисты Отдела мод посетовали на то, что поездки за границу наглядно показали: интересы манекенщиц сводятся «только к одежде», к приобретению импортных «шмоток». Прикрепленная к манекенщицам коммунист В.И. Гуртовая подверглась критике за то, что недостаточно следит за молодежью и «всегда стоит горой за манекенщиц, всегда защищает их»³⁰⁷. В решении партсобрания от 18 октября 1962 г. был внесен пункт о необходимости проведения специальных инструктивных бесед со всеми выезжающими за рубеж о нормах морального кодекса строителя коммунизма, а также о правилах поведения и хорошего тона³⁰⁸.

³⁰³ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 75. Л. 144.

³⁰⁴ Там же. Л. 162.

³⁰⁵ Там же.

³⁰⁶ Там же. Л. 163.

³⁰⁷ Там же. Л. 144.

³⁰⁸ Там же. Л. 164.

Среди защитников манекенщиц от наиболее явных перестраховщиков был руководитель Отдела мод, беспартийный Н.Я. Кац (он присутствовал на открытых партсобраниях по должности). Когда в очередной раз на партсобрании 18 апреля 1961 г. заговорили о том, «как бы чего не вышло», он возразил: «Манекенщиц мы посылаем за границу, облакаем большим доверием, почему мы боимся за них? У нас есть манекенщица Вавилова, это человек морально устойчивый, безусловно предана, а недостатки есть у нас у всех»³⁰⁹.

Несмотря на то, что и в дальнейшем со стороны парткома ГУМа звучали жалобы на недостаточно высокий политический и культурный уровень выезжающих за рубеж манекенщиц (некоторые не могли пройти собеседование в парткоме с первой попытки³¹⁰), острые дискуссии о манекенщицах Отдела мод, состоявшиеся в конце 1950-х — начале 1960-х годов, способствовали тому, чтобы обратить внимание на улучшение условий их труда, а также создание возможностей для повышения не только политического, но и культурно-образовательного уровня.

Среди прочих форм обучения для Отдела мод особенно актуальными оказались курсы иностранных языков. В них были особенно заинтересованы модельеры и манекенщицы. Вопрос об организации таких курсов неоднократно ставился партийной организацией Отдела мод перед Отделом кадров универмага. Однако, как следует из документов, в 1960—1970-е годы такие курсы то открывались, то снова закрывались³¹¹. В результате общение с иностранцами велось в основном через профессиональных переводчиков.

Судя по архивным материалам 1960-х годов, коммунисты Отдела мод стали чаще упоминать на партсобраниях, что труд манекенщицы очень тяжелый и что им необходимо создавать условия и для работы, и для полноценного отдыха. Худрук Д.Б. Шимилис отмечал, что «манекенщицы должны иметь время для поддержания своего внешнего вида». В принципе в Отделе мод у них был дополнительный свободный день — четверг, предназначенный для посещения парикмахерских, отдыха, занятия спортом и т.д. Но на практике он не выдерживался, так как зачастую и в свободный день манекенщиц вызывали на работу³¹².

³⁰⁹ Там же. Д. 63. Л. 20.

³¹⁰ Руководитель Отдела мод А.Г. Горшкова отмечала на открытом партсобрании 22 октября 1964 г.: «Очень серьезно предупреждаю манекенщиц, что при утверждении характеристик будет учтен их идейно-политический уровень. На парткоме при утверждении характеристик для поездки за границу не будут утверждать их, если манекенщицы не будут в курсе всех политических событий» (Там же. Д. 94. Л. 137). В сентябре 1968 г. представитель парткома ГУМа заявил: «Политический и культурный уровень манекенщиц очень низкий. Мы вынуждены были дважды возвращаться к утверждению кандидатур выезжающих за границу» (Там же. Д. 219. Л. 116).

³¹¹ Там же. Д. 94. Л. 136.

³¹² Там же. Д. 110. Л. 102.

Со второй половины 1960-х годов общий тон партсобраний, на которых обсуждалась работа манекенщиц Отдела мод ГУМа, в целом носил более взвешенный и в меньшей мере политизированный характер, чем ранее. Манекенщицы по-прежнему критиковались за периодические опоздания, за «бесконечные разговоры на различные темы, курение и смех», и за то, что не всегда «выкладываются» на повседневных сеансах. Однако, как специально отмечалось на одном из партсобраний в 1967 г., во время ответственных показов и выступлений за рубежом манекенщицы не подводят: они «собираются» и работают блестяще³¹³.

На середину 1960-х годов пришелся период обновления состава манекенщиц Отдела мод — произошла смена поколений. В связи с увеличением числа моделирующих организаций в Москве, профессия манекенщицы неожиданно оказалась востребованной. На работу пришло много молодежи, и одновременно увеличилась текучесть кадров: девушки уходили туда, где предлагали лучшие условия и более высокую зарплату. К сожалению, ГУМ этим похвастаться не мог. Наоборот, именно в этот период объем работы и, соответственно, нагрузка на манекенщиц здесь существенно увеличились. Отдел моды постоянно ездил с показами за границу, а также демонстрировал коллекции вне Москвы. Но поскольку работа Демонстрационного зала не прекращалась, встал вопрос о наборе второго состава моделей³¹⁴. Однако «выбить» новые ставки, а тем более быстро подобрать хорошую манекенщицу оказалось не так-то просто.

На партийно-хозяйственном активе Отдела мод 15 января 1963 г. с резкой критикой работы коллектива Демонстрационного зала выступили беспартийные — ведущие модельеры Отдела Л.Ф. Аверьянова и Р.А. Зингер. По мнению Аверьяновой, недопустимо, что модели выпускаются на показы вне принципа комплектности — «пальто без шляп, костюм без зонта, перчатки, обувь — все изношенное, грязное. Любая модель от этого проигрывает». По ее словам, «манекенщицы выходят на показы небрежно одетые, причесаны кое-как, в грязных чулках и стоптанной обуви. Стоят на авансцене и разговаривают друг с другом. Они сами по себе, а публика — как хочет»³¹⁵. С ее словами оказался солидарен Зингер, нарисовавший в своем выступлении такую картину: «Зайдешь в Демзал — там так скучно ходят по “языку” манекенщицы, с такими безразличными, застывшими лицами, что уж гут говорить об образе. Музыка играет сама по себе, один всем надоевший мотив. Единственное оживление вносит Вавилова»³¹⁶.

³¹³ Там же. Л. 110.

³¹⁴ На партсобраниях в 1966 г. отмечалось, что среди манекенщиц ГУМа высока текучесть кадров, а набрать второй состав манекенщиц пока не удается (Там же. Д. 105. Л. 89).

³¹⁵ Там же. Д. 84. Л. 180.

³¹⁶ Там же.

Только в 1968 г. Отделу мод ГУМа удалось, наконец, завершить набор второго состава манекенщиц, среди которых оказались в основном молодые девушки. «Ходят они плохо, а (демонстрируемые ими в Демонстрационном зале. — *Авторы*) модели еще хуже. Очень много упреков со стороны посетителей Демзала, многие требуют обратно деньги за билет», — с тревогой отмечалось на одном из партсобраний в сентябре 1968 г.³¹⁷

От манекенщиц по-прежнему требовали «вхождения в образ» в зависимости от характера демонстрируемой ими одежды. В частности, нарекания вызывали случаи, когда порядком уставшие к концу показа манекенщицы были уже не в состоянии изобразить положенной торжественности при демонстрации длинных вечерних туалетов³¹⁸. В 1967—1969 гг. в центре внимания парторганизации вновь оказалось поведение молодых манекенщиц: опоздания на примерки, грубость по отношению к модельерам³¹⁹.

Особенно много хлопот тогда доставляла молодая манекенщица Жучкова, которая конфликтовала с модельерами и вносила нервность в работу коллектива. «Мне трудно с ней говорить, она дерзит и говорит гадости в присутствии коллектива», — сетовал в 1969 г. худрук Д.Б. Шимилис³²⁰. Рассказывая собранию о том, с каким трудом ей приходилось улаживать такие конфликты, секретарь парторганизации Отдела мод Л.В. Красноперова отмечала, что «Жучкова не знает элементарных правил приличия». Красноперову тревожило и то, что случай с Жучковой не единственный. По ее словам, молодые манекенщицы подчас не испытывают должного пиетета по отношению к более старшим по возрасту, должности и жизненному опыту художникам-модельерам и конструкторам одежды. На партсобраниях это нередко трактовалось как конфликт поколений: «Старшее поколение наше дисциплинированное, приходит на работу, чтобы работать. А манекенщицы сперва накурятся, потом отдохнут, а работа у них “между прочим”», — отмечала Красноперова³²¹. Даже спустя 20 лет после начала деятельности Отдела мод ГУМа манекенщицы по-прежнему считались «самым трудным участком работы».

Страсти по загранице

Как уже упоминалось, сотрудники Отдела мод ГУМа сравнительно рано — с конца 1950-х годов стали регулярно направляться за рубеж. Международное сотрудничество в области моделирования преследовало

³¹⁷ Протокол партсобраний Отдела мод ГУМа от 18 сентября 1968 г. (Там же. Д. 219. Л. 117).

³¹⁸ Там же. 155. Л. 99.

³¹⁹ Там же. Д. 110. Л. 222.

³²⁰ Там же. Д. 126. Л. 55.

³²¹ Там же. Л. 56.

как практические, так и пропагандистские задачи. К первым относился столь необходимый специалистам обмен опытом, изучение современных модных тенденций в странах Запада и социалистического блока, налаживание личных творческих контактов, формирование единых подходов к моде и культуре одежды в рамках СЭВ. Пропагандистские цели были направлены на формирование положительного имиджа СССР в глазах иностранцев, которые должны были поверить не только в то, что в СССР существует мода, но и что рядовые советские люди одеваются (или, во всяком случае, скоро будут одеваться) не хуже, чем на Западе.

Международное сотрудничество развивалось в нескольких основных направлениях. Во-первых, лучшие модели Отдела мод ГУМа периодически включались в состав «сборных» коллекций одежды и обуви, которые СССР представлял на выставках и ярмарках за рубежом. В частности, модели одежды Отдела мод ГУМа были включены в коллекцию СССР на международной Лейпцигской ярмарке 1958 г., по итогам которой массовым тиражом был издан специальный альбом³²².

Для на Всемирной выставки 1958 г. в Брюсселе было отобрано 48 моделей обуви Отдела мод ГУМа³²³. В первое время формирование «сборных» коллекций было вынужденной мерой, связанной со слабостью моделирующих структур и дефицитом моделей, которые не стыдно было показать за рубежом. А в 1970-е годы, когда ситуация изменилась, «сборные» коллекции создавались в том случае, когда необходимо было продемонстрировать наличие в СССР большого числа моделирующих организаций достаточно высокого уровня.

Главным недостатком «сборных» коллекций являлось отсутствие в них внутреннего художественного единства, не говоря уже о дополнительных организационных проблемах. Поэтому ведущим моделирующим организациям СССР, в том числе и Отделу мод ГУМа, с конца 1950-х годов было поручено создавать своими силами «фирменные» коллекции одежды, специально предназначенные для демонстраций за рубежом. К разработке зарубежных коллекций должны были привлекаться лучшие специалисты, для пошива и обработки образцов государством выделялись лучшие материалы — от меха и тканей до красителей и фурнитуры. Тем самым в плане снабжения материалами моделирующая организация, работающая одновременно на «внутренний рынок» и «на границу», оказывалась в привилегированном положении.

При создании заграничных моделей модельеры ГУМа могли наконец-то не сдерживать полет своей фантазии и не обращать внимания на принятые в СССР нормы и ограничения — нормативы расхода тканей, нормативы числа примерок на манекенщицах и др. По

³²² Для демонстрации этих моделей от ГУМа был послана манекенщица А. Вавилова.

³²³ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 39. Л. 179.

словам бывшего худрука Отдела мод Д.Б. Шимилиса, в ГУМе приветствовался творческий подход при создании зарубежных коллекций. Это не только давало быстрые положительные результаты, но и наглядно демонстрировало коллективу, насколько продуктивнее могла бы вестись работа по моделированию при условии отсутствия дефицита необходимых материалов и отмены излишних ограничений³²⁴.

В конце 1960-х годов модельеры признавались, что «иностранные» коллекции позволяли на время отойти от условностей гумовской «утилитарной моды», предназначенной для «среднего советского человека». Но даже вывозившиеся за рубеж модели повседневной одежды, как правило, пошивались из экспериментальной или импортной ткани, и уже в силу этого не могли считаться доступными в СССР. В этом смысле никакой принципиальной разницы между «вывозными» моделями ГУМа и того же ОДМО не существовало.

Кроме соображений престижности, разработка «зарубежных» коллекций давала твердую гарантию командирования сотрудников за границу для демонстраций одежды. За рубеж ездили также за новыми впечатлениями и за покупками. Все это стимулировало коллектив Отдела мод ГУМа делать зарубежные коллекции как можно лучше, достойно их преподнести, получить благожелательные отзывы зрителей. В этом случае можно было рассчитывать на продолжение своего участия в международном сотрудничестве. По воспоминаниям бывших сотрудников Отдела мод, этот стимул был определяющим: все старались сделать свою работу как можно лучше, люди «выкладывались», и зарубежные показы действительно проходили на более высоком уровне, чем ставшие повседневной рутинной демонстрации одежды в Демонстрационном зале ГУМа. Как признавалась в 1965 г. в интервью немецким журналистам после триумфального дефиле в Эрфурте манекенщица А. Вавилова, «такие зарубежные поездки являются кульминационным моментом в жизни манекенщиц ГУМа»³²⁵.

Вопрос о профессиональном уровне «иностранных» коллекций ГУМа и их конкурентоспособности на Западе, по большому счету, остается открытым, так как мы не обладаем отзывами на это счет независимых экспертов в области моды (возможно, таких отзывов вообще не бывает). В интервью с бывшими сотрудниками универмага, а также в изученных нами архивных документах демонстрации коллекций ГУМа за рубежом всегда оценивались советской стороной как большой успех. В качестве доказательства, кроме собственных впечатлений, приводилась реакция публики и журналистов. Вероятно, успех действительно был, особенно в первое время, когда само существование моды в СССР оказалось сенсацией для Запада. Однако, судя по

³²⁴ Интервью с Д.Б. Шимилисом 30 апреля 2008 г., Москва.

³²⁵ Nina und die «Weisse Nacht»: «Erfurter Dedutein Triumph für uns» — Gespräch mit Nina Wawilowa vom GUM // Turingische Landeszeitung. 1965. 14.11. S. 1.

всему, какие-то коллекции были более успешными, а другие — менее. Нужно учитывать и тот факт, что объективная критика вряд ли могла исходить и от принимающих делегации ГУМа организаций из стран «восточного блока». Все это заставляет относиться к информации о триумфе моделей ГУМа за рубежом с определенной осторожностью.

Следует также иметь в виду, что показы мод ГУМа чаще всего проходили на многосторонних и двусторонних торгово-промышленных выставках и ярмарках, а также на днях советской культуры, организуемых в рамках программ укрепления дружбы, сотрудничества и культурных связей между СССР и зарубежными странами³²⁶. То есть, эти мероприятия были ориентированы в основном на культурно-просветительские цели, а профессиональные вопросы моделирования неизбежно отходили на второй план.

Поездки не были инициативой самого универмага. Такого рода мероприятия планировались и готовились заранее, а решения о подготовке зарубежных коллекций Отдела моды ГУМа поступали, как видно из архивных документов, из Президиума Совета Министров СССР или Верховного Совета СССР³²⁷. Столь высокий уровень поручений подчеркивал государственную значимость зарубежных показов советской моды.

Уже в 1957—1959 гг. модели ГУМа впервые увидели жители США, Финляндии, Югославии, Объединенных Арабских Эмиратов, ГДР, Польши, Болгарии, Чехословакии. В 1960—1970-е годы они демонстрировались в основном в социалистических и некоторых развивающихся странах, а также в Финляндии, с которой у СССР были, как известно, особые отношения.

Манекенщице Людмиле Андреевой особенно запомнилась первая в истории универмага поездка в Прагу в 1958 г., принесящая моделям ГУМа большой успех. Это был уже ответный визит: в 1957 г. коллеги из Чехословакии первыми посетили Москву и провели несколько показов мод в Демонстрационном зале ГУМа. По словам Андреевой, год спустя чешская публика была в особом восторге от включенных в советскую коллекцию вечерних платьев, которые тогда казались молодой манекенщице почти совершенством³²⁸.

³²⁶ К примеру, в соответствии с решением Президиума Совета Министров СССР от 24 мая 1974 г., ГУМу была поручена организация показов советской моды (коллекция осень—зима) на выставке культуры одежды в г. Либериц (Чехословакия) с 15 июля по 5 августа 1974 г. На этой выставке были представлены организации торговли, швейной промышленности и моделирования из ЧССР, Польши, Венгрии, ГДР и СССР (ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 185. Л. 7). Отдел мод ГУМа с большим успехом показал там свою коллекцию «осень—зима 1974—1975 г.». В том же 1974 г. в ГУМе побывал с ответным визитом «Дом модного одивани» («Дом модной одежды») из Чехословакии со своей коллекцией (За образцовую торговлю. 1974. 23 окт. (41 (1040)). С. 4).

³²⁷ При Совете Министров СССР и Президиуме Верховного Совета СССР существовали постоянно действующие комиссии по внешнеэкономическим вопросам.

³²⁸ Интервью с Л. М. Лобачевой (Андреевой) 28 апреля 2008 г., Москва.

Спустя полвека эта одна из первых зарубежных поездок Отдела мод ассоциировалась у Андреевой исключительно с праздником: комфортабельная гостиница в центре города, прекрасное обслуживание, официальные приемы, пикники на природе, красивые виды Праги, поездки в горы и проч. Все это, по ее словам, кружило голову³²⁹.

Одним из чешских партнеров Отдела мод ГУМа стал центр моды «Дом модного одивани» («Дом модной одежды») — ровесник Отдела мод ГУМа. Созданный в 1954 г., к 1974 г. «Дом» включал в себя семь элитных салонов индивидуального пошива женской и мужской одежды, располагавшихся в Праге.

Как и ГУМ, он занимался моделированием, создавая свои сезонные коллекции и дважды в год устраивая их демонстрации. Правда, в отличие от советского универмага, один из салонов «Дома» под названием «Прага-мода» оперативно пошивал лучшие модели фирмы малыми сериями. Затем эти изделия поступали в пражские магазины, где пользовались большим спросом у покупателей. То есть, «Дом модного одивани» совмещал не только функции Отдела мод и Ателье индпошива, но имела и собственную производственную базу, дававшую фирме независимость от крупных швейных фабрик. Кроме того, с оглядкой на западный опыт «Дом модного одивани» стал практиковать создание персональных коллекций одежды, а также коллекций из моделей, созданных несколькими модельерами. К примеру, авторами чешской коллекции, показанной в Демонстрационном зале ГУМа в 1974 г., были всего два модельера — Инна Арнаутова и Здена Баурова³³⁰.

Во многом сходная ситуация сложилась в Польше. Польским партнером Отдела мод ГУМа стала известная фирма «Мода польска». В руках фирмы было сконцентрировано как моделирование, так и производство вещей малыми сериями, а также продажа одежды через сеть фирменных магазинов. По сравнению с ней у ГУМа отсутствовала ключевая цепочка — производственная база. Изделия с товарным знаком «Moda polska» считались дорогими и качественными. Нужно сказать, что более либеральный со времен Гомулки (1956 г.) польский опыт в области потребления, с которым удалось ознакомиться представителям ГУМа уже

³²⁹ См.: За образцовую торговлю. 1974. 23 окт. (№ 41 (1040)). С. 1. См. также: Интервью с Л.М. Лобачевой (Андреевой) 28 апреля 2008 г., Москва.

³³⁰ О сотрудничестве ГУМа с чехословацкими модельерами подробнее см.: *Вавилова А.* «Мода, традиция, индивидуальность» // За образцовую торговлю. 1974. 23 окт. (№ 41). С. 4. В принципе СССР совмещение функций индивидуального пошива и моделирования одежды тоже существовало, но не в ГУМе, а в рамках созданных в начале 1960-х годов региональных управлений индивидуального пошива одежды и обуви, входивших в систему республиканских министерств бытового обслуживания населения. Однако самостоятельное производство модных вещей малыми сериями и здесь было ограничено по ряду причин, в том числе в силу утрированной трактовки принципа специализации, а также из-за трудностей централизованного планирования и опасения разрастания размеров теневой экономики.

в начале 1960-х годов и который только в последнее время становится предметом научного изучения в самой Польше³³¹, существенно отличался от советской практики. В частности, в Москве не было частных ателье индпошива, как в Варшаве. В отличие от «Моды польска», ГУМ безуспешно пытался создать собственный брэнд, а также договориться о производстве вещей малыми сериями по своим моделям. Остался не востребованным в СССР и опыт крупнейшего варшавского универмага «Domy Towarowe Centrum» («Центр товаров для дома»), который, как и советский ГУМ, имел Демонстрационный зал и штат модельеров.

С 1960-х годов, когда делегации ГУМа начали посещать Польшу, «Domy Towarowe Centrum» стал демонстрировать публике сезонные коллекции под названием «Hoffland», созданные трудившейся под маркой этого универмага талантливым модельером, известной журналисткой Барбарой Хофф (Barbara Hoff). В 1960-х годах в ГУМе об авторских коллекциях не могло идти и речи. В СССР эта идея была впервые реализована только в начале 1980-х годов модельером Славой Зайцевым в Московском Доме моды на проспекте Мира.

Нужно заметить, что для советских людей многое на Западе, в том числе и в братских социалистических странах, казалось в те времена необычным. К примеру, показы мод проходили чаще всего на подиумах, нередко бывали случаи, когда манекенщицы ГУМа демонстрировали свои модели в фойе гостиниц или в ресторанах, среди жующей и веселящейся публики. В СССР, где дефиле ассоциировались с театрализованным действием (то есть, с «высокой культурой»), такое со вмещение «потребительских практик» было трудно даже представить.

В 1959 г. делегация Отдела мод ГУМа провела почти 30 дней в Финляндии. Здесь модные дефиле, в которых также участвовали представители ОДМО и других моделирующих организаций СССР, проходили в рамках большой советской торгово-промышленной выставки. Она была организована в главном выставочном павильоне Мессукекус финской столицы. Финны приходили на представления целыми семьями, даже с маленькими детьми, устраивавшимися на руках у родителей или прямо на полу.

Помимо демонстрации советских мод, сенсацией выставки стал выполненный в натуральную величину макет первого в мире атомного ледокола «Ленин»³³². Сочетание модной одежды и укрошенной атомной

³³¹ См., например, книгу о молодежной моде в ПНР: *Pelka A. Teksas-land: Moda mlodziowa w PRL*. Warszawa: Wydawnictwo Trio, 2007 — единственную работу по истории польской моды при социализме. См. также рецензию на эту книгу в английском журнале “East Central Europe”: URL: <http://www.ece.ceu.hu/?q-node/113>

³³² Ледокол «Ленин» — первый в мире ледокол на ядерном топливе — был сдан в эксплуатацию 9 декабря 1959 г. Наряду с успехами в освоении космоса, он стал символом «технологического прорыва» СССР на рубеже 1950—1960-х годов. Изготовленный в пропагандистских целях макет ледокола в натуральную величину (длина 134 метра, ширина 27,6 м, высота 16,1 м, водоизмещение 16 тыс.

энергии, по замыслу организаторов выставки, должно было послужить наглядным доказательством успехов СССР в самых разных областях.

Благожелательный прием публики, обилие показов мод и неформальных встреч, знакомство с жителями финской столицы, необычно длительное пребывание за рубежом, — все это произвело на сотрудников ГУМа неизгладимое впечатление, как, впрочем, и приглашение на частную вечеринку на вилле финского миллионера Вихури (Vihuri)³³³.

Вихури стал широко известен в Финляндии не только благодаря успешному бизнесу в самых разных областях — от импорта автомобилей до производства лекарств, но и шикарному по финским стандартам тех лет образу жизни. В Хельсинки пассажиры метро, проезжая наземный участок трассы в центре города, могли видеть его виллу на острове Кулосаари и стоявший рядом с ней гидроплан — в конце 1950-х Вихури был едва ли не единственным в Финляндии владельцем собственного самолета. В молодости имел репутацию плейбоя, так что в его интересе к очаровательным советским манекенщицам и в приглашении их на свою виллу не было ничего необычного. Вряд ли стоит говорить о том, какое сильное впечатление произвела вечеринка у Вихури на членов советской делегации.

Об успешных показах моделей ГУМа писали финские газеты, а некоторые, как «Salon Seudun Sanomat» в номере от 24 октября 1959 г., поместили на первой полосе фотографии советских манекенщиц в нарядных платьях, смоделированных в ГУМе. По возвращении из Финляндии А. Вавилова получила пришедшее на адрес ГУМа письмо от одной из своих поклонниц из Хельсинки с новогодними поздравлениями и пожеланиями. «Сердечный привет и крепкие поцелуи Вашему сыночку, которого хотелось бы прижать к сердцу», — искренне писала финка, которая, судя по содержанию письма, знала из общения с советской манекенщицей в Финляндии, что у Вавиловой подрастает 10-летний сын. Отрывки из этого письма и фотография А. Вавиловой были опубликованы в начале 1960 г. в газете «Советская культура» в статье «Пусть ясным будет небо». Правда, редакторы решили придать частному письму пропагандистский характер, добавив в него пожелания Н.С. Хрущеву крепить мир во всем мире³³⁴.

Тесные контакты модельеров ГУМа с Финляндией продолжались и в дальнейшем. Достаточно сказать, что в 1966 г. в Демонстрационном зале ГУМа в Москве состоялся закрытый показ коллекции Отде-

тонн) был с успехом показан на ряде зарубежных выставок, а затем «бросил якорь» в Москве, в павильоне «Атомная энергия» ВДНХ.

³³³ Серия интервью с Д.Б. Шимилис, Л.Ф. Аверьяновой и А. Вавиловой, 28 апреля — 10 мая 2008 г., Москва.

³³⁴ Показательно, что А. Вавилова исправила текст в хранившейся у нее дома газете, вычеркнув вставленный редактором пассаж о Хрущеве.

на мод для снимавшего это событие финского телевидения³³⁵. В 1963 г. прошло турне по городам Польши, а в конце 1965 г. состоялась первое большое турне Отдела мод ГУМа по ГДР, ставшее знаменательной вехой в истории моды универмага. Этому событию предшествовала основательная подготовка, модельерами была разработана специальная зарубежная коллекция «осень— зима 1965—66 г.».

Накануне отъезда в Демонстрационном зале ГУМа прошло несколько закрытых показов, после которых в программу вносились последние коррективы. Коллекция побывала в Лейпциге, Карл-Маркс-Штадте и других городах. После дефиле в Эрфурте 14 ноября 1965 г. газета земли Тюрингия, «Тюрингисхе Ландесцайтунг», особенно плененная русскими мехами, писала: «Восхищение вызвали и манто — эти лесные драгоценности из чернубурой лисы, нутрии, вплоть до горностаевых и соболиных шапок». Как «образцы классической красоты» были оценены и вечерние гуалеты ГУМа. Особенно поразило немецкую аудиторию своей оригинальностью платье в пол под названием «Белые ночи Ленинграда», показанное манекенщицей А. Вавиловой. Оно было оценено газетой как «воздушное, усеянное сверкающими жемчужинами, с шарфом до пола». Однако к «утилитарной моде» эти модели вряд ли можно отнести.

Признав именно Антонину (Нину) Вавилову «героиней дня», журналисты из «Тюрингисхе Ландесцайтунг» решили взять интервью у нее, а не у руководителей советской делегации. Помещенная в газете статья называлась романтично: «Нина и “Белые ночи”». Что касается включенных в дефиле мужских моделей ГУМа, созданных Р. Зингером, то германские журналисты оценили их следующим образом: «Если бы эрфуртские мужчины заранее могли предполагать о таком показе мод, их было бы в зале гораздо больше. Но присутствовавшие дамы знали, что к чему: они долго аплодировали единственному демонстратору мужской одежды...»³³⁶

С высоты сегодняшнего дня можно сказать, что на середину 1960-х годов пришелся «звездный час» Отдела мод ГУМа, пик популярности его моделей за рубежом. Вышедший 1 февраля 1966 г. номер журнала «Freie Welt», сообщая читателям о триумфальном турне модельеров ГУМа по ГДР, поместил на обложке групповую фотографию счастливых советских манекенщиц. Они были сфотографированы на одной из самых высоких точек «покоренного» ими города, лежавшего у их ног.

Показанная ГУМом коллекция настолько понравилась германским специалистам, что возглавлявшему делегацию директору ГУМа А.М. Кочурову неожиданно было сделано деловое предложение: разрешить приобрести всю коллекцию ГУМа для того, чтобы пустить модели в малосерийное производство в Германии. К такому повороту событий

³³⁵ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 105. Л. 111.

³³⁶ Turingische Landeszeitung. 1965. 14.11. S. 1.

руководители советской делегации не были готовы, тем более, что это должен был быть только первый шаг. По словам худрука Отдела мод Д.Б. Шимилиса, во время переговоров обсуждалась и идея германских коллег о систематическом тиражировании лучших моделей ГУМа в ГДР, а в перспективе, возможно, и об открытии здесь его фирменных магазинов³³⁷.

Предложения о создании бренда ГУМа и его выходе на международную арену были весьма лестными для руководства универмага, но, конечно, их реализация находилась не в компетенции директора. Кочуров пообещал германским друзьям, что сообщит об их предложениях в Министерство торговли. Видимо, этим дело и ограничилось. По крайней мере, известно, что ничего из задуманного так и не было реализовано. Правда, взаимовыгодное сотрудничество Отдела мод с модельерами ГДР продолжалось.

Еще одной формой международного сотрудничества стали закрытые показы моделей в Демонстрационном зале ГУМа для посещавших СССР представителей официальных иностранных делегаций. Их, как правило, сопровождали руководители ГУМа, работники Министерства торговли и МИДа. Среди иностранцев встречались не только бизнесмены и чиновники, но и модельеры из разных стран.

Однако сотрудников Отдела мод ГУМа нередко, вопреки их желанию, «оберегали» от непосредственных контактов с коллегами. Такое отношение стало основанием для модельера Л.Ф. Аверьяновой, чтобы посетовать в октябре 1965 г. на заседании партхозактива Отдела мод: «Модельерам нужен творческий отпуск, который повышает кругозор. Командировки за границу тоже необходимы... Когда к нам приезжают модельеры из заграницы, нас даже не считают нужным представить. Это очень помогло бы в творческом содружестве»³³⁸.

Кроме сотрудничества с моделирующими организациями европейских социалистических стран (ГДР, Чехословакии, Польши, Болгарии), в середине 1960-х годов ГУМ установил отношения с Кубой. 30 декабря 1966 г. многотиражная газета ГУМа, подводя итоги уходящего года, как о важном событии сообщила о состоявшемся в августе 1966 г. посещении универмага делегацией Кубы во главе с замминистра торговли республики. Кубинские модельеры и манекенщицы из «Бюро мод» показали в Демонстрационном зале свою коллекцию одежды и познакомились с советскими коллегами. «Посмотрите на этот снимок. Это манекенщицы Кубы и ГУМа ведут дружескую беседу в перерыве между сеансами», — говорилось в статье «Расстояние — дружбе не помеха» в гумовской многотиражке.

В конце 1967 — начале 1968 г., когда в заснеженной Москве стояли трескучие морозы, сотрудники Отдела мод ГУМа поехали на Кубу с

³³⁷ Интервью с Д.Б. Шимилисом и с А. Вавиловой 30 апреля 2008 г., Москва.

³³⁸ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 100. Л. 117.

ответным визитом. Кубинцы подивились как русским мехам из коллекции ГУМа «осень—зима» 1967—1968 г., так и стойкости демонстрировавших их советских манекенщиц. Правда, при содействии сотрудников советского посольства в Гаване москвичам все же удалось насладиться теплым морем и прекрасными кубинскими пляжами.

Поскольку ГУМ являлся прежде всего торговой организацией, он обменивался опытом также и с крупнейшими универмагами, расположенными в столицах социалистических стран, прежде всего — в Чехословакии, ГДР и Венгрии. Модельеры Отдела мод ГУМа тоже участвовали в этом сотрудничестве, так как в универмагах соцстран существовали Ателье индивидуального пошива либо отделы, занимавшиеся моделированием одежды³³⁹.

В ежегодных отчетах парторганизации Отдела мод отмечалось, что подготовка зарубежных коллекций и пребывание сотрудников за рубежом в значительной мере способствуют их творческому росту. Многотому научились модельеры ГУМа у своих иностранных коллег, побывавших на Всемирном фестивале мод в Москве осенью 1967 г.³⁴⁰

Вывод о важности зарубежных контактов подтверждается проведенными нами интервью: респонденты — бывшие сотрудники Отдела мод ГУМа — говорили о международных мероприятиях и зарубежных поездках, в которых они непосредственно участвовали, как о важной форме приобретения профессионального опыта и знаний, а также как о своеобразной «творческой встряске», позитивные волны от которой (в том числе в форме творческих дискуссий в коллективе) некоторое время сказывались в деятельности Отдела мод ГУМа.

Как правило, в зарубежную коллекцию ГУМа включалось 100—150 моделей одежды самого разного назначения — от спортивной и домашней до шикарных вечерних платьев³⁴¹. Однако довольно быстро стало ясно, что наибольшим вниманием иностранных зрителей пользуются нарядные костюмы и платья, в особенности — с национальным колоритом: из меха или с меховой отделкой, с оригинальным рисунком ткани в русском стиле, с вышивками в традициях старинного рукоделия и др. Настоящий фурор произвела зарубежная коллекция, в которой были представлены платья из каракульчи.

Для демонстрации больших коллекций за рубеж посылалась делегация ГУМа в составе около 10—15 чел., в том числе 5—8 манекенщиц и несколько модельеров. К примеру, в делегацию для поездки в ГДР и

³³⁹ Интервью с Д.Б. Шимилисом и с Л.Ф. Аверьяновой 30 апреля 2008 г., Москва. По их словам, активнее всего велось сотрудничество Отдела мод ГУМа с модельерами одного из пражских универмагов.

³⁴⁰ ЦАОДМ. Ф. 947. Оп. 1. Д. 110. Л. 141.

³⁴¹ К примеру, в коллекции ГУМа 1971 г. для показа в ГДР и ЧССР было 100 моделей (Там же. Д. 146. Л. 131). Летом 1975 г. с показом моделей ГУМа в Финляндию ездили пятеро манекенщиц, а также трое сотрудников Отдела мод во главе с худруком Шимилисом (Там же. Д. 185. Л. 92).

Польшу в 1967 г. были включены А.Г. Горшкова и Д.Б. Шимилис (руководитель и художник Отдела мод), два модельера, восемь манекенщиц, а также диктор и переводчик³⁴². Довольно часто с ними ездили и гумовские начальники, для которых это было хорошим поводом побывать за границей за государственный счет. Нужно иметь в виду, что Отдел мод был в этом смысле единственной и потому особо ценимой структурой ГУМа.

Неудивительно, что вокруг формирования делегаций ГУМа для заграничных поездок кипели нешуточные страсти³⁴³. Работники Отдела мод рассматривали зарубежную поездку как своеобразную форму поощрения. Поэтому, судя по материалам парторганизации, особое недовольство вызывали случаи, когда брали людей не самых достойных, а иногда и просто «со стороны». Страсти накалялись накануне очередной поездки. «Еще много у нас бытует сплетен, ненужных разговоров, болтовни из пустого в порожнее... Кроме этого ненужные разговоры и даже мелкие ссоры между собой — очень мешают работать всему коллективу», — отмечалось на партсобрании в сентябре 1967 г.³⁴⁴ Недоумение, а порою и зависть вызывали особенно частые поездки за границу руководства ГУМа и Отдела мод, а не творческих работников. Приходилось объяснять, что инофирмы вызывают к себе не только для показов, но и с целью обсуждения деловых вопросов, а это прерогатива руководства.

В 1966 г. на художника Отдела мод, коммуниста Д.Б. Шимилиса было послано анонимное письмо в ЦК КПСС. Его автор утверждал, что при определении кандидатов для поездок за границу в Отделе преобладает фаворитизм, и что в этом вопросе администрация не считается с мнением коллектива и парторганизации. Содержание анонимного письма обсуждалось на партсобрании Отдела мод 26 декабря 1966 г. В результате Шимилису были высказаны замечания на субъективное отношение как со стороны манекенщиц, так и модельеров. Он пообещал объективнее подходить к отбору кандидатов³⁴⁵.

Нужно сказать, что парторганизация Отдела мод оказалась непосредственно вовлечена в выездные вопросы по той причине, что, в соответствии с принятыми в СССР правилами, характеристики на всех выезжающих за рубеж (в том числе и беспартийных) должны были составляться именно в коллективе Отдела и подписываться «треугольником» (секретари партийной, комсомольской и председатель профсоюзной организаций при ведущей роли первичной парторганизации). Только при наличии подписей «треугольника» характеристики утверждались на заседании парткома ГУМа, где с кандидатами проводился первый тур собеседования.

³⁴² Там же. Д. 110. Л. 196.

³⁴³ См., например, протокол партсобрании Отдела мод ГУМа от 23 октября 1967 г. (Там же. Л. 215—216).

³⁴⁴ Там же. Л. 154.

³⁴⁵ Там же. Д. 105. Л. 145—146.

С 1967 г. компетенция первичной парторганизации Отдела мод была расширена, поскольку возросшая численность парторганизации позволила сформировать здесь партбюро, которое рассматривало выездные характеристики членов КПСС перед их окончательным утверждением на партбюро универмага. При этом парторганизация Отдела мод, как и профсоюз, настаивала на публичном утверждении списков на заграникомандировки, исходя из деловых качеств и «общественного лица» сотрудников. Однако руководство магазина давило на руководство Отдела мод. Оно стремилось под разными предлогами обойти означенные процедуры и формировать делегации по собственному выбору.

Скандал разразился в 1968 г., когда выяснилось, что партком магазина составил положительные характеристики на нужных руководству ГУМа людей самостоятельно, в обход мнения коллектива. Секретарь партбюро Отдела мод Л.В. Красноперова и председатель месткома Л.Н. Сазанская не побоялись пойти в этом вопросе против выступивших сообща администрации ГУМа, Отдела мод и поддержавшего их парткома универмага. В протоколе отчетно-выборного партсобрания Отдела мод от 18 сентября 1968 г. зафиксирован конфликт между администрацией Отдела мод, с одной стороны, и его парторганизацией, выражавшей мнение коллектива, с другой. Главным поводом послужила несправедливость решения выездных вопросов. Высказавший в довольно жесткой форме позицию администрации Д.Б. Шимилис, анонимка на которого разбиралась несколькими годами ранее, вновь был обвинен в диктаторских замашках³⁴⁶. «Администрация не считается с коммунистами и не прислушивается к их мнению, — говорила в своем выступлении Л.Н. Сазанская. — У нас не было бы безобразия с оформлением за границу, если бы считались с мнением партийного бюро. Партком ГУМа сам виноват, что утверждает характеристики без подписи секретаря нашей партийной организации и моей, председателя месткома Отдела. Партийное бюро категорически отклонило кандидатуру т. Нестеровой, а ее все-таки протащили (в заграникомандировку. — *Авторы*)... Я считаю, г. Горшкова, что мы не чувствуем Вас как руководителя Отдела... (Относительно несправедливостей при посылке за границу. — *Авторы*) беспартийные говорят, что мы держимся за партийный билет и молчим...»³⁴⁷.

«Меня сегодня остановили беспартийные в трех местах в Отделе и говорят: “Все равно у вас ничего не изменится, вы не имеете никакого авторитета и с вашим мнением администрация не считается”, — отмечала в своем выступлении заведующая Демонстрационным залом В.И. Гуртовая. — У нас за последнее время в Отделе много нехороших разговоров. Почему так стал интересоваться нашим Отделом

³⁴⁶ «Совершенно нельзя так себя вести, как ведет себя т. Шимилис. Он выступает на собраниях как диктатор», — отмечала в своем выступлении коммунист Петросян (Там же. Д. 219. Л. 117—118).

³⁴⁷ Там же. Л. 118—119.

т. Федоров Д.П. (начальник Отдела кадров ГУМа. — *Авторы*)? Какие у него отношения с т. Книгой (манекенщица Отдела мод. — *Авторы*)? Какое право он имеет диктовать в поездках, что снять из показа, а что оставить? Почему ездит из поездки в поездку т. Нестерова, беспартийный товарищ и малограмотная?»³⁴⁸ Ответа так и не последовало.

Таллиннский Дом моделей одежды — советское «окно на Запад»³⁴⁹

Создание Таллиннского Дома моделей

Таллиннский Дом моделей одежды был образован 15 мая 1957 г. на основании указа Совета Министров Эстонской ССР от 2 февраля 1956 г. Его появление стало непосредственным результатом хрущевских реформ, нацеленных на расширение полномочий местных органов власти и совершенствование культурных и экономических взаимоотношений союзного центра с национальными республиками.

К 1970-м годам республиканские Дома моделей были открыты в столицах практически всех союзных республик СССР, включая и республики Прибалтики. Таллиннский Дом был, таким образом, неотъемлемой частью советских моделирующих организаций (республиканских и региональных), объединенных в единую ведомственную систему предприятий легкой промышленности. Он работал под непосредственным началом Минлегпрома Эстонской ССР.

Это министерство его финансировало, выделяло ставки, помещение и оборудование, утверждало план работы и годовые отчеты. По важнейшим же творческим вопросам, включая модные тренды, обмен опытом, определение единых стандартов и перспективных технологий конструирования одежды, таллинские модельеры согласовывали свою деятельность с «главными» московскими модными организациями, подчинявшимися Минлегпрому СССР: Общесоюзным домом моделей одежды и ВИАЛегпромом, на которые было возложено научно-методическое руководство региональными моделирующими организациями.

Таким образом, подобно всем другим, Таллиннский Дом моделей находился в двойном подчинении. Однако на деле методические указания центра носили рекомендательный характер. Москва не могла, а во

³⁴⁸ Там же. Л. 118.

³⁴⁹ В основу данной главы легли данные, почерпнутые из коллекции архивных материалов Таллиннского Дома моделей одежды (Tallinn Moamaja), которая хранится в Государственном архиве Эстонии в Таллинне (Eesti Riigiarhiiv). Здесь и далее используется сокращенное название архива и индексация фонда — ERA. R.9.6.

многих случаях и не хотела диктовать регионам свои условия. На практике каждый Дом моделей был сравнительно независимым в принятии решений и в планировании своей деятельности. Более того, поощрялось своеобразие конкретных домов моделей, развитие специализации, разработка собственных творческих направлений с учетом опыта моделирования, использования национальных традиций костюма и др.

В соответствии с учредительным документом, главной задачей Таллиннского Дома моделей было разрабатывать, конструировать, демонстрировать новые модели одежды, а также содействовать массовому фабричному производству на базе новых моделей и участвовать в мероприятиях магазинов при швейных фабриках. В начале 1958 г. началось издание Домом моделей собственного журнала мод под названием «Силуэт/Siluett». Журнал выпускался на русском и эстонском языках. Русскоязычная версия была значительно более полной, издавалась массовым тиражом и вскоре стала известна как в СССР, так и в других социалистических странах Восточной Европы.

По словам его бывших сотрудников, Таллиннский Дом моделей был единственным в СССР, который практиковал местный язык (эстонский) в качестве официального рабочего языка. В других республиканских Домах моделей использовался преимущественно русский язык. Это нашло отражение и в делопроизводстве: планы и годовые отчеты Таллиннского Дома, сохранившиеся в архивах, написаны на эстонском. Исключение составляют бухгалтерские книги и переписка с другими Домами моделей, которые велись на русском.

Характерно, что практически все модельеры и другие работники здесь были эстонцами по национальности. Несколько русскоязычных сотрудников овладели эстонским и свободно на нем говорили. Первый директор Таллиннского Дома моделей, Анита Бурлака, проработавшая в этой должности более 25 лет и покинувшая свой пост в 1980-е годы в связи с выходом на пенсию, тоже была эстонкой. Она получила неэстонскую фамилию, выйдя замуж за украинца. А. Бурлака шутила, что фамилия мужа оказалась удачным «приобретением», поскольку защищала во время кампаний по русификации.

Во многих отношениях Таллиннский Дом моделей был типичным советским республиканским институтом моды, который регулярно обеспечивал новыми моделями преимущественно местную швейную промышленность, ориентированную на потребности массового потребителя Эстонии. Тем не менее, не в последнюю очередь благодаря всесоюзной популярности журнала «Силуэт», Таллиннский Дом приобрел широкую известность. Новинки его дизайна хорошо принимались как специалистами моды, так и широкой общественностью. Некоторые другие советские Дома моделей также выпускали собственные модные журналы (латвийский «Rigas Modes», киевский «Красота и мода», казахский «Modalar» и др.). Однако у этих журна-

лов, за исключением, пожалуй, «Rigas Modes», не было сочетания полиграфии высокого качества, больших тиражей, общесоюзного распространения и стабильной популярности в течение десятилетий.

В связи с хроническим дефицитом качественной бумаги и полиграфии в СССР, привилегию издавать собственный массовый журнал мод получали лишь лучшие Дома моделей, считавшиеся законодателями советской моды. В их числе были таллиннские модельеры, имевшие высокую профессиональную репутацию. Правда, в некоторых случаях за изданием модных журналов стояли иные причины, связанные, например, с лоббированием руководством республик интересов своих Домов моделей или с приоритетами советской пропаганды моды и культуры одежды в республиках Средней Азии, что давало местным специалистам определенные преимущества.

Как работал Таллиннский Дом моделей? В начальный период численность его сотрудников была незначительной. В 1958 г. здесь трудилось 52 чел., из них 26 имели специальное образование³⁵⁰. Поначалу они ежегодно разрабатывали несколько сотен моделей³⁵¹. К середине 1960-х годов коллектив Таллиннского Дома состоял из более чем 200 чел. (численность сотрудников оставалась более-менее неизменной вплоть до распада СССР). Тогда же были окончательно сформированы его основные структура и функции.

Помимо административных подразделений, таких как администрация, финансово-экономический отдел и отдел кадров, в структуру Дома входили еще пять отделов, которые занимались непосредственно дизайном: отдел легкого платья, отдел верхней одежды, отдел головных уборов, а также отдел модных показов и редакция журнала «Силуэт». Кроме того, специальное подразделение Дома занималось подготовкой других его печатных изданий — иллюстрированных каталогов моделей, альбомов выкроек, рисунков и чертежей, которые реализовывались населению часто большими тиражами. Все указанные отделы Дома были относительно немногочисленными, штат самых больших состоял из 20—25 сотрудников. Такая структура была характерна для республиканских моделирующих организаций системы Минлегпрома.

В первые годы работы Дома его дизайнеры, как правило, были универсалами и создавали модели разных видов одежды (женская и мужская, верхнее и нижнее платье, повседневный и нарядный костюм и др.). Только отдел обуви и изделий из кожи имел своих собственных дизайнеров³⁵². В 1960—1980-е годы аналогичной была ситуация и в других советских региональных Домах моделей, где специализация шла постепенно и не была жесткой. К примеру, работавший в 1960-е годы в

³⁵⁰ ERA. R.1886.1.455. С. 18.

³⁵¹ Ibid. R.1886.1.349. С. 4—5.

³⁵² Ibid. R.9.6.33. С. 1—5.

Общесоюзном доме моделей одежды Вячеслав Зайцев моделировал как мужскую, так и женскую одежду, а также обувь. Только те советские дизайнеры, которые имели дело с мехом, проектировали головные уборы и нижнее белье, изначально имели определенную специализацию. Моделированием нижнего белья в СССР занимались специализированные дома моделей трикотажных изделий и моделирующие организации республиканских министерств бытового обслуживания населения. Нужно отметить, что тенденция к специализации в моделировании одежды являлась в это время общемировым трендом.

К 1967 г., когда Таллиннский Дом моделей отметил свое 10-летие, в нем трудился 221 сотрудник. Что касается профессионального образования, то 21 работник имел в это время дипломы Государственного института художеств Эстонской ССР. В течение 1967 г. таллинскими дизайнерами было предложено около 1600 новых моделей, из которых 1100 были утверждены Худсоветом для массового фабричного производства. Кроме того, Дом имел небольшие собственные цеха, в которых в 1967 г. были пошиты малыми партиями 2700 женских платьев и другой одежды, а также 400 шерстяных пальто и 46 500 шляп. Все — по собственным моделям³⁵³.

Помимо эстонских фабрик, которым отдавался безусловный приоритет (по словам бывшего главного экономиста Таллиннского Дома, в 1960—1970-е годы на эстонские фабрики поступало около 60% новых моделей, разрабатываемых Домом), таллинские дизайнеры получали заказы от швейных предприятий со всего Советского Союза. Например, из Алма-Аты, Днепропетровска, Калининграда, Ташкента, Москвы, Челябинска, Архангельска, Кузбасса, Еревана, Луганска, Смоленска³⁵⁴. Однако модели, одобренные для массового производства, обычно доходили до потребителей не ранее, чем через два года. Данная ситуация была характерна не только для Эстонии, но и для СССР в целом, отражая недостатки советской экономической системы.

Так же, как и все советские моделирующие организации, Таллиннский Дом моделей имел собственный Художественный совет, который оценивал новые разработки, рекомендуя их к массовому производству. На самом деле здесь было несколько таких советов, действовавших на общественных началах. Первый был сугубо «внутренним», состоял из директора, ведущих дизайнеров и конструкторов одежды. Этот совет в предварительном порядке рассматривал все проекты и одобрял их для дальнейшего использования — либо для модных показов и выставок, либо для промышленного производства. Три других специализированных совета — по дизайну одежды, по дизайну обуви (он действовал с 1959 г. в составе 13 чел.), а также по дизайну головных уборов — функционировали в дополнение к «боль-

³⁵³ Ibid. R.9.6.844. С. 9; R.9.6.739. С. 5.

³⁵⁴ Интервью с Evi Pääbo от 12 марта 2008 г., Таллинн.

шому» Худсовету³⁵⁵. Членами последнего, помимо сотрудников Дома моделей, были чиновники эстонского Минлегрпрома, представители местных предприятий легкой промышленности и торговых организаций. «Большой» Худсовет начал свою работу в 1958 г., почти одновременно с открытием Дома. Вначале он состоял из 14 чел., но вскоре его численность возросла до 24³⁵⁶.

Протокол первого заседания Художественного совета зафиксировал несколько важных положений³⁵⁷. Продвижение моды «в массы», естественно, являлось одной из главных задач Дома. Работа модельеров по пропаганде моды должна была сосредотачиваться преимущественно в крупных городах — Таллинне, Тарту, Нарве и Пярну. На первых порах в качестве «программы-минимум» ожидалось, что Дом создаст модели, идентичные западным, которые пока еще импортировались за валюту, и тем самым снизит влияние Запада на эстонскую культуру одежды и производство швейной продукции. Однако вскоре как приоритет была выдвинута задача создания собственных оригинальных моделей одежды, а не копирования западной моды. Кроме того, в материалах первого Худсовета подчеркивалась важность разработки, наряду с женской, моделей мужской и рабочей одежды как пока что наиболее «слабых» участков. Приоритетная разработка мужской и детской моды, а также модной рабочей одежды была в русле общих установок политики СССР в сфере моды в послевоенный период, а не являлась эстонской спецификой. Объективно говоря, эти проблемы были крайне актуальны, поскольку в деятельности советских моделирующих организаций традиционно господствовала женская мода.

Как видно из протокола 1958 г., члены Худсовета Таллиннского Дома моделей, по понятным причинам, также подчеркивали особую значимость налаживания партнерских отношений со «смежниками» — с организациями торговли и легкой промышленностью Эстонии. На Таллиннский Дом моделей возлагались обязанности по изучению модных тенденций в Эстонии, и в связи с этим — по выработке рекомендаций для швейной промышленности республики. Аналогичные функции имели и другие республиканские Дома моделей СССР.

Роль партийной организации

Как и в других крупных советских учреждениях, в Таллиннском Доме моделей была партийная организация. Партийная ячейка возникла здесь в 1961 г, когда на работу был, наконец, принят третий член

³⁵⁵ ERA. R.316.1.12. С. 10.

³⁵⁶ Ibid. R.316.1.22. С. 1—3.

³⁵⁷ Ibid. R.316.1.12. С. 11—12.

КПСС. Только один из троих учредителей ячейки имел солидный партийный стаж с 1930 г., когда Эстония еще не входила в состав СССР. В числе организаторов ячейки была А. Бурлака, первый и многолетний директор Дома. 22 сентября 1961 г. эти партийцы, в соответствии с Уставом КПСС, обратились в райком за разрешением организовать партячейку по месту работы. Возражений не последовало³⁵⁸.

Судя по сохранившимся протоколам заседаний, в начале 1960-х годов ячейка была малочисленной, а ее самостоятельная роль в деятельности Дома была весьма ограниченной. Скорее всего, это связано с концентрацией власти в одних руках. Дело в том, что А. Бурлака являлась не только директором Таллиннского Дома моделей одежды, но и неформальным лидером коллектива. На практике ее голос был решающим и в деятельности парторганизации. Как видно из партийного делопроизводства, А. Бурлака вместе с парторгом подписывала протоколы заседаний, беря тем самым на себя ответственность за принятые решения.

На заседаниях ячейки разбирались незначительные дисциплинарные нарушения в коллективе, имевшие морально-этический подтекст (например, изготовление одежды модельерами для клиентов в частном порядке), а также вопросы, касавшиеся взаимоотношений Дома и швейных предприятий. Как явствует из одного из протоколов, у модельеров были проблемы с фабрикой «Балтика», которая жаловалась на предоставление некачественных лекал, в результате чего были пошиты партии бракованной одежды. Расследовав эту жалобу, коммунисты Дома убедились, что причины брака, напротив, были в том, что «Балтика» не придерживалась полученных ею лекал на новые модели, произвольно изменяя технологию пошива³⁵⁹. Тем самым парторганизация с первых дней сосредоточилась преимущественно на помощи администрации в решении производственных проблем. Обсуждение вопросов идеологии моды, факты запретов или гонений на сотрудников по политическим мотивам не нашли отражения ни в сохранившихся архивных документах, ни в памяти бывших сотрудников Таллиннского Дома моделей, у которых нами были взяты интервью.

Партийная организация активно вовлекала в свои ряды работников Дома моделей, и к концу 1960-х годов ее численность увеличилась почти до 20 чел. То есть, в 1970—1980-е годы в КПСС состоял каждый десятый сотрудник Дома³⁶⁰. Членство в партии давало преимущество при назначении на руководящие должности. Несмотря на очевидное увеличение «веса» парторганизации в коллективе, судя по всему, ее роль в Таллинском Доме моделей была не столь велика, как, например, в Общесоюзном Доме моделей одежды на Кузнецком мосту или в Отделе мод ГУМа.

³⁵⁸ Ibid. F.117.1.24.

³⁵⁹ См., например: Ibid. F.117. 28, 29.

³⁶⁰ Ibid. F.117.1.29. С. 33, 63.

Новые модели и Худсовет

Художественные советы периодически собирались и давали оценку новым моделям одежды, разработанным модельерами Дома. Модели демонстрировали манекенщицы, одна за другой выходившие на подиум. Худсовет мог одобрить дизайнерские новинки, отклонить их или отправить на доработку. Если члены Совета не приходили к согласию, то проводилось открытое голосование, и судьба модели решалась большинством голосов (с решающим голосом председателя в случае равенства голосов). На практике, как и в других советских Домах моделей, отклонение модели встречалось сравнительно редко. Подобные случаи считались едва ли не чрезвычайным происшествием, и такие разработчики могли лишиться премии. Чаще неудачную модель направляли на переделку. Однако подавляющее большинство моделей принимались худсоветами с первого раза. Данная ситуация была характерна и для Таллиннского Дома моделей. Одобренные модели, как правило, снабжались лекалами и техдокументацией, после чего направлялись на заказавшие их швейные фабрики.

На одном из первых заседаний «большого» Худсовета Таллиннского дома моделей была просмотрена 61 модель одежды, 59 были одобрены³⁶¹. Со временем нагрузка на членов Худсовета возросла, поскольку увеличилось количество разрабатываемых моделей. Например, 20 января 1960 г. было рассмотрено 115 моделей. Все они, кроме одной, были утверждены, причем каждая четвертая модель получила наивысшую оценку качества³⁶². Судя по документам заседаний Худсовета Таллиннского Дома, уровень представленных работ в целом был вполне удовлетворительным.

В середине 1970-х — 1980-е годы Таллиннский Дом ежегодно разрабатывал порядка 1,5 тыс. новых моделей одежды³⁶³. Основная их часть поступала на суд Худсовета. Помимо новых вещей, модельеры занимались обновлением дизайна прежних образцов, которые не считались уже вышедшими из моды. Доля моделей «обновленного» дизайна могла достигать одной трети.

Каждый таллиннский модельер имел свою ежемесячную норму выработки — 12—13 новых моделей. Это в целом соответствовало нормативам других региональных Домов моделей, но было больше, чем, например, на Кузнецком мосту. На практике главный художник-модельер Таллиннского Дома давал своим модельерам индивидуальное месячное задание. Некоторые модели делались в единственном экземпляре для подиумных показов мод, другие предназначались для мелкосерийного производства, третьи — для крупных швейных фабрик. При разработке каждой модели

³⁶¹ Ibid. С. 73.

³⁶² Ibid. R.316.1.31. С. 25.

³⁶³ Ibid. R.316.1.234. С. 7.

эта функциональная специфика учитывалась. Как правило, каждые полгода происходила смена специализации модельеров: тот, кто придумывал элитную одежду для подиума, переключался на разработку одежды для массового фабричного производства, и наоборот. Такая организация труда противоречила тенденциям специализации, однако способствовала универсализму сотрудников и приветствовалась ими.

Таллиннский Дом моделей отличался от других еще и тем, что здесь, по словам бывшего руководителя отдела лекал, практиковалось «коллективное творчество» — привлечение коллег из других подразделений для решения творческих задач. Здесь отсутствовала поэтапность работы и четкое разграничение функций и сфер ответственности. К примеру, конструкторы одежды принимали участие в разработке новой модели с самого начала, сразу после того, как дизайнер представлял свои первые рисунки и эскизы директору или Худсовету. После этого дизайнер и конструктор работали в тесном сотрудничестве вплоть до изготовления лекал и техдокументации к ним. Если одежда предназначалась для фабричного производства, то заказчики — представители швейной фабрики тоже могли с самого начала участвовать в разработке модели, работая вместе с художником-модельером³⁶⁴.

Эти имевшие свои плюсы и минусы неформальные производственные практики зачастую были нарушением инструкций. Отчасти они объяснимы общей заинтересованностью небольшого коллектива Дома моделей в результатах своего дела, тесным и многолетним сотрудничеством вовлеченных в работу людей. Но насколько уникальным было это явление в масштабах СССР или оно было типично для других небольших творческих коллективов Эстонии, судить трудно.

Просматривая сохранившиеся альбомы с фотографиями новых моделей одежды, представленных в разные годы Худсовету, можно отметить постепенные изменения в номенклатуре новых моделей. К примеру, если в начале работы Таллиннского Дома полностью доминировали модели женской одежды, то с середины 1960-х годов наблюдалось неуклонное увеличение разрабатываемых мужских и детских моделей. При том, что моделирование женской одежды, как и во всем мире, оставалось здесь приоритетом.

Так, ранее не разрабатывавшиеся здесь модели мужских рубашек впервые были представлены Худсовету в 1960 г. В 1961 г. новинки Дома включали модели женского свадебного платья, мужских брюк из хлопчатобумажных тканей, а также женской пляжной одежды. Кроме того, в начале 1960-х годов стали регулярно появляться модели лыжных костюмов, стала популярной мода на спортивную одежду. Впечатляющим событием, зафиксированным в источниках, стало представление в 1961 г. Худсовету первой модели женских брюк для ношения в обще-

³⁶⁴ Интервью с Evi Pääbo от 12 марта 2008 г., Таллинн.

ственных местах, а не как рабочей или спортивной одежды³⁶⁵. Первый брючный костюм для женщин, однако, был разработан здесь только в 1968 г.³⁶⁶ В целом на материале Таллиннского Дома моделей, а также других моделирующих организаций СССР можно заключить, что рубеж 1960—1970-х годов был во многом поворотным моментом в либерализации норм советской культуры одежды.

Общий стиль Таллиннского Дома был ориентирован, как и в целом в Советском Союзе, на функциональный и практичный дизайн. Это было продиктовано как общими идеологическими соображениями, так и многими объективными факторами, включая ограниченную доступность фурнитуры и качественной ткани разных расцветок, жесткие нормы ее расходования при пошиве одежды, состояние швейного оборудования и проч. Дизайнеры и конструкторы одежды, по причине их длительной совместной работы, были достаточно хорошо осведомлены о реальных возможностях тех или иных швейных фабрик — заказчиков новых моделей, и так или иначе вынуждены были подстраиваться под них. Для населения Эстонии Таллиннский Дом моделей создавал в основном повседневную одежду, довольно много рабочей одежды и школьную форму. Одним из главных достижений Дома моделей считалась разработка униформы для обслуживающего персонала гостиницы «Виру», построенной финнами в 1972 г. в центре Таллинна. Для эстонской индустрии туризма это было важным событием.

Постоянным пунктом в повестке Худсовета и на заседаниях партийной организации 1960—1970-х годов являлась задача моделирования одежды для «больших» женщин³⁶⁷. Этот вопрос стоял на контроле Минлегпрома Эстонии и был включен отдельной строкой в план Таллиннского Дома моделей, как, впрочем, и других моделирующих организаций СССР.

Что касается одежды для праздников, то ее моделирование не было приоритетом Дома. Выходные наряды регулярно присутствовали в коллекциях для подиумных демонстраций. Тем не менее, постепенно в 1960—1970-е годы новые модели вечерних платьев и даже манто стали появляться и в ассортименте швейных фабрик. Правда, они предназначались для пошива малыми партиями и себестоимость их была высокой. Судя по спискам моделей одежды для производства, утвержденных на заседаниях Художественного совета Таллиннского Дома, эксклюзивные наряды или модные женские пальто с учетом издержек производства иногда

³⁶⁵ ERA. R.316.1.42. С. 10, 42, 101, 107, 110. Из других источников известно, что в республиках советской Прибалтики по крайней мере на пару лет раньше, чем это стало приемлемым в Европейской России, не говоря уже о других регионах СССР, считалось допустимым для женщин (в глазах господствующего общественного мнения) носить брюки в качестве вечернего туалета.

³⁶⁶ Интервью с Krista Kajandu от 12 марта 2008 г., Таллинн.

³⁶⁷ См., например: ERA. F.117.1.24. С. 5.

оценивались специалистами Дома в более чем 1000 руб., что равнялось половине годовой зарплаты рабочего текстильной промышленности.

Таллиннский Дом за работой

Как уже говорилось, с середины 1960-х годов Таллиннский Дом моделей превратился в заметное по эстонским меркам учреждение со штатом в более чем 200 сотрудников, включая 16 лучших художников-модельеров республики³⁶⁸. Все годы своей деятельности организация ютилась в одном и том же здании в средневековом Старом городе. Здание было трехэтажным, очень маленьким и узким. Все модельеры, к примеру, работали в одной общей комнате³⁶⁹. Чтобы сделать условия труда более сносными, руководством Дома были арендованы дополнительные помещения в другой части города, рядом с крупнейшим в Эстонии и славившимся высоким качеством индпошива ателье класса «люкс» «Лембиту» («Lembitu»). «Лембиту» находилось в ведении Министерства бытового обслуживания Эстонской ССР и считалось лучшим ателье не только в Таллинне, но и во всей Эстонии. Со временем превратившееся в большое предприятие индпошива со своими швейными цехами и целой сетью ателье, «Лембиту» тоже имело в своем штате квалифицированных художников-модельеров и проводило публичные демонстрации своих моделей на подиуме. Тем самым на довольно ограниченном эстонском потребительском рынке фирма «Лембиту» негласно конкурировала с местным Домом моделей.

В 1960-е годы эстонское руководство пообещало переселить Таллиннский Дом моделей в строящееся новое четырнадцатизэтажное здание. В это время мода в СССР оказалась в числе приоритетов. В соответствии с госзаданием, архитекторы разработали типовые проекты зданий для моделирующих организаций с учетом особенностей их деятельности. И хотя их строительство оказалось «долгостроем», тем не менее, в 1970-е годы в Москве в новых зданиях у м. Профсоюзная и на проспекте Мира обосновались соответственно ВИАЛегпром и Дом моделей одежды Минбыта РСФСР (в будущем Дом моды В. Зайцева). В центре Таллинна новое здание тоже появилось, вот только отдано оно было в итоге другому, видимо, более важному с точки зрения эстонского руководства государственному учреждению.

Несмотря на то, что, являясь малобюджетной организацией, Таллиннский Дом моделей одежды действовал в относительно скромных условиях, тем не менее, трудиться здесь было весьма престижно. Спе-

³⁶⁸ В середине 1960-х в столичном ОДМО работало около 700 сотрудников, а количество разрабатываемых моделей было порядка 4 тыс. ежегодно. См.: РГАЭ. Ф. 523. Оп. 1. Д. 217. Л. 267.

³⁶⁹ ERA. R.1992.2.248.

специалисты дорожили этой работой, и текучести кадров здесь практически не было. Для талантливых модельеров руководству всегда удавалось выбить дополнительные ставки.

Зарплата здесь в целом мало отличалась от среднего уровня оплаты «женских офисных профессий» в СССР. Однако директор, главный художник-модельер, руководители отделов и некоторые высококвалифицированные работники получали значительно больше остальных.

Трудившиеся здесь художники-модельеры, конструкторы одежды и экономисты, как правило, были выпускниками Таллиннского технологического института легкой промышленности, реже других вузов Эстонии или соседней Литвы. В целом за время существования Дома моделей он обеспечивался в основном местными кадрами. «Варягов» сюда не присылали. Из всего коллектива только трое учились вне Эстонии, получив дипломы престижных профильных институтов Ленинграда и Москвы. В их числе был будущий главный художник-модельер и главный конструктор одежды, которые в начале 1970-х годов были целевым порядком направлены из Дома в столицы для повышения профессиональной квалификации, а по окончании вузов вернулись обратно в Таллинн. Столичное образование в дальнейшем сыграло не последнюю роль в карьерном росте и при их утверждении на ключевые должности в Доме.

Конечно, ни о какой творческой замкнутости или изолированности местных специалистов речь не идет. Таллиннские модельеры и конструкторы одежды, как и их коллеги из других моделирующих организаций СССР, много ездили по стране, регулярно участвовали в разного рода всесоюзных и региональных методических совещаниях, встречах по обмену опытом, краткосрочных курсах повышения квалификации и проч. Немало времени они проводили и в ОДМО на Кузнецком мосту в Москве, куда обычно приезжали в командировки сроком на один месяц. Согласно архивным документам, в течение одного лишь 1962 г. в общей сложности 31 сотрудник Таллиннского Дома моделей одежды (то есть, едва ли не половина всех штатных работников) побывал в творческих и служебных командировках вне Эстонии, включая Москву, Ригу, Вильнюс, Ленинград и др.³⁷⁰

Впрочем, коллеги из других домов моделей СССР, включая ОДМО, тоже были частыми гостями в Таллинне. Особенно тесное творческое сотрудничество эстонских модельеров сложилось с коллегами из аналогичных Домов моделей в Риге, Вильнюсе, Ленинграде и

³⁷⁰ В переписке Таллиннского Дома моделей одежды сохранилось соглашение от 1973 г., согласно которому Дома моделей Таллинна, Ленинграда, Горького и Киева договаривались о моделировании по одной модели модной одежды друг для друга (см.: *Ibid.* R.316.1.204. С. 9.). Нам не удалось точно выяснить, являлась ли эта договоренность единичной или же подобная кооперация между крупными советскими Домами моделей носила регулярный долгосрочный характер. Однако, скорее всего, данное соглашение было исключением из правил.

Минске, которые входили в единый «региональный пул» моделирующих организаций Северо-Западного региона³⁷¹.

С учетом того, какое значение придавалось в СССР директивному централизованному планированию, удивительным выглядит то обстоятельство, что в системе моделирующих организаций Минлегпрома СССР, в том числе и в рамках Северо-Западного региона, не существовало никакой явной специализации или попыток наладить между Домами моделей разделение труда. Тем самым они оставались относительно свободными от централизованного вмешательства. Москва стремилась лишь установить общие тренды стиля, характерные для советской моды в тот или иной период времени. Такая самостоятельность в организации работы во многом объяснялась тем, что главная задача всех Домов моделей, включая таллиннский, заключалась в обеспечении новыми моделями одежды разнопрофильных швейных производств своего региона или республики. При том, что такая задача предполагала универсализм местного Дома моделей, объективное существование такой системы вело к известной региональной замкнутости.

На практике каждый регион СССР имел свою сложившуюся исторически специфику в отношении производства одежды. В Эстонии, например, было расположено несколько крупных предприятий по производству одежды, существовавших с довоенных времен. Фабрика женской одежды «Клементи» («Klementi») являлась самой большой и известной из них. Мужская, детская одежда и трикотаж также производились в советской Эстонии. Причем мощности швейных производств позволяли не только обеспечивать собственный рынок, но и продавать часть одежды за пределами республики. Кроме того, здесь имелись неплохие текстильные фабрики, которые производили ткани для местных и других советских швейных фабрик³⁷².

Как вспоминают старые работники Таллиннского Дома моделей, получение доступа к качественному текстилю и другим тканям для моделирования являлось зачастую задачей, требовавшей больших усилий. Несмотря на то, что в Доме моделей имелся конфекционер, который ведал обеспечением модельеров всем необходимым, они, будучи лично заинтересованными в получении качественных тканей, тоже участвовали в поиске. Во время посещения фабрик или методических семинаров и совещаний в других городах и республиках СССР модельеры использовали любую возможность получить новинки модного текстиля, выпускавшегося, как правило, небольшими экспериментальными сериями. Если не могли найти нужную цветовую гамму, то случалось, что им самим приходилось красить ткани.

³⁷¹ Интервью с Krista Kajandu и с Katrin Kasesalu от 12 марта 2008 г., Таллинн.

³⁷² Интервью с Lende Švarts от 12 марта 2008 г., Таллинн. В отношении 1965 г. см. также: ERA. F.117.1.23.

Как упоминалось выше, Таллиннский Дом моделей почти полностью обеспечивал новыми моделями швейные фабрики Эстонии, входившие в систему Минлгпрома. В их числе — фабрика «Балтика», производившая мужские костюмы, «Вирулане» («Virulane»), специализировавшаяся на женских пальто, «Марат» — лидер по трикотажу и др. Исключение составляла фирма «Клементи», которая имела собственных модельеров, работавших в экспериментальной лаборатории. Они обеспечивали до половины новых моделей одежды, принятых к производству на этой фабрике. Остальные модели, тем не менее, заказывалась фирмой в Таллиннском Доме моделей.

Как с гордостью сообщали представители Таллиннского Дома, хотя эстонские фабрики и были его основными клиентами, разработки таллиннских модельеров пользовалась большим спросом и у других советских швейных предприятий, в том числе в Ленинграде и в Москве. Одним из постоянных клиентов была Калининградская швейная фабрика. Еще один интересный пример деятельности таллиннских модельеров — разработка школьной формы для национальных школ с преподаванием на эстонском языке. Местный Дом моделей за время своей деятельности дважды выполнял подобный заказ руководства республики. Показательно, что в русскоговорящих школах Эстонии использовалась школьная форма общесоюзного образца, разработанная лучшими модельерами московского ОДМО.

Экономические проблемы деятельности Дома моделей

Как и другие Дома моделей одежды СССР, Таллиннский Дом должен был работать на началах самоокупаемости. По словам одного из старейших работников Дома — бывшего главного экономиста, основной доход учреждению приносил его модный журнал «Силуэт» («Siluett»), с большим успехом распространявшийся в СССР³⁷³. Большинство материалов, публиковавшихся в журнале, было посвящено женской моде, что соответствовало мировым стандартам модных журналов. Но «Силуэт» немало внимания уделял также детской, мужской моде и представлял вниманию читателей свои модели рабочей одежды.

В 1970-е годы, время расцвета журнала, его русскоязычная версия издавалась значительно большим, чем версия на эстонском языке, тиражом, который за сравнительно короткий срок увеличился втрое. В 1972 г. тираж русскоязычного издания достиг своего пика — 300 тыс. экз. (в дальнейшем тираж несколько сократился). В это время эстонская версия журнала издавалась тиражом около 50 тыс. экз. Не-

³⁷³ Интервью с Lende Švarts от 12 марта 2008 г., Таллинн.

сколько тысяч русскоязычных экземпляров регулярно продавались за границу, главным образом, в Чехословакию и ГДР³⁷⁴.

Мало кто из читателей предполагал, что в штате редакции «Силуэт» было всего несколько человек — редактор, его помощник, секретарь и наборщик текста³⁷⁵. Фотограф так же, как и манекенщицы, числился внештатным сотрудником. Тем не менее, этот небольшой коллектив давал до 60% прибыли в годовой бюджет Таллинского Дома. Причем сюда поступала лишь часть прибыли от реализации тиража. Другой частью распоряжалось Министерство легкой промышленности Эстонии. В начале журнал печатался в Риге, но позже в типографии Таллинна.

Журнал распространялся в СССР в основном по подписке, и было известно, что на всех желающих его не хватало. Казалось, в условиях превышения спроса над предложением выгодно было увеличить тираж и получить большую прибыль от продаж. Главным ограничением были лимиты качественной бумаги для печати. Бумага поставлялась с русского Севера, из региона Беломорья. Для тиража каждого номера требовался целый железнодорожный состав бумаги. Чтобы обеспечить ее бесперебойную поставку, «толкачи» из Таллиннского Дома моделей регулярно ездили на бумажную фабрику с бутылками знаменитого ликера «Vana Tallinn» («Старый Таллин») и другими эстонскими деликатесами. Довольно быстро они завели там нужные знакомства и неизменно «приводили» в Таллин составы с бумагой³⁷⁶. Так в условиях сосуществования формальных и неформальных практик работала советская хозяйственная система, одним из звеньев которой оказались моделирующие организации.

Между прочим, главной причиной краха Таллиннского Дома моделей был экономический фактор и почти полная зависимость от общесоюзного потребителя. После достижения Эстонией независимости в 1991 г. российский и бывший советский модный рынок оказался по другую сторону границы. Прибыль от продажи последнего «советского» номера «Силуэта» в Таллинн так и не поступила, да и вряд ли кому-нибудь в Эстонии после распада СССР нужны были обесценившиеся рубли. Потеря основного источника дохода в условиях рыночных трансформаций оказалась настолько катастрофичной, что не только журнал «Силуэт», но и сам Таллиннский Дом моделей одежды вынужден был закрыться.

³⁷⁴ Журнал «Силуэт» занимал особое место не только в мире советской моды, но и в издательской деятельности Советской Эстонии в целом. Так, в 1962 г. на издание тиража «Силуэта» уходила значительная часть всей бумаги, выделенной республике на полиграфические нужды (см.: ERA. F.117.1.26. С. 57). По ряду причин, в том числе из-за сознательно поддерживаемых государством низких цен на книжно-журнальную и газетную продукцию, в СССР печатная бумага являлась одним из постоянных дефицитов.

³⁷⁵ См., например, в отношении 1965 г.: Ibid. R.9.6.33. С. 1—5.

³⁷⁶ Подобно многим другим историям, превратившимся со временем в легенду, сейчас трудно проверить, случалось ли это один-два раза или было регулярной практикой в течение всего периода существования Дома.

Помимо журнала, другими важными источниками дохода Таллиннского Дома моделей одежды являлись гонорары от швейных фабрик, которые заказывали здесь новые модели и лекала к ним, а также прибыль от продажи билетов на регулярно проводившиеся открытые показы мод. По словам главного экономиста Дома, главная деятельность — обслуживание фабрик — не была особенно выгодным занятием из-за неблагоприятной ценовой конъюнктуры³⁷⁷. Аналогичная ситуация наблюдалась и в других советских Домах моделей.

Суть еще одной постоянной жалобы представителей советской индустрии моды состояла в том, что централизованная система ценообразования делала внедрение в производство и быструю смену модной одежды экономически невыгодной. Заинтересованные лица на местах пытались решить эту проблему различными путями — как официальными, так и неофициальными или полуправовыми. В 1967 г. инспекторы эстонского Минлегпрома вдруг обнаружили, что местные швейные фабрики, торговые организации и Таллиннский Дом моделей в нарушение закона образовали «Совет по ценообразованию». Вместо того, чтобы отсылать в Министерство запросы на новые цены, как предписывали правила (на эти бюрократические процедуры порою уходил не один месяц), они решили оперативно устанавливать «договорные цены». 27 ноября 1967 г. эта практика вместе с «Советом» была ликвидирована³⁷⁸. Только в последние годы существования СССР, в начале 1980-х годов, когда фабрикам позволили выплачивать дополнительную премию в размере 25% от стоимости новых моделей (по категории «новинка»), моделирование для фабричного производства стало экономически более выгодным.

Рентабельность производства была, однако, лишь одной стороной медали. Не менее важной стороной являлась высокая профессиональная репутация Таллиннского Дома моделей в СССР, которую требовалось постоянно подтверждать и поддерживать. Тот факт, что модели эстонских модельеров оказались востребованными за ее пределами, тоже дорогого стоил. И отказываться от сотрудничества со швейными фабриками только потому, что невысока рентабельность, Таллиннский Дом не собирался.

По словам бывших дизайнеров и закройщиков Таллиннского Дома моделей, к ним часто приезжали издалека представители фабрик, чтобы присмотреться и прицениться к новым моделям. Они также демонстрировались на выездных выставках в разных городах СССР. Кроме того, в надежде на новые выгодные заказы Дом привозил свои перспективные коллекции на крупные швейные фабрики, с которыми имел долгосрочное сотрудничество. Включение моделей таллиннских дизайнеров во всесоюзные коллекции, каталоги или списки новой

³⁷⁷ Интервью с Lende Švarts от 12 марта 2008 г., Таллинн.

³⁷⁸ ERA. R.1992.2.248. С. 32—5.

модной одежды было малозначительным с точки зрения экономической выгоды, но, конечно, крайне престижным делом³⁷⁹.

В дополнение к трем основным видам деятельности (моделирование для массового фабричного производства, издание журнала мод, демонстрация своих модных коллекций) Таллиннский Дом моделей занимался производством одежды малыми сериями по своим моделям. Эти серии могли состоять из нескольких сотен образцов (200—600 единиц) различных видов одежды. Такие модные вещи пользовались большим спросом. Они продавались в нескольких эстонских магазинах, причем не только в Таллинне, но и в Тарту и Пярну.

Главным местом сбыта продукции Дома был таллиннский магазин одежды «Мода», который открылся в столице Эстонии в конце 1960-х годов и специализировался на продаже «ультрамодных» вещей. Это, однако, не был «бутик», поскольку он продавал модную одежду разных производителей. Скорее всего, Дом моделей не имел особой экономической выгоды от продажи одежды малыми сериями, так как объемы оказались невелики, а цены на такие вещи были лишь ненамного выше.

Помимо пошива одежды, Таллиннский Дом моделей имел большое собственное производство головных уборов, в штате которого было несколько квалифицированных модельеров. Здесь ежегодно производились десятки тысяч шляп, что оказалось весьма прибыльным делом.

Как и большинство подобных советских организаций, «в порядке исключения» сотрудники Таллиннского Дома моделей шили одежду по индивидуальным заказам для представителей местной политической и культурной элиты, а также для жен влиятельных чиновников, например, министров, или членов ЦК компартии Эстонии. В качестве примера бывшие работники Дома поведали историю о жене министра, которая утверждала, что у нее есть право заказать здесь вечернее платье, так как ее муж заведовал производством удобрений, столь необходимых для сельского хозяйства Эстонии³⁸⁰. Как правило, такие заказы оформлялись официально и оплачивались заказчиками по обычному тарифу, хотя на самом деле «VIP-клиенты» получали эксклюзивную одежду.

Журнал «Силуэт»

«Силуэт» по праву считался одним из лучших советских модных журналов. Как вспоминал его бывший редактор, в Таллинне часто получали письма от благодарных читателей, причем по штампам на конвертах можно было проследить обширную географию распространения «Силуэта», которая включала в себя даже регионы Дальнего Востока и

³⁷⁹ Интервью с Krista Kajandu от 12 марта 2008 г., Таллинн.

³⁸⁰ Интервью с Mari Kanasaar и с Lende Švarts от 12 марта 2008 г., Таллинн.

Приморья³⁸¹. В своей книге «История русской моды» Александр Васильев называет два прибалтийских журнала — эстонский «Siluett» и латвийский «Rigas modes» — самыми популярными и передовыми в художественном отношении модными журналами в Советском Союзе³⁸².

По словам бывшего редактора, было два основных секрета успеха «Силуэта». Первый — это сравнительно высокое качество иллюстраций и полиграфии в целом. Также, вероятно, помогал имидж Таллинна, который советскими гражданами воспринимался почти как настоящий «западный» город. Но главное, «Силуэт», если верить его редактору, был единственным советским модным журналом, который регулярно предоставлял своим подписчикам (журнал в основном распространялся по подписке) в виде специального приложения эскизы своих новых моделей, а также выкройки и подробные технические инструкции по их самопошиву. Тем самым женщины при наличии определенных навыков получали возможность одеться в модные вещи раньше, чем они появятся на прилавках магазинов.

Что касается технологии подготовки номеров журнала, то они все были в полном смысле слова «ручной работы». Сотрудники редакции в своем кабинете делали целый макет каждого выпуска, рисуя, вырезая и склеивая все вручную. После того, как макет и пробная копия были готовы, требовалось еще около полутора лет, прежде чем журнал доходил до своих читателей. Эта история — еще один пример относительной медлительности системы советской моды.

Каждый выпуск журнала имел несколько стандартных разделов, в основном посвященных новым моделям — женской и мужской одежды, пальто, детской одежды и праздничного вечернего платья. Журнал также постоянно уделял внимание таким темам, как парикмахерские услуги, косметика, развитие вкуса и история моды. В штате Таллиннского Дома моделей, как и других советских Домов, имелась специальная должность искусствоведа, который часто выступал как пропагандист моды и культуры одежды среди населения. Написанные им рекомендации о том, как поддерживать стройной фигуру или как выбрать платье в зависимости от конституции, регулярно помещались в журнале.

Как известно, все без исключения издания в СССР проходили формальную цензуру. Журнал «Силуэт» не был исключением. Однако с учетом его особой направленности, помимо формальной цензуры он проходил еще и «идеологическую». Перед отправкой в печать макет каждого выпуска просматривался специальной комиссией, члены которой посещали для этого офис журнала. В комиссию входили партийные функционеры и представители эстонского Минлегрпрома. Среди членов комиссии своим консерватизмом выделялась женщи-

³⁸¹ Интервью с Mari Kanasaar от 12 марта 2008 г., Таллинн.

³⁸² Васильев А. Русская мода: 150 лет в фотографиях. М.: Слово/Slovo, 2006. С. 352.

на, имевшая репутацию «борца» за благопристойность иллюстраций. Слишком много обнаженного тела, например, глубокое декольте платья, или слишком откровенные позы манекенщиц на фотографиях вызвали у нее запретительную реакцию. Поскольку из опыта многолетнего общения с членами комиссии сотрудники журнала знали, что именно может вызвать критику, они стремились заранее избежать проблем. В результате включались механизмы самоцензуры.

Один из бывших редакторов журнала припомнил только один случай, повлекший за собой серьезные идеологические разборки³⁸³. В 1970 г. иллюстратор в углу чертежа новой модели, в чисто декоративных целях изобразил крест, подобный кресту на шитах тамплиеров. Ни сотрудники журнала, ни цензоры, ни члены «идеологической» комиссии не обратили внимания на этот «религиозный символ». Однако когда журнал уже поступил в продажу, в ЦК компартии Эстонии поступил «сигнал». После чего директор Таллиннского Дома моделей получил выговор по партийной линии. Иллюстратор и редактор журнала были освобождены от работы и перемещены на другие, менее ответственные и престижные должности в Доме моделей.

Помимо пропаганды религиозных символов, запрещенных в СССР в соответствии с атеистическим характером государства, в Эстонии считались под негласным запретом иллюстрации с сочетанием черного, синего и белого цветов — символов довоенной независимой Эстонии. Одно издание местных студентов-дизайнеров было даже конфисковано именно по этой причине. Сотрудники редакции «Силуэта» прекрасно знали об этих табу и стремились избегать возможных проблем с властью.

Как и другие советские модные журналы, «Силуэт» в рубрике «Мода за рубежом» регулярно публиковал фотографии иностранных модных новинок — разработок ведущих модных домов Франции, Италии, Великобритании, считавшихся законодателями мировой моды. Для советских модниц это был весьма важный источник информации о том, что происходит в мире моды по другую сторону «железного занавеса». Фотографии из западных журналов мод публиковались в «Силуэте» и других советских журналах без дополнительной информации или разъяснений относительно оригинального источника, авторства модели и проч. Отбор зарубежных моделей для публикации был ответственной задачей. Сотрудниками «Силуэта» выбирались модели, отражавшие тенденции западной повседневной моды (без экстравагантных излишеств), такие фотографии, на которых манекенщицы были сняты в естественных позах. Эта практика копирования, носившая, скорее всего, не вполне легальный характер, сошла на нет в период «перестройки».

Несмотря на упомянутые выше ограничения, сотрудники «Силуэта» имели немало возможностей для проявления творческой фан-

³⁸³ Интервью с Mari Kanasaar от 12 марта 2008 г., Таллинн.

тазии и самостоятельности. Помимо отбора фотографий новинок зарубежной моды это относилось, например, к тематике номеров, отбору авторов публикуемых материалов, планированию фотосессий, выбору места для съемок и др. В журнале «Силуэт» новые модели, в зависимости от фасона и стиля одежды, были всегда удачно вписаны в современную городскую среду или демонстрировались на фоне средневековых строений Старого Таллинна. Профессионализм иллюстраторов «Силуэта» был известен и за пределами Эстонии. К примеру, они получали заказы на фотоработы от журнала, выпускавшегося Ленинградским Домом моделей одежды.

Контакты с другими советскими Домами моделей

Сотрудники Таллиннского Дома поддерживали регулярные профессиональные контакты с коллегами из других советских учреждений моды. Первые эстонские модельеры побывали в столичном ОДМО уже в феврале 1958 г. — тогда же открылся и Дом моделей в Таллинне³⁸⁴. С тех пор они посещали ежегодные и сезонные встречи представителей Домов моделей, методические совещания и семинары по обмену опытом, организованные ОДМО или ВИАЛегпромом. Эти всесоюзные или «кустовые» (региональные) совещания, проводившиеся обычно один-два раза в год, собирали специалистов того или иного профиля (художники-модельеры, конструкторы одежды, искусствоведы, экономисты) или были связаны с обсуждением новых тенденций в моделировании разных видов одежды (пальто, женские платья, детская одежда и т.д.).

Типичное общесоюзное совещание модельеров продолжалось несколько дней. В числе организаторов и главных экспертов выступали сотрудники ОДМО, ВИАЛегпрома, Минлегпрома СССР. Представители Домов моделей привозили с собой зарисовки новых моделей, которые затем коллективно обсуждались. Иногда критика была довольно суровой. Тем не менее, судя по материалам интервью с бывшими сотрудниками Таллиннского Дома, такие встречи, проводившиеся на базе Домов моделей в разных республиках и городах СССР (приглашающая организация брала на себя основные расходы), высоко ценились. Они позволяли участникам пообщаться в профессиональной среде, познакомиться с опытом работы коллег, завязать полезные знакомства и творческие связи. Появлялась возможность взглянуть на работу своего Дома моделей со стороны, посетить местные достопримечательности, ознакомиться с национальным колоритом, что порою давало толчок новым творческим идеям в моделировании. Поскольку текучесть кадров в моделировании одежды была минимальной, с

³⁸⁴ ERA. R.316.1.11. С. 20.

годами участники совещаний неплохо узнавали друг друга, и порою профессиональные контакты перерастали в дружеские отношения. Бывшие работники Таллиннского Дома моделей с сожалением вспоминают, что все это оказалось утраченным после распада СССР.

Как уже говорилось выше, помимо всесоюзных совещаний Домов моделей, практиковалось регулярное проведение «кустовых» (региональных) совещаний. В результате у специалистов из Таллинна сложились наиболее тесные профессиональные контакты с соседями из Минска, Риги, Вильнюса, а также с Ленинградским Домом моделей³⁸⁵.

В начале 1970-х годов Таллиннский Дом моделей впервые принимал такое общесоюзное совещание художников-модельеров и конструкторов одежды, прошедшее на высоком уровне. С началом «перестройки» профессиональные контакты еще более оживились. В конце 1980-х годов Таллиннский Дом моделей начала организовывать свои «недели моды», приглашая на них гостей со всего СССР. Однако после провозглашения Эстонией независимости эти мероприятия прекратились.

Показы мод и выставки за рубежом и внутри страны

В представлении многих советских людей, в разные годы побывавших в Прибалтике в качестве туристов или командированных, Таллинн и Рига были советскими «окнами в Европу», а местные жители — «почти западными» людьми. Аналогичное представление о Прибалтике как о своеобразном «трансфере» западной культуры одежды господствовало и в профессиональной среде. Ведущие модельеры Советского Союза, в том числе из Ленинграда, Москвы и Свердловска, при планировании положенных им творческих командировок обосновывали необходимость посещения Прибалтики тем, что местная архитектура и атмосфера портовых городов давала толчок творческому вдохновению³⁸⁶.

У эстонского руководства, в том числе в республиканском Минлегпроме, Дом моделей одежды был на хорошем счету. На уровне СССР к республикам Прибалтики, как известно, было особое отношение, предполагавшее, однако, содействие в развитии культуры, сохранении национальных традиций, а также в трансфере культурных достижений этих республик в единую многонациональную советскую культуру. Именно на такой идеологической базе, помимо сугубо профессиональных характеристик, основывалось отношение Москвы к Таллиннскому Дому моделей.

Довольно скоро после основания Дома его директор Анита Бурлака была направлена в долгосрочную командировку в Будапешт с

³⁸⁵ См., например: РГАЭ. Ф. 523. Оп. 1. Д. 203. Л. 101.

³⁸⁶ См., в частности: Там же. Д. 200. Л. 253, 281, 330; Д. 203. Л. 17, 60.

целью ознакомления с опытом работы венгерских институтов моды. Эта поездка, которая на рубеже 1950—1960-х годов была едва ли не исключением из правил и явно не могла состояться без санкции Москвы, длилась почти целый месяц и принесла большую пользу Таллиннскому Дому моделей³⁸⁷.

В дальнейшем ответственные лица Таллиннского Дома — директор и главный художник-модельер, сопровождаемые лучшими манекенщицами, выезжали за границу с модными коллекциями. Местные модельеры, в их числе авторы вывозившихся моделей, почти никогда не выезжали за рубеж, даже в социалистические страны³⁸⁸. Одной из причин была необходимость экономить валюту. Другой причиной были опасения в отношении лояльности режиму и «политкорректности» поведения эстонских модельеров за рубежом. В условиях, когда выезды за рубеж рассматривались как привилегия, эта тема носила болезненный характер и обсуждалась в том числе на партсобраниях.

Как и в других Домах моделей СССР, в Таллиннском Доме разрабатывались не авторские, а «сборные» коллекции одежды, состоящие из разработок разных модельеров. Кроме того, лучшие работы таллиннских модельеров довольно часто включались в большие общесоюзные коллекции, демонстрировавшиеся за рубежом³⁸⁹.

Наиболее распространенной формой заграничных поездок стало включение эстонских моделей или даже целых коллекций одежды в состав коллекций, представленных советскими делегациями на торговых, промышленных и иных международных выставках, а также на фестивалях дружбы СССР с зарубежными странами³⁹⁰. Там в рамках культурной программы проводились подиумные показы мод.

Первой такой ответственной выставкой, в которой Таллиннский дом моделей принял участие вскоре после своего создания, представляя достижения советской культуры, была Всемирная выставка ЭКСПО-58 в Брюсселе. Для нее эстонскими модельерами была разработана специ-

³⁸⁷ ERA. R.316.1.11. С. 129—130.

³⁸⁸ Об этом см.: Ibid. F.117.1.26. С. 2.

³⁸⁹ В 1964 г., к примеру, 48 новых моделей, созданных таллинскими модельерами, были включены в общесоюзную коллекцию, в которую ежегодно отбирались лучшие образцы моделей со всего СССР. Такие коллекции вывозились для показа с участием коллекций других стран-членов СЭВ (См.: Ibid. F.117.1.27. С. 36).

³⁹⁰ В частности, в 1968 г. модели Таллиннского Дома, наряду с разработками столичного ОДМО и Домов моделей из Риги и Вильнюса, успешно представляли советскую моду на торговой выставке СССР в Лондоне. Присутствовавшая там директор Таллиннского Дома моделей Анита Бурлака комментировала это событие в интервью американской газете "The New York Times" ("Russians Put On a Show — a Stylish One", August 7, 1968). Она рассуждала о тенденциях индивидуализации вкуса, противостоящих массовой моде, и отмечала, что, по ее наблюдениям, «стиль мини сейчас выходит из моды. Молодежь все еще носит мини-юбки, но элегантные леди, обращающие внимание на свою внешность, подбирают фасон и длину платья исходя не столько из соображений моды, сколько из того, что им лично больше подходит».

альная коллекции модной одежды. Что касается другой аналогичной выставки, ЭКСПО-67, проходившей в канадском Торонто, то здесь роль эстонских модельеров была несколько иной. Лучшие дизайнеры столичного ОДМО, в соответствии с поручением руководства, разработали для ЭКСПО-67 большую коллекцию модной одежды, отражавшую богатство и многообразие национальных культур народов СССР. В ней были широко представлены национальные мотивы Эстонии, Туркмении, Таджикистана, Киргизии и других республик. Эти модели создавались художниками ОДМО в тесном сотрудничестве с дизайнерами из этих республик, в том числе из Таллиннского Дома моделей³⁹¹.

Затем в 1972 г. последовали выставки в югославском Загребе и на итальянском о. Капри, где проходил культурный фестиваль «Море и моды», организованный обществом итало-советской дружбы. Визит на Капри оставил светлые воспоминания у участников от Эстонии. Новые возможности открылись с началом «перестройки»: коллекции таллинских модельеров были показаны в турецком Измире и швейцарском Базеле. По сравнению с ОДМО и с другими ведущими Домами моделей СССР международная деятельность Таллиннского Дома носила довольно скромный характер. Тем не менее, это направление для него являлось чрезвычайно важным и престижным.

Наряду с зарубежными показами своих моделей, дважды, а с 1970-х годов — трижды в год Таллиннский Дом организовывал для публики большие дефиле (вход по билетам). Очень быстро эти демонстрации стали популярными. Они проходили в таллинском Концертном зале «Эстония» или во Дворце спорта «Калева», собирая до 15 000 зрителей. Как правило, шоу продолжались два часа и шло в сопровождении оркестра из известных эстонских музыкантов³⁹².

Начиная с 1958 г. Дом моделей организовывал специальные курсы для своих постоянных манекенщиц. Известная эстонская балерина Инге Поедер учила их, как изящно двигаться на подиуме, представляя новые модели³⁹³.

Так же, как и другие советские Дома моделей, Таллиннский гастролировал по стране, демонстрируя в самых разных залах самой разной аудитории свои модели — подиумные показы или выставки. Это была важная часть работы по пропаганде моды и культуры одежды³⁹⁴. Как ведущий демонстратор мужской одежды Таллиннского

³⁹¹ См.: РГАЭ. Ф. 523. Оп. 1. Д. 208. Л. 217. В декабре 1966 г. ОДМО направило Вячеслава Зайцева в творческую командировку с посещением Домов моделей одежды Риги, Вильнюса, Таллинна и Ленинграда для завершения работы над общесоюзной коллекцией моделей одежды, готовившейся для демонстрации на ЭКСПО-67 в Монреале.

³⁹² ERA. R.316.1.11. С. 39.

³⁹³ Ibid. С. 18.

³⁹⁴ В 1962 г. Таллиннский Дом моделей организовал 82 выставки и демонстрации своих моделей, а также провел 11 лекций о моде и культуре одежды, 8 из ко-

Дома, говорит Юри Сийм, в 1970-х годах он побывал почти в каждом уголке не только Эстонии, но и всего Советского Союза. Типичный эстонец, высокий и белокурый, по сравнению с другими советскими демонстраторами одежды Сийм выглядел «иностранцем». Его услугами пользовались и другие советские моделирующие организации. Спустя много лет он тепло вспоминает о тех временах и рассказывает, с каким радушием его и других коллег из Таллинна принимали в разных городах СССР³⁹⁵.

Как и в других советских Домах моды, модели, представленные на этих шоу, были разработаны специально для таких подиумных демонстраций и пошиты в единственном экземпляре. Лишь в исключительных случаях модели советской «высокой моды» имели шанс попасть на швейные фабрики для тиражирования массовыми сериями. Каждое публичное шоу Таллиннского Дома моделей состояло из 12—13 тематических блоков, каждый из которых разрабатывался определенным модельером. Тем самым в разработке каждой такой коллекции участвовало более десяти модельеров. Детская одежда, а также костюмы на основе национальных эстонских мотивов составляли обязательный репертуар всех этих шоу. Поскольку в штате Дома не было демонстраторов детской одежды, в их качестве во время таких шоу выступали дети сотрудников и их знакомых.

Популярность модных показов в СССР можно объяснить тем, что они все в большей степени были яркими, музыкальными театрализованными представлениями. Но также и тем, что часть зрителей приходили для того, чтобы увидеть модные новинки, скопировать их и постараться пошить себе нечто подобное. Кажется очевидным, что в показах мод на региональном уровне отразились дилемма, характерная для советской индустрии моды в целом. Если модели были слишком «приземленными» — ориентированными на повседневное применение и на скромные возможности швейных фабрик, то они не годились для развлечения и теряли интерес для тех потребителей, кто приходил на шоу именно как на театральное представление. С другой стороны, если новые модели оказывались слишком экстравагантными, то людям не оставалось ничего иного, только как любоваться ими подобно другим произведениям искусства. В отличие от Запада, где в послевоенный период, благодаря во многом развитию производства модной одежды малыми сериями, происходило активное встречное движение «высокой» и «повседневной» моды, в СССР эта тенденция почти не нашла своего выражения.

торых предназначались для эстонского радио или телевидения (Ibid. F.117.1.25. С. 23). В 1966 г. отчет Дома включал уже 82 модных шоу с участием манекенщиц, 11 публичных лекций с демонстрацией моделей и 40 «обычных» лекций, часть из которых транслировалась по местному радио и телевидению (Ibid. F.117.1.29. С. 78).

³⁹⁵ Интервью с Jüri Siim от 18 июня 2008 г., г. Таллинн.

Почти европейский Дом моделей

Таллиннский Дом моделей одежды славился в СССР своим «европейским» стилем. Объяснялось это в том числе историческими традициями. Таллинн, так же как Рига, Вильнюс или Каунас, в довоенный период славился обилием модных ателье и квалифицированных частных портных, а также тесными связями с главными европейскими центрами моды в Париже, Берлине и Лондоне. После вхождения Эстонии в состав СССР многое изменилось, однако традиции и частично кадры остались.

Другой причиной было то, что западные тенденции моды в силу многих обстоятельств (географическое положение, портовый и туристический характер города, наличие у многих эстонцев родственников за границей, с которыми они поддерживали переписку, и др.) достигали Таллинна раньше, чем центральных областей России. Поэтому у таллиннских модельеров, неофициальным путем регулярно получавших свежие номера западных модных журналов, имелась фора по сравнению с другими советскими коллегами.

Судя по воспоминаниям бывших сотрудников Таллиннского Дома, одним из главных источников информации о модных тенденциях были комиссионные книжные магазины Таллинна. В них всегда имелся богатый выбор и новых, и раритетных иностранных модных журналов. Сотрудница Таллиннского Дома моделей была уполномочена руководством еженедельно посещать комиссионки и закупать в них нужную литературу, включая новинки иностранной периодики моды. Эта практика была, конечно, неофициальной, но очень важной для успешной работы и потому неоднократно упоминалась в положительном плане даже в протоколах партийных собраний Дома³⁹⁶.

Была у эстонских модельеров еще одна важная фора по сравнению с коллегами из других регионов. Дело в том, что с 1960-х годов жители Таллинна и поселений, расположенных на северном побережье Эстонии, в отличие от других советских граждан, получили прямой доступ к западным телеканалам. В частности, они могли принимать передачи финского телевидения, тем более что финский и эстонский — близкие языки. И хотя Финляндия никогда не лидировала в мировой моде, телевидение предоставило жителям Советской Эстонии следить за современными модными тенденциями. Прежде всего, это регулярная демонстрация по финскому телевидению американских и европейских кино- и телефильмов и сериалов с участием одетых по последней моде популярных западных актеров. Большая доступность информации о западной моде, несомненно, влияла на представления о моде рядовых эстонцев, в частности, делая их более взыскательными потребителями, но также стимулировала к творчеству и профессиональных модельеров.

³⁹⁶ Ibid. F.117.1.27.

Наконец, имелся еще один тайный канал импорта новой моды в Таллинн — местный таможенный терминал, с руководством которого у Дома моделей имелась негласная договоренность о приоритетном отборе конфиската. Как только новая импортная одежда или аксессуары по той или иной причине конфисковывались на границе, представитель Дома информировался об этом и мог, если необходимо, забрать эти вещи на исследование. Таким образом, сотрудники Дома имели не только журнальные фотографии, но и экземпляры модных западных изделий, регулярно подвергая изучению особенности их конструкции и проч. Выводы брались на вооружение и творчески использовались в процессе моделирования и конструирования одежды.

Пример Таллиннского Дома не был исключением. Не секрет, что советские моделирующие организации были заинтересованы в получении в свое распоряжение экземпляров модной одежды. Поэтому советским внешнеторговым представительствам в Париже, Лондоне, Риме, Берлине, Нью-Йорке предписывалось, в том числе, собирать и направлять в Москву образцы модной одежды. Однако, судя по всему, эта работа не велась оперативно.

Всесоюзная Торговая палата в Москве была еще одним важным источником информации. Когда иностранные фирмы, заинтересованные в установлении экономического сотрудничества с СССР и в продаже одежды на советском рынке, представляли свои образцы модной одежды, они использовались советскими модельерами с целью изучения модных тенденций. Известны случаи, когда эти образцы одежды направлялись из Москвы в региональные Дома моделей. Для того, чтобы изучить особенности кроя, эти изделия зачастую полностью расшивались³⁹⁷.

С 1960-х годов Таллиннский Дом моделей считался одной из лучших моделирующих организаций СССР. Когда в Москве в марте 1966 г. открылся XXIII съезд КПСС, для делегатов и иностранных гостей съезда были организованы «закрытые» показы модных коллекций ОДМО, Ленинградского и трех прибалтийских Домов моделей, включая Таллиннский³⁹⁸. По советским меркам это была большая честь. Но одновременно — и шаг по лоббированию мер, принятие которых зависело от делегатов. Ожидалось, что этот съезд должен принять важные решения по стимулированию легкой промышленности и моды в СССР. Модельеры Таллинна, таким образом, призваны были показать пример того, как должна работать советская индустрия моды, чтобы оправдать надежды, возлагаемые на нее советским народом.

³⁹⁷ См., например, приказ по ОДМО от 26 апреля 1965 г. (РГАЭ. Ф. 523. Оп. 1. Д. 203. Л. 405).

³⁹⁸ Там же. Д. 207. Л. 184—186.

Общество и власть в зеркале моды: Дискуссии о культуре одежды в советском публичном дискурсе 1950—1980-х годов



Тема моды в газетах и журналах

Как уже отмечалось выше, в СССР отношение власти к моде со временем претерпело существенные изменения — от радикального отрицания моды сразу после революции (популярность идей «антимоды») до признания ее социальной значимости в середине 1930-х годов и, наконец, до полной легитимации моды в варианте «советской моды» к началу 1960-х годов. Однако при внимательном изучении оказывается, что мода регулировалась не только «сверху», властью, но и «снизу», обществом. В Советском Союзе, как и везде в современном мире, ее развитие в значительной степени определялось общественными представлениями, неформальными социальными отношениями, сложившимися в повседневной жизни этическими нормами, принятыми стандартами вкуса и проч. Причем все эти факторы не были статичными. Они эволюционировали, взаимодействуя и между собой, и с властным нормированием. На их динамику в рамках СССР влияло множество причин: зависимость от господствующей идеологии, от национальных и конфессиональных традиций, от привычек различных социальных слоев. Многие значили различия между полами и поколениями, противоречия в культурных взглядах и практиках, урбанизация и модернизация общества, не говоря уже о воздействии общемировых тенденций в моде и потреблении в целом.

Задача данной главы книги заключается в том, чтобы показать срез общественных настроений и представлений о моде и культуре одежды среди рядовых граждан и в профессиональной среде, преимущественно, в наиболее значимый для нашего повествования период конца 1950-х — 1970-х годов. Без учета палитры общественных настроений, характеризующих состояние общества, невозможно понять господствующие тенденции, оценить политику власти в этом вопросе, а также положение моды в советском обществе в целом.

Главным источником для нас будут служить разнообразные материалы периодической печати тех лет, которая в условиях хрущевской «оттепели» переживала период демократизации и открыто обсуждала темы, волновавшие власть и граждан. Газеты и журналы тех лет систематически публиковали письма в редакцию, жалобы и обращения граждан, острые журналистские репортажи, многие из которых были посвящены вопросам потребления, моды и культуры одежды.

Комплекс привлекаемых нами источников совершенно уникален и бесспорно является репрезентативным для изучения модного дискурса.

Мы привлекаем значительный по объему (сотни газетных и журнальных статей), впервые вводимый в научный оборот массив публикаций о моде и культуре одежды, помещенных в советских журналах и газетах в указанный период, — это публикации в центральной и местной, профессиональной и ведомственной прессе СССР. Для нас принципиально важным было максимально отразить географическое разнообразие изданий, поскольку было важно понять их специфику. В результате получился срез общественных настроений в разных регионах СССР — от Калининграда и Прибалтики до Владивостока и Хабаровска, от Архангельска до республик Средней Азии¹. Все это позволило представить яркую, весьма примечательную и показательную во многих отношениях картину.

Неожиданно оказалось, что тема моды и культуры одежды была столь популярной в советской печати конца 1950-х — 1970-х годов. Общесоюзные, республиканские и местные газеты регулярно помещали новости, репортажи и интервью о тенденциях моды, а также аналитические статьи по вопросам культуры одежды. О моде постоянно писали массовые издания, в том числе женские журналы. Кроме того, вопросы моделирования и пошива модных изделий активно обсуждались в профессиональной прессе — изданиях текстильной и швейной промышленности, торговли, бытового обслуживания и др.

Наконец, в это время отмечается увеличение числа советских специализированных журналов мод и их тиражей. Признанным лидером здесь считался «Журнал мод», издававшийся сначала ОДМО, а затем ВИАЛегпромом. Свои модные журналы имели и моделирующие организации на местах, тиражируя тем самым собственные модели и делая популярными их создателей (если не на всесоюзном, то уж точно на региональном уровне).

Некоторые республиканские Дома моделей выпускали журналы мод большим тиражом, ориентируясь не только на местного, но и на общесоюзного читателя. В их числе был эстонский журнал «Силуэт». Помимо журналов, моделирующие организации выпускали с разной степенью периодичности альбомы мод и иные издания. Особенной популярностью пользовались модные издания, в качестве приложения к которым помещались зарисовки и выкройки новых моделей, с помощью которых читатели могли пошить себе одежду в домашних условиях.

Статьи о моде и одежде, о которых пойдет речь в данной главе, можно разделить на следующие основные тематические группы: 1) информирующие читателей о тенденциях и перспективах моды в наступающем сезоне; 2) рассказывающие о важных событиях в мире советской

¹ Zhuravlev S., Gronow J. Soviet People With 'Big Bodies' // Aesthetic Ideals and Big Bodies: A Comparative Study of Russia and Norway: Collection of papers presented at Moscow, September 17—18, 2009 / Mari Rysst (ed.); Statens institutt for forbruksforskning, Oslo. (URL: www.sifo.no/page/Nyheter/Nyheter_internet_arkiv/110178/77044.html).

моды (показы коллекций, выставки, конкурсы и проч.); 3) обсуждающие экономические проблемы индустрии моды; 4) поднимающие вопросы о культуре одежды, а также 5) о роли моды при социализме².

Подобно аналогичным западным изданиям, советская пресса указанного периода регулярно публиковала короткие статьи с рекомендациями, репортажи или интервью о сезонных изменениях моды. В местных газетах каждый сезон (весна—лето или осень—зима) обязательно появлялся не один такой материал. Кроме того, специальные статьи традиционного готовились к школьному выпускному вечеру. В них содержались рекомендации, как модно одеться к школьному балу, а заодно и общие замечания о традициях хорошего вкуса и правилах приличия. Чаще всего подобные статьи носили сугубо информационный характер.

Специализированные журналы мод, естественно, были почти полностью посвящены трансляции последних модных тенденций. Кроме того, они публиковали более общие размышления о природе мировой моды и о специфике советской моды. Авторами подобных материалов об эстетике одежды, а также обзоров по истории моды часто выступали искусствоведы и сотрудники моделирующих организаций, в прямые обязанности которых входила пропаганда моды среди населения³. В 1970—1980-е годы в структуре Домов моделей Минлегпрома СССР уже имелись специализированные отделы пропаганды моды, сотрудники которых отвечали за контакты со СМИ, занимались пропагандой моды путем организации публичных лекций, выставок и др.

Главный советский модный журнал «Журнал мод» с просветительскими целями в своем приложении помещал довольно пространственные тексты о моде и хорошем вкусе, написанные авторитетными специалистами в этой области. Популярным жанром были журналистские репортажи о событиях в мире советской моды и интервью с местными и столичными модельерами. К тем, кто регулярно выступал в прессе, в яркой и доступной форме рассказывая о современной моде, быстро приходила широкая известность. Характерным примером такого рода является творческая судьба молодого талантливого модельера Вячеслава Зайцева из ОДМО, который уже в середине 1960-х стал «суперзвездой» и получил международное признание.

Вторая группа материалов в прессе включала новости о разных модных событиях — от модных показов и выставок в стране и за рубежом до советских и международных форумов, встреч и конкурсов.

См. также: *Чернова Е.А.* Формы культуры повседневности по материалам советских молодежных журналов 1960—1970-х гг. (URL: <http://www.doc.ru/users/unic/diplom.html>).

³ Научно-техническая библиотека ОДМО занималась сбором вырезок статей о моде и культуре одежды из всех издававшихся в СССР периодических изданий. Этот уникальный источник, а также другие сопутствующие материалы позволяют нам обратиться к анализу советского модного дискурса.

Естественно, что эти статьи подчеркивали успехи отечественных специалистов и советской модной индустрии в целом. Лучшим доказательством высоких стандартов советской моды являлся успех на международных и национальных конкурсах и выставках. Региональная пресса уделяла много внимания местным достижениям, перспективным моделям и лучшим местным модельерам. Новости моды часто освещали отдельные уникальные события. Во многих случаях газеты — единственный дошедший до нас источник о таких локальных фактах в истории советской моды.

Третья группа статей — материалы по экономическим проблемам моделирования, производства и торговли модной одеждой. Пресса часто отгалкивалась от жалоб потребителей, вскрывая узкие места в советском хозяйственном механизме. Авторы таких статей не только раскрывали суть проблемы, но и зачастую выявляли их причины и указывая на возможные пути исправления недостатков. Под огнем критики за халатность и неэффективность работы зачастую оказывались руководители госструктур и министерств. Однако если посмотреть материалы данной тематики в разных ведомственных изданиях, то окажется, что торговля обвиняла в недостатках швейную промышленность или оптовую торговлю, а промышленность, в свою очередь, ссылаясь на плохую работу поставщиков сырья, на плохое состояние оборудования и проч. Текстильная промышленность обвиняла химические заводы, которые не производили нужную палитру красок, и т.д. и т.п.

Время от времени критика в прессе недостатков индустрии моды и ее отдельных звеньев затрагивала и принципиальные проблемы функционирования плановой экономики. Обилие разного рода критических публикаций в прессе — жалобы, описание конкретных вопиющих случаев, материалы более общего экономического характера с элементами дискуссий о причинах живучести проблем и путях улучшения ситуации — свидетельствовало о важности таких материалов для власти. Другое дело, что эти статьи редко приводили к кардинальным изменениям, чаще имели целью «выпустить пар». К этому выводу подводит повторяющийся характер дискутируемых из года в год проблем.

Исследователи должны обратить внимание на узаконенную и даже поощряемую властью в 1960—1970-х годах практику фиксации недостатков в книгах жалоб и предложений, но и публикации в прессе писем с жалобами трудящихся, а также дискуссионных материалов, основная масса которых была посвящена вопросам потребления и сферы услуг, как существенной составляющей культуры советской публичной сферы. Жалобы потребителей были важной частью системы общественного контроля за советской бюрократией. Между прочим, это была своего рода обратная сторона бесконечно повторяющихся сообщений прессы об экономических успехах и регулярном перевыполнении плановых показателей.

Четвертая тема, которая часто присутствует в изученном нами массиве публикаций в советской прессе о моде, — это обсуждение вопросов дресс-кода и благопристойности одежды в целом. При всем многообразии эти публикации сосредоточились на двух главных проблемах — низкое качество зачастую уже вышедшей из моды одежды массового фабричного производства и тлетворное влияние утрирующих моду стилияг на советскую молодежь. И то и другое явление не способствовало развитию хорошего вкуса. Первая проблема оказалась препятствием к распространению модных тенденций и индивидуализации вкуса. Вторая явила яркий пример того, как можно поддаться безвкусию, слепо следуя моде. «Правильная» позиция, пропагандируемая в советских СМИ, заключалась в отказе от крайностей

Те, кто полностью игнорировали моду или открыто критиковали ее, в 1950-х годах и в начале 1960-х активно писали в газеты, участвовали в дискуссиях по этому поводу. Их аргументы сводились либо к тому, что при низком достатке не до моды, либо к тому, что они сами готовы жить при коммунизме, когда моды не будет, и призывают других советских граждан следовать этому примеру. В течение 1960-х годов голоса таких граждан в СМИ постепенно стихали. Хотя, казалось бы, именно на них власть должна была бы сделать ставку и именно их позицию ей надлежало пропагандировать в условиях выполнения третьей Программы КПСС. Тот факт, что их позиция не была поддержана советскими идеологами, означал фактическую ревизию догматических представлений о роли моды при социализме.

Довольно жесткой критике в советской печати конца 1950-х — 1960-х годов подвергались стилияги. Им пришлось ответить почти за все, что расценивалось как утрирование моды и плохой вкус. Многие статьи о стилиягах или женщинах, носящих брюки, написаны в типичном для советской прессы жанре журналистского расследования. Они либо комментировали скандальные события на местах, либо вдохновлялись письмами в редакцию обычных людей.

Анализ статей о стилиягах позволяет скорректировать представление об отношении к ним в обществе того времени. Удивительно, что авторы публикуемых материалов не призывали грубо вмешиваться в индивидуальный стиль одежды. В частности, наряду со стилиягами, под огнем критики оказалась местная милиция за штрафы и аресты людей, которые, по мнению работников правоохранительных органов, были одеты не должным образом. Случаи «перегибов» освещались в прессе, и авторы многих статей фактически защищали право молодежи на модный и более индивидуальный стиль в одежде. Они приучали своих читателей к мысли о том, что неправильно осуждать общий моральный облик молодого человека только на том основании, что его брюки слишком узки или что он носит цветастую рубашку. Авторы статей в СМИ сходились во мнении, что экстравагантный

наряд стилиг — это определенно признак дурного тона и отражение нездоровой потребности молодых людей выделиться. Вместе с тем, авторы статей полагали, что экстравагантная одежда автоматически не означает, что перед нами плохой, испорченный человек.

Женщина в рабочих или спортивных брюках — обычное явление в СССР. Советские женщины наравне с мужчинами работали на заводах, в сельском хозяйстве и на стройплощадках, во время войны служили в армии, в мирное время много ходили в походы и занимались спортом. Тем не менее, в советской прессе конца 1960-х годов даже со стороны журналистов и экспертов моды, не говоря уже об обычных читателях, встречается осуждение женщин, которые появляются в брюках в публичных местах, на официальных и праздничных мероприятиях. Это считалось нарушением господствующих правил приличия.

Как видно из материалов прессы, комсомольские издания, рассчитанные на молодежную читательскую аудиторию, вели особенно бескомпромиссную борьбу со всеми видами проявления «стиляжничества» и отклонения от общепринятого стиля в одежде. Вообще, нужно иметь в виду, что в послевоенные десятилетия тема стилиг была одной из центральных не только в СМИ, но и в популярной и специальной литературе по вопросам советского этикета. Так, в одной из первых послевоенных книг по этикету и культуре одежды А.Г. Голыбина противопоставила стилиг духовно богатым людям с высокими культурными запросами: «Не случайно подавляющее большинство “стилиг” — это люди невежливые, игнорирующие привычки и вкусы окружающих, противопоставляющие себя коллективу, считающие себя выше “толпы”. Стремление “стильно” одеваться свидетельствует не о культуре, а о бескультурье человека, о бедности его духовного мира, об узости его интересов»⁴. По мнению Голыбиной, настоящая красота возникает только там, где внешний облик человека находится в гармонии с богатым внутренним миром.

Еще одна выделенная нами группа материалов в советских СМИ конца 1950-х — 1970-х годов касается дискуссий о природе моды и о ее роли при социализме. Действительно ли мода нужна при социализме или без нее в принципе можно обойтись; а если она необходима, то в какой мере и какого рода? Каково место моды в плановой экономике? Чем социалистическая мода отличается от буржуазной? Вероятно, для некоторых читателей нашей книги станет откровением, что эти важные вопросы с конца 1950-х и особенно в 1960-х годах активно и в сравни-

⁴ Голыбина А.Г. Искусство одеваться. Ленинград: Лениздат, 1959. С. 243. Первая известная карикатура на стилиг художника Д. Беляева появилась в мартовском номере популярного сатирического журнала «Крокодил» за 1949 г. (Крокодил. 1949. 7 марта. С. 10). См. также: Захарова Л.В. Мода, или режим социального нивелирования // Режимные люди в СССР / отв. ред.: Т.С. Кондратьева, А.К. Соколов. М: РОССПЭН, 2009. С. 243—256. См. изображения стилиг в Интернете: URL: <http://bujhm.livejournal.com/383320.html>

ельно открытом для советских граждан режиме обсуждались в издававшихся миллионными тиражами общественно-политических изданиях, а также среди экономистов, обществоведов, искусствоведов, модельеров, журналистов, сотрудничавших с профессиональными изданиями («Декоративное искусство СССР», «Советская торговля», «Экономическая газета» и др.) и с ведущими советскими модными журналами, периодически публиковавшими «серьезные» статьи о моде.

По этим дискуссионным материалам в СМИ можно заключить, что власть демонстрировала заинтересованность в том, чтобы не директивным порядком, а с помощью экспертного сообщества достичь консенсуса о природе социалистической моды (естественно, в рамках незыблемых идеологических догм)⁵. Одновременно через СМИ осуществлялась обработка остававшегося довольно консервативным к началу 1960-х годов общественного мнения в сторону создания позитивного имиджа советской моды. Важно отметить, что после 1960-х годов эти вопросы столь же регулярно и с тем же акцентом в массовой прессе больше не рассматривались.

Новости о сезонной моде

С конца 1950-х годов сообщения о новых тенденциях в моде неожиданно стали популярной темой в советских СМИ, включая центральные и местные газеты (в т.ч. и вечерние выпуски), партийную и комсомольскую прессу. Это заставляет задуматься о целенаправленной кампании. Популярные женские журналы «Работница», «Крестьянка», а также распространявшийся за рубежом на иностранных языках иллюстрированный журнал «Советская женщина» тоже регулярно помещали на своих страницах отчеты о новостях советской моды. Как правило, они были приурочены к важным событиям в мире моды, чаще к наступлению нового сезона, о модных тенденциях которого должны быть осведомлены модницы. Так, приближение весны было поводом для комментариев модельеров, к регулярному появлению таких комментариев в СМИ советские читатели стали привыкать — почти так же, как к прогнозам погоды.

Помимо моды сезона, в газетах часто освещались такие более конкретные темы, как детская мода или молодежная одежда. Как и везде в мире, в советской прессе тех лет преобладали новости о женской моде, но часто несколько строк посвящалось и мужской одежде. В репортажах подробно обсуждалась модная в предстоящем сезоне длина платья, ширина брюк, модные цвета и т.д. Отталкиваясь от этих важных деталей, авторы нередко включали в свои тексты более общие комментарии об отношении к моде и культуре одежды при социализ-

ме. Тем самым информационные в своей основе репортажи несли и определенный культурно-пропагандистский заряд.

Приведем несколько типичных примеров таких новостей из местной прессы. В своей статье «Вкус и мода» закройщица ателье индпошива из украинского Ужгорода С. Копельман и М. Арпа затронули вопрос о ширине мужских брюк. Они сообщали читателям, что, в соответствии с современной модой, «нормальная» ширина штанины составляет 24—25 см. Далее, основываясь на своем опыте работы в ателье, они обращали внимание на то, что есть люди, которые настаивают на слишком узких брюках, а некоторые, напротив, заказывают брюки шириной 45 сантиметров. «Это в своем роде тоже стиль. Но не стоит пытаться обмануть новую моду», — заключали авторы⁶.

Данная статья — хороший пример того, что считалось «нормой» в советской эстетике. Здесь всегда господствовал культ «золотой середины» и неприятие крайностей, которые на самом деле и являются провокаторами смены модных стилей. В случае с шириной штанины «безвкусицей» считался и слишком широкий, и слишком узкий вариант по сравнению с общепринятым, названным авторами «модным» (обращаем внимание на то, что два этих слова используются как синонимы).

Если следовать этому принципу, то можно признать, что определенная одежда могла бы всегда оставаться модной «на все времена», как, например, классический английский мужской и женский костюм. Поскольку такая одежда гармонична, прекрасно скроена, в представлении людей она всегда «в моде», хорошо «сидит», красива и удобна для публичной репрезентации. С другой стороны, в принципе можно найти удобную и эстетически безупречную модель (или несколько моделей) спортивного костюма и «свободного» платья, сделав их если не «вечно модными», как классический английский костюм, то, по крайней мере, в меньшей степени подверженными смене модных тенденций

Другой типичный случай. В 1963 г. Е.Г. Соловьева, давая в своей статье советы девушкам, как правильно подбирать наряды, указала на главное отличие советской моды. Оно заключалось в культе скромности и отрицании экстравагантности. «Само слово “мода” используется нами в другом смысле, чем на Западе. Если кто-то носит модную одежду на Западе, это значит, что он пытается привлечь внимание окружающих, но для нас мода это, прежде всего, культура одежды, высокий уровень эстетического вкуса», — отмечала Соловьева⁷. В то же время в этой статье — своеобразном гимне моде — подчеркивалась и «естественность» существования моды при социализме. Соловьева учила молодых читателей, что мода существует, чтобы украшать и привносить разнообразие

⁶ Копельман С., Арпа М. Вкус и мода // Советское Закарпатье. (Ужгород), 1958. 26 окт.

⁷ Соловьева Е.Г. Девушкам полезно знать // Комсомолец. (Челябинск), 1963. 10 марта. Эта статья также была опубликована в других местных газетах. К примеру, в оренбургском издании «Комсомольское племя» за 20 марта 1963 г.

в нашу жизнь, и при этом она сама все время обновляется. Чтобы одеваться модно, не обязательно носить дорогие, роскошные вещи. Главное — продуманный дизайн и современный стиль, индивидуальный подход к выбору одежды. Нельзя забывать — в моде нет мелочей, ведь она распространяется на каждую деталь нашего гардероба. Не секрет, отмечала Соловьева, что плохо сидящие перчатки или неправильно выбранная сумка могут «убить» любой прекрасно сшитый наряд⁸.

Статья Ж. Завишене, опубликованная в апреле 1971 г. в вильнюсской газете «Вечерние новости», тоже во многом характерна. В ней не просто содержатся подробная информация о модных тенденциях и советы женщинам, как быть модными. Речь идет о том, что, безусловно, человек, ориентируясь на моду, должен формировать свой индивидуальный стиль, с учетом возраста, особенностей фигуры и проч. «Самый популярный стиль, рекомендованный для всех возрастных групп, это спортивный», — отмечала Завишене. По ее мнению, для тридцатилетних женщин больше подойдет ставший популярным «элегантный» стиль. Не стоит забывать и о преимуществах остающегося востребованным «классического» стиля. «Строгие формы с глубоким вырезом воротника и корсажем, также популярны... В моде и однобортный, и двубортный фасон. Этой весной цветовые тона спокойные. Коричневый, а также цвет фиалки и желто-коричневый рекомендуются как классическое сочетание черного с белым. Текстиль разнообразен по цвету и текстуре. <...> Как всегда, из всех доступных силуэтов, цветов и узоров следует выбрать тот, который подходит лучше всего. Какую длину предпочесть: миди, мини или макси? Идет ли вам более экстравагантное платье? Если у вас есть вкус, пожалуй, стоит рискнуть. Характер современной моды даст возможность использовать вашу женскую фантазию: пальто, платье, юбка с блузкой и жилеткой, вязаное платье (ручного или машинного производства). <...> Можно комбинировать различные виды текстиля: шерсть с кожей или замшей, трикотаж с хлопком или шерстью»⁹.

Когда была опубликована эта статья, в СССР брюки уже стали частью женской моды. По этому поводу Завишене писала: «Различные комбинации одежды стали недавно типичными: брюки с фраком, брюки с блузкой и майкой, брюки с вязаным свитером и пальто, брюки с длинным пиджаком, брюки с пальто различной длины (также макси). Во всех случаях стоит, как всегда, соблюдать правила такта и вкуса»¹⁰.

В 1960 г. в статье «Умей красиво одеваться» главный инженер Сталинабадской швейной фабрики № 1 из Таджикистана Р. Мурасона учила читателей местной комсомольской газеты, что «для нашей энергичной молодежи больше подходит новый, спортивный стиль в

⁸ Там же.

⁹ Вечерние новости. (Вильнюс), 1971. 17 апр.

¹⁰ Там же.

одежде». А вот вещи классического кроя девушкам 18—20 лет она не рекомендовала носить, так как они якобы «делают фигуру коренастой и полной». Делясь своими размышлениями о моде и вкусе, Мурасова отмечала, что мода всегда привносит в нашу одежду что-то новое и интересное, но в то же время требует от нас рационального и вдумчивого подхода. «Можно встретить молодежь, которая носит брюки с сильно заууженными штанинами. Это очень иррациональная мода! И мы должны объявить войну такому искажению, броскости и формализму», — призывала Мурасова. С другой стороны, она признавала, что трудно требовать от вступающего в жизнь молодого человека знания того, как модно и красиво одеваться. Ее собственный совет в данном случае звучал слишком абстрактно: «Материал и фасон одежды, который соответствует вашим привычкам и образу жизни — это самый лучший выбор»¹¹.

В 1971 г. пропагандист моды из столицы Башкирии г. Уфы В. Пленкина, рассказывая о том, как лучше подготовиться к школьному выпускному балу, сообщила в местной газете, что строгих ограничений в создании праздничных нарядов более не существует¹². В материале «Весна и мода»¹³, опубликованном в 1974 г. в «Комсомольце Кубани», говорилось о том, что мода стала демократичной, и как важно, следуя модному стилю, подчеркивать свою индивидуальность.

Несмотря на все чаще звучавшие в советских СМИ заверения об окончательном снятии разных негласных запретов и поощрении индивидуального вкуса («одевайте то, что вам к лицу и что на вас сидит красиво»), «должная» длина юбок все еще беспокоила многих советских читательниц, продолжавших по этому поводу писать письма и спрашивать совета. Откликаясь на эти письма, модельер Горьковского Дома моделей одежды Г. Виденская авторитетно заявила в апреле 1973 г. в партийной газете «Горьковская правда»¹⁴, что этот вопрос, оказывается, давно снят с повестки дня. По ее словам, длина юбки или платья выше или ниже колен, на уровне колен — все это строго индивидуально и зависит не столько от моды, сколько от возраста, строения фигуры и предназначения одежды. Такой подход, бесспорно, находился в русле общемировых тенденций индивидуализации вкуса.

Советы Виденской отразили устоявшиеся к тому времени в СССР в профессиональной среде представления о сознательном, «избирательном» отношении к моде с учетом человеческой индивидуальности. Что же касается длины женских юбок, то за несколько лет до публикации Виденской, в 1971 г., известный специалист в области моды Л. Ефре-

¹¹ *Мурасова Р.* Умей красиво одеваться // Комсомолец Таджикистана. (Сталинабад), 1960. 17 февр. (Сталинабад, с 1961 г. — Душанбе).

¹² *Пленкина В.* Первый бал // Вечерняя Уфа. 1971. 21 мая.

¹³ *Весна и мода* // Комсомолец Кубани. (Краснодар), 1974. 25 мая.

¹⁴ *Виденская Г.* Весна и мода // Горьковская правда. 1973. 22 апр.

мода поместила в «Журнале мод» материал о современной парижской моде с красноречивым названием «О длине больше не спорят»¹⁵.

В своей статье «Мода — какой она будет» представлявшая Читинское управления Минбыта РСФСР З. Фомина отмечала, что моды в следующем 1973 г. будет определять стиль, часто называемый «новой классикой». Она поясняла, что «главное для женщины — серьезно подойти к выбору ее одежды в соответствии со своим возрастом и индивидуальными особенностями»¹⁶. По мнению Фоминой, недавние жаркие споры о длине юбки сошли на нет, и длинная юбка по-прежнему остается модной, особенно на официальных мероприятиях. В свою очередь, автор появившегося в 1971 г. материала под названием «Модные силуэты» в народной газете подмосковных Химок не посчитал нужным принимать чью-либо сторону в столь же классическом споре о преимуществе однобортного или двубортного пиджака, объявив, что, по мнению модельеров, оба варианта одинаково актуальны и модны¹⁷.

Сотни подобных отчетов и новостей из мира моды о тенденциях предстоящего сезона регулярно публиковались в региональной советской прессе. Впрочем, так же, как и в изданиях такого рода во всем мире. В СССР авторами статей и репортажей, как правило, выступали местные специалисты, работавшие в индустрии моды, или бравшие у них интервью журналисты. Часто эти статьи сопровождались одной-двумя зарисовками новых моделей или фотографиями с показа мод или выставки. Как и повсюду в мире, иллюстративный материал о тенденциях моды занимал значительную часть полос советских журналов мод.

Ведущие советские журналы мод выступали главными аналитиками и прогнозистами тенденций современной моды и стиля. Нетрудно заметить, что их выводы и перспективные оценки на грядущий сезон брались за основу местными специалистами и изданиями. Например, «Журнал мод», представляя в номере «Зима 1966—1967» тенденции моды наступающего 1967 г., отмечал: «Модельерам СЭВ приходилось думать обо всех сторонах жизни трехсот миллионов людей, живущих в социалистических государствах Европы. Изменения в моде не так просты, как изменения в пошиве или форме одежды. мода — это, прежде всего, отражение нашей реальности — лаконизма современной архитектуры, ритма жизни, растущего производства, спорта и освоения космоса. Все это делает нашу одежду более деловой, оптимальной по размеру, тонкой по составу текстиля и с облегченным силуэтом. Основы современной моды базируются на простоте и лаконичности. Но за собой они скрывают широкий диапазон творческих исканий»¹⁸.

¹⁵ Ефремова Л. О длине уже не спорят // Журнал мод. 1971. № 3 (104).

¹⁶ Фомина З. мода — какой она будет // Забайкальский рабочий. (Чита), 1972. 12 нояб.

¹⁷ Модные силуэты // Вперед. (Химки), 1971. 6 марта.

¹⁸ Передовая статья // Журнал мод. 1966—1967. № 4. С. 3—4.

Отражение событий в мире моды

В мире советской моды 1950—1980-х годов, в том числе в отдаленных уголках СССР, происходило на удивление много событий, о которых советские граждане с интересом узнавали через центральную и местную прессу. Многие из этих событий, ярко характеризующие меняющуюся эпоху и демонстрирующие роль моды в советском культурном и пропагандистском дискурсе, ныне совершенно забыты. Другие воспринимаются в XXI в. с искренним удивлением: неужели подобное действительно было в СССР?

Начиная с середины 1950-х годов советские модельеры и моделирующие организации и сами организовывали, и принимали участие в многочисленных мероприятиях (выставках, показах коллекций, конкурсах одежды, фестивалях мод и др.) внутри страны и за рубежом — на Западе, в социалистических и развивающихся странах. В рамках СЭВ действовали специальные структуры, занимавшиеся координацией работы в области моды и культуры одежды. Ежегодно устраивались конкурсы моды социалистических стран, неизменным участником которых был СССР.

В октябре 1963 г. газета «Молодежь Молдавии» опубликовала информацию о предстоящей весной 1964 г. выставке моды стран-членов СЭВ (новости такого рода были достаточно распространенными и публиковались во многих советских газетах). «Весной 1964 г. в Москве пройдет международный форум художников-модельеров, который определит развитие социалистической моды на последующие два года, — отмечалось в газете. — Через несколько месяцев жители Москвы познакомятся с работами дизайнеров из Польши, Чехословакии, Румынии, Болгарии, Венгрии и ГДР. Мы расскажем вам о новой коллекции советских модельеров и о том, какой, по их мнению, будет мода в 1964—1965 гг.»¹⁹.

Периодические издания также сообщали о ежегодных методических совещаниях специалистов в рамках разных ведомственных систем моделирования одежды. Хотя такие материалы зачастую состояли лишь из небольшой заметки о мероприятии, тем не менее, их наличие в ленте новостей, бесспорно, повышало статус моды и профессии модельера в глазах советской общественности²⁰.

5 сентября 1965 г. «Советская Литва» информировала, что литовские модельеры приняли участие в международном конкурсе модной одежды стран-членов СЭВ в Румынии²¹. В 1961 г. вильнюсская газета «Вечерние новости» сообщила, что представители ателье мод из г. Караганды (Казахстан) посетили Дом моды Минбыта в литовской столице, чтобы перенять передовой опыт пошива модной одежды²².

¹⁹ Железнова Н. Когда все молодые // Молодежь Молдавии. (Кишинев), 1963. 5 окт.

²⁰ См., например: Саулис В. Создатели мод // Комсомольская правда. (Вильнюс), 1961. 11 марта.

²¹ Магазин «Мода» // Советская Литва. (Вильнюс), 1965. 5 сент.

²² Научились у вильнюсцев // Вечерние новости. (Вильнюс). 1961. 9 февр.

Из многочисленных публикаций тех лет видно, что новости о всевозможных модных показах и выставках, которые пропагандировали моду, считались у журналистов заслуживающими внимания. Показы, как правило, проходили либо в Домах культуры и обычных клубах (при заводах, колхозах и др.) или в местных универмагах и в ателье. Несмотря на то, что все эти здания были мало приспособленными для дефиле, подобные мероприятия неизменно вызывали большой интерес граждан, о чем сообщала местная пресса. Организация многих мероприятий отличалась оригинальностью и творческим подходом.

Например, в ряде случаев с целью популяризации моды на местах практиковались дефиле прямо в магазине, с выходом манекенщиц в зал к покупателям. В других случаях в роли манекенщиц выступали продавщицы. Хабаровская газета «Тихоокеанская правда» 6 сентября 1962 г. сообщила, что «в прошлую субботу работники Хабаровского Дома моделей одежды принесли свои зарисовки в одно из самых популярных мест в городе — Парк культуры и отдыха. Главный художественный руководитель Дома моделей т. Дрешина выступила с лекцией. 30 июня 1962 г. в том же Доме 400 работников местных предприятий прослушали лекцию о культуре одежды советских мужчин и женщин. После лекции прошел показ мод»²³. В Челябинске такие лекции и дефиле, проводившиеся для студентов в универмаге «Дружба», местные пропагандисты моды для солидности называли «университетами культуры одежды»²⁴. В Волгограде в 1969 г., как и во многих других городах СССР, показы мод были организованы в кафе, где посетители, наблюдая за показом, заодно могли выпить чашечку кофе или пообедать²⁵. (Заметим, что демонстрации мод в кафе и ресторанах были популярны на Западе и в социалистических странах.) В Ульяновске, как и во многих других городах, специалисты местной швейной фабрики стали приходить в универмаг «консультировать покупателей насчет дизайна отдельных продаваемых предметов одежды»²⁶.

В прессе нашла отражение деятельность региональных Домов моделей Минлегпрома СССР по популяризации моды и культуры одежды среди населения. Активно действовали в этом направлении и другие моделирующие структуры. Газета «Советская Чувашия», в частности, сообщала в октябре 1964 г., что в зале чебоксарского Дворца культуры на тысячу мест местная швейная фабрика Минбыта РСФСР демонстрировала всем желающим свои новые модели одежды, предназначенные для изготовления на заказ в ателье индпошива²⁷.

В 1968 г. в Чурачикском сельском клубе Цивильского района Чувашии местная фабрика, специализирующаяся на художественной

²³ Новые хабаровские модели // Тихоокеанская правда. (Хабаровск), 1962. 6 сент.

²⁴ Петрин А. Учитесь красиво одеваться // Челябинский рабочий. 1966. 17 авг.

В кафе показ моды // Волгоградская правда. 1969. 18 апр.

²⁶ Беляева Н. Первая модель месяца // Ульяновская правда. 1969. 18 апр.

Это модно // Советская Чувашия. (Чебоксары), 1964. 6 окт.

вышивке, устроила демонстрацию новых моделей женских платьев и мужских рубашек с привлечением демонстраторов одежды. Судя по опубликованной в газете «Советская Чувашия» фотографии, колхозницы с любопытством наблюдали за диковинным показом, сидя в зале в традиционных платках и длинных черных платьях²⁸.

Открытие новых специальных магазинов одежды, Домов быта, моделирующих организаций или ателье индпошива тоже рассматривалось как значимый информационный повод, достойный отражения в прессе. В 1960 г. в Вильнюсе рядом с республиканским Домом моделей (точнее, при его экспериментальном цехе) открылся новый магазин модной одежды. Как писал по этому поводу репортер, предполагалось, что специалисты Дома моделей возьмут над магазином шефство и будут там консультировать посетителей, давая им советы, что им идет и как привлекательно одеваться²⁹. «Молодой дальневосточник» в 1966 г. рассказал своим читателям о грандиозных планах по строительству в Хабаровске здания для Дома моделей, «с прямым фасадом, стеклом и цементом и модным модернистским навесом над входом». «Это будущее», — так журналист закончил свой репортаж³⁰. В том же 1966 г. газета «Северный рабочий» опубликовала статью об открытии в Ярославле нового модного ателье «Волга»³¹. Появление в Москве в 1965 г. специального магазина для «больших» людей под названием «Богатырь» тоже не прошло незамеченным для советской прессы, включая популярный журнал «Работница»³².

Наконец, СМИ неизменно сообщали читателям о достижениях советской моды на международной арене. В 1967 г. журнал «Огонек» с гордостью заявил, что советская мода окончательно завоевала Европу. По словам журналиста, первым годом советского триумфа стал 1961 г., когда в рамках отечественной торгово-промышленной выставки в Париже были продемонстрированы новые модели женских сапог, получившие благожелательный отзыв специалистов³³.

Региональные издания, естественно, отмечали успехи своих специалистов на всесоюзном уровне. Так, газета «Челябинский рабочий» в 1964 г. с гордостью сообщала читателям о том, что четыре модели Челябинского Дома моделей одежды были отобраны для включения в ежегодную всесоюзную коллекцию, что считалось очень престижным. Из них две модели представляли собой женские лыжные ко-

²⁸ Егоров В. Моды в сельском клубе // Там же. 1968. 5 мая.

²⁹ Магазин при экспериментальном цехе // Вечерние новости. (Вильнюс), 1960. 4 марта.

³⁰ Индустрия моды // Молодой дальневосточник. (Хабаровск), 1966. 19 июля.

³¹ Бондарева Л. Моду предлагает «Волга» // Северный рабочий. (Ярославль), 1966. 26 окт.

³² Костыгова Т., Левина А. Тайна большого размера // Работница. 1965. № 9.

³³ Театр, эскизы каждый день // Огонек. 1967. № 10.

стюмы, одна — модель рабочей одежды и еще одна — плаща³⁴. Челябинский «Комсомолец» сообщал в том же году, что художественный совет Дома моделей в течение пяти дней просматривал новые модели одежды, предложенные специалистами моделирующих организаций Челябинской, Оренбургской областей и Кузбасса. В результате для промышленного производства было рекомендовано 1800 моделей³⁵.

В 1967 г. в Москве состоялся Международный фестиваль моды, ставший одним из самых ярких событий в истории советской моды. На фестивале присутствовали представители домов мод и фирм из более чем 20 стран, включая Францию и США. Фестиваль состоял из двух основных событий: выставки моды в парке Сокольники и показа мод на огромной спортивной арене Лужников. Они, естественно, широко освещались и комментировались в советской прессе и на телевидении. Одновременно фестиваль дал уникальную возможность советским экспертам моды оценить реальные достижения отечественной модной индустрии. Рассчитанный в основном на профессионалов, журнал «Декоративное искусство СССР» опубликовал целый ряд материалов о фестивале, в том числе довольно критичных в свой адрес. Вскоре после закрытия выставки известный советский специалист по истории моды Татьяна Стриженова поместила в указанном журнале свой первый отчет³⁶. Ее оценка советских моделей на общем фоне коллекций была преимущественно положительной. По ее словам, выставка одежды доказала, что советские модельеры работают творчески. «Теперь мы можем говорить не только о дизайнере, который соответствует общепринятому направлению моды, но и о художнике, создающем такие модели одежды, которые ярко показывают тенденции завтрашнего дня», — писала Т. Стриженова³⁷. В качестве примеров этих достижений она упомянула модели головных уборов, стилистически напоминающие легендарные красноармейские «буденовки». Ее внимание также привлекли модели зимней спортивной одежды по мотивам освоения космоса, и, наконец, оригинальные разработки Вячеслава Зайцева, который вдохновился древнерусскими народными мотивами, «оставаясь в то же время абсолютно современным и оригинальным»³⁸. Указывая на эти три стилистически разных примера, Стриженова придерживалась известного тезиса, в соответствии с которым модельер может черпать вдохновение в основном из трех источников: исторического костюма, фольклора и, наконец, из современной действительности. Несмотря на положительную оценку

³⁴ Федорова И. Четыре модели во всесоюзной коллекции // Челябинский рабочий. 1964. 21 мая.

³⁵ Комсомолец. (Челябинск), 1964. 18 сент.

³⁶ Стриженова Т. Советская мода на международной выставке // Декоративное искусство СССР. 1967. № 8. С. 10.

³⁷ Там же. С. 11.

³⁸ Там же.

советских моделей, Стриженова обратила внимание на большой разрыв между оригинальными разработками ведущих советских модельеров и одеждой массового фабричного производства, качество и эстетические свойства которой не соответствовали современным стандартам³⁹.

Более взыскательную оценку профессиональному уровню советской моды находим в двух других аналитических материалах о фестивале, опубликованных по горячим следам в том же журнале «Декоративное искусство СССР». Речь идет о статьях В. Крючковой⁴⁰ и И. Голиковой⁴¹. «Некоторые страны, в том числе и Советский Союз, показали уникальные коллекции, которые служат, скорее, цели художественного самовыражения, а не массового производства, — отмечала Крючкова. — Они не имеют потребителя, а только зрителя, и это объясняет особенность этих моделей: их стремление к самовыражению, чрезмерность основных линий, их почти театральную преувеличенную броскость»⁴². Крючкова обратила внимание на то, что почти все советские модельеры представляли проекты, вдохновленные местным фольклором. Фольклорные модели и «буденовки» являлись примерами тенденции стилизации, характерной для советской моды в целом. Крючкова предположила, что советские модельеры добились бы большего успеха, если бы внимательно изучили французские коллекции Коко Шанель, которые также демонстрировались на выставке и которые, по мнению Крючковой, являлись хорошим примером успешного использования классических линий и традиционных форм⁴³.

Модный приговор автора второй статьи, И. Голиковой, в целом совпадал с мнением В. Крючковой. Она сетовала на то, что советские коллекции не имеют собственного стиля. «Если мы лишим наши коллекции национальных мотивов, они вообще не будут отличаться от посредственных коллекций некоторых других стран-участниц, — отмечала Голикова. — С одним важным отличием: это не коллекция для массового производства, а единичные экземпляры на выставке. Давно пора всем сказать, что король-то голый, а для начала быстро и добросовестно, насколько это возможно, одеть его»⁴⁴. Рецепт, предложенный Голиковой для решения проблем советской моды, не отличался новизной. Его часто повторяли советские специалисты моды, в том числе в периодической печати. Голикова, в частности, предложила советским организациям, ответственным за индустрию моды, разрешить открытие сети фирменных магазинов конкретных производителей одежды, а также организовать производство и продажу модной одежды небольшими экспериментальными сериями⁴⁵.

³⁹ Там же. С. 12—13.

⁴⁰ Крючкова В. Карнавал мод // Там же. 1968. № 2.

⁴¹ Голикова И. После карнавала // Там же.

⁴² Крючкова В. Карнавал мод // Там же. С. 14.

⁴³ Там же. С. 13.

⁴⁴ Голикова И. Указ. соч. С. 16.

⁴⁵ Там же. С. 18.

Мнения потребителей

Такой жанр, как заметки о жалобах потребителей на невысокое качество и недоступность товаров на магазинных прилавках, стал сложившейся практикой в советской журналистике. Иногда мнения покупателей публиковались в виде писем читателей в редакцию, иногда они были отправной точкой в репортажах о журналистских расследованиях, разоблачающих спекуляцию дефицитными товарами, которая встречалась в советской индустрии торговли и потребительских товаров. На местном уровне во многих статьях в газетах и журналах встречались жалобы на дефицит модной одежды в магазинах. Заметки могли сообщать о плохом качестве и небольшом разнообразии вещей или даже о более конкретных недостатках (только один размер обуви в продаже, пальто доступны только в одном цвете и т.д.).

Статья, опубликованная в 1959 г. в смоленской газете «Рабочий путь», была характерна такими разоблачениями. «Какой бы магазин вы ни посетили, вы найдете там точно такое же пальто, тот же самый костюм, потому что находящаяся в ведении местного совнархоза смоленская швейная фабрика, являющаяся основным производителем готовой одежды в этом регионе, больше вообще ничего не производит», — сообщал автор статьи⁴⁶. В интервью журналисту руководители местной торговли и швейной промышленности принялись сваливать вину друг на друга. Представители промышленности утверждали, что им не заказывают более модную одежду, потому что нет спроса, а торговля в ответ жаловалась, что промышленность не хочет производить качественные и модные вещи. В статье откровенно говорилось, что основной принцип, определяющий работу массового производства, — делать вещи как можно проще. Статья заканчивалась в ироничном тоне, типичном для советской критической журналистики: «Мы не против упрощения. Но не стоит доводить его до такой степени. Почему все жители Смоленска должны носить одежду, изготовленную по одной модели, лишь на том основании, что так удобно Смоленской швейной фабрике? Почему одежда должны быть униформой?»⁴⁷

Журналистка Т. Цишельская на примере ситуации в Смоленске обратила внимание на еще один слабое звено советской швейной промышленности: производство детской одежды. Соответственно детский ассортимент в магазинах не выдерживал критики. В качестве решения проблем в статье предлагалось усилить специализацию, чтобы каждая фабрика производила один или несколько видов одежды, но при разнообразии моделей, размеров и цветового ряда⁴⁸.

⁴⁶ Цишельская Т. О вкусах спорят // Рабочий путь. (Смоленск), 1959. 25 окт.

⁴⁷ Там же.

⁴⁸ Там же.

В 1962 г. в ведомственном издании Министерства торговли СССР — газете «Советская торговля», тираж которой доходил в 1960-е годы до 1 млн. экз., была опубликована статья доктора экономических наук З. Париской. В ней подробно излагались вопиющие недостатки в работе швейной промышленности, которые затем торговле приходилось «расхлебывать»: «Некоторые модели одежды сшиты только в 50-м размере, другие только в 46-м. Иногда пальто или мужской костюм шьются лишь из ткани черного цвета, иногда — исключительно из коричневого»⁴⁹. По мнению З. Париской, главной проблемой было то, что в СССР никто не знал и не следил за потребительским спросом на одежду.

Это была типичная позиция, которую уже в 1950—1960-е годы можно было часто слышать от руководителей торговли. Они вполне разумно предлагали предоставить им определяющую роль в экономическом планировании на том основании, что именно торговля непосредственно работает с потребителем, лучше всех знает спрос и потребности населения.

Уже в середине 1950-х годов в крупных городах СССР были проведены первые эксперименты такого рода. Торговые организации изучили спрос и на этой основе сформировали подробные заявки по ассортименту изделий для швейной промышленности. Однако, во-первых, торговля не могла гарантировать, что через полгода-год спрос не изменится в соответствии с тенденциями моды. Поэтому торговля просила предоставить ей право оперативной корректировки заявок. Швейная промышленность возражала против этого, оценив заявки торговли как мало реалистичные. Руководство швейной отрасли ссылалось на зависимость от состояния оборудования и от работы «смежников» — от поставок тканей соответствующей фактуры и расцветок, отсутствия модной фурнитуры и проч. В ходе эксперимента 1950-х годов были сделаны как минимум несколько принципиальных выводов. Во-первых, был четко заявлен приоритет потребительского спроса и необходимость его учета при планировании производства одежды и товаров народного потребления в целом. Во-вторых, выявилась необходимость решать проблему комплексно, на уровне народнохозяйственного планирования страны, а не отдельных звеньев в экономической цепочке (будь то торговля или швейная промышленность). В-третьих, невозможно было не заметить, что предложения торговли по оперативной корректировке производимого ассортимента одежды в соответствии с модой и потребительским спросом входили в противоречие с принципами долгосрочного народнохозяйственного планирования. В этой системе, каждый элемент которой находился в довольно жесткой зависимости от другого (причем по мере усложнения этой системы в 1970—1980-е годы фактор взаимной зависимости ее звеньев только усиливался), предлагаемая

⁴⁹ *Париская З.* Когда знаешь спрос // Советская торговля. 1962. 26 июня.

торговлей оперативная корректировка планов производства со сменой одного ассортимента изделий на другой могла привести к сбоям.

Любопытно, что в ходе упомянутого эксперимента 1950-х годов был опробован «компромиссный» вариант. На первом этапе торговля изучала спрос и на его основе составляла заявки для легкой промышленности по ассортименту одежды. Затем швейные фабрики «корректировали» эти заявки, исходя из своих возможностей и возможностей «смежников», но не более определенного процента от заявки. Предполагалось, что постепенно этот процент будет сокращаться до уровня полного соответствия номенклатуры производимых изделий потребительскому спросу. В действительности эксперимент привел к «малым ведомственным войнам»: швейники, ссылаясь на многочисленные объективные и субъективные причины, торпедировали выполнение заявок торговли; торговля, в свою очередь, протестовала против чрезмерных «корректировок» со стороны легкой промышленности, а директивные органы оказались завалены жалобами и тех, и других.

Возвращаясь к вопросу об отражении проблем отрасли в СМИ и в общественном сознании, отметим, что во многих статьях конца 1950-х — начала 1960-х годов содержалась острая критика недостатков в конструировании одежды, что могло свести на нет успехи в области моделирования. Конструктивные недостатки, выявленные в 1959 г. газетой «Советская Литва», были удручающими. По словам журналиста, в магазины поступила модная одежда, пошитая по лекалам Вильнюсского Дома моделей, которая не соответствовала стандартным пропорциям фигуры. Так, пальто 42—44 размера подходили женщинам, которые, как правило, носили 46—48 размеры, однако рукава этих пальто были слишком короткими для них. В результате несовершенства конструкций вся партия модных изделий пошла в брак⁵⁰. Нужно сказать, что данная статья не была исключением. Вопросы разработки и введения единых научных стандартов конструирования одежды в соответствии с типовыми фигурами и совершенствования типоросторазмеров были крайне актуальными для того периода. В 1960-е годы в СССР такие стандарты были введены, что позволило улучшить качество пошива.

Другой распространенный тип газетной статьи выявлял недостатки в работе «смежников», от которых напрямую зависела швейная промышленность. Производство одежды действительно невозможно без модной фурнитуры, без разнообразной по фактуре и цветовой гамме ткани и, соответственно, без качественных красителей, производимых химической промышленностью. В 1967 г. в издававшейся полумиллионным тиражом еженедельной «Экономической газете» (печатный орган ЦК КПСС), занимавшейся в том числе экономическим образованием трудящихся и обсуждением насущных проблем экономики,

⁵⁰ Шварц И. Это даст миллионы // Советская Литва. (Вильнюс), 1959. 16 июля.

Г. Марягин поднял проблему цвета текстиля и одежды. По его мнению, цветовая гамма изделий советского швейпрома была скучной и однообразной, но дело не двигалось с мертвой точки. Чтобы понять причину, он взял интервью у представителей химической и текстильной промышленности. В качестве главной проблемы выявился острый дефицит компонентов, необходимых для производства красителей. Многие заводы химпрома выполнили лишь треть плана, сорвав работу предприятий, производивших красители для тканей. Более того, в зависимости от поквартальных поставок сырья, химзаводы производили преимущественно краску то одного, то другого цвета. Соответствующих цветов в зависимости от календаря оказывались и ткани. В результате сложилась почти анекдотическая ситуация, которую и описал Марягин: в зависимости от месяца и даже квартала, покупатель мог найти в магазине одежду преимущественно лишь одного цвета. К примеру, в одном квартале — в основном коричневую, в следующем — синюю и т.д.⁵¹ Понятно, что в этой ситуации было не до моды.

В 1972 г. газета «Вечерняя Пермь» так сформулировала основную проблему советской индустрии моды: «Мы все хотели бы одеваться, как представлено на страницах модного журнала “Силуэт”, но, к сожалению, сейчас Дом моделей одежды имеет свои собственные перспективы, а фабрика — свои собственные планы. И поэтому мы, вероятно, встретим эту весну в старых пальто»⁵².

Роль моды при социализме активно обсуждалась в 1960-е годы в общественно-политической и в профессиональной прессе, в том числе в журнале «Декоративное искусство СССР». Статья 1963 г. А. Бравермана «Мода глазами экономиста»⁵³ представляет собой серьезную попытку проанализировать феномен моды и ее место в плановой экономике⁵⁴. Браверман реалистично определил основные ограничения, с которыми сталкивался социальный механизм моды при социализме. Но то, что другие воспринимали как серьезный недостаток при производстве модной одежды, Браверман обратил в своей статье в достижения феномена моды.

Как определенно заявил Браверман, было бы неправильно ожидать от социалистической индустрии даже попытки одеть все население по последней моде. Верно, что при коммунизме будут удовлетворены потребности человека, но это обещание не может распространяться на все мыслимые потребности. По мнению Бравермана, достойны удовлетворения лишь разумные потребности. Очевидно, что желание одеваться

⁵¹ *Марягин Г.* Цвет одежды // Экономическая газета. 1967. 8 сент.

⁵² *Вилева Т.* Мода на смотринах // Вечерняя Пермь. 1972. 7 марта.

⁵³ *Браверман А.* Мода глазами экономиста // Декоративное искусство СССР. 1963. № 3. С. 12. См. также: *Бестужев-Лада И. В.* Социальные аспекты моды // Мода и промышленное моделирование одежды: тез. докл. на Всесоюз. науч. конф. 16—18 янв. 1979 г. М.: Моск. текстильный ин-т, 1979.

⁵⁴ *Браверман А.* Указ. соч. С. 14.

исключительно по последней моде не является рациональной необходимостью, или, по крайней мере, имеет серьезные иррациональные черты.

Логическим следствием рассуждений Браверманна явилось то, что существующая в СССР система моды должна совершенствоваться в соответствии с экономическими законами и условиями жизни при социализме. По его мнению, нельзя ожидать, что в области моды улучшения произойдут автоматически, вместе с ростом социалистической экономики. мода, как верно отметил Браверман, приводит к искусственному и преждевременному устареванию одежды. Из этого факта он, однако, не делал вывод о том, что мода является аномалией при социализме. Напротив, он признал ее существование как должное и одновременно предположил, что механизм моды в СССР должен быть изменен, чтобы лучше соответствовать условиям социалистической экономики. В частности, Браверманн обратил внимание на то, что, помимо моды, важную роль в потребительском восприятии вещи играют ее эстетические свойства, в особенности красота. По мнению Бравермана, экономическая составляющая проблемы частой сменяемости моды может быть, по крайней мере, частично решена, если легкая промышленность СССР будет выпускать по-настоящему красивые и качественные вещи. В этом случае предметы одежды, даже став уже не супермодными, по-прежнему бы гарантировали потребителям эстетическое удовлетворение⁵⁵.

В своей статье А. Браверман отмечал, что поскольку мода создается конкретными людьми, то она также может быть изменена их волей. Следовательно, многое зависит от того, как модельеры и другие специалисты, а также художественные руководители моделирующих организаций понимают и реализуют свои функции в мире моды⁵⁶. По мнению Бравермана, в СССР следовало более активно использовать возможности государства для массовой пропаганды и рекламы советской моды через телевидение, в прессе, на показах мод и др. В этом случае появится возможность избежать следования сиюминутным капризам моды, способствовать более длительному сохранению ведущих модных тенденций и делать переход от одного тренда к другому более плавным. По его словам, важная роль в решении этой задачи принадлежит модельерам, которые должны в большей мере, чем раньше, заботиться об эстетической ценности вещей и пропаганде советской моды⁵⁷.

Таким образом, экономист А. Браверман выступил за более активное, целенаправленное государственное вмешательство в «стихию моды» административно-организационными и пропагандистско-воспитательными мерами, чтобы более эффективно контролировать ее тенденции, поощряя позитивные проявления и сдерживая негатив-

⁵⁵ Там же. С. 12—13.

⁵⁶ Там же. С. 13.

Там же.

ные с точки зрения советской эстетики (умеренность, отрицание экстравагантности и др.).

Другая, не столько противоположная взглядам А. Бравермана, сколько дополняющая его мысли точка зрения, получившая отражение в советских СМИ, возлагала большие надежды на успехи современной науки в области изучения законов функционирования моды и смены модных стилей, а также их прогнозирования. Действительно, если бы веяния моды можно было предсказывать на несколько лет вперед, то это автоматически снимало бы все проблемы при экономическом планировании.

Почти магическая вера руководства СССР в силу научного знания и в торжество научно-технического прогресса в эпоху НТР сказалась и в этом вопросе. Создание ВИАЛегпрома в конце 1960-х годов, например, было явно мотивировано подобными аргументами и связано с последующими большими ожиданиями.

В своей статье «К понятию моды», опубликованной в 1971 г. в журнале «Декоративное искусство СССР», в будущем советский диссидент, а в то время научный сотрудник Института философии АН СССР, доктор философских наук Александр Зиновьев в своей вере в бескрайнюю силу науки зашел так далеко, что всерьез предложил с помощью математического моделирования разработать научную теорию моды, с помощью которой изменения в ней могли бы быть лучше поняты и предсказуемы⁵⁸. Любопытно мнение Зиновьева о том, что подведение научной базы под моду актуально, потому что феномен моды не ограничивается воздействием на культуру одежды. Еще более важно то, что мода влияет на поведение людей. «Не подлежит сомнению, что люди в значительной степени действуют под влиянием моды», — отмечал Зиновьев активную социальную функцию этого феномена⁵⁹. Но в ожидании появления научной теории моды логично было бы, видимо, последовать совету экономиста А. Бравермана и попытаться просто искусственно замедлить сумасшедший темп современной моды, за которым никак не могла угнаться советская плановая экономика.

В том же 1971 г., когда была опубликована упомянутая статья А. Зиновьева, в главном органе партийной печати страны — газете «Правда» появилась во всех отношениях знаковая статья А. Левашовой и И. Гордона под названием «Мода и экономика». В ней однозначно отмечалась большая роль моды в социалистическом обществе, а желание советских людей одеваться модно и со вкусом признавалось нормальным и закономерным. Эта статья, одобренная высокими партийными инстанциями, сыграла роль последнего аргумента в пользу легитимации моды в СССР. Написав, что «обновление одеж-

⁵⁸ Зиновьев А. К понятию моды // Декоративное искусство СССР. 1971. № 8. С. 39. Александр Зиновьев (1922—2006) — известный советский философ и литератор, в 1978 г. лишен советского гражданства и выслан из СССР.

⁵⁹ Там же.

ды стало эстетической необходимостью человека», «Правда» подняла моду на уровень таких потребностей, удовлетворение которых мог, наконец, ожидать гражданин социалистического общества⁶⁰.

Проблема малых серий и фирменных магазинов

На всем протяжении существования советских Домов моды и других модных институтов представители этих организаций не уставали повторять руководству своих отраслей, что одним из кардинальных способов решения проблемы удовлетворения потребительского спроса на модную одежду является перенос центра тяжести с массового производства на изготовление одежды малыми или экспериментальными сериями, которые продавалась бы в фирменных магазинах предприятий или Домов моды. Создание такой системы могло бы, по мнению советских специалистов, во-первых, преодолеть разрыв между индивидуально пошитой одеждой и одеждой массового производства, и, во-вторых, усилить ответственность за честь своей марки и материальную заинтересованность конкретных производителей — фирм и моделирующих организаций.

Если взглянуть на эту проблему с высоты мировой моды, то обращает на себя внимание аналогичная тенденция появления с 1960-х годов на Западе получивших широкое распространение бутиков, торгующих стильной одеждой под собственной торговой маркой или брендом⁶¹. Советские сторонники производства одежды малыми сериями утверждали, при социализме они будут служить, по крайней мере, трем основным целям. Во-первых, модельеры смогли бы более свободно экспериментировать с новыми моделями, чаще обновляя модный ряд (нет груза ответственности за то, что модель, пошитая массовым тиражом и на изготовление которой потрачены большие средства, окажется невостребованной потребителем). Во-вторых, такие небольшие серии более оперативно реагируют на тенденции рынка моды и привнесут разнообразие в ассортимент изделий. И, наконец, продавая такую небольшую серию, Дома моды могли бы на практике изучать рынок и спрос, выяснять, какой дизайн нашел своих клиентов, а какой нет, корректируя на этой основе свою деятельность.

Очевидно, что советские моделирующие организации были заинтересованы в создании и продвижении собственных модных брендов. Про-

⁶⁰ Левашова А., Гордон И. Мода и экономика // Правда. 1971. 9 мая.

⁶¹ Steele V. Fifty Years of Fashion: New Look to Now. New Haven: Yale University Press, 1997. P. 68. В дискуссиях тех лет о путях развития моды примечательна ссылка на утверждение Э. Кланса, провозгласившего в 1964 г.: «“Высокая мода” умерла». Изменение и ослабление влияния «высокой моды» ассоциировалось в основном с укреплением позиций в мире молодежной культуры 1960-х годов. См. об этом: Eadem. Paris Fashion: A Cultural History. New York: Berg, 1998. P. 277—278.

давая одежду малыми сериями в своих фирменных магазинах, они могли бы отслеживать качество пошива и его соответствие оригинальной модели. Покупатели, в свою очередь, могли бы легко идентифицировать фирменную одежду и голосовать рублем за более модные и качественные товары. Это, безусловно, привело бы к возрастающей конкуренции на советском модном рынке. В условиях и без того растущего затоваривания не находящими спроса одеждой и обувью одним из негативных последствий такого решения мог стать кризис массового фабричного производства, что государство никак не могло допустить. Наконец, производимая малыми сериями модная одежда, которая продавалась в фирменных магазинах, по определению должна была стоить дороже. Дотировать ее производство, как в случае с индпошивом, было бы слишком накладным для государства. Но в таком случае, во-первых, придется корректировать контролируемую государством систему ценообразования и, во-вторых, смириться с тем, что модная одежда в фирменных магазинах будет доступна далеко не всем советским гражданам, что вело к дифференциации и противоречило советской социальной политике.

В результате производство одежды малыми сериями допускалось лишь в виде эксперимента и носило довольно ограниченный характер. Но даже при отсутствии надежной статистики о распространенности такой практики мы с уверенностью можем сказать, что большинство советских Домов моделей и других моделирующих организаций в той или иной мере занимались производством и продажей собственных моделей одежды небольшими сериями. Размеры малых серий варьировались от нескольких десятков до нескольких сотен или даже пары тысяч предметов одежды. Они могли производиться либо полностью в пределах Дома моды или большого ателье, или же пошив с использованием оригинальных лекал заказывали на местной швейной фабрике. Трудно сказать и то, в какой степени эта деятельность была полностью легальной, особенно с учетом того, что моделирующие организации не имели права самостоятельно устанавливать цены. Что касается фирменных магазинов одежды, то их удалось открыть лишь при крупных швейных фабриках. Например, в Москве — при фабрике «Большевичка» (ул. Каланчевская, д. 17, основная специализация — мужские костюмы), при швейном объединении «Женская мода» и др.

В 1971 г. «Журнал мод» в репортаже о Таллиннском Доме моделей одежды сообщил о производстве там по новым моделям «пробных», или экспериментальных, партий по 15—20 штук, которые затем поступали в продажу через местные магазины с маркетинговыми целями. «Таким путем мы узнаем, нравится ли покупателям одежда, пошитая по нашим моделям, чего они ожидают от нас, а что не пользуется спросом. На самом деле судьба будущих моделей одежды будет полностью решаться здесь: они будут либо приняты в массовое производство, либо отклонены», — заявил представитель Таллиннского Дома

моделей⁶². По его мнению, изготовление подобных экспериментальных партии одежды получило еще большую значимость с переходом предприятий в конце 1960-х годов на новую систему экономического стимулирования, в которой рентабельность стала одним из главных показателей.

В том же 1971 г. художественный руководитель Рижского Дома моделей одежды А. Грамолина в статье в журнале «Декоративное искусство СССР» отметила, что ее Дом был «одним из многих, имевших производственные мощности для изготовления одежды малыми сериями»⁶³. Грамолина предлагала сделать шкалу ценообразования более дифференцированной, в частности, учитывать при установлении цены модность изделия и его тиражность (чем меньше размеры серии — тем выше должна быть цена изделия). Речь шла и о том, чтобы создать в СССР сеть специализированных магазинов модной одежды, где по более высоким ценам продавались бы стильные модели одежды, пошитые малыми партиями. В зависимости от разнообразия ассортимента, качества и цены изделий некоторые магазины продавали бы только дешевую одежду массового производства, а другие — более модную и по более высоким ценам.

Для начала 1970-х годов предложения А. Грамолиной, которая выражала мнение многих специалистов модной индустрии, звучали почти революционно, поскольку они были связаны с отказом от казавшихся тогда незыблемыми экономических и социальных принципов советской системы. Частично эти предложения были реализованы государством спустя десять лет, лишней раз демонстрируя запоздалый характер «перестроечных» преобразований, назревших намного ранее и уже давно открыто обсуждавшихся в прессе.

В связи с этим нужно указать, что в 1960-х — начале 1970-х годов учрежденный в 1957 г. Союзом художников СССР журнал «Декоративное искусство СССР» (где была опубликована статья А. Грамолиной) сыграл исключительно важную роль в обсуждении проблем социалистической моды и дизайна. В 1973 г. журнал поместил на своих страницах интервью с двумя авторитетными специалистами в мире советской моды — Аллой Левашовой и Верой Чертовской⁶⁴. В то время А. Левашова была директором, а В. Чертовская — главным инженером Специального художественного конструкторского бюро (СХКБ) Минлегпрома РСФСР. Эта организация занималась моделированием и конструированием одежды для российских швейных предприятий.

⁶² Журнал мод. 1970—1971. № 4.

⁶³ Грамолина А. Наш праздник мода // Декоративное искусство СССР. 1971. № 43. С. 36.

⁶⁴ Декоративное искусство СССР. 1973. № 10 (191). С. 26—30. См. также интервью А. Левашовой по этой проблеме в «Неделе» — еженедельном популярном приложении к газете «Известия» (Лордкипанидзе Н. Терпеливо идти к цели // Неделя. 1974. 7 апр.).

Подчеркнем, что за плечами у Левашовой был опыт работы в ОДМО, так что «кухню» советской индустрии моды она знала не понаслышке и считалась одним из лучших экспертов в данной области.

Как следует из интервью, руководителей СХКБ Левашову и Чертовскую заботила проблема преодоления разрыва между советской «подиумной» модой и «магазинной» модой. Первая серьезно выигрывала за счет того, что не зависела от самого «проблемного» звена на пути к потребителю — массового фабричного производства. Модели, демонстрируемые манекенщицами, пошивалась там же, где создавались, — непосредственно в Домах моделей. Соответственно, костюмы для дефиле ничем не отличались от оригинальных моделей. При этом «подиумная» мода делала в СССР все большие успехи, а «магазинная» мода, сохранявшая зависимость от массового фабричного производства, все менее удовлетворяла взыскательным запросам потребителей. Разрыв становился все более разительным.

Неудивительно, что в профессиональной среде данная ситуация вызывала тревогу у одних и разочарование у других. Многие модельеры, как говорилось в упомянутой статье, сосредоточились на создании приносящей им значительно большее моральное удовлетворение «подиумной» моды (выставки, дефиле и проч.). Изделия, пошитые по их моделям на фабриках и поступавшие в магазины, зачастую воспринимались дизайнерами с разочарованием. Тем не менее, по мнению Левашовой и Чертовской, модельеры не должны забывать, что они работают не на манекенщицу, а на потребителя, и тем более не должны замыкаться на удовлетворении собственных профессиональных амбиций.

Левашова предлагала перейти в СССР с преимущественно двухзвенной системы производства одежды (индпошив и массовое фабричное производство) на более гибкую трехзвенную систему: индпошив, пошив одежды малыми сериями и массовое фабричное производство⁶⁵. По ее мнению, изделия, пошитые малыми сериями (от 200 до 500 штук каждой модели) будут одновременно играть на советском потребительском рынке тестовую роль: в случае популярности у потребителей не составит труда увеличить тиражность конкретной модели, вплоть до массового фабричного производства. По мнению Левашовой, назрела потребность в более гибкой системе внедрения новых моделей, поскольку вполне естественно, что не каждый из 200 образцов, ежегодно разрабатываемых СХКБ, будет одинаково воспринят покупателями. Малые серии помогут тем самым минимизировать материальные потери от невостребованных изделий.

В качестве успешного примера дизайнера молодежной одежды, созданного СХКБ, была приведена модель костюма для студенческих стройотрядов, разработанного по заказу руководства ВЛКСМ. Дизайн

⁶⁵ Декоративное искусство СССР. 1973. № 10 (191). С. 27—28.

оказался настолько популярным, что даже десять лет спустя студенческие бригады, работающие во время летних каникул, с удовольствием носили такие костюмы, причем во многих случаях базовая модель подвергалась «усовершенствованию» самими студентами с учетом специфики труда и веяний моды. Расширился со временем и цветовой диапазон. «Мы попали точно в цель. Была потребность, и мы нашли практичную одежду, которая была удобна, а остальное уже было сделано руками студентов», — отмечалось в статье⁶⁶. Кроме того, студенты украшали свою форму всевозможными нашивками, идентифицирующими вуз, курс, время и место работы и др.⁶⁷ Изначально эта модель была разработана как единая униформа для летних стройотрядов, но со временем в результате творческого усовершенствования самими студентами она трансформировалась, обретая все больше индивидуальных характеристик. Молодежь стала носить эти костюмы не только летом и не только на стройплощадке, но и в походах, на студенческих слетах, просто на вечеринках. Для Левашовой это было предметом гордости и доказательством того, что костюмы для стройотрядов действительно стали частью популярной молодежной культуры.

Чертовская обратила внимание на сложность и длительность процесса установления государством цены на новинки одежды, пошиваемые по модным моделям. Без утвержденных ценников продавать одежду нельзя, а пока бюрократические препоны на этом пути будут преодолены, вещь уже могла выйти из моды. Кроме того, система ценообразования не учитывала дополнительные затраты на запуск модных новинок. Тем самым у швейных предприятий не было материального стимула к обновлению ассортимента в соответствии с модой. Такой подход, естественно, сказывался на потребителе⁶⁸.

Несмотря на то, что в прессе никто не выступил с возражениями против критики указанных недостатков советской модной индустрии и, напротив, все, кажется, поддерживали разумные инициативы расширения производства одежды малыми сериями, их продажи в фирменных магазинах, дифференциации цен и упрощения системы ценообразования, тем не менее, вплоть до середины 1980-х годов дело не шло дальше полумер и отдельных экспериментов на региональном уровне. В масштабах страны в принципиальном плане так ничего и не изменилось. Главная причина заключалась в том, что эти идеи не вписывались в сложившуюся в СССР систему плановой централизованной экономики,

⁶⁶ Там же. С. 28.

⁶⁷ В студенческие годы один из авторов данной книги с удовольствием носил такой костюм во время и после трудового семестра и подтверждает его популярность в молодежной среде в 1970-х — начале 1980-х годов. Тем более, что эти костюмы либо раздавались бесплатно, либо продавались по символической цене через комитеты комсомола и вузовские штабы студенческих строительных отрядов.

⁶⁸ Декоративное искусство СССР. 1973. № 10 (191). С. 30.

замкнутую в конечном итоге на интересы ведомства, а не потребителя. К тому же реализация упомянутых выше инициатив означала усложнение контроля за производством и распределением со стороны государства, что потенциально вело к расширению и без того проблемной сферы «черного рынка» как основного источника «нетрудовых доходов».

Мода и хороший вкус

В 1960-е годы во многом благодаря активной пропаганде в СМИ стало само собой разумеющимся, что советский молодой человек должен следить за модой. В статье с типичным для того времени заглавием «Вы хотите одеваться красиво?», опубликованной весной 1963 г. в одной из молодежных газет Казахстана, разъяснялось, почему не следует игнорировать моду и пугаться ее разнообразия. «Рано или поздно окружающие станут думать, что вы выглядите смешно... Нет в моде ничего хуже, чем стандартизация. Если бы все носили одинаковые костюмы, какая была бы скучная картина!», — восклицал автор, ратуя за индивидуализацию вкуса⁶⁹.

Но одно дело одеваться со вкусом и совершенно другое — следовать любым капризам моды. Предупреждение против последнего стало лейтмотивом советской прессы. Например, в 1960 г. передовая статья газеты «Запорожская правда» под заглавием «Одеваться со вкусом» объясняла читателям, что капризами моды мы называем все виды странных преувеличений и отклонений от общепринятых норм. В наряде всего этого следует избегать. Это относится к длине или ширине платья или юбки, а также к размеру воротника и форме рукава. Излишества в одежде в виде узоров, рисунков и иных деталей, не имеющих практической функции, лишь приковывают к себе внимание из-за своей бесполезности, поучали авторы передовицы. Капризы моды стремительно появляются и так же быстро исчезают, подтверждая тем самым свою случайность и несоответствие общепринятым требованиям красоты и разумности⁷⁰.

Для многих журналистов, модельеров и деятелей культуры, выступавших в СМИ консультантами по вопросам моды, функциональность и практичность, а также скромность в одежде были основными принципами советской моды, которые, по их мнению, отличали ее от западной. В круге этих общественных представлений находился и конструктор одежды А. Тихонов из Дома моды Минбыта РСФСР в г. Черкесске. В 1960 г. он опубликовал в местной газете «Ленинское

⁶⁹ *Ивина К.* Вы хотите одеваться красиво? // Молодой Казахстан. (Актюбинск), 1963. 17 апр.

⁷⁰ Одеваться со вкусом // Запорожская правда. 1960. 19 авг.

знамя» статью с говорящим заглавием «Красивое — значит скромное», в которой утверждал, что в противоположность излишествам модной современной советская мода полагается на функциональность и на высокие нормы эстетики. «Нужно следовать моде, но также следует помнить, что красивое — это, прежде всего, скромное и не требующее к себе слишком большого внимания», — учил читатель А. Тихонов⁷¹.

Предупреждения как насчет вызывающе нарядной, так и слишком тривиальной одежды в изученных нами газетных заметках 1960—1970-х годов были очень распространены. В 1960 г. искусствовед из Москвы Е. Семенова писала в статье в белорусской молодежной газете «Знамя юности»: нужно помнить, «что все модное не обязательно красиво как таковое». Между этими понятиями не стоит ставить знак равенства. Далее Семенова привела несколько примеров модных причуд. Мода на огромные по размеру английские булавки. Их предполагалось использовать в качестве одежных крючков, но гигантские размеры сделали их некрасивыми. Другой пример — модные одно время броши в виде огромных сверкающих пауков. «Они едва ли делают наряд красивее», — замечала Семенова⁷². В целом подобные статьи призывали молодых людей следовать моде. Предупреждения же были направлены не против моды как таковой, а против излишеств и экстравагантности в одежде.

В том же 1960 г., отвечая в своей статье на вопрос «Нужно ли одеваться модно?», газета «Кустанайский комсомолец» сочла необходимым отметить, что красота — это важнее, чем мода. Чем слепо следовать моде, лучше знать, что больше подходит тому или иному человеку. «Не просто слепо следовать ей, а следовать разумно, не допускать случайных отклонений, не хвататься за любую новинку, но по достоинству оценивать любое новшество, разработанное модельерами. Это важно, в частности, потому, что не каждая новинка кому-то подойдет и тем более не любого человека она сделает красивым. Из двух одинаково модно одетых людей один может быть безвкусно и непривлекательно одет, а другой — красиво и с хорошим вкусом», — говорилось в статье⁷³. Нужно сказать, что в 1960-е годы рекомендации по поводу умеренного отношения к тенденциям моды и соотношения их с индивидуальным стилем не являлись сугубо советским явлением. Они были довольно широко распространены и пропагандировались во многих западных дамских журналах и в газетных колонках о моде.

В 1960 г. свердловская газета «Уральский рабочий», призывая своих читателей к внимательному отношению к моде, объясняла, что вначале любая мода может показаться им странной, потому что она нова и

⁷¹ Тихонов А. «Красивое — значит скромное» // Ленинское знамя. (Черкесск), 1960. 22 июля.

⁷² Семенова Е. И здесь нужна мера и вкус // Знамя юности. (Минск), 1960. 1 нояб.

⁷³ Нужно ли одеваться модно? // Кустанайский комсомолец. (Казахстан), 1960. 4 сент.

непривычна. Поэтому спорить о моде — это естественно, а вот слепо следовать ей или же, напротив, с ходу отвергать ее — неразумно⁷⁴.

Популярная в 1960 г. тема правильных пропорций, гармонии и умеренности в одежде была продолжена в морализаторской отчасти статье Л.А. Тиховской «Всегда и везде иметь красивый вид». Автор составила длинный перечень излишеств, которые некоторые молодые люди считали модными, а на самом деле могли служить признаком дурного вкуса. «Однажды я случайно встретила на улице молодого человека. Все прохожие неодобрительно смотрели в его сторону. Узкие, короткие брюки... Рубашка, висящая на брюках, была невероятных цветов. На галстук были нарисованы обезьяны или, возможно, крокодилы. Остроносые сапоги завершали всю картину, и крошечные усы на очень молодом лице выглядели как будто приклеенные. Этот молодой человек был, очевидно, вполне убежден, что он оделся по последней моде», — с сарказмом отмечала Тиховская, полагавшая, что перенасыщение модными деталями производит впечатление безвкусицы⁷⁵. Это не означало, что молодежь должна носить серую, невыразительную одежду. В характерном стиле советской газетной публицистики Тиховская заключала, что в СССР делается все возможное, чтобы молодые люди «могли одеваться в соответствии со своими растущими запросами, а также с учетом индивидуальных физических и возрастных особенностей»⁷⁶.

Любопытно, что в спорах о моде и о хорошем вкусе в советской прессе нередко соседствовали представления о красоте и о моральных приличиях. Скажем, платье могло считаться по-настоящему красивым, лишь если оно не нарушало правил приличия (например, в отношении длины платья или глубины декольте). Другой горячей темой в советской прессе 1960-х годов были женщины, носившие брюки и брючные костюмы⁷⁷. В те годы этот сюжет активно дискутировался и на Западе — поначалу и там женские брюки считались довольно спорным культурным новшеством⁷⁸.

В 1960 г. газета «Социалистическая Караганда» заняла четкую позицию в данном вопросе. Признав, что брюки эстетически не портят женщину, она допускала ношение женщинами брюк лишь как рабочей или

⁷⁴ Наловина В. Что такое мода? // Уральский рабочий. (Свердловск), 1960. 18 сент.

⁷⁵ Тиховская Л. Всегда и везде иметь красивый вид // Сталинабадская правда. (Сталинабад), 1960. 30 апр. Л.А. Тиховская была известным на Урале театральным художником, прожила большую жизнь и умерла в 2009 г.

⁷⁶ Там же.

⁷⁷ К примеру, по данным А. Васильева, еще в 1964 г. на советском телевидении продолжали действовать правила, запрещавшие сотрудницам приходиться на работу в брюках (*Васильев А.* Русская мода: 150 лет в фотографиях. М.: Слово/Slovo, 2006. С. 324).

⁷⁸ Об отношении к женским брюкам на Западе см.: *Steele V.* Fifty Years of Fashion. P. 61. Со ссылкой на статью "Skirting around a Soviet prejudice" в газете "The Times" (1971. August 5) автор пишет о том, что в 1971 г. «советские женщины начали мужественно появляться в общественных местах в брючных костюмах».

домашней одежды, во время занятий туризмом и спортом. Однако женские брюки «никак не предназначались для института, кино или столовой», как и иных публичных мест. В данной статье содержались подробные рекомендации, как правильно подобрать одежду в зависимости от ситуации. К примеру, для посещения Дома культуры девушкам предлагалось «выбрать темное платье подходящего стиля. Если платье имеет глубокое декольте, следует покрыть свои плечи шарфом»⁷⁹.

В 1959 г. художественный руководитель местного Дома моделей одежды Т.И. Островский тоже поднял в молодежной газете «Комсомолец» г. Ростова-на-Дону волновавший общество вопрос о женских брюках. «По неясным причинам некоторые девушки считают, что брюки можно носить вечером в клуб или на танцы. Это не верно. Брюки вообще не подходят в качестве праздничного наряда. В одежде, как и во всем остальном, следует придерживаться чувства меры», — поучал Островский молодых читателей⁸⁰.

Помимо приличий, относящихся к нравственной области, другой животрепещущий вопрос заключался в том, устанавливали ли люди, жившие при социализме, свои особые требования к дресс-коду. В 1959 г. в «Вечерней газете» художественный руководитель киргизского Дома моделей одежды М. Гайманова признала, что «новая мода, на первый взгляд, может выглядеть очень экстравагантно, и потому многие думают, что она никому не идет. Такое впечатление характерно лишь в самом начале, когда видишь совершенно новые силуэты, и никто не знает их тонкостей. Почти каждая новая мода выглядит странно и вначале даже некрасиво»⁸¹.

В целом, статья Гаймановой представляла собой осторожную защиту моды в социалистическом обществе. Заканчивалась она сопоставлением буржуазной и социалистической моды: «Часть нашего населения считает, что одежда советского мужчины или женщины должна полностью отличаться от одежды других стран. Однако мы знаем, что в буржуазном обществе обе культуры существуют бок о бок — буржуазная культура и народная культура. Первая рассчитана на буржуазное общество и рекламирует экстравагантность, часто утрированный внешний вид, который может доходить до абсурда. Вторая — одежда трудящегося населения, соединяет утилитарность, комфорт и простоту с художественным вкусом. И эти же требования мы выдвигаем в качестве основных принципов советского дизайна. Наши модельеры используют новые тенденции, предложенные за рубежом, только когда они соответствуют нашим представлениям об одежде, подходящей для нашего образа жизни»⁸².

⁷⁹ Звездина К. Как одеваться красиво // Социалистическая Караганда. 1960. 9 июня.

⁸⁰ Комсомолец. (Ростов н/Д), 1959. 9 дек.

⁸¹ Гайманова М.Г. Нужно одеваться красиво и скромно // Вечерняя газета. (Фрунзе), 1959. 3 апр.

⁸² Там же.

Автор появившейся в 1961 г. в ленинградской газете «Смена» статьи «Мода на год вперед» тоже был убежден, что советские модельеры творили для обычных людей, в отличие от их западных коллег, которые обслуживали преимущественно богачей. «И даже если наши модельеры не имеют достаточного опыта для определения основного направления моды, чтобы адаптировать ее к требованиям повседневной жизни, в создании практичной и разнообразной одежды для каждого человека, они, без сомнения, могут и должны выиграть золотую пальму первенства», — отмечалось в статье⁸³.

Может показаться необычным, что в ходе общественных дискуссий о моде и культуре одежды в советской прессе не столь уж часто затрагивались вопросы общественной нравственности. Скорее всего, причина заключается не в том, что эти темы были несущественны, а в том, что они казались советским людям понятными и очевидными. Скажем, как и везде в мире, мода и сексуальность были тесно связаны между собой. Однако эта тема не получила заметного развития в советской прессе 1960—1970-х годов, что могло бы помочь в исследовании более общей проблемы об изменении традиционных представлений о мужественности и женственности в советском обществе по сравнению с Западом, переживавшим в это время полномасштабную «сексуальную революцию». Мы действительно слишком мало знаем, в какой степени советская общественная мораль была единой, совпадала ли она с официально декларируемыми нормами приличия, а также в какой мере общественное мнение было самостоятельным или подверженным регулированию и нормированию со стороны власти. По мнению проф. Дэна Хили, история сексуальности в СССР все еще «белое пятно» в российской исторической науке⁸⁴. Даже сегодня, когда уже несколько десятилетий активно развивается гендерная история и история женщин, темы сексуальности по-прежнему остаются маргинальными в отечественной историографии⁸⁵.

⁸³ Мода на год вперед // Смена. (Ленинград), 1961. 31 марта.

⁸⁴ Engelstein L. The Keys to Happiness: Sex and the Search for Modernity in Fin-de-Siècle Russia. Ithaca: Cornell University Press, 1992; Rotkirch A. The Man Question: Love and Lives in Late 20th Century Russia. Helsinki, 2000. (Hels University of Helsinki, Department of Social Policy. Research Reports. 1/2000); Healey D. Homosexual Desire in Revolutionary Russia. The Regulation and Gender Dissent. Chicago: University of Chicago Press, 2001. В книге имеется обширная библиография по истории сексуальности в России и СССР.

⁸⁵ См.: Здравомыслова Е., Темкина А. Российская трансформация и сексуальная жизнь // В поисках сексуальности: сб. ст. / под ред. Е. Здравомысловой, А. Темкина. СПб.: Дмитрий Буланин, 2002. С. 11; Голос С.И. Что было пороками, стало нравами: лекции по социологии сексуальности. М.: Ладомир, 2005. С. 5—6. По мнению И.С. Кона, современные опросы людей старшего поколения об их сексуальном поведении в СССР в молодые годы грешат серьезными методологическими изъянами. Эти исследования могут быть использованы не столько для репрезентативных выводов, сколько для постановки дальнейших вопросов и иллюстрации общих тенденций советской сексуальной культуры. И.С. Кон также обратил внимание на глубокие культурные корни негативных коннота-

Стиляги из Лениногорска

Одна из самых ярких и необычных газетных статей, появившихся в рамках кампании против стиляг, была опубликована весной 1959 г. в печатном органе ЦК КП Казахской ССР — газете «Казахстанская правда»⁸⁶. Уже ее заголовок носил провокационный характер — «О вкусах надо спорить!». В статье говорилось о случае, вызвавшем громкий резонанс среди жителей небольшого шахтерского городка Лениногорска в Казахстане. Молодой рабочий, комсомольский активист, уроженец расположенной по соседству деревни, Геннадий Сидоров оказался главным героем критики стиляг в местной сатирической газете. Помимо приписанных ему характеристик в «стиляжьей» манере одеваться, в статье фигурировала карикатура, где он изображался как пьяница и хулиган. Карикатура была выставлена на всеобщее обозрение в самом людном месте Лениногорска — в витрине магазина на главной улице.

Журналист республиканской партийной газеты Г. Аксельрод был послан из Алма-Аты в Лениногорск, чтобы на месте проверить факты и провести журналистское расследование. Выяснилось, что никто никогда не видел Сидорова пьяным или что он когда-либо был замечен в антиобщественном поведении. Казалось, единственная причина, по которой он был изображен карикатурным образом, следовала из его манеры одеваться. В частности, из-за узких брюк, которые он носил, что и позволило причислить парня, добросовестно трудившегося в шахте, к стилягам.

Продолжая свое расследование, журналист выяснил, что глава местной милиции, принимавший активное участие в публичном осуждении Сидорова, имел весьма своеобразное представление о «правильной» одежде и о том, в какой мере он может использовать свою власть для наведения порядка в этой области. Например, он не одобрял ношение галстука, непромокаемый плащ также считал неподходящей одеждой. Любой подросток, носивший брюки уже 30 сантиметров, который попадался ему на глаза в местном кинотеатре (едва ли не единственное публичное место в Лениногорске), немедленно выводился из зала на улицу за неподобающий внешний вид.

По мере расследования выяснилось много других подробностей. Оказалось, что Сидоров находится под влиянием своего сверстника Игоря Скачкова, который окончил строительный техникум в Алма-Ате и по местным меркам считался образованным человеком. Ко всеобщему

ций в отношении понятий «секс» и «сексуальность», что связано не только с коммунистической моралью, но и с влиянием Русской православной церкви и с моральными нормами традиционной культуры (Кон И.С. Роль и место сексуальной культуры в становлении цивилизованного государства. СПб., 1999. 95 с. (Избр. лекции Санкт-Петерб. гуманитар. ун-та профсоюзов; вып. 7)).

⁸⁶ Аксельрод Г. О вкусах надо спорить! // Казахстанская правда. (Алма-Ата), 1959. 31 марта.

му удивлению и даже подозрению Скачков пренебрег инженерной профессией и после техникума пошел трудиться на рабочую должность в ту же шахту, что и Сидоров. Молодые люди подружились, и, по словам местных жителей, под влиянием Скачкова характер Сидорова начал меняться в худшую сторону. То ему не нравилось, что в шахтерском общезжитии шумно, то он протестовал против того, что вечером комендант ограничивает доступ в комнаты посторонних лиц. В результате Сидоров и Скачков поселились в гостинице для «специалистов». Гостиничный номер был дорогим, зато никто не мешал им жить так, как они хотели.

Что еще серьезнее, Сидоров и Скачков держались особняком от прежних друзей и сослуживцев. Молодые шахтеры рассказали журналисту, что порою Сидоров и Скачков нарочно делали вид, что не замечают их, когда прохаживались по улице в стильной одежде, со взбитым «коком» на голове. Из-за странных изменений в поведении, отрыва от коллектива и желания жить особняком они и прослыли «стилягами».

На первый взгляд, описанная казахстанским журналистом история весьма типична. В конце 1950-х годов в период «оттепели» многие молодые люди в различных уголках СССР в той или иной форме восставали против прежних порядков и противились запретительным мерам. Этот частный случай особенно интересен тем, что двое молодых людей не захотели смириться с клеймом «стиляг», которое поставили на них местные блюстители «правильного поведения». Когда на общем собрании комсомольской организации шахты разбирали его персональное дело, комсомолец Сидоров упорно защищался от обвинений в «стиляжничестве». «Какие же мы стилиаги, если мы просто модно одеваемся? — убеждал он присутствующих. — Мы не пьем, мы не обижаем девушек и усердно работаем на руднике. А если мы хотим одеваться по моде, так что же здесь плохого?» Руководству комсомольской ячейки нечего было возразить, и обвинения в «стиляжничестве» пришлось снять.

Но почему Сидоров зазнался, порвал со своими прежними друзьями, не разделявшими его увлечения узкими брюками и необычной для шахтерского городка прической? На комсомольском собрании Сидоров признал эту свою ошибку и обещал исправиться. Показательно, каким образом он это сделал, и то, насколько быстрым и позитивным оказался результат. Сидоров просто пригласил свою бригаду в столовую при шахте, где весело отпраздновал свой день рождения. Этого оказалось достаточно, чтобы парню простили прежние «зазнайство». Правда, остался открытым вопрос о главе местной милиции, который слишком рьяно расправлялся со «стилягами».

Чтобы убедиться в беспристрастности своих суждений, журналист партийной газеты Г. Аксельрод нанес визит в гостиничный номер, где проживали Сидоров и Скачков. Сидоров ничего не скрывал. «Пожалуйста, взгляните, — произнес он, открывая гардероб. — Костюмы, как видите, пошиты по выкройкам московского журнала мод. Мы его

специально выписываем»⁸⁷. Так как одежда молодых людей действительно оказалась «одобрена» московскими экспертами моды, предъявить им претензии в «стиляжничестве» было невозможно. А то, что в Лениногорске в 1959 г. было принято носить более широкие брюки, чем в Москве, это не их вина. Именно по этой причине Аксельрод озаглавил свою статью «О вкусах надо спорить!», обозначив тем самым и свою позицию, и наличие важной проблемы.

Гардероб — не единственное, что привлекло внимание журналиста в гостиничном номере. Там же он, например, обнаружил лыжи — доказательство интереса молодых людей к занятиям спортом, что свойственно хорошим комсомольцам. Правда, Аксельрод был в недоумении относительно висевшей над кроватью картиной на «непристойную» тему. Этого было достаточно, чтобы поставить под сомнение моральной облик молодых рабочих. И хотя Сидоров ответил, что картина — всего лишь подарок друга, журналист заметил на столе среди модных журналов, которыми явно интересовались Сидоров и Скачков, репродукции нескольких работ западных художников-абстракционистов. Скачков, очевидно, претендуя на роль большего «знатока искусства», подтвердил, что ему нравится абстракционизм, так как неожиданные смещения красок вызывают различные ассоциации. Затем на подоконнике журналист увидел проигрыватель и набор пластинок, в том числе с иностранными этикетками. «Нам нравится джаз», — поспешил объяснить Скачков⁸⁸. Аксельрод явно не ожидал, что обнаружится столь много неожиданностей в шахтерский глубинке.

По мере накопления «доказательств» ему становилось все более очевидным, почему местные власти так невзлюбили Сидорова и Скачкова, почему считали их привычки и интересы пагубными для других и почему, воспользовавшись кампанией против стилиаг, попытались устроить им публичную порку. Если бы эти парни не выставляли напоказ свою «особость», если бы интересовались модой и живописью дома, не бросая вызов другим, не устраивали бы уличных дефиле, ничего бы не было.

Проанализировав ситуацию, журналист Аксельрод, явно сочувствуя парням, вынес следующий вердикт: «Теперь становится понятным, почему двое хороших рабочих парней, двое комсомольцев стали приверженцами вкусов, чуждых советской молодежи. Нет, речь не о покрое пиджака и не о ширине брюк! В Лениногорске немало ребят, которые одеваются по моде и следят за своей внешностью. Но, пожалуй, только Сидоров и Скачков, только они две, все свои помыслы заключили в куцых мечтах о пестром галстуке, о новой зарубежной пластинке с буги-вуги и о прическе с завитым коком. Ложные

⁸⁷ Там же.

⁸⁸ Там же.

представления об оригинальности привели Сидорова и Скачкова к тому, что они, в конце концов, стали чураться своих товарищей. Как же! Ведь только они двое разбираются в новинках абстракционистов, только они могут рассказать, как танцуют хула-хуп»⁸⁹.

В полной мере осознавая, что работает в партийном органе печати и что формирует общественное мнение, журналист, тем не менее, прямо написал в своей статье, что модная одежда, похожая на одежду стилияг, — это вовсе не «преступление». Более сложный вопрос, который он ставил: как оценить причудливое сочетание в молодых людях, с одной стороны, интереса к стильной одежде, к абстрактному искусству, к «непристойным» картинкам и к американской джазовой музыке (все это воспринималось в конце 1950-х годов как иностранное влияние) и, с другой стороны, ударную работу в шахте, активность в комсомоле и примерный по сравнению с другими быт (не напивались, не обижали девушек и не дрались на улицах).

Столкнувшись с данной дилеммой, Г. Аксельрод не предлагает ее простого решения и не дает готовых ответов. Он признает, что случай Сидорова и Скачкова — не единичное явление и опасно тем, что «они не одиноки и у них есть “последователи” среди местной молодежи: вокруг Сидорова и Скачкова собирается группка молодых людей, полагающих, что рок-н-ролл и коктейль являются самыми высокими достижениями культуры»⁹⁰. Автор статьи предлагает действовать не принуждением, а убеждением и воспитательными мерами. Он даже не против провокационного предложения Скачкова устроить публичный диспут о том, какая музыка больше нравится местной молодежи: советская или западная. Аксельрод был убежден, что победит отечественная культурная традиция, а Сидоров и Скачков осознают свои ошибки и покаются.

Есть, по крайней мере, три урока, которые можно извлечь из этой удивительной истории, в мельчайших подробностях описанной в марте 1959 г. в главной партийной газете Казахстана и ярко характеризующей особенности той эпохи. Первое — стремление модно одеваться перестало рассматриваться как «преступление». Второе — было признано, что нельзя судить о личности человека лишь на основании его внешнего вида. Третье — лучшим способом справиться с девиантным поведением является не публичное унижение и наказание, а воспитание хорошего вкуса и пропаганда советской моды.

Аналогичная позиция была отражена и в статье, появившейся в конце 1960 г. в столичной газете «Комсомольская правда»⁹¹. Статья явилась откликом на поступившие в редакцию письма читателей, в которых выражалось недоумение по поводу усердия комсомольских

⁸⁹ Там же.

⁹⁰ Там же.

⁹¹ Колесникова Н. Патруль в коротких штанишках // Комсомольская правда. 1960. 13 дек.

активистов в отношении молодежной моды на известном черноморском курорте Сочи, ежегодно принимающем сотни тысяч отдыхающих. Так, уважаемый архитектор, лауреат Сталинской премии, Е.И. Левитан (1915—2007) стал очевидцем того, как местные дружинники не только запрещали юношам носить яркие рубашки, а девушкам — брюки, но даже при встрече с модниками на улицах Сочи иногда пытались порвать их одежду. Левитан писал, что он человек немолодой и не является поклонником молодежной моды. Тем не менее, он сомневался, что действия дружинников были правомерными, и просил «Комсомольскую правду» высказать свое мнение. Адвокат из Литвы Д. Фрайшманене, со своей стороны, задавалась вопросом, почему девушкам в курортном Сочи местные власти запрещают носить такие удобные на отдыхе брюки. Это было тем более странно, поскольку женские брюки уже получили распространение в советской Прибалтике.

Автор статьи в «Комсомольской правде» Н. Колесникова поддержала мнение читателей, оценив приведенные факты как признак нетерпимости, достойной осуждения. Было очевидно, что ее симпатии на стороне молодежи, которая хотела на отдыхе одеваться более модно и неформально. Важным сигналом было то, что данная статья, критикующая агрессивную манеру воздействия на модников в Сочи, появилась в главной комсомольской газете страны.

Не менее значимым было и признание того факта, что подобное случается не только в Сочи, но и в других местах. В качестве примера приводилось письмо в «Комсомолку» двух девушек из Амурской области, которые сообщали: в их деревне всех молодых людей, кто выделялся броской одеждой среди других, клеймили как «стиляг». Местный обком комсомола занял в отношении моды консервативную позицию, предложив комсомольцам «не выделяться» стильной одеждой.

Н. Колесникова признавала, что часть советской молодежи склонна к ношению экстравагантных, непривычных для окружающих вещей, многие из которых не соответствуют хорошему вкусу. Однако бороться с этим, по ее мнению, следовало не запретами, а положительными примерами и пропагандой советской эстетики. «Сейчас в центре Сочи, на Курортном проспекте, заканчивается строительство нового Дома моды (Минбыта РСФСР. — *Авторы*). Мы хотели бы верить, — отмечала Колесникова, — что это современное здание... станет настоящей пропагандистской машиной лучших образцов одежды. Как полезно было бы регулярно организовывать в ателье выставки новых сезонных моделей под названием “За нами мода”. Было бы также неплохо поместить рядом с ними примеры противоположного, глупого стиля». Подводя итог разбору писем читателей, Колесникова верно подметила, что вопросы моды выходят на более широкую проблематику советской культуры и образа жизни подрастающего поколения: «Мы говорим слишком мало

о вопросах культуры, этики и эстетики с нашей молодежью, с нашим комсомолом. Настало время, чтобы начать серьезно думать об этом!»⁹².

К началу 1960-х годов советские интерпретаторы моды, похоже, согласились с тем, что любой стиль в одежде, — устаревший или, напротив, экстравагантный, как у стилияг, — не может служить единственным признаком человеческой добропорядочности и политической благонадежности. В то же время, детали одежды могут характеризовать наличие или отсутствие у человека хорошего вкуса. Эта позиция была четко сформулирована в начале 1961 г. в статье «Заметки о красивой одежде», опубликованной в воронежской молодежной газете «Коммуна». «В горячей борьбе против стилияг мы часто обращаем внимание на такие вещи, как ширина брюк, длина одежды и т.д., — говорилось в этой статье. — На самом деле, в таких современных силуэтах или модных деталях нет ничего плохого. Реальная опасность заключается в отсутствии чувства меры... Мы можем и должны просвещать людей относительно хорошего вкуса»⁹³.

В другой молодежной газете «Комсомолец Туркменистана» Э.Т. Палиенко, геоморфолог Центральной комплексной экспедиции Академии наук СССР, пришел к такому же заключению⁹⁴. Автор напомнил читателям, что мужчины склонны меньше обращать внимание на моду. Одна из причин этого — предрассудки о моральном облике «слишком модных» мужчин. По мнению Палиенко, не следовало путать модный галстук с плохим характером. И вообще делать слишком поспешные выводы о моральном облике человека на основании его внешнего вида. Неудивительно, что для иллюстрации своих мыслей автор статьи привел в пример стилияг: «Вы не превратитесь в стилиягу просто из-за того, что модно одеваетесь. Стилияги — это люди, имеющие узкий мелкобуржуазный менталитет... они являются бездельниками, пьяницами... Однако следует ли помещать в ту же категорию молодых рабочих только потому, что они носят похожую на стилияг одежду?»⁹⁵.

Палиенко открыто приветствовал новую мужскую моду даже в ее экстравагантном варианте: «Надо признать, что приятно смотреть на молодого человека в синих зауженных к низу брюках и в рубашке того же тона навывпуск. Сейчас многие молодые люди носят такие рубашки. Но еще год назад над ними открыто смеялись». Автор призывает читателей стать более открытыми для восприятия новых тенденций моды, как естественного спутника наступающего изобилия. «Многие могут не согласиться со мной, отстаивая старую моду. Но разве

⁹² Там же.

⁹³ Котова В., Власова З. Заметки о красивой одежде // Коммуна. (Воронеж), 1961. 17 янв.

⁹⁴ Палиенко Э.Т. Модно значит красиво // Комсомолец Туркменистана. (Ашхабад), 1959. 4 сент.

⁹⁵ Там же.

теперь, когда наша жизнь становится богаче и содержательнее, наши взгляды на красоту в то же время не растут и не меняются?» — задает-ся он риторическим вопросом⁹⁶.

Опубликованная в 1963 г. в центральной советской газете «Известия» статья А. Аграновского «Дело о сарафане» была нацелена на критику хранителей консервативных взглядов на правила приличия в одежде⁹⁷. Журналист рассказал историю о молодой одесситке, которая, направляясь в концертный зал, была остановлена сотрудником милиции и оштрафована просто потому, что была одета в сарафан. Формально милиционер был прав: по принятым в городах правилам поведения в общественных местах запрещалось ношение «откровенной» одежды, в том числе женских сарафанов. За это следовал штраф в размере 10 руб.

Следует обратить внимание на то обстоятельство, что данная сфера действительно находилась в компетенции местных властей, а также на то, что они, в свою очередь, принимали решения не произвольно, а основываясь на мнении местных жителей. Как известно, и Сочи, и Одесса были всесоюзными курортными и туристическими центрами. В летние месяцы сюда съезжались сотни тысяч отдыхающих, «расслабленное» поведение и «пляжная» одежда которых часто вызывали неудовольствие у местных жителей. К примеру, курортники могли разгуливать по городским улицам в пижамах и в пляжных костюмах, что в своих родных городах вряд ли стали бы делать. Однако «Известия», как ранее и «Комсомольская правда», прошли мимо специфических проблем курортных городов, провоцировавших негативное отношение местных жителей не столько к модной одежде как таковой, сколько к «расслабленному» поведению отдыхающих.

По мнению автора статьи в «Известиях», случаи грубого вторжения местных властей в вопрос о соблюдении правил приличия в общественных местах заслуживают осуждения, но они имеют место, по словам Аграновского, якобы преимущественно в провинциальных городах и в удаленной от культурных центров сельской местности, где стойки патриархальные традиции (в этом отношении Одесса, видимо, считается исключением). Осуждая запретительные меры, Аграновский ратовал за воспитание хорошего вкуса. Вопрос о том, что понимать под приличиями в одежде, — это, в конце концов, проблема господствующего общественного мнения, которое можно формировать. Строгие же запреты и дисциплинарные меры в таких деликатных вещах приведут лишь к общественному противостоянию. Кто-то начнет даже думать,

⁹⁶ Там же.

⁹⁷ Аграновский А. Дело о сарафане // Известия. 1963. 9 окт. Анатолий Аграновский (1922—1984) — известный советский журналист, по образованию историк. В 1970-е годы помогал Л.И. Брежневу в написании его мемуарной трилогии «Малая земля», «Возрождение» и «Целина».

что сарафан, узкие брюки или модная прическа являются признаками бездельников. Как заключил автор, это совершенно не верно⁹⁸.

В 1940-е и 1950-е годы стилиг идентифицировали преимущественно по конкретной детали одежды — чрезвычайной узости мужских брюк. Вопрос о «допустимой» ширине брюк беспокоил многих советских граждан, не желавших быть обвиненными в стилижничестве, и в 1960—1970-е годы. Нередко по этому поводу они писали в газеты и просили у специалистов рекомендаций. Советская мода, как правило, придерживалась общемировых тенденций. Следовательно, в тот период мужские брюки периодически становились то уже, то шире, что вносило в такой важный для советских людей «политический» вопрос элемент неопределенности. В итоге большинство модельеров стали рекомендовать гражданам держаться золотой середины.

Разгадкой «формулы штанов» активно занимались и рядовые читатели. Так, в 1960 г. В. Соломатин из Хабаровска в своем письме в газету «Советская торговля» предложил универсальный метод определения надлежащей ширины брюк. Принцип был прост: ширина брюк должна соотноситься с размером обуви. Чем больше размер ботинка, тем шире штанина. Однако такой подход, который к тому же мог решить эту проблему раз и навсегда, редакторы «Советской торговли» не одобрили. «Очевидно, что ширина брюк вовсе не обязательно должна соотноситься с размером обуви!» — ответили они «изобретателю» Соломатину⁹⁹.

Среди других любопытных тем, поднятых читателями, была получившая распространение в СССР, в том числе в северных районах, практика молодежи ходить в холодную погоду без головных уборов. В 1961 г. ленинградская молодежная газета «Смена» поместила по этому поводу письмо пенсионера А. Иванова, который тревожился, не пришла ли эта мода с Запада и не пытаются ли молодые люди подражать тому, что вредно для здоровья, так как не подходит для сурового российского климата¹⁰⁰. «Смена» обратилась за консультацией к специалисту. Им оказался не эксперт моды, а профессор медицины и начальник кафедры физической культуры Ленинградского института повышения квалификации врачей К. Смирнов. Он пояснил, что хождение по улице с непокрытой головой является одним из лучших способов закаливания организма. Однако профессор не рекомендовал молодым людям экспериментировать со своим здоровьем при температурах ниже минус пяти градусов.

⁹⁸ Там же.

⁹⁹ Соломатин В. При чем тут стилиги? // Советская торговля. 1960. 25 февр.

¹⁰⁰ Смирнов К. Снег на шевелюре // Смена. 1961. 15 янв.

Об идеологии советской моды

В 1962 г. технолог из Златоуста Н. Версаков в газете «Златоустовский рабочий» четко поставил вопрос о том, чем же на самом деле является мода. Можно ли говорить о прогрессе в моде так же, как и в области науки и техники? «Некоторые товарищи связывают моду с прогрессом науки и техники... На мой взгляд, это абсурд. Мода должна быть рациональной, соответствующей нашей культуре и этике», — отмечал Версаков¹⁰¹. По его мнению, желание мужчин и женщин красиво одеваться вполне естественно и нормально. Плохо, если это желание превращается в стремление любой ценой не отстать от моды и, более того, становится основной целью жизни. К счастью, таких людей немного. Но, в конце концов, «даже им придется вступить с нами в коммунизм!» — заключил технолог¹⁰².

Советские идеологи и теоретики моды были едины в том, что ни модельеры, ни рядовые потребители не должны слепо следовать моде. Они должны проявлять сдержанность и избегать экстравагантности в одежде. Почти во всех статьях и лекциях о моде повторялось, что в Советском Союзе, как и в целом при социализме, изменение моды должно носить не внезапный, а постепенный характер. Как мы видели, беда стилига заключалась не в попытке быть модными, но в их экстравагантных предпочтениях, в вызывающем, «показном» поведении, в желании привлечь к себе внимание, продемонстрировать «инаковость». Тем самым они противопоставляли себя не только власти, но и господствовавшему общественному мнению.

Данный принцип также означал, что и модельеры в своем творчестве должны избегать экстравагантности и увлечения излишними деталями, которые не служат никакой практической цели, а предназначены лишь для украшения и привлечения внимания (например, противоположного пола).

Проблема постепенности смены модных стилей, как характерной особенности советской моды, активно обсуждалась в прессе. В 1963 г. специалист моды из Москвы Н. Железнова в своей статье «Когда все молоды» утверждала, что не следует ожидать резких изменений в советской моде будущего¹⁰³. Ее развитие мыслилось автору как гармоничное и последовательное. Несколькими годами раньше журнал «Крестьянка» вполне категорично заявил, что «в нашей стране мода меняется без каких-либо сбоев»¹⁰⁴. В соответствии с наставлениями Т. Лариной, данными в 1971 г. в одной из пермских газет, избыток одежды, а также чрезмерное украшательство это признак дурного тона, а не высоких культурных стандартов. Не совет читателям относительно моды являлся классическим, выдер-

¹⁰¹ Версаков Н. Нужно чувство меры // Златоустовский рабочий. 1962. 14 нояб.

¹⁰² Там же.

¹⁰³ Железнова Н. Когда все молоды // Горьковский рабочий. 1963. 5 окт.

¹⁰⁴ Поговорим о современной моде // Крестьянка. 1960. № 9.

жанным в лучших традициях европейской гуманистической культуры или *Bildung* (просвещения. — *Авторы*), а именно: не следует быть модным любой ценой, лучше иметь свой собственный стиль, не избегая при этом знакомства с основными модными тенденциями. Выбрав индивидуальный стиль с учетом своей профессии, возраста и фигуры, советовала Т. Ларина, вы всегда будете считаться модной женщиной¹⁰⁵.

В 1959 г. Е. Розенфельд в газете «Алтайская правда» утверждал, что некоторые советские граждане все еще соотносят красоту костюма с его стоимостью, покупаясь на все дорогое и роскошное. Это является глубоким заблуждением, считал он¹⁰⁶. К. Смоленцева, главный инженер ялтинской швейной фабрики, убеждала читателей местной «Курортной газеты», что в одежде понятие красоты соотносится, скорее, не с украшательством, а наоборот, со скромностью, функциональностью и разумным отношением к моде¹⁰⁷.

Конечно, было бы слишком заманчивым интерпретировать эти и сотни других подобных заявлений, встречавшихся в советской прессе и подчеркивавших скромность и функциональность одежды как альтернативу ненужной экстравагантности и роскоши, лишь как попытку неуклюжего оправдания хронических недостатков в работе советской швейной промышленности. На деле все было намного сложнее. Характерно, что тогда аналогичные заявления о скромности, как признаке хорошего вкуса, можно было встретить и в западных классических книгах по этикету. Как и советские издания на ту же тему, они рекомендовали читателям не становиться рабами экстравагантной моды, а сохранять свой индивидуальный стиль и разумно подходить к каждой модной тенденции.

В то время, как все предыдущие рекомендации основывались на универсальных стандартах хорошего вкуса, некоторые советские специалисты моды отмечали еще и то, что советская мода должна отражать современные реалии жизни. Скромность и простота, как характерные черты советской моды, таким образом, становились не изъяном, а, напротив, ее наибольшей ценностью¹⁰⁸.

Чем чаще теоретические статьи о советской моде публиковались в советской прессе, тем громче и убедительней звучали доводы специалистов в пользу современности советской моды, как важнейшей ее характеристике. В каждой новой передовице «Журнала мод», к примеру, имелась отсылка к модным тенденциям предыдущих сезонов и неизменно утверждалось, что современный темп жизни диктует свои требования к стилю в одежде — он должен быть более деловым, рациональ-

¹⁰⁵ Ларина Т. Позаботиться о своей форме // *Вечерняя Пермь*. 1971. 17 сент.

¹⁰⁶ Розенфельд Е. Поговорим о моде // *Алтайская правда*. (Барнаул), 1959. 4 нояб.

¹⁰⁷ Смоленцева К. Ваша одежда // *Курортная газета*. (Ялта), 1964. 8 марта.

¹⁰⁸ Мурасова Р. Умей красиво одеваться // *Комсомолец Таджикистана*. (Сталинабад), 1960. 17 февр.

ным, с простым кроем, легким, летящим силуэтом¹⁰⁹. Редакционная статья предыдущего выпуска того же журнала сообщала, что в каждом костюме можно услышать голоса настоящего, прошлого и будущего¹¹⁰; что реалии жизни диктуют изменения в моде и отклоняют все устаревшие ее формы, старомодные образы и требования вчерашнего дня.

Что именно внушал модельерам этот «голос современности», пояснялось в другой редакционной статье, опубликованной несколькими годами позже. «Такой (современный. — *Авторы*) человек очень занят и у него мало времени. Он редко остается один. Он предпочитает свободу передвижения и нуждается в одежде, которая будет одновременно легкой и динамичной, выражающей характеристики двадцатого века и неожиданные открытия художественного поиска и простоты его реализации», — отмечалось в одном из выпусков «Журнала мод» 1968 г.¹¹¹

Повторяющейся темой в работах о моде была проблема индивидуальности. Точнее, говорилось о том, что советские модельеры и потребители должны, наконец, серьезно задуматься над этой проблемой. Характер статей в СМИ не оставлял никаких сомнений в том, что при социализме мода будет важна для выражения и развития индивидуальности человека. В 1969 г. в «Журнале мод» А. Каменский утверждал, что в поиске социального значения моды мы должны, прежде всего, обратить внимание на два фактора. Во-первых, на ее стремление к естественности и художественности, и, во-вторых, к свободе выражения индивидуального вкуса. Индивидуальность вкуса также воспринималась советскими теоретиками моды как неотъемлемая часть современного общества¹¹². С другой стороны, как мы видели на примере стилиг и др., в советском обществе индивидуальность не должна была переходить определенные границы. К излишне смелым проявлениям индивидуальности, которые отклонялись от общепринятых социальных норм и представлений, с предубеждением относились как власти, так и окружающие.

Что же означала необходимость или потребность в индивидуальности в мире советской моды? На данный вопрос нет простых и очевидных ответов. Интересно, что в 1960-е годы социологическая наука предложила свои рекомендации и советским модельерам. Ю. Давыдов (1939—2007), один из ведущих советских социологов и экспертов по социальной теории, в нескольких номерах журнала «Декоративное искусство СССР» за 1967 г. представил некоторые важные идеи, относившиеся к социологии эстетики и искусства¹¹³. Другой советский теоретик моды, философ и литератор Александр Зиновьев полагал, что

¹⁰⁹ Журнал мод. 1966—1967. № 4. С. 3.

¹¹⁰ Там же. 1966. № 3. С. 1.

¹¹¹ Там же. 1968. № 2. С. 1.

¹¹² Там же. 1969. № 2. С. 5.

¹¹³ Давыдов Ю.: 1) Эстетика и социология // Декоративное искусство СССР. 1967. № 5; 2) Социология и эстетика // Там же. 1967. № 6.

теория моды определенно необходима. Однако у него не было конкретных предложений относительно того, как эта теория будет выглядеть¹¹⁴.

Важный вклад в развитие теории советской моды внесла статья В. Терина «Мода в социологии (по зарубежным материалам)». Благодаря В. Терину советские читатели получили возможность познакомиться с работами о моде Георга Зиммеля и Герберта Блумера. Если исследования Г. Зиммеля, писавшего о моде еще на рубеже XIX—XX вв., стали классикой, то работа Г. Блумера, основные положения которой привел в своей статье В. Терин, была опубликована в 1969 г. в американском журнале «Sociological Quarterly», т.е. незадолго до выхода в свет статьи советского автора (что, в частности, говорит о том, насколько стремительно научные идеи западных авторов распространялись за «железным занавесом»)¹¹⁵. Как известно, Г. Блумер был одним из основоположников символического интеракционизма, и ссылки на эту статью с момента ее публикации стали обязательными в социологических исследованиях о моде.

Ключевыми вопросами в исследованиях Зиммеля и Блумера были связи между коллективным и индивидуальным вкусом, между социальной имитацией и культурными различиями. Оба этих исследователя рассматривали моду как чрезвычайно интересное и важное социальное явление, помогающее преодолеть разрыв между индивидом и социумом, между вкусом индивидуальным и коллективным. В. Терин лишь изложил основные идеи этих двух теоретиков моды, не сказав ничего об отношениях между индивидом и коллективом в социалистическом обществе. Точнее, он предоставил это сделать самим читателям.

В 1970 г. в советских журналах появились еще две статьи, заслуживающие внимания в силу теоретической оригинальности и серьезности усилий в постановке вопроса и попытке решить проблему роли моды и индивидуальности вкуса в обществе в целом, и в социалистическом обществе в частности. Первая была написана философом В. Толстых и опубликована в журнале «Декоративное искусство СССР»¹¹⁶. Вторая статья искусствоведа В. Крючковой «Мода как форма потребления»

¹¹⁴ *Зиновьев А.* Указ. соч. С. 39.

¹¹⁵ *Терин В. П.* Мода в социологии (по зарубежным материалам) // Декоративное искусство СССР. 1970. № 9. С. 42—44. Более подробно автор развивает свои взгляды в статье «Массовая коммуникация и социологические исследования в США» (Вопросы философии. 1970. № 12. С. 122—128). Полное библиографическое описание работы Т. Блумера см. в Приложении в разделе «Основная литература».

¹¹⁶ *Толстых В. И.* Мода феномен эстетический? // Декоративное искусство СССР. 1970. № 7. С. 26—28. Философ В. Толстых был ключевой фигурой в теоретической дискуссии начала 1970-х годов о советской и социалистической моде. Он был редактором-составителем получившего известность сборника статей «Мода: за и против» (М.: Искусство, 1973). В 1960-е годы он преподавал в Московском текстильном институте, готовившем профессиональных модельеров (одним из его студентов был, например, В. Зайцев). Впоследствии он перешел на работу в Институт философии АН СССР.

появилась в приложении к «Журналу мод»¹¹⁷. Исследование характера моды при социализме и коммунизме стало запоздалым отражением дискуссии по этому вопросу, развернувшейся в связи с принятием в 1961 г. новой Программы КПСС. В частности, Программа обещала вступление СССР в фазу коммунизма к 1980 г. Как утверждал Толстых, в коммунистическом обществе человек находится в согласии со своей собственной природой, которая, таким образом, наполняет его индивидуальность реальным содержанием¹¹⁸. В отличие от искусственной природы индивидуальности в буржуазном обществе, которая поддерживается буржуазной модой (Толстых утверждал, что при капитализме мода — поверхностное явление, не затрагивающее внутренний мир человека), при социализме соответствие индивидуальности и моды представляется более глубоким. В социалистическом обществе интересы общества и личности совпадают, и индивидуальность человека формируется на основе культуры человечества, усвоение которой создает подлинную, а не уродливую и искусственную индивидуальность, как при капитализме. Толстых полагал, что придет время, когда одежда потеряет оттенок социального престижа и другие символические функции. Тогда, по его словам, модельеры поймут, что гораздо сложнее красиво и по моде одеть человека, чем украсить его, как они делали это при капитализме¹¹⁹.

Неудивительно, что В. Крючкова в своей статье о моде разделяла основанные на марксистских постулатах идеи В. Толстых относительно природы подлинной социалистической индивидуальности и ее отличия от «искусственной» индивидуальности при капитализме¹²⁰. Крючкова полагала, что при социализме человек — не «владелец» особенностей, характерных для него, а только их «носитель». Таким образом, другие люди тоже могут и обязаны превратить их в свои личные качества. Эту идею, возможно, не так легко понять, но она объясняет точку зрения Крючковой, почему в будущем социальный механизм моды при социализме имеет тенденцию к исчезновению. Если так, то относительная «слабость» или неразвитость моды в социалистическом обществе является признаком ее прогрессивного развития, даже если она еще не вполне убедительно доказала, что с увеличением доминирования социалистических общественных отношений типичное мировоззрение буржуазной моды отомрет. С практической точки зрения Крючкова полагала, что в обозримом будущем в СССР мода не отомрет, а продолжит свое существование, и что фактор моды необходимо будет в полной мере учитывать при экономическом планировании¹²¹.

¹¹⁷ Крючкова В. Мода как форма потребления // Журнал мод. 1970. № 1 (99).

¹¹⁸ Толстых В.И. Мода феномен эстетический? С. 28.

¹¹⁹ Там же.

¹²⁰ Крючкова В. Мода как форма потребления. С. 2.

¹²¹ Там же. С. 5.

Несмотря на заявление В Крючковой о различной природе человеческой индивидуальности при капитализме и при социализме, ее более конкретный анализ и рассуждения о социальном характере моды довольно оригинальны. Несомненно, она понимала, насколько важным и сложным социальным явлением является мода. Крюčkова предложила три теоретические интерпретации социальной функции моды в условиях современности, но специально не затрагивала вопрос о моде при социализме. В конце концов, даже для нее мода представлялась лишь заменой реальной свободы, которая, по существу, отсутствовала в современном буржуазном обществе. В таких условиях мода может также время от времени становиться формой социального протеста¹²².

Как и Толстых, Крюčkова утверждала, что мода лишь поверхностно касается самого человека и, в отличие от истинной духовной культуры, со сменой моды сущность человека остается без изменений. Усвоение же духовной культуры неизбежно ведет к трансформации личности¹²³.

Если мода явление современности, появляющееся во времена быстрых изменений и в отсутствие твердых норм и стандартов поведения, что же тогда с ней происходит в социалистическом обществе? Поскольку советский человек свою индивидуальность может лучше выразить в других, более «серьезных» сферах общественной жизни, он не сталкивается с необходимостью конкурировать с внешними символами различия, чтобы доказать право на свою независимость. По мнению Крючковой, это объясняло, почему при социализме мода менее экстравагантна и вычурна, чем при капитализме. Теоретические размышления Толстых и Крючковой о моде и вкусе, вероятно, наиболее разработанные из тех, что можно найти в профессиональной печати в СССР. Их практические советы не были оригинальными и сводились к тому, что не следует следовать всем прихотям моды, но можно использовать ее для формирования своего личного стиля путем выборочного принятия модных тенденций в соответствии с индивидуальным вкусом. Для этого не следует менять моду слишком часто или слишком быстро.

Уличная и молодежная мода

На рубеже 1960—1970-х годов журнал «Декоративное искусство СССР» опубликовал несколько материалов о моде, доказывавших хорошую информированность советских теоретиков моды о событиях и дискуссиях на Западе, где молодежная революция 1960-х годов изме-

¹²² Там же. С. 3.

¹²³ По этому поводу см. также: *Bauman Z. Consuming Life. Cambridge; Malden, MA: Polity Press, 2007. 160 p.*

нила систему моды. Теперь спонтанная уличная мода и ее различные молодежные стили превратились в лидеров моды, серьезно подрывая авторитет знаменитых европейских домов моды, традиционно считавшихся законодателями мировой моды¹²⁴.

В 1971 г. известный эксперт моды, художественный руководитель СХКБ Минлегпрома РСФСР Алла Левашова опубликовала необычную статью о стиле одежды рядовых москвичей, каждый день спешащих по делам по улицам советской столицы¹²⁵. В отличие от постановочных снимков, сделанных в студии или на модных выставках, фотографии, опубликованные в этой статье, отражали реалии повседневной уличной моды советского города. Насколько нам известно, это единственная статья, посвященная описанию стиля повседневной уличной моды Москвы, по которой можно в определенной мере судить и о ситуации в СССР в целом.

Левашова, в частности, отмечала, что молодые москвичи, как правило, одеты гораздо лучше, чем пожилые. Поколение, чья юность пришла на войну или первые послевоенные годы, при остром дефиците практически любой одежды, попросту не имело возможности развивать свой собственный стиль в одежде. Пожилые москвичи с большим удовольствием реагировали на моду, но были не в состоянии делать соответствующие выводы. Еще более сложной проблемой Левашова считала то, что швейная промышленность и торговля так и не научились реагировать на перемены в эмоциональном настроении человека. Швейники в основном производили модную одежду посредственного качества, которая не могла серьезно конкурировать со спонтанным творчеством молодежи, желавшей в сложившейся ситуации разработать «самодельную» стильную одежду¹²⁶. По наблюдениям автора, советская уличная мода сезона 1971 г. обладала особенностью, не имевшей аналогов за рубежом. Речь шла о популярности в СССР всех видов трикотажа. Левашова расценила это как выражение подлинно русского вкуса. На самом деле это было не совсем так, поскольку в начале 1970-х годов повышенный интерес к трикотажу наблюдался и в западной женской моде. Кроме того, Левашова не упомянула другую причину популярности трикотажа среди советских женщин. В условиях дефицита модных вещей возможность самостоятельно связать то, что хочется, казалась многим выходом из положения.

В 1969 г. в журнале «Декоративное искусство СССР» вышла статья М. Каллинга из Таллинна о последних тенденциях молодежной и уличной моды на Западе¹²⁷. Статья была совершенно свободна от идеоло-

¹²⁴ Steele V. Fifty Years of Fashion: New Look to Now. P. 49—78.

¹²⁵ Левашова А. Москвичи на улице // Декоративное искусство СССР. 1971. № 1. С. 41—45.

¹²⁶ Там же.

¹²⁷ Каллинг М. Мода молодых // Декоративное искусство СССР 1969. № 8 (141).

гических или нравоучительных клише. Автор представил советскому читателю очень интересную картину новейших тенденций молодежной моды. Молодежная мода, которая в 1960-е годы пришла на Запад, была, по мнению Каллинга, явлением совершенно иного типа. Новым, в частности, было то, что теперь одежда больше не являлась маркером социального статуса человека. Например, часто студент одевался точно так же, как и чернорабочий. Собственная одежда становилась все в большей мере объектом творчества и своей индивидуальности¹²⁸. Кроме того, новые отношения молодежи и моды оказались весьма сильным оружием против старомодных традиций. Речь шла об общей демократизации моды и о постепенном преодолении возрастных барьеров. Некоторые женщины в возрасте были готовы следовать в одежде примеру молодых девушек, другие находились в растерянности¹²⁹.

Хотя статья Каллинга рассказывала о моде на Западе, ее общие тенденции были характерны в той или иной мере и для социалистических стран. Прогнозы автора о будущем более демократической и спонтанной моды имели универсальный характер. Новые стили западной молодежной моды были представлены в статье без каких-либо критических замечаний.

Последний бросок на Запад

Наряду с дискуссией о моде, есть и другая совершенно неизученная в научном плане страница истории советской моды и потребления — предпринятая в конце 1960-х годов попытка экспансии отечественных товаров на западный рынок. После XXIII съезда КПСС по инициативе советского премьера А.Н. Косыгина государство, наконец, всерьез решило заняться насыщением магазинов качественными товарами народного потребления. В центре внимания оказалась легкая промышленность. Известно, что Косыгин был сторонником расширения торгового, экономического и культурного сотрудничества с Западом, но в руководстве страны у него имелось немало оппонентов. Смена курса, в частности, предусматривала не только увеличение импорта западных технологий и одежды в СССР, но и необходимость выхода и закрепления отечественной продукции на западном рынке. Сторонники сотрудничества с Западом в советском руководстве приводили целый ряд аргументов в пользу этого шага. Во-первых, продажа одежды за рубеж даст необходимую стране валюту; во-вторых, кооперация с ведущими мировыми фирмами поможет овладеть западным опытом и тех-

¹²⁸ Там же. С. 12.

¹²⁹ Там же. С. 13.

нологиями швейного производства; в-третьих, вынужденные создавать конкурентоспособную продукцию, отечественные швейные фабрики станут повышать качество своих изделий и для внутреннего рынка. Наконец, одежда «потянет» за собой цепочку «смежников»: одежда будет производиться из отечественных тканей, с использованием отечественной фурнитуры, красителей и проч. Все они в условиях конкуренции вынуждены будут улучшить качество своей продукции¹³⁰.

Поскольку конкурентоспособной считалась в первую очередь модная одежда с фольклорным колоритом, были предприняты усилия к укреплению Домов моделей и других моделирующих организаций, а также к популяризации создаваемых ими модных коллекций за рубежом. Во второй половине 1960-х годов дефиле мод стали непременной частью советских выставок, ярмарок, Дней дружбы и других мероприятий. Ведущие Дома моделей страны стали пристальнее изучать западные тенденции мировой моды.

Другим способом закрепления на западном рынке считалась покупка лицензий у ведущих западных фирм, чтобы произведенную по ним на советских фабриках продукцию частично реализовывать внутри страны, а частично поставлять на экспорт. В этом направлении подготовительный этап работы осуществлялся сотрудниками фирмы «Одежда» (она занималась закупкой партий одежды за рубежом и хорошо знала западный рынок), входившей в состав внешнеторгового объединения «Разноэкспорт» Минвнешторга СССР. Фирмой были проведены переговоры с западными партнерами, намечены предприятия-изготовители одежды в СССР, шло даже изучение конструкций изделий, пошитых по английским, шведским, голландским, японским лекалам. Советские представители побывали в Швеции, Норвегии и Англии с показами модных коллекций, предназначенных для продажи.

Осенью 1966 г. планы советского руководства стали достоянием гласности: западные средства массовой информации опубликовали сенсационную информацию о том, что внешнеторговое объединение «Разноэкспорт» предлагает для продажи женскую и детскую одежду

¹³⁰ Между тем, точно такие же аргументы выдвигались инициаторами заключения контракта с итальянской фирмой «Фиат», но в отношении не швейного, а не менее запущенного советского автомобильного производства. Как известно, проект с фирмой «Фиат» оказался успешным, и с конца 1970 г. на построенном в Тольятти заводе началось производство «Жигулей» — первого советского массового автомобиля. Сопоставление этих событий говорит о том, что кооперацию с ведущими западными фирмами в отношении таких важных предметов потребления, как одежда и автомобили, можно оценить как звенья единого плана и следствие новой политики советского руководства. См.: *Gronow J., Zhuravlev S. Soviet Luxuries from Champagne to Private Cars // Pleasures in Socialism: Leisure and Luxury in the Eastern Bloc / S.E. Reid, D. Crowley, eds. Evanston, Ill.: Northwestern University Press, 2010. P. 120—146.*

из советских тканей. Более того, уже началась ее демонстрация для потенциальных покупателей. «Десять лет назад мода в СССР только устанавливалась. Сейчас она достаточно мощна, чтобы выйти на международный рынок. Традиционные русские рисунки выглядят прекрасно и могут появиться на модной сцене в следующем сезоне», — писала шведская «Свенска Дагбладет». Норвежская «Автенпостен» сообщила: «Русская мода вчера демонстрировалась в отеле “Бристоль”. Особенно блестящим был показ моды, проведенный силами четырех русских манекенщиц. Это событие вызвало большой интерес среди публики, деловых кругов и специалистов»¹³¹. В мае 1967 г. «Нью-Йорк Таймс» тоже сообщила о состоявшемся в Лондоне показе платьев, созданных модельерами из Домов моделей Москвы, Риги и Минска и в перспективе предназначенных для реализации на Западе.

Весной 1967 г. «Разноэкспорт» оказался завален запросами инофирм с предложениями о сотрудничестве и о возможности выхода со своей продукцией на советский потребительский рынок. В августе 1967 г. в Москве прошел Всемирный конгресс мод, частью которого стала международная выставка «Одежда-67». Предполагалось, что она даст дополнительный импульс для кооперации с Западом в области моды и моделирования одежды. В ходе выставки и сразу после ее окончания инофирмам были проданы для реализации пробные партии отечественных товаров, в том числе женские и детские платья из малосминаемых хлопчатобумажных тканей и льна с лавсаном, строчевышитые изделия. Впервые в отечественной истории советское правительство разрешило американской фирме «Селани Файбера Маркетинг К^о» купить коллекцию модной одежды, разработанную ведущими модельерами Общесоюзного Дома моделей одежды В. Зайцевым, И. Крутиковой и Е. Телегиной.

Эта же фирма, проявив особый интерес к моделям В. Зайцева, попросила руководство ОДМО организовать специальный просмотр моделей Кузнецкого моста для жен сотрудников Посольства США в Москве. Этот необычный закрытый просмотр прошел успешно, что способствовало популяризации советской моды и творчества молодых талантливых модельеров за рубежом.

Поскольку проект набирал обороты, в том же 1967 г. было решено создать в «Разноэкспорте» специальную фирму по торговле советской модной одеждой за границей. По словам бывшего руководящего сотрудника Минвнешторга СССР Е. Смирнова, учитывая популярность В. Зайцева за рубежом, строились планы привлечь его в качестве модельера-эксперта для работы в организуемой фирме. Однако кадровая служба Минлегпрома СССР, в подчинении которого находился ОДМО

¹³¹ Цит. по: Смирнов Е. Русский «от кутюр». URL: www.gazeta.nv.ru/archive/archive/?id=592

(основное место работы В. Зайцева), дала отрицательное заключение и конфиденциально сообщила, что он считается «невъездным»¹³².

Через некоторое время пик эйфории от сотрудничества с Западом миновал, и идея экспорта советской одежды, у которой с самого начала в Кремле имелось немало противников, был дан обратный ход.

Наш рассказ не будет полным, если не упомянуть, что первые «пробные» контракты показали неспособность советской стороны обеспечить их точное и безусловное выполнение, а оплата неустоек обходилась стране «в копейку». Кроме того, в ближайшей перспективе поставки партий наиболее модной и качественной одежды за рубеж действительно усиливали и без того острый дефицит платья на внутреннем рынке. В итоге вместо сотрудничества с капиталистическим Западом с начала 1970-х годов упор был сделан на углубление кооперации со странами-членами СЭВ в области моделирования и изготовления одежды.

Мода: за и против

С 1960-х годов основной принцип идеологии советской моды звучал так: «одеваться модно, скромно, но красиво и со вкусом». Несмотря на то, что советские идеологи моды заняли более или менее единую эстетическую позицию по отношению к моде и внешнему облику человека, легитимировав моду на практике, в теории она, тем не менее, оставалась аномалией для социалистической плановой экономики. Модельеры, искусствоведы, конструкторы одежды были в целом положительно настроены к феномену моды, к ее новизне и изменениям, тем не менее, даже они часто испытывали неуверенность, рассуждая о дальнейшей судьбе моды при социализме, а тем более при коммунизме. Будет ли она нужна?

Как видим, в конце 1960-х — начале 1970-х годов ведущие советские модные и специализированные искусствоведческие журналы публиковали статьи, посвященные серьезным размышлениям о природе моды. Знаковым событием стал выход в 1973 г. сборника статей о моде под интригующим названием «Мода: за и против». Редактором сборника был упоминавшийся выше философ Валентин Толстых.

Появление данного сборника отразило острейшие научные и общественные дискуссии тех лет о феномене моды. Сборник продемонстрировал отсутствие единства по этому вопросу среди специалистов. Аргументы «за» перевешивали, а доводы «против» воспринимаются сейчас как явные рудименты сталинизма.

¹³² Там же.

В предисловии к сборнику Толстых заявил, что ставит целью понять, должна ли мода просто одевать человека или же ее призвание — сделать его красивым; должна ли она помочь человеку стать привлекательным для самого себя или же выделиться среди других¹³³. В сборнике поместили свои статьи многие известные и начинающие специалисты в этой области, представлявшие разные области гуманитарных наук. По своему уровню он мог бы стать теоретической основой для разработки идеологической концепции советской моды, но так и не стал. Более того, сборник наглядно показал, что в экспертном сообществе нет единства по главным вопросам — в отношении понимания природы, социальной, культурной и экономической функций моды, ее места при социализме и коммунизме.

Выход данного сборника продемонстрировал и другое. Отсутствие в нем «идеологического стержня» говорит о том, что редактору заранее не давалось никаких «установок сверху». Вместо ожидаемого строгого контроля за изложением этой, несомненно, важной идеологической проблемы, сборник отличался многообразием подходов, трактовок и интерпретаций (конечно, в рамках марксистской парадигмы), а также довольно свободным выражением авторами своего мнения.

Аргументы «за» моду, однако, явно преобладали. Большинство авторов принимали моду всерьез и признавали необходимость разработки проблемы роли моды в социалистическом обществе, однако были и скептики, и приверженцы идеологической позиции, распространенной в начале сталинской эпохи. Так, известный философ и искусствовед К.М. Кантор задавался вопросом, имеет ли каждый человек достаточно времени для увлечения модой и серьезного отношения к ней, и его ответ был категоричен: «в жизни есть много вещей гораздо более важных», чем мода¹³⁴.

Во введении к сборнику В.И. Толстых написал, что мода — очень простой феномен, хотя и не возникающий по простым причинам. Она опирается на социологические и социально-психологические основания, которые заслуживают серьезного научного анализа¹³⁵. Толстых также возлагал большие надежды на новые знания в области кибернетики и теории систем, благодаря которым, как он надеялся, удастся провести всестороннее изучение феномена моды.

Для авторов статей оказалось легче определить, какой «советская мода» быть не должна (то есть, охарактеризовать ее отличие от буржу-

¹³³ Толстых В.И. Мода как социальный феномен // Мода: за и против: [сб. ст. / ред.-сост. В.И. Толстых]. М., 1973. С. 31—32.

¹³⁴ Кантор К.М. Мода как стиль жизни // Там же. 1973. С. 141. Карл Кантор был в то время заместителем главного редактора часто упоминавшегося в нашем повествовании журнала «Декоративное искусство СССР». Среди его известных работ тех лет близкой тематики, например, книга «Красота и польза: социал. вопросы матер.-худож. культуры» (М.: Искусство, 1967).

¹³⁵ Мода: за и против. М., 1973. С. 12.

азной моды), чем дать собственное понимание моды при социализме и коммунизме. Однако даже представления авторов о природе буржуазной моды не обязательно совпадали. Например, в то время, как было принято обвинять буржуазную моду в ее экстравагантности и элитарности (что она служит лишь правящим классам), известный искусствовед Р.В. Захаржевская увидела главную проблему в массовом характере западной моды¹³⁶. По ее мнению, в обществе массового потребления мода была ориентирована на удовлетворение стандартного среднего вкуса, а не на вершины эстетических достижений человечества; направлена на создание посредственных массовых эстетических ценностей, которые, благодаря массивированному воздействию средств рекламы и маркетинга на потребителя, выдавались, тем не менее, за лучшие образцы. Захаржевская обвинила буржуазную моду в античеловечности: «Индустрия моды при помощи новейших методов рекламы и пропаганды, вдохновленная конкуренцией и законами прибыли, истощает человеческую природу каждый год, каждый месяц, каждый час и каждую минуту»¹³⁷. Было бы гораздо полезнее использовать ресурсы, потраченные на моду, на производство настоящих благ для общества и его членов.

Социалистическая мода, по мнению Захаржевской, напротив, должна быть глубоко гуманистической. При социализме развитием моды руководит государство в лице его культурных институтов, направление моды задается в соответствии с высокими идеалами красоты и вкуса. Таким образом, задачей социалистического государства является забота о как можно лучшем регулировании моды. К такому же выводу пришли философ и психолог Е.Я. Басин и В.М. Красин, в своей статье они подчеркнули, что в моде «решающим является использование... подлинных культурных ценностей», а не их суррогатов¹³⁸.

Несмотря на различия в оценках социально-культурной роли моды, советские идеологи моды оказались едины во мнении, что в то время, как буржуазная мода служит наживе и характеризуется экстравагантностью и элитарностью, советская мода более демократична, свободна от наживы и служит подлинным идеалам красоты. Искусство моделирования одежды, как и любая форма искусства, рассматривалось в СССР как вклад в общий культурный рост и прогресс человечества.

Таким образом, идея прогресса, рассматривавшаяся преимущественно в характеристиках технического и экономического развития, стала мыслиться в эстетических категориях. Мода считалась легитимной, если она способствовала общему благоустройству общества и его постепенному приближению к идеалам красоты. Что это конкретно

¹³⁶ Захаржевская Р.В. Мода и гуманизм // Мода: за и против. М., 1973. С. 102.

¹³⁷ Там же. С. 97—98.

¹³⁸ Басин Е.Я., Красин В.М. Гордиев узел моды // Мода: за и против. М., 1973. С. 66—67.

означало в условиях социализма и грядущего коммунизма? Скорее всего, авторы статей сборника «Мода: за и против» и сами не совсем ясно понимали. Однако было очевидно, что научно-технический прогресс понять и оценить намного проще, чем прогресс в представлениях о прекрасном и в моде.

Конечно, легитимация моды в СССР на рубеже 1950—1960-х годов не означала автоматический отказ от критики негативных сторон западной моды, в частности, ее коммерциализации. В работах советских авторов 1960—1980-х годов подчеркивалось, что, признавая моду, социализм меняет природу этого явления. В СССР мода должна служить человеку, помогая ему одеваться красиво и комфортно. На Западе смена мод — прихоть, а «быстрая смена мод без учета развития производительных сил приводит в конечном счете к неоправданным затратам общественного труда». Таким образом, советская мода должна смирить свой необузданный нрав, научиться меняться не столь часто и подчиниться законам целесообразности.

Критикуя современные «выверты» западной моды и массовой культуры, отказываясь признать разительные перемены, связанные с характером современного постиндустриального капитализма и западного общества (в частности, последствия потребительской революции), советская пропаганда даже накануне распада СССР догматически продолжала использовать казавшийся непререкаемым со школьной скамьи авторитет «классиков» мировой культуры, чтобы привить гражданам высокие стандарты и убедить в разумном и умеренном отношении к моде и одежде.

Характерный пример таких попыток — подготовленный накануне распада СССР, но выпущенный массовым тиражом лишь в 1992 г. сборник отрывков из произведений всемирно известных авторов (И.А. Гончаров, Н.А. Некрасов, Л.С. Бакст, Эдгар По, Оноре де Бальзак, Анатоль Франс, Морис Метерлинк, Оскар Уайльд и др.) под претенциозным заглавием «“Великая тайна одеваться к лицу”: искусство сочетать свой облик и стиль с костюмом, украшениями, обстановкой». Критикуя показной, украшательский характер буржуазной моды («Мода любит сумасбродства и не любит естества» — «Фауст» Иоганн Вольфганг Гете; «Мода-лицемер, служащий одним в ущерб другим» — Альфонс Жан Карр), составитель этого сборника, вслед за И.И. Панаевым, в середине XIX в. учившим читателей в разделе мод журнала «Современник» хорошему вкусу, более века спустя убеждал советских граждан в том, что ничто не может быть губительнее для женского туалета, как буквальное следование модам. По мнению составителя сборника, одним из главных итогов развития мировой гуманистической мысли и русской культуры стала идея гармонии, единства внутреннего и внешнего начал (при приоритете духовного), столь емко выраженная чеховским персонажем доктором Астровым:

«В человеке все должно быть прекрасно, и лицо, и одежда, и душа, и мысли»¹³⁹. Советским людям предлагалось следовать именно этому проверенному временем высокому эстетическому идеалу.

В 1969 г. «Экономическая газета» сообщала своим читателям, что «при социализме нет социальных причин для извращения и частой смены мод. Путем исследований доказано, что в нашей стране, как и в других социалистических государствах, до 30% всех фасонов одежды и обуви имеют устойчивый спрос от 3 до 5 лет, а доля их в общем выпуске составляет 60—70%»¹⁴⁰. В дальнейшем такое соотношение было признано оптимальным, поскольку под 3—5-летний модный цикл более-менее могла подстроиться советская плановая система.

Лишь в 1970-е годы, когда игнорировать растущее влияние моды на советскую экономику, идеологию и повседневную жизнь людей стало попросту невозможно, к изучению этого феномена были подключены ученые. С целью изучения модных пристрастий и потребительских предпочтений советских людей, в особенности «падкой на моду» молодежи, были проведены и первые в СССР социологические исследования, ставшие настоящим прорывом в данной области¹⁴¹.

В январе 1979 г. в Московском текстильном институте прошло Всесоюзное научное совещание «Мода и промышленное моделирование одежды»¹⁴². Перед учеными и практиками было поставлено два ключевых вопроса: во-первых, как научиться формировать *разумные потребности* советских граждан в области потребления; во-вторых, можно ли научиться управлять модой в рамках социалистической экономики. С основным докладом «Социальные аспекты моды» выступил известный социолог И.В. Бестужев-Лада. Он обозначил задачу ученых в виде последовательной цепочки действий: сначала с учетом конкретно-исторического контекста глубже понять современное состояние и тенденции моды, затем изучить механизмы смены мод и на этой основе «дать рекомендации для планового управления модой»¹⁴³. В том, что это возможно, по крайней мере, на словах, у участников конференции не было сомнений. Однако, по мнению Бестужева-Лады, «укрошение моды» при социализме требует особенно тонкого подхода, поскольку «лобовое» сопротивление новой моде, как показывает опыт, не только безуспешно, но лишь усиливает позиции моды.

¹³⁹ «Великая тайна одеваться к лицу»: искусство сочетать свой облик и стиль с костюмом, украшениями, обстановкой / сост. Т.Б. Забозлаева. СПб.: Лениздат, 1992. С. 5.

¹⁴⁰ Экономическая газета. 1969. № 41. С. 3.

¹⁴¹ См.: Фролова Н.Т. А в моде ли суть? // Мода: за и против. М., 1973. С. 204—221; Грушин Б.А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения: очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина: в 4 кн. М.: Прогресс-Традиция, 2001. Жизнь 1-я: Эпоха Хрущева

¹⁴² Мода и промышленное моделирование одежды: тез. докл. на всесоюз. науч. конф., 16—18 янв. 1979 г. М.: Моск. текстильный ин-т, 1979.

¹⁴³ Там же. С. 3.

Сравнивая СССР с Западом, Бестужев-Лада подчеркнул: в последнюю треть XX в. очевидна «чрезвычайная важность традиции смены мод для нормального функционирования современной капиталистической экономики». При капитализме частая смена мод действительно очень выгодна, так как мода заставляет потребителя быстро менять гардероб и тем самым уберегает экономику от постоянных кризисов перепроизводства (они неминуемы, если носить одежду 5—10 лет до истечения срока носкости, исходя из идеи рациональности). Таким образом, в условиях современного капитализма — общества массового потребления — мода не просто культурно-эстетический феномен, объективно она стала мощным экономическим и политическим рычагом, важным инструментом стабилизации экономики.

В отличие от Запада, отмечал Бестужев-Лада, «социалистическая экономика не нуждается в ежесезонных “инъекциях” смены мод для своего нормального функционирования». Однако невольно она становится объектом этих инъекций. Более того, в условиях обостряющегося противоречия между стремительно растущим платежеспособным спросом населения страны и невозможностью в короткий срок достичь количественных, а, главное, качественных показателей ряда западных фирм, производящих одежду, частая смена мод оказывается в СССР, полагал Бестужев-Лада, особенно невыгодной экономически¹⁴⁴. То есть, в современном капиталистическом обществе мода объективно работает на предотвращение кризисов перепроизводства, а в условиях социализма все происходит наоборот: частая смена моды подрывает плановые, рациональные основы экономики и провоцирует кризисные явления.

Что же делать? Поскольку отгородиться от тенденций мировой моды невозможно, а по пути запрещения моды, предлагаемому маоистами, СССР не пойдет, нужно учиться управлять модой. Встает вопрос: кто и как «управляет» интернациональной модой? По мнению Бестужева-Лады, в хаосе конкуренции Запада «складывается сложная система общемировых, региональных и локальных центров, диктующих сроки и формы смены мод». Делается это с помощью известных инструментов воздействия на общественное мнение и потребителя: реклама, система СМИ, Дома моделей, кино и театральное искусство, создание кумиров из звезд, спортсменов и др. «Этой системе нужно либо подчиняться... либо противопоставить ей систему такой же эффективности (что в принципе вполне возможно)», — отмечал Бестужев-Лада¹⁴⁵.

То есть, «укротить» моду и «управлять ею» можно, лишь перехватив инициативу у Парижа, Рима и Нью-Йорка и самим став законодателями интернациональной моды. Однако в конце 1970-х годов мир изменился настолько, что стало уже недостаточно, как прежде, иметь армию

¹⁴⁴ Там же. С. 4.

¹⁴⁵ Там же.

прекрасно образованных модельеров, генерирующих новые идеи, или самых красивых в мире манекенщиц. По мере разрушения «железного занавеса», особенно в 1970—1980-е годы, СССР, хотел он этого или нет, стал частью мировой системы потребления. Из прикладного искусства мода превратилась в один из самых выгодных и хорошо продаваемых товаров. Советский Союз все больше зависел от тенденций мировой моды, точно так же, как и от колебаний мировых цен на нефть (предмет советского экспорта) или, скажем, на зерно (предмет импорта).

С модой ситуация оказалась много сложнее, чем с нефтью и зерном. С одной стороны, мода была «абстрактным», а с другой, «социально важным» и «видимым» товаром, недостатки которого при всем желании невозможно было скрыть. Мода манипулировала целыми отраслями экономики, связанными с обеспечением жизнедеятельности людей. Кроме того, мода тот продукт, который в условиях складывающегося постиндустриального общества мало просто создать, не менее важно суметь его «продвинуть» — преподнести, распространить, продать. Речь идет о маркетинге и рекламе, — области, в которой СССР, скажем прямо, никогда не был сильным игроком.

По мнению Бестужева-Лады, опыт 1950—1970-х годов демонстрировал безуспешность «любых попыток остановить гигантское колесо смены мод, что называется, голыми руками». Во многих странах мира «военные кампании» против моды, включая и нашу «собственную смехотворную “войну” с дамскими брюками, с чрезмерно узкими (или напротив, чрезмерно широкими) мужскими брюками», завершились триумфом «противника»¹⁴⁶. Между тем мода не всемогуща. Когда она сталкивается с антимодой, то в борьбе рождается нечто более стабильное (например, джинсы). Из этого следовал вывод: нужно изучать закономерности такой борьбы, противоречия внутри самой моды и обращать все это в свою пользу.

Отставая в области маркетинга и рекламы, а также по качеству модных товаров от многих стран Запада, СССР, как полагал Бестужев-Лада, имел преимущества в культурно-образовательном уровне граждан. Ведь общеизвестно: «чем выше культура человека, тем меньше для него опасность стать жертвой моды, тем устойчивее и индивидуальнее его вкусы, тем вульгарнее в его глазах слепое, механическое следование моде»¹⁴⁷. Таким образом, по мнению ученого, другой (параллельный) путь решения проблемы моды (особенно если она сомнительна с точки зрения эстетики) лежит не в запретах или иных формах борьбы, а в повышении культурного уровня населения.

Исходя из сказанного выше, Бестужев-Лада предлагал целую программу мер. Во-первых, создание в рамках СЭВ мощной системы не

¹⁴⁶ Там же.

¹⁴⁷ Там же.

только моделирующих и производственных, но и организационно-пропагандистских центров, выходящих на мировой рынок и в перспективе диктующих моду всему миру: Дома моделей, системы каналов внедрения новой моды, системы обеспечения периодической переналадки соответствующих предприятий; по некоторым позициям можно было бы развивать взаимовыгодные связи с существующими структурами Запада, а в других отношениях «решительно противостоять им, конкурировать с ними»¹⁴⁸.

Второй путь заключался в постоянном повышении культурного уровня граждан СССР, что рассматривалось как своеобразная «прививка» от влияния низкосортных образцов западной моды.

Третий путь предполагал использование пропагандистской машиной государства престижных функций моды среди массового потребителя — как внутри страны, так и за рубежом. При умелом использовании законов человеческой психологии, полагал Бестужев-Лада, «существуют десятки реальных возможностей конструирования контрмоды...». При определенных обстоятельствах даже такой антипод моды, как униформа, может оказаться модной. На Западе контрмода возникает стихийно, при социализме ее конструирование можно «организовать планомерно и целенаправленно»¹⁴⁹.

Четвертый путь был связан с утилизацией социокультурных функций моды. Ныне на Западе, отмечал ученый в 1979 г., «стадная мода» (когда существует явное преобладание одного модного стиля и все стремятся подражать кумирам моды) сменяется более сложными процессами «индивидуального самовыражения» (когда нет явного преобладания какого-либо одного направления, а модными становятся сразу десятки различных стилей). По мнению Бестужева-Лады, СССР мог бы выиграть, встав во главе развития этой прогрессивной тенденции, и выиграл бы еще более, реализовав ее у себя. «Здесь открывается необычайно широкая возможность пропаганды перехода от “стадной моды” к “индивидуальному стилю”, отличающему человека высокой культуры от низкой», — убеждал он¹⁵⁰. (Заметим, такой пропаганде требовалось серьезное материальное подкрепление: качественный рывок в производстве одежды и создание для советских граждан реальной возможности широкого выбора в магазинах красивых и разнообразных вещей.)

С высоты сегодняшнего дня часть предложений Бестужева-Лады 1979 г. кажутся почти фантастическими, другие наблюдения — вполне разумными и реальными. К сожалению, эти идеи так и не были реализованы. СССР не стал законодателем мировой моды, потребительские

¹⁴⁸ Там же. С. 5.

¹⁴⁹ Там же.

¹⁵⁰ Там же.

тенденции толком не изучались, а нарастающее противоречие между высоким спросом и ограниченным предложением модных и качественных товаров явилось одной из причин массового недовольства граждан в условиях кризиса советской экономической и политической системы.

Показательно и другое. В 1980-е годы на Западе уже не наблюдалось ажиотажного спроса на модные товары, шли процессы индивидуализации вкуса, а при относительной доступности для среднего класса даже достаточно дорогих вещей соображения престижности постепенно отходили на второй план. В СССР в те годы действовали противоположные тенденции — в условиях дефицита «статусность» вещи оказывалась едва ли не важнее ее потребительских характеристик. Среди значительных слоев населения ощущалось безраздельное господство «стадной моды», по замечанию Бестужева-Лады, признак низкой культуры, помноженное на дефицит потребительских товаров.

Динамика советского модного дискурса: от единодушия к разномыслию

Смене официального курса в отношении моды предшествовала инициированная властью широкая общественная дискуссия о роли моды и культуры одежды в СССР в средствах массовой информации. В дискуссию оказались вовлечены как специалисты — модельеры, искусствоведы, деятели культуры, журналисты, так и рядовые читатели, присылавшие свои письма и отклики на публикации. Дискуссия вылилась в обсуждение широкого спектра проблем социалистической этики и морали, но, главным образом, — культуры поведения, представлений о моде и красоте. Пик дискуссии пришелся на рубеж 1950—1960-х годов. Внимательное изучение источников приводит к нескольким важнейшим для данной темы выводам.

Прежде всего, среди специалистов, которым отводилась роль «затравщиков» дискуссии и комментаторов писем с мест, не было полного единства. Кроме того, характер откликов, хлынувших в редакции, не оставлял сомнений в том, что население в массе своей не боялось открыто высказывать свою точку зрения. В конце 1950-х годов граждане оказались довольно консервативными в своем отношении к моде и одежде, рассматривая этот вопрос как часть культуры поведения в целом. Во многих случаях, особенно в начале дискуссии, складывалась необычная ситуация: специалисты и журналисты, находясь на стороне власти, убеждали граждан отказаться от стереотипов. Потребовалось несколько лет усиленной разъяснительной работы, прежде чем в ходе дискуссии обозначились позитивные перемены в общественном мнении.

Наряду с развернувшейся дискуссией о моде и культуре одежды, еще одной знаменательной тенденцией 1960—1970-х годов стала целенаправленная организация модных показов для населения в крупнейших магазинах и в молодежной аудитории, в частности, в только что открытых молодежных кафе. Цели были ясны: во-первых, приближение моделирования одежды к потребителю в рамках идеи демократизации моды; во-вторых, своеобразный творческий отчет модельеров перед покупательской аудиторией; в-третьих, пропаганда новых фасонов и материалов (к примеру, синтетических тканей); в-четвертых, воспитание хорошего вкуса.

Внимательное изучение сотен оказавшихся в нашем распоряжении статей о советской моде и культуре одежды, опубликованных в советской массовой общественно-политической и специализированной прессе с конца 1950-х до начала 1980-х годов, позволяет прийти и к другим важным выводам, многие из которых выходят за рамки проблематики данной книги. В частности, тексты показывают отсутствие единой идеологической позиции по многим вопросам моды и культуры одежды в представлениях общества, только что вышедшего из сталинского, «тоталитарного» периода. Более того, источники демонстрируют завидное разнообразие точек зрения, наличие различных, порою противоречивых позиций, столкновение которых порождало острую полемику в прессе. Все это позволяет охарактеризовать советское общество тех лет как сложный и противоречивый социальный организм.

В то же время источники позволяют судить о присутствии в общественном сознании сходных точек зрения по ряду вопросов культуры одежды, ответы на которые воспринимались гражданами как само собой разумеющиеся и потому не ставились под сомнение.

Открытым остается вопрос о том, в какой степени дискуссии о моде в прессе инициировались и регулировались центральной властью, а в какой мере эти публикации носили спонтанный, характер. Важно понять, в какой степени выбор тем и сюжетов для публикации зависел от случая или от субъективного мнения редактора того или иного издания, а также в какой мере авторы статей выражали свое собственное мнение, а не позицию печатного органа, который они представляли. Более того, если это была партийная или комсомольская газета, то можно задуматься над тем, не раскрывал ли журналист преимущественно позицию партийного руководства, а не свою личную.

Не претендуя на окончательные и бесспорные ответы на поставленные вопросы, по совокупности имеющихся в нашем распоряжении источников, мы рискуем утверждать, что истина лежит посередине. С одной стороны, в вопросах моды и культуры одежды были очевидные ограничения. Например, никто публично не выступал с

принципиальной критикой плановой экономики, не предлагал приватизировать советские институты моды или отдать моду на откуп частнику. Подобные вопросы в СССР в открытой прессе не могли обсуждаться вплоть до середины 1980-х годов. Существование таких «запретных» тем, впрочем, всем хорошо известных по умолчанию, влекло за собой широкое распространение механизмов самоцензуры.

Государственная цензура в Советском Союзе тоже существовала, но в основном она регулировала наиболее чувствительные вопросы, связанные с недопущением использования и пропаганды националистических и религиозных символов. Что же касается обсуждения эстетических проблем как таковых, в том числе вопросов моды и культуры одежды, то здесь вмешательство официальной цензуры было минимальным.

Тем не менее, смещение секцентов в идеологической доктрине после смерти Сталина, наличие ограничений общего характера и др. оставляло простор для субъективного восприятия, для различных толкований и альтернативных точек зрения. Других четких ориентиров в мире моды, кроме принципов и приоритетов, изложенных в партийных и государственных документах, звучавших в речах руководителей страны, у советских модельеров и их клиентов не было. Рядовые граждане исходили из традиционных, патриархальных в своей основе этических и эстетических представлений, находивших отражение в устойчивых социально-культурных практиках, которые были распространены в советском обществе и регулировали нормы поведения и требования к внешнему виду человека.

Неудивительно, что эти правила и стандарты оказались весьма «подвижными» в советском обществе, переживавшем в XX в. исключительно быстрые социальные, экономические и культурные перемены — традиционное общество трансформировалось в общество индустриального типа. Не стоит забывать и о том, что в течение жизни всего лишь одного поколения население страны, преимущественно крестьянской, с невысоким уровнем грамотности, стало городским, повысился его образовательный уровень. Важно также иметь в виду, что эти тектонические перемены происходили по-разному в различных регионах огромной страны, действуя с разной силой в разные по длительности временные сроки, последствия перемен по-разному ощущались различными группами населения (взаимодействие поколенческого, гендерного, социально-профессионального, этнического и иных факторов).

Другой закономерный вопрос: можно ли выявить различия точек зрения и аргументов, присутствовавших в региональной прессе по сравнению с центральной печатью. Скажем, «отставала» ли глубинка от столиц в оценке меняющихся эстетических и этических представлений о красоте, вкусе и правилах хорошего тона в поведении и одежде? Была ли она в принципе более консервативной (по советским

стандартам)? Используя данные, оказавшиеся в нашем распоряжении, мы склонны ответить на данный вопрос, скорее, отрицательно. Никакого заметного «отставания» провинции не было. Однако вопрос о циркуляции модных идей по линии «центр-регионы» заслуживает отдельного изучения.

Как мы знаем, модные тенденции активно пропагандировались центральными московскими организациями данного профиля, особенно — ОДМО и ВИАЛегпромом, которые с конца 1940-х годов регулярно проводили общесоюзные совещания специалистов отрасли, рассылали на места методические инструкции, рекомендации, информационные материалы по вопросам модных тенденций. Постепенно и довольно эффективно с помощью профессионального сообщества (модельеры, конструкторы одежды, искусствоведы, литераторы, пишущие на эти темы журналисты) шло формирование единого информационного пространства.

Мы также знаем, что инструкции из Москвы носили, как правило, рекомендательный характер. У местных модельеров и пропагандистов моды не было обязательств строго им следовать. Многие новости и статьи о моде первоначально публиковались в центральной печати, а затем тиражировались местной прессой. Вместе с тем, на страницах местной печати постоянно появлялись интервью со специалистами местных домов моделей и швейных фабрик.

Еще большее различие, чем между местной и центральной прессой, существовало между профессиональными и общественно-политическими изданиями. Газетные статьи в массовой прессе были краткими по содержанию и насыщенными информационным позитивом, в них находим много стереотипных формулировок. Профессиональная пресса в целом более аналитична, открыта для взыскательного обсуждения острых проблем с привлечением экспертов и с отражением различных точек зрения.

Сам себе швея и модельер

Выше уже отмечалось более длительное распространение практики самостоятельного пошива и ремонта одежды населением в СССР по сравнению с Западом во второй половине XX в. Если в первой половине века самопошив был довольно широко распространен не только в России, а затем в СССР, но и в других странах Европы и в США, то с 1960-х годов в результате потребительской революции широкая доступность разнообразной дешевой одежды на Западе привела здесь к довольно быстрому вытеснению самопошива. Иная ситуация сложилась в СССР, где в 1960—1980-е годы сохранялся дефицит качественной и модной одежды, что в известной степени способствовало консервации самопошива как одной из важных потребительских практик.

В 1959 г. в Москве прошла американская промышленная выставка, на которой в числе прочих экспонатов были представлены зарисовки моделей женской одежды для самопошива популярного в США «Обозрения мод журнала МакКолл». В соответствующем рекламном проспекте¹, который распространялся среди посетителей выставки, говорилось, что в США самопошив популярен настолько, что две трети взрослых американок обшивают сами себя и свои семьи: в целях экономии, как хобби или чтобы иметь привлекательный и разнообразный модный гардероб. «Каждое пятое платье, которое носят американки, сшито на дому, — заверял рекламный проспект 1959 г. — Шитье на дому — одно из излюбленных занятий американок. Маленькие девочки учатся шить, делая платья для кукол; позже они обучаются шитью в школе и совершенствуются в нем в колледже, если берут курс, который называется “Домашнее хозяйство”».

Интерес американок к самопошиву стимулировал развитие в США прибыльного бизнеса по изготовлению и продаже выкроек. Согласно данным, приведенным в упомянутом рекламном проспекте, пять круп-

¹ Благодарим канд. ист. наук М.С. Зинич за предоставление этого уникального источника.

нейших американских фирм ежемесячно изготавливали для последующего тиражирования около 4 тыс. разных выкроек. «Известнейшие модные фирмы мира разрабатывают специальные фасоны для ведущих американских компаний по изготовлению выкроек, давая возможность шьющим на дому женщинам создавать очень недорогие платья по самой последней моде», — сообщалось в рекламном проспекте. Судя по его информации, к 1959 г. на издании зарисовок и выкроек одежды специализировались девять крупных американских фирм, общий объем продаж которых внутри и за пределами США составлял 110 млн. выкроек в год.

Вряд ли стоит объяснять причины, по которым опыт США был крайне актуален для СССР рубежа 1950—1960-х годов. Хотя публикация выкроек для домохозяек берет начало еще в дореволюционной России, вплоть до 1950-х годов этот вид деятельности не получал в СССР по-настоящему массового распространения. Правда, в течение всех советских лет навыки самопошива поддерживались и поощрялись государством, причем самыми разными способами: через производство и продажу населению швейных машинок, через пропаганду самопошива в средствах массовой информации; путем введения обязательных школьных уроков домоводства и организацию разветвленной сети доступных населению государственных курсов кройки и шитья и др.

Достаточно внимательно взглянуть на списки публикаций и тиражи изданий, чтобы обратить внимание на то, что в СССР решительный поворот к удовлетворению потребностей населения в полезной информации по данной тематике произошел именно на рубеже 1950—1960-х годов. Трудно сказать, в какой мере в этом «виновата» упомянутая выше американская выставка и западный опыт такого рода в целом, но с 1960-х годов зарисовки и выкройки моделей модной одежды прочно вошли в жизнь советских людей. Они продавались отдельно или в виде буклетов и брошюр, публиковались в специализированных и популярных журналах, а также в разнообразных отрывных и иных календарях и проч. Очевидно, что без специальной «отмашки сверху» такая экспансия издаваемых выкроек была бы невозможной.

Однако в случае с СССР речь идет об одновременной профессионализации навыков ведения домашнего хозяйства в целом. Характерным примером стало издание в марте 1959 г. двухтомной «Краткой энциклопедии домашнего хозяйства» (тираж 500 000 экз.) в самом известном научном издательстве страны «Большая Советская Энциклопедия». Понятно, что для самопошива одежды по профессиональным чертежам и выкройкам требовались определенные знания. У населения же их явно не хватало. Недаром большим спросом стали пользоваться издававшиеся огромными тиражами популярные брошюры по рукоделию. Многие граждане не только шили «с нуля», но и, изучив доступную литературу по вышивке, успешно «совершенствовали» купленную в магазине фабричную одежду. Они и подгоняли ее по фигу-

ре, и с помощью оригинальных дополнений и вышивки превращая ее порою в настоящее произведение искусства.

Помимо обучающей функции разнообразны издания данной тематики выполняли и «культурническую миссию». Они были нацелены на воспитание хорошего вкуса, на просвещение населения относительно общих правил культуры одежды и, соответственно, норм поведения. Показательна в этом отношении вышедшая в 1962 г. тиражом 500 000 экз. книга В. Воеводиной и Р. Дубининой с характерным названием «Одевайтесь со вкусом». По основному содержанию это было типичное пособие по кройке и шитью женского платья с профессиональной информацией по конструированию и технологии изготовления разных частей одежды. Однако книгу предварял обширный раздел «Некоторые сведения о гармонии в одежде», в котором содержалась масса универсальных полезных советов и правил по цветовой гамме и оттенкам, выбору ткани и фасона в зависимости от фигуры и назначения одежды, о том, как с помощью одежды скрадывать недостатки фигуры и проч. «Умение со вкусом одеваться — показатель не только уровня культуры человека, но его привычек, характера и, прежде всего, чувства красоты... Задача этой книги заключается в том, чтобы оказать элементарную и посильную помощь нашим женщинам одеваться красиво и со вкусом», — отмечали авторы в предисловии².

Вместе с тем, они не скрывали, что в обществе идет процесс индивидуализации вкуса, и продающиеся в магазинах готовые изделия не всегда в состоянии удовлетворить запросы покупателей. Тем самым самопошив явно рассматривался и как еще одно из важных средств смягчения проблемы дефицита красивой и разнообразной одежды, производимой в стране.

Особенно актуальным это было, конечно, для низкооплачиваемых слоев населения. «Ведь иногда можно истратить немного денег, а сшить нарядное платье, а порой дорогие по стоимости шелка и бархат будут выглядеть на человеке неуклюже. Отсюда вывод, что не деньги решают красоту одежды, а умение ее сшить, умение проявить такт в моде и чувство прекрасного и рационального», — учили читателя авторы книги «Одевайтесь со вкусом»³.

В отношении самопошива и частного пошива одежды потребности потребителей корреспондировали политике государства в данной области. Широкому распространению практики пошива одежды вне государственного сектора экономики в 1960—1980-е годы способствовало более чем терпимое отношение власти к индивидуальной трудовой деятельности (без найма рабочей силы) частных портных на дому. Фактически го-

² Воеводина В.Д., Дубинина Р.Б. Одевайтесь со вкусом. М.: Моск. рабочий, 1962. С. 3—4.

³ Там же. С. 3.

сударство «закрывало на это глаза», вступая с обществом в своеобразную негласную сделку⁴. И это при том, что частные портные трудились нелегально, не платили налогов, конкурировали с государственными ателье индпошива и в целом подпитывали развитие «черного рынка».

Столь либеральное отношение власти к «частникам» (это относилось не только к портным, но и, например, к нелегальным услугам частных автослесарей) было связано с тем, что в условиях советского рынка они заполняли «потребительские лакуны», которые по разным причинам было не в состоянии закрыть государство. Одной из таких «лакун», с которой не удавалось справиться государству, являлось изготовление модной одежды.

Показательно, что успех деятельности частных портных (сами они, как правило, новые модели не создавали) во многом определялся тем, что они использовали выкройки и зарисовки моделей одежды из советских модных журналов, разработанных профессиональными моделирующими организациями. Разработка и тиражирование выкроек по лучшим моделям одежды, чтобы сделать их максимально доступными населению, стало обязательным условием деятельности Домов моделей и иных моделирующих организаций страны, вне зависимости от их ведомственной принадлежности.

О наличии неудовлетворенного спроса на модные выкройки свидетельствует тот факт, что за один лишь 1945 г., когда эта работа в Московском Доме моделей одежды (будущий ОДМО) только началась, их было продано 117 тыс. штук (!)⁵. С 1950-х годов модные выкройки помещались в качестве бесплатного приложения к модным и «женским» журналам, продавались в Домах моделей, а в более узком ассортименте (в виде отдельных буклетов) были доступны практически в любом газетном киоске на территории СССР. Выкройки, зарисовки и инструкции по пошиву модных вещей являлись также непременной составляющей выпускавшихся миллионными тиражами отрывных календарей. В них, как правило, помещались «хиты сезона». ОДМО даже издавал специализированные брошюры с характерным названием «Я шью сама» (они содержали модели с чертежами кроя). Эти брошюры оказались настолько востребованными, что их тираж за несколько лет пришлось увеличить втрое — с 50 тыс. в 1965 г. до 150 тыс. в 1970 г.

Аналогичную роль стимулирования интереса населения к самопошиву одежды выполняла и другое издание ОДМО — «Новые модели». Профессионализм этих изданий подчеркивался тем, что в 1960—1970-е годы их редактором являлась признанный специалист в

⁴ Подробнее о концепции «малой сделки» при Брежневле см.: *Millar J.R.* "The Little Deal": Brezhnev's Contribution to Acquisitive Socialism // *Slavic Review*. 1985 Winter. Vol. 44, N 4. P. 694—706.

⁵ РГАЭ. Ф. 523. Оп. 1. Д. 7. Л. 11.

области моделирования одежды, главный художественный руководитель ОДМО Л.Ф. Турчановская.

В плане предложения населению модных рисунков и чертежей к ним уже с конца 1950-х годов с Минлегпромом СССР начала конкурировать система индпошива, ателье которого в 1960-е годы вошли в состав республиканских министерств бытового обслуживания населения. В частности, организованная в столичном совнархозе в период хрущевских реформ опытно-техническая швейная лаборатория (будущая ЦОТШЛ) приступила к выпуску сразу нескольких изданий, рассчитанных на возможность самостоятельного копирования моделей одежды для мужчин, женщин и детей. Изначально эти модели предназначались для ателье. Среди них — «Модели с чертежами кроя» (тираж 50 тыс. экз.) и «Платья из разных тканей» (тираж 50 тыс. экз.). ОТШЛ пропагандировала среди населения свои модели и путем распространения дешевых буклетов, тоже рассчитанных прежде всего на самопошив.

Конечно, широкое распространение самопошива и частного пошива одежды объяснялось не только пропагандой и доступностью выкроек. Во-первых, оно было связано с хроническим дефицитом и неудовлетворенностью ассортиментом, предлагаемом в магазинах, а также сравнительно высокой стоимостью красивой и качественной одежды в них. Во-вторых, объяснялось соображениями экономии семейного бюджета в условиях относительной бедности населения. В-третьих, живучестью психологических установок, характерных для традиционного общества (где, например, одежда носилась до износа, а выбрасывать еще годную одежду считалось грехом; она передавалась по наследству с соответствующей переделкой и перелицовкой; покупка магазинной обновы, на которую приходилось копить деньги, воспринималась во многих семьях как важное событие). Неудивительно, что в общественном сознании долгое время господствовало представление о «носкости» и «добротности» одежды как ее приоритетных потребительских характеристиках, умение пошить самостоятельно или «довести до ума» магазинную вещь высоко ценилось в домашнем хозяйстве, считаясь одной из важных женских добродетелей.

Многие рачительные хозяйки по заведенной в семье традиции старались по возможности обшивать свои семьи, экономя тем самым деньги для более важных покупок (например, во многих семьях копили на мебель или автомобиль). Кто-то был «модельером-самоучкой», другие научились шить у родителей (по традиции в деревенских семьях девочек учили рукоделию, и большинство советских граждан, особенно родившихся до войны, имели такие навыки).

Это подтверждают и первые социологические исследования, проведенные в позднем СССР. Около 30% опрошенных в 1980-е годы граждан, женщин и мужчин, ответили, что постоянно шьют или вяжут одежду для себя. С учетом гендерной специфики можно смело

утверждать, что число занимавшихся рукоделием советских женщин явно превышало половину⁶.

Любопытно, что в советских средних школах, по крайней мере, с 1960-х годов обучение теоретическим основам и практическим навыкам кройки и шитья входило в обязательную программу уроков домоводства для девочек. Учили в школе элементарным навыкам владения иглой с ниткой и мальчиков, которым во время службы в армии полагалось самостоятельно подгонять форму, пришивать погоны, эмблемы, подворотнички и проч.

Некоторые самодеятельные модницы неожиданно находили в этом хобби свое творческое призвание и дополнительный (а кто-то впоследствии — и основной) источник дохода, обшивая затем за разумные деньги приятелей, коллег по работе, соседей по дому и др. Не секрет, что и профессионалы из государственных ателье индпошива в свободное от основной работы время с удовольствием брали частные заказы. Поскольку шить одежду частным образом было выгоднее и клиенту и мастеру, в СССР сложился значительный по размеру неофициальный рынок такого рода услуг.

В 1970—1980-е годы, когда пришла мода на трикотаж, увлечением советских женщин стало вязание модных и практичных вещей спицами и крючком. Вязали ручную для членов семьи, для друзей. Вязали все, вплоть до пальто и сумочек. Вязали везде — дома перед телевизором, в общественном транспорте, на работе и на лекции в университете. Хорошие швейные машинки, как и хорошие ткани, стоили недешево. Модный трикотаж многим казался более выгодной заменой пошитому платью. Тем более, что если вещь надоела или вышла из моды, трикотажное изделие распускали, и нити пускали в дело вновь. То, что многие женщины использовали рабочее время для вязания домашних вещей, стало предметом едких, но метких карикатур.

Несмотря на то, что распространение самопошива в СССР в известной мере подрывало планово-экономические основы социалистического производства, а также служило питательной средой для расширения не контролируемой государством сферы услуг и потребления, власти в значительной мере поощряли самопошив и индпошив. Ведь по модным выкройкам советская мода могла напрямую и сравнительно быстро, без посредников в виде промышленности и торговли, войти в дома советских людей, вне зависимости от близости их проживания к столичным городам и наличия в данной местности модных учреждений или ателье индпошива.

Тем самым, недостаточная развитость государственной системы потребления (особенно ателье и магазинов в сельской местности),

⁶ Топалов М.Н. Социальные аспекты моды: мода и цивилизация. М.: ИСАН, 1991. С. 42.

ограниченность модного ассортимента в торговле и явно более оперативное, чем неповоротливое массовое фабричное производство, тиражирование эскизов и выкроек, — все это стимулировало развитие «негосударственной» сферы изготовления модной одежды.

Наряду с профессиональными выкройками в модных журналах, другим важным источником, из которого рядовые советские граждане черпали представления о мире моды, было кино — как отечественное, так и зарубежное. Советское послевоенное киноискусство не только внесло весомый вклад в пропаганду и распространение модных тенденций, но и — что не менее важно — способствовало постепенной «легитимации» моды в общественном сознании как «позитивной нормы».

Дело в том, что все больше расширявший свою реальную сферу «мир моды» даже в 1950-е годы воспринимался многими как иностранная экзотика или почти что «запретный плод». Между тем данная тема стала одним из излюбленных сюжетов советского игрового кино⁷. Показательно, что в картине «Девушка без адреса» (1957 г.) приехавшая в Москву из провинции главная героиня среди других занятий пробует себя и в роли манекенщицы. Судя по содержанию фильма, отразившего особенности психологии того времени, эта профессия кажется для девушки более престижной, чем работа лифтершей или дорожной разнорабочей. Но, конечно, в хрущевскую эпоху развертывания массового жилищного строительства закономерно, что главная героиня находит свою любовь и призвание именно на стройке.

Важную роль в распространении модных стилей и тенденций сыграли зарубежные кинофильмы, правда, дававшие представление преимущественно об уже минувших или находившихся на излете западных модных направлениях. Однако в условиях СССР это было не столь важно, поскольку мировая мода все равно докатывалась сюда с некоторым запозданием.

Минуя границы, западные модные силуэты и фасоны заигрывали сердца простых советских граждан, желавших одеваться а ля Ален Делон или Брижит Бардо. Западных звезд, кроме того, окутывал ореол запретного — эротичности, умело подчеркнутой одеждой. И чем большее развитие получали культурные и торговые связи, тем отчетливее проявлялась эта тенденция. В отличие от других источников информации о моде, зарубежное кино достигало самых дальних закоулков СССР. Его феномен в советском обществе и влияние на формирование потребительских стандартов — это, безусловно, отдельная тема для исследования.

Поскольку закупавшиеся за валюту фильмы должны были приносить прибыль в казну, они длительное время, годами прокручивались

⁷ Достаточно назвать такие культовые советские фильмы, как «Бриллиантовая рука» (1968 г.) или «Место встречи изменить нельзя» (1979 г.), в которых присутствуют соответствующие знаковые эпизоды.

по всей стране. В результате их по многу раз успевали посмотреть миллионы граждан в городах и селах, выучив наизусть многие сцены и в деталях рассмотрев модные фасоны платьев и причесок.

В 1960-е годы, то есть, примерно в то же самое время, что и на Западе, в СССР началась мода на женские дубленые шубы. Сначала это были чешские дубленки, а затем и привозимые командировочными из капиталистических стран. Там после успеха фильма «Доктор Живаго» (1965 г.) стали популярны дубленки «a la balalaika». Следующая волна моды на дубленки была связана с прокатом фильма Анджея Вайды «Все на продажу» (1968 г.) с Беатой Тышкевич в главной роли. После этого, по воспоминаниям Ирины Суминой, Москва «заболела» дубленками на лохматой овчине⁸.

Не менее популярной в СССР, чем Б. Тышкевич, неожиданно оказалась французская актриса Анук Эме. В 1971 г. издание «Актеры зарубежного кино» писало, что слава французской актрисы Анук Эме принимает среди советских граждан самые неожиданные воплощения.

Полюбив ее героиню в фильме «Мужчина и женщина», «они стали носить дубленые бараньи тулупчики, подобно тому, как несколько лет назад по примеру Брижит Бардо девушки взбивали на своих головах грандиозные прически “бабетты”. Но мода диктует сегодня не только дубленку a la Анук Эмме. Она узурпировала популярность актрисы, чтобы провозгласить новый тип красоты. 1970 год объявлен годом Анук Эме. Это значит, что в этом году следует носить глаза, рот, нос — все как у Анук Эме»⁹.

Копировалась не только собственно мода на одежду, но и манера носить ту или иную вещь. К примеру, меховую шубу. «Тогда носить меховую шубу полагалось при полном отсутствии головного убора, с нарядными туфельками на шпильке — несмотря на лютый мороз. И обязательно глубоко запахнув полы и спустив воротник низко за спину. Точь-в-точь как это делали героини западных фильмов — Мишель Морган, Дени Робен, Сильвана Пампанини, которые по месяцу крутили в киношке “Повторного фильма” у Никитских ворот», — вспоминала Ирина Сумина¹⁰.

Огромный интерес советских людей вызывало все, что связано с модой на одежду, прически и макияж на Западе. Поскольку поездки за рубежи социализма были ограничены, едва ли не единственной возможностью для рядового гражданина узнать «из первых уст» о парижских модах стало посещение международных, национальных и специализированных торгово-промышленных выставок, прежде всего, Франции, Финляндии, Италии, Великобритании, Германии, Япо-

⁸ Сумина И. На подиум и из-под полы // Стиль: прил. к газ. «Коммерсантъ». 2004. 28 окт. (№ 202). (URL:)

⁹ Актеры зарубежного кино. Л.: Искусство, Ленингр. отд-ние, 1971. Вып. 6. С. 35.

¹⁰ Сумина И. Указ. соч.

нии и других стран, проводившихся в Москве и других крупных городах СССР под эгидой Торговой палаты, ГКНТ и других организаций. Важнейшим событием стал прошедший в 1967 г. в Москве Всемирный фестиваль мод. Эти мероприятия посетили миллионы советских граждан, прежде всего, москвичей.

В рамках выставок в Москве и других крупных городах СССР осуществлялась демонстрация передового зарубежного оборудования и изделий легкой и пищевой промышленности, а также проводились модные дефиле с участием представителей известных фирм. Здесь же шло обсуждение условий и заключение контрактов на поставки одежды с советскими внешнеторговыми организациями.

К концу 1950-х годов относятся и первые приезды в СССР с показами своих коллекций ведущих модных домов Парижа, о чем подробно написала в своей диссертации и других работах о французском влиянии на советскую моду Л.В. Захарова. Правда, эти показы носили полузакрытый характер, на них трудно было попасть даже специалистам¹¹. Специально оборудованный для таких мероприятий зал в столичном Доме культуры «Крылья Советов» был рассчитан всего на 1 тыс. мест.

Помимо советской промышленности, государственных ателье и самошыва с частным пошивом, четвертым (не считая нелегальных каналов вроде контрабанды) важным источником обеспечения советских граждан модной и качественной одеждой и обувью¹² стали все более интенсивные с 1960-х годов госзакупки одежды по импорту в рамках соглашений со странами-членами СЭВ и с западными фирмами.

Однако чем большую открытость своего внутреннего рынка для иностранных товаров демонстрировали советские власти, тем больше возможностей для сравнения (как правило, не в пользу изделий отечественной промышленности) получали рядовые потребители. В то время, как на сравнительно материально благополучном и практичном Западе мужчины устали постоянно выглаживать стрелки на брюках, а женщины — «мучиться» хождением на высоких каблуках, и началось победное шествие джинсовой одежды и спортивных «кроссовок», не избалованные обширным и разнообразным гардеробом советские люди только-только «входили во вкус» ставшей, наконец, сравнительно доступной красивой и элегантной импортной одежды классических форм, ощущая себя в ней «почти аристократами».

¹¹ Захарова Л.В. Каждой советской женщине — платье от Диора!: (французское влияние в советской моде 1950—1960-х гг.) // Социальная история, 2004: ежегодник. М.: РОССПЭН, 2005. С. 339—370.

¹² К началу 1950-х годов была осознана необходимость создания в СССР самостоятельной системы моделирования обуви. Первый специализированный Дом моделей обуви появился в Москве еще в 1952 г., однако это тема еще одного самостоятельного исследования.

В 1960—1980-е годы большие партии такой одежды закупались в Чехословакии, ГДР, а также в Финляндии. Благодаря советским заказам северный сосед стал «швейной державой» (соответственно, распад СССР привел к катастрофическим последствиям для финских предприятий легкой промышленности). «Статусной вещью» в брежневский период стал финский мужской костюм классического покроя. Одновременно в рамках программы социалистической интеграции в Москве была организована популярная среди населения сеть промтоварных магазинов стран-членов СЭВ, входивших в состав торговой фирмы «ГУМ»: «София», «Ванда», «Белград», «Будапешт», «Лейпциг» и др., в которых продавались модные и качественные товары соответствующих стран. Помимо этого, некоторые советские граждане могли воспользоваться сетью магазинов «Березка» в крупных городах, где на сертификаты (позднее чеки) продавались импортные промтовары, в том числе одежда.

Согласно данным социологов, в 1991 г. 48% опрошенных советских молодых людей подтвердили, что, по их мнению, они одеваются вполне модно, и только треть пожаловались на острый недостаток модной одежды¹³. Вместе с тем, очевидно, что, достать модную вещь было по-прежнему непросто: требовался либо «блат»¹⁴, либо возможность ездить за рубеж, либо время и силы для стояния в магазинных очередях, либо немалые деньги, чтобы купить модные вещи у спекулянтов и перекупщиков.

С постепенным разрушением «железного занавеса», заметным расширением деловых командировок и туристических контактов СССР с другими странами (прежде всего — в рамках социалистического лагеря), появился еще один важный источник снабжения модными вещами — одежда, купленная и привезенная из загранпоездок для себя, в подарок для родственников и знакомых, а нередко и для перепродажи.

По официальным данным Госкоминтуриста, с 1956 по 1990 г. количество граждан СССР, ежегодно выезжавших за границу, увеличилось почти в 20 раз, превысив в конце советской эпохи рубеж в 9 млн. чел.¹⁵:

1956 г. — 561 тыс. чел.

1965 г. — 1153 тыс. чел.

1975 г. — 2450 тыс. чел.

1985 г. — 2790 тыс. чел.

1990 г. — 9086 тыс. чел.

Судя по документам, уже накануне «перестройки», в начале 1980-х годов, за границу по разным каналам ежегодно выезжало от 3 до 4 млн. советских граждан. Только в 1975—1980 гг. 18 млн. советских

¹³ Топалов М. Н. Указ. соч. С. 42.

¹⁴ Подробнее об этом см. книгу А. Леденевой: *Ledenewa Alena V. Russia's Economy of Favours: Blat, Networking and Informal Exchange*. Cambridge, UK; New York, NY: Cambridge University Press, 1998.

¹⁵ Подсчитано по: ГАРФ. Ф. Р-9612. Интурист. Оп. 3. Д. 1594 и др.

людей выезжали в 142 страны мира. А всего, по официальным данным, с 1955 по 1980 г. за границей побывали около 44 млн. советских людей (именно человек, а не число поездок)¹⁶.

С учетом вышесказанного становится очевидным, что начиная с середины 1950-х годов у советских граждан постоянно расширялись возможности не только оценить качество жизни на Западе, но и приобрести там модную и красивую одежду. Статистика купленных за рубежом и ввезенных в СССР носильных вещей, конечно, отсутствует. Однако косвенным путем, в том числе с помощью изучения ассортимента и наполнения системы комиссионных магазинов, а также интервью с людьми, бывавшими за рубежом с туристическими и служебными целями, можно понять, что количество ввозимых в СССР иностранных вещей постоянно увеличивалось. В этих условиях отечественная швейная промышленность, ориентированная на массовое фабричное производство одежды, все в меньшей степени чувствовала себя монополистом. Именно здесь во многом кроются истоки растущего затоваривания, о котором говорилось выше.

На протяжении 1960—1980-х годов два фактора: 1) широкое распространение самопошива в советском обществе и 2) постоянное увеличение численности государственных и ведомственных ателье индивидуального пошива одежды — оказывали воздействие на сложные и пока еще малоизученные процессы, происходившие в потребительской и социальной сферах.

Можно, в частности, обратить внимание на то, что широкое распространение практики самопошива долгое время помогало части населения со скромными доходами одеваться в соответствии с модой и тем самым внешне не сильно отличаться от сверстников из более обеспеченных слоев советского общества. Например, многие представители старшего поколения, особенно женщины, чья юность пришлась на 1950—1960-е годы, говорили нам во время интервью, что могли одеваться «не хуже, а подчас и лучше других» исключительно за счет того, что их близкие родственники (как правило, мамы или бабушки) практически полностью их обшивали.

В 1970—1980-е годы ситуация несколько изменилась, поскольку особенно престижной и статусной в молодежной среде стала фирменная заграничная одежда (джинсы, кроссовки и проч.), которую невозможно было произвести в домашних условиях. Это привело к тому, что процессы усилившейся социальной дифференциации стало невозможно скрывать с помощью самопошива.

¹⁶ Материалы любезно предоставлены специально изучавшим данный вопрос проф. И.Б. Орловым. Подробнее см.: *Орлов И.Б.* Роль табу в советском выездном туризме // Мифологические модели и ритуальное поведение в советском и постсоветском пространстве: сб. ст. / сост. А.С. Архипова. М.: РГГУ, 2013. С. 423—434.

Кроме того, в 1970-е годы состоятельные граждане все реже одевались в советских магазинах. Доступность для них частных портных или знакомство с хорошим мастером в ателье, возможность покупать модные вещи за границей, в магазинах системы «Березка» или у спекулянтов, — все это приводило к тому, что в этих семьях постепенно «отучались» от практики самопошива одежды, не говоря уже о переделке старых вещей. Все больше отпадала необходимость в самопошиве и в семьях чиновников партийного и государственного аппарата, поскольку они обшивались на льготных условиях в ведомственных ателье, численность которых в 1970—1980-е годы заметно выросла в Москве, крупных городах и столицах союзных республик. Малоизвестно, что, к примеру, в 1980-е годы только в Москве число закрытых для рядовых граждан ведомственных ателье достигло 600—700, практически сравнявшись с числом обычных районных ателье индпошива, входивших в систему Минбыта РСФСР.

Примерно с 1970-х годов прежняя основная мотивация самопошива как вынужденной меры, связанной с недостатком средств для покупки модного готового платья, постепенно ослабевает. К распаду СССР главные тенденции были таковы. Выделились и увеличились численно социальные слои, которым в силу материального благосостояния или служебных льгот оказался доступен индивидуальный пошив или иные способы «доставания» качественной и модной одежды, которые они предпочли самопошиву и походам по магазинам. Самопошив постепенно становился либо делом энтузиастов, испытывавших удовольствие в пошиве вещей собственными руками (в виде хобби или делавших это по семейной традиции), либо признаком семейной добродетели для женщин, либо же уделом низкообеспеченных слоев, вынужденных по-прежнему экономить на всем.

«Стиляги» — кто они?

Для понимания тенденций развития советской моды в послевоенные десятилетия, а также для изучения того, в какой мере эти процессы носили интернациональный характер, были ли они зависимы от идеологии и господствующих общественных настроений и проч., крайне важно объективно посмотреть на феномен «стиляжничества». Ранее мы в данной книге неоднократно поднимали эту тему в связи с рассмотрением тех или иных сюжетов. Теперь настало время для обобщения в рамках выбранного нами исследовательского ракурса.

Вряд ли стоит скрывать, что в СССР господствовало преимущественно негативное отношение не только со стороны власти, но и рядовых граждан к появившимся после войны «стилягам», которые,

как казалось, олицетворяли своим внешним обликом и поведением «выверты чуждой нам моды» и западного образа жизни. В 1950—1960-е годы в СССР были созданы многочисленные произведения (песни, стихи, пьесы, кинофильмы и др.), осуждавшие «паразитический» образ жизни стилига и их преклонение перед образчиками американской массовой культуры. Самодеятельные авторы сочиняли о стилигах злые стихотворные строчки, ставшие со временем частью «советского фольклора». Характерный пример — надпись на плакате, появившемся в 1955 г. на молодежном вечере ленинградской табачной фабрики им. Урицкого: «Не будьте похожи на этих уродов, любите простые, красивые (в другом варианте — советские. — Авторы) моды»¹⁷.

«Стилигами» именовали молодых людей, одетых в непривычном для других стиле. Их можно было увидеть в конце 1940-х годов дефилирующими с целью привлечь внимание окружающих по центральным улицам Москвы, Ленинграда и других крупных городов. Тогда они одевались в узкие брюки и остроносую обувь. Позже их представляли одетыми в брюки, напротив, с очень широкими штанинами и в пиджаки с искусственно расширенной линией плеч. Из других источников можно заключить, что для моды стилига характерны нарочито яркие цвета предметов одежды и аксессуаров¹⁸.

Для нашего повествования важно подчеркнуть тот факт, что одежда, соответствовавшая моде стилига, в СССР нигде не производилась и не продавалась. В источниках нет также информации о том, что официальные ателье индпошива выполняли заказы такого рода. В результате стилиги 1950—1960-х годов, дабы соответствовать стилю молодежной тусовки, вынуждены были овладеть навыками если не моделирования и кроя, то уж наверняка самостоятельного пошива одежды, ее переделки и крашения в нужную цветовую гамму и т.д. Творческий подход к одежде и находки такого рода у стилига и в других, более поздних по времени советских молодежных субкультурах — тема до сих пор малоизученная, особенно в региональном разрезе. В данном отношении, на наш взгляд, многое могли бы дать проекты, построенные на методиках «устной» истории¹⁹.

¹⁷ Цит. по: *Захарова Л.В.* «Наиболее распространенной является форма прямого пальто с однобортной застежкой» // *Неприкосновенный запас.* 2006. № 1 (45). С. 43.

¹⁸ Термин «стилиги» имел несколько значений в советском публичном и официальном дискурсах. Одно из значений стилига — «стильные» люди, следящие за веяниями моды. Другое понимание слова связано со сленгом джазменов, на котором «стилять» (от английского глагола *to steal*) означает подражать стилю игры. Однако понятие «стилиги» получило широкое хождение в СССР, главным образом, как символ некритического подражания западным ценностям.

¹⁹ На эту мысль натолкнуло, в частности, обсуждение рукописи данной монографии в Институте российской истории РАН, в ходе которого от коллег было получено немало ценных замечаний и свидетельств. В качестве примера творческого отношения к моде в молодежной среде стоит привести свидетельство

Постепенно термин «стиляги» стал использоваться в СССР в расширительном смысле — по отношению к разным случаям избыточного самовыражения или чрезмерно экстравагантной одежды в молодежной, преимущественно городской среде. Данный термин относился именно к молодежи, которую старшее поколение часто ругало как за экстравагантность (в традиционном обществе одним из главных достоинств человека считалась скромность, желание быть, как все), так и за бездумное, непатриотичное заимствование западных образцов одежды и стиля. Одним из распространенных обвинений было отсутствие комсомольской сознательности, поскольку стиляги находили своих идолов в молодежной культуре главного идеологического противника — США.

Из-за того, что в советском дискурсе образ стиляги многократно менялся, приобрел почти мифические очертания и часто изображался стереотипно, в настоящее время довольно трудно реконструировать, к примеру, как именно менялся со временем их наряд, в какой степени стиляги из разных регионов СССР разделяли общепринятый модный стиль (и был ли он вообще единым), а также — в какой мере экстравагантная одежда соответствовала особой манере поведения молодых людей в своей среде и в обществе в целом (стиляги в контексте складывания молодежной субкультуры).

С конца 1940-х до середины 1960-х годов «стиляжничество», как явление, претерпело множество трансформаций. Можно даже выделить несколько поколений стиляг. Причем, судя по источникам, стиляги одного поколения, жившие в разных городах СССР, могли одеваться совсем по-разному. Невозможно также определить реальную численность настоящих «идейных» стиляг, поскольку часть остальной молодежи в той или иной мере тоже использовала их модный стиль (или отдельные предметы одежды). Лишь в некоторых случаях можно было бы говорить о формировании молодежных субкультур стиляг.

В действительности «стиляжничество» чаще ограничивалось лишь следованием стилю в одежде, который более или менее радикально отличался от общепринятого. Однако в государственной пропаганде стиляги определенно рассматривались как молодежная субкультура, представители которой не ограничиваются лишь внешним эпатажем, являющимся вызовом общественному мнению. Следование определенному стилю в одежде, по мнению власти, сопровождалось у стиляг нравственной коррозией. Считалось, что своими действиями они вовлекают в свою орбиту других подростков и провоцируют опасное антиобщественное поведение. Эти опасения, конечно, не были лишены оснований.

д-ра ист. наук В.П. Булдакова о популярности ношения в одной местности СССР джинсов с самостоятельно нашитыми на низ штанин «гирляндами» маленьких лампочек (подобно елочным украшениям), которые загорались от расположенных в кармане батареек.

Учитывая исследовательский ракурс данной книги, для ее авторов более важным, нежели реконструкция реальной истории советского «стиляжничества», является необходимость обратить внимание на то обстоятельство, что стилиаги в течение, по крайней мере, четверти века (до начала 1970-х годов) воспринимались государством и обществом как наиболее типичный, яркий пример дурного вкуса и антиобщественного поведения.

Некоторые бывшие стилиаги оставили свои воспоминания²⁰. Эта тема довольно хорошо представлена в постсоветской публицистике. Тем не менее, при отсутствии систематических свидетельств и специальных научных исследований этого феномена до сих пор остается открытым вопрос о том, насколько широко распространялись эти стилистические новации среди советской молодежи, в том числе в региональном и социальном разрезе. Некоторые ученые связывают истоки «стиляжничества» с узким кругом столичной «золотой молодежи» — детей сталинской элиты послевоенного времени, в то время как другие исследователи указывают на то, что стилиаги, очевидно, вышли из молодежи рабочих окраин²¹.

Любопытна история формирования стереотипного общественного образа стилиага. Было бы большим упрощением представлять дело таким образом, что все здесь делалось по указке «сверху» или что преобладающими были идеологические установки. На наш взгляд, вопросы эстетики играли здесь не менее важную роль. Советские деятели культуры, модельеры, журналисты и литераторы, искренне выполнявшие свою миссию пропагандистов хорошего вкуса среди населения, не уставали напоминать юным читателям: избегайте стилиага, их дурных манер и стилиа одежды²². В итоге стилиагам пришлось отвечать за все

²⁰ См. например: *Козлов А.* Козел на саксе — и так всю жизнь (URL: www.jazz-jazz.ru/?category=interesting&altname...kozlov...na_sakse), а также: *Саульский Ю.* Коктейль-холл и шестигранник (URL: <http://www.schukra.ru/bio.php?show&id=4>).

²¹ О стилиагах см.: *Пот-Ай К.* Кто на пьедестале, а кто в толпе?: стилиаги и идея советской «молодежной культуры» в эпоху «оттепели» // *Неприкосновенный запас*. 2004. № 4. С. 26—33; *Edele M.* Strange young men in Stalin's Moscow: the birth and life of a stiliagi, 1945—1953 // *Jahrbücher für Geschichte Osteuropas*. 2002. 50, 1. P. 37—61; *Вайнштейн О.* Денди: мода, литература, стиль жизни. М: Новое лит. обозрение, 2005. С. 527—539; *Кимерлинг А.* Платформа против калош, или Стиляги на улицах советского города // *Теория моды. Одежда. Тело. Культура*. 2007. Вып. 3. С. 81—99; *Fürst J.* The arrival of spring?: Changes and continuities in Soviet culture and policy between Stalin and Khrushchev // *The Dilemma of De-Stalinization: Negotiating Cultural and Social Change in the Khrushchev Era* / P. Jones (ed.) London; New York: Routledge, 2006. P. 135—153.

²² В качестве типичного отношения к стилиагам в СССР в конце 1950-х годов см.: *Голыбина А.Г.* Искусство одеваться. Л.: Лениздат, 1959. С. 243. Доступные в Интернете видеоматериалы советских лет (документальные и художественные фильмы агитационного плана) и более поздние комментарии людей старшего возраста и современников также прекрасно отражают острые дискуссии вокруг феномена «стиляжничества». См., например: URL: www.proza.ru/2009/10/27/732; www.bujhm.livejournal.com/383320.html, и др.

случаи неадекватного общепринятым представлениям внешнего облика и общественного поведения молодых людей.

«Стилягой» мог быть назван и сынок состоятельного родителя, вышедший во двор похвастаться перед сверстниками импортной обновкой, и просто любой одетый «по-городскому» человек, приехавший в 1950-е годы в сельскую глубинку. В «стиляжничестве» мог быть обвинен и не желающий трудиться оболтус из числа «золотой молодежи», и обычный московский студент, которому родители по случаю купили в ГУМе модный импортный портфель²³.

Впрочем, все это не было сугубо советской особенностью. Аналогичные тенденции были характерны и для послевоенного Запада, где именно молодежные субкультуры бросали вызов традиционным нормам одежды и нормам морали. Противостояние, как и в советском случае, не ограничивалось лишь эстетикой, а имело сильное нравственное наполнение, выражавшееся в иных ценностях и в поведении западной молодежи. Подобно ситуации со стилиагами в СССР, на Западе отклоняющаяся от норм одежда и поведение молодежи тоже часто воспринимались старшим поколением как признак моральной распушенности.

Однако в СССР действительно многое значил идеологический контекст. Слово «стиляга» превратилось в условиях «холодной войны» едва ли не в клеймо предателя. Тем не менее, настоящих «идейных» стилиаг в СССР было сравнительно немного. В постсоветской публицистической литературе наметилась тенденция преувеличивать размеры и политическую окраску феномена «стиляжничества». Признаваться в том, что в молодости был(а) стилиагой, стало даже модным. В результате формируется впечатление, что чуть ли не большинство советской молодежи принадлежало к стилиагам и таким образом бросало вызов коммунистическому режиму²⁴. Но вряд ли стоит причислять стилиаг к диссидентскому движению. Определяющую роль здесь играла, конечно, не идеология, а мотивы социальной дифференциации, а также юношеский максимализм и стремление выделиться, в том числе перед представителями противоположного пола.

В этом контексте понятен и непривычный для советского общества эротизм субкультуры стилиаг. В их среде, скажем, были популярны «смелые» репродукции и игральные карты с изображениями полуобнаженных женщин. Девушки-стилиаги, как правило, вызывающе ярко красились и носили узкие, обтягивающие бедра юбки. Неудивительно, что в господствующем общественном мнении они бесспорно осуждались как девушки «легкого поведения». Тогда еще никому

²³ Благодарим д-ра ист. наук Ю.Н. Жукова за эту деталь.

²⁴ В современной России эта тема обрастает новыми мифами. Один из последних примеров такого рода, когда феномен советского «стиляжничества» показан весьма далеким от реальности, стал выход в 2008 г. в России фильма «Стиляги» (режиссер В. Тодоровский, сценарист Ю. Коротков).

не известный 20-летний поэт Николай Рубцов (1936—1971), хорошо знавший эту среду и прекрасно владевший молодежным сленгом, в одном из своих ранних стихотворений 1957 г. оценил стильяг, как бы мы сейчас сказали, как предтечу советской волны «сексуальной революции»:

...Лицом был чувак ал,
Над бровью — волос клок.
Чувиху чувак позвал,
И начал лабать рок.

Чувиха была пьяна.
И в бешенстве лабы той
Вся изошла она
Истомою половой.

Под юбкой парок дымил,
И мокла капрона нить,
На морде написан был
Девиз: «Торопитесь жить!»...

Мода, косметология и парикмахерские услуги

Логика становления и развития концепта советской культурности, в основе которого лежало представление о взаимной зависимости и гармонии внешнего (тело, одежда, внешность) и внутреннего (мораль, сила духа и проч.) начал в человеке, обусловила необходимость рано определиться в отношении таких явно «непролетарских» способов поддержания красоты, гигиены и здоровья тела, как косметология и парикмахерские услуги. Легитимация моды в СССР на рубеже 1950—1960-х годов, ансамблевый подход к моделированию одежды и признание важности создания стильного индивидуального образа, возникновение службы быта и др., — все это привело к заметному изменению в отношении власти и общества к парикмахерскому искусству и косметологии. Не секрет, что ранее эта область ухода за внешностью (за исключением, конечно, процедур, предписанных врачом) воспринималась в общественном мнении преимущественно как дорогостоящие буржуазные «излишества», свойственные неработающим изнеженным дамам, которым некуда девать свободное время.

Данная тема, как и проблема моды в целом, имеет несколько важных составляющих. Во-первых, ее невозможно понять без учета властного дискурса и массовых общественных настроений. Во-вторых, без

изучения профессионального дискурса. Среди советских модельеров и искусствоведов господствовало представление о том, что прическа (или парики), парфюм, грим и макияж, маникюр и проч. имеют не меньшее значение для создания индивидуального образа человека, чем собственно модная одежда и аксессуары к ней. Более того, они прекрасно знали, что прически или маникюр, как одежда или ткани, тоже подвержены смене модных тенденций. Это означало, что легитимация моды должна была быть распространена и на данные сферы. В прессе появились статьи о необходимости соблюдения гармонии одежды и прически.

Примерно с 1960—1970-х годов регулярное посещение парикмахерской и косметологического кабинета стало рассматриваться в СССР как новый стандарт нормы и признак советской культурности. Материалы проведенных авторами данной монографии интервью с работниками этой сферы с большим стажем убедительно свидетельствуют, что и здесь присутствовал культурно-воспитательный момент. Иными словами, в 1960—1970-е годы государство занималось пропагандой посещения населением парикмахерских и косметологических кабинетов, рассматривая это как часть общей работы по приобщению населения к культуре. Как правило, все начиналось с посещения обычной парикмахерской (это учреждение считалось в общественном мнении более «демократичным»), и только затем, постепенно немалая часть посетительниц парикмахерских приобщалась к услугам косметологов.

Как и Запад, послевоенный СССР «переболел» короткими женскими стрижками, прическами типа «сессун», модой на шиньоны, парики и проч., модой на мужские бороды или на длинные волосы, которая пришла с культурой хиппи. Советская пресса была насыщена дискуссиями о модных прическах, о дефиците париков (в связи с многочисленными жалобами власти вынуждены были существенно расширить их производство), о том, стоит ли девушкам отказываться от традиционной русской косы и от столь «непрактичных» в динамичный век длинных волос.

Какие практические шаги предпринимались? На рубеже 1950—1960-х годов на уровне региональных совнархозов возникла целая сеть проектно-конструкторских бюро, перешедших позднее в службу быта. Они занимались научно-технологическим обеспечением отрасли. При Минбыте РСФСР было создано Центральное проектно-конструкторское технологическое бюро (ЦПКТБ Минбыта РСФСР), в составе которого появились в числе прочих Лаборатория моделирования причесок и Лаборатория косметологических работ. Именно в ЦПКТБ в 1986 г. пришел работать по распределению будущий известный российский стилист и модельер Валентин Юдашкин.

С 1960-х годов в СССР стали проводиться многочисленные конкурсы парикмахерского мастерства (от региональных до всесоюз-

ных), а также советские парикмахеры начали довольно успешно участвовать в международных конкурсах. Были организованы Высшие курсы парикмахерского мастерства, где готовили по новой специальности — «модельер-парикмахер». Характерно, что высшая квалификация, которая присваивалась в СССР парикмахеру, тоже называлась «парикмахер-модельер». Тем самым подчеркивалось, что основным требованием являлось творческое начало: не только умение выполнять уже известные стрижки и прически, но и уметь придумывать и моделировать свои собственные. Детальная информация по данному вопросу доступна на страницах журнала «Служба быта» за 1960—1980-е годы.

В связи с изучением представлений о красоте в разные периоды советской истории, особого внимания заслуживает становление и развитие в СССР косметологии. Первым в стране специализированным учреждением, которому было поручено на научной основе заботиться о внешней привлекательности советских граждан, стал Институт косметики и гигиены. Основной задачей Института была провозглашена «забота о внешности человека»²⁵. Он был организован в 1937 г. в Москве, с филиалами в Сочи, Кисловодске, Ялте, Симферополе, Пятигорске и других курортных городах СССР.

Институт первоначально действовал в составе руководимого Полиной Жемчужиной Главпарфюмерпрома Наркомата пищевой промышленности СССР (она активно лоббировала его создание). Он был одновременно научным, лечебным и учебно-производственным центром. Оказалось, что даже в разгар массового террора люди стремились к красоте: к концу 1938 г. услугами Института смогли воспользоваться 70 тыс. чел., причем это было намного меньше числа желающих. Интерес к его деятельности оказался столь велик, что пришлось организовать заочную консультацию по переписке по вопросам ухода за кожей. В 1938 г. за профессиональными советами косметологов сюда обратились письменно 36 тыс. чел.²⁶ До войны сотрудниками Института были написаны популярные брошюры по косметическому уходу за кожей, а также два руководства: «Косметический массаж» и «Врачебная косметика».

Как и в случае с конструированием модной одежды, возрождение косметологии началось сразу после войны. В 1945 г. в Москве возобновил работу филиал Института красоты и гигиены, а в 1946 г. Мосгорздравотдел объединил врачебно-косметические учреждения столицы в лечебницу «Врачебная косметика». В конце 1940-х — начале 1950-х годов, то есть, в то же самое время, когда создавалась централизованная сеть Домов моделей одежды, в СССР появилась и система

²⁵ Отчет Института косметики и гигиены за 1939 г. // РГАЭ. Ф. 8551. Оп. 2. Д. 103. Л. 15.

²⁶ Отчет Института косметики и гигиены Главпарфюмерпрома НКПП за 1938 г. // Там же. Д. 97. Л. 14.

республиканских институтов врачебной косметики²⁷. С этого времени косметологические услуги в СССР оказались четко разделены на две части (и соответственно, самостоятельные системы): «врачебную» косметику (учреждения Минздрава СССР, занимавшиеся лечением и оперированием косметических недостатков) и общедоступную «декоративную» косметику, попавшую в ведение Министерства коммунального хозяйства РСФСР (косметические кабинеты в парикмахерских, банях и комбинатах бытового обслуживания). Сфера деятельности последних была строго ограничена²⁸. В частности, лечить заболевания кожи в косметических кабинетах было запрещено.

В 1950-е годы становившиеся все более популярными среди населения учреждения «декоративной» косметики превратились в большую и разветвленную сеть. Однако тяга к красоте существенно превышала возможности государства. Встал и вопрос о единой методике работы в них, о системе подготовки кадров и проч. После смерти Сталина было принято принципиальное решение о демократизации данной области. Государство не только пошло на заметное расширение системы косметических услуг населению, но и санкционировало приобщение широких слоев граждан к знаниям и практическим навыкам в данной области. По распространенному в те годы мнению, «нельзя все дело оказания косметической помощи населению возложить только на косметические учреждения... Косметические навыки должны стать достоянием широких масс населения», а граждане должны уметь в повседневной жизни самостоятельно пользоваться полезными косметическими приемами и процедурами²⁹. Тем самым косметические навыки стали рассматриваться как часть социалистической культуры. «В классовом обществе косметика была привилегией богатых классов, но передовые люди считали, что косметические достижения должны быть доступны всему народу», — писали в 1955 г.

²⁷ Ласс Д.И., Поликарпов М.Г. Уход за кожей лица: пособие для работников косметич. кабинетов. 4-е изд., испр. и доп. М.: Стройиздат, 1964. С. 3. Далее: Ласс, Поликарпов, 1964. Эти учреждения, как впоследствии и открытый в одном из небоскребов столичного Нового Арбата Институт красоты, с самого начала имели «двойной профиль». Они обслуживали не только обычных гражданских лиц, которым по медицинским показаниям требовались операции по пересадке кожи или пластические операции (например, после ожогов, травм и увечий). Подобные учреждения также специализировались на пластических операциях на лице для «омоложения» представителей творческой и номенклатурной элиты. Они же выполняли и специфические заказы спецслужб по изменению внешности.

²⁸ Перечень выполняемых ими процедур был следующим: чистка кожи лица, массаж лица, эпиляция и окраска бровей, окраска и завивка ресниц, накладывание грима, маникюр и педикюр, а также предупреждение косметических недостатков. Работа косметических кабинетов регламентировалась специальными инструкциями Минздрава и Госсанинспекции. К работе в косметических кабинетах допускались только лица со средним медицинским образованием (Там же. С. 11).

²⁹ Картамышев А.И., Арнольд В.А. Косметический уход за кожей. 2-е испр. и доп. изд. Киев: Здоров'я, 1964. С. 5. Далее: Картамышев, Арнольд, 1964.

об этом авторы одной из популярных брошюр. Забота человека о своей внешней привлекательности, по крайней мере, в отношении женской части населения, стала поощряться³⁰.

С середины 1950-х годов в СССР было осуществлено издание целого ряда брошюр и пособий по косметологии, рассчитанных как на специалистов, так и на широкий круг рядовых потребителей³¹. Кроме основных знаний в данной области, они содержали массу полезных рекомендаций, советов (в том числе рецептуры изготовления средств по уходу за кожей в домашних условиях) и оказались весьма востребованными населением. Эти книги неоднократно переиздавались в СССР большими тиражами. Достаточно сказать, что пособие Д.И. Ласса и М.Г. Поликарпова «Уход за кожей лица», впервые изданное в 1954 г., вышло в 1964 г. 4-м изданием тиражом в 335 тыс. экз. Его авторы подчеркивали, что греческое слово «косметика» (*Kosmetike*) переводится как «искусство украшать», а ее назначение — «сделать привлекательнее наружность человека»³².

Авторы популярной книги «Косметический уход за кожей», тоже выдержавшей несколько сотысячных изданий, врачи-косметологи Картамышев и Арнольд отмечали в 1955 г.: «Интерес широких кругов населения к косметике в настоящее время является совершенно естественным. Вместе с улучшением материального благосостояния трудящихся все больше повышаются и их требования к своему внешнему виду, растет желание заботиться о своей красоте...» Задача косметологии в социалистическом обществе — улучшение здоровья людей, «сохранение на более продолжительное время их молодости, свежести и гармоничного развития всего организма»³³.

Из достойных внимания косметических процедур, способных эстетически «облагородить» внешность человека, признавались маникюр и педикюр. Кроме того, советских граждан учили, что они могут выглядеть более привлекательными, если будут регулярно следить за своими волосами. «Волосы являются украшением человека, — писали Картамышев и Арнольд. — Поэтому естественно и то внимание, которое уделяют волосяному покрову головы». За волосами предлагалось «постоянно тщательно ухаживать», «большое внимание уделять прическе»³⁴. Пока-

³⁰ Там же. С. 7.

³¹ Ласс Д.И., Поликарпов М.Г. Уход за кожей лица: пособие для работников косметич. кабинетов. М.: Изд-во М-ва Коммун. хозяйства РСФСР 1954; Бременер М.М. Гигиена кожи. М.: Медгиз, 1950; Картамышев А.И., Арнольд В.А. Косметический уход за кожей. М.: Медгиз, 1955; Селицкий А.Б. Лечение заболеваний кожи и рецептура: справочник для врачей. Минск: Изд-во Акад. наук БССР, 1955; Машиллерсон Л.Н. Лечение и профилактика кожных болезней. М.: Медгиз, 1957; и др.

³² Ласс, Поликарпов, 1964. С. 3.

³³ Картамышев А.И., Арнольд В.А., 1964. С. 5. (Тираж 150 тыс. экз.).

³⁴ Там же. С. 92, 94.

зательно и то, что самая обширная, 6-я глава книги Ласса и Поликарпова посвящена детальному описанию косметических процедур, включая использование разнообразных масок, массажа, способов декоративной косметики. К последним были отнесены эпиляция и подкрашивание бровей, припудривание кожи лица, подкрашивание губ, подкрашивание и завивка ресниц. Таким образом, хотя слово «макияж» и не произносилось, советские граждане по существу приобщались к нему.

Пропагандируя косметологию и продвигая ее в широкие массы населения, власть устами авторов брошюр обращала внимание на важность воспитания в данном вопросе чувства меры и хорошего вкуса, подкрепленных рекомендациями медицины. Ласс и Поликарпов предупреждали против злоупотребления и бессистемного пользования косметикой, поскольку это «может привести к раздражению кожи» и даже более серьезным заболеваниям. А молодым девушкам пользоваться косметикой вообще не рекомендовалось: «Применять такие косметические средства, как пудра, румяна, кремы, губная помада при здоровой коже, особенно девушкам, не рекомендуется»³⁵.

Провозгласив в качестве одной из основных своих задач создание гармонично развитой личности, включая гармонию внешнего облика и одежды, государство вынуждено было предпринимать практические меры в данном направлении, одновременно корректируя и свои эстетические приоритеты. Увлечение населения косметикой заметно стимулировало покупательский спрос и потребовало расширения производства в СССР соответствующих средств ухода за кожей — все большего количества разнообразных кремов, масок, шампуней, туалетного мыла, лосьонов, туалетной воды, одеколонов, пудры, губной помады и проч. Советская мода, парикмахерское искусство и косметология шагали нога в ногу, диктуя новые потребительские запросы и, по сути, формируя нового потребителя.

Две моды

- Вы полагаете, всё это будет носиться?
- Я полагаю, что всё это следует шить...

Эти строки из известной песни Сергея Никитина, написанной на рубеже 1970—1980-х годов, прекрасно подходят для характеристики постоянного диалога между все более ориентирующимся на моду советским потребителем, с одной стороны, и властью, хотя и советующейся с обществом и прислушивающейся к его мнению, но все равно лучше знающей, что именно для него *следует шить*, с другой. Между тем советский опыт показал, что человека, удовлетворившего свои

³⁵ Ласс, Поликарпов, 1964. С. 230.

хотя бы минимальные потребности в одежде и объективно имеющего возможность выбирать, где и во что одеваться, уже невозможно заставить носить то, что выгодно (для выполнения плана и получения премии) или проще шить промышленности. Особенностью послевоенного СССР стало формирование вместо единой «советской моды», как предполагалось, как бы «двух мод», существовавших во многом автономно друг от друга.

В стране наблюдался заметный разрыв между идеальной модой (иногда ее даже называют советской «высокой модой»), разработанной лучшими художниками-модельерами и представленной на выставках и показах, изображенной на страницах отечественных модных журналов и проч., и модой реальной, тиражируемой швейной промышленностью и, соответственно, общедоступной в магазинах. Первая была модой достаточно высокого уровня даже по мировым стандартам, но недоступной для массового советского потребителя. Вторая — малопохожим ее подобием. Красивая идея: одеть советских граждан в соответствии с нормами «высокой моды» — на деле так и осталась нереализованной.

В СССР была создана неплохая отечественная школа моделирования и конструирования одежды, работавшая в русле лучших мировых тенденций. Нигде в мире не было такого количества моделирующих организаций и профессиональных модельеров. Массовая профессионализация этого вида деятельности произошла сравнительно рано — уже в 1960-е годы. Ведущие советские модельеры, трудившиеся в 1960—1980-е годы в Домах моделей, были талантливыми людьми. Многие из них уже в те времена получили известность на Западе и потому после распада СССР не остались без работы. Практически все выезды советских модельеров за рубеж с демонстрацией новых моделей проходили с громким успехом. Будучи важным пропагандистским мероприятием — фактором формирования положительного имиджа СССР среди творческой интеллигенции Запада, они, однако, создавали в основном иллюзию благополучия в сфере массовой советской моды.

Известно, что «коньком» советской школы модельеров являлся неиссякаемый поток новых идей. В 1980 г. в Софии состоялся международный симпозиум по проблемам моды, в рамках которого была продемонстрирована коллекция из двадцати моделей вчерашних выпускниц ПТУ — молодых работниц 19-й московской фабрики по ремонту и пошиву одежды. Она была признана лучшей. Ее отметил и мэтр французской моды Пьер Карден³⁶.

Советская профессиональная мода создавалась в условиях, существенно отличавшихся от западных. Ее специфика заключалась не только в том, что она находилась «под крылом» государства, на его

³⁶ Зайцев В.М. Этот многоликий мир моды / лит. запись А.[В.] Васильева, М.[И.] Кранса. М.: Сов. Россия, 1982. С. 44.

финансовом и идеологическом обеспечении. Художник-модельер, работавший в Доме моделей одежды, должен был ощущать себя скромным служащим государственной системы обеспечения граждан модной одеждой. Во-вторых, он обязан был проникнуться благородной миссией эстетического совершенствования общества и воспитания вкуса сограждан. Один из самых и поныне известных членов этого цеха Вячеслав Зайцев главной задачей советского модельера называл — не диктовать гражданам собственное видение моды, а подсказывать им средства совершенствования индивидуальности:

«Мы, модельеры, лишь ищем пути, которые помогли бы людям подчеркнуть свою индивидуальность, найти эстетическое самовыражение, соответствующее нравственным критериям нашего общества и времени»³⁷.

Почему же советский эксперимент по постановке «высокой моды» на поток не удался и к каким социокультурным и экономическим последствиям это привело? Обратим внимание на то, что существование «двух мод» вело к деформации вкуса. Дома моделей занимались благородной миссией пропаганды хорошего вкуса, стиля, культуры одежды, эстетических знаний среди рядовых советских граждан. Однако несоответствие теории и практики рушило самые благие намерения. Модельеры не скрывали, что не Дома моделей, а прежде всего обычный магазин — вот главное место, где повседневно происходит воспитание вкуса граждан. Ведь сколько ни тверди, как нужно красиво одеваться, но пока модная одежда не станет доступна гражданам — о вкусе и моде говорить бесполезно.

Между тем люди жаловались, что красивые и модные вещи они видят либо в журналах, либо на выставках, но не в магазинах. Они отказывались покупать некрасивую одежду, в адрес легкой промышленности постоянно звучала критика в печати. Производственники же, в свою очередь, кивали на «смежников» — на дефицит качественного сырья, устаревшее оборудование и проч. Зачастую в клубке объективных и субъективных причин разобраться было крайне сложно.

Как уже упоминалось, сразу после войны государство поставило Дома моделей в качестве контролеров за работой швейных производств по внедрению новых моделей одежды. Более конкретно, они следили, чтобы на фабриках не производились изменения оригинальных моделей в сторону «упрощения». Как правило, это делалось, чтобы добиться «удешевления» изделия, получить премию за экономию расхода ткани и т.д., или же по объективным причинам — отсутствие требуемых материалов (или их расцветок) и фурнитуры, невозмож-

³⁷ Там же. С. 6.

ность выполнить нужную операцию по раскрою ввиду отсутствия необходимого оборудования и проч. и проч.

Однако уже в процессе подготовки новых моделей советские художники-модельеры не были полностью свободны в полете своей творческой фантазии. «Журавля» разными способами принуждали «спуститься с небес» на землю. Для этого, в частности, включался механизм «обратной связи». Дома моделей ежегодно получали заявки от производственных объединений и крупных фабрик на разработку тех или иных новых моделей одежды. Эти заявки составлялись фабрикой на основании учета собственных производственно-технических возможностей, а также заказов торговли. Торговля же, в свою очередь, основывалась на изучении покупательского спроса. Таким образом, профессиональный модельер узнавал о потребностях покупателя не напрямую, а опосредованно, через третьи руки, неминуемо сталкиваясь с эффектом «испорченного телефона»³⁸. Тем не менее, поступившие в Дома моделей заявки с мест обобщались и на их основе ежегодно вырабатывался план создания определенного числа новых моделей одежды, например, пальто, юбок, костюмов, блузок, изготовленных из шерстяных, шелковых, хлопчатобумажных тканей, с учетом размерности, пола, возраста потребителей и проч.

Имелся и другой тип «корректировки» работы дизайнеров, сходный с «самоцензурой». В своем творчестве они обязаны были, во-первых, ориентироваться только на реальный ассортимент производимых в СССР тканей, красителей, пуговиц и проч.; во-вторых, на технические возможности стоявшего на фабриках оборудования; в-третьих, «вписаться» в прокрустово ложе ГОСТов расхода ткани на единицу одежды при швейном производстве, и, наконец, учитывать в своей работе «предложения» и «пожелания» многочисленных «смежников» — текстильщиков и обувщиков, кожевников и химиков, представителей меховой промышленности и торговли, каждый из которых преследовал в первую очередь свои ведомственные интересы. Все это нередко приводило к эффекту, описанному Крыловым в известной басне о лебедь, раке и щуке.

В материалах ОДМО за 1950-е годы содержатся постоянные жалобы на чрезмерно жесткие ГОСТы расхода сырья (прежде всего, тканей) в швейной промышленности, которые существенно ограничивали возможности моделирования³⁹. В 1950-е годы едва ли не все новые модели одежды, разработанные ОДМО и утвержденные его Худсоветом, выходили за установленные для швейной промышленности нормативы при пошиве единицы продукции⁴⁰. Однако даже в том редком

³⁸ Там же. С. 8.

³⁹ См., например, протокол № 2 общего собрания рабочих, ИТР и служащих ОДМО от 20 января 1951 г. по обсуждению и утверждению отчета за 1950 г. (РГАЭ. Ф. 523. Оп. 1. Д. 47. Л. 49 и далее).

⁴⁰ Там же. Д. 58. Л. 27—29, 34—36, 46 и др. Впоследствии под давлением моделирующих организаций ГОСТы были пересмотрены в сторону увеличения нормативов.

случае, если они «вписывались» в них, это не было гарантией от изменений модели. На швейную фабрику зачастую не поступала от «смежников» нужная ткань, требуемая ее расцветка, фурнитура и проч. Поскольку за простой оборудования строго спрашивали, а за безвкусицу нет, то шили из того, что было «под рукой». Сложнее всего было бороться с планом, измерявшимся в валовых и стоимостных показателях. За его перевыполнение швейники получали хорошие премии. Если норматив времени на изготовление обычного ситцевого платья с отделкой составлял 20 мин., а без рукавов и без отделки — 12 мин., то ясно, что фабрике выгоднее пошить как можно больше простых платьев, перевыполнив план и сэкономив материал. Тот вопрос, что их никто не купит, фабрику не волновал⁴¹. В результате оригинальные авторские модели лучших модельеров страны, созданные в соответствии с тенденциями моды, на пути к потребителю претерпевали столь существенные изменения, что их подчас трудно было узнать.

Между художником-модельером и швейной фабрикой тоже существовало множество инстанций, без согласования с которыми невозможно было включить в план и освоить производство новых изделий. Даже на «мелочи» уходили многие месяцы.

«Сколько бились мы за то, чтобы сделать широкие модные воротники на мужских сорочках! Наконец, добились. Сейчас снова в моде узкие воротнички. Думаете, отрезать кусочек ткани проще? Ошибаетесь! Есть ГОСТы, стандарты, расценки, нормы расхода ткани, не говоря уже о таком напряженном плане, при котором вообще ни о чем думать нельзя», — восклицал Вячеслав Зайцев⁴², рассказывая о своей работе в Общесоюзном Доме моделей одежды.

Документы конца 1940-х — 1950-х годов фиксировали недовольство покупателей низким качеством и эстетической безвкусицей производимой в СССР одежды и обуви, а также наличием в магазинах преимущественно вышедшего из моды ассортимента. Однако по причине недостаточной насыщенности рынка добротные и недорогие вещи сравнительно быстро раскупались. Такое положение развращающе действовало на швейную промышленность и торговлю. Однако для специалистов было ясно, что данная ситуация носит временный характер.

Действительно, уже в 1960-е и особенно с 1970-х годов требования массового потребителя заметно выросли. Описанная выше система моделирования и производства одежды в СССР, созданная в экстремальных послевоенных условиях и призванная скорейшим образом насытить совершенно разрушенный потребительский рынок с помощью форсированного массового фабричного производства платья, в услови-

⁴¹ Зайцев В.М. Такая изменчивая мода. М.: Мол. гвардия, 1980. С. 38.

⁴² Там же. С. 39.

ях насыщения рынка стала совершенным анахронизмом. Главной проблемой была гигантомания и сохранявшаяся ставка на «вал» как в области моделирования одежды, так и ее фабричном производстве.

О масштабах развития модной индустрии в СССР свидетельствует тот факт, что в начале 1980-х годов художники-модельеры одного только Общесоюзного Дома моделей одежды ежегодно разрабатывали до 4 тыс. новых эскизов к моделям одежды⁴³. С учетом того, что в стране действовало до 40 Домов моделей, в общей сложности только швейным фабрикам системы легкой промышленности предлагалось несколько десятков тысяч (!) новых моделей ежегодно. Понятно, что далеко не все они попадали на швейные фабрики. Во-первых, для тиражирования такого числа новых изделий в стране элементарно не хватало производственных мощностей. Во-вторых, как правило, именно наиболее оригинальные образцы, где ярче всего проявлялся талант и творческая фантазия художника, труднее всего было «адаптировать» к потребностям массового производства. В результате наблюдалась парадоксальная ситуация: при явном дефиците красивых и модных изделий в открытой продаже происходило «перепроизводство» новых моделей. По словам В. Зайцева, ежегодно сотни новых прекрасных моделей и коллекций оставались «невостребованными»:

«Три года они пылятся в Доме моделей, а потом их даже магазин ценных товаров не берет»⁴⁴.

Здесь мы подходим и к другому пагубному последствию описанной ситуации — такая система, мягко говоря, не способствовала реализации творческого потенциала художников-модельеров.

«...Из года в год я видел: возможности реализации моих идей и идей моих коллег растут гораздо медленнее, чем хотелось бы, чем необходимо сегодня. Если раньше мне часто задавали вопрос, где можно купить ту или иную модель, то спрашивать об этом сегодня как-то не считают нужным. Я вдруг почувствовал, что мне стало стыдно произносить слово “мода”», — признавался В. Зайцев⁴⁵.

Однажды в одном из лучших в столице магазине «Светлана» он с трудом узнал пальто, сшитое по его эскизу, но не соответствовавшее оригинальной модели по целому ряду параметров, в том числе изготовленное из совершенно неподходящей для данного фасона ткани. Директор швейной фабрики впоследствии оправдывался перед возмущенным модельером:

⁴³ Там же. С. 8.

⁴⁴ Там же. С. 41.

⁴⁵ Там же. С. 45.

«Не можем остановить производство. План. Что завезли, из того и шьем»⁴⁶.

Как видим, в условиях «развитого социализма» в плане массового производства модной одежды по сравнению с послевоенным временем мало что изменилось. Начиная с 1970-х годов в прессе звучала открытая критика этой системы. Прямо высказывались предложения о необходимости перехода на более гибкую и эффективную систему изготовления модной одежды малыми сериями и небольшими «пробными» партиями, о важности разработки особой молодежной моды, о совершенствовании рекламы и методов изучения покупательского спроса и проч.⁴⁷ Однако руководство СССР так и не смогло осуществить радикальных изменений, способствовавших бы решению задачи одеть советских людей по последней моде.

Новое время — новый потребитель

Как правило, в современном обществе человек одевается с учетом целого ряда факторов: размеров кошелька, эстетичности, практичности и функциональности платья, стремления подчеркнуть свою индивидуальность и стремления акцентировать внимание на достоинствах внешности и скрыть недостатки. Он выбирает одежду, соотносясь со своим вкусом, стилем, с представлениями о том, что ему идет и что нет, с возрастом, полом и проч., часто — исходя из советов окружающих (кто же идет покупать новый костюм или платье в одиночку?); наконец, с учетом требований современной моды. Но каково реальное место моды в этом длинном списке? Почему в тот или иной исторический период, в обществе при определенных условиях те или иные потребительские свойства товара выходят на первый план, а в других случаях именно модность изделия определяет спрос? Важно выяснить, в чем в данном плане заключается советская специфика.

В конце 1970-х — начале 1980-х годов модельер Вячеслав Зайцев вел рубрику «Практикум вкуса» в издававшемся в СССР стотысячными тиражами популярном журнале «Студенческий меридиан». В ней много говорили об истории костюма, о современных направлениях моды, о том, как найти свой стиль и образ. Молодые люди писали отклики на публикации, вступали в споры с мэтрами моды, высказывали наиболее болезненное. Андрей Лопатин из Томска в письме в журнал, в частности, отмечал: «Наконец-то понятие “модный” вытеснило такое глубоко укоренившееся понятие, как

⁴⁶ Там же. С. 45.

⁴⁷ Левашова А., Гордон И. Мода и экономика // Правда. 1971. 9 мая. С. 2.

«добротный»»⁴⁸ (выделено нами. — *Авторы*). А. Лопатин попал в точку, обратив внимание на смену принципиальных приоритетов: в 1970-е годы происходило вытеснение прежних, многие десятилетия остававшихся неизблемыми представлений об основных достоинствах одежды. По словам опытных продавцов столичного универмага «Москва», все больше внимания люди стали обращать на другие характеристики товара:

«Покупатель теперь не то чтобы равнодушен к таким достоинствам товара, как его прочность, нет, но он прежде всего желает, чтобы вещь была красивой, удобной, модной»⁴⁹.

Вплоть до конца 1960-х годов среди широких слоев населения продолжало господствовать мнение о том, что главным достоинством носильной вещи является *добротность и долговечность*. Такой сугубо «прагматический» подход к потребительским свойствам одежды был тесно связан как с патриархальной этикой, так и с низким уровнем доходов населения (в сочетании с относительно высокой ценой модных изделий), а также вечным дефицитом качественных вещей.

В конце 1960-х годов среди старшеклассников нескольких обычных московских школ и их родителей было проведено социологическое обследование, в ходе которого им был предложен вопрос: в какой мере мода, а в какой практическая необходимость определяют ваше желание иметь ту или иную вещь (речь шла не только об одежде). Показательно, что 95% родителей и 65% детей в качестве одного из ключевых факторов при покупке определили необходимость (насушные материальные потребности, а также функциональность вещи — защита от холода, непогоды и проч.), но не моду. Более того, 11% указали на практическую необходимость как единственный фактор. Вместе с тем, в число «необходимых вещей» родители включили полированную мебель, телевизор, пианино, пальто с норковым воротником и автомобиль. Детский список «необходимого» оказался еще внушительнее, в него попали предметы явно не первой необходимости: магнитофон, гитара, мотоцикл, кинокамера, даже автомобиль, часы, золотые украшения, а из обуви и одежды — французские сапоги и лаковые туфли, костюм джерси, куртки из болоньи, нейлоновые сорочки и проч.⁵⁰ В этой связи знаменательным был вывод социолога:

«Субъективно старшеклассники соединяют моду с необходимостью... для них модное становится необходимостью»⁵¹.

⁴⁸ Зайцев В.М. Этот многоликий мир моды. С. 36.

⁴⁹ Там же. С. 45.

⁵⁰ Фролова Н.Т. А в моде ли суть?: (опыт социально-психологического исследования вопросов моды) // Мода: за и против: [сб. ст. / ред.-сост. В.И. Толстых]. М., 1973. С. 207.

⁵¹ Там же. С. 208.

Безусловно, если бы подобное исследование было повторено спустя 20 лет — в конце 1980-х годов, то результат разительно отличался бы в пользу моды.

По большому счету, сразу после войны, когда одежды не хватало, когда потребительские свойства швейных изделий массового производства были крайне низкими, стране было «не до моды». Люди жили небогато, чтобы «гнаться» за модой, недоставало сил и средств. Главной задачей легкой промышленности стало скорейшее насыщение внутреннего рынка не столько модными, сколько добротными вещами. Это соответствовало как объективным потребностям того времени (одеть и обуть граждан), так и представлениям большинства населения о важнейших свойствах одежды. Данную задачу в целом удалось решить лишь в 1970-е годы, но к этому времени потребительские запросы населения ушли далеко вперед.

В 1960-х годах в СССР был осуществлен заметный рывок, направленный на повышение жизненного уровня и денежных доходов населения.

«В результате довольно значительные слои обрели некоторый достаток, — отмечают историки А.К. Соколов и В.С. Тяжельникова. — Большую часть общества охватила поистине *потребительская революция*: пожалуй, впервые за послевоенные годы жизнь складывалась спокойно и уже не так бедно, как прежде. На рубеже 1960—70-х годов стало престижным не просто добротно и качественно, но еще и модно одеваться»⁵².

Мода действительно превращалась в влиятельный фактор повседневной жизни. Одновременно она стала и важнейшей экономической категорией. В частности, наметилось противоречие между растущими запросами потребителей, обусловленными повышением уровня материальной обеспеченности и уровня культуры советских граждан и неспособностью промышленности удовлетворить эти запросы.

«По мере насыщения широкого рынка товарами проблемы, связанные с модой, становятся все острее», — признавали в 1971 г. авторы одной из статей в газете «Правда». Они призывали учесть, что «законам моды подчиняется товарооборот, исчисляемый десятками миллиардов рублей», а потому мода «требует серьезного к себе отношения»⁵³.

Иначе говоря, государство неожиданно столкнулось с проблемой — граждане отказывались покупать немодные вещи, что вело к их затовариванию и гигантским убыткам государства.

По своим физико-механическим показателям и добротности (возможности длительной носки) производимые в СССР в 1970—1980-х

⁵² Соколов А.К., Тяжельникова В.С. Курс советской истории, 1941—1991. М.: Высш. шк., 1999. С. 299.

⁵³ Правда. 1971. 9 мая. С. 2.

годах изделия, как правило, были не хуже зарубежных аналогов. Однако их фасоны вечно не успевали за модой. Имелась и еще одна очень существенная проблема. Несмотря на то, что в 1960-х годах много внимания уделялось совершенствованию классификации типоросторазмеров, в 1970—1980-х годах по некоторым характеристикам отечественные швейные изделия все еще уступали продукции развитых стран Запада. Особенно удручающая ситуация сложилась в СССР с детской и подростковой одеждой. Вплоть до середины 1980-х годов советские отраслевые стандарты вообще не предусматривали для детских вещей такого параметра, как полнота. Действительно, к чему детям «форсить» друг перед другом? Но если учесть, что под категорию «дети» попадали и подростки-акселераты до 18 лет, становится понятным, почему к изделиям советских швейников особенно критическим было отношение именно в молодежной среде. По признанию специалистов, в середине 1980-х годов швейная промышленность удовлетворяла соразмерной одеждой только 40% (!) детей. Параметры производимой в СССР детской и подростковой одежды были существенно усовершенствованы только во второй половине 1980-х годов. В это время провели специальные антропометрические обследования 50 тыс. детей до 18 лет в 25 регионах страны. Швейная промышленность согласилась производить одежду на 106 типовых фигур мальчиков и 105 — девочек разного возраста. Впервые в классификацию были включены две детские полноты. Однако внедрение этой более совершенной системы типоросторазмеров началось только в 1990 г., когда СССР находился в состоянии полураспада⁵⁴.

Важной статьёй расходной части семейного бюджета была и стоимость одежды. В 1960—1980-е годы в СССР эти расходы оставались весьма значительными, тем временем на Западе происходило заметное удешевление вещей при росте оплаты труда среднего класса. Несомненно, возможность менять одежду исходя из ее морального, а не физического износа, имела принципиальное значение для широкого распространения модных тенденций в обществе. Только при достижении определенного уровня материального благополучия человек готов сменить гардероб не из-за того, что одежда изнасилась, а потому, что вышла из моды или просто надоела.

Мог ли в рассматриваемый нами период советский человек, при уровне его доходов, позволить себе менять одежду исходя из ее морального износа? На этот вопрос, даже учитывая широкое распространение в СССР «самопошива», «блата» и других независимых от государства форм «самообеспечения», трудно дать однозначный ответ. С одной стороны, власть признавала, что даже в 1970-е годы покупка нового пальто, костюма или платья по-прежнему считалась «немаловажным

⁵⁴ URL: <http://www.cniishp.ru/index.php?pp=stat/Lopandina>

событием в жизни человека»⁵⁵. С другой стороны, в условиях усилившейся дифференциации советского общества появились сравнительно обеспеченные слои населения, а также значительно разнообразился выбор одежды на прилавках (и «под прилавком»), в ателье и др. И хотя в 1960—1980-е годы большинство советских граждан вынуждено было обходиться более чем скромным, по западным меркам, гардеробом⁵⁶, общим явлением стал рост их запросов и требований к качеству и эстетическим характеристикам товаров, а следовательно, требование соответствия современной моде выступало на первый план.

В связи с вышесказанным кажется поразительным, насколько закоснелыми и нерасторопными выглядели советские планово-директивные органы, от которых зависела корректировка производственных приоритетов. Возьмем, к примеру, стандарты производимых в СССР тканей. Известно, что и в 1930-е годы, когда большинство населения проживало в холодных деревенских избах, и в 1970—1980-е годы, при значительно возросшей численности городского населения, проживавшего в домах с центральным отоплением, приоритет не менялся. Вне зависимости от моды и от изменившихся условий жизни промышленность производила шерстяные и полушерстяные ткани — теплые и наиболее практичные в условиях холодного климата. Но вот незадача: забота о населении, доведенная до абсурда, способна вызвать только реакцию отторжения. Возьмем хорошо известный пример из советского прошлого — школьную форму для старшеклассниц 1970—1980-х годов. Ношение формы было обязательным во всех школьных учреждениях. Она моделировалась лучшими модельерами страны и действительно была достаточно нарядной, но в то же время скромной, практичной и — самое главное — дешевой. Проблема заключалась в том, что пошивалась эта форма исключительно из толстой шерстяной ткани. И если зимой это было преимущество, то в теплую погоду носить такую форму было настоящим мучением для школьников. Никакой специальной «летней» школьной формы не было предусмотрено.

Специалисты хорошо знали, что вплоть до распада СССР советские ГОСТы в принципе предусматривали изготовление значительно более плотных по структуре («толстых») тканей, чем на Западе. В данном отношении практические соображения о важности теплозащитных свойств одежды перекликались со стойким представлением о необхо-

⁵⁵ Правда. 1971. 9 мая. С. 2.

⁵⁶ В одном из своих интервью 1986 г. Пьер Карден упомянул, что средний француз меняет свой костюм раз в 5 лет, а пальто — раз в 9 лет. Даже с учетом относительности усредненных показателей, а также сравнительной консервативности мужской моды по сравнению с женской, данные Кардена говорят о том, что многие французы не слишком подвержены перемене модных тенденций и при выборе столь серьезной обновки, как костюм или пальто, большое внимание обращают на долговечность товара (Интервью с Пьером Карденом // Литературная газета. 1986. 15 сент. (№ 42). С. 14).

димости обеспечения большого срока носкости вещей. Руководство директивных органов даже в 1970—1980-е годы продолжало утверждать, что носкость и добротность (возможность длительного срока использования, а при необходимости и перелицовки) носильной вещи является ее приоритетной потребительской характеристикой.

К тому же вплоть до распада СССР при советском плановом хозяйстве не только в армии, но и «на гражданке» продолжали действовать нормы обеспечения и сроки службы той или иной вещи (пальто, костюм, платье, туфли и проч.) своему владельцу. Нормы эти определялись исходя из аксиомы о якобы сугубо рациональном отношении граждан к одежде. То есть, что они будут носить одно пальто годами, вплоть до физического износа (возможность морального износа вещи, в том числе и потому, что она вышла из моды, не учитывалась). Эти абстрактные «рациональные» соображения закладывались затем в объемы и пропорции планируемого фабричного производства, тем самым программируя отрыв от жизни директивного планирования.

Многих успокаивало то, что советские ткани и одежда имели ряд преимуществ перед западными аналогами. В частности, в СССР одежда производилась в основном из натуральных (более экологических и гигиеничных) и к тому же новых тканевых волокон, тогда как на Западе стремительно набирал обороты процесс химизации материалов и вторичной переработки сырья (из него получается одежда не самого высокого качества). Проблема заключалась лишь в том, что со временем предпочтения советского потребителя все существеннее расходились с позицией руководства, которое упорно не желало замечать происходящих перемен в потребительском поведении людей.

В принципе одежда из более плотной ткани, а тем более из новых волокон, служит значительно дольше. Однако было ли это нужно поколению 1970—1980-х годов? Хотели ли молодые люди, чтобы, как во времена их дедов, одежду изнашивали до дыр, и она как большая ценность передавалась по наследству? А что же мода? Что делать, если в 1960—1980-е годы становилось все более заметным желание советских людей одеваться модно и стильно? Что делать, если с 1960-х годов сменяемость модных циклов во всем мире резко ускорилась, в результате чего вещи все быстрее выходили из моды, теряя свою привлекательность?

Почему в 1960-е годы вместе с легитимацией моды в СССР и признанием на словах ее важной социокультурной функции в современном обществе не пришло четкое понимание очевидной закономерности — возросшее влияние моды ведет к решительной смене потребительских приоритетов населения? Почему после официального признания моды произошло лишь несущественное обновление «внешнего фасада» хозяйственной системы (например, увеличение числа творческих моделирующих организаций, не имеющих реальных рычагов влияния на производство), но не ее фундаментальных основ?

В таком случае может ли легитимация моды в СССР быть названа неполной, половинчатой? Быть может, секрет такой половинчатости кроется помимо прочего и в том, что тогда руководство СССР вынуждено было бы признать присутствие в стране тенденций происходившей на Западе потребительской революции, которая как таковая не только никогда не признавалась, но и воспринималась как совершенно чуждая советскому обществу «зараза».

Изучение деятельности разных учреждений, так или иначе связанных с моделированием, производством одежды и пропагандой моды, подводит и к выводу об отсутствии у них единой позиции: одни структуры ратовали за моду, как важнейший инструмент обновления, а другие продолжали следовать установкам и нормативам, никак не вписывавшимся в позитивное отношение к моде и ее роли в обществе. В основе подобных действий лежали не только искренняя убежденность чиновников в своей правоте в отношении заботы о советских людях (чтобы они одевались в теплую и гигиеничную одежду) или игнорирование потребительских настроений людей, но и узковедомственные интересы. Все эти противоречия и ведомственные «игры» вокруг одежды и моды только усугубляли ситуацию на накалявшемся потребительском рынке.

Имелось и еще одно, очень важное для нашей темы следствие того, что СССР традиционно производил одежду из более «плотной» ткани, чем на Западе. Дело в том, что одежда советского производства была примерно в 1,5 раза тяжелее импортных изделий. Пошитая из более «легкой» и тонкой по фактуре ткани, импортная одежда уже в силу этого обстоятельства (безотносительно к фасону или модели) лучше смотрелась⁵⁷. Для читателей-мужчин поясняем, что субъективно ощущения обычной советской женщины, ранее носившей лишь изделия советского швейпрома, надеть хорошо сшитое, легкое, эластичное, как «собственная кожа», импортное платье сравнимы с тем, как если бы пересечь из «Жигулей» в иномарку. Постепенно груз неудовлетворенности советским легпромом нарастал, а предпочтение потребителем импортных вещей перерастало в политическую оценку самой советской системы.

Разница между советской и импортной тканью (и соответственно — одеждой) была давно хорошо известна специалистам — модельерам, конструкторам одежды, манекенщицам и т.д. Все без исключения проинтервьюированные нами бывшие работники этого «цеха» в один голос утверждали, что при моделировании одежды, а также при демонстрации новых моделей с «легкими» импортными тканями работать было значительно проще. В этом отношении советские модельеры, которых заставляли моделировать преимущественно из отечественных тканей и при этом выдерживать конкуренцию с западными модными домами, находились в худшем положении по сравнению с

⁵⁷ URL: <http://www.cniishp.ru/index.php?pp=stat/Babadjanov>

зарубежными коллегами. Для того, чтобы «заставить» ткань советского производства «заиграть» так, как нужно, кроме таланта, требовалось еще большое трудолюбие и находчивость.

Особенно существенные изменения наблюдались в среде советской молодежи, потребительские приоритеты которой отличались от предпочтений старшего поколения. Большинство «стариков», в 1960—1980-е годы получая скромные пенсии и продолжая по традиции материально поддерживать детей и внуков, донашивали свои старые вещи. Пенсионеры не могли себе позволить менять одежду в соответствии с требованиями моды. Да и вряд ли стали бы это делать, если бы и имелась такая возможность: большинство представителей старшего поколения, которому многое пришлось пережить на своем веку, главным в жизни считали отнюдь не модную одежду.

С 1960-х годов началась экспансия молодежного стиля во «взрослую моду». Молодежная тема оказалась самой популярной, в моде для молодых 1960—1980-х годов происходили наиболее заметные перемены, и именно «бунтующее» молодое поколение на Западе подсказывало новые темы художникам. Игнорировать эти тенденции, проникшие и в СССР, было невозможно. Во всем мире, включая и европейские социалистические страны⁵⁸, мода поворачивалась к молодежной аудитории. Однако в СССР даже само существование молодежной субкультуры и молодежной моды долгое время не признавалось⁵⁹.

«Запретный плод» и дефицит модной одежды в открытой торговле не только подогревали общественный интерес к моде, но и способствовали увлечению населения престижными и «китчевыми» вещами, зачастую без учета того, идут они данному человеку или нет. Во многих случаях соображения престижности превалировали над вкусом, в известной мере «корректируя» модные тенденции в СССР. Власть же, в принципе уже в 1970-е годы понимая необходимость перемен в организации производства модной одежды, из последних сил цеплялась за идеологические стереотипы⁶⁰. Вопрос о моде все больше приобретал политический характер.

В 1960-х годах в число «нежелательных» элементов западной моды попала даже джинсовая одежда, дефицит которой в СССР способство-

⁵⁸ Любопытен эксперимент конца 1960-х годов по инициированному государством созданию в ГДР особой молодежной моды, не получивший, несмотря на положительные результаты, своего продолжения и заметного отклика в рамках СЭВ и в СССР (*Heldmann Ph. Konsumpolitik in der DDR: Jugendmode in den sechziger Jahren // Konsumpolitik. Die Regulierung des Privaten Verbrauchs im 20. Jahrhundert / Hrsg. von Harmut Berghoff. Goettingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 1999. S. 135—158*). Об опыте производства и продажи модных товаров в Болгарии, ГДР, Венгрии, Чехословакии также см.: *Савенкова Т.И. Промышленность и мода (маркетинг и его возможности)*. М.: Знание, 1989. С. 57—63.

⁵⁹ Об отсутствии в СССР молодежной моды см.: *Зайцев В.М. Этот многоликий мир моды*. С. 41—43.

⁶⁰ *Гофман А.Б. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения*. М.: Наука, 1994. С. 122—123.

вал гиперболизации модных настроений и развитию, как тогда было принято говорить, «нездоровых общественных явлений». Несмотря ни на что, в 1970-е годы эта удобная и практичная одежда получила массовое распространение, прежде всего, среди молодых людей. Власть вынуждена была идти на уступки, но не во всем. В частности, апеллируя к традиционным общественным нормам поведения, а также правилам этики, советские идеологи и специалисты в области моды категорически отказывались признавать «универсальность» джинсовой моды, выступая против ее засилья. В тех же случаях, когда приверженность джинсовой моде «переходит все границы разумного и дозволенного», советские модельеры ратовали за введение определенных ограничений, по сути — за государственное регулирование моды.

«Произошла парадоксальная вещь: джинсы стали порой ограничивать гардероб нашего современника. Их носят буквально круглый год, не утруждая себя поисками своего образа, своего стиля в одежде, что приводит к неряшливости и единообразию... Став общепринятой модой, джинсы в то же время превратились в своего рода униформу, подавляющую всякое проявление вкуса», — с явной горечью отмечал в 1982 г. ведущий советский модельер Вячеслав Зайцев⁶¹.

По его мнению, джинсы должны сохранить свое предназначение деловой и спортивной одежды, уместной прежде всего на производстве, в студенческой аудитории или на отдыхе. Однако в качестве выходной одежды они категорически не рекомендовались. Особое негодование вызывало преклонение части молодежи перед дефицитными в СССР иностранными «фирменными» джинсами, а также наметившаяся к началу 1980-х годов тенденция ношения джинсов в театре.

«...В последнее время кое-кто считает, например, совершенно естественным надевать джинсы в театр. А прийти в них в гости, даже к незнакомым или малознакомым людям, вообще не считается у такого рода “авангардистов” дурным тоном», — высказывал свою точку зрения В. Зайцев⁶².

В СССР официальное предпочтение всегда отдавалось платью классического кроя. Это было связано не только с тем, что не умеющей перестраиваться в соответствии с веяниями моды советской швейной промышленности очень «подходила» сравнительно малая изменчивость «классики». Дело было в господствующем представлении о ней как о «вечно модном», своего рода «универсальном» стиле, соответствующем представлениям о «хорошем вкусе». Показательно, что разработанная с разными вариациями в 1960—1970-е годы по за-

⁶¹ Зайцев В.М. Этот многоликий мир моды. С. 18—19.

⁶² Там же. С. 18.

казу государства лучшими модельерами страны школьная форма тоже была решена в классическом ключе. Причем первоначальные идеи самих модельеров, исходивших из соображений практичности и популярности стиля и материала в молодежной среде (например, для мальчиков предлагался свитер из искусственного волокна и заправляемые в ботинки немнущиеся и непромокаемые эластичные брюки), были категорически отвергнуты, прежде всего, по соображениям эстетики и воспитательного значения носимой одежды.

Не вдаваясь в детали, хотелось бы обратить внимание на широкую распространенность в советском обществе (впрочем, не только в нем) точки зрения о дисциплинирующей и воспитательной роли «правильной» одежды, в особенности для школьников и подростков. Она нашла выражение, в частности, во введении в СССР с 1960-х годов обязательной и единой для всех школьной формы, в разработке эскизов (между прочим, ведущими модельерами страны из Общесоюзного Дома моделей одежды) особой формы для пионеров, для комсомольцев, в создании отдельной формы для главных пионерских лагерей — «Артека», «Орленка» (в них даже каждая дружина имела свою форму).

В 1970-е годы советские идеологи рассматривали молодежь как социальную категорию с наименее «устоявшимися» привычками, наименее связанную с бытующими традициями, обычаями и потому наиболее восприимчивую к модным новшествам.

«Излишняя приверженность моде, внушаемость может отрицательно сказаться на духовном развитии личности, задержать его, отвлечь от главного. Эта своеобразная “болезнь роста” становится опасной, если... внешняя, “вещная” сторона жизни превалирует над внутренней, духовной и человек оказывается под влиянием “потребительской психологии”», — писал философ В. Толстых⁶³.

Хотя конфликт поколений в советском обществе 1960—1980-х годов был налицо, и отношение к моде, одежде и поведению было лишь внешним выражением данной проблемы, официальная пропаганда упорно не хотела признавать существования данного конфликта.

В отношении к моде действительно стало проявляться разное понимание жизненных ценностей старшим поколением и молодежью, желавшей одеваться модно и красиво. По данным социологических обследований середины 1980-х годов, около 30% взрослого населения СССР не интересовались модой, не относя ее к важным сторонам жизни и предпочитая по-прежнему оценивать одежду по ее традиционным потребительским характеристикам — добротности, привлекательности и проч. В то же время среди сторонников обязательного следования

⁶³ Толстых В.И. *Мода как социальный феномен // Мода: за и против: [сб. ст. / ред.-сост. В.И. Толстых]. М.: Искусство, 1973. С. 38.*

последней моде оказалось особенно много молодых людей — 90—95% советских юношей и девушек в возрасте 17—18 лет, причем 20% из них назвались «фанатами моды». По другим данным, от 10% до 20% молодежи европейской части СССР (в зависимости от региона) предпочитали носить вещи именно в авангардном стиле, а 50—60% юношей и девушек, по их словам, ориентировалось на уже признанную моду⁶⁴. Страна переживала «модный бум», в который оказались вовлечены преимущественно младшее и среднее поколение — социально, политически и экономически наиболее активные граждане.

Взрывной характер охватившего советское общество в 1970—1980-е годы «модного бума» был связан не только с такими отмеченными выше факторами, как общее повышение благосостояния граждан (материальная основа для смены потребительских предпочтений и следования моде), количественное насыщение прилавков магазинов добротной одеждой и появление возможности ее выбора, общий рост потребительских запросов всех категорий граждан, а также особый интерес к моде со стороны молодежи. Действовал и еще один немаловажный фактор, оказавший существенное влияние на изменения в представлениях советских людей о моде.

Речь идет об интенсивном разрушении патриархальных ценностей и окончательной победе городской культуры на фоне процессов урбанизации и перехода СССР от преимущественно аграрного общества к индустриальному⁶⁵. В то время, когда развитые страны Запада входили в эпоху постиндустриального общества, в СССР только лишь сформировались основные признаки индустриального общества, причем разрыв оказался наиболее заметен именно в отраслях, ориентированных на потребление. Расширялась сфера влияния моды.

В 1970-е годы специалисты отмечали, что «из года в год возрастает как количество людей, следующих моде, так и количество суточного времени, в течение которого человек стремится быть “модным”»⁶⁶.

Не секрет, что послевоенное советское общество сохраняло много особенностей, свойственных традиционному обществу, консервации которых способствовал деревенский уклад жизни. В частности, не слишком поощрялось выражение человеком собственной индивиду-

⁶⁴ *Топалов М.Н.* Указ. соч. С. 23, 31, 39. К сожалению, мы не имеем более подробных данных об этих обследованиях и не можем судить о степени их репрезентативности.

⁶⁵ Если в 1939 г. колхозники составляли 46,2% граждан СССР, то в 1979 г. — всего 15%. По официальным данным, с 1939 по 1980 г. население городов увеличилось с 56 до 180 млн. чел. Согласно переписи 1979 г., численность городского населения СССР составляла 62% (*Соколов А.К., Тяжельникова В.С.* Указ. соч. С. 292, 294).

⁶⁶ *Харчев А.Г.* Мода и искусство // Мода: за и против. М.: Искусство, 1973. С. 110—111.

альности, в большей мере ценилась приверженность к ясно очерченным социальным нормам и ожиданиям. Все это, безусловно, влияло на господствующие в повседневной жизни представления о моде, поведении, манере одеваться и проч. Ситуация осложнялась тем, что в СССР многие традиционные нормы стали составной частью системы «социалистических ценностей». Ценности социалистической морали поддерживались государством и пропагандировались, их ревизия рассматривалась как покушение на морально-этические основы социализма. Неизбежными были и коллизии внутри общества, проходившие прежде всего по линии поколений. Наличие таких коллизий в СССР не признавалось, их особенности и последствия до сих пор не изучены. Фактором, придавшим этому процессу дополнительное ускорение, оказалось совпадение по времени мощных процессов урбанизации со вступлением советского общества в эпоху потребительской революции.

По сути дела, «модный бум» пришелся на переходный период, когда десятки миллионов преимущественно молодых людей оказались по существу в условиях культурной трансформации. К примеру, дольше, чем во многих западноевропейских странах, в СССР сохранялось строгая черта между тем, что считалось приличным и неприличным в женской и мужской одежде. Появление женщины в брюках рассматривалось как скандальная выходка и угроза общественной нравственности. Осуждалось ношение женщинами брюк в официальных учреждениях и общественных местах. Долго сохранялись и регламентирующие требования к внешнему виду и к поведению юношей.

Говоря об особенностях советской моды и культуры одеваться, нелишне заметить, что на Западе, в отличие от СССР, в силу целого ряда причин, социальные и биологические границы молодого возраста стремительно расширялись, а старости — сокращались. В СССР молодость человека (особенно у женщин), которой соответствовала определенная манера поведения и стиль одежды, была сравнительно коротка, «нарушение» возрастных границ традиционной этикой не приветствовалось.

Хорошо знакомые многим осуждающе морализаторские реплики старших: «Мужик, а отрастил волосы, как баба!» — это не что иное, как отражение традиционалистских представлений о внешности, особенно стойких в старших возрастных группах. Подобные устойчивые стереотипы «корректировали» модные тенденции в любом обществе. В СССР они преобладали, по крайней мере, до конца 1960-х годов. Потому-то тогдашняя мужская мода на бороды и длинные волосы, как и женская мода на мини-юбки, была встречена многими с осуждением. Тенденции «социального контроля» не являлись, конечно, исключительно советским феноменом. Они были широко распространены и в Европе. Например, в соседней Финляндии они были весьма сильны в послевоенный период, совершенно исчезнув здесь к концу XX в.

Что касается общепринятых приличий в отношении полов и разных возрастных групп, то и они доминировали в советском негласном «кодексе» выбора одежды дольше, чем на Западе. Конечно, эти «правила» и там никогда совершенно не исчезали, но постепенно, как хорошо показал на примере ситуации в Нидерландах в 1930—1980-е годы К. Воутерс, они стали более открытыми и гибкими⁶⁷.

В СССР ситуация осложнялась еще и тем, что многие нормы поведения уходили своими корнями в традиции религиозной православной этики, весьма стойкие в общественном сознании. Как и в случае с ценностями традиционного общества, в СССР они зачастую были адаптированы к системе социалистической морали. Поэтому даже атеистам носить «так-о-о-е» зачастую не позволял не столько партбилет в кармане, сколько «внутренняя цензура» — представления о скромности, стыде, об общепринятых нормах поведения и проч.

Безусловно, в плане негласной регламентации советская культура одеваться всегда отличалась от более «либерального» и терпимого к проявлениям самовыражения Запада. Особенно четко это прослеживается в отношении места и обстоятельств, при которых та или иная одежда казалась уместной. К примеру, в 1960-е годы советской учительнице могла приглянуться модная мини-юбка или кофточка с декольте. Пойти в такой одежде в ресторан или на концерт, вероятно, она могла бы рискнуть. Но показаться на работе — в школе, среди коллег и учеников, вряд ли решилась.

Поход в театр тоже «требовал» более строгой и нарядной одежды. Бывавшие в СССР иностранцы, видевшие скромный достаток советских людей, нередко удивлялись их «аристократическим привычкам» — тому, например, что в учреждения культуры — театры, концертные залы и музеи — не стовариваясь, приходят как на праздник или в храм, неизменно одевая свою лучшую, выходную одежду. К сожалению, особенности культурно-поведенческих практик и представлений, в том числе связанных с модой и культурой одеваться в разные периоды советской истории, по большому счету, еще не изучены.

Тем не менее, очевидно, что социальный контроль за общепринятыми приличиями в одежде, причёске, поведении отличался в СССР особой силой и часто выражался в отрывой форме, что делалось, конечно, нередко с одобрения властей. Интересный и сравнительно малоисследованный вопрос — насколько этот контроль за отдельным гражданином со стороны социума был, во-первых, одномерным и консервативным; во-вторых, в какой мере он являлся результатом или поддерживался традиционалистскими особенностями советских

⁶⁷ См.: *Wouters C. Developments of the Behavioural Codes Between the Sexes: The Formalization of Informalization in the Netherlands, 1930—1985 // Theory, Culture & Society. 1987. N 4, 2/3. P. 405—427.*

социальных структур, стойкими деревенскими традициями или сохранявшейся, несмотря на официальный атеизм, религиозной этикой. Наконец, следует учитывать то, в какой степени этот контроль выступал как составная часть официальной коллективистской идеологии, поощряемой властями. В исследовании вопроса о факторах социальной регламентации важно оценить, в какой мере указанные тенденции перекликались, как взаимодействовали, в каком отношении они усиливали или ослабляли друг друга.

Конечно, приведенный выше пример скромной учительницы являл только одну сторону медали. В обществе можно было наблюдать самые разные явления, поскольку приобщение к городской культуре носило долговременный и противоречивый характер. К примеру, в 1960—1970-е годы упитанные розовощекие вчерашние доярки и скотницы, мечтавшие как можно быстрее «стать городскими», самым простым способом достижения своей цели видели модную одежду, диету и пристрастие к косметике. В 1980-е годы разрушение традиционных норм, безволие господствующей идеологии и растущая социальная дифференциация позднего советского общества способствовали нарастанию кризиса социалистической морали и этики, росту популярности внешне притягательных ценностей западного мира. Это выражалось в том числе в уже знакомых «подражательских» настроениях: многие девушки и молодые женщины, стремясь походить на западных моделей с обложек глянцевого журналов, явно переусердствовали с макияжем и в манере одеваться. Секретарша, ранним утром спешившая на метро в свой офис, нередко выглядела, благоухая духами, так, будто собралась на тусовку в ночной клуб. Повидимому, только лишь реакцией общества на «падение диктаторских оков» социалистической морали сложно объяснить общее падение нравов и распространившуюся в конце 1980-х — начале 1990-х годов вульгарность, подчас заслонившую собой настоящую моду.

Если посмотреть советскую производственную статистику 1960—1980-х годов, то внешне она выглядит более чем благополучной. За 15 лет (с 1960 по 1975 г.) объем валовой продукции швейпрома вырос в 2,4 раза. Правда, средние темпы ежегодного прироста произведенных швейных изделий снизились с 12% в 1966—1970 гг. до 3,5% в 1971—1975 гг. К 1990 г. швейная отрасль, в которой трудилось порядка 500 тыс. чел., ежегодно производила 315 млн. единиц основных видов швейных изделий для взрослых и детей⁶⁸. Хотя в пересчете на душу населения это было не так уж и много, но если учесть еще индпошив, местную промышленность, экспорт одежды и самопошив, то можно сказать, что по количеству швейных изделий ситуация в стране была не такой уж плохой. Однако это не означало, что столь же благополучной она была в плане качества.

⁶⁸ URL: <http://www.cniishp.ru/index.php?pp=stat/Bobrova>

Когда к середине 1980-х годов советской промышленности удалось завалить прилавки магазинов вполне добротной продукцией массового фабричного производства, оказалось, что она зачастую не находит сбыта. Изделия не соответствовали мировым стандартам качества и моды, на которые уже ориентировался взыскательный советский потребитель. Созданная в послевоенном СССР система разработки и производства одежды с учетом тенденций советской моды не просто не оправдала себя, о чем специалисты предупреждали еще в начале 1970-х годов, предлагая конкретные (но так и не реализованные) меры по реформированию модной отрасли⁶⁹.

В 1960-е годы зарождающаяся советская мода, как и триумфальные успехи в освоении космоса, воспринималась как символ обновления, фактор национальной гордости и источник веры в светлое будущее. Спустя 20 лет на фоне далеких от повседневной жизни космических достижений СССР явные неудачи в «укрошении» моды были особенно ощутимы. В 1980-е годы ситуация на потребительском рынке превратилась в важнейший фактор разочарования советских граждан в созидательных способностях социализма, став одним из «могильщиков» советской системы.

Из-за массового затоваривания неудовлетворенный спрос населения на изделия легкой промышленности достиг к 1988 г. астрономической цифры в 8 млрд. руб.⁷⁰ По подсчетам специалистов, 87% имевшихся к этому времени в стране (в магазинах и на складах) товаров отечественного легпрома являлись неходовыми, залежалыми или вышедшими из моды⁷¹. А промышленность продолжала гнать вал.

Наиболее показательной оказалась ситуация с обувью. В 1986 г. СССР выпустил 801 млн. пар обуви — значительно больше, чем все остальные страны-члены СЭВ вместе взятые, и больше, чем США⁷². Однако это не означало, что покупательский спрос был полностью удовлетворен. Люди жаловались, что модной и качественной модельной обуви по-прежнему не хватает. С новыми перспективными моделями, разрабатывавшимися советскими дизайнерами, при внедрении на поток происходили те же метаморфозы, что и с моделями одежды.

В начале 1980-х годов коммунистическая риторика и идея о постепенном отмирании моды была забыта. Наоборот, в то время, когда, по прикидкам Н.С. Хрущева, СССР должен был уже вступить в начальную стадию коммунизма, задача срочного увеличения производства модных вещей оказалась в числе приоритетных. Термин «особо модная продукция» стал мелькать в печати и на страницах партийных документов. Задания по изготовлению «особо модной продукции» теперь включались специальной строкой в планово-отчетные показа-

⁶⁹ Правда. 1971. 9 мая. С. 2.

⁷⁰ Савенкова Т.И. Указ. соч. С. 6.

⁷¹ Там же.

⁷² Там же. С. 7.

тели развития экономики подобно тому, как в середине 1930-х годов предприятия легкой и пищевой промышленности отчитывались за расширение ассортимента изделий.

На 12-ю пятилетку (1985—1990 гг.) была поставлена задача утроить производство особо модных изделий. Между тем, по официальным данным ЦСУ СССР, к 1985 г. доля таковых в общем объеме производимой в стране одежды составляла лишь 1,8% (!)⁷³. Намеченное к 1990 г. утроение от столь низкой точки отсчета вряд ли могло кардинально изменить ситуацию.

Так что же именно все эти годы контролировали (или стремились контролировать и регулировать) советское государство и партия, если в своем зените швейная промышленность СССР производила столь незначительное количество особо модной продукции? К чему тогда была вся эта тщательно создаваемая в течение десятилетий самая разветвленная в мире система советской моды во главе с ВИАЛегпромом, с сотнями моделирующих подразделений разного уровня, десятками Домов моделей и НИИ с тысячами квалифицированных модельеров, которые ежегодно давали «на гора» десятки тысяч новых моделей?

В спешном порядке государством была выделена валюта для технико-технологического переоборудования ведущих швейных объединений страны и закупки западных лицензий. В этом направлении было сделано, судя по всему, действительно немало. В середине 1980-х годов было проведено коренное переоборудование предприятий, для фабрик закупили новую японскую и немецкую технику. Это позволило выпускать одежду самого высокого качества. Кроме того, после изучения западного рынка в 1983 г. Минлегпром закупил для ПШО «Женская мода» лицензию итальянской фирмы «Группа финенсарио италиано». На этой основе фабрика «Москвичка» (базовое предприятие этого объединения) приступила к выпуску одежды по 150 итальянских моделей в год. То есть, фактически с 1985 г. «Москвичка» целиком перешла на изготовление женской одежды по модным итальянским моделям. Другие московские ПШО «Салют» и «Радуга» тоже оказались обеспечены лицензиями ведущих западных фирм⁷⁴.

Имелось, однако, две проблемы. Первая заключалась в том, что коренная модернизация коснулась только ведущих фабрик страны. Вторая в том, что эффект от принятых мер имел отложенный характер и должен был сказаться в конце 1980-х годов. Однако в это время экономика СССР была уже настолько разбалансирована, что положительные результаты так и не наступили.

Принципиально новым моментом стало решение допустить, наконец, давно стремившегося на советский рынок одного из самых из-

⁷³ Топалов М.Н. Указ. соч. С. 39.

⁷⁴ Интервью с бывшим директором ПШО «Женская мода» Х., 15 ноября 2006 г.

вестных французских модельеров Пьера Кардена. Бывший манекенщик Кристиана Диора, в 1960-е годы он прославился как сторонник демократичной моды *rêt-à-porter*, симпатизировал социализму и даже был прозван на родине «красным кутюрье». Карден впервые побывал в СССР еще в 1963 г. Он завел знакомство с влиятельным министром культуры Екатериной Фурцевой, шил костюмы для балетной примы Майи Плисецкой, был в приятельских отношениях с поэтом Андреем Вознесенским и заслужил благосклонность советских театральных деятелей после того, как в 1970-е годы организовал гастроли театра «Ленком» по Франции и США. Неудивительно, что в 1970—1980-е годы именно Карден оказался в СССР «на слуху», что общественное мнение ассоциировало «настоящую французскую моду» именно с его именем, а пределом мечтаний советских женщин было «платье от Кардена».

Однако только в 1986 г. Минлегпром решился, наконец, подписать с парижским кутюрье контракт на фабричное производство в СССР одежды по его лекалам. Но вскоре после начала реализации проекта Советский Союз распался. «Я ведь мог тогда одеть всю вашу огромную страну! И мужчин, и женщин, и детей. У меня было 30 заводов, которые выпускали одежду под моим именем. Эти заводы находились и в Минске, и в разных городах Сибири. Например, в Челябинске был завод. Я до сих пор с нежностью вспоминаю его. И советские люди очень хорошо работали. Единственное, на что я мог пожаловаться, так это на ткани. Это были ужасные советские ткани, но завозить настоящие французские было бы очень дорого», — вспоминал о том времени Пьер Карден в одном из своих интервью в 2007 г.⁷⁵ С распадом СССР, казалось, канула в Лету и идея государственного регулирования вопросов культуры одежды, моды и красоты.

Мода и потребление в плановой экономике

В советской экономической теории мода была неотъемлемой частью капиталистической системы хозяйствования. Она искусственно, с целью получения прибыли и расширения товарного рынка, побуждала потребителей покупать все новую и новую одежду, в соответствии с меняющимися модными стилями, и тем самым неразумно тратить свои кровные. Советская экономика должна была стать противоположностью этому, поставив во главу угла принцип рациональности. Мода в разумные каноны не вписывалась и должна была, в теории, стать исчезающим явлением.

Художники-авангардисты в послереволюционной Советской России отреагировали соответствующим образом. В начале 1920-х годов

⁷⁵ URL: www.kommersant.ru/k-money/get_page.asp?page_id

они создали «антимоду» — одежду, которая была функциональной и практичной, в принципе «почти вечной» по стилю, раз были найдены, как тогда казалось, ее идеальные функциональные и эстетические формы и материал. Кроме того, одежда победившего пролетариата должна была нести идею равенства полов и потому следовать стилю «унисекс». Началось создание формы для рабочих и специалистов, адаптированной к различным профессиям и специфике их труда. Но были разработаны и модели такой универсальной одежды для советских празднеств.

Многие из этих удивительных и одновременно наивных революционных художественных экспериментов в области нового стиля и дизайна одежды, в которых с энтузиазмом участвовали выдающиеся русские художники, ныне вошли в сокровищницу мирового искусства. Однако, несмотря на ожидания, эти эксперименты, по большому счету, оказались нежизненными и не оказали заметного влияния на советский повседневный быт 1920—1930-х годов. Тем не менее, отношение к моде, как к «пережитку прошлого», получило довольно широкое распространение, особенно среди радикально настроенной молодежи.

В середине 1930-х годов в рамках нового концепта «советской культурности», означившего возврат к традиционным ценностям, стало меняться и отношение к моде в сторону ее «деидеологизации». Желание граждан, особенно женщин, следовать моде стало признаваться естественной потребностью. Мужская мода в то время менялась еще медленно, и с ней было легче справляться в условиях плановой экономики, чем с женской модой. Правда, следует признать, что в целом в довоенный период влияние моды в СССР было весьма ограниченным. В условиях острой нехватки и дороговизны любой одежды и обуви (в некоторых регионах страны из-за отсутствия обуви дети зимой не посещали школу) подавляющему большинству населения было «не до моды».

Тем не менее, парадоксальным образом прежде гонимая мода получила право на существование в условиях «сталинского социализма». С ней, как и со многими другими человеческими «слабостями», вроде тяги к красоте и комфорту, оказалось легче ужиться, чем продолжать бесполезную борьбу. Правда, время от времени некоторые особо рьяные сторонники коммунистической морали напоминали о ее «буржуазном» происхождении, «тлетворном влиянии» и чуждой природе.

Кроме того, нельзя не обратить внимания на то, что многие принципиальные идеологические и экономические вопросы, связанные с модой при социализме, в довоенный период, а также сразу после войны в идеологических и профессиональных кругах просто не поднимались. Вероятно, в условиях массовых репрессий затрагивать эту «скользкую» тему было небезопасно.

Между тем, в послевоенный период, по мере расширения влияния моды в обществе и в связи с потребностью совершенствования плановой централизованной экономики, этот важный вопрос не мог быть

оставлен «на усмотрение рынка» или отдан «на откуп» потребителям. Мода, как и все другие вопросы, связанные с частным потреблением, была признана делом государственным.

Несмотря на большие усилия, вложенные в моделирование одежды, мода в СССР все же оставалась аномалией. Она действительно не вписывалась в плановую централизованную экономику. Мода, как известно, часто неожиданно меняется, и поэтому ее трудно предсказать и почти невозможно спланировать. В советской экономике, наоборот, производство всего и вся, вплоть до заклепок и цветовой гаммы выпускаемой материи, планировалось на годы вперед.

Идеал достижения прогресса в экономической, социальной, культурной сферах являлся центральной частью доктрины построения социализма в СССР. Плановая централизованная экономика должна была служить концентрации всех ресурсов в руках государства и их максимально эффективному использованию на общественные нужды. В соответствии с марксистской доктриной, непрерывное восхождение к идеалу не прекратилось бы вплоть до достижения заключительного этапа развития — коммунизма. Именно такая задача была зафиксирована в принятой в 1961 г. третьей Программе КПСС.

Советские люди должны были не просто приспособиться к этому процессу и адаптироваться к новым условиям и образу жизни. Они должны были соответствовать коммунистическому идеалу — сознательной, гармонично развитой, образованной и культурной личности. В числе прочего это подразумевало привитие гражданам наиболее совершенных норм этикета, а также высоких стандартов вкуса, в том числе в отношении моды и культуры одежды.

Между тем принятие на рубеже 1950—1960-х годов руководством страны курса на построение коммунизма совпало по времени со второй волной советской модернизации. Одним из знаковых событий этого периода стало достигнутое, наконец, в СССР в результате массовых миграционных процессов численное преобладание городского населения над сельским. Тем не менее, традиционные ценности и нормы поведения оставались весьма распространенными как в деревне, так и в городе, особенно среди новых мигрантов и старшего поколения советских людей.

Модернизация в советском понимании была тесно связана с концепцией научно-технического прогресса, неотделимого от рационального планирования народного хозяйства, прогнозирования и т.д. Страна жила от одной пятилетки к другой по казавшимся незыблемыми «экономическим законам социализма», которые, как утверждалось, уберегали страну от характерных для Запада экономических кризисов.

Все это было прямой противоположностью моде с ее непредсказуемой природой. Однако игнорировать все более влиятельную моду было невозможно: обратной стороной политики продвижения образования и культуры в массы, а также курса на увеличение производ-

ства товаров народного потребления стал рост интереса населения к моде. Приходилось все в большей мере учитывать модные тенденции и при планировании производства одежды. Одновременно власть обнаружила, что вместо борьбы с модой, что раньше периодически случалось в периоды идеологических кампаний, моду можно обратить на пользу социалистического строительства.

Уже в 1950—1960-е годы в СССР начали четко просматриваться «проблемные» для идеологов коммунизма закономерности. Основное противоречие заключалось в том, что улучшение благосостояния граждан и повышение потребительских стандартов жизни влекло за собой систематическое повышение планки общественных потребностей. С одной стороны, желание жить лучше, иметь отдельную квартиру и машину, одеваться в модную и красивую одежду было признано естественной потребностью человека. С другой стороны, становилось все более очевидным, что в полной мере удовлетворить растущие потребности невозможно, поскольку их рост все время опережает возможности государства по их удовлетворению.

Существенной стороной модернизационных процессов в сфере потребления, которые могут быть с осторожностью охарактеризованы как «потребительская революция советского типа», являлась мода. Важно подчеркнуть, что, в отличие от западных стран, в СССР примерно с 1960-х годов происходил процесс выхода моды за пределы преимущественно социального и культурного поля и превращения этого феномена еще и в *системный экономический фактор* в рамках советского хозяйственного механизма. Не в последнюю очередь, конечно, это было связано с увеличением общего удельного веса «потребительской отрасли» в экономике страны (производство и реализация продуктов питания, товаров народного потребления, строительство жилья, объектов социально-бытового назначения и проч.).

Знаменательным событием стало принятое в это время во многом вынужденное решение учитывать модные тенденции при планировании и народнохозяйственном прогнозировании производства и потребления товаров. И это при том, что, как уже упоминалось выше, иррациональная по своей природе мода чужеродна принципам директивного планирования. Несмотря на неоднократные усилия «встроить» моду в советскую экономику, попытки ее регулирования в целом оказались неэффективными. Законы функционирования моды и смены модных циклов советским специалистам разгадать так и не удалось. В итоге мода, подобно природной стихии, привнесла элемент непредсказуемости в годовое и пятилетнее планирование. Последствия этого до сих пор не изучены.

Отдельного исследования заслуживает проблема взаимоотношений моделирующих структур и производства. В течение всей советской эпохи швейные фабрики не были свободны от многочисленных

формальных и неформальных ограничений и объективных причин, препятствующих тиражированию оригинальных моделей. Регулярная смена номенклатуры швейных изделий в соответствии с требованиями моды превратилась в неразрешимую задачу.

К примеру, производство должно было быть рентабельным, следовать жестким нормативам расхода тканей, учитывать наличие (или отсутствие) ткани и фурнитуры, а также учитывать качество своего оборудования и т.д. и т.п. Внедрение в производство новой модели, а тем более сложной в изготовлении, отторгалось сложившейся системой. Прежде всего, оно было невыгодно экономически, так как предполагало дополнительные расходы, временные затраты, что могло привести к срыву плана и потере премии коллективом. У фабрик не было стимула выпускать дизайнерские модели в оригинальной версии, с большим количеством сложных операций, не допуская их упрощения.

В этих условиях государство директивным образом закладывало в план работы предприятий ежегодный процент изделий, подлежащих обновлению, однако от этого страдало качество новинок. Несмотря на некоторые положительные сдвиги в данном вопросе в 1980-е годы за счет реформирования системы ценообразования (теперь на новые изделия и товары улучшенного качества устанавливались повышенные тарифы), эти меры оказались запоздалыми и половинчатыми. Швейные фабрики в целом так и остались экономически мало заинтересованными в том, чтобы регулярно обновлять ассортимент изделий в соответствии с модными тенденциями.

Для специалистов и руководителей не была секретом медлительность и неповоротливость советской модной индустрии. Об этом как об одной из главных проблем писала пресса, этот вопрос многократно обсуждался на самых разных уровнях. В 1970—1980-е годы требовалось, по крайней мере, два года, чтобы новая модель прошла путь от рисунка на столе модельера до магазина. За эти два года изделие могло выйти из моды, пополнив и без того забитые склады залежалых товаров, не находивших сбыта.

В качестве решения проблемы нередко предлагалось переориентировать швейников на производство одежды небольшими и экспериментальными сериями. В случае выхода из моды или отсутствия потребительского спроса их без особого ущерба можно было заменить другими моделями. В этом предложении не было ничего нового. К тому времени так работали и ведущие западные фирмы, и коллеги в социалистических странах.

Однако данный подход прямо противоречил сложившейся в СССР к 1970-м годам производственной идеологии (ее «священными коровами» были максимальная рентабельность и постоянное наращивание производства промтоваров), а также структуре швейного производства. В этом секторе советской экономики с середины 1950-х годов

неуклонно нарастала тенденция гигантомании. Небольшие швейные производства ликвидировались или сливались. Крупные фабрики объединялись в производственные швейные объединения, которые превращались во влиятельных монополистов в регионе, в активных лоббистов в коридорах власти и начинали диктовать свои условия, малоориентированные на интересы потребителей.

Гнавшие план швейные фабрики воспринимали моду как «назойливую муху», сбивающую привычный монотонный ритм крупного производства. По мере того, как росла пропасть между потребительскими запросами и неспособностью индустрии их удовлетворить, разрастающийся советский модный рынок все более уходил в сферу нелегальной экономики.

Разукрупнение советской модной индустрии было бы сложнейшей структурной задачей. На это власть вряд ли решилась бы пойти по целому ряду причин. Переход же на малые серии в условиях гигантомании был экономически невыгоден всем, кроме потребителей. В этой ситуации выход для государства заключался в том, чтобы в дополнение к швейным гигантам инициировать создание разветвленной сети небольших, более гибких производств, ориентированных на пошив модной одежды малыми сериями. Определенные шаги в данном направлении были предприняты лишь в периода горбачевской «перестройки», накануне распада СССР.

Руководство страны постоянно обещало своим гражданам повышение материального благосостояния и уровня жизни. Однако чем больше товаров производилось, тем быстрее росли и потребительские запросы населения, угнаться за которыми было невозможно. Еще более проблематичным для государства оказалось то, что потребление постепенно становился более индивидуальным и разнообразным. Проблема усугубилась с принятием в 1961 г. третьей Программы КПСС, в которой был зафиксирован скорый переход к коммунизму, при котором действовал принцип «От каждого — по способности, каждому — по потребности». Но как удовлетворить растущие потребности граждан сейчас и в дальнейшей перспективе?

Выходом из ситуации стала разработка концепции «разумных потребностей». В соответствии с ней, социалистическое государство гарантировало своим гражданам удовлетворение не всех, а лишь «разумных потребностей». К ним были отнесены основные потребности человека — питание, одежда, жилье и т.д. Во главу угла, как и раньше в отечественной истории при введении нормированного снабжения, встал вопрос об иерархии потребления. То есть, о том, что «разумные потребности» могут отличаться в зависимости от пола, возраста, места жительства, должности, профессиональных и иных характеристик граждан. Плановые органы должны были все это учесть и разработать соответствующие критерии.

Специалисты рассчитали с учетом средних сроков службы потребительских товаров, например, сколько пар брюк или носков, сколько

пальто или пар обуви мужчина, женщина или ребенок могли бы потреблять каждый год «без излишеств», исходя из «разумных потребностей». Речь не шла о том, чтобы ограничиться минимумом. Предполагалось, что вначале государство даст обществу то, что оно реально в состоянии обеспечить, а затем, по мере развития экономики, стандартный набор «разумных потребностей» будет увеличиваться.

Проблема, однако, заключалась в том, что представления людей о «разумном» потребительском наборе были разными, но в целом опережали возможности государства. В большинстве областей потребления, однако, реальные уровни производства серьезно отставали от официально принятых «разумных» норм потребления. Например, в 1970 г. производство нижнего белья, чулок и носков на душу населения было ниже этих стандартов. Руководством СССР провозглашалась задача ликвидировать дефицит продовольствия и обеспечить каждую семью отдельной квартирой, а вот, к примеру, автомобиль уже относился к предметам роскоши.

Что касается моды, то потребности в одежде, связанные со сменой модных тенденций, не были отнесены к категории «разумных». Модная одежда была признана «излишеством». С точки зрения экономической рациональности и удовлетворения потребностей буквальное следование моде, конечно, ведет к расточительству. Причем не только собственных денег, но и общественных материальных и трудовых ресурсов, затраченных на производство не в полной мере востребованного товара.

В 1960—1980-е годы в СССР выросло и сформировалось новое поколение граждан. Это было первое в отечественной истории относительно благополучное, сытое и одетое послевоенное поколение, которое, в отличие от своих предков, не знало массовых лишений и бедствий, не страдало от мировых войн и безработицы, не гибло от голода, холода, массовых репрессий и эпидемий.

Молодежь 1960—1980-х годов с удивлением наблюдала за «говорящей» привычкой «стариков» собирать в ладонь хлебные крошки со стола и отправлять их в рот. Отношение этого поколения к одежде было далеким от утилитарного. Они уже не воспринимали носильные вещи как ценность. Они больше ценили эстетические качества платья или престижный лейбл на джинсах и обуви, отказываясь носить вполне еще приличную одежду только потому, что она вышла из моды или пошита на неизвестной ивановской фабрике. В лучшем случае такая одежда доставалась «предкам», donaшивалась дома или отправлялась на дачу. Нараставший конфликт между экономической теорией и потребительскими настроениями в отношении к моде был налицо. Советские идеологи, как отмечалось выше, видели выход в воспитании у граждан сознательного отношения к моде, предполагавшего, во-первых, отказ от бездумного следования каждому ее капризу и, во-вторых, пропаганду индивидуального стиля в одежде.

Заключение

Самое позднее, к 1960-м годам мода в СССР была окончательно легитимирована, став нормой жизни при социализме. Это означало, что теперь каждый гражданин мог одеваться модно и в соответствии с индивидуальным вкусом и стилем, без опаски быть обвиненным в «идеологической невыдержанности» или в «космополитизме». Принципиальная позиция в отношении к моде, как части социалистического образа жизни, не менялась вплоть до распада СССР. В 1970—1980-е годы советская мода все больше интернационализировалась. Уже не звучали, как прежде, голоса, ратовавшие за то, что она должна принципиально отличаться от западной. Лишь некоторые экономисты время от времени осторожно напоминали, что живущая по своим законам мода не очень-то вписывается в плановую экономику, да специалисты по научному коммунизму предупреждали о том, что мода, как явление, не вечна, и об отсутствии моды при коммунизме.

В СССР, просуществовавшем более 70 лет, не было унифицированной идеологии моды. Насколько нам известно, непосредственно по этому вопросу КПСС и руководство страны не принимали специальных постановлений. Было бы также преувеличением сказать, что партия и государство командовали в этой сфере жесткими директивными методами, требуя от граждан определенного поведения и отношения к моде и к модной одежде. Воздействие в этой сфере осуществлялось преимущественно культурно-пропагандистскими средствами и с помощью формирования общественного мнения.

Правда, с принятием в 1961 г. «Морального кодекса строителя коммунизма» в отношении членов партии и в известной мере комсомольцев действовали более строгие, чем в отношении обычных граждан, нравственные нормы, касавшиеся их достойного и правильного поведения. В частности, в «Моральном кодексе» речь шла о «простоте и скромности (поведения коммуниста. — *Авторы*) в общественной и личной жизни», что относилось в том числе к внешности и одежде. Нарушение этих правил грозило взысканиями по партийной или комсомольской линии, что хорошо известно на примере «проработок» стилист на комсомольских и партийных собраниях. Тем не менее, нетрудно заметить, что общий, неконкретный характер формулировок оставлял гражданам, включая членов партии, большой простор для творческой интерпретации того, что, к примеру, понималось под скромностью в отношении моды и стиля.

В разные периоды советской истории роль и значение моды горячо обсуждалось как в профессиональной среде, так и среди широкой

общественности. Общие идеологические подходы в области регулирования производства, распределения и потребления материальных благ тоже оказывали серьезное воздействие на отношение власти к советской моде и к ее институциям. Но, пожалуй, по-настоящему неразрешимым идеологическим противоречием стал постулат о необходимости совершенствования индустрии моды при социализме при том, что в условиях скорого коммунизма, как признавалось в теории, мода перестанет существовать. Если затраты государства по наращиванию экономики в целом должны были окупиться (иначе невозможно было достичь изобилия товаров), то в послевоенные десятилетия финансирование набиравшей обороты советской модной индустрии, ее организаций, кадров и проч. с позиций отрицания моды при коммунизме было совершенно иррационально.

Полностью легитимировав моду на рубеже 1950—1960-х годов, создав разветвленную государственную систему моделирующих организаций, пропагандируя среди граждан рафинированную эстетику и поощряя индивидуальный вкус и стиль в одежде, власть тем самым активно побуждала население модно и красиво одеваться. В этих условиях, а также вследствие расширения контактов с Западом, возрастали потребительские запросы советских граждан, удовлетворение которых превратилось в неразрешимую проблему.

В 1960—1970-е годы люди, особенно среднее и молодое поколение, уже с трудом представляли себя вне моды, влияние которой в обществе стремительно усиливалось. Исчезновение же моды при обещанном к 1980 г. коммунизме (скажем, в 1970—1975 гг. уже через каких-то 5—10 лет) психологически было даже трудно представить. Со скепсисом в отношении скорого отмирания моды у граждан усиливался скептицизм и в отношении коммунизма как общественного идеала. Реалии «развитого социализма» вступали в противоречие с догмами, усугубляя идеологический кризис в СССР.

Обещанное наступление коммунизма предполагало изобилие товаров и удовлетворение разумных потребностей граждан. Однако носивший чрезвычайно важный характер вопрос о границах этих разумных потребностей так и не был решен. Пока по этой теме шли дискуссии в узких кругах специалистов, в 1980-е годы многие советские люди видели альтернативу коммунистическому «журавлю в небе» в уже построенном западном «обществе потребления», воспринимая, правда, преимущественно его видимую сторону — изобилие, разнообразие товаров на полках магазинов, их доступность рядовым гражданам.

Руководство СССР твердо верило в торжество экономического, социального и культурного прогресса. Советский гражданин должен был соответствовать идее прогресса, вносить в нее свой вклад, в том числе путем совершенствования личности, чтобы быть более цивилизованным и современным. Между тем, в СССР существовал

постоянный конфликт между идеальными целями, продиктованными идеологическими доктринами, и реалиями экономического и общественного развития, формировавшими характерные социально-культурные практики.

Советский дизайн одежды, как считалось, следовал трем фундаментальным принципам, каждый из которых, по крайней мере, в умах советских теоретиков моды, отличал советскую моду от западной. Во-первых, советская мода должна была находиться в русле мировых модных тенденций, используя все лучшее и современное, но всегда выборочно и умеренно, без крайностей и экстравагантных излишеств. Во-вторых, советская мода должна была основываться на активном использовании национальных традиций и народных мотивов в одежде. В-третьих, советская мода должна была быть более «жизненной», функциональной и практичной, чем западная, а также не наносящей ущерб здоровью человека.

На Западе было принято оценивать моду и моделирование одежды как нечто антагонистичное ценностям советского общества и принципам функционирования советской системы. Конечно, там были хорошо осведомлены о достижениях Советского Союза в области массового образования и культуры, научно-технического прогресса, и даже ведущие западные державы восприняли новости о первых советских спутниках и о космонавтах с восхищением и изрядной долей зависти.

В полной мере еще не оцененные перемены после долгих лет сталинского правления, получившие в историографии название хрущевской «оттепели», казалось, давали основание для надежд на более решительные реформы с целью обновления социализма. Началось невиданное по масштабам жилищное строительство. В качестве приоритетной провозглашалась задача резкого увеличения производства товаров народного потребления, для чего было даже создано специальное министерство. Вместе с термином «товары народного потребления», который прозвучал с высоких трибун, в советский массовый лексикон прочно вошел и собственно термин «потребление». Первые реформы дали положительные результаты. В 1960-е годы темпы экономического развития СССР были весьма впечатляющими, и на этом фоне заявления советских руководителей об опережении уровня производства США по многим видам промышленной продукции и продуктов питания не казались такими уж беспочвенными.

Что менее известно о периоде 1950—1960-х годов, — так это то, что Советский Союз делал в это время крупные инвестиции в становление своей модной индустрии, особенно в создание системы профессионального моделирования одежды и в пропаганду моды и культуры одежды среди населения. Продвижение и популяризация моды, а также меры по совершенствованию стандартов пошива одежды не являлись пропагандистским трюком. Они действительно были столь же

важны для государства, как и общая политика СССР тех лет в области повышения материального благосостояния и культуры населения.

* * *

СССР, как и дореволюционная Россия, никогда не входил в число стран-законодателей мировой моды. Со времен первых пятилеток советская стандартизированная одежда — преимущественно продукт массового фабричного производства — имела репутацию не самой качественной. Во всяком случае, при наличии выбора советские граждане зачастую отдавали предпочтение именно импортным, а не отечественным товарам. Такое положение, бесспорно, сильно било по престижу страны и вызывало общественное недовольство. На излете сталинского времени, в конце 1940-х — начале 1950-х годов, бывшие фронтовики, не стесняясь в выражениях, в многочисленных письмах во власть ставили вопрос ребром: «Неужели победить фашизм легче, чем обеспечить население одеждой и обувью»? Таким образом, наступившие в середине 1950-х годов перемены в отношении к потребительской сфере были во многом инициированы «снизу». Вот только о желаемой модности товаров в жалобах говорилось редко. В условиях острого потребительского дефицита практичность и носкость продолжали оставаться наиболее значимыми для людей свойствами вещи.

Ситуация стала медленно меняться в лучшую сторону уже с середины 1950-х годов. Довольно неожиданно одним из приоритетных звеньев, способных поднять качество работы швейной отрасли, было выбрано именно создание системы профессионального моделирования в соответствии с тенденциями моды. В контексте «работы на опережение» следует рассматривать и инициированную государством на рубеже 1950—1960-х годов общественную дискуссию о моде и культуре одежды. Она была призвана убедить сомневающихся в важности моды при социализме, когда она якобы меняет свою природу и становится фактором обновления и прогресса. Стоит признать, что по своим задачам дискуссия о моде не имела прецедентов в советской истории.

В результате целенаправленной государственной политики к 1960-м годам в СССР сложилась крупнейшая в мире разветвленная сеть (точнее, сразу несколько ведомственных сетей) моделирующих организаций, деятельность которых целиком планировалась и финансировалась государством. Тысячи профессиональных и высокообразованных модельеров, конструкторов одежды, закройщиков, искусствоведов и других специалистов трудились в советских Домах моделей и иных моделирующих организациях. В соответствии с планом и нормами выработки, они ежегодно создавали десятки тысяч новых моделей одежды, обуви и аксессуаров как для массового промышленного производства, так и для ателье индивидуального пошива. По их профессиональным

разработкам изготавливались чертежи кроя современных моделей одежды, которые затем распространялись среди населения и позволяли людям совершенствоваться в искусстве самопошива модных вещей.

Уже к началу 1960-х годов моделирующие организации имели достижения, которыми были вправе гордиться, в особенности по сравнению с довоенными годами и послевоенной разрухой. Моделирующие организации заметно содействовали популяризации советской моды в обществе в 1950—1960-е годы и способствовали тому, чтобы рядовые граждане почувствовали не только потребительский, но и эстетический интерес к одежде. Регулярно устраивались выставки модных новинок сезона, читались циклы лекций о моде и культуре одежды, проводились становившиеся все более популярными среди населения модные дефиле с участием манекенщиц. На базе ведущих Домов моделей выпускались советские модные журналы. В общем и целом на основе изучения разнообразных источников можно утверждать, что во многом благодаря деятельности моделирующих организаций в 1960-е годы мода стала заметной частью советского культурного дискурса.

Помимо этого действовали и другие факторы. С конца 1950-х годов советские модные коллекции одежды с большим успехом демонстрировались за рубежом, став действенным инструментом в арсенале советской культурной дипломатии, нацеленной на создание нового, прогрессивного имиджа СССР в мире. Тем самым мода — как символ взаимопонимания между странами и народами — в определенный период времени, а именно: с конца 1950-х по конец 1960-х годов (рубежом нужно считать события 1968 г. в Чехословакии) оказалась «на передовой» соревнования двух систем.

Неудивительно, что именно в условиях «холодной войны» власть обратила на моду особое внимание, беспрецедентное в советской истории. В начавшемся соревновании СССР планировал одолеть капитализм не только по производительности труда, но и в создании наилучших условий жизни и в удовлетворении потребностей граждан. Без качественного прорыва на потребительском рынке, в том числе в производстве модной одежды и промтоваров, добиться этого было невозможно.

С 1950—1960-х годов ведущие Дома моделей действовали от имени государства не только как «агенты культуры», но и как важные экономические игроки. На практике моделирующие организации и их сотрудники, творческие разработки которых поступали для внедрения на швейные фабрики и в ателье индпошива, выступали «толкачами», с помощью которых министерства пытались воздействовать на швейное производство, заставляя его регулярно обновлять ассортимент в соответствии с модными тенденциями, увеличивать разнообразие изделий и улучшать стандарты пошива одежды.

Благодаря впервые предпринятому в данной книге исследованию деятельности моделирующих организаций СССР выясняется немало важных подробностей о «кухне» советской экономической системы, о специфике межведомственного взаимодействия, а также о ведомственных экспериментах по совершенствованию производства. В отличие от общегосударственных реформ 1950—1980-х годов, внутриведомственное реформаторство остается малоизученным.

В качестве характерного примера можно привести попытку использования фактора личной моральной заинтересованности модельеров для повышения качества пошива одежды в системе Минлегпрома СССР. Как показано нами, в середине 1950-х годов художникам-модельерам Домов моделей одежды было дано право «авторского контроля» — отслеживать процесс изготовления одежды по своим моделям на швейных фабриках и блокировать производство в случае упрощения конструкции или нарушения технологии (эта практика носила массовый характер и сильно влияла на качество одежды и ее соответствие модному стилю).

Особенностью советской системы моделирования одежды являлось то, что она была подчинена принципам плановой экономики. Это, конечно, не означало, что все, что делали модельеры и другие специалисты отрасли, осуществлялось буквально, по спущенным сверху приказам и инструкциям. Это также не означало, что профессиональное мнение советских дизайнеров являлось второстепенным по отношению к идеологическим догмам.

Как показывают выводы, к которым мы пришли в нашем исследовании, относительно периода 1950—1980-х годов, советские специалисты моды, напротив, имели значительно больше свободы для творчества, чем обусловленных господствующей идеологией ограничений. При том, что никто не отрицает присутствие элементов цензуры и особенно самоцензуры, советских дизайнеров одежды никак нельзя назвать «винтиками системы». Они не боялись высказывать собственные суждения по вопросам моды и вкуса. Они с готовностью принимали на себя миссию «культурных агентов» государства, помогающих популяризовать моду и устанавливать современные стандарты красоты и стиля среди советских граждан.

Советская система управления имела склонность к бюрократическому росту и к созданию различных, но во многом сходных между собой организаций. Советская модная индустрия, о которой говорится в данной книге, является ярким примером такого рода. В книге показано, что к концу 1960-х годов в СССР бок о бок действовало сразу четыре системы моделирования одежды, каждая при своем министерстве, но во многом с аналогичными функциями. Первая и самая разветвленная система модных организаций работала при Министерстве легкой промышленности СССР, в ведении которого на-

ходились крупные швейные фабрики. Министерство торговли СССР руководило моделирующими структурами при советских универмагах. Как нам удалось установить, характерной особенностью СССР, принципиально отличавшей его от Запада, стала созданная в конце 1960-х годов система республиканских министерств бытового обслуживания населения со своей собственной обширной сетью ателье индпошива, которые размещались как отдельными точками, так и в специализированных комплексных центрах бытового обслуживания, которые были построены преимущественно в городах. Предприятия бытового обслуживания тоже имели свои моделирующие структуры, которые разрабатывали для них новые модели одежды и занимались пропагандой моды. Наконец, республиканские министерства местной промышленности отвечали за моделирование предметов одежды в рамках своей компетенции. Каждая из этих параллельных структур имела свою иерархическую организацию от регионального до союзно-республиканского уровня.

В принципе эти четыре ведомственные системы моделирования одежды должны были иметь различные функции, в соответствии со своей специализацией. Основной задачей модельеров Минлегпрома было обеспечение крупных швейных фабрик новыми моделями для массового промышленного производства. Что касается торговли, то крупные универмаги занимались моделированием в основном для нужд собственных модных ателье и в ряде случаев для своих небольших производств. Модельеры системы Минбыта тоже действовали в собственном секторе, целиком ориентируясь на потребности ателье индпошива в модных моделях, которые они могли предложить потребителям. Наконец, моделирующие организации Министерств местной промышленности разрабатывали, главным образом, аксессуары и предметы одежды для относительно небольших местных предприятий, многие из которых использовали некондиционный и залежалый материал. Во всех этих системах моделирования давали о себе знать тенденции централизации и специализации, присущие советской экономике послевоенных десятилетий.

Однако, как показано нами в книге, в действительности разделение труда и ориентация на своего потребителя присутствовала лишь частично. Каждая ведомственная система демонстрировала амбиции и заинтересованность в укреплении собственной системы моделирования одежды, а также в производстве одежды по этим моделям с последующей продажей в собственных или местных магазинах. То есть, фактически речь шла о создании и конкуренции ведомственных брендов на едином советском рынке.

Кроме того, все ведомственные моделирующие организации активно участвовали в пропаганде моды и соответствующего дресс-кода. Они выпускали собственные модные журналы и альбомы, орга-

низовывали показы мод и выставки. Наконец, они представляли свои взгляды на моду и разработанные ими образцы одежды всесоюзной и местной прессе, популяризировали их на радио и чуть позднее на телевидении. Многие советские модельеры, ведущие манекенщицы, искусствоведы, выступавшие в роли консультантов по модным тенденциям, стали общенациональными и местными знаменитостями. Их творческая конкуренция на почве моды и моделирования одежды — несомненный факт.

Важность существования этих параллельных, но частично конкурирующих организаций примерно с конца 1960-х годов была признана официально. Лучшие разработки модельеров разных моделирующих структур разной ведомственной принадлежности ежегодно конкурировали между собой за право быть включенными в состав формируемой ВИАЛегпромом всесоюзной «направляющей» коллекции, состоявшей из нескольких сот наиболее перспективных моделей одежды, отражавших тенденции советской моды. Из этих лучших моделей формировалась еще более узкая коллекция, ежегодно представлявшая советскую моду как в странах-членах СЭВ, так и на Западе.

Несмотря на многочисленные параллельные, дублирующие функции, а также усилившуюся конкуренцию со стороны других структур, в 1960—1980-е годы ОДМО и ВИАЛегпром, действовавшие в Министерстве легкой промышленности СССР, вплоть до распада СССР сохраняли лидирующие позиции, как «головные» моделирующие и теоретико-методические центры советской моды. Эти организации не имели права диктовать что-либо моделирующим структурам, принадлежавшим к другим ведомствам. Их «мягкая сила» заключалась в полномочиях по регулярному проведению всесоюзных и региональных методических совещаний и семинаров модельеров и конструкторов одежды, а также в распространении информационных бюллетеней о современных тенденциях зарубежной и отечественной моды.

ОДМО и ВИАЛегпром имели, по крайней мере, номинально, монополию на информацию о новых международных тенденциях моды, которую они получали, подписываясь на модные журналы, а также регулярно гастролируя и посещая со своими коллекциями одежды международные выставки и иные мероприятия. Затем они должны были передавать эту информацию избирательно другим важным, но периферийным организациям. Но самое главное, от ВИАЛегпрома во многом зависел выбор моделей с мест, одобренных для включения во всесоюзные ежегодные и сезонные «направляющие» модные коллекции, поощряя таким образом конкретных дизайнеров и организации, которые они представляли и которые делали лучшие работы. Пример Таллиннского дома моделей одежды показывает, что даже относительно небольшие региональные дома могли быть в советских условиях признанными лидерами моды.

* * *

Вопрос о том, была ли социалистическая мода особенной по сравнению с западной, занимал умы советских специалистов и экспертов моды в течение всей советской эпохи. После того, как радикальная позиция, которая вообще не признавала место моды при социализме, была отброшена, этот вопрос, однако, оказался слишком проблемным, чтобы ответить на него однозначным образом. В поисках новых творческих решений советские модельеры обращались к тем же источникам, что и их западные коллеги: следовали мировым тенденциям, копировали и изучали исторические костюмы, а также народные костюмы, хранящиеся в музейных этнографических коллекциях (в СССР также изучались костюмы разных народов и народностей страны). Адаптация к современному европейскому платью разных видов народного костюма, а также использование традиций художественных промыслов, часто предполагающих ручную работу, например, вышивки, вскоре стало неотъемлемой частью любой советской модной коллекции. Последнее особенно хорошо вписывалось в поддержанную властью концепцию особой советской моды, одной из характерных особенностей которой являлись народные традиции костюма.

На практике как советским модельерам, так и рядовым гражданам — потребителям модных вещей давался один и тот же совет: старайтесь избегать крайностей, не идите бездумно на поводу резких изменений моды. В понимании многих экспертов и пропагандистов моды самым важным принципом, которым следовало руководствоваться в выборе наряда, является гармония. Послевоенная советская идеология моды, таким образом, в основном вдохновлялась европейской классической гуманистической традицией *Bildung* (от нем. образование)¹, представленной такими выдающимися европейскими мыслителями, как И. Кант и Ф. Шиллер. В русской культурной традиции эти идеи наиболее ярко выразили А.С. Пушкин и А.П. Чехов. Разве Пушкин не противопоставлял лондонское шегольство Евгения Онегина природной красоте и скромности Татьяны? И не вложил ли Чехов в уста одного из своих героев, доктора Астрова, правило, которое затем стало ведущим принципом советской идеологической и культурной политики, включая моду: «В человеке все должно быть прекрасно: и лицо, и одежда, и душа, и мысли»? Это ли не коммунистический идеал всесторонне развитой личности?

¹ Речь идет о качественно новом по сравнению с идеями Просвещения понятии «образования человека» как высшей цели его бытия, включающем самообразование и формирование гармоничной личности. Зародившийся в немецкой философии концепт *Bildung* современники называли величайшим достижением мировой мысли XVIII в. Этот концепт во многом определил гуманистические традиции русской классической литературы XIX в. Подробнее об этом см.: *Bruford W.H. The German Tradition of Self-Cultivation: 'Bildung' from Humboldt to Thomas Mann. Cambridge: Cambridge University Press, 1975.*

Если бы, однако, нам пришлось назвать единственный классический источник, который наиболее сильно повлиял на идеал советской эстетики, то им, несомненно, был бы Жан Жак Руссо. Именно его мысли, изложенные персонажем романа в письмах «Юлия, или Новая Элоиза» по поводу основного противоречия между модой, экстравагантностью и роскошью, с одной стороны, и хорошим вкусом, простотой и скромностью, с другой, стали квинтэссенцией советской идеологии моды: «Насколько законы моды непостоянны и разорительны, настолько законы хорошего вкуса экономны и устойчивы. То, что хороший вкус признает хорошим, таким навсегда и останется; пусть это редко бывает модным, зато уж никогда не бывает смешным; скромная простота, гармоническое сочетание, приятность и удобство вещей — вот неизменные и надежные правила, кои остаются в силе, когда мода на то или иное давно прошла»².

Советская мода была умеренной и скромной в другом отношении: она никогда не была сексуально провокационной, как на Западе, а являлась подчеркнута «приличной». Часто в колонках советской прессы и в профессиональных журналах мод можно было встретить предупреждения о недопустимости ношения женщинами откровенных платьев с чрезмерно глубоким декольте или просвечивающих летних сарафанов без рукавов. Вопрос о женских брюках (как публичной одежде), считавшихся угрозой добропорядочности в силу излишнего подчеркивания прелестей женской фигуры и размывания традиционных границ между полами, был одной из самых дискуссионных морально-этических проблем начала 1960-х годов. Причем не только в СССР, но и на Западе, где этим спорам было посвящено немало страниц в массовой прессе и в женских журналах. Однако наиболее острые дебаты развернулись вокруг вошедших в моду на Западе в 1960-е годы, а несколько позже ставших популярными и в СССР мини-юбок. Нужно сказать, что сначала они вызвали настоящую панику и в западном обществе, и среди профессионалов западной моды (яркий пример категорического отрицания мини-юбок — позиция такого авторитета, как Коко Шанель).

Помимо относительной медлительности советской моды (запаздывание со сменой модных циклов по сравнению с Западом) существенным различием между двумя мирами моды — «советским» и «западным» — было то, что в СССР тема сексуальности в моде открыто не обсуждалась³. Все знали (или делали вид, что знают), что в этом смыс-

² Руссо Ж.-Ж. Юлия, или Новая Элоиза // Избранные сочинения: в 3 т. М., 1961. Т. 2. С. 479. См. также: *Rousseau J.-J. Julie, or New Heloise: Letters of Two Lovers Who Live in Small Town at the Foot of the Alps* / Ph. Stewart, J. Vacher (trans.). Hannover, NH: Smilarity Press of New England, 1997. P. 450.

³ В данном отношении мода следовала общему негативному отношению, господствовавшему в СССР, к понятию «сексуальности». См. об этом: *Кон И.С. Введение в сексологию*. М.: Медицина, 1988; *Sex and Russian Society* / Igor Kon, James Riordan (eds.). Bloomington: Indiana University Press, 1993.

ле правильно, а что нет, что «прилично», а что нет. Велика была, несомненно, роль самоцензуры, основанной на известных представлениях о табу цензуры реальной. Кроме того, стоит учитывать и господствовавшее общественное мнение, которым невозможно было пренебречь.

Советские манекенщицы, например, во время официальных фотосессий для модных журналов никогда не принимали сексуально провокационные позы, что, напротив, было нормой на Западе. Несомненно, они умели все это делать (что подтверждали неформальные вечеринки или редкие съемки для иностранных журналов), но понимали, что в советской прессе такие снимки либо никогда не будут опубликованы, либо вызовут негодование общественности с угрозой потерять работу.

Нижнее белье, а также смелая пляжная одежда, например, бикини, хотя и моделировались в СССР (преимущественно для ателье системы Минбыта), но, как правило, не включались в состав коллекций, предназначенных для публичной демонстрации на подиуме, а изображения этих предметов одежды сравнительно редко публиковались на страницах советских журналов. В отношении демонстрации эротичности одежды в журналах и на подиуме коллеги из стран-членов СЭВ действовали более смело, в том числе по причине более либерального общественного мнения.

Еще одним отличием советской моды от ее западных аналогов было то, что коммерческая реклама и рекламные акции являлись относительно редкими на страницах журналов, как и в советских СМИ в целом. Но даже если реклама и присутствовала, то была менее агрессивной, чем реклама модной одежды, модных домов и марок на Западе. Несмотря на то, что советские модные, женские, ведомственные и иные издания так же, как на Западе, открыто пропагандировали модели одежды конкретных моделирующих организаций и конкретных модельеров (особенно хорошо заметна пропаганда ведомственной моды и модельеров в соответствующих журналах, например, в журнале «Служба быта»), представляя их своим читателям в качестве примеров хорошего вкуса и, таким образом, рекомендовали носить, большая часть моделей на страницах советских модных журналов и на модных показах оставались малодоступными для большинства советских людей. Хотя бы потому, что в том виде, как на картинке или на подиуме, они никогда не продавались в магазинах. В лучшем случае читатели могли попытаться самостоятельно или у частного портного пошить понравившуюся модель с помощью опубликованных в журнале выкроек и рисунков (на самом деле почти всегда — несколько упрощенную копию оригинальной модели). Таким образом, была доля правды в формуле, изобретенной советскими теоретиками, что советская мода, в отличие от своего западного аналога, не пыталась обращаться к «низменным инстинктам человека» с единственной целью — соблазнить покупателя приобрести рекламируемую одежду.

Советские модельеры и их клиенты чаще сталкивались с другой дилеммой, а именно: есть ли польза от создания ежегодно тысяч новых модных моделей, если пошитая по ним одежда не продавалась? Точнее, если конечный продукт фабричного производства одежды слишком часто не соответствовал оригинальным моделям?

Не было ответа и на вопрос, что делать с миллионами произведенных промышленностью изделий, которые были далеки от оригинальных моделей, продемонстрированных советским людям в качестве эталона современной моды и стиля на страницах журналов мод. Ведь люди либо отказывались покупать заведомо немодные вещи (если у них был выбор), либо вынуждены были приобретать их вопреки желанию, поскольку более приличная одежда им была недоступна. Понятно, что у людей копилось чувство неудовлетворенности, если не сказать негодования.

Материалы нашей книги свидетельствуют, что эта дилемма обсуждалась открыто и практически постоянно, но предлагаемые в советской прессе меры, многие из которых были весьма разумными и заслуживавшими внимания, не привели к заметному результату. Несмотря на периодические идеологические антизападные «ветры», в целом можно сказать, что для советских модельеров 1950—1980-х годов эталоном служило творчество известных парижских дома моды, в частности, Кристиана Диора. Как ни парадоксально, но все советские дома моды вскоре столкнулись с той же дилеммой, что и западные модные дома. Несмотря на декларируемое желание (а в советской действительности — еще и указания) делать моду для массового потребителя, все они в той или иной мере специализировались на создании «высокой моды» (ее же можно назвать «подиумной» в противовес «уличной» моде).

То есть, хотя и не признанный официально, аналог западной «высокой моды» существовал и в СССР. Например, в виде образцов «направляющих» коллекций, не предназначенных для массового производства. Из нашего повествования следует, в частности, что вместо того, чтобы заботиться об улучшении одежды массового производства, советские специализированные моделирующие организации со временем начинали тяготеть к созданию уникальных, как бы сейчас сказали, эксклюзивных моделей, которые, во-первых, вряд ли можно было изготовить на фабричном потоке, во-вторых, было невозможно купить в обычном магазине, и, наконец, в этих нарядах простым советским людям некуда было выйти.

Ведущие советские модельеры разрабатывали такие, именовавшиеся «фантастическими» модели одежды чаще всего по указанию директивных органов, для «выездных» коллекций. Однако поставленная совершенно всерьез цель конкурировать с Западом в области моды, по большому счету, так и не была достигнута. Несмотря на то, что в советских моделирующих организациях трудилось немало талантливых дизайне-

ров, делавших оригинальные вещи, их способности в полной мере не были востребованы, а СССР так и не стал законодателем мировой моды.

Послевоенная мода на Западе — это большой бизнес, в центре которого имя популярного модельера и бешеная раскрутка модного бренда в СМИ, требующая гигантских вложений. Западные дома моды получали деньги не от распродажи эксклюзивных модных коллекций (эта часть их бизнеса являлась убыточной), а предоставляя свое имя в качестве торговой марки для производства предметов роскоши и аксессуаров, главным образом, парфюмерии и косметики.

Этот вариант ведения бизнеса был недоступен для советских моделирующих организаций — аналогов западных модных домов. Они не только не могли рассчитывать на крупные государственные инвестиции, но должны были существовать на началах самоокупаемости за счет своей основной деятельности. При установленных государством фиксированных ценах получить серьезную прибыль за самую выдающуюся работу, а тем более самостоятельно распорядиться деньгами, было невозможно.

Заработок (и соответственно, уровень доходов и качество жизни) даже лучших советских модельеров был совершенно несопоставим с доходами их иностранных коллег из ведущих модных домов. По советским меркам, модельеры не считались высокооплачиваемыми работниками, получая зарплату примерно на уровне квалифицированного промышленного рабочего. Вилка окладов модельеров разной квалификации была слишком мала, чтобы всерьез говорить о существенном значении материальной мотивации. В этих условиях большую роль играла моральная мотивация, связанная со стремлением к максимальной творческой самореализации и поддержанию высокой профессиональной репутации.

Индивидуальных авторских коллекций в СССР, как правило, не существовало — над созданием каждой новой коллекции трудился весь коллектив. Пределом мечтаний советских моделирующих организаций было получение разрешения на изготовление одежды малыми сериями по своим моделям с последующей продажей изделий в собственном фирменном магазине. Однако и этого удалось добиться в период «перестройки» далеко не всем.

Хотя многие советские моделирующие организации выпускали свою одежду малыми «экспериментальными» сериями, их доля в общем объеме производства одежды в стране была столь незначительной, что рядовой потребитель не мог их толком оценить. Вопрос о расширении выпуска модной одежды малыми сериями, хотя неоднократно ставился и постоянно обсуждался, но по разным причинам так и не был разрешен. Это привело к тому, что производство модной одежды малыми сериями все чаще уходило в область советской теневой экономики.

* * *

К началу 1970-х годов, в правление Л.И. Брежнева, советская модная индустрия, важнейшей частью которой стала разветвленная сеть: а) четырех ведомственных, б) региональных (от уровня республик и ниже) и в) специализированных (например, Дом моделей спортивных изделий, Дом моделей рабочей одежды и др.) моделирующих организаций, полностью сложилась как многозвенная система. В этом виде она оставалась почти неизменной вплоть до распада СССР, окончательно разрушившись в середине 1990-х годов.

В 1970—1980-е годы СССР столкнулся с почти невыполнимой задачей удовлетворить все более многогранный и индивидуальный спрос граждан на красивую и модную одежду. Неудовлетворенность потребителей не исчезала по мере роста количественных показателей производства товаров и в связи с увеличением материального благосостояния населения. Напротив, потребительские ожидания, подкрепленные появившимися у людей свободными денежными средствами и информацией о стандартах жизни на Западе, все время росли, усугубляя неспособность государства их в полной мере удовлетворить. Характерно, что эта проблема не только не замалчивалась, но публично активно обсуждалась, и соответствующие письма и жалобы потребителей регулярно публиковались в газетах и журналах. Власти реагировали на ситуацию, как правило, полумерами, не осознавая глубину и остроту проблемы потребительского рынка.

Профессионализация модной индустрии, создание в СССР к концу 1960-х годов нескольких разветвленных ведомственных систем моделирования и производства одежды, наиболее значимыми из которых были массовое фабричное производство (Минлегпром) и индивидуальный пошив одежды в ателье (Минбыт), бесспорно, в целом улучшили ситуацию на потребительском рынке. Тем не менее, это не смогло снять проблему обеспечения населения модной, красивой и качественной одеждой.

На Западе одним из важных результатов потребительской революции, наполнившей прилавки магазинов разнообразной, сравнительно дешевой и качественной одеждой, стало довольно быстрое, в течение одного поколения, отмирание практики самопошива одежды. Точнее, эти навыки из категории преимущественно экономической необходимости либо вообще пресеклись, либо превратились в обычное хобби.

В 1960—1980-е годы в СССР этого не произошло. Частный пошив одежды (вне официальных государственных структур), а также самопошив, перделка и подгонка вещей по фигуре, хотя постепенно и утрачивали свое прежнее значение, тем не менее, судя по материалам бюджетных обследований, продолжали оставаться востребованными среди советских граждан. Умение шить и вязать продолжало входить в «обязательный набор» хорошей хозяйки. Самопошив, как и ранее,

поощрялся государством, издававшим модные выкройки миллионными тиражами. Государство смотрело «сквозь пальцы» и на пошив одежды частниками (если они не использовали наемный труд), несмотря на то, что они не платили налоги, конкурировали с государственным сектором и стимулировали развитие «черного рынка».

Секрет столь лояльного отношения власти заключался в том, что «негосударственные» источники снабжения одеждой выполняли важную компенсаторную функцию на советском рынке. Они заполняли «лакуны» в тех секторах рынка одежды, где «недорабатывало» государство и где спрос продолжал явно опережать предложение (одним из них была модная и качественная одежда).

Расширение практики заполнения этих «лакун» имело противоречивые последствия. С одной стороны, таким образом «выпускался пар»: это был способ снижения градуса недовольства потребителей сохраняющимся дефицитом. С другой стороны, к 1980-м годам стало очевидным, что запросы потребителей в отношении качества пошива модных вещей выросли настолько, что самодеятельный, непрофессиональный пошив уже не может удовлетворить этим требованиям.

В 1980-е годы «компенсаторный» фактор оказался на грани исчерпания. Самопошив не мог выдержать конкуренцию с модной одеждой иностранных брендов, которая поступала в СССР по официальным каналам импорта, а также привозилась в страну другими путями. Была и еще одна причина — для советских потребителей все большее значение в то время приобретал фактор престижности бренда.

Последняя попытка решения проблемы насыщения потребительского рынка была предпринята в годы «перестройки». В сентябре 1985 г. руководством СССР была одобрена «Комплексная программа развития производства товаров народного потребления и сферы услуг на 1986—2000 годы». Она предусматривала значительные государственные инвестиции в легкую промышленность с целью резкого повышения качества и расширения ассортимента изделий. Программа содержала и конкретные задания по производству одежды и обуви, культурно-бытовых товаров. Наконец-то особое внимание обращалось на переоснащение и развитие местной промышленности, представленной преимущественно небольшими по размеру, гибкими производствами, которые потенциально могли составить конкуренцию швейным гигантам в производстве модной одежды малыми сериями. Однако данная программа явно запоздала, а первые шаги по ее реализации оказались более чем скромными.

Тем временем, после в целом плодотворной общественной дискуссии о моде рубежа 1950—1960-х годов, подготовившей общественное мнение к легитимации моды в СССР (но одновременно и внесшей явный раскол в ряды специалистов и скептические нотки в обществе в связи с идеей отмирания моды при коммунизме), спустя примерно

десять лет в общественном модном дискурсе наметились очередные важные изменения.

Начиная с рубежа 1960—1970-х годов вместо прежнего морализаторства по поводу стилига и засилья в молодежной среде ложных западных модных идеалов, в советских СМИ стала все четче проследиваться мысль о том, что только по внешнему облику, одежде или любви к «Битлз», нельзя делать однозначных выводов о моральном облике человека. Яркая, стильная одежда и длинные волосы (к слову, именно так, в соответствии с модой, в это время выглядел один из ведущих советских модельеров В.М. Зайцев) не обязательно означают, что перед вами аморальный тип, лентяй, никудышный работник и пьяница. Напротив, так мог выглядеть сознательный комсомолец, отличник учебы и передовой рабочий.

Когда в начале 1980-х годов один из авторов этой книги вступал в КПСС, у него были довольно длинные волосы. Для оформления партбилета необходимо было принести фотографии определенного формата. Перед визитом к фотографу автору, тогда студенту вуза, и в голову не пришло предварительно сходить в парикмахерскую, чтобы укоротить волосы. Во время прохождения «инстанций», включая райком партии, никаких замечаний по этому поводу не было. В 1984 г. автор был призван на службу в армию. В воинской части при постановке на партийный учет он, как и другие солдаты, стриженный «под ноль», получил нагоняй за свой внешний вид «на гражданке» от военного в летах, как оказалось, секретаря парторганизации. Фотография в партбилете привела его в состояние, близкое к шоковому.

При сохраняющейся разнице в представлениях о «норме» у людей разных поколений, в целом можно утверждать, что с 1970-х годов в СССР правила приличия (как в отношении женщин, так и мужчин) и правильного дресс-кода постепенно становятся более «демократичными» и все в меньшей степени испытывают влияние традиционной культуры. Примечательно, что прежние строгие моральные запреты, зачастую осуществлявшиеся с помощью дружинников, постепенно уступали место более гибким негласным правилам, которые уже позволяли независимость суждений и поведения советского человека. Подобные перемены, конечно, не были случайными.

Считалось, что культивирование в СССР индивидуального стиля в одежде, наряду с поощрением образования и пропагандой высоких (если не сказать, рафинированных) культурных стандартов среди населения, эффективно ограждает советских людей от «вывертов» и массового психоза моды, а также от соблазнов западной «массовой культуры» и бациллы мешанства и мелкобуржуазного потребительства. Но вряд ли стоит забывать о том, что ставка на индивидуальность (даже если это касается одежды, внешнего вида и потребления в целом) — это палка о двух концах. В частности, потому, что поощрение челове-

ческой индивидуальности размывало такие фундаментальные основы советского образа жизни, как дух коллективизма и равенство между людьми. На примере истории советской моды мы знаем, что эти противоречивые тенденции были характерны для позднего советского общества, но данный вопрос требует специального исследования.

Вероятно, уже на основе данных нашей книги можно с осторожностью и с некоторыми оговорками сделать важный вывод о дальнейшем этапе модернизации советского общества, наступившем в 1970—1980-е годы, а также об общем тренде советской потребительской культуры в сторону «либерализации» общественных норм поведения и индивидуализации вкуса. Нужно сказать, что все это находилось в общем и целом в русле процессов, наблюдавшихся в США и Западной Европе несколько раньше, в 1960-е годы, когда там произошли потребительская и сексуальная революции, прокатились массовые молодежные выступления, а молодежная субкультура стала главным источником мировых модных трендов⁴.

Несколько позднее аналогичные по вектору процессы имели место в СССР в более сглаженной и неявной форме. Скажем, упрощенный и утрированный образ стилиста преследовал представителей неформальных молодежных субкультур вплоть до распада СССР. Но как и на Западе, советская официальная мода, являясь, несомненно, частью общемировой моды, тоже испытывала воздействие иностранных трендов, зародившихся в недрах молодежных субкультур (например, хиппи).

Идеологи советской моды неустанно предупреждали свою аудиторию об опасности увлечения капризами моды. Потребительство считалось типичным признаком и пережитком мелкобуржуазного менталитета, отражением мещанства, которое следовало искоренить из социалистического общества и культуры, где должны были царить более высокие духовные идеалы и ценности.

Как это ни парадоксально, но если верить современным западным исследованиям о вкусах, предпочтениях и потреблении разных классов и социальных групп в классическом буржуазном обществе Европы, то выходит, что советы и потребительские рекомендации советских экспертов опирались как раз на наиболее типичное мелкобуржуазное отношение к культуре потребления⁵. Ведь мелкая буржуазия или средний класс буржуазного общества Запада исторически не были расположены к расточительности и потому были не склонны экспериментировать с новинками моды. Расточительностью и стремлением к роскоши характеризуется поведение знати и новоформирующихся

⁴ См.: *Wouters C. Informalization: Manners & Emotions Since 1890. London: Sage, 2007.*

⁵ См.: *Bourdieu P. Distinction: a social critique of the judgement of taste. Cambridge, Mass.: Harvard Univ. Press, 1984. P. 352.*

экономических элит, а пристрастие к смене модных стилей оказалось типичным для новых культурных элит буржуазного общества.

Более того, именно мелкая буржуазия в своей массе ценила добротели, которые потом возводились в идеал советскими специалистами по вопросам вкуса и моды. В труде, к примеру, превозносились порядок и ответственность, в эстетике — скромность и традиционные ценности. Мелкий буржуа и служащий, согласно Пьеру Бурдьё, тоже предпочитал «умеренную и правильную» одежду⁶. Вышесказанное подводит к парадоксальному, на первый взгляд, выводу: советская эстетика одежды и потребления в целом, а также пропагандируемые в СССР правила хорошего вкуса имели, по большому счету, мелкобуржуазную природу!

Лучшим доказательством того, что советские потребители все более не довольствовались скромной ролью, закрепленной за ними властью и пропагандистами моды, а также не были удовлетворены ограниченным предложением модной одежды являлся ажиотажный спрос на импортные потребительские товары, включая одежду и обувь. Цены на иностранную одежду в магазинах и на черном рынке отличались в разы.

Конечно, советские модельеры могли и были готовы удовлетворить растущий спрос населения на модные и качественные товары, а также соответствовать тенденциям индивидуализации вкуса. Однако ограничения, присущие советской плановой экономике, не давали возможность реализовать многие дельные начинания, сводя на нет отдельные реформаторские усилия по совершенствованию системы.

Несмотря на то, что моделирование одежды было одним из факторов мирного соревнования с Западом, конкуренция в данной области носила преимущественно идеологический, а не экономический характер. В частности, после середины 1960-х годов, когда советская мода воспринималась в мире преимущественно как экзотика, руководством СССР не было предпринято никаких серьезных попыток экспортировать советскую моду (в виде товаров, изготовленных по отечественным лекалам) на Запад. Импорт же модной одежды с Запада был всегда сильно ограничен и почти незаметен массовому советскому потребителю. Более заметным явлением стали взаимные поставки одежды и обуви в рамках многостороннего сотрудничества стран-членов СЭВ. Однако в целом советская мода вплоть до распада СССР оставалась вещью в основном «для внутреннего пользования».

Идею разработки особой, отличной от западной, «советской моды», выдвинутую сразу после Второй мировой войны и крайне популярную в 1950—1960-е годы, можно трактовать по-разному. Например, в рамках достижения самодостаточности и независимости от западных модных тенденций (как в годы первых пятилеток СССР брал курс на

⁶ Ibid. P. 351—352.

экономическую независимость в условиях враждебного окружения). Однако по мере укрепления отечественной системы моделирования, а также с учетом приоткрытия «железного занавеса» и растущей зависимости планирования народного хозяйства от модных тенденций, встал вопрос о желательности играть более заметную роль в мире моды и в перспективе прогнозировать развитие модных тенденций.

Логика была проста: если СССР стал мировым лидером в военно-космической и ядерной области, а также добился ощутимых результатов в развитии экономики в целом, то почему он не может стать одним из законодателей мировой моды? Такая логика отчасти объясняет те усилия и значительные инвестиции, которые были направлены в развитие индустрии моды и моделирования одежды в послевоенные десятилетия. Советские модельеры и их организации, подчас сами того не подозревая, играли важную роль в идеологическом противостоянии, доказывая гражданам СССР превосходство социалистической системы. Но на практике задача быть лучшими во всем, в том числе и в мире моды, оказалась неразрешимой. СССР так и не стал законодателем мировой моды.

Не только советские модельеры и конструкторы одежды, но и руководители ведомств разных уровней довольно рано осознали ключевые проблемы и ограничения, присущие этой отрасли. Эти вопросы бесконечно обсуждались, высказывались здравые мысли и предложения. Но принимаемые в этой связи конкретные решения нельзя назвать иначе, как полумерами. Главным препятствием были базисные основы плановой экономики, которые не подлежали изменению. Внутри отрасли Минлегпром СССР или Минбыт РСФСР (или даже находящихся в их ведении отдельные организации в рамках своей компетенции) могли эффективно концентрировать силы и ресурсы для решения частных задач. Однако дальше этого дело не шло. Центральные органы по-прежнему мало прислушивались к мнению с мест. При планировании швейного производства они в большей степени исходили не из модных трендов, а из принципов экономической эффективности и наличия необходимых ресурсов, при этом регулируя все до мельчайших деталей.

Единственное относительно свободное от регулирования пространство в сложившейся в полной мере в 1960-е годы советской индустрии моды — творчество самих художников-модельеров. В этой ситуации модельеры либо приспосабливались к существующим ограничениям и формально выполняли план, закрывая глаза на последующие «упрощения» их оригинальных моделей в процессе производства. Или же они давали волю своему воображению, создавая уникальные произведения искусства, которые не годились для тиражирования и потому не имели заметного влияния на общую культуру одежды в стране.

Система моды при социализме была включена в более широкий моральный контекст рациональных потребностей человека и иде-

ального типа советской личности, что во многом определило социальное и культурное значение моды в СССР. Основная несовместимость моды с принципами плановой экономики стала испытанием для нравственных устоев социалистического общества. Мода в чем-то была схожа с товарно-денежными отношениями (и то, и другое должно было отмереть при коммунизме). По крайней мере, по мнению властей, существовала постоянная угроза того, что товарно-денежные отношения выйдут из-под контроля и станут развиваться по своим законам, меняя приоритеты социалистического строя. Воплощением этих опасений стала фигура спекулянта или дельца черного рынка.

Так же, как и в случае с товарно-денежными отношениями, власти позволяли моде существовать, а время от времени даже развивали и поощряли моделирование одежды по стандартам современной моды. Совершенствуя обширную систему Домов моделей и всей советской модной индустрии, власти между тем признавали растущую социальную роль моды и пытались контролировать ее, вводя в определенные рамки. Власти адаптировали ценности старого европейского *Bildungsbürger* (слой образованных людей, интеллигентов в высоком значении этого слова), который со всей прямотой хорошего вкуса боролся против тлетворного влияния денег и новых искушений, предлагаемых для быстро растущего потребительского рынка товаров. Как мы знаем, СССР потерпел поражение на эстетических и этических фронтах, как когда-то проиграл свою войну и *Bildungsbürger*.

Тем не менее, долгое время результаты этого морального противостояния не были столь очевидными. За семьдесят с лишним лет существования первого в мире социалистического государства многочисленные адепты социалистической моды ломали голову над тем, как достигнуть действенного компромисса между незыблемостью принципов плановой централизованной экономики, с одной стороны, и постоянным ростом индивидуальных потребностей и устремлений современных мужчин и женщин, с другой. Выход так и не был найден, а острота проблемы со временем только усилилась.

Если амбивалентность действительно является признаком современности (*modernity*), то Советский Союз 1960—1980-х годов, несомненно, был современным обществом. Хотя, естественно, не совсем таким, как современное капиталистическое общество. Вместо выбора между действовавшими по своим собственным законам непредсказуемой модой, с одной стороны, и централизованным экономическим планированием, с другой стороны, советское общество вынужденно училось жить в условиях воздействия двух антагонистических начал. Природная несовместимость этих антагонистов расшатывала советскую систему изнутри, что, вкупе с другими причинами, в конечном итоге привело к ее краху.

Приложение

I. Основные моделирующие организации системы Минлегпрома СССР и РСФСР (1970—1980-е гг.)

A. *Общесоюзные и республиканские моделирующие организации¹:*

- ВИАЛегпром, Москва;
- ОДМО, Москва;
- СХКБ Минлегпрома РСФСР, Москва;
- ИАЛегпром Минлегпрома Украинской ССР, Киев;
- ЦТКБУ, Ташкент

B. *Республиканские и региональные Дома моделей одежды и Дома моделей²*

В РСФСР:

- Алтайский Дом моделей одежды, Барнаул;
- Челябинский Дом моделей одежды;
- Горьковский Дом моделей одежды;
- Ивановский Дом моделей;
- Иркутский Дом моделей;
- Калининский Дом моделей;
- Кемеровский Дом моделей;
- Хабаровский Дом моделей одежды;
- Куйбышевский Дом моделей;
- Ленинградский Дом моделей одежды;
- Новосибирский Дом моделей одежды;
- Пермский Дом моделей;
- Ростовский Дом моделей (г. Ростов-на-Дону);
- Свердловский Дом моделей одежды;
- Уфимский Дом моделей;
- Воронежский Дом моделей одежды;
- Волгоградский Дом моделей одежды;
- Ярославский Дом моделей одежды

В Украинской ССР:

- Днепропетровский Дом моделей;
- Донецкий Дом моделей;
- Киевский Дом моделей одежды;
- Харьковский Дом моделей;
- Львовский Дом моделей одежды;
- Одесский Дом моделей

В других союзных республиках СССР:

- Армянский республиканский Дом моделей одежды, Ереван;
- Азербайджанский Дом моделей одежды, Баку;
- Белорусский республиканский Дом моделей, Минск;
- Эстонский республиканский Дом моделей, Таллинн;
- Грузинский республиканский Дом моделей, Тбилиси;

¹ Эти организации были наделены функциями научно-методического руководства и координации работы других моделирующих структур.

² Последние, помимо одежды, моделировали также обувь, головные уборы и другие предметы

- Казахский республиканский Дом моделей, Алма-Ата;
- Киргизский республиканский Дом моделей, Фрунзе;
- Латвийский республиканский Дом моделей одежды, Рига;
- Литовский республиканский Дом моделей, Вильнюс;
- Молдавский республиканский Дом моделей одежды, Кишинев;
- Туркменский республиканский Дом моделей, Ашхабад;
- Узбекский республиканский Дом моделей, Ташкент

С. Специализированные Дома моделей трикотажных изделий:

- Общесоюзный Дом моделей трикотажных изделий, Москва;
- Ленинградский Дом моделей трикотажных изделий;
- Армянский республиканский Дом моделей трикотажных изделий «Еребуни», Ереван;
- Грузинский республиканский Дом моделей трикотажных изделий, Тбилиси;
- Казахский республиканский Дом моделей трикотажных изделий, Алма-Ата;
- Украинский республиканский Дом моделей трикотажных изделий, Киев;
- Узбекский республиканский Дом моделей трикотажных изделий, Ташкент

Д. Специализированные Дома моделей обуви:

- Общесоюзный Дом моделей обуви, Москва;
- Ленинградский Дом моделей обуви;
- Новосибирский Дом моделей обуви;
- Челябинский Дом моделей обуви;
- Армянский Дом моделей обуви, Ереван;
- Белорусский Дом моделей обуви, Минск

Е. Другие специализированные Дома моделей:

- Дом моделей кожгалантерейных изделий Минлегпрома РСФСР, Москва;
- Дом моделей спортивной одежды Минлегпрома РСФСР, Москва;
- Дом моделей специальной и рабочей одежды Минлегпрома РСФСР, Москва;
- Дом моделей рабочей одежды Минлегпрома Украинской ССР, Киев

II. Система регионального закрепления Домов моделей одежды РСФСР за предприятиями легкой промышленности:

1. Дома моделей в Горьком, Ярославле, Иваново, Куйбышеве, Перми и Уфе
 - обеспечивали новыми моделями одежды швейные фабрики Поволжского региона и российского Северо-востока.
2. Дома моделей в Воронеже, Волгограде, Ростове-на-Дону
 - обеспечивали новыми моделями одежды швейные фабрики юга России и Северного Кавказа.
3. ОДМО, Дом моделей в Калининне и СХКБ РСФСР
 - обеспечивали новыми моделями одежды швейные предприятия Москвы и ближайших к столице областей.
4. Ленинградский Дом моделей одежды
 - обеспечивал новыми моделями швейные фабрики Ленинграда и ближайших к нему регионов.
5. Свердловский и Челябинский Дома моделей
 - работали со швейными фабриками Урала.
6. Дома моделей Барнаула, Кемерово и Новосибирска
 - курировали швейные фабрики Западной Сибири.

7. Иркутский Дом моделей
— снабжал новыми разработками фабрики Восточной Сибири.
8. Хабаровский Дом моделей
— моделировал одежду для швейников Дальневосточного региона.

III. Основные научно-исследовательские организации Минлегпрома СССР, занимавшихся моделированием и конструированием предметов одежды и аксессуаров в экспериментальных (не промышленных) целях:

- Алтайский НИИ текстильной промышленности, Барнаул;
- ЦНИИ швейной промышленности, Москва;
- ЦНИИ хлопчатобумажных изделий, Москва;
- ЦНИИ шерсти, Москва;
- ЦНИИ льноволокна, Москва;
- ЦНИИ кожаной промышленности, Москва;
- Грузинский НИИ текстильной промышленности, Тбилиси;
- Ленинградский НИИ изделий текстильной промышленности;
- Литовский НИИ текстильной промышленности, Каунас;
- НИИ Легпрома РСФСР, Кострома;
- НИИ Легпрома Латвийской ССР, Рига;
- НИИ текстильной промышленности, Москва;
- НИИ полимерно-химических волокон, Москва;
- НИИ текстильно-галантерейной промышленности, Москва;
- НИИ кожгалантерейной промышленности, Москва;
- Гипротехнологпром Казахской ССР, Алма-Ата

IV. Советские моделирующие организации, издававшие свои модные журналы, альбомы и каталоги мод:

- ВИАЛегпром, Москва — «Журнал мод» и «Модели сезона»;
- Белорусский республиканский Дом моделей, Минск — «Каталог мод»;
- Эстонский республиканский Дом моделей, Таллинн — журнал «Силуэт» («Siluett»);
- Грузинский республиканский Дом моделей — журнал «Моды»;
- Казахский республиканский Дом моделей, Алма-Ата — журнал «Модалар» («Modalar»);
- Латвийский республиканский Дом моделей, Рига — журнал «Рижские моды» («Rigas modes»);
- Ленинградский Дом моделей;
- Литовский республиканский Дом моделей, Вильнюс;
- ОДМО, Москва;
- Узбекский республиканский Дом моделей, Ташкент — «Каталог мод»

Сокращения и ведомственные наименования

- АДМ – Алтайский Дом моделей
 АО – акционерное общество
 АООТ – акционерное общество открытого типа
 ВДМ – Всесоюзный Дом моделей
 ВДМТИ – Всесоюзный Дом моделей трикотажных изделий
 ВИАЛегпром – Всесоюзный институт ассортимента изделий легкой промышленности и культуры одежды Министерства легкой промышленности СССР
 ВНИИКС – Всесоюзный научно-исследовательский институт конъюнктуры и спроса
 ВНИИШП – Всесоюзный научно-исследовательский институт швейной промышленности
 ВХУТЕИН – Высший государственный художественно-технический институт
 ВХУТЕМАС – Высшие художественно-технические мастерские
 ГАРФ – Государственный архив Российской Федерации
 ГК – Государственный комитет
 ГКНТ – Государственный комитет по науке и технике
 ГУМ – Государственный универсальный магазин
 ДМ – Дом моделей
 ЗАО – закрытое акционерное общество
 ИАЛегпром Минлегпрома Украинской ССР – Институт ассортимента изделий легкой промышленности и культуры одежды Минлегпрома Украинской ССР
 КСМ – Краевой дом моделей
 МГТПО – Московское государственное торгово-производственное объединение
 МГУ – Московский государственный университет М.В. Ломоносова
 МГУЛП – Московское городское управление легкой промышленности
 МДМ – Московский Дом моделей
 МДО – Московский Дом моделей одежды
 МЛП – Министерство легкой промышленности
 ММП – министерства местной промышленности
 МОХФ – Московское отделение художественного фонда
 НИИ – научно-исследовательский институт
 НИИХП – Научно-исследовательский институт художественной промышленности
 НИИШП – Научно-исследовательский институт швейной промышленности
 НИКТИМП – Научно-исследовательский конструкторско-технологический институт Министерства местной промышленности РСФСР
 НК – народный комиссариат
 НКВТ – Народный комиссариат внешней торговли
 НКЛП – Народный комиссариат легкой промышленности
 НКТП – Народный комиссариат тяжелой промышленности
 НСО – нормативная стоимость обработки
 НТР – научно-техническая революция
 ОАО – открытое акционерное общество
 ОДМО – Общесоюзный Дом моделей одежды
 ОТШЛ – Опытно-техническая швейная лаборатория
 ПВО – противовоздушная оборона
 ПО – производственное объединение, производственные объединения
 ПШО – производственное швейное объединение
 РГАЭ – Российский государственный архив экономики
 РСФСР – Российская Советская Федеративная Социалистическая Республика
 СМИ – средства массовой информации
 СНК – Совет Народных Комиссаров
 СССР – Союз Советских Социалистических Республик

- СХКБ – Специальное художественное конструкторское бюро Минилегпрома РСФСР
- СЭВ – Совет экономической взаимопомощи
- ХКБ – художественно-конструкторское бюро
- ЦАГМ – Центральный архив г. Москвы
- ЦАОДМ – Центральный архив общественных движений г. Москвы
- ЦАОПИМ – Центральный архив общественно-политической истории г. Москвы
- ЦДМ – Центральный Дом моделей
- ЦМММ – Центральный муниципальный архив г. Москвы
- ЦНИИ – центральный научно-исследовательский институт
- ЦНИИТЭИлегпрома – Центральный научно-исследовательский институт информации и технико-экономических исследований легкой промышленности
- ЦНИИШП – Центральный научно-исследовательский институт швейной промышленности Минлегпрома СССР
- ЦОТШЛ – Центральная опытно-техническая швейная лаборатория Министерства бытового обслуживания населения РСФСР
- ЦПКТБ – Центральное проектно-конструкторское технологическое бюро
- ЦСУ – Центральное статистическое управление
- ЦТКБУ – Центральное технолого-конструкторское бюро Минлегпрома Узбекской ССР
- ЦУМ – Центральный универсальный магазин
- ЭПП – экспериментально-показательное предприятие
- ERA – Eesti Riigarhiiv

Основные источники и литература

I. Архивы

Российский государственный архив экономики

Ф. 198 — Министерство легкой и пищевой промышленности СССР

Ф. 400 — ВИАЛегпром

Ф. 413 — Министерство внешней торговли СССР

Ф. 465 — Министерство торговли СССР

Ф. 523 — Общесоюзный Дом моделей одежды

Ф. 635 — Всесоюзная торговая палата

Ф. 4670 — Министерство легкой промышленности СССР (1965—1989 гг.)

Ф. 7604 — Наркомат и Министерство легкой промышленности СССР (до 1957 г.)

Ф. 7971 — Министерство торговли СССР

Ф. 8591 — Главное управление текстильной промышленности Министерства легкой промышленности СССР

Ф. 8610 — Главное управление швейной промышленности Министерства легкой промышленности СССР

Ф. 8815 — Главное управление швейной, трикотажной и текстильно-галантерейной промышленности Министерства легкой промышленности СССР

Ф. 9480 — Государственный Комитет по науке и технике при Совете Министров СССР

Государственный архив Российской Федерации

Ф. Р-393 — Народный Комиссариат внутренних дел РСФСР

Центральный архив общественно-политической истории г. Москвы

Ф. 947 — Партийная организация Государственного универсального магазина (Москва)

Центральный архив г. Москвы

Ф. 474 — Государственный универсальный магазин, ГУМ (Москва)

Ф. 1953 — Центральный универсальный магазин, ЦУМ (Москва)

Eesti Riigiarhiiv (Государственный архив Эстонии, Таллинн)

ERA.R.9.6. — Tallinna Moemaja (Фонд Таллиннского Дома моделей)

ERA.F.117 — Tallinna Moemaja parteiorganisatsioon (Фонд партийной организации Таллиннского Дома моделей)

ERA.R.316 — Tallinna Moemaja kunstinõukogu protokollid (Коллекция протоколов Художественного совета Таллиннского Дома моделей)

ERA.R.1886 — Tallinna Moemaja aastearunne, tehnilis-tootsimis finantsplan (Годовые отчеты и финансовые планы работы Таллиннского Дома моделей)

ERA.R.1992 — Tallinna Moemaja konstruksiooniplan (Коллекция документов о плане строительства нового здания Таллиннского Дома моделей)

ERA.R.2285 — ENSV Kergetööstuse ministeeriumi (Фонд Министерства легкой промышленности Эстонской ССР)

Eesti filmiarhiiv (Эстонский архив кинофотодокументов, Таллинн)

Tallinna moemaja collection (Коллекция фотографий Таллиннского Дома моделей)

Lembitu collection (Коллекция фотографий швейного объединения «Лембиту» Министерства бытового обслуживания Эстонской ССР)

II. Ведомственные и частные коллекции документов и фотографий

Коллекция документов и изданий Научно-технической библиотеки бывшего Общесоюзного Дома моделей одежды:

— Коллекция российских, советских и зарубежных журналов и изданий о моде;

— Коллекция фотографий и фотоальбомов;

— Коллекция докладов и отчетов о зарубежных командировках, общесоюзных методических совещаниях и других важнейших событиях в области моды и культуры одежды в СССР;

— Коллекция вырезок статей из советских периодических изданий о моде и культуре одежды за 1950—1970-е годы.

Личная коллекция В.М. Зайцева в библиотеке Дома моды Вячеслава Зайцева, Москва:

— Коллекция материалов отечественной и иностранной прессы о В.М. Зайцеве и его деятельности за 1950—1990-е годы;

— Коллекция фотографий В.М. Зайцева и по истории советской моды.

Семейный архив Д. Б. Шимилиса и А. Вавиловой

Фотографии, фотоальбомы и документы.

Личная коллекция Н. М. Агаревской

Документы и фотографии.

Личная коллекция Л. Ф. Аверьяновой

Фотографии и документы.

Личная коллекция С. К. Самсоновой

Фотографии.

III. Материалы интервью, взятых авторами книги в 2006—2009 гг. у бывших сотрудников советских моделирующих организаций, институтов и швейных предприятий

В Москве:

Аверьянова Л. Ф.

Агаревская Н. М.

Баландина Т. И.

Барканова Т. Н.

Вавилова А.

Доминов Д. Ф.

Лобачева (Андреева) Л.

Титкова Г. И.

Толстых В. И.

Шимилис Д. Б.

Нартикова И. В.

Нестерова Н. А.

Румянцева В. И.

Самсонова С. К.

В Таллинне:

Kajandu Krista

Kanasaar Mari

Kasesalu Katrin

Pääbo Evi

Siim Jüri

Svartz Lende

IV. Советские периодические издания о моде и альбомы мод (1930—1980-е годы)

Бытовое обслуживание населения: ежемес. теорет. и науч.-практ. ил. журн. М-ва быт. обслуживания РСФСР и ЦК профсоюза рабочих мест. пром.-ти и коммунал.-быт. предприятий. М., 1963—

Загл.: 1963—1983 Служба быта; 1984—1987 Бытовое обслуживание населения; 1988 ...БОН.

Подзаг.: 1963 № 1—4 Ежемес. производ.-массовый журн. Глав. упр. бытового обслуживания населения при Совете Министров РСФСР и ЦК профсоюза рабочих местной пром. и коммунального хоз.; 1963 № 5 — 1965 № 10 Ежемес. производ.-массовый журн. Глав. упр. бытового обслуживания населения при Совете Министров РСФСР и ЦК профсоюза рабочих коммунально-бытовых предприятий; 1965 № 11 — 1966 № 11 Ежемес. производ.-массовый журн. М-ва бытового обслуживания населения РСФСР и ЦК профсоюза рабочих коммунал.-бытовой предприятий.

В надзаг.: 1991 — Рос. гос. союз об-ний, предприятий и орг. быт. обслуживания населения (Росбытсоюза).

Выходит вместо журн. «Местная промышленность и художественные промыслы».

Декоративное искусство СССР: ежемесячник современной практики, теории и истории визуальной культуры / учредители: Ред. журн. «ДИ», Изд-во «Сов. художник». М.: Сов. художник, 1957—2001 гг.

Загл.: 1957—1991 № 7 Декоративное искусство СССР; 1991 № 8 — 1992 № 1/6 (411), 1996 № 2/4 — 1999 Декоративное искусство; 1994—1996 № 1, 2001, № 2 ... ДИ.

Журнал мод / М-во пром. товаров широкого потребления СССР. М., 1945—

С прил. выкроек к каждому вып.

Загл.: 1945 — 1967 № 3 (89), 4 (90) — Журнал мод; 1967 Спец. вып.: Мода.

Подзаг.: 1945 № 1 — 3/4 Изд. Нар. ком. лес. пром. СССР; 1946 № 1 — 1948 № 1, 3 — 1949 № 1 Изд. М-ва лег. пром. СССР; 1949 № 2 — 1953 № 1 (31) Изд. общесоюз. дома моделей Главшвейпрома МЛГ СССР; 1953 № 2 (32) Изд. общесоюз. Дома моделей Главшвейпрома МЛ и ПП СССР; 1953 № 3 (33) Изд. Главшвейпрома МЛ и ПП СССР; 1953 № 4 (34) Изд. Главшвейпрома МПТШП СССР; 1954 № 2 (36) — 4 (36) Изд. Главшвейпрома М-ва пром. товаров широкого потребления СССР; 1961 № 2 (64) — 1963 № 71 Орган Всесоюз. ин-та ассортимента изделий легкой пром. и культуры одежды.

В надзаг.: 1946 № 3 — 1953 № 1 (31) М-во лег. пром. СССР; 1953 № 2 (32) — № 3 (33) М-во лег. и пищевой пром. СССР; 1953 № 4 (34), 1954 № 2 (36) — 1955 № 3 (41) М-во пром. товаров широкого потребления СССР; 1955 № 4 (42) — 1957 № 3 (49) М-во легкой пром. СССР; 1959 № 1 — 1961 № 1 (63) Всесоюз. ин-т ассортимента изделий

- легкой пром. и культуры одежды ВИАЛЕГПРОМ; 1972 № 4 (110) Всесоюз. ин-т ассортимента изделий легкой пром-ти и культуры одежды; 1994 № 1 (197) — 1997, 1998 № 2 (25) — 1998 № 3 (26) АООТ «Журн. Мод».
- Мода / Ленингр. дом моделей Упр. швейной пром-ти. Л., 1952—**
 Загл.: 1952/1953 — 1958 (Зима) Альбом мод; 1958 [Весна/лето] — 1965 № 7, 1966 № 2—3 Моды (1961 Вып. 5, 1966 Вып. 4 загл. отсутствует); 1966 Вып. 4, 1967 Вып. 1 — Мода.
 Подзаг.: 1961/1962 Вып. 9, 1962 Вып. 1—2, 4—5, 1962/1963 Вып. 6—10, 1963 Вып. 1—2, 9 [1], 1966 Вып. 3, 1966/1967 Вып. 4 Изд. Ленингр. дома моделей; 1967 Вып. 1—2 Изд. Ленингр. дома моделей одежды Упр. швейной пром-ти МЛП РСФСР; 1972 Вып. 1 — 1977 № 3 Изл. каталог модной одежды; 1977 № 4 (1) — Рекламно-информ. журн. М-ва пром-ти РСФСР.
- В надзаг.: 1952/1953 (1952) — 1953 М-во лег. пром. РСФСР. Главшвейпром. Ленингр. дом моделей (1953 М-во лег. и пищевой пром. РСФСР ...); 1953/1954 (1953) — 1955 М-во пром. товаров широкого потребления РСФСР. Главшвейпром. Ленингр. дом моделей; 1956—1957 М-во легкой пром. РСФСР. Главшвейпром. Ленингр. дом моделей; 1958 Упр. швейной пром. Ленгорисполкома. Дом моделей; 1958/1959 Вып. 3—8, 10 (1962), 1969 № 9 [1] Упр. швейной пром. Ленгорисполкома. Ленингр. дом моделей.**
- Прил.:**
 Модели детской одежды. Л., 1977—
Модели ГУМа / М-во торг. СССР, ГУМ. М.: ГУМ, 1956—
 Загл.: 1956/1957 (1956), 1969, 1977/1978 (1977) — Модели ГУМа; 1975 Модели.
В надзаг.: 1956/1957 (1956) М-во торг. СССР, ГУМ; 1969 — Главторг Мосгорисполкома ГУМ.
- Модели ГУМа для молодых / Главторг Мосгорисполкома ГУМ. М.; Химки: Сов. Россия, 1968—**
 Загл.: 1968/69, 1970/71 Модели для молодежи; 1973 Моды для молодых; 1974—1975, 1977 (1976) — 1981, 1983 Модели для молодых, 1985 (1984) — Модели ГУМа для молодых.
- Модели ГУМа: для полных женщин.**
 С прил. чертежей кроя к каждому вып.
 Ненумеров. альбом. Главторг Мосгорисполкома, ГУМ. М.
- Модели ГУМа с чертежами кроя / Отд. мод. М., 1989—**
 Загл.: 1989—1990 № 2—3, 1991 № 2 — Модели ГУМа с чертежами кроя, 1990 № 1, 4 — 1991 № 1 Модели ГУМа.
- В надзаг.: 1989 № 3 — 1990 № 3, 1991 № 2 — Отд. мод; 1990 № 4 — 1991 № 1 ГУМ.**
- Модели одежды / Глав. упр. швейной пром. МЛП СССР. Общесоюз. дом моделей. М., 1949—1953.**
 Подзаг.: Подзаголовки и надзаголовки: 1949 Изд. Общесоюз. дома моделей Главшвейпрома М-ва лег. пром. СССР; 1951—1952 Глав. упр. швейной пром. МЛП СССР (1952 № 1 надзаг. отсутствует); 1953 — ... Общесоюз. дом моделей.
- Модели одежды / РСФСР М-во торговли. Глав. упр. торговли Мосгорисполкома. Трест «Мосиндодежда». М.: Рекламно-издательская ф-ка Моск. гор. треста внешнего оформления и рекламы, 1956—**
 Подзаг.: № 15 (1972) — 17 (1972), 19 (1974) Каталог; № 18 (1973) Каталог моделей одежды.
В надзаг.: 1956—1958 нenum. вып. РСФСР М-во торговли. Глав. упр. торговли Мосгорисполкома. Трест «Мосиндодежда»; 1958 № 1 — 1960 № 3 РСФСР. Сов. промысл. кооперации. Центр. опытно-техн. швейная лаборатория; 1961 нenum. вып. Роспромсовет. Центр. опытно-техн. швейная лаборатория; 1961 № 1 — 1962/1963 Гос. ком. Сов. Министров РСФСР по делам местн. пром. и худож. промыслов. Центр. опытно-техн. швейная лаборатория; 1963 весна — 3, 1964 № 4 Центр. опытно-техн. швейная лаборатория; 1965 Центр. опытно-техн. швейная лаборатория.
- Модели одежды с чертежами кроя / Комбинат прикладного искусства МОХФ РСФСР. М., 1959—1961.**
- Модели сезона. М.: Гизлегпром. 1936—**
 Выходит двумя изданиями: Большой формат и Малый формат (по 1956 г.).
 С прил. выкроек к отд. вып.
 Закл.: 1936—1938 № 2 Моды; 1938 № 3— Модели сезона.
 Подзаг.: 1937—1939 № 1 Орган Всесоюз. конторы показат. промтовар. универс. магазинов НКВТ СССР «Союзунивермаг»; 1938 № 4 Журн. Мод НКЛП СССР; 1961 № 1 (весна/лето) — 1963 № 1 (весна/лето) Орган Всесоюз. ин-та ассортимента изделий легкой пром. и культуры одежды ВИАЛЕГПРОМ при Госплане СССР; 1963/1964 № 2 (осень/зима); 1965 № 1 Орган Всесоюз. ин-та ассортимента изделий легкой пром.

- и культуры одежды ВИАЛЕГПРОМ Гос. Ком. по легкой пром. при Госплане СССР; 1965 № 2 Журн. Гос. ком. по легкой пром. при Госплане СССР.
- В** надзаг.: [Большой формат]: 1952 М-во лег. пром. СССР. [Общесоюз. дом моделей]; 1954 (Спец. вып.) [Главшвейпром М-ва пром. товаров широкого потребления СССР]; 1956 (весна/лето) М-во легкой пром. СССР; 1959 № 1 (весна/лето) — 1960/1961 № 2 (осень/зима) Всесоюз. ин-т ассортимента изделий легкой пром. и культуры одежды ВИАЛЕГПРОМ; 1973 № 1 (32) — 1986 Всесоюз. ин-т ассортимента изделий легкой пром-ти и культуры одежды; 1987 Всесоюз. центр развития ассортимента товаров лег. пром-ти, моды и культуры одежды М-ва легкой пром. СССР.
- Моды:** [альбом] / М-во торг. СССР, ГУМ. [М.], [1956]—.
- В** надзаг.: 1956/1957 (1956) — 1958/1959 (1958) М-во торговли ГУМ, 1969 — Главторг Мосгорисполкома ГУМ.
- Моды:** информ. бюллетень по моделированию и конструированию новых форм одежды / М-во торговли СССР, Отд. мод ГУМа. М., 1958—.
- Литогр.**
- На каждый день** / Общесоюз. дом моделей Упр. швейной пром. Мосгорисполкома. М., 1961—.
- В** надзаг.: 1961 Общесоюз. дом моделей одежды Упр. швейной пром. Мосгорисполкома; 1962 ОДМО; 1963 — Главторг Мосгорисполкома. ГУМ.
- Новинки** ГУМа.
- Ненумеров. альбом.** М-во торговли СССР, ГУМ. М.
- Новые товары:** информ.-рекламный бюллетень / Павильон Всесоюзной торговли палаты. № 1. М.: Госторгиздат, 1957—.
- Подзаг.:** 1957 № 1 — 1958 № 1—2, 4—6 Информ.-рекламный бюллетень; 1958 № 3, 7 — 1963 № 12 Информ. бюллетень; 1964 № 1 — 1965 № 10 Ежемес. информ. бюллетень Всесоюз. постоянного павильона лучших образцов товаров народного потребления Гос. Ком. Совета Министров СССР по торговле; 1965 № 11 — 1982 № 2 Ежемес. информ. бюллетень Всесоюз. постоянного павильона образцов лучших товаров народного потребления М-ва торговли СССР; 1982 № 3 — 1990 Ежемес. информ. бюллетень Общесоюз. об-ния по внедрению в пр-во новых товаров «Союзпромвнедрение» М-ва торговли СССР.
- В** надзаг.: 1957 — 1960 № 2 Павильон Всесоюзной торговой палаты; 1961 № 1 — 1963 № 12 Всесоюз. павильон лучших образцов; 1991 Общесоюз. об-ние «Союзпромвнедрение» М-ва торговли СССР. Изд-во «Экономика»; 1992 — 1995 № 8 Изд-во «Экономика»; 1995 № 9—12 ОАО «Изд-во «Экономика».
- Огонек:** еженед. ил. журн. М.: Мосполиграф, 1923—.
- Подзаг.:** 1923 № 1—34 Еженед. ил. журн.; 1939 № 16 — 1940 Ежедекадный ил. Обществ.-полит. и лит.-худож. журн.; 1941 № 20 — 1942 № 52 (813) Еженед. лит.-худож. ил. журн.; 1947 № 3 — 1969 № 34 (2204), 1969 № 42 (2207) — 1990 № 29 (3287) Еженед. обществ.-полит. и лит.-худож. журн.; 1990 № 30 (3288) — 1995 № 1/3 Еженед. публицист. и лит.-худож. ил. журн.; 1995, № 4 (4383) — Общеша. еженед. ил. журн.
- В** надзаг.: 1990 № 39 — 1995 № 1/3 (4380/4382) Трудовой коллектив ред. журн. «Огонек»; 1995 № 4 (4383) — 1996 АО «Изд-во «Огонек»; 1997—2008 ЗАО «Журн. “Огонек”».
- Работница.**
- Обществ.-полит. и лит.-худож. журн. Основан 8 марта 1914 г. Ежемес. М.
- Силуэт.** Журнал мод Таллинского дома моделей / Упр. легкой пром. Совнархоза Эстонской ССР. Таллинский дом моделей. Таллин, 1959—.
- Советская женщина:** обществ.-полит. и лит.-худож. ил. ежемес. журн. / учредители: Ком. Женщин и Коллектив ред. М., 1945—1991. С 1992 выходит под загл.: Мир женщин.
- Подзаг.:** 1945—1956 № 5 Обществ.-полит. и лит.-худож. журн. антифашистского ком. сов. женщин и Всесоюз. Центр. Совета проф. Союзов; 1956 № 5 — Обществ.-полит. и лит.-худож. журн. ком. сов. женщин и Всесоюз. центр. Совета проф. союзов; 1966 № 6 — 1990 Обществ.-полит. и лит.-худож. ил. журн. Ком. советских женщин и Всесоюз. центр. Совета проф. Союзов; 1991 № 1 Обществ.-полит. и лит.-худож. ил. журн. Ком. сов. женщин; 1991 № 2 — 1992 Обществ.-полит. и лит.-худож. ил. ежемес. журн.; 1993 Междунар.
- В** надзаг.: 1991 № 2—12 Ком. сов. женщин и Коллектив ред.; 1992 янв. — февр. Ком. женщин и Коллектив ред.; 1992 март — 1999 Союз женщин России и Коллектив ред.
- Спицами** и крючком.
- Ненумеров. альбом.** Главторг Мосгорисполкома, ГУМ. М.
- Спортивная** одежда.
- С прил. чертежей кроя к каждому вып.
- Ненумеров. альбом.** Главторг Мосгорисполкома, ГУМ. М.

V. Основная литература

- Аксютин, Ю.В.* Хрущевская «оттепель» и общественные настроения в СССР в 1953—1964 гг. [Текст] / Юрий Аксютин. М.: РОССПЭН, 2004. 486. [1] с., табл.
- Актеры зарубежного кино* [Текст]: [сб. ст.]. [Л.: Искусство, Ленингр. отд-ние, 1971]. Вып. 6: М. Теречик, А. Мюллер-Шталь, А. Эме, С. Треси, Ж. Тати, Т. Ломницкий, М. Монро, А. Сорди, С. Лорен, С. Данаилов. 159 с.
- Андреева, Ирэн.* Частная жизнь при социализме [Текст]: отчет советского обывателя / Ирэн Андреева. М.: Новое лит. обозрение, 2009. 341, [1] с., [8] л. ил., портр.
- Барлетт, Дж.* FashionEast: призрак, бродивший по Восточной Европе [Текст] / Джурджа Барлетт; [пер. с англ. Е. Кардаш]. М.: Новое лит. обозрение, 2011. 356 с.: ил., цв. ил., портр. (Б-ка журн. «Теория моды»).
- Барлетт, Дж.* «Давайте оденем их в беж» [Текст]: мелкобуржуазный мирок официального социалистического костюма // Теория моды: Одежда. Тело. Культура. М.: Новое лит. обозрение, 2007. Вып. 3: Весна, 2007: мода и социализм: новый взгляд. С. 187—232: фот. (12).
- Бастрыкин, А.И., Ширяев, Э.Б.* Мода, кумиры и собственное «я» [Текст]. Л.: Лениздат, 1988. 172, [1] с.: ил.
- Бокарев, Ю.П.* СССР и становление постиндустриального общества на Западе, 1970—1980-е годы [Текст] / Ю.П. Бокарев. М.: Наука, 2007. 380, [1] с.: ил., табл.
- Бондарев, И.М.* Развитие легкой индустрии СССР (1959—1972 гг.) [Текст] / И.М. Бондарев. М.: [s.n.], 1974. 475 с.: ил., табл.
- Вайнштейн, О.Б.* Денди: мода, литература, стиль жизни [Текст] / Ольга Вайнштейн. М.: Новое лит. обозрение, 2005. 638, [1] с., [16] л. цв. ил., портр. ил., портр. (Культура повседневности).
- Вайнштейн, О.Б.* «Банты, рюши, цветы и кокарды» [Текст]: теоретические и политические аспекты моды // Неприкосновенный запас. 2004. № 37. С. 88—96.
- Вайнштейн, О.Б.* «Мое любимое платье» [Текст]: портниха как культурный герой в Советской России / О. Вайнштейн // Теория моды: Одежда. Тело. Культура. М.: Новое лит. обозрение, 2007. Вып. 3: Весна, 2007: мода и социализм: новый взгляд. С. 101—127: ил.
- Вайнштейн, О.Б.* Полныс смотрят вниз [Текст]: идеология женской телесности в контексте российской моды // Художественный журнал. 1995. № 7. С. 49—53.
- Васильев, А.* Красота в изгнании [Текст]. 5-е изд. М.: СЛОВО / SLOVO, 2005. 480 с.
- Васильев, А.А.* Русская мода: 150 лет в фотографиях [Текст] / Александр Васильев. М.: СЛОВО / SLOVO, 2004. 446, [1] с.: ил., фот.
- Вихавайнен, Т.* Внутренний враг [Текст]: борьба с мешанством как морал. миссия рус. интеллигенции / Тимо Вихавайнен. СПб.: Коло, 2004. 413, [1] с.
- Гольбина, А.Г.* Искусство одеваться [Текст] / А.Г. Гольбина. Л.: Лениздат, 1959. 247 с.: ил., 8 л. ил.
- Гофман, А.Б.* Мода и люди [Текст]: новая теория моды и мод. поведения / А.Б. Гофман. М.: Наука, 1994. 159, [2] с.: ил.
- Градскова, Ю.В.* «Обычная» советская женщина [Текст]: обзор описаний идентичностей / Юлия Градскова. М.: Компания Спутник+, 1999. 158 с.
- Гурова, О.Ю.* Идеология в вешах [Текст]: социокультурный анализ нижнего белья в России (1917—1980-е гг.): дис. на соискание учен. степ. канд. культурол. наук: 24.00.01. М.: [РГГУ], 2004. 203 с.
- Гурова, О.Ю.* Советское нижнее белье: между идеологией и повседневностью [Текст] / О.Ю. Гурова. М.: Новое лит. обозрение, 2008. 288 с.: ил.
- Дашкова, Т.* «Работницу» — в массы! [Текст]: политика социального моделирования в женских журналах 1930-х гг. / Т. Дашкова // Новое литературное обозрение. 2001. № 50. С. 184—192.
- Демиденко, Ю.* Народная мода в СССР [Текст]: конкурсное проектирование в период между мировыми войнами / Ю. Демиденко // Теория моды: Одежда. Тело. Культура. М.: Новое лит. обозрение, 2007. Вып. 3: Весна 2007: мода и социализм: новый взгляд. С. 33—53.
- Есин, С.Н.* Слава Зайцев: мастер и вдохновение [Текст]. М.: Навона, 2013. 120 с.
- Жилина, Л.Н., Фролова, Н.Т.* Проблемы потребления и воспитания личности [Текст]. М.: Мысль, 1969. 175 с.
- Журавлев, С., Гронов, Ю.* Власть моды и советская власть [Текст]: история противостояния // Историк и художник. 2006. № 1 (7). С. 133—147; № 3 (9). С. 100—113; 2007. № 1. С. 133—147.
- Журавлев, С., Гронов Ю.* Красота под контролем государства [Текст]: особенности и этапы становления советской моды / С. Журавлев, Ю. Гронов // The Soviet and Post-Soviet Review. 2005. Vol. 32, N 1. P. 1—92.

- Журавлев, С., Гронов, Ю.* Люди и манекены [Текст]: отдел мод ГУМа в 1954 — середине 1970-х гг. / С. Журавлев, Ю. Гронов // Социальная история, 2009: ежегодник. СПб.: Алетейя, 2010. С. 241—276.
- Журавлев, С.В.* Демонстрационный зал ГУМа в середине 1950-х — 1970-е годы [Текст]: особенности визуальной репрезентации советской моды на микроуровне / Сергей Журавлев // Визуальная антропология: режимы видимости при социализме / [отв. ред. Е.Р. Ярская-Смирнова, П.В. Романов]. М.: Вариант; Саратов: ЦСПГИ, 2009. С. 157—180.
- Зайцев, В.М.* Слава Зайцев. Тайны соблазна [Текст] / [В.М. Зайцев, текст, ил.]. М.: Искусство-XXI век, 2006. 318, [1] с. 8 ил.
- Зайцев, В.М.* Такая изменчивая мода [Текст]: / лит. запись А. Васильева, М. Кранса; рис. В. Зайцева. М.: Молодая гвардия, 1980. 206 с.: ил.
- Зайцев, В.М.* Этот многоликий мир моды [Текст] / лит. запись А.[В.] Васильева, М.[И.] Кранса. М.: Советская Россия, 1982. 77 с. (Человек среди людей).
- Захарова, Л.В.* Дефилировать по-советски [Текст] / Л. Захарова // Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2006—2007. Вып. 2: (зима). С. 59—74. 9 ил.
- Захарова, Л.В.* Каждой советской женщине — платье от Диора! [Текст]: (французское влияние в советской моде 1950—1960-х гг.) // Социальная история, 2004: ежегодник. М.: РОССПЭН, 2005. С. 339—370.
- Захарова, Л.В.* «Наиболее распространенной является форма прямого пальто с однобортной застежкой» [Текст]: о советской моде эпохи «оттепели» / Лариса Зайцева // Неприкосновенный запас. 2006. № 1 (45). С. 186—201.
- Зубкова, Е.Ю.* Общество и реформы, 1945—1964 [Текст]. М.: Россия молодая, 1993. 198 с. (Первая монография).
- Зубкова, Е.Ю.* Послевоенное советское общество: политика и повседневность, 1945—1953 [Текст]. М.: РОССПЭН, 2000. 229 с., [10] л. ил. (Социальная история России XX в.).
- Кимерлинг, А.* Платформа против калаш, или Стиляги на улицах советского города [Текст] / Анна Кимерлинг // Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2007. Вып. 3: Весна 2007: мода и социализм: новый взгляд. С. 81—99.
- Кирсанова, Р.* Второй Шалапин в своем деле [Текст]: легенда русской моды / Р. Кирсанова // Родина. 2004. № 4. С. 104—107.
- Красовская, А.А.* Советским женщинам — красивую добротную одежду [Текст]. Л.: Лениздат, 1962. 103 с.: ил.
- Кравцов, Н., Кузнецов И.* Фирмы — хорошо! М., 1962.
- Лебина, Н.Б.* Повседневная жизнь советского города [Текст]: нормы и аномалии, 1920—1930 годы / Н.Б. Лебина. СПб.: Журн. «Нева»: Летний Сад, 1999. 316, [1] с., [8] л. ил.
- Лебина, Н.Б., Чистиков, А.Н.* Обыватель и реформы [Текст]: картины повседневной жизни горожан в годы нэпа и хрущевской десятилетия. СПб.: Дмитрий Буланин, 2003. 339, [1] с.
- Мода и промышленное моделирование одежды [Текст]: тез. докл. на Всесоюз. науч. конф., 16—18 янв. 1979 г. М.: Моск. текстильный ин-т, 1979. 69 с.
- Мода: за и против [Текст]: [сб. ст. / ред.-сост. В.И. Толстых]. М.: Искусство, 1973. 287 с.
- Орлова, Л.В.* Мы и мода [Текст]. М.: Знание, 1982. 63 с. (Новое в жизни, науке, технике. Молодежная; № 12). Библиогр.: с. 62.
- Осокина, Е.А.* За фасадом «сталинского изобилия» [Текст]: распределение и рынок в снабжении населения в годы индустриализации, 1927—1941 / Елена Осокина. М.: РОССПЭН, 1999. 267 с., [16] л. ил.: табл. (Соц. история России XX в.).
- Память тела [Текст]: нижнее белье советской эпохи: каталог выставки / ред. Е. Деготь, Ю. Демиденко. М., 2000. 162 с.
- Поршнев, Б.Ф.* Социальная психология и история [Текст]. М.: Наука, 1966. 213 с.
- Революция и человек [Текст]: быт, нравы, поведение, мораль: [материалы Всерос. науч. конф. 14—15 нояб. 1995 г.] / под ред. П.В. Волобуева. М.: ИРИ РАН, 1997. 221, [2] с.
- Российская повседневность, 1921—1941 гг. [Текст]: новые подходы: доклады, сделан. на междунар. междисциплинар. конф., 16—19 авг. 1994 г. СПб., 1995. 156 с.
- Рот-Ай, К.* Кто на пьедестале, а кто в толпе? [Текст]: стилиги и идея советской «молодежной культуры» в эпоху «оттепели» / Кристина Рот-Ай // Неприкосновенный запас. 2004. № 4. С. 26—33.
- Савельева, Н.Т.* Мода и массовый вкус [Текст]. М.: Легкая индустрия, 1966. 59 с.: ил.
- Савенкова, Т.И.* Промышленность и мода [Текст]: (маркетинг и его возможности). М.: Знание, 1989. 62, [2] с.: ил. (Новое в жизни, науке, технике. Практика соц. хозяйствования; 5/1989).
- Советская жизнь, 1945—1953 [Текст] / [составители Е.Ю. Зубкова и др.]. М.: РОССПЭН, 2003. 719, [1] с.: табл.

- Стриженова, Т.К.* Из истории советского костюма [Текст]. [М.: Сов. художник, 1972]. 110 с.: ил.
- Тихомирова, А.* В 280 км от Москвы [Текст]: особенности моды и практик потребления одежды в советской провинции (Ярославль, 1960—1980 годы) / Анна Тихомирова // *Неприкосновенный запас*. 2004. № 5 (37). С. 101—110.
- Топалов, М.Н.* Социальные аспекты моды [Текст]: мода и цивилизация / М.Н. Топалов. М.: ИСАН, 1991. 46 с. (Информационные материалы).
- Шипакина, А.* Мода в СССР. Советский журнал Кузнецкий, 14 [Текст] / Алла Александровна Шипакина. [М.]: Слово/Slovo, 2009. 387, [4] с.: ил., портр.
- Эстетика поведения [Текст]: [сб. ст. / сост. и ред. В.И. Толстых. М.: Искусство, 1963]. 255 с.: ил., 4 л. ил.
- Юшкова, А.* Александр Игманд [Текст]: «Я одевал Брежнева...». М.: Новое лит. обозрение, 2008. 128 с. (Б-ка журн. «Теория моды»).
- Arnason, J.* The Future that Failed [Text]: Origins and Destinies of the Soviet Model / Johann P. Arnason. London; New York: Routledge, 1993. X, 239 p.
- Bartlett, D.* FashionEast: The Spectre that Haunted Consumer Culture [Text] / Djurdja Bartlett. Cambridge, MA; London: MIT Press, 2010. XII, 326 p.: ill.
- Bauman, Z.* Communism: A Post-Mortem [Text] / Zygmunt Bauman // *Praxis International*. 1990/1991 October/January. 10, 3/4. P. 185—192.
- Blumer, H.* Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection [Text] / Herbert Blumer // *The Sociological Quarterly*. 1969 June. Vol. 10, N 3. P. 275—291.
- Chernysheva, N.* Soviet Consumer Culture in the Brezhnev Era [Text] / Natalya Chernysheva. London; N.Y.: Routledge, 2013. 280 p. (Routledge Series on Russian and East European Studies; 90).
- Clark, W.A.* Crime and punishment in Soviet officialdom, 1965—90 [Text] / William A. Clark // *Europe-Asia Studies*. 1993. 45, 2. P. 259—280.
- Crane, D.* Fashion and its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing [Text] / Diana Crane. Chicago; London: The University of Chicago Press, 2000. X, 294 p.: ill.
- Cunnington, C.W., Cunnington, Ph.* The History of Underclothes [Text] / C. Willett Cunnington, Phillis Cunnington. New York: Dover Publications, 1992. 266 p.: ill.
- David-Fox, M.* Multiple Modernities vs. Neo-traditionalism [Text]: On Recent Debates in Russian and Soviet History / Michel David-Fox // *Jahrbücher für Geschichte Osteuropas*. 2006. 54, 4. S. 535—555.
- Davies, R.W.* Soviet Economic Development from Lenin to Khrushchev [Text] / Robert William Davies. Cambridge, UK; New York, NY: Cambridge University Press, 1998. XIV, 96 p.: ill., maps.
- Davis, F.* Fashion, Culture, and Identity [Text] / Fred Davis. Chicago: University of Chicago Press, 1992. XI, 226 p.: ill.
- Duhamel, L.* The last campaign against corruption in Soviet Moscow // *Europe-Asia Studies*. 2004. 56, 2. P. 187—212.
- Dunham, V.S.* In Stalin's Time: Middleclass Values in Soviet Fiction [Text] / Vera S. Dunham. Cambridge [UK]; New York: Cambridge University Press, 1976. XIV, 283 p.
- Edele, M.* Strange young men in Stalin's Moscow: the birth and life of a stiliagi, 1945—1953 [Text] / Mark Edele // *Jahrbücher für Geschichte Osteuropas*. 2002. 50, 1. P. 37—61.
- Entwistle, J.* The Fashioned Body: Fashion, Dress, and Modern Social Theory [Text] / Joanne Entwistle. Cambridge: Polity Press; Malden, MA: Blackwell, 2000. 258 p.: ill.
- Fine, B., Leopold, E.* The World of Consumption [Text] / Ben Fine, Ellen Leopold. London; New York: Routledge, 1993. XI, 361 p.: ill.
- Finnane, A.* Changing Clothes in China: Fashion, History, Nation [Text] / Antonie Finnane. New York: Columbia University Press, 2008. XVII, 359 p.
- Fitzpatrick, S.* Everyday Stalinism: Ordinary Life in Extraordinary Times: Soviet Russia in the 1930s [Text] / Sheila Fitzpatrick. Oxford; New York: Oxford University Press, 1999. X, 288 p.: ill.
- Fürst, J.* The arrival of spring? [Text]: Changes and continuities in Soviet youth culture and policy between Stalin and Khrushchev / Juliane Fürst // *The Dilemma of De-Stalinization: Negotiating Cultural and Social Change in the Khrushchev Era* / P. Jones (ed.). London; New York: Routledge, 2006. P. 135—153.
- Gradszkova, Yu.* Soviet People With Female Bodies [Text]: Performing Beauty and Maternity in Soviet Russia in the mid 1930 — 1960s / Yulia Gradszkova. Stockholm: Stockholm University Press, 2007. 347 p.
- Gronow, J.* Caviar with Champagne: Common Luxury and the Ideals of Good Life in Stalin's Russia [Text] / Jukka Gronow. Oxford; New York: Berg, 2003. XI, 196 p.: ill.

- Gronow, J., Zhuravlev, S.* Soviet Investment in Flamboyance: Fashion Design at GUM, the State Department Store in Moscow [Text] / Jukka Gronow, Sergei Zhuravlev // *Baltic Worlds*. 2010 June. Vol. 3, N 2. P. 26—33.
- Gronow, J., Zhuravlev, S.* Soviet Luxuries from Champagne to Private Cars [Text] / Jukka Gronow, Sergei Zhuravlev // *Pleasures in Socialism: Leisure and Luxury in the Eastern Bloc* / David Crowley, Susan E. Reid, eds. Evanston, Ill.: Northwestern University Press, 2010. P. 120—146.
- Guenther, I.* Nazi Chic? [Text]: Fashioning Women in the Third Reich / Irene Guenther. Oxford; New York: Berg, 2004. IX, 499 p., [32] p. of plates: ill.
- Hanson, Ph.* The Rise and Fall of the Soviet Economy [Text]: an Economic History of the USSR from 1945 / Philipp Hanson. London; New York: Longman, 2003. XII, 279 p.: ill.
- Harrison, M.* Economic growth and slowdown [Text] / Mark Harrison // *Brezhnev Reconsidered* / E. Bacon, M. Sandle (eds.). Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2002. P. 203—277.
- Heldmann, Ph.* Konsumpolitik in der DDR: Jugendmode in den sechziger Jahren [Text] / Philipp Heldmann // *Konsumpolitik. Die Regulierung des Privaten Verbrauchs im 20. Jahrhundert* / Hrsg. von Harmut Berghoff. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 1999. P. 135—158.
- Hessler, J.* A Social History of Soviet Trade. Trade Policy, Retail Practices, and Consumption, 1917—1953 [Text] / Julie Hessler. Princeton: Princeton University Press, 2004. XVI, 366 p., ill.
- Hoffmann, D.* Stalinist Values: the Cultural Norms of Soviet Modernity (1917—1941) [Text] / David L. Hoffmann. Ithaca: Cornell University Press, 2003. XII, 247 p.: ill.
- Howard, A.* Labor, History, and Sweatshops in the New Global Economy [Text] / Alan Howard // *No Sweat: Fashion, Free Trade, and the Rights of Garment Workers* / Andrew Ross, ed. New York: Verso, 1997. P. 151—182.
- Kelly, C.* Children's World: Growing Up in Russia, 1890—1991 [Text] / Catriona Kelly. New Haven [Conn.]; London: Yale University Press, 2007. XXII, 714 p.: ill.
- Kiaer, Ch.* Imagine No Possessions [Text]: The Socialist Objects of Russian Constructivism / Christina Kiaer. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2005. XVII, 326 p.: ill.
- Kotkin, S.* The Magnetic Mountain [Text]: Stalinism as a Civilization / Stephen Kotkin. Berkeley: University of California Press, 1995. XXV, 639 p.: ill., maps.
- Kotkin, S.* Modern Times [Text]: The Soviet Union and the Interwar Conjunction / Stephen Kotkin // *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History*. 2001. Vol. 2, N 1. P. 111—164.
- Landsman, M.* Dictatorship and Demand [Text]: East Germany Between Productivism and Consumerism, 1948—1961 / Mark Evan Landman; Ph.D. Dissertation. Columbia University, 2000.
- Lavrentiev, A.* Varvara Stepanova [Text]: The Complete Work / Alexander Lavrentiev; ed. by J.E. Bowlt. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1988. 190 p.: ill.
- Ledeneva, Alena V.* Russia's Economy of Favours [Text]: Blat, Networking and Informal Exchange / Alena V. Ledeneva. Cambridge, UK; New York, NY, USA: Cambridge University Press, 1998. XIII, 235 p.: ill.
- Mendes, V., De la Haye, A.* 20th Century Fashion [Text] / V. Mendes, A. De la Haye. London: Thames & Hudson, 2005. 288 p.: ill.
- Millar, J.R.* "The Little Deal" [Text]: Brezhnev's Contribution to Acquisitive Socialism / James R. Millar // *Slavic Review*. 1985. Vol. 44, No. 4. P. 694—706.
- Newton, S.M.* Health, Art and Reason [Text]: Dress Reformers of the 19th Century / Stella Mary Newton. London: John Murray Ltd., 1974. XI, 192 p., [32] p. of plates, leaf of plate: ill.
- Nove, A.* Soviet Agriculture under Brezhnev [Text] / Alec Nove // *Slavic Review*. 1970. Vol. 29, No. 3. P. 379—410.
- Pence, K.* From Rations to Fashions [Text]: The Gendered Politics of East and West German Consumption, 1945—1961 / Katherine Pence; Ph.D. Dissertation. The University of Michigan, 1999.
- Pleasures in Socialism* [Text]: Leisure and Luxury in the Eastern Bloc / S. Reid, D. Crowley, eds. Evanston, Ill.: Northwestern University Press, 2010. VII, 348 p., ill.
- Revolutionary Costume: Soviet Clothing and Textiles of the 1920s* [Text] / L. Zaletova, F. Ciofi degli Atti, F. Panzine et al. New York: Rizzoli, 1989. 193 p., [2] p. of plates: ill.
- Roche, D.* A History of Everyday Things. The Birth of Consumption in France, 1600—1800 [Text] / Daniel Roche. Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press, 2000. IX, 309 p.
- Aleksandr Rodchenko: Experiments for the Future* [Text]: diaries, essays, letters, and other writings / edited and with a preface by A.N. Lavrentiev, translated and annotated by J. Gambrell; with an introduction by J.E. Bowlt. New York: The Museum of Modern Art, 2005. 439 p.: ill.
- Ruane, Ch.* The Empire's New Clothes [Text]: A History of the Russian Fashion Industry, 1700—1917 / Christine Ruane. New Haven [Conn.]; London: Yale University Press, 2009. XII, 276 p.: ill.
- Rubin, E.* Synthetic Socialism [Text]: Plastics and Dictatorship in the German Democratic Republic / Eli Rubin. Chapel Hill, N.C.: The University of North Carolina Press, 2009. 304 p.

- Savage, M., Warde, A.* Urban Sociology, Capitalism and Modernity [Text] / Mike Savage, Alan Warde. New York: Continuum, 1993. VIII, 221 p.
- Schwartz, C.A.* Economic crime in the U.S.S.R.: a comparison of the Khrushchev and Brezhnev eras [Text] / Charles A. Schwartz // The International and Comparative Law Quarterly. 1981 April. Vol. 30, N 2. P. 281—296.
- Siegelbaum, L.* Cars For Comrades [Text]: the Life of the Soviet Automobile / Lewis H. Siegelbaum. Ithaca: Cornell University Press; 2008. XIV, 309 p.: ill., map.
- Simmel, G.* Philosophie der Mode [Text] / Georg Simmel. Berlin: Pan, [1905]. 41 S. (Moderne Zeitfragen; № 11).
- Simmel, G.* The Metropolis and Mental Life [Text] / Georg Simmel // On Individuality and Social Form / D.N. Levine, ed. Chicago: University of Chicago Press, 1971. P. 324—339.
- Socialist Modern* [Text]: East German Everyday Culture and Politics / K. Pence, P. Betts, eds. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2008. 378 p.: ill.
- Sombart, W.* Liebe, Luxus und Kapitalismus [Text]: Über die Entstehung der modernen Welt aus dem Geist der Verschwendung / Werner Sombart. Berlin: K. Wagenbach, [1983]. 233 S. (Wagenbachs Taschenbücherei; 103).
- Stalinism: New Directions* [Text] / S. Fitzpatrick, ed. London: New York: Taylor & Francis Group, 2000. XVII, 377 p.
- Stalinism as a Way of Life* [Text]: A Narrative in Documents / Lewis Siegelbaum, Andrei Sokolov, ed. New Haven: Yale University Press, 2000. XVII, 460 p.: ill.
- Steele, V.* Fifty Years of Fashion [Text]: New Look to Now / Valerie Steele. New Haven: Yale University Press, 1997. VII, 167 p.: ill.
- Steele, V.* Paris Fashion [Text]: A Cultural History / Valerie Steele. New York: Oxford University Press, 1988. 317 p.: ill.
- Steele, V.* Women of Fashion [Text]: Twentieth-Century Designers / Valerie Steele. New York: Rizzoli International, 1991. 224 p.: ill.
- Stitzel, J.* Fashioning Socialism [Text]: Clothing, Politics, and Consume Culture in the East Germany / Judd Stitzel. Oxford; New York: Berg, 2005. XII, 260 p.
- Strijenova, T.K.* La mode en Union Soviétique, 1917—1945 [Text] / Tatiana Strijenova. Paris: Flammarion, 1991. 311 p.: ill.
- Style and Socialism. Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe* [Text] / S.E. Reid, D. Crowle (eds.). Oxford; New York: Berg, 2000. 213 p.: ill.
- Taubman, W.* Khrushchev. The Man and His Era [Text] / William Taubman. London: Free Press, 2005. 876 p.
- The Voice of the People* [Text]: Letters from the Soviet Village, 1918—1932 / C.J. Storella, A.K. Sokolov, eds. New Haven: Yale University Press, 2013. 448 p.
- Tupitsyn, M.* Rodchenko & Popova. Defining Constructivism [Text] / Margarita Tupitsyn. London: Tate Publishing, 2009. 190 p.: ill.
- Vainshtein, O.* Fashioning Women [Text]: The Dressmaker As Cultural Producer in Soviet Russia / Olga Vainshtin // Para-Sites: A Casebook Against Cynical Reason / G.E. Marcus, ed. Chicago: The University of Chicago Press, 2000. P. 195—223.
- Vainshtein, O.* Female Fashion, Soviet Style [Text]: Bodies of Ideology / Olga Vainshtein // Russia. Women. Culture / H. Gosילו, B. Holmgren, eds. Bloomington: Indiana University Press, 1996. P. 64—94.
- Vassiliev, A.* Beauty in Exile [Text]: The Artists, Models, and Nobility Who Fleed the Russian Revolution and Influenced the World of Fashion / Alexandre Vassiliev. New York: Harry N. Abrams, 2000. 480 p.: ill.
- Wilson, E.* Adorned in Dreams [Text]: Fashion and Modernity / Elizabeth Wilson. London: Virago, 1985. 290 p.: ill.
- Wouters, C.* Developments of the Behavioural Codes Between the Sexes [Text]: The Formalization of Informalization, the Netherlands, 1930—1985 / Cas Wouters // Theory, Culture & Society. 1987. N 4, 2/3. P. 405—429.
- Wu, J.* Chinese Fashion [Text]: From Mao to Now / Juajuan Wu. Oxford; New York: Berg, 2009. XVI, 216 p.
- Yablonskaya, M.* Women Artists of Russia's New Age, 1900—1935 [Text] / M.N. Yablonskaya. New York: Rizzoli, 1990. 248 p.: ill.
- Yasinskaya, I.* Soviet Textile Design of the Revolutionary Period [Text] / I. Yasinskaya. London: Thames and Hudson, 1983. 106 p.
- Zhuravlev, S., Gronow, J.* Soviet People With "Big Bodies" [Text] / S. Zhuravlev, J. Gronow // Aesthetic Ideals and Big Bodies: A Comparison of Norway and Russia: Collection of Papers / Mari Rysst, ed. SIFO, Norway, 2010. P. 141—156.
- Zubkova, E.Ju.* Russia After the War: Hopes, Illusions and Disappointments, 1945—1957 [Text] / Elena Zubkova. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe, 1998. X, 298 p.: ill.

Содержание

Благодарственное слово от авторов.....	3
Введение. Мода как социальный феномен и комплексная научная проблема.....	5
Глава 1. В историографических лабиринтах.....	25
Глава 2. Становление советской модной индустрии в первой половине XX в.	59
Глава 3. Все во благо человека: Складывание ведомственных систем моделирования одежды в 1950—1980-е годы	107
Глава 4. Модельеры за работой: Создание моды на микроуровне	209
Глава 5. Общество и власть в зеркале моды: Дискуссии о культуре одежды в советском публичном дискурсе 1950—1980-х годов.....	345
Глава 6. Потребительская революция и кризис советской системы.....	409
Заключение	461
Приложение	481
Основные источники и литература	486